

Zeitschrift für
Informations-,
Telekommunikations-
und Medienrecht

MMR

MultiMedia und Recht

4/2003

HERAUSGEBER

Dietrich Beese, Geschäftsführer Corporate Affairs, O₂ Germany GmbH & Co oHG, München – **Dorothee Belz**, Kaufmännische Geschäftsführerin, BetaResearch GmbH, Ismaning – **Dr. Michael Bertrams**, Präsident VerfGH und OVG für das Land Nordrhein-Westfalen, Münster – **Dr. Herbert Burkert**, Wiss. Mitarbeiter GMD, St. Augustin – RA **Dr. Oliver Castendyk**, Erich Pommer Institut, Potsdam – **Jürgen Doetz**, Vorstand ProSieben SAT1 Media AG/Präsident Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V. (VPRT), Berlin – **Prof. Dr. Carl-Eugen Eberle**, Justiziar ZDF, Mainz – **Erich Gahrau**, Justiziar Bertelsmann AG, Gütersloh – **Hans-Willi Hefekäuser**, Leiter des Zentralbereichs Ordnungs- und Wettbewerbspolitik, Deutsche Telekom, Bonn – **Prof. Dr. Thomas Hoeren**, Direktor der Zivilrechtlichen Abteilung des Instituts für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht, Universität Münster – **Prof. Dr. Bernd Holznagel**, Direktor der Öffentlich-rechtlichen Abteilung des Instituts für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht, Universität Münster – **Prof. Dr. Günter Knieps**, Direktor des Instituts für Verkehrswissenschaft und Regionalpolitik, Universität Freiburg – **Christopher Kuner J.D.**, LL.M., Attorney at Law, Hunton & Williams, Brüssel – **Matthias Kurth**, Präsident der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, Bonn – **Prof. Dr. Wernhard Möschel**, Vorsitzender des Wissenschaftlichen Beirats beim BMW/Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Handels- und Wirtschaftsrecht, Universität Tübingen – **Prof. Dr. Christoph Paulus**, Humboldt Universität zu Berlin – **Dr. Bernd Pill**, Leiter Recht und Regulierung Vodafone D2 GmbH, Düsseldorf – **Robert Queck**, Maître de Conférences, Centre de Recherches Informatique et Droit (CRID), Universität Namur, Belgien – RA **Prof. Dr. Peter Raue**, Hogan & Hartson Raue L.L.P. Berlin – RA **Dr. Wolfgang von Reinersdorff**, Justiziar Verband Privater Kabelnetzbetreiber e.V. (ANGA), Bonn/Heuking Kühn Lüer Wojtek, Hamburg – Min.Dir. **Dr. Eike Röhling**, Leiter der Abt. IV – Technologie- und Innovationspolitik; Neue Bundesländer, BMWi, Berlin – **Prof. Dr. Alexander Roßnagel**, Universität GH Kassel/wissenschaftlicher Direktor des Instituts für Europäisches Medienrecht (EMR), Saarbrücken – RA **Prof. Dr. Joachim Scherer**, Döser Amereller Noack/Baker & McKenzie, Frankfurt a.M. – **Prof. Dr. Gerhard Schricker**, Direktor des Max-Planck-Instituts für ausländisches und internationales Patent-, Urheber- und Wettbewerbsrecht, München – RA **Dr. Raimund Schütz**, Freshfields Bruckhaus Deringer, Düsseldorf – **Prof. Dr. Ulrich Sieber**, Universität München – **Prof. Dr. Gerald Spindler**, Universität Göttingen – RA **Dr. Arthur Waldenberger**, LL.M., Verband Deutscher Zeitschriftenverleger, Leitung Europaangelegenheiten und Medien, Berlin

REDAKTION

Anke Zimmer-Helfrich, Chefredakteurin –
RAin **Ruth Schrödl**, Redakteurin –
Marianne Gerstmeier, Redaktionsassistentin
Wilhelmstr. 9, 80801 München

