

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	45
Kapitel 1: Einführung	51
A. Anlass der Untersuchung	51
B. Ziel der Untersuchung	56
C. Gang der Untersuchung	57
Kapitel 2: Absatzförderung und Kundenbindung in der Europäischen Union	59
A. Rechtsgrundlagen und Rechtmäßigkeitsmaßstab	59
I. Rechtsgrundlagen des Mehrwertsteuerrechts der Europäischen Union	59
II. Rechtsgrundlagen der Absatzförderung und Kundenbindung	61
1. Regelungen der Mehrwertsteuersystem-Richtlinie zu Maßnahmen der Absatzförderung und Kundenbindung	61
2. Grundprinzipien des Mehrwertsteuerrechts	62
a) Verbrauchsteuerprinzip	63
b) Neutralitätsgrundsatz	65
(1) Neutralität als Belastungsneutralität	65
(2) Neutralität als Wettbewerbsgleichheit und allgemeiner Gleichbehandlungsgrundsatz nach Art. 20 GRCh	66
c) Beachtlichkeit der wirtschaftlichen Realität	68
B. Absatzförderung und Kundenbindung in der Rechtsprechung des EuGH	69
I. <i>Naturally Yours Cosmetics</i>	70
1. Ausgangsverfahren	70
2. Vorlagefrage	71
3. Entscheidung des EuGH	71
a) Tauschähnliches Geschäft mit Baraufgabe	72

(1) Initiierung der Verkaufspartys als Dienstleistung i.S.d. Art. 6 Abs. 1 S. 1 RL 77/388/EWG	72
(a) Fremd- und Eigenwerbung im Mehrwertsteuerrecht	73
(b) Fremdwerbung der Kosmetik-Beraterinnen in der Sache <i>Naturally Yours Cosmetics</i>	74
(2) Verjüngungscrèmes keine Beistellung	75
(a) Material-, Leistungs- und Personalbeistellung	75
(b) Verjüngungscrèmes in der Sache <i>Naturally Yours Cosmetics</i> keine Materialbeistellung	76
(3) Tauschähnliches Geschäft mit Baraufgabe	77
(a) Unmittelbarer Zusammenhang als mehrwertsteuerliches Zurechnungskriterium	77
(b) Unmittelbarer Zusammenhang in der Sache <i>Naturally Yours Cosmetics</i>	79
(c) Leistungs- oder zahlungsbezogene (Mitwirkungs-)Handlungen des Leistungsempfängers	81
b) Steuerbemessungsgrundlage der Verjüngungscrèmes	82
(1) Rabatt i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG	82
(2) Werbeleistung als Gegenleistung i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	83
II. Boots Company	84
1. Ausgangsverfahren	84
2. Vorlagefragen	85
3. Entscheidung des EuGH	86
a) Nennwertgutscheine als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	86
(1) Abgrenzung von Instrumenten der Absatzförderung und Kundenbindung	86
(2) Nennwertgutscheine als Preisnachlassgutscheine	87

(a) Gutscheine über einen Nennwert	87
(b) Nennwertgutscheine in der Sache <i>Boots Company</i> als Preisnachlassgutscheine	88
(c) Zwischenfazit	89
b) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage der Redemption Goods	90
(1) Rabatt i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG auf den Kaufpreis der Redemption Goods	90
(2) Unentgeltlich ausgegebene Nennwertgutscheine kein Zahlungsmittel	91
c) Keine Minderung der Steuerbemessungsgrundlage der Premium Goods	92
(1) Verhältnis von Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG und Art. 11 Teil C Abs. 1 RL 77/388/EWG	92
(2) Keine doppelte Berücksichtigung eines Rabatts	93
(3) Zurechnung von Rabatten	93
(a) Erfordernis eines unmittelbaren Zusammenhangs	93
(b) Unmittelbarer Zusammenhang in der Sache <i>Boots Company</i>	94
d) Einlösung von Preisnachlassgutscheinen seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	95
(1) Keine Anwendung der Gutschein-Richtlinie auf Rabattgutscheine	95
(2) Arten von Rabattgutscheinen	96
III. <i>Chaussures Bally</i>	97
1. Ausgangsverfahren	97
2. Vorlagefrage	98
3. Entscheidung des EuGH	98
a) Entgeltliche Dienstleistung des Kreditkarteninstituts	98
b) Steuerbemessungsgrundlage der <i>Chaussures Bally</i> SA	100

(1) Gegenleistung eines Dritten i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	100
(2) Aufrechnung keine Rabatte und Rückvergütungen i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG	101
IV. Empire Stores	103
1. Ausgangsverfahren	103
2. Vorlagefragen	103
3. Entscheidung des EuGH	104
a) Nicht-Katalog-Waren als Prämienleistung	104
b) Vermittlungsleistung der werbenden Kundinnen	105
(1) Drittvermittlung (sog. introduce-a-friend scheme)	105
(2) Selbstvermittlung (sog. self-introduction scheme)	107
c) Steuerbemessungsgrundlage im Fall der Drittvermittlung	110
V. Argos Distributors	111
1. Ausgangsverfahren	111
2. Vorlagefragen	112
3. Entscheidung des EuGH	112
a) Nennwertgutscheine als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	113
(1) Nennwertgutscheine in der Sache <i>Argos Distributors</i> keine Preisnachlassgutscheine	113
(2) Nennwertgutscheine in der Sache <i>Argos Distributors</i> als Prämien-gutscheine	114
(a) Keine Unterscheidung zwischen Waren- und Wertgutscheinen	115
(b) Zwischenfazit	116
b) Einlösung von Prämien-gutscheinen vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	117
(1) Prämien-gutscheine keine Gegenleistung i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	117
(a) EuGH: entgeltlich ausgegebene Prämien-gutscheine als Zahlungsmittel	118

(b) Prämienengutscheine in der Sache <i>Argos Distributors</i> kein gesetzliches oder vertraglich akzeptiertes Zahlungsmittel	119
(c) Prämienengutscheine in der Sache <i>Argos Distributors</i> kein sonstiges Zahlungsmittel	121
(d) Zwischenfazit	124
(2) Ausgabepreis der Prämienengutscheine als Gegenleistung i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	125
(a) Begründung und Erfüllung nicht verbrieft Leistungsansprüche	125
(b) Prämienengutscheine vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	126
(c) Abgrenzung zu sog. Call-Optionen	128
(d) Abgrenzung zu Eintrittskarten und Fahrscheinen	129
(3) Anwendung des Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG bei der Einlösung von Prämienengutscheinen	130
(a) Rabatte i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG	130
(b) Zwischenfazit	131
(4) Ausgabe und Einlösung von Prämienengutscheinen in der Sache <i>Argos Distributors</i>	131
c) Einlösung von Prämienengutscheinen seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	133
(1) Anwendungsbereich der Gutschein-Richtlinie	133
(2) Ein- und Mehrzweck-Gutscheine	135
(3) Bedeutung der Sache <i>Argos Distributors</i>	137
VI. <i>Elida Gibbs</i>	137
1. Ausgangsverfahren	138
2. Vorlagefragen	139
3. Entscheidung des EuGH	139
a) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage bei Preisnachlassgutscheinen	140

