

**E – C O M M E R C E | T A X & L A W**

**II/2016**  
Ausgabe 1

**EGSZ** Wirtschaftsprüfer | Steuerberater | Rechtsanwälte

## Editorial

Der Geschäftsbereich E-Commerce entwickelt sich stets weiter und es entstehen laufend neue Prozesse, Dienstleistungen und Produkte.

Diese ständige Veränderung führt zu neuen rechtlichen und steuerlichen Fragestellungen und Problemen. Gesetzgeber, Finanzverwaltung und Rechtsprechung folgen dem Trend und schaffen immer wieder neue Regeln, die zu beachten sind.

EGSZ reagiert proaktiv auf die Entwicklung dieses sich ständig verändernden Marktumfeldes. Mit diesem neuen Rundschreiben wenden wir uns speziell an alle, die im Umfeld des Geschäftsfeldes E-Commerce tätig sind.

Vierteljährlich fassen wir zukünftig die aus unserer Sicht für Sie wichtigsten Neuerungen aus steuerlicher und rechtlicher Sicht zusammen. Ferner ergänzen wir den Newsletter um Problemfälle aus der Praxis, damit Sie in diesem sich stets weiterentwickelnden Bereich auf dem Laufenden bleiben. Um den Newsletter übersichtlich zu gestalten, beschränken wir uns dabei bewusst auf wenige, ausgewählte Kernthemen.

Für weitergehende Informationen steht Ihnen Ihr EGSZ E-Commerce Beraterteam zur Verfügung. Gerne beantworten wir Ihre Fragen und unterstützen Sie bei der rechtlichen und steuerlichen Betreuung Ihres Geschäfts, damit Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können.

Inhaltlich befassen wir uns im vorliegenden Rundschreiben aus steuerlicher Sicht schwerpunktmäßig mit den seit 2015 geltenden Regelungen zur Ortsbestimmung von auf elektronischem Gebiet erbrachten Dienstleistungen. Nachdem die Regelungen nunmehr vor über einem Jahr in Kraft getreten sind, ergeben sich in der Praxis immer wieder neue Probleme, so dass dieser Regelungsbereich nichts an Aktualität verloren hat.

Noch hat Großbritannien das BREXIT-Verfahren nicht eingeleitet, dennoch ist es wichtig, vorausschauend bereits jetzt über mögliche Konsequenzen nachzudenken. Erste Überlegungen aus steuerlicher Sicht haben wir in einem gesonderten Beitrag zusammengefasst.

Schwerpunkt der rechtlichen Hinweise ist der Umgang mit Markenrechten im E-Commerce. Dazu haben wir einige Problemfelder angerissen, die in der Praxis immer wieder zu thematisieren sind.

Schließlich weisen wir noch auf eine Neuerung zur Streitschlichtung hin, die Anfang dieses Jahres in Kraft getreten ist. Interessant ist dabei nicht nur die inhaltliche Regelung, sondern auch die Geschwindigkeit, mit der Verstöße gegen neue Bestimmungen abgemahnt werden. Hier zeigen sich die Gefährlichkeit der Abmahnpraxis einiger Marktteilnehmer und die Notwendigkeit ständig aktuell zu sein. Da unsere Erfahrung gezeigt hat, dass viele Onlinehändler mit der Neuregelung zur alternativen Streitbeilegung noch nicht vertraut sind, wollen wir hierauf nochmal besonders hinweisen.

---

## Elektronische Dienstleistungen und das Bestimmungslandprinzip

Zum 1.1.2015 hat der Gesetzgeber die umsatzsteuerliche Behandlung der Besteuerung der auf elektronischem Weg erbrachten Dienstleistungen neu geregelt. Wurde bis Ende 2014 der Ort der sonstigen Leistung bei elektronischen Dienstleistungen noch nach B2B - Umsätzen (Bestimmungslandprinzip) und B2C - Umsätzen (Ursprungslandprinzip) unterschieden, so gilt für elektronisch erbrachte Dienstleistungen ab dem 1.1.2015 immer das Bestimmungslandprinzip. Die Umsatzbesteuerung für elektronisch erbrachte Dienstleistungen erfolgt damit seit dem 1.1.2015 einheitlich nicht mehr in dem Staat, in dem der leistende Unternehmer ansässig ist, sondern am Verbrauchsort.

