

Thomas Glückstein

**Wirtschaftsrechtliche Erscheinungsformen
von E-Procurement**

Die Nutzungs- und Marktverhältnisse
elektronischer b2b-Handelsplattformen



Herbert Utz Verlag · München

Rechtswissenschaftliche Forschung und Entwicklung

Herausgegeben von

Prof. Dr. jur. Michael Lehmann, Dipl.-Kfm.
Universität München



„Dieses Softcover wurde auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt. FSC (Forest Stewardship Council) ist eine nichtstaatliche, gemeinnützige Organisation, die sich für eine ökologische und sozialverantwortliche Nutzung der Wälder unserer Erde einsetzt.“

Zugl.: Diss., München, Univ., 2010

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme von Abbildungen, der Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben – auch bei nur auszugsweiser Verwendung – vorbehalten.

Copyright © Herbert Utz Verlag GmbH · 2011

ISBN 978-3-8316-0983-3

Printed in Germany
Herbert Utz Verlag GmbH, München
089-277791-00 · www.utzverlag.de

Inhaltsverzeichnis

1. Teil: Einführung.....1

2. Teil: Grundlagen.....3

A) Begriffsklärung.....3

 I. E-Procurement.....3

 II. E-Purchasing, Direct Purchasing, Desktop Purchasing.....5

 III. Beschaffungsvorgang bei Verwendung eines E-Procurement-Systems...5

B) Ökonomischer Hintergrund: Schwächen des traditionellen Einkaufsprozesses.....6

 I. Mangelhafte Einkaufsinformationen.....6

 II. Komplexität des Beschaffungsprozesses.....7

 III. Missverhältnis zwischen Bedeutung und Aufwand der Beschaffung.....8

C) Vor- und Nachteile von E-Procurement.....10

 I. Vorteile von E-Procurement.....10

 1. Beschleunigung des Beschaffungsprozesses.....11

 2. Kostenreduzierung.....11

 3. Qualitätssteigerung.....12

 II. Probleme von E-Procurement.....13

D) Erscheinungsformen von E-Procurement.....14

 I. „Sell-Side“-Modelle, Shop-Systeme.....15

 II. „Buy-Side“-Modelle.....15

 III. „Third-Party“- Modelle und elektronische Marktplätze.....16

 1. Formen von elektronischen Marktplätzen.....17

 a) „b2b“-, „c2c“- und „b2c“-Marktplätze.....17

 b) Horizontale und vertikale Marktplätze.....18

 c) Offene und geschlossene Marktplätze.....19

 d) Käufer-, verkäufergetriebene und neutrale Marktplätze.....19

 e) Statische und dynamische Marktplätze.....20

 2. Preisfindungsmodelle auf elektronischen Marktplätzen.....21

 a) Katalogprinzip mit Festpreisen.....21

 b) Auktionsprinzip.....21

 aa) Englische Auktion.....21

 bb) Holländische Auktion.....22

 cc) Verdeckte Auktion / Höchstpreisauktion.....22

 dd) Vickrey-Auktion.....22

ee) Verkaufsauktion (forward auction) und Einkaufsauktion (reverse auction).....	23
c) „Powerbuying“, „Co-Shopping“, Nachfragebündelung.....	24
d) Börsenprinzip.....	24
e) Anwendungsbereich der einzelnen Preisbildungs- mechanismen.....	25
3. Erfolgsfaktoren elektronischer Marktplätze, Netz- und Skalen- effekte.....	25
IV. Mischformen, Unterschiede, Gemeinsamkeiten.....	26
E) Klärung der Vertragsbeziehungen.....	27
I. Sell- und Buy-Side-Modelle.....	27
II. Third-Party-Modelle (elektronische Marktplätze).....	28
1. „Vermittlermodell“.....	28
a) Nutzungsverhältnis.....	28
b) Marktverhältnis.....	28
2. „Händlermodell“.....	29
3. „Kommissionsmodell“.....	29
3. Teil: Vertragstypologische Einordnung der Rechtsverhältnisse elektronischer Handelsbeziehungen.....	30
A) Praktische Bedeutung der vertragstypologischen Einordnung	30
B) Vertragstypologische Einordnung des Nutzungsverhältnisses beim „Vermittlermodell“.....	32
I. Begründung des Nutzungsverhältnisses durch Zulassung bzw. Registrierung.....	32
II. Bestimmung der vertraglich geschuldeten Leistungen.....	32
1. Leistungen des E-Procurement-Anbieters.....	33
a) Technische Bereitstellung der Handelsplattform.....	33
b) Unterstützung des Vertragsschlusses.....	33
2. Gegenleistung der Marktteilnehmer.....	34
III. Meinungsstand zur vertragstypologischen Einordnung.....	34
1. Aufspaltung in Einzelverträge.....	35
2. Einheitlicher Vertrag.....	36
a) Makler(dienst)vertrag, Handelsmaklervertrag.....	36
b) Werkvertrag.....	38
c) Dienstvertrag.....	39
d) Andere Ansicht: Geschäftsbesorgungsvertrag.....	40
3. Zusammengesetzter Gesamtvertrag.....	41