EDITORIAL

Kohlberg und Piaget: Was Erziehungspsychologen zur geplanten Verschärfung der Strafen im Immaterialgüterrecht sagen würden

Am 23.1.2003 hat die *EU-Kommission* ihren Vorschlag für eine Richtlinie über die Maßnahmen und Verfahren zum Schutz der Rechte am geistigen Eigentum veröffentlicht. Die Richtlinie sieht eine drastische Verschärfung der Sanktionen für Piraterie vor. Aus deutscher Sicht beeindruckend ist vor allem die Anhebung des Schadensersatzes bei Rechtsverletzungen, der nunmehr auch eine Verdoppelung der fiktiven Lizenzgebühren umfassen soll. Hinzu kommt eine Verbesserung der Möglichkeiten zur vorweggenommenen Beschlagnahme von beweisrelevanten Unterlagen sowie die Etablierung eines EU-weit einheitlichen Systems der Rechtsdurchsetzung. Als Hintergrund für diese Sanktionsverschärfung wird die ständig wachsende Gefahr der Piraterie, auch über das Internet, genannt.

Es ist hier nicht der Ort, über Einzelheiten der geplanten Richtlinie kritisch zu reflektieren; hierzu wird der Verfasser in einem der nächsten Hefte der MMR Stellung nehmen. Die bewährte Rubrik des MMR-Editorials bietet aber Anlass, einmal generell über die Sittenhaftigkeit solcher Abschreckungsmaßnahmen nachzudenken. Die Drohung mit Strafen ist eines der primitivsten Mittel der Rechtsdurchsetzung. Dies lehren uns die Erkenntnisse der modernen Erziehungspsychologie. Berühmt geworden sind vor allem die Untersuchungen von *Kohlberg*



Prof. Dr. Thomas Hoeren ist Direktor der Zivilrechtlichen Abteilung des Instituts für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht, Universität Münster

und Piaget zur Entwicklung des moralischen Bewusstseins, die erfolgreich den Nachweis geführt haben, dass es je nach Lebensalter unterschiedliche Gründe für die Einhaltung von Normen gibt. Auf der untersten Stufe, entsprechend einem Alter von eins bis drei Jahren, ist ein ethisches Bewusstsein anzusetzen, das Normen lediglich wegen drohender Sanktionen beachtet. Sehr schnell entwickelt sich der Mensch weiter, spätestens als Heranwachsender erkennt er die allgemeine Bedeutung einer Norm für die Gesellschaft und ein gedeihliches Zusammenleben an.

Nun setzt erstaunlicherweise der erwähnte Richtlinienentwurf genau an der untersten Stufe des Moralbewusstseins an. Mehrfach finden sich im Text Hinweise auf den Abschreckungscharakter der Sanktionen und die Hoffnung, dass die vorgeschlagenen Strafen Piraten von ihrem Tun abhalten könnten. Wie auch sonst in der Industrie zeigt sich damit bei der *Kommission* der Grundgedanke, dass Piraten mit Kleinstkindern gleichzusetzen seien, die allenfalls auf Grund elterlicher Bestrafungen von ihrem Tun abzubringen seien. Und damit hängt auch ein sehr einfaches dualistisches Schema zusammen, das die Diskussion in der Wirtschaft durchzieht. Da sind die Guten, nämlich die Unternehmen, und die Bösen, nämlich die zu bestrafenden Rechtsverletzer.

Doch mit diesen sehr primitiven Denkweisen wird man dem Phänomen der Piraterie nicht gerecht. Zum einen ist zu bedenken, dass der Begriff der Piraterie seinerseits schillernd ist. Er umfasst die krassen Fälle des Plagiats in Entwicklungsländern ebenso wie die vertragswidrige Überproduktion oder Auslieferung durch Vertragshändler. Auch wird er manchmal verwendet, um Handlungen zu bezeichnen, die rechtlich einwandfrei, aber aus Sicht der Industrie nicht wünschenswert sind. Zu denken ist hier z.B. an die Fälle der Parallelimporte. Schließlich umfasst der Piraterievorwurf auch das massenhafte Kopieren durch Private, etwa im Falle von Kazaa und anderen Peer-to-peer-Diensten.