Werden Leistungen an andere Unternehmer erbracht, gilt regelmäßig das Reverse Charge Verfahren. Der leistende Unternehmer stellt Rechnungen ohne Umsatzsteuer, aber mit dem Hinweis des Übergangs der Steuerschuldnerschaft auf den Leistungsempfänger, aus. Weitere administrative Verpflichtungen ergeben sich nicht. Wird aber an eine Privatperson geleistet, muss der Unternehmer sich grundsätzlich in allen Ländern, in denen Endkunden ansässig sind, umsatzsteuerlich registrieren lassen. In diesen Ländern sind Umsatzsteuervoranmeldungen und Jahreserklärungen in der jeweiligen Amtssprache des Landes abzugeben. Eine Erleichterung für den Unternehmer soll hier der Mini-One-Stop-Shop (M.O.S.S.) bieten.

Das M.O.S.S. Verfahren ermöglicht es den in Deutschland ansässigen Unternehmern, ihre in den übrigen Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU) ausgeführten Umsätze, die unter die Sonderregelung fallen, in einer besonderen Steuererklärung einheitlich in Deutschland zu erklären, diese Steuererklärung zentral über das Bundeszentralamt für Steuern (BZSt) auf elektronischem Weg zu übermitteln und die sich ergebende Steuer einheitlich in Deutschland zu entrichten. Diese Regelung gilt allerdings nur für die Umsätze in anderen Mitgliedstaaten der EU, in denen der Unternehmer keine umsatzsteuerliche Betriebsstätte hat. Die Teilnahme an der Sonderregelung können Unternehmer auf elektronischem Weg seit dem 1. Januar 2015 beim BZSt beantragen. Sie gilt einheitlich für alle Staaten der EU. Für die Antragstellung durch im Inland ansässige Unternehmer steht das [BZStOnline-Portal](#) zur Verfügung.

So unspektakulär die Regelung klingt, so fehlerträchtig ist sie. Nachfolgend fassen wir einige Problembereiche zusammen, die sich in den abgelaufenen Monaten in der Praxis ergeben haben.

### Praxisprobleme für den europäischen E-Commerce: unfreiwilliger Margenverlust droht!

Diese Bestimmungslandthematik hat für die E-Commerce-Branche auch nach über einem Jahr nicht an Aktualität verloren, da ständig zu überprüfen ist, an welchem Ort der Endverbraucher ansässig ist und welcher Umsatzsteuersatz in der Rechnung auszuweisen ist. Da dem Endverbraucher in der Regel bei Onlinegeschäften der Endverkaufspreis (Brutto!) anzugeben ist, führt eine Nachlässigkeit hier zu einem unmittelbaren Schaden des Unternehmers. In diesem Zusammenhang ist nicht nur bei einem Geschäftsabschluss mit einem Endverbraucher in einem europäischen Land, das bislang nicht bedient wurde, der relevante Umsatzsteuersatz zu recherchieren. Auch sind Änderungen der jeweiligen Umsatzsteuersätze in anderen Ländern laufend zu verfolgen.

Zum Zeitpunkt der Einführung der Neuregelung konnte der Unternehmer sich auf die neue Rechtslage rechtzeitig einstellen. Insbesondere konnten die regionalen Umsatzsteuersätze und deren Einfluss auf die eigene Preisgestaltung vorausschauend berücksichtigt werden.

Beispiel: Ein deutscher Unternehmer bietet im Internet E-Books zum Download an. Der Endverbraucher sitzt in:

#### Deutschland

Unverändert, 19% deutsche Umsatzsteuer

#### Luxemburg

Früher deutsche USt 19%, jetzt luxemburgische Umsatzsteuer 3%

#### Ungarn

Früher deutsche USt 19%, jetzt ungarische Umsatzsteuer 27%

Das Beispiel zeigt, wie sich durch eine Gesetzesänderung die Gewinnmarge des Unternehmers signifikant verschieben kann. Im Beispiel Luxemburg erhöht sich die Marge um 16%, im Beispiel Ungarn verringert sich diese um 8%.

Die Rechtslage in den einzelnen Ländern verändert sich aber regelmäßig. In Deutschland hat der leistende Unternehmer diese im Blick, was geschieht aber, wenn sich im Ausland die Rahmendaten verändern?

So haben die folgenden Länder seit dem 1. Januar 2015 ihre Umsatzsteuersätze angepasst:

- Griechenland hat zum 20.7.2015 den ermäßigten Steuersatz von 6,5% auf 6% herabgesetzt.
- Italien hat zum 1.1.2016 einen zusätzlichen Zwischensteuersatz i. H. v. 5% eingeführt.
- Österreich hat zum 1.1.2016 einen zusätzlichen Steuersatz i. H. v. 13% eingeführt.