IV. Eigene Stellungnahme zur vertragstypologischen Einordnung.....	42
1. Bedeutung der unterschiedlichen Leistungsbestandteile für die vertragstypologische Einordnung.....	42
a) Zusammengesetzter Vertrag.....	43
b) Verkehrstypischer Vertrag.....	44
c) Gemischter Vertrag.....	45
d) Rechtliche Behandlung gemischter Verträge.....	46
aa) Traditionelle Theorien zur Behandlung gemischter Verträge.....	46
bb) Rechtsprechung zur Behandlung gemischter Verträge....	47
cc) Entbehrlichkeit einer typologischen Zuordnung?.....	47
dd) Stellungnahme	47
e) Anwendung des Absorptionsprinzips.....	49
2. Auftrag.....	49
a) Unentgeltlichkeit als maßgebliches Kriterium.....	49
b) Plattformgebühren kein Aufwendungsersatz.....	50
c) Benutzungsverhältnisse gesondert zu betrachten.....	51
3. Maklervertrag bzw. Handelsmaklervertrag.....	51
a) Gesetzliches Leitbild des Zivil- und Handelsmaklers.....	52
aa) Zivilmakler.....	52
bb) Handelsmakler.....	53
b) Subsumtion Handelsmakler.....	54
aa) Gegenstände des Handelsverkehrs.....	54
bb) Gewerbsmäßigkeit.....	55
cc) Keine ständige Beauftragung.....	55
dd) Vermittlungstätigkeit.....	57
ee) Zwischenergebnis.....	58
c) Zivilmakler.....	60
aa) Nachweis- oder Vermittlungstätigkeit.....	60
(1) Keine Vermittlungstätigkeit.....	60
(2) Nachweistätigkeit.....	61
(a) Leistung der Handelsplattform als Nachweistätigkeit.....	61
(b) Mitursächlichkeit.....	61
(c) Kenntnis der vermittelten Verträge.....	62
(d) Nachweistätigkeit bei Vertragsschluss außerhalb der Handelsplattform.....	63
(e) Nachweistätigkeit trotz anonymer Auktionen.....	63
bb) Keine Tätigkeitsverpflichtung.....	65

cc)	Abschlussfreiheit des Auftraggebers.....	66
(1)	Abschlusszwang in AGB.....	66
(2)	Rechtsprechung.....	67
(3)	Stellungnahme.....	68
dd)	Maklerprovision.....	69
ee)	Gesamtwürdigung.....	71
(1)	Fehlen mehrerer maklervertragstypischen Elemente..	71
(2)	Technischer Aspekt.....	72
(3)	Rechtsunsicherheit.....	72
(4)	AGB-Problematik.....	73
(5)	Gesamtbild des Vertrages.....	75
d)	Zusammenfassung.....	76
4.	Werkvertrag.....	77
a)	Vertragsschluss als Erfolg.....	77
b)	„Erfolg der Leistungen“ als Erfolg.....	78
c)	Abgrenzung zum Dienstvertrag.....	79
aa)	„Tätigkeit“ oder „Erfolg“.....	79
bb)	Art der Vergütung.....	80
cc)	Gesamtbetrachtung.....	81
(1)	Risikoverteilung.....	81
(2)	Fachwissen, Anweisungsberechtigung.....	83
(3)	Angemessenheit der Rechtsfolgen.....	83
(a)	Gewährleistung.....	83
(b)	Vertragsbeendigung.....	85
d)	Stellungnahme.....	85
5.	Dienstvertrag.....	86
6.	Geschäftsbesorgungsvertrag.....	88
a)	Tätigkeit wirtschaftlicher Art.....	88
b)	Wahrnehmung fremder Vermögensinteressen.....	88
c)	„Selbständigkeit“.....	89
d)	Weiter Geschäftsbesorgungsbegriff.....	92
7.	Anwendung von Handelsvertreterrecht.....	93
a)	Handlungsgehilfe.....	93
b)	Handelsvertreter.....	94
8.	Anwendung von Gesellschaftsrecht.....	96
a)	Verhältnis der Marktteilnehmer untereinander.....	96
b)	Verhältnis der Marktteilnehmer gegenüber dem Plattformbetreiber.....	97