Letzteres Phänomen beschreibt dann auch die weitere Problematik der EU-Abschreckungskampagne. Wer nach schärferen Sanktionen verlangt, geht davon aus, dass die Gesellschaft insgesamt an den Schutz von Kreativität und

Innovation glaubt. Es gehörte bislang zu den scheinbar unangreifbaren Grundannahmen moderner Industrienationen, dass das sog. geistige Eigentum an sich und damit auch rechtlich schützenswert sei. Doch durch Kazaa werden wir eines anderen belehrt. „Geiz ist geil“ – inzwischen ist es ein Volkssport, sich über das Internet kostenlos zu bedienen. Flächendeckend und durch alle Altersschichten droht eine tiefe Erosion des ethischen Bewusstseins: Viele wollen nicht mehr verstehen, wieso sie für Musik oder Videos noch etwas bezahlen sollen, wenn es alles über das Internet umsonst gibt. Diese „Umsonst-Mentalität“ findet sich nicht nur im Urheberrecht. Auch die Markenindustrie sieht sich einer Bevölkerung gegenüber, die den besonderen Wert einer Marke nicht mehr versteht. Kein Wunder, wenn es die Streifen auf den Schuhen auch billiger gibt, wenn H&M-Modetrends kopieren, wenn es die Benetton-T-Shirts beim Türkeiurlaub so günstig gab. Die Wirtschaft ist all diesen gefährlichen Trends gegenüber völlig ratlos. Sie schreit eben nach der Strafe und schafft damit symbolische Strafrechte, was wiederum den Wert der Strafe selbst desavouiert.

Und die Lösung? Gehen wir einfach zurück zu Kohlberg und Piaget. Es reicht eben nicht aus, an der Oberfläche nur mit Strafen zu drohen, die gegenüber dem Massenphänomen der Piraterie nicht durchsetzbar sind. Es bedarf der langfristigen Etablierung und Wiedergewinnung eines gesamtgesellschaftlichen Normbewusstseins, das die Sinnhaftigkeit des Schutzes von Innovation und Kreativität wieder als selbstverständlich anerkennt. Dazu ist eine Erziehungsarbeit notwendig, die weit über den Rahmen rechtlicher Maßnahmen hinausgeht. Es ist doch sehr auffällig, dass es keinen einzigen Unterrichtsentwurf gibt, der sich mit dem Schutz der Rechte am geistigen Eigentum beschäftigt. Warum ist die Musikindustrie nicht an den Schulen und bringt den Kindern vor Ort ein Gespür für den Wert musikalischer Leistungen nahe? Wo sind die Aufklärungskampagnen der Markenartikelindustrie, die positiv die Bedeutung einer Marke auch zu Gunsten des Verbrauchers vermitteln. Wann werden sich die Lobbyisten einmal aus ihren Glaspalästen in Berlin oder Brüssel wegbewegen, um dem angeblich kleinen Mann von der Straße den Wert einer Marke, eines Urheberrechts oder eines Patents zu erklären?

Münster, im April 2003

Thomas Hoeren

Prof. Dr. Thomas Hoeren

■ **Jens M. Schmittmann/Anja Gorris, Steuerliche Aspekte des Fernabsatzrechts, Heidelberg (Recht und Wirtschaft, Schriften des Betriebs-Beraters, Band 121) 2002, ISBN 3-8005-2057-5, € 58,-.**