(1) Preisnachlassgutscheine als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	141
(2) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage des Einzelhändlers nach Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG	141
(3) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage des Herstellers nach Art. 11 Teil C Abs. 1 RL 77/388/EWG	142
(a) Erfordernis eines unmittelbaren Zusammenhangs	143
(b) „Kette von Umsätzen“ in der Sache <i>Elida Gibbs</i> als Anwendungsfall eines unmittelbaren Zusammenhangs	144
(c) Zwischenfazit	145
b) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage bei Preiserstattungsgutscheinen	146
(1) Preiserstattungsgutscheine als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	146
(2) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage des Herstellers nach Art. 11 Teil C Abs. 1 RL 77/388/EWG	147
(a) Erfordernis eines unmittelbaren Zusammenhangs	147
(b) „Kette von Umsätzen“ in der Sache <i>Elida Gibbs</i> als Anwendungsfall eines unmittelbaren Zusammenhangs	148
(c) Zwischenfazit	149
c) Keine Korrektur des Vorsteuerabzugs des unmittelbaren Abnehmers, der Zwischenumsätze und der Rechnungen	149
d) Einlösung von Preisnachlass- und Preiserstattungsgutscheinen seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	150
VII. <i>Kuwait Petroleum</i>	151
1. Ausgangsverfahren	152
2. Vorlagefragen	153
3. Entscheidung des EuGH	153

a) Q8-Gutscheine als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	154
(1) Q8-Gutscheine in der Sache <i>Kuwait Petroleum</i> keine Prämiengutscheine, sondern Prämienpunkte	154
(2) Zwischenfazit	155
b) Unentgeltlichkeit der Prämienleistungen und der zugegebenen Q8-Gutscheine	155
(1) Keine Gegenleistung des Begünstigten i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	156
(2) Keine Gegenleistung eines Dritten i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	158
c) Keine Rabatte und Rückvergütungen i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG i.H.v. 100 %	159
(1) (Un-)Entgeltliche Leistungen im Regelungssystem der Sechsten EG-Richtlinie	159
(2) Rabatte i.H.v. 100 % als unentgeltliche Leistungen	160
(3) Gestaltungsmöglichkeiten	161
d) Keine unentgeltlichen Wertabgaben zu unternehmerischen Zwecken	163
(1) Vorsteuerabzugsberechtigung der <i>Kuwait Petroleum Ltd.</i> i.S.d. Art. 5 Abs. 6 S. 1 RL 77/388/EWG	163
(2) Q8-Gutscheine in der Sache <i>Kuwait Petroleum</i> als unentgeltliche Wertabgaben	165
(3) Prämienleistungen in der Sache <i>Kuwait Petroleum</i> als unentgeltliche Wertabgaben	165
(4) Keine unentgeltlichen Wertabgaben zu unternehmerischen Zwecken	167
(a) Normzweck unentgeltlicher Wertabgaben	167
(b) Verstoß gegen Verbrauchsteuerprinzip und Neutralitätsgrundsatz als Belastungsneutralität	168
(c) Verstoß gegen Neutralitätsgrundsatz als Wettbewerbsgleichheit	169
(d) Zwischenfazit	170

e) Keine Minderung der Steuerbemessungsgrundlage der ursprünglichen Treibstofflieferungen	171
(1) Naturalrabatte	172
(2) Naturalrabatte im Mehrwertsteuerrecht	172
(a) Einheitliche Leistungen	173
(b) Unentgeltliche Naturalrabatte	174
(c) Entgeltliche Naturalrabatte	174
(3) Unentgeltliche Naturalrabatte in der Sache <i>Kuwait Petroleum</i>	175
(a) Unentgeltliche Naturalrabatte im Zwei- Personen-Verhältnis	176
(b) Unentgeltliche Naturalrabatte im Mehr- Personen-Verhältnis	176
f) Einlösung von Prämienpunkten seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	177
(1) Prämienpunkte keine Instrumente i.S.d. Art. 30a Nr. 1 MwStSystRL	177
(2) „Zusammenstellung“ der Prämienpunkte kein Instrument i.S.d. Art. 30a Nr. 1 MwStSystRL	178
(3) Zwischenfazit	178
VIII. <i>Primback</i>	179
1. Ausgangsverfahren	179
2. Vorlagefrage	180
3. Entscheidung des EuGH	180
a) Entgeltliche Dienstleistungen der Geldinstitute	180
b) Aufrechnung keine Rabatte und Rückvergütungen i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG	181
IX. <i>Freemans</i>	182
1. Ausgangsverfahren	182
2. Vorlagefrage	183
3. Entscheidung des EuGH	183
a) Gutschriftensystem als Maßnahme der Absatzförderung und Kundenbindung	184
(1) Gutschriftensystem kein Punktesystem	184
(2) Gutschriftensystem keine Rabatt- oder Prämiengutscheine, sondern Guthaben	185
b) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage der ursprünglichen Warenlieferungen	185

(1) Zeitpunkt einer Entgeltminderung gemäß Art. 11 Teil A Abs. 3 b), Teil C Abs. 1	
RL 77/388/EWG	186
(a) Tatsächliches „Erhalten“ eines Rabatts, einer Rückvergütung oder eines Preisnachlasses	186
(b) Einheitliche Steuerbemessungsgrundlage nach Art. 11 RL 77/388/EWG	187
(2) Keine Entgeltminderung durch Anspruch auf Gutschrift	189
(3) Keine Entgeltminderung durch Gutschrift selbst	189
(4) Entgeltminderung bei Auszahlung durch Scheck oder Postüberweisung	190
(5) Entgeltminderung beim Ausgleich von Schulden und bei der Bezahlung nachfolgender Warenlieferungen	191
(6) Entgeltminderung bei „Auszahlung“ in Losen der staatlichen Lotterie	192
(a) Lose der staatlichen Lotterie als Lieferung i.S.d. Art. 5 Abs. 1 RL 77/388/EWG	193
(b) Entgeltliche Naturalrabatte in der Sache <i>Freemans</i>	193
X. Bertelsmann	194
1. Ausgangsverfahren	194
2. Vorlagefrage	195
3. Entscheidung des EuGH	195
a) Tauschähnliches Geschäft	195
b) Steuerbemessungsgrundlage im Fall der Drittvermittlung	196
XI. Kommission gegen Bundesrepublik Deutschland	197
1. Vertragsverletzungsverfahren	198
2. Entscheidung des EuGH	199
a) Steuerbemessungsgrundlage des rabattgewährenden Einzelhändlers	199
(1) Rabatt des Einzelhändlers i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG	200

(2) Zu zahlende Erstattungsbeträge als Gegenleistung eines Dritten i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	200
(a) EuGH: Preisnachlassgutscheine als verkörperte Erstattungsansprüche	201
(b) Preisnachlassgutscheine in der Sache <i>Kommission gegen Bundesrepublik Deutschland</i> kein Zahlungsmittel	202
(c) Zu zahlende Erstattungsbeträge als Gegenleistung eines Dritten i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	204
(3) Zwischenfazit	205
b) Ausfuhr- oder innergemeinschaftliche Lieferungen an die Begünstigten	205
(1) Vorsteuerüberhang im Ursprungsstaat	206
(2) Keine Minderung der Steuerbemessungsgrundlage des Herstellers nach Art. 11 Teil C Abs. 1 RL 77/388/EWG	207
(a) EuGH: keine Anwendung der <i>Elida Gibbs</i> Rechtsprechung	207
(b) Entgeltminderungen i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 3 b), Teil C Abs. 1 RL 77/388/EWG als Brutto-Beträge	209
c) Vorsteuerabzugsberechtigte Steuerpflichtige als Begünstigte	210
(1) Vorsteuerüberhang	210
(2) Minderung des Vorsteuerabzugs der Begünstigten nach Art. 20 Abs. 1 b) RL 77/388/EWG	210
d) Rabattsysteme und Prämiensysteme	211
XII. <i>Yorkshire Co-operatives</i> und <i>First Choice Holidays</i>	212
1. Ausgangsverfahren <i>Yorkshire Co-operatives</i>	212
2. Ausgangsverfahren <i>First Choice Holidays</i>	213
3. Vorlagefragen	214
4. Entscheidungen des EuGH	215
a) Entscheidung <i>Yorkshire Co-operatives</i>	215
b) Entscheidung <i>First Choice Holidays</i>	216