C) Vertragstypologische Einordnung des „Marktverhältnisses“ beim Vermittlermodell.....	98
D) Vertragstypologische Einordnung weiterer Erscheinungsformen.....	99
I. „Händlermodell“.....	99
II. „Kommissionsmodell“.....	100
1. Kommissionär.....	101
2. Kommissionsagent.....	102
E) Zusammenfassung vertragstypologische Einordnung.....	103
4. Teil: Bedeutung der Nutzungsbedingungen für das Marktverhältnis beim Vermittlermodell.....	105
A) Problemstellung.....	105
B) Meinungsstand.....	107
I. Ansichten in der Literatur.....	107
1. „Einbeziehungslösung“.....	108
a) Rahmenvertrag.....	108
b) Vertrag zugunsten Dritter.....	109
2. „Auslegungslösung“.....	110
II. Rechtsprechung.....	113
1. Teilweise Einbeziehungslösung.....	113
2. Rechtsprechung zu „ricardo.de“.....	114
a) LG Münster und OLG Hamm.....	115
b) BGH.....	117
3. Neuere Rechtsprechung: Auslegungslösung.....	118
4. BGH-Rechtsprechung zu konventionellen Auktionen.....	119
a) Inhalt der Entscheidung.....	120
b) Analyse der Entscheidung.....	121
c) Übertragung der Entscheidung auf Online-Auktionen?.....	124
d) Vergleichbare Interessenlage.....	126
5. Zusammenfassung zur Rechtsprechung.....	126
C) Wirkung der Nutzungsbedingungen im Marktverhältnis.....	127
I. Ausdrückliche Einbeziehung möglich.....	128
II. Rahmenvertrag durch Registrierungsvorgang?	128
1. Willenserklärung „ad incertae personas“.....	129
2. Abgabe und Zugang übereinstimmender Willenserklärungen.....	129
3. Auslegung der Willenserklärungen.....	131
a) Objektiver Tatbestand.....	132

b) Subjektiver Tatbestand.....	132
III. Nutzungsbedingungen als Vertrag zugunsten Dritter.....	133
1. Kein Vertrag zu Lasten Dritter.....	134
2. Nutzungsbedingungen als drittbegünstigende Rechte.....	135
a) Bestimmbarkeit der Dritten.....	135
b) AGB mit drittbegünstigenden Rechten.....	136
c) Nebenrechte als Gegenstand eines Vertrages zugunsten Dritter.....	136
d) „Marktordnung“ als Gegenstand eines Vertrages zugunsten Dritter.....	138
3. Auslegung der Registrierungserklärung als Drittbegünstigung.....	139
a) Bewusstsein der Drittbegünstigung nicht erforderlich.....	139
b) Objektiver Vertragszweck maßgeblich.....	140
IV. „Auslegungslösung“	142
1. Heranziehung nur bei Auslegungsbedürftigkeit.....	142
2. Konkludente Einbeziehung im Wege der Auslegung.....	143
3. Zwischenergebnis.....	143
V. Nutzungsbedingungen als Vertrag mit Schutzwirkung zugunsten Dritter.....	144
1. Leistungsnähe.....	144
2. Einbeziehungsinteresse.....	145
3. Erkennbarkeit.....	146
4. Schutzbedürftigkeit.....	146
VI. Zwischenergebnis.....	147
D) Inhaltskontrolle der Nutzungsbedingungen im Marktverhältnis.....	148
I. Problem: Verwendereigenschaft.....	148
II. „Stellen“ der Nutzungsbedingungen im Marktverhältnis?.....	149
1. Einseitige rechtsgeschäftliche Gestaltungsmacht?.....	149
2. Stellen durch Dritte.....	149
3. Zu eigen machen der Nutzungsbedingungen.....	150
4. Gegenseitiges Stellen.....	151
5. Zurechnung der Nutzungsbedingungen gem. § 166 Abs. 1 BGB.....	151
6. § 310 Abs. 3 Nr. 1 BGB.....	153
7. Zwischenergebnis.....	154
III. Inhaltskontrolle unter Verzicht auf Verwendereigenschaft.....	154
1. Verwenderlose Inhaltskontrolle.....	154
2. Heranziehung der Grundsätze einer Inhaltskontrolle bei Publikumsgesellschaften	155
3. Kontrolle durch Auslegung.....	156