Die Nichtbeachtung dieser Neuerungen führt unweigerlich zu Fehlern, die der Unternehmer wirtschaftlich tragen muss. Der Unternehmer muss also die lokale Rechtslage in sämtlichen Ländern, in denen er aktiv ist, immer im Blick haben, damit keine unangenehmen Überraschungen drohen.

#### Praxisprobleme im Zusammenhang mit dem M.O.S.S. Verfahren

- Die Anwendung des M.O.S.S. Verfahrens setzt voraus, dass vor Beginn des Besteuerungszeitraums ein Antrag beim Bundeszentralamt für Steuern gestellt wird. Wird dies versäumt, dann ist eine lokale Registrierung mit allen weiteren Konsequenzen erforderlich. Nicht selten nehmen Unternehmer ihre Dienstleistung ohne ausreichende vorherige Beratung auf und stellen den erforderlichen Antrag zu spät.
- Die Vergütung ausländischer Vorsteuer kann nach wie vor nicht über das M.O.S.S.-Verfahren erfolgen; wird dem Unternehmer im EU Ausland Umsatzsteuer in Rechnung gestellt, so muss er sich diese fristgebunden in einem gesonderten Verfahren vergüten lassen. Die Frist beträgt in Deutschland neun Monate. Wird diese versäumt, entfällt die Vergütung der Vorsteuer endgültig.
- Für die Besteuerung gilt trotz M.O.S.S. das jeweilige Steuerrecht des ausländischen Staates. Dies gilt für bestimmte Formerfordernisse (wie muss z.B. eine Rechnung

aussehen?), für Korrespondenz mit den lokalen Finanzbehörden, Fristenregelungen, etc.

- Das Verfahren ist nur bei sonstigen Leistungen, nicht bei Lieferungen anwendbar. Der Betreiber eines Online-Shops mit einer breiten Leistungspalette muss sich mit gleichzeitig völlig unterschiedlichen Regelungsinhalten auseinandersetzen.

---

## **BREXIT**

Am 23. Juni 2016 haben die Briten in einem Referendum mit knapper Mehrheit (51,9 %) für einen Austritt aus der EU, dem sog. Brexit, gestimmt. Obwohl ein offizieller Austrittsantrag bislang in Brüssel bislang nicht gestellt wurde, wird der Brexit nur noch eine Frage des Zeitpunktes sein. Was müssen Sie bereits jetzt im Zusammenhang mit Geschäftspartnern in Großbritannien beachten?

### Rechtsformproblem: Ende der Limited

Tritt Großbritannien aus der EU aus, so wird dies aller Wahrscheinlichkeit ein Ende der Niederlassungsfreiheit bedeuten. Dies trifft insbesondere die bei Online-Händlern teils beliebte Rechtsform einer britischen Limited. Völlig unklar ist, ob diese Rechtsform nach einem Brexit in der Praxis weiter sinnvoll genutzt werden kann, oder ein Rechtsformwechsel notwendig wird. Hierfür könnte ggf., wenn eine GmbH (noch) nicht in Frage kommt, ein Wechsel in eine Unternehmergesellschaft (UG) (haftungsbeschränkt) eine Alternative sein. Bei Neugründungen sollte daher regelmäßig die Limited nicht gewählt werden. Bestehende Unternehmen sollten sich bereits jetzt Gedanken machen, ob eine Umwandlung erforderlich wird und wie dies umzusetzen ist.

### Verlustrisiko bei mittel- und langfristigen Verträgen

Aufgrund der deutlichen Abwertung des britischen Pfunds haben sich Lieferungen nach Großbritannien bereits jetzt erheblich verteuert. Das aufgrund der anhaltenden Unsicherheit erhöhte Wechselkursrisiko macht eine solide Kalkulation schwierig. Diese Verteuerung kann dazu führen, dass es für einige, gerade kleinere Online-Händler, nicht mehr lohnt, die höheren Kosten (auch wegen komplizierterer Zollformalitäten und insgesamt höherer Kosten) auf sich zu nehmen.