(1) Margenbesteuerung gemäß Art. 26 Abs. 2 S. 3 RL 77/388/EWG	216
(2) Steuerbemessungsgrundlage der <i>First Choice Holidays PLC</i>	217
(a) Rabatte der <i>First Choice Holidays PLC</i> i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG i.V.m. Art. 26 Abs. 2 S. 3 RL 77/388/EWG	217
(b) Differenzbeträge der Reisebüros als Gegenleistung eines Dritten i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG i.V.m. Art. 26 Abs. 2 S. 3 RL 77/388/EWG	218
(c) Zwischenfazit	219
XIII. <i>Astra Zeneca UK</i>	220
1. Ausgangsverfahren	220
2. Vorlagefragen	221
3. Entscheidung des EuGH	221
a) Nennwertgutscheine als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	222
(1) Nennwertgutscheine in der Sache <i>Astra Zeneca UK</i> keine Guthabenkarten	222
(2) Nennwertgutscheine in der Sache <i>Astra Zeneca UK</i> als Prämiengutscheine	223
b) Übertragung von Prämiengutscheinen vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	223
(1) Übertragung von Prämiengutscheinen als Dienstleistung i.S.d. Art. 6 Abs. 1 RL 77/388/EWG	224
(a) Übertragung nicht verbrieferter Leistungsansprüche	226
(b) Übertragung von Prämiengutscheinen vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	227
(c) Entgelt und unmittelbarer Zusammenhang in der Sache <i>Astra Zeneca UK</i>	229
(2) Prämiengutscheine im Mehrwertsteuersystem vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	229

(a) Gesamt Mehrwertsteuerbelastung nach den Sachen <i>Argos Distributors</i> und <i>Astra Zeneca UK</i>	230
(b) <i>Astra Zeneca UK</i> keine Einzelfallentscheidung zum britischen Umsatzsteuerrecht	232
(c) Keine Unterscheidung zwischen Waren- und Wertgutscheinen	233
(d) Keine Akzessorietät zwischen der Übertragung von Prämien Gutscheinen und den Prämienleistungen	234
(e) (Vermeintlich) systemwidrige Doppelbesteuerung	235
c) Übertragung von Prämien Gutscheinen seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	238
(1) Erlass der Gutschein-Richtlinie	239
(2) Übertragung von Prämien Gutscheinen seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	240
(a) Übertragung von Mehrzweck-Gutscheinen	240
(b) Übertragung von Einzweck-Gutscheinen	241
XIV. <i>Loyalty Management UK</i> und <i>Baxi Group</i>	242
1. Ausgangsverfahren	242
a) Ausgangsverfahren <i>Loyalty Management UK</i>	242
b) Ausgangsverfahren <i>Baxi Group</i>	243
2. Vorlagefragen	244
3. Entscheidung des EuGH	244
a) Punktesysteme als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	245
b) Prämien systeme in den Sachen <i>Loyalty Management UK</i> und <i>Baxi Group</i>	246
(1) Keine Gegenleistung des Begünstigten i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	247
(2) Gegenleistung eines Dritten i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	248
(a) Unmittelbarer Zusammenhang bei der Gegenleistung eines Dritten	248

(b) Unmittelbarer Zusammenhang in der Sache <i>Loyalty Management UK</i>	249
(c) Unmittelbarer Zusammenhang in der Sache <i>Baxi Group</i>	249
(d) Vorsteuerabzug bei der Gegenleistung eines Dritten i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 1 a) RL 77/388/EWG	251
c) Rabattsystem in der Sache <i>Loyalty Management UK</i>	251
d) Minderungen der Steuerbemessungsgrundlage der Sponsoren	252
(1) Kein Rabatt durch Gutschrift der Punkte	252
(2) Geldrabatte und entgeltliche Naturalrabatte bei Einschaltung Dritter	253
XV. <i>EMI Group</i>	255
1. Ausgangsverfahren	255
2. Vorlagefragen	256
3. Entscheidung des EuGH	257
a) Keine unentgeltlichen Wertabgaben zu unternehmerischen Zwecken	258
(1) Bestätigung und Fortentwicklung der Entscheidung <i>Kuwait Petroleum</i> durch den EuGH	259
(2) Gratiskopien in der Sache <i>EMI Group</i> als Maßnahme der Absatzförderung	259
b) Bedeutung der Entscheidung <i>EMI Group</i>	260
XVI. <i>MacDonald Resorts</i>	260
1. Ausgangsverfahren	260
2. Vorlagefragen	262
3. Entscheidung des EuGH	262
a) Punkte und Punkte-Rechte als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	263
(1) Punkte in der Sache <i>MacDonald Resorts</i> keine Prämiengutscheine, sondern Prämienpunkte	263
(2) Punkte-Rechte in der Sache <i>MacDonald Resorts</i> keine Prämiengutscheine und keine Prämienpunkte	265

b) Prämienleistungen bei der Einlösung von Prämienpunkten	265
(1) Ausgabe von Prämienpunkten kein verbrauchsfähiger Vorteil	265
(2) Ort der Prämienleistungen und Steuerbefreiungen	266
c) Entgeltlichkeit der Prämienleistungen	267
(1) Prämienpunkte kein Entgelt i.S.d. Art. 2 Nr. 1 RL 77/388/EWG	267
(a) EuGH: Prämienpunkte als Zahlungsmittel	267
(b) Prämienpunkte kein Zahlungsmittel	268
(2) Ausgabepreis der Punkte-Rechte als Entgelt i.S.d. Art. 2 Nr. 1 RL 77/388/EWG	269
(a) Ausgabepreis der Punkte-Rechte und unmittelbarer Zusammenhang	270
(b) Keine Anzahlungsbesteuerung bei Ausgabe der Punkte-Rechte gemäß Art. 10 Abs. 2 UAbs. 2 RL 77/388/EWG	271
XVII. <i>Kraft Foods Polska</i>	271
1. Ausgangsverfahren	271
2. Vorlagefrage	272
3. Entscheidung des EuGH	272
a) Gestaltungsspielraum der Mitgliedstaaten gemäß Art. 90 Abs. 1, 273 MwStSystRL	273
b) Grenzen des Gestaltungsspielraums der Mitgliedstaaten	274
(1) EuGH: grds. Wahrung des Verhältnismäßigkeitsprinzip und des Neutralitätsgrundsatzes	274
(2) Verstoß gegen das Verhältnismäßigkeitsprinzip und den Neutralitätsgrundsatz	276
(a) Normzweck der nationalen Gesetzesbestimmung in der Sache <i>Kraft Foods Polska</i>	276
(b) Ungeeignetheit und Verstoß gegen den Neutralitätsgrundsatz	276
XVIII. <i>Lebara</i>	278