4. Regress statt Inhaltskontrolle.....	157
5. Keine Anwendung des § 306 a BGB.....	158
IV. „Durchschlagen“ einer Inhaltskontrolle im Nutzungsverhältnis auf das Marktverhältnis.....	158
1. Berücksichtigung drittbezogener Klauseln.....	159
2. Auswirkung auf das Marktverhältnis.....	161
V. Zwischenergebnis.....	162
E) Abweichen von den Nutzungsbedingungen im Marktverhältnis.....	163
I. Zum Vertragsschluss auf elektronischen Marktplätzen.....	164
1. Vertragsschluss durch Antrag und Annahme.....	164
2. Angebotsseite als verbindlicher Antrag.....	165
3. Angebotsseite als antizipierte Annahmeerklärung.....	166
4. Zwischenergebnis.....	167
II. Abweichen durch Initiator einer Auktion	168
1. Grundsatz: Ausdrückliches Abweichen möglich.....	168
2. Grenzen bei „klauselmäßigem“ Abweichen.....	169
a) Heranziehung der Grundsätze über kollidierende AGB.....	170
b) Heranziehung der Grundsätze zu einer nachträglichen Einbeziehung bzw. Änderung von AGB.....	171
c) Anwendung des § 305 c Abs. 1 BGB.....	172
3. Zwischenergebnis.....	174
III. Abweichen durch den Teilnehmer an einer Auktion.....	174
F) Rechtsfolgen eines Abweichens von den Nutzungsbedingungen.....	176
I. Rechtsfolgen im Nutzungsverhältnis.....	177
II. Rechtsfolgen im Marktverhältnis.....	178
1. Abweichen durch den Initiator einer Auktion.....	178
2. Abweichen durch den Bieter einer Auktion.....	179
a) Verhinderung eines Vertragsschlusses.....	179
b) Pflichtverletzung.....	180
c) Schadensersatz.....	182
III. Rechtsfolgen im Verhältnis der Auktionsteilnehmer untereinander...	183
1. „Geschäftlicher Kontakt“ der Bieter einer Auktion.....	183
2. Anspruch aus Vertrag mit Schutzwirkung zugunsten Dritter.....	186
G) Zusammenfassung.....	187
5. Teil: Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse.....	190
Literaturverzeichnis.....	192

1. Teil: Einführung

Der Wettbewerb zwischen den Unternehmen um die Gunst der Kunden ist durch das Internet und die Globalisierung intensiviert worden. Ein harter Preiskampf ist die Folge. Diesen kann nur bestehen, wer alle Einsparmöglichkeiten ausnützt und Kosten reduziert. Einen wesentlichen Kostenfaktor bei der Herstellung eines Produkts bilden die Materialkosten, die bis zu 40 % eines Produkts darstellen können¹.

Da „im Einkauf der Gewinn“ liegt², ist die Senkung der Material- und Beschaffungskosten das Ziel vieler Umstrukturierungsmaßnahmen in Unternehmen. Dabei spielen neue technische Möglichkeiten zur Optimierung von Beschaffungsprozessen und des Einkaufs³ eine wichtige Rolle. Durch den Einsatz von elektronischen Netzwerken und Internet erhoffen sich Unternehmen deutliche Kosteneinsparungen⁴. Für die verschiedenen Formen elektronischer Beschaf-

¹ Schäfer/Schäfer, Einkaufsdienstleistungen via Internet, 2001, S. 13.