Schließt ein Verbraucher im Wege des elektronischen Geschäftsverkehrs einen Vertrag, so steht ihm – von Ausnahmen abgesehen – ein Widerrufs- bzw. Rückgaberecht nach fernabsatzrechtlichen Vorschriften zu. Während die rechtlichen Voraussetzungen für diese Rückabwicklungsinstrumentarien i.R.d. B2C-E-Commerce in jüngerer Zeit verstärkt in den Mittelpunkt des juristischen Interesses rückten, blieben deren ertrags- und umsatzsteuerliche Folgewirkungen für einen B2C-Anbieter bislang nahezu unerwähnt. Die beiden Autoren unternehmen mit ihrer Abhandlung nunmehr den Versuch, diese aus Anbietersicht praxisrelevante Lücke zu schließen, was ihnen, um es an dieser Stelle vorwegzunehmen, auch durchaus gelungen ist.

Nach einer kurzen Einführung zum Ursprung des Internet und Angaben zur ökonomischen Entwicklung speziell des elektronischen Versandhandels (S. 19–26) geben die Verf. zunächst, ausgehend von den Vorgaben der EU in Form der Fernabsatzrichtlinie und deren Umsetzung durch den deutschen Gesetzgeber, einen Überblick über die zivilrechtlichen Grundlagen und damit verbundenen Rechtsfolgen der Ausübung des Rückgabe- bzw. Widerrufsrechts des Verbrauchers (S. 27–58), ehe sie sich sodann dem eigentlichen Untersuchungsgegenstand, den hieraus für einen B2C-Anbieter resultierenden Konsequenzen in ertrags-, umsatz- und zollrechtlicher Hinsicht, zuwenden. In einem ersten, als ertragssteuerlicher Teil überschriebenen Abschnitt (S. 59–83) erörtern die Autoren hierbei schwerpunktmäßig bilanzrechtliche Fragestellungen, die sie entsprechend ihrer Relevanz in der Steuer- bzw. Handelsbilanz verorten: Welche Auswirkungen kann die fernabsatzrechtliche Widerrufsmöglichkeit des Verbrauchers auf die handels- bzw. steuerrechtliche Gewinnrealisierung des Unternehmers haben? Kann oder muss er diese Kundenforderung ungeachtet ihrer latenten Widerrufsmöglichkeit in vol-

ler Höhe aktivieren und welche Rolle spielen dabei die u.U. zuverlässig ermittelten Rückgabequoten und eine etwaige korrespondierende Rückstellungsverpflichtung. All diese primär bilanztechnischen Fragen werden unter Darlegung der hierzu möglichen Argumentationsmuster eingehend dargelegt. Dennoch sollten diese Ausführungen nicht darüber hinweg täuschen, dass sie sich erst, und nur dann für den bilanzierenden B2C-Anbieter stellen werden, wenn am konkreten Bilanzstichtag der Fernabsatzvertrag infolge der latenten Widerrufsmöglichkeit des Verbrauchers noch nicht vollständig abgewickelt worden ist. Vielleicht wäre es deshalb sinnvoll gewesen, in diesem Zusammenhang – zumindest ergänzend – auch auf die Auswirkungen der Schuldrechtsmodernisierung näher einzugehen. So dürften, was die potenzielle Rückabwicklung des Fernabsatzvertrags anbelangt, derzeit etwa die verlängerten Gewährleistungsfristen, die unternehmerischen Nachbesserungspflichten sowie der ggf. in Frage kommende Lieferantenregress dem bilanzierenden B2C-Anbieter hinsichtlich ihrer bilanziellen Implikationen weitaus größere „Kopfschmerzen“ bereiten, als ein am Bilanzstichtag noch bestehendes 14-tägiges Verbraucher-Widerrufsrecht, zumal der Unternehmer zu dieser veränderten Rechtslage noch über keine gesicherten vergangenheitsbezogenen Erfahrungswerte (etwa bzgl. der Gewährleistungsquote und Rückstellungsdotierung in der Bilanz) verfügt. Den umsatzsteuerlichen Teil (S. 94–162) leiten die Autoren zunächst mit einer – lehrbuchartigen und zu ausführlichen – Darlegung der allgemeinen Grundlagen des Umsatzsteuerrechts ein und erörtern hierbei auch die diesbezüglichen Spezifika mit Blick auf den E-Commerce. Dies ist allerdings nicht neu und war bereits Gegenstand zahlreicher Publikationen. Besondere Erwähnung verdienen von daher im Wesentlichen nur die Ausführungen zur Rücklieferung bzw. Rücknahme der Ware in ursprünglichem Zustand (S. 102 ff.) sowie nach teilweisem Verbrauch oder Wertverzehr (S. 149 ff.), die im Kontext des vom Verbraucher ausgeübten Widerrufsrechts anhand von Beispielen praxisnah diskutiert werden. Entsprechend dieser Systematik