1. Ausgangsverfahren	278
2. Vorlagefragen	279
3. Entscheidung des EuGH	279
a) Prepaid-Calling-Cards als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	280
(1) Prepaid-Calling-Cards in der Sache <i>Lebara</i> keine Guthabenkarten	281
(2) Prepaid-Calling-Cards in der Sache <i>Lebara</i> keine unbegrenzten Prämienberechtigungen	281
(a) Unbegrenzte Prämienberechtigungen	282
(b) Prepaid-Calling-Cards in der Sache <i>Lebara</i> keine unbegrenzten Prämienberechtigungen	282
(3) Prepaid-Calling-Cards in der Sache <i>Lebara</i> als Prämiengutscheine	283
b) Ausgabe, Übertragung und Einlösung von Prämiengutscheinen vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	284
(1) EuGH: Ausgabe von Prämiengutscheinen als verbrauchsfähiger Vorteil	284
(2) Ausgabe, Übertragung und Einlösung von Prämiengutscheinen vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	285
(a) Ausgabe der Prepaid-Calling-Cards in der Sache <i>Lebara</i>	285
(b) Prämienleistungen bei Einlösung der Prepaid-Calling-Cards in der Sache <i>Lebara</i>	286
(3) Zwischenfazit	288
c) Ausgabe, Übertragung und Einlösung von Prämiengutscheinen seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	289
(1) Prepaid-Calling-Cards in der Sache <i>Lebara</i> als Einzweck-Gutscheine	289
(2) Prepaid-Karten als Mehrzweck-Gutscheine, unbegrenzte Prämienberechtigungen und Guthabenkarten	289
XIX. <i>Ibero Tours</i>	290

1. Ausgangsverfahren	290
2. Vorlagefragen	291
3. Entscheidung des EuGH	292
a) Aufrechnung keine Rabatte und Rückvergütungen i.S.d. Art. 11 Teil A Abs. 3 b) RL 77/388/EWG	293
b) Keine Rabatte der <i>Ibero Tours GmbH</i> gegenüber den Reiseveranstaltern	293
c) Anwendbarkeit der <i>Elida Gibbs</i> Rechtsprechung in der Sache <i>Ibero Tours</i>	293
(1) Keine Rabatte der Reiseveranstalter gegenüber den Reisekunden	294
(a) Rabatte der <i>Ibero Tours GmbH</i> im eigenen Namen und für eigene Rechnung	294
(b) Vergleichbarkeit mit Entscheidungen <i>Elida Gibbs</i> und <i>Kommission gegen Bundesrepublik Deutschland</i>	295
(2) „Kette von Umsätzen“ i.S.d. <i>Elida Gibbs</i> Rechtsprechung	296
(a) EuGH: keine „Kette von Umsätzen“ in der Sache <i>Ibero Tours</i>	296
(b) „Kette von Umsätzen“ als Anwendungsfall eines unmittelbaren Zusammenhangs	297
(c) Zwischenfazit	299
d) Weitergehende Vorlagefragen in der Sache <i>Ibero Tours</i>	299
(1) Anwendbarkeit der <i>Elida Gibbs</i> Rechtsprechung im Rahmen des Art. 26 RL 77/388/EWG	300
(2) Keine Anwendbarkeit der <i>Elida Gibbs</i> Rechtsprechung bei steuerfreien Reisedienstleistungen	300
XX. <i>Granton Advertising</i>	301
1. Ausgangsverfahren	301
2. Vorlagefragen	303
3. Entscheidung des EuGH	303
a) Grantoncards als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	303

(1) Grantoncards in der Sache <i>Granton Advertising</i> als Rabattinstrumente	304
(2) Grantoncards in der Sache <i>Granton Advertising</i> als (mehrere) Rabattgutscheine oder unbegrenzte Rabattberechtigungen	305
b) Mehrwertsteuerpflichtigkeit der Ausgabe von Rabattberechtigungen	305
(1) Grantoncards keine „sonstige[n] Wertpapiere“ i.S.d. Art. 13 Teil B d) Nr. 5 RL 77/388/EWG	305
(2) Grantoncards keine „anderen Handelspapiere[...]“ i.S.d. Art. 13 Teil B d) Nr. 3 RL 77/388/EWG	306
c) Mehrwertsteuerbarkeit der Ausgabe von Rabattberechtigungen	308
(1) Ausgabe von Rabattberechtigungen als verbrauchsfähiger Vorteil	308
(2) Ausgabepreis der Grantoncards und unmittelbarer Zusammenhang	310
(3) Keine Akzessorietät zwischen Ausgabe der Rabattberechtigungen und rabattierten Leistungen	311
d) Ausgabe und Einlösung von Rabattgutscheinen bzw. unbegrenzten Rabattberechtigungen seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	312
XXI. Boehringer Ingelheim Pharma	312
1. Ausgangsverfahren	313
2. Vorlagefrage	314
3. Entscheidung des EuGH	314
a) Leistungsempfänger der Arzneimittellieferungen der Apotheken	315
(1) EuGH: private Krankenversicherungen als Leistungsempfänger der Apotheken	316
(2) Bestimmung des mehrwertsteuerlichen Leistungsempfängers	317
(3) Rechtsverhältnis in der Sache <i>Boehringer Ingelheim Pharma</i>	317

(a) Kostenerstattungsprinzip im deutschen Recht der privaten Krankenversicherung	318
(b) Kaufverträge über Arzneimittel in der Sache <i>Boehringer Ingelheim Pharma</i> als Rechtsverhältnis	319
(c) Kostenerstattungsanspruch in der Sache <i>Boehringer Ingelheim Pharma</i> kein Rechtsverhältnis	319
(d) Tatsächliche Kostenerstattung in der Sache <i>Boehringer Ingelheim Pharma</i> kein Rechtsverhältnis	321
(4) Zwischenfazit	322
(a) Verstoß gegen das Folgerichtigkeitsgebot und den Neutralitätsgrundsatz	322
(b) Verstoß gegen das Verbrauchsteuerprinzip	322
b) Anwendbarkeit der <i>Elida Gibbs</i> Rechtsprechung bei Rabatten an außerhalb der Leistungskette stehende Dritte	323
(1) Verhältnis zu gesetzlichen Herstellerrabatten gegenüber Krankenkassen	324
(a) Normzweck des § 1 S. 1 AMRabG und des § 130a Abs. 1 S. 1, 3 SGB V	324
(b) Entgeltminderungen bei unmittelbarem Zusammenhang	325
(2) Fehlende Verfügungsfreiheit über Gegenleistung in der Sache <i>Boehringer Ingelheim Pharma</i>	326
(3) Zwischenfazit	328
XXII. <i>Marcandi</i>	328
1. Ausgangsverfahren	328
2. Vorlagefragen	330
3. Entscheidung des EuGH	331
a) Guthabenpunkte als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	332
(1) EuGH: Guthabenpunkte in der Sache <i>Marcandi</i> als Prämienleistungen	332
(2) Guthabenpunkte in der Sache <i>Marcandi</i> als Prämiengutscheine	333