² Vgl. Weiber, in: Schmidt (Hrsg.), Die Potentiale der Internet-Ökonomie, 2001, S. 55, 56. Hintergrund dieser „Händlerweisheit“ ist die Tatsache, dass eine Reduzierung der Einkaufskosten den Gewinn eines Unternehmens unmittelbar in der gleichen Höhe steigert. Auf der Absatzseite hingegen muss je nach Gewinnmarge der Umsatz überproportional gesteigert werden, um das gleiche Ergebnis zu erzielen. Ein Beispiel veranschaulicht dies: eine Reduzierung der Einkaufskosten um 1 Mio. Euro steigert den Gewinn des Unternehmens in dieser Höhe. Um das zu erreichen, müsste ein Unternehmen mit einer Gewinn-Marge von 10 % den Umsatz um immerhin 10 Mio. Euro steigern. Dieser Betrag erhöht sich noch, je kleiner die Gewinnmarge ist, vgl. Eyholzer, Electronic Purchasing, 1999, S. 1.

³ Auch wenn die Begriffe „Einkauf“ und „Beschaffung“ häufig synonym gebraucht werden, haben sie unterschiedliche Bedeutungen, Dörflein/Thome, in: Thome/Schinzer (Hrsg.), Electronic Commerce, 2000, S. 45, 46 f. „Einkauf“ bezieht sich auf operative und administrative Tätigkeiten, wie beispielsweise Angebotsvergleich, Lieferantenauswahl, Preisverhandlungen oder Bestellungen, Eyholzer/Hunziker, in: Meier (Hrsg.), Internet & Electronic Business, 2001, S. 69, 70. Der Begriff der „Beschaffung“ ist umfassender und umfasst auch strategische Aspekte, wie z. B. die Beziehungspflege mit Lieferanten oder die Gewährleistung der Versorgungssicherheit des Unternehmens, Werner, Supply Chain Management, 2000, S. 10. Noch weiter zu verstehen ist der Begriff „Materialwirtschaft“, der den wirtschaftlichen Umgang mit Waren allgemein bezeichnet und somit auch Lagerbewirtschaftung, innerbetrieblichen Transport und die Materialversorgung bis zur Fertigung beinhaltet, Werner, Supply Chain Management, 2000, S. 10.

⁴ Detmer, VW 2002, 1601.

fungsvorgänge hat sich die Bezeichnung „E-Procurement“ als Sammelbegriff⁵ etabliert⁶.

Die Dreiecksbeziehung⁷ zwischen Lieferant, beschaffendem Unternehmen und E-Procurement-Anbieter⁸ kann unterschiedlich ausgestaltet sein. Die rechtliche Stellung der E-Procurement-Anbieter wird dabei häufig juristisch nicht präzise geregelt und bleibt daher unklar⁹. Ziel der folgenden Untersuchung ist es, diese Lücke zu schließen, rechtliche Erscheinungsformen von E-Procurement aufzuzeigen sowie die Vertragsverhältnisse und deren vertragstypologische Einordnung zu klären¹⁰. Dabei wird auch auf die Frage eingegangen, welche Wirkung die Geschäftsbedingungen der Plattformanbieter („Nutzungsbedingungen“) für die Vertragsverhältnisse zwischen den Nutzern der Plattformen untereinander haben.

⁵ *Bogaschewsky*, in: Bogaschewsky (Hrsg.), *Elektronischer Einkauf*, 1999, S. 13, 14.

⁶ Ähnlich wie „E-Commerce“ (zu verschiedenen Definitionsversuchen von „E-Commerce“ bzw. „E-Business“ siehe grundlegend *Hoppe/Krohn*, in: Gramlich/Kröger/Schreibauer (Hrsg.), *Rechtshandbuch B2B Plattformen*, 2003, S. 1, 3 ff.; *Hermanns/Sauter*, in: Hermanns/Sauter (Hrsg.), *Management-Handbuch Electronic Commerce*, 1999, S. 13, 14; *Wamser*, in: Wamser, *Electronic Commerce*, 2000, S. 3, 6 f.) wird auch der Begriff „E-Procurement“ uneinheitlich verwendet. Dazu näher unten, S. 3. Generell ist festzustellen, dass in Abhandlungen über Fragen des elektronischen Geschäftsverkehrs häufig eine „unbefriedigende begriffliche Unschärfe“ herrscht, *Hoppe/Krohn*, in: Gramlich/Kröger/Schreibauer (Hrsg.), *Rechtshandbuch B2B Plattformen*, 2003, S. 1, 2.