wurde auch beim letzten, dem zollrechtlichen Teil (S. 163–176) verfahren.

Fazit: Wer sich als B2C-Anbieter einen Überblick über die steuer-(bilanz)-rechtlichen Folgewirkungen aus dem fernabsatzrechtlichen Rückgabe- und Widerrufsrecht des Verbrauchers verschaffen will, sollte das Werk hinzuziehen. Es informiert hierüber nicht zu umfangreich und doch erschöpfend.

RA Marc T. Singer, Neuss.

■ **Spiros Simitis (Hrsg.), Kommentar zum Bundesdatenschutzgesetz, Baden-Baden (Nomos) 5. Aufl. 2003, ISBN 3-7890-7520-5, € 148,-.**

Es waren einmal einige mutige Freibeuter, die kämpften gegen die Übermacht des Staates bei der Verarbeitung personenbezogener Daten. Als sie noch jung waren, waren sie nicht alleine. Viele kämpften mit ihnen den Kampf gegen die Sammelwut der Behörden. Und der Kampf weitete sich aus; er galt nicht nur den Großrechnern des Staates, sondern auch den Kundeninformationssystemen der Privatwirtschaft. Viele applaudierten den Bemühungen dieser Gruppe, die mit hoher Intelligenz und großem Elan ausgestattet auf sich aufmerksam machte. Das BVerfG schloss sich im legendären Volkszählungsurteil ebenso an wie der Gesetzgeber, voran im BDSG. Und so wurden die Musketiere sehr schnell zu Schriftstellern, die ihre Feder geschickt nutzten, um Meinungen zu machen, Gesetzgebungsentwicklungen zu kommentieren und die Rspr. zu beeinflussen. Diese Bemühungen kulminierten im legendären Kommentar zum BDSG, der die meisten renommierten Musketiere als Autoren vereinte und in mehreren Auflagen erschienen ist. Doch dann wurden die Helden alt und arriviert. Irgendwann einmal müssen sie den Spaß an der Sache verloren haben. Frustration machte sich breit, nicht nur wegen des Gesinnungswandels in der Bevölkerung, die zunehmend den tieferen Sinn im Kampf um den Datenschutz nicht mehr erkennt (getreu dem Motto: Wer nichts zu verbergen hat, kann seine Daten auch jedermann mitteilen). Zur Altersmüdigkeit trug aber auch eine Entscheidung des Verlags selbst bei. Die vierte Auflage des Werks sollte als Loseblattausgabe er-

scheinen; doch diese kam nicht richtig voran. Die müden Krieger scheuten die Arbeit, das Werk blieb – gerade auch zur Verärgerung der treuen Leserschaft – ein Torso, der nur aus wenigen kommentierten Vorschriften bestand. Leserschaft und Autoren waren allmählich so deprimiert, dass selbst der Verlag ein Einsehen hatte. Schnell kratzte man noch einige fehlende Kommentierungen zusammen, band einige neue Autoren ein und kam dann endlich mit der lang erwartenden 5. Auflage des Pionierwerks auf den Markt.