(a) Gewinnchancen in der Sache <i>Marcandi</i> als Prämienleistungen	333
(b) Guthabenpunkte in der Sache <i>Marcandi</i> als Prämiengutscheine	334
b) Prämiengutscheine vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	335
(1) Ausgabe und Einlösung von Prämiengutscheinen vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	335
(a) Ausgabe der Guthabenpunkte in der Sache <i>Marcandi</i>	336
(b) Prämienleistungen bei Einlösung der Guthabenpunkte in der Sache <i>Marcandi</i>	336
(c) Zwischenfazit	337
(2) Keine Minderung der Steuerbemessungsgrundlage gemäß Art. 79 b), 90 Abs. 1 MwStSystRL	337
c) Prämiengutscheine seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	338
d) Steuerbemessungsgrundlage der nachfolgenden Warenlieferungen	339
(1) Warenlieferungen bei Zuschlag	339
(2) Warenlieferungen bei Buy-Now-Funktion	340
(3) Warenlieferungen bei Earned-Discount-Funktion	341
(4) Rabatte i.H.v 100 % bei Buy-Now-Funktion und Earned-Discount	342
(a) EuGH: Anwendbarkeit des Art. 79 b) MwStSystRL bei „Bestimmbarkeit“ der Gegenleistung	342
(b) Keine entgeltlichen Naturalrabatte in der Sache <i>Marcandi</i>	343
(c) Versand und Auftragsbearbeitung als Nebenleistungen	344
(d) Zwischenfazit	344
XXIII. <i>World Comm Trading</i>	345
1. Ausgangsverfahren	345
2. Vorlagefragen	346

3. Entscheidung des EuGH	346
a) Mehrwertsteuerliche Aufteilung von Gesamtrabatten	347
(1) Unmittelbarer Zusammenhang mit mehreren Leistungen	347
(2) Belegerteilungspflicht in Anwendung des Art. 186 MwStSystRL	348
b) Unmittelbarer Zusammenhang in der Sache <i>World Comm Trading</i>	349
XXIV. <i>Firma Z</i>	349
1. Ausgangsverfahren	349
2. Vorlagefragen	350
3. Entscheidung des EuGH	351
a) Leistungsempfänger der Arzneimittellieferungen der <i>Firma Z</i>	351
(1) Bestimmung des mehrwertsteuerlichen Leistungsempfängers	352
(a) Sachleistungsprinzip im deutschen Recht der gesetzlichen Krankenversicherung	353
(b) Sachleistungsprinzip als zu Grunde liegendes Rechtsverhältnis	354
(c) Zwischenfazit	356
(2) Grenzüberschreitende Lieferkette in der Sache <i>Firma Z</i>	356
b) Keine Anwendung der <i>Elida Gibbs</i> Rechtsprechung auf absatzstufenübergreifende Rabatte innergemeinschaftlicher Lieferer	357
(1) Unmittelbarer Zusammenhang in der Sache <i>Firma Z</i>	358
(2) Keine Minderung der Steuerbemessungsgrundlage innergemeinschaftlicher Lieferer nach Art. 90 Abs. 1 MwStSystRL	358
(a) Normzweck des innergemeinschaftlichen Erwerbs	358
(b) Keine Korrektur im Ursprungsstaat in der Sache <i>Firma Z</i>	359

(c) Keine Korrektur im Bestimmungsstaat in der Sache <i>Firma Z</i>	360
c) Anwendbarkeit der <i>Elida Gibbs</i> Rechtsprechung im (sonstigen) grenzüberschreitenden Kontext	362
d) Keine Anwendung der <i>Elida Gibbs</i> Rechtsprechung bei Rabatten an Erwerber nicht mehrwertsteuerbarer Lieferungen	363
e) Keine Minderung der Steuerbemessungsgrundlage der Arzneimittellieferungen an Privatversicherte	364
XXV. Boehringer Ingelheim II	365
1. Ausgangsverfahren	365
2. Vorlagefragen	366
3. Entscheidung des EuGH	366
a) Leistungsempfänger der Arzneimittellieferungen der Apotheken	367
b) Anwendbarkeit der <i>Elida Gibbs</i> Rechtsprechung bei Rabatten an außerhalb der Leistungskette stehende Dritte	368
(1) EuGH: fehlende Verfügungsfreiheit über Gegenleistung in der Sache <i>Boehringer Ingelheim II</i>	368
(2) Verfügungsfreiheit über Gegenleistung in der Sache <i>Boehringer Ingelheim II</i>	369
(a) Abschluss der Zuschussvolumenverträge in der Sache <i>Boehringer Ingelheim II</i> als Ausdruck der Verfügungsfreiheit	369
(b) Unmittelbarer Zusammenhang in der Sache <i>Boehringer Ingelheim II</i>	370
(c) Zwischenfazit	371
c) Gestaltungsspielraum der Mitgliedstaaten nach Art. 90 Abs. 1, 273 MwStSystRL	372
(1) Gestaltungsspielraum der Mitgliedstaaten gemäß Art. 90 Abs. 1, 273 MwStSystRL	372
(2) Grenzen des Gestaltungsspielraums der Mitgliedstaaten	372
XXVI. DSAB Destination Stockholm	373
1. Ausgangsverfahren	373
2. Vorlagefragen	375

3. Entscheidung des EuGH	375
a) City-Cards als Instrument der Absatzförderung und Kundenbindung	376
(1) City-Cards in der Sache <i>DSAB Destination Stockholm</i> als Prämiengutscheine nach Art. 30a Nr. 1 MwStSystRL	376
(a) Tatbestandsvoraussetzungen des Art. 30a Nr. 1 MwStSystRL und Abgrenzung zu Rabattgutscheinen	376
(b) City-Cards in der Sache <i>DSAB Destination Stockholm</i> keine unbegrenzten Prämienberechtigungen	378
(i) Anteiliger Verbrauch durch Inanspruchnahme einzelner Prämienleistungen	378
(ii) Unbegrenzte Prämienberechtigung bei nur scheinbar anteiligem Verbrauch	380
(iii) Keine Anwendung der Gutschein-Richtlinie auf unbegrenzte Prämienberechtigungen	381
(c) City-Cards in der Sache <i>DSAB Destination Stockholm</i> keine Guthabenkarten	382
(2) City-Cards in der Sache <i>DSAB Destination Stockholm</i> als Mehrzweck-Gutscheine, Art. 30a Nr. 3 MwStSystRL	382
b) Prämiengutscheine seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	383
(1) Ausgabe und Einlösung der Mehrzweck-Gutscheine, Art. 30b Abs. 2 UAbs. 1 MwStSystRL	383
(2) Bestimmbare Vertriebs- oder Absatzförderungsleistungen der <i>DSAB Destination Stockholm AB</i> gegenüber den Vertragspartnern, Art. 30b Abs. 2 UAbs. 2 MwStSystRL	384
XXVII. Zwischenresümee	387

Kapitel 3: Die Matrix der Absatzförderung und Kundenbindung	389
A. Systematisierung der Instrumente der Absatzförderung und Kundenbindung	389
I. Instrumente der Absatzförderung und Kundenbindung	389
II. Systematisierung nach der Funktionsweise der Berechtigung	390
1. Gutscheine	390
2. Unbegrenzte Berechtigungen	390
3. Punktesysteme	391
III. Systematisierung nach dem Inhalt der Berechtigung	391
1. Rabattinstrumente	391
2. Prämieninstrumente	392
3. Zahlungsinstrumente	392
B. Rabattsysteme	393
I. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Rabattberechtigungen	393
1. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Rabattgutscheinen und nicht instrumentalisierten Rabattansprüchen	393
2. Ausgabe, Übertragung und Verfall unbegrenzter Rabattberechtigungen	394
3. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Rabattpunkten	394
II. Rabatte und Einlösung von Rabattinstrumenten	394
1. Rabattsysteme im Zwei-Personen-Verhältnis	395
a) Keine Rabatte, sondern Entgeltverwendung	395
b) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage und des Vorsteuerabzugs	396
(1) Geldrabatte und unmittelbarer Zusammenhang	396
(a) Unmittelbarer Zusammenhang als Zurechnungskriterium bei mehreren Umsätzen	396
(b) Unmittelbarer Zusammenhang bei Einschaltung Dritter	397
(2) Naturalrabatte und unmittelbarer Zusammenhang	397
(3) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage	398