⁷ *Schneider*, *Outsourcing*, 1998, S. 51 ff.

⁸ Dies zeigt, dass nicht alle Formen elektronischer Handelsbeziehungen mit einer Ausschaltung von Handelsstufen (sog. „Disintermediation“) verbunden sein müssen (wie es z. B. im Buch- oder Reisemarkt der Fall ist), sondern auch zur Entstehung neuer Akteure in der Handelskette führen kann (sog. „Reintermediation“), vgl. dazu *Weiber*, in: Schmidt (Hrsg.), *Die Potentiale der Internet-Ökonomie*, 2001, S. 55, 56; *Kollmann*, *Virtuelle Marktplätze*, 2001, S. 60 ff.; *Wamser*, in: Wamser, *Electronic Commerce*, 2000, S. 3, 24; *Timmers*, *Electronic Commerce*, 1999, S. 133 f.; *Schinzer/Thome*, in: Thome/Schinzer (Hrsg.), *Electronic Commerce*, 2000, S. 1, 7 f.

⁹ Gerade, weil es sich bei elektronischen Handelsbeziehungen um eine vergleichsweise neue Erscheinungsform handelt, verwundert es nicht, dass juristischen Aspekten gerade in der Anfangszeit nicht die nötige Aufmerksamkeit gewidmet wurde, obwohl „virtuelle“ Handelsbeziehungen genauso wenig rechtsfrei sind wie konventionelle Handelsbeziehungen, *Mankowski*, *AfP* 1999, 138.

¹⁰ Auf die Komplexität der Vertragsangelegenheiten weisen *Schäfer/Schäfer*, *Einkaufsdienstleistungen via Internet*, 2001, S. 50 hin.

Rechtswissenschaftliche Forschung und Entwicklung

Herausgegeben von

Prof. Dr. jur. Michael Lehmann, Dipl.-Kfm.
Universität München

- Band 778: Alexander Weiss: **Widersprüche im Recht** · Unter besonderer Berücksichtigung europarechtsbedingter Widersprüche im deutschen Zivilrecht
2011 · 206 Seiten · ISBN 978-3-8316-4086-7
- Band 777: Stefan Schmidtke: **Unlautere geschäftliche Handlungen bei und nach Vertragsschluss**
2011 · 260 Seiten · ISBN 978-3-8316-4082-9
- Band 776: Marianna Moglia: **Die Patentierbarkeit von Geschäftsmethoden**
2011 · 280 Seiten · ISBN 978-3-8316-4075-1
- Band 775: Mara Chromik: **Die Entscheidungskriterien des Zivilrichters bei der Abwägung von Privatsphärenschutz und öffentlichem Informationsinteresse** · Eine rechtsvergleichende Untersuchung zum deutschen, französischen und spanischen Recht
2011 · 340 Seiten · ISBN 978-3-8316-4064-5
- Band 774: Andrea Schmelz-Buchhold: **Mediation bei Wettbewerbsstreitigkeiten** · Chancen und Grenzen der Wirtschaftsmediation im Lauterkeits- und Immaterialgüterrecht
2010 · 394 Seiten · ISBN 978-3-8316-4019-5
- Band 773: Emese Szilágyi: **Leistungsschutzrecht für Verleger?** · Eine rechtstatsächliche Untersuchung zur Wiederherstellung des Interessenausgleichs zwischen Verlegern, Urhebern und Allgemeinheit
2010 · 240 Seiten · ISBN 978-3-8316-4018-8
- Band 772: Johannes Stehr: **Die Personengesellschaft im Einkommensteuerrechtsverhältnis**
2010 · 280 Seiten · ISBN 978-3-8316-4005-8
- Band 771: Christian Athenstaedt: **Die Kompetenzverteilung in der deutschen staatlichen Entwicklungszusammenarbeit** · Zur Zulässigkeit entwicklungspolitischer Maßnahmen deutscher Bundesländer und Kommunen
2010 · 352 Seiten · ISBN 978-3-8316-0999-4
- Band 770: Roland Kern: **Die Rechtsbeugung durch Verletzung formellen Rechts**
2010 · 186 Seiten · ISBN 978-3-8316-0998-7
- Band 769: Florian Unseld: **Die Kommerzialisierung personenbezogener Daten**
2010 · 346 Seiten · ISBN 978-3-8316-0985-7
- Band 768: Thomas Glückstein: **Wirtschaftsrechtliche Erscheinungsformen von E-Procurement** · Die Nutzungs- und Marktverhältnisse elektronischer b2b-Handelsplattformen
2011 · 220 Seiten · ISBN 978-3-8316-0983-3
- Band 767: Tihani Prüfer-Kruse: **Interessenschwerpunkte im Markenrecht**
2010 · 374 Seiten · ISBN 978-3-8316-0976-5
- Band 766: Volker Schad: **Die Verleitung zum Vertragsbruch – eine unerlaubte Handlung?**
2010 · 228 Seiten · ISBN 978-3-8316-0973-4