So oder so ähnlich stelle ich mir die Entstehungsgeschichte des vorliegenden Buchs vor. Denn anders ist der Charakter der Kommentierung nicht zu erklären. Vorab gesagt: Es handelt sich wirklich um ein Pionierwerk, den wissenschaftlich profunden und tief gehendsten Kommentar zum BDSG, aus der Feder langjähriger und altvertrauter Experten des Datenschutzrechts. Wer kennt nicht *Spiros Simitis*, *Ulrich Dammann*, *Stefan Walz* oder *Otto Mallmann*? Und auch die neuen Mitstreiter der Kommentierung sind bestimmt keine Unbekannten; erwähnt seien nur *Johann Bizer* (Mitherausgeber der Zeitschrift DuD) und *Bettina Sokol* (Landesbeauftragte für den Datenschutz in Nordrhein-Westfalen). Auf knapp 1.600 Seiten präsentieren die Autoren eine gelungene Kommentierung des BDSG, natürlich einschließlich der Neubestimmungen in Folge der Umsetzung der EU-Datenschutzrichtlinie. Und dennoch werden die Helden altersmüde. Viele Texte wirken so, als hätten sie längere Zeit in der Schublade gelegen und wären nur wegen verschiedener Redaktionsprobleme nachträglich ins Werk integriert worden. So argumentiert z.B. *Dammann* ausführlich für eine weitgehende Einbeziehung der Kirchen in den staatlichen Datenschutz (§ 2 Rdnr. 82 ff.), ohne jedoch die (gerade auch für seine Argumentation wichtige) Stellung in der EU-Datenschutzrichtlinie zu erwähnen. Auffällig sind an vielen Stellen auch die überalterten Literaturbelege, etwa zu § 4 BDSG. Die meisten Literaturangaben haben „lange Bärte“; eine große Lücke klafft zwischen 1993 und 2003. Moderne Themen, die derzeit die Datenschutzszene quälen, werden viel zu kurz oder gar nicht erwähnt. Als Beispiel seien die knappen Hinweise zum Outsourcing erwähnt (§ 28 Rdnr. 136 und § 3a Rdnr. 16). Zu Cookies finden sich nur wenige Zeilen (§ 1 Rdnr. 223). Die Besonderheiten des TDDSG werden überhaupt nicht thematisiert (s. die Referenzen in § 12 Rdnr. 8 und § 13 Rdnr. 13). Ähnliches gilt für die datenschutzrechtlichen Fragen beim E-Mail-Einsatz und der elektronischen Einwilligung oder Probleme des Data Mining. Transnationale Rechtsprobleme werden zum Teil auch zu offen gelassen; so finden sich keine Hinweise zu *Enfopol*. Man hätte wahrscheinlich den Mut haben müssen, viele der alten Textpassagen radikal zu streichen und auf dem Hintergrund der modernen Diskussion noch einmal einiges neu zu verfassen. Schade ist übrigens auch, dass der Gesetzeswortlaut des BDSG nicht im Volltext abgedruckt worden ist; es hätte die Lesbarkeit durchaus erhöht, an einer Stelle einmal den gesamten Text des BDSG im Zusammenhang zu finden.

Es soll aber nicht zu viel „genörgelt“ werden. „Der Simitis“ bleibt das Standardwerk zum BDSG, geprägt von der Altersweisheit und von der wissenschaftlichen Tiefe des exzellenten Autorenteam.

Prof. Dr. Thomas Hoeren, Münster.

Redaktion: Anke Zimmer-Helfrich, Chefredakteurin (verantwortlich für den Textteil); RAin Ruth Schrödl, Redakteurin; Marianne Gerstmeyr, Redaktionsassistentin, Wilhelmstr. 9, 80801 München, Postanschrift: Postfach 40 03 40, 80703 München, Telefon: 089/ 381 89-427, Telefax: 089/ 38189-695, E-Mail: mmmr@beck.de

Manuskripte: Manuskripte sind an die Redaktion zu senden. Der Verlag haftet nicht für Manuskripte, die unverlangt eingereicht werden. Sie können nur zurückgegeben werden, wenn Rückporto beigelegt ist. Die Annahme zur Veröffentlichung muss schriftlich erfolgen. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Eingeschlossen sind insbesondere auch die Befugnis zur Einspeicherung in eine Datenbank sowie das Recht der weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken im Wege eines fotomechanischen oder eines anderen Verfahrens. Dem Autor verbleibt die Befugnis, nach Ablauf eines Jahres anderen Verlagen eine einfache Abdruckgenehmigung zu erteilen; ein Honorar hieraus steht dem Autor zu.