(a) Anfängliche und nachträgliche Minderungen der Steuerbemessungsgrundlage	398
(b) Grenzen des Gestaltungsspielraums der Mitgliedstaaten i.S.d. Art. 90 Abs. 1, 273 MwStSystRL	399
(4) Minderung des Vorsteuerabzugs	399
c) Rabattauffüllendes Entgelt	400
(1) Rabattauffüllendes Entgelt des begünstigten Leistungsempfängers	400
(2) Rabattauffüllendes Entgelt eines Dritten	400
2. Rabattsysteme im Mehr-Personen-Verhältnis	401
a) Geldrabatte und unmittelbarer Zusammenhang	401
(1) Begünstigter als Teil einer Lieferkette	402
(2) Begünstigter als Teil einer sonstigen Leistungskette	402
(3) Begünstigter außerhalb der Leistungskette	402
b) Naturalrabatte und unmittelbarer Zusammenhang	402
c) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage	403
(1) Minderung der Steuerbemessungsgrundlage und keine Korrektur des Vorsteuerabzugs des unmittelbaren Abnehmers, der Zwischenumsätze und der Rechnungen	403
(2) Nicht mehrwertsteuerbarer oder steuerfreier Leistungsbezug des Begünstigten	403
(3) Steuerfreie Leistung des rabattgewährenden Steuerpflichtigen	403
(4) Grenzen des Gestaltungsspielraums der Mitgliedstaaten i.S.d. Art. 90 Abs. 1, 273 MwStSystRL	404
d) Minderung des Vorsteuerabzugs	404
III. Programmmanagement von Rabattsystemen	404
C. Prämiensysteme	405
I. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Prämienberechtigungen	405
1. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Prämiengutscheinen und nicht instrumentalisierten Prämienleistungsansprüchen	405

a) Prämiengutscheine bis einschließlich zum 31. Dezember 2018 und Prämienleistungsansprüche	405
b) Prämiengutscheine seit dem 1. Januar 2019	406
(1) Einzweck-Gutscheine i.S.d. Art. 30a Nr. 2 MwStSystRL	406
(2) Mehrzweck-Gutscheine i.S.d. Art. 30a Nr. 3 MwStSystRL	407
2. Ausgabe, Übertragung und Verfall unbegrenzter Prämienberechtigungen	407
3. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Prämienpunkten	408
II. Prämien und Einlösung von Prämieninstrumenten	408
1. Prämiensysteme im Zwei-Personen-Verhältnis	408
a) Prämienleistungen als verbrauchsfähiger Vorteil	409
b) Entgeltlichkeit der Prämienleistungen	410
(1) Entgelt des Begünstigten	410
(a) Leistung des Begünstigten	410
(b) Entgeltliche Naturalrabatte	411
(c) Entgelt bei der Einlösung von Prämieninstrumenten	411
(d) Zuzahlung des Begünstigten	412
(2) Entgelt eines Dritten	412
(3) Unentgeltliche Prämienleistungen	413
2. Prämiensysteme im Mehr-Personen-Verhältnis	413
a) Prämienleistungen als verbrauchsfähiger Vorteil	414
b) Entgeltlichkeit der Prämienleistungen	414
(1) Entgelt des Begünstigten	414
(2) Entgelt eines Dritten	415
(a) Ausgabepreis weiterübertragener Prämieninstrumente	415
(b) Clearingzahlung eines Dritten	415
(c) Entgeltliche Naturalrabatte	415
(3) Unentgeltliche Prämienleistungen	416
III. Programmmanagement von Prämieninstrumenten	416

D. Zahlungssysteme	416
I. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Zahlungsinstrumenten und nicht instrumentalisierten Zahlungsansprüchen	417
II. Zahlungssysteme und Einlösung von Zahlungsinstrumenten	417
1. Zahlungssysteme im Zwei-Personen-Verhältnis	417
2. Zahlungssysteme im Mehr-Personen-Verhältnis	418
III. Programmmanagement von Zahlungssystemen	418
 Kapitel 4: Absatzförderung und Kundenbindung in der Bundesrepublik Deutschland	
A. Rabattsysteme in der nationalen Rechtsprechung	421
I. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Rabattberechtigungen	421
1. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Rabattgutscheinen und nicht instrumentalisierten Rabattansprüchen	421
a) Entgeltliche Ausgabe von Nennwertgutscheinen und entgeltliches Versprechen von Zahlungsabzügen als (möglicher) Leistungsaustausch	422
b) Ausgabe von Preisnachlassgutscheinen kein verbrauchsfähiger Vorteil	423
c) Ausgabe von Rabattgutscheinen als verbrauchsfähiger Vorteil	424
d) Einräumen nicht instrumentalisierter Rabattansprüche kein verbrauchsfähiger Vorteil	426
(1) Aufwandsentschädigungen an nicht zuzahlungspflichtige Kassenpatienten	426
(2) BFH: Einräumen nicht instrumentalisierter Rabattansprüche kein verbrauchsfähiger Vorteil	427
(3) Einräumen nicht instrumentalisierter Rabattansprüche als verbrauchsfähiger Vorteil	427
2. Ausgabe, Übertragung und Verfall unbegrenzter Rabattberechtigungen	428

a) Ausgabe sog. Clubmitgliedschaften als verbrauchsfähiger Vorteil	428
b) Ausgabe von Supermarkt-Mitgliedschaften als verbrauchsfähiger Vorteil	429
(1) Ausgabepreis und unmittelbarer Zusammenhang	431
(2) Steuerpflichtigkeit und Steuersatz	432
II. Rabatte und Einlösung von Rabattinstrumenten	433
1. Rabattsysteme im Zwei-Personen-Verhältnis	433
a) Kein Rabatt, sondern Entgelt für Leistung des Leistungsempfängers	433
(1) Kein Rabatt bei Rückleistung des Leistungsempfängers	434
(a) Remissionsrecht	434
(b) Rückgaberecht	435
(2) Kein Rabatt bei Drittvermittlung durch den Leistungsempfänger	436
(a) Dritt- statt Selbstvermittlung	436
(b) Unmittelbarer Zusammenhang mit Vermittlungsleistung des Leistungsempfängers	438
(3) Möglicher Rabatt bei Selbstvermittlung durch den Leistungsempfänger	440
(a) Teilnahme an Verkaufswettbewerben und Erhöhung der Abnahmemenge	440
(b) Vertragsannahme, -verlängerung, -einhaltung und -abwicklung	442
(4) Kein Rabatt bei Fremdwerbung, möglicher Rabatt bei Eigenwerbung des Leistungsempfängers	444
(5) Möglicher Rabatt bei Mitwirkungshandlungen und Daten bzw. Datenverwertungsrechten des Leistungsempfängers	448
(a) Leistungsbezogene Mitwirkungshandlungen und Daten bzw. Datenverwertungsrechte des Leistungsempfängers	448