- Band 765: Timoleon Kosmides: **Zivilrechtliche Haftung für Datenschutzverstöße** · Eine Studie zu Art. 23 EG-Datenschutzrichtlinie und Art. 23 griechisches Datenschutzgesetz unter Berücksichtigung des deutschen Rechts
2010 · 366 Seiten · ISBN 978-3-8316-0967-3
- Band 764: Inken Wuttke: **Straftäter im Betrieb**
2010 · 276 Seiten · ISBN 978-3-8316-0952-9
- Band 763: Reinhard Glaser: **Geldwäsche (§ 261 StGB) durch Rechtsanwälte und Steuerberater bei der Honorarannahme**
2009 · 240 Seiten · ISBN 978-3-8316-0929-1
- Band 761: Lars Rüge: **Internationales Arbeitnehmererfinderprivatrecht** · Die Einzelerfindung und die Gemeinschaftserfindung von Arbeitnehmern im Internationalen Privatrecht Deutschlands, Europas und der Vereinigten Staaten von Amerika
2009 · 280 Seiten · ISBN 978-3-8316-0892-8
- Band 760: Chabaporn Wenzel: **Rechtliche Rahmenbedingungen für die Automobilindustrie in Thailand**
2010 · 266 Seiten · ISBN 978-3-8316-0889-8
- Band 759: Katharina M. Kolb: **Auf der Suche nach dem Verschuldensgrundsatz** · Untersuchungen zur Faktizität der Culpa-Doktrin im deutschen außervertraglichen Haftungsrecht
2008 · 360 Seiten · ISBN 978-3-8316-0848-5
- Band 758: Christian Eichholz: **Herabsetzung durch vergleichende Werbung** · Eine Untersuchung zum europäischen, deutschen, englischen und österreichischen Recht
2008 · 192 Seiten · ISBN 978-3-8316-0811-9
- Band 757: Alexander Metz: **Verbraucherschützende Informationspflichten in der Werbung** · Eine Analyse rechtlicher und ökonomischer Rahmenbedingungen
2008 · 320 Seiten · ISBN 978-3-8316-0808-9
- Band 756: Andreas Begemann: **Die Rolle von Patenten in der zivilen Luftfahrtindustrie aus historischer und rechtsvergleichender Sicht**
2008 · 170 Seiten · ISBN 978-3-8316-0759-4
- Band 755: Karin Reißmann: **Die kartellrechtliche Beurteilung der Markenabgrenzung**
2008 · 264 Seiten · ISBN 978-3-8316-0751-8
- Band 754: Jingwen Zhu: **Die staatliche Infrastrukturgarantie für die als Wirtschaftsunternehmen geführten Eisenbahnen des Bundes in Deutschland – zugleich eine rechtsvergleichende Gegenüberstellung zu dem Recht des Eisenbahnwesens in der Volksrepublik China –**
2007 · 222 Seiten · ISBN 978-3-8316-0734-1
- Band 753: Philipp Linden: **Die Bekämpfung von Urheberrechtsverletzungen in Italien**
2007 · 380 Seiten · ISBN 978-3-8316-0733-4

Erhältlich im Buchhandel oder direkt beim Verlag:
Herbert Utz Verlag GmbH, München
089-277791-00 · info@utzverlag.de

Gesamtverzeichnis mit mehr als 3000 lieferbaren Titeln: www.utzverlag.de