### „Ent-“Harmonisierung der Umsatzsteuer

Im Bereich der Umsatzsteuer droht in Großbritannien die Rückkehr zu einer nationalen Regelung. Mit dem Austritt gelten die besonderen umsatzsteuerlichen Regelungen für den EU Binnenmarkt nicht mehr. Für den Handel hätte dies zur Folge, dass es keine innergemeinschaftlichen Leistungsbeziehungen, sondern in puncto Lieferungen nur noch Tatbestände der Ausfuhr und Einfuhr geben würde. Nach Vollzug eines Austritts droht zudem die Wiedereinfuhr von Einfuhrzöllen sowie mögliche weitere politische Handelserschwernisse, wenn ein freier Warenverkehr nicht mehr stattfindet.

Die Mini One Stop Shop-Vereinfachung würde nach einem Brexit für Großbritannien nicht mehr gelten, so dass eine grundsätzliche Registrierungspflicht in Großbritannien erforderlich würde.

\* \* \*

Zusammenfassend bleibt zu konstatieren, dass die tatsächlichen rechtlichen und steuerlichen Folgen eines Brexit zur Zeit noch völlig unabsehbar sind. Nichtsdestotrotz sollte der Unternehmer sich mit den vorgenannten Punkten aber bereits jetzt auseinandersetzen und überlegen, ob für ihn Handlungsbedarf besteht. Langfristig bindende Verträge sind zu analysieren und bei Neuabschlüssen bindender Verträge muss Vorsorge getroffen werden. Anpassungen bzgl. der Wechselkursrisiken, der Preisgestaltung (USt ist immer Preisbestandteil), der Frage, wer Zölle und Einfuhrumsatzsteuer zu tragen hat, etc. sind ab sofort zu analysieren und für die Vertragspraxis zu beachten.

---

### **Markennutzung im Onlinehandel**

Wer einen Internetshop betreibt und beabsichtigt, dort auch Markenware anzubieten, muss sich vorab informieren, ob dies überhaupt zulässig ist, da hierbei einige rechtliche Vorgaben zu beachten sind. Problematisch ist dies insbesondere dann, wenn der Markeninhaber sich vorbehält, seine Waren nur über bestimmte Distributionskanäle zu vertreiben. Die erste Frage ist daher bereits, ob Markenware ohne Zustimmung des Markeninhabers überhaupt über das eigene Portal weiterverkauft werden darf. Schließlich hat der Inhaber einer Marke die Rechte hieran. Sofern die Ware aus einem EU - Mitgliedsstaat bzw. einem EWR - Vertragsstaat importiert worden ist bestehen regelmäßig keine rechtlichen Bedenken. Dies ergibt sich aus § 24 MarkenG. Demnach ist das Recht des Markeninhabers „erschöpft“, wenn der Markeninhaber seine Waren in einen EU - Mitgliedsstaat verkauft hat. Etwas anderes gilt nur, wenn eine anderslautende Vertriebsvereinbarung mit dem Markeninhaber existiert.

Allerdings ist Vorsicht geboten, wenn die Ware direkt aus einem Drittstaat importiert wird. Hier gilt der markenrechtliche Erschöpfungsgrundsatz nicht und es muss im Einzelfall geprüft werden, ob ein Weiterverkauf markenrechtlich unproblematisch ist. Im Zweifel braucht man die Zustimmung des Markeninhabers. Diese Frage wird insbesondere im Zuge des „BREXIT“ noch an Relevanz gewinnen, da im Handel mit Großbritannien nach einem Austritt aus der EU plötzlich die Drittlandsregelungen anwendbar sind. Hier ist frühzeitig Vorsorge zu treffen.

Unzulässig ist es grundsätzlich, die Markenlogos ohne entsprechende Genehmigung für eigene Werbezwecke zu verwenden. Nach ständiger Rechtsprechung des BGH ist dies jedenfalls dann unzulässig, wenn die Verwendung des Markenlogos nicht unbedingt notwendig ist. Dies wird jedoch in den seltensten Fällen der Fall sein. Dies zeigt exemplarisch der Fall einer auf eine Automarke spezialisierten Werkstatt. Der BGH hat dazu entschieden, dass der Betreiber einer Autowerkstatt nicht darauf angewiesen ist, die Bildmarke eines Automobilherstellers zu verwenden, sondern die Nutzung der Wortmarke für ihn zu Werbezwecken ausreichend ist. Wer ein Logo trotzdem benutzt riskiert eine kostspielige Abmahnung.