(b) Zahlungsbezogene Mitwirkungshandlungen des Begünstigten	449
b) Kein Rabatt, sondern Entgelt für Leistung eines Dritten	451
(1) Weiterleitung von Provisionszahlungen durch einen Dritten für eigene Rechnung	451
(2) Ausbleibende Refundierung einer Vorverkaufsgebühr	453
(3) Warenlieferungen mit Übernahme der Finanzierungskosten	454
c) Geldrabatte und unmittelbarer Zusammenhang	456
(1) Unmittelbarer Zusammenhang als Zurechnungskriterium	456
(2) Unmittelbarer Zusammenhang als Zurechnungskriterium bei mehreren Umsätzen	458
(3) Unmittelbarer Zusammenhang bei sog. Kopplungs- und Bundle-Angeboten zu Gesamtpreisen	460
(a) Kopplungs- und Bundle-Angebote zu Gesamtpreisen	460
(b) Aufteilung von Gesamtpreisen anhand des zu Grunde liegenden Rechtsverhältnisses	461
(c) Aufteilung anhand der einfachstmöglichen Berechnungs- oder Bewertungsmethode	462
(4) Unmittelbarer Zusammenhang bei Einschaltung Dritter	464
(a) Weiterleitung eines Verzichts- bzw. Zahlungsbetrags durch einen Dritten	464
(b) Rabatte für fremde Rechnung im Rahmen eines Punktesystems	466
(i) Hybrides Rabatt- und Prämienpunktesystem	466
(ii) Keine Entgeltminderung durch Gutschrift oder Verfügungsmöglichkeit über Gutschrift	467

(iii) Keine Entgeltminderung durch Punktecleasing	468
(iv) Entgeltminderung durch instore redemption beim selben Partnerunternehmen	469
(v) Entgeltminderung durch instore redemption bei einem anderen Partnerunternehmen	470
d) Entgeltliche Naturalrabatte und unmittelbarer Zusammenhang	472
(1) Keine Naturalrabatte bei einheitlichen Leistungen	472
(2) Unentgeltliche Naturalrabatte bei Freixemplaren und Freistücken	473
(3) Unentgeltliche Naturalrabatte im Rahmen von Verkaufswettbewerben, Vertragsverlängerungen und Vertragsabschlüssen	474
(4) Unentgeltliche Naturalrabatte bei zugegebenen Prämien-Gutscheinen	478
(a) Zugabe von Prämien-Gutscheinen vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	478
(b) Zugabe von Mehrzweck-Gutscheinen seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	480
e) Rabattauffüllendes Entgelt	480
(1) Rabattauffüllendes Entgelt des begünstigten Leistungsempfängers	481
(a) Initiierung von Umsatz- und Rekrutierungswettbewerben	481
(b) Teilnahme am Arzneimittel-Check	482
(2) Rabattauffüllendes Entgelt eines Dritten	483
(a) Gerätbonus kein rabattauffüllendes Entgelt eines Dritten	483
(b) Clearingzahlung als rabattauffüllendes Entgelt eines Dritten	484
(c) Erstattung nach § 130a Abs. 1 S. 3, 4 SGB V als rabattauffüllendes Entgelt eines Dritten	484

2. Rabattsysteme im Mehr-Personen-Verhältnis	486
a) Geldrabatte und unmittelbarer Zusammenhang	486
(1) Begünstigter als Teil einer Lieferkette	487
(a) Absatzstufenübergreifende Rabatte in Lieferketten	487
(b) Umsatzunabhängiger Solidarbeitrag	489
(2) Begünstigter als Teil einer sonstigen Leistungskette	491
(a) Vermittler und Zentralregulierer (vor <i>Ibero Tours</i>)	492
(b) Vermittler und Zentralregulierer (seit <i>Ibero Tours</i>)	494
(3) Begünstigter außerhalb einer Leistungskette	497
b) Naturalrabatte und unmittelbarer Zusammenhang	498
(1) Begünstigter als Teil einer Lieferkette	499
(2) Begünstigter als Teil einer sonstigen Leistungskette	500
(3) Begünstigter außerhalb einer Leistungskette	501
c) Minderung der Bemessungsgrundlage	502
(1) Minderung der Bemessungsgrundlage und keine Korrektur des Vorsteuerabzugs des unmittelbaren Abnehmers, der Zwischenumsätze und der Rechnungen	503
(2) Rabatte als Brutto-Beträge	505
(a) Erstattungsbeträge nach § 130a Abs. 1 S. 3, 4 SGB V als Brutto-Beträge	506
(b) Leistungsbezug des begünstigten Leistungsempfängers mit ermäßigttem Steuersatz	507
(3) Nicht umsatzsteuerbarer oder steuerfreier Leistungsbezug des begünstigten Leistungsempfängers	507
(a) Vermittlung steuerfreier Reiseleistungen gemäß § 25 Abs. 2 UStG	508
(b) Steuerfreie innergemeinschaftliche Lieferung an den begünstigten Leistungsempfänger	509

(c) Gesetzliche Klarstellung durch Neufassung des § 17 Abs. 1 S. 6 UStG	511
(4) Steuerfreie Leistung des rabattgewährenden Unternehmers	511
(a) Steuerfreie innergemeinschaftliche Lieferung des rabattgewährenden Unternehmers	512
(b) Keine gesetzliche Klarstellung durch Neufassung des § 17 Abs. 1 S. 6 UStG	515
d) Minderung des Vorsteuerabzugs	516
(1) Minderung des Vorsteuerabzugs beim wirtschaftlich begünstigten Unternehmer	516
(2) Steuerfreie Leistung des rabattgewährenden Unternehmers	518
III. Programmmanagement von Rabattsystemen	519
B. Prämienmodelle in der nationalen Rechtsprechung	520
I. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Prämienberechtigungen	520
1. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Prämiengutscheinen und nicht instrumentalisierten Prämienleistungsansprüchen	520
a) Ausgabe von Prämiengutscheinen und nicht instrumentalisierten Prämienleistungsansprüchen	521
(1) Entgeltliche Ausgabe von Nennwertgutscheinen und entgeltliches Versprechen von Zahlungsabzügen als (möglicher) Leistungsaustausch	521
(2) Differenzierung zwischen der Ausgabe von Waren- und Wertgutscheinen	522
(a) Nennwertgutscheine als Prämiengutscheine und Leistungsempfänger der Prämienleistungen	522
(b) Unmittelbarer Zusammenhang mit Ausgabepreis und Anzahlungsbesteuerung	524
(c) Ausgabe von Wertgutscheinen als Zahlungsmittel	525