Urheber- und Verlagsrechte: Alle in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Dies gilt auch für die veröffentlichten Gerichtsentscheidungen und ihre Leitsätze, denn diese sind geschützt, soweit sie vom Einsender oder von der Redaktion erarbeitet oder redigiert worden sind. Der Rechtsschutz gilt auch gegenüber Datenbanken und ähnlichen Einrichtungen. Kein Teil dieser Zeitschrift darf außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form – durch Fotokopie, Mikrofilm oder andere Verfahren – reproduziert oder in eine von Maschinen, insbesondere von Datenverarbeitungsanlagen verwendbare Sprache übertragen werden.

Anzeigenabteilung: Verlag C.H. Beck, Anzeigenabteilung, Wilhelmstraße 9, 80801 München, Postanschrift: Postfach 400340, 80703 München, Media-Service: Telefon: 089/381 89-781, Telefax: 089/381 89-782, media-service@beck.de, Media-Disposition (Herstellung Anzeigen, technische Daten): Telefon 089/381 89-603, Telefax (Auftragsservice): 089/381 89-589, Verantwortlich für den Anzeigenteil: Fritz Leberherz.

Anzeigenpreise: Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 6.

Verlag: Verlag C.H. Beck oHG, Wilhelmstr. 9, 80801 München, Postanschrift: Postfach 40 03 40, 80703 München, Tel.: 089/381 89-0, Telefax: 089/38 18 93 98, Postbank: München Nr. 62 29-802, BLZ 70010080.

Erscheinungsweise: Monatlich.

Bezugspreise 2003: halbjährlich € 138,- (darin € 9,03 MwSt.). Einzelheft: € 25,80 (darin enthalten € 1,69 MwSt.); für Studenten und Rechtsreferendare € 70,- (darin enthalten € 4,58 MwSt.). Versandkosten: jeweils zuzüglich. Die Rechnungsstellung erfolgt zu Beginn eines Bezugszeitraumes. Nicht eingegangene Exemplare können nur innerhalb von 6 Wochen nach dem Erscheinungstermin reklamiert werden.

Bestellungen über jede Buchhandlung und beim Verlag. Vertriebskooperation in der Schweiz: Helbing & Lichtenhahn Verlag Basel, Auslieferung: Verlag Sauerländer, Laurenzerworstadt 89, CH-5001 Aarau, Tel.: 064/26 86 26, Telefax: 064/24 57 80.

Abo-Service: Tel.: 089/3 81 89-549, Fax: 089/3 81 89-297, E-Mail: abo.service@beck.de

Abbestellungen müssen 6 Wochen vor Halbjahresschluss erfolgen.

Adressenänderungen: Teilen Sie uns rechtzeitig Ihre Adressenänderungen mit. Dabei geben Sie bitte neben dem Titel der Zeitschrift die neue und die alte Adresse an.

Hinweis gemäß § 4 Abs. 3 der Postdienst-Datenschutzverordnung: Bei Anschriftsänderungen des Bezieher kann die Deutsche Post AG dem Verlag die neue Anschrift auch dann mitteilen, wenn kein Nachsendeantrag gestellt ist. Hiergegen kann der Bezieher innerhalb von 14 Tagen nach Erscheinen des Heftes beim Verlag widersprechen.

Satz: Medien Dienst Lorenz & Partner, München.

Druck: C.H. Beck'sche Buchdruckerei, Bergerstr. 3, 86720 Nördlingen.

ISSN 1434-596X