---

## **Urheber- und Markenschutz von Meta Tags / Meta Descriptions**

Um möglichst viele Kunden mit der eigenen Website anzusprechen, ist es wichtig, bei den gängigen Suchmaschinen prominent platziert zu sein. Eine Möglichkeit hierzu ist die Verwendung von Meta Tags bzw. Meta Descriptions. Bei letzteren handelt es sich, vereinfacht gesagt, um die Beschreibungstexte, die bei einer Suchmaschinensuche unter dem eigentlichen Link angezeigt werden. Diese Texte werden ausschließlich über die Ergebnisseite einer Suchmaschine angezeigt und sind auf der eigentlichen Website nicht zu sehen, sondern nur im Quellcode hinterlegt. Meta Tags hingegen sind einzelne Begriffe, die von den Suchmaschinen ausgewertet werden und Einfluss darauf haben, an welcher Stelle der Ergebnisliste die eigene Website platziert wird.

Nach ständiger Rechtsprechung des BGH genießen auch die nicht sichtbaren Teile einer Website Urheber- und Markenschutz. Dies gilt im Falle der Meta Descriptions umso mehr, da die Texte in der Ergebnisliste einer Suchmaschine angezeigt werden. Verwendet der Betreiber einer Homepage etwa Markennamen als Meta Tags oder Meta Descriptions, ohne von dem Markenrechtsinhaber autorisiert zu sein, kann bereits eine Markenrechtsverletzung gegeben sein. Daher sollte der Betreiber einer Website vorsichtig sein, welche Begriffe und Texte er verwendet. Insbesondere bei der Übernahme von Meta Descriptions von Mitbewerbern oder der unberechtigten Verwendung von Marken droht daher eine kostspielige Abmahnung.

---

## **Neue Informationspflichten für Online-Händler – Alternative Streitbeilegung**

Bereits seit dem 9. Januar 2016 gilt die europäische Verordnung Nr. 524/2013, wonach Betreiber von Onlineshops auf die Plattform der EU-Kommission zur Online-Streitschlichtung hinweisen müssen (<http://ec.europa.eu/consumers/odr>). Hierzu ist grundsätzlich jeder Händler verpflichtet, der in der europäischen Union niedergelassen ist und seine Waren und Dienstleistungen über eine Website an Verbraucher anbietet. Obwohl die Pflicht schon seit geraumer Zeit besteht, haben erst sehr wenige Betreiber von Onlineshops die neue Informationspflicht umgesetzt. Dabei handelt es sich hier um einen Verstoß, der schnell zu einer kostenpflichtigen Abmahnung führen kann. Zwischenzeitlich liegt bereits eine Entscheidung des Landgerichts Bochum vor, wonach es dem Betreiber eines Onlineshops unter Androhung eines Ordnungsgeldes in Höhe von EUR 250.000,00 untersagt worden ist, seine Waren im Internet anzubieten bis er den entsprechenden Link auf seiner Homepage eingefügt hat. Wir raten unseren Mandanten daher dringend, den Hinweis so schnell wie möglich auf ihrer Website aufzunehmen.

Die Pflicht gilt im Übrigen auch für Händler, die zwar keine eigene Website betreiben, ihre Waren aber über sog. Verkäuferplattformen wie Amazon Marketplace anbieten. Gerne unterstützen wir Sie bei der Umsetzung der Informationspflicht.

---



Ihr EGSZ E - Commerce Team

Dipl.-Kfm. Egon Schmitz  
*Steuerberater*

Felix Erler, M. A.  
*Steuerberater*

Dennis Marl  
*Rechtsanwalt*

.....  
**Rechtliche Hinweise**

Das EGSZ E-Commerce Tax&Law Rundschreiben fasst regelmäßig Gesetzesänderungen, Urteile, Verwaltungsanweisungen oder sonstige, für Sie interessante Informationen zusammen und gibt diese auszugsweise wieder. Der Newsletter erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Wir bitten daher ausdrücklich darum, vor einer Anwendung der Inhalte des Newsletters im konkreten Fall mit Ihrem Berater Rücksprache zu halten, da wir eine Haftung für die auszugsweise Darstellung nicht übernehmen können. Für weitergehende Informationen stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

EGSZ Gerow Kuhlmann Schmitz Zeiss PartmbB  
Wirtschaftsprüfer Steuerberater Rechtsanwälte  
Immermannstraße 45  
40210 Düsseldorf

+49-211-17257-0  
[www.egsz.de](http://www.egsz.de)  
E-Mail: [info@egsz.de](mailto:info@egsz.de)  
Sitz Düsseldorf  
AG Essen  
PR 3265