(d) Geschenkgutscheine seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	526
(3) Bestätigung der Differenzierung zwischen der Ausgabe von Waren- und Wertgutscheinen	527
(a) Ausgabe sog. Hotelschecks	527
(b) Ausgabe von Wertgutscheinen	529
(c) Ausgabe sog. Erlebnis- und Wertgutscheine	529
(4) Abweichung von der Differenzierung zwischen der Ausgabe von Waren- und Wertgutscheinen	532
(a) Ausgabe sog. Prepaid-Calling-Cards	532
(b) Ausgabe von Prepaid-SIM-Karten	534
b) Übertragung von Prämiengutscheinen und nicht instrumentalisierten Prämienleistungsansprüchen	535
(1) Übertragung sog. Prepaid-Calling-Cards und Prepaid-SIM-Karten	536
(2) Übertragung sog. PSN-Cards	537
c) Verfall von Prämiengutscheinen und nicht instrumentalisierten Prämienleistungsansprüchen	540
(1) Verfall von Prämiengutscheinen vor Erlass der Gutschein-Richtlinie	540
(a) Verfall von Prämiengutscheinen	541
(b) Endgültig ausbleibende Auskehr des Restkaufspreises als nachträgliche Entgelterhöhung gemäß § 17 Abs. 1 S. 1 UStG	541
(2) Verfall von Einzweck-Gutscheinen seit Erlass der Gutschein-Richtlinie	542
(a) Verfall von Einzweck-Gutscheinen	542
(b) Endgültig ausbleibende Auskehr des Restkaufspreises als nachträgliche Entgelterhöhung gemäß § 17 Abs. 1 S. 1 UStG	543
2. Ausgabe, Übertragung und Verfall unbegrenzter Prämienberechtigungen	544
a) Ausgabe unbegrenzter Prämienberechtigungen	544

b) Übertragung unbegrenzter Prämienberechtigungen	546
3. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Prämienpunkten	548
a) Ausgabe und Übertragung von Prämienpunkten	548
(1) Punkte- und „Sterne“-Systeme bei Verkaufspartys	548
(2) Systeme virtueller Prämienpunkte	549
b) Verfall von Prämienpunkten	551
(1) Vergütungsloser Verfall von Prämienpunkten	551
(a) Verfall von Prämienpunkten	551
(b) Endgültig ausbleibende Rückvergütung des Ausgabepreises als nachträgliche Entgelterhöhung gemäß § 17 Abs. 1 S. 1 UStG	552
(2) Vergüteter Verfall von Prämienpunkten	553
II. Prämien und Einlösung von Prämieninstrumenten	554
1. Prämiensysteme im Zwei-Personen-Verhältnis	554
a) Prämienleistungen als verbrauchsfähiger Vorteil	554
b) Entgeltlichkeit der Prämienleistungen	556
(1) Entgelt des Begünstigten	557
(a) Leistung des Begünstigten	557
(i) Leistung des Begünstigten im Rahmen von Prämiensystemen	557
(ii) Bemessungsgrundlage der Prämienleistungen nach § 10 Abs. 2 S. 2 UStG	559
(iii) Begünstigter als unternehmerisch tätiger Vermittler	562
(b) Entgeltliche Naturalrabatte	565
(c) Entgelt bei der Einlösung von Prämieninstrumenten	566
(i) Entgelt bei der Einlösung von Prämengutscheinen	566
(ii) Entgelt bei der Einlösung unbegrenzter Prämienberechtigungen	569
(iii) Entgelt bei der Einlösung von Prämienpunkten	570

(d) Zuzahlung des Begünstigten	571
(2) Entgelt eines Dritten	571
(3) Unentgeltliche Prämienleistungen	572
(a) Unentgeltliche Warenprämien	573
(b) Unentgeltliche Dienstleistungsprämien	574
2. Prämienmodelle im Mehr-Personen-Verhältnis	575
a) Prämienleistungen als verbrauchsfähiger Vorteil	575
b) Entgeltlichkeit der Prämienleistungen	575
(1) Entgelt des Begünstigten	576
(a) Leistung des Begünstigten	576
(b) Entgelt bei der Einlösung von Prämieninstrumenten	577
(i) Entgelt bei der Einlösung von Prämiengutscheinen	577
(ii) Entgelt bei der Einlösung von Prämienpunkten	579
(c) Zuzahlung des Begünstigten	579
(2) Entgelt eines Dritten	580
(a) Ausgabepreis weiterübertragener Prämieninstrumente	580
(i) Ausgabepreis weiterübertragener Prämiengutscheine	580
(ii) Ausgabepreis weiterübertragener Prämienpunkte	582
(b) Clearingzahlung eines Dritten	583
(i) Clearingzahlung eines Dritten bei Einlösung von Prämieninstrumenten	583
(ii) Clearingzahlung eines Dritten bei Prämienmodellen ohne Prämieninstrumente	584
(c) Entgeltliche Naturalrabatte	589
(3) Unentgeltliche Prämienleistungen	590
III. Programmmanagement von Prämienmodellen	591
1. Entgeltliches Programmmanagement	591
2. Nachträgliche Entgeltherhöhung durch vergütungslosen Verfall entgeltlich ausgegebener Prämienpunkte	592

C. Zahlungssysteme in der nationalen Rechtsprechung	592
I. Ausgabe, Übertragung und Verfall von Zahlungsinstrumenten und nicht instrumentalisierten Zahlungsansprüchen	593
1. Ausgabe von Zahlungsinstrumenten und nicht instrumentalisierten Zahlungsansprüchen	593
a) Aufladen von anlasslos remonetarisierbarem Prepaid-Guthaben	593
(1) Wiederaufladbares Prepaid-Guthaben	594
(2) FG Köln: entgeltliche Plattformleistung des Mobilfunkanbieters	594
(3) BFH: unentgeltliche Plattformleistung des Mobilfunkanbieters	595
b) Ausgabe von Zahlungskarten gegen Kartenpfand	597
(1) Kartenpfand für wiederaufladbare Zahlungskarten	597
(2) Ausgabe der Zahlungskarten als Teil einer einheitlichen Leistung	598
(3) Umsatzsteuerfreie Umsätze im Zahlungsverkehr	599
c) Ausgabe sog. Cash-Karten	602
2. Verfall von Zahlungsinstrumenten und nicht instrumentalisierten Zahlungsansprüchen	603
a) BFH: nachträglich entgeltliche Plattformleistung des Mobilfunkanbieters	603
b) Endgültig ausbleibende Auszahlung des Prepaid-Guthabens kein nachträgliches Entgelt gemäß § 17 Abs. 1 S. 1 UStG	605
II. Zahlungen und Einlösung von Zahlungsinstrumenten	606
1. Zahlungssysteme im Zwei-Personen-Verhältnis	606
2. Zahlungssysteme im Mehr-Personen-Verhältnis	608
III. Programmmanagement von Zahlungssystemen	609
Kapitel 5: Konklusion	611
A. Zusammenfassung der umsatzsteuerlichen Belastungswirkungen	611
I. Umsatzsteuerliche Belastungswirkungen bei Rabattsystemen	611

1. Umsatzsteuerliche Belastungswirkungen der Ausgabe, der Übertragung und des Verfalls von Rabattberechtigungen	611
2. Umsatzsteuerliche Belastungswirkungen von Rabatten	612
3. Programmmanagement von Rabattsystemen	613
II. Umsatzsteuerliche Belastungswirkungen bei Prämien systemen	613
1. Umsatzsteuerliche Belastungswirkungen der Ausgabe, der Übertragung und des Verfalls von Prämienberechtigungen	613
2. Umsatzsteuerliche Belastungswirkungen von Prämien	614
3. Programmmanagement von Prämien systemen	615
III. Umsatzsteuerliche Belastungswirkungen bei Zahlungssystemen	615
1. Umsatzsteuerliche Belastungswirkungen der Ausgabe, der Übertragung und des Verfalls von Zahlungsinstrumenten	615
2. Umsatzsteuerliche Belastungswirkungen von Zahlungen	615
3. Programmmanagement von Zahlungssystemen	616
B. Überprüfung der Ausgangsthese und Ausblick	616
Literaturverzeichnis	619
Register	653