

Hans Knoblich - Roland Haever

**Der zoll- und steuerfreie  
Einzelhandel in der  
Bundesrepublik Deutschland:  
Erscheinungsformen und  
empirische Bedeutung**



## INHALTSVERZEICHNIS

	SEITE
I. EINFÜHRUNG	1
II. THEORETISCHE GRUNDLAGEN DER UNTERSUCHUNG	4
A. Der zoll- und steuerfreie Handel als Gegenstand der Untersuchung	4
1. Abgrenzung und begriffliche Bestimmung	4
a) Der Handel	4
b) Binnen- und Außenhandel	5
c) Groß- und Einzelhandel	5
d) Der zoll- und steuerfreie Einzelhandel	5
2. Die historische Entwicklung des zoll- und steuerfreien Handels	8
3. Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Duty-Free- Einzelhandels in der Bundesrepublik Deutschland	9
4. Steuerliche und sonstige rechtliche Grundlagen des Duty-Free	10
a) EG-Zollrecht - nationales Zollrecht	13
b) § 36 AZO - Mund- und Schiffsvorrat	15
c) § 42 AZO - Diplomaten- und Konsulargut	16
d) Einreise-Freimengen-Verordnung	16
e) NATO-Truppenstatut	17
f) Einfuhrumsatzsteuer-Befreiungs- verordnung (EUSTBV)	18
5. Rechtsfolgen für den Duty-Free-Einzelhandel im Hinblick auf die Schaffung eines einheitlichen EG-Binnenmarktes	20
B. Die Einordnung des Duty-Free-Handels in die Systematisierung der Handelsbetriebe	22
1. Notwendigkeit und Methoden der Systematisierung	22
2. Betriebsform und Betriebstyp im Handel	23

3.	Zur systematischen Erfassung des Duty-Free-Einzelhandels	25
C.	Klassifizierung der Angebotsformen im zoll- und steuerfreien Handel	29
1.	Verkauf an Auslandsreisende	29
a)	Duty-Free-Shops auf Verkehrsflughäfen	29
aa)	Duty-Free-Shops für Fluggäste	29
ab)	Duty-Free-Shop für Flugzeugbesatzungen («Crew-Shop»)	29
b)	Duty-Free-Verkauf auf Schiffen	30
ba)	Duty-Free-Shops auf Passagierschiffen	30
bb)	Duty-Free-Verkauf auf Handelsschiffen	36
c)	Duty-Free-Verkauf an Bord von Verkehrsflugzeugen	36
d)	Exkurs: Tax-Free-Verkauf in den herkömmlichen Betriebsformen des Einzelhandels	40
2.	Verkauf an »Nicht-Reisende«	45
a)	Duty-Free-Verkauf an Militärangehörige	45
b)	Duty-Free-Verkauf an die Angehörigen des diplomatischen Corps	46
c)	Duty-Free-Shops in Zollfreigebieten	50
III.	EMPIRISCHER TEIL	53
A.	Methodik der Untersuchung	53
1.	Ziele der Untersuchung	53
2.	Methoden der Untersuchung	54
B.	Verlauf und Ergebnisse der Untersuchung	59
1.	Strukturelle Aspekte	63
a)	Rechtsformen und Eigentümerstrukturen	63
b)	Betriebsgröße	64
ba)	Verkaufsfläche	65
bb)	Personal	66
bc)	Umsatz	68
2.	Absatzwirtschaftliche Aspekte	71
a)	Zielgruppe(n)	71
b)	Standortpolitik	77
c)	Warenpolitik	78
ca)	Sortimentspolitik	78
(1)	Sortimentsinhalt	80

(2)	Sortimentsdimensionen	81
(3)	Sortimentsdynamik	83
(4)	Sortimentsverbund	84
(5)	Bewertung von Sortimentsteilen	85
cb)	Warenpolitik im engeren Sinne	88
cc)	Exkurs: Das Duty-Free-Markenartikelkonzept »Airports«	91
d)	Verkaufsgestaltung	93
e)	Preispolitik	95
f)	Kommunikationspolitik	101
fa)	Werbung	102
fb)	Verkaufsförderung	105
3.	Die voraussichtlichen Auswirkungen der Vollendung des EG-Binnenmarktes auf die Duty-Free-Shops	107
a)	Passagierstruktur	107
b)	Zur ökonomischen Bedeutung der Duty-Free- Shops für die deutschen Verkehrsflughäfen	108
c)	Mögliche Lösungsansätze zur Aufrechterhaltung des Duty-Free-Handels auch im innergemeinschaftlichen Reiseverkehr	110
<b>IV.</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG DER WESENTLICHEN ERGEBNISSE UND SCHLUSSBETRACHTUNG</b>	<b>112</b>
<b>ANHANG</b>		<b>117</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS</b>		<b>149</b>
<b>VERZEICHNIS DER VERWENDETEN RECHTSQUELLEN</b>		<b>155</b>
<b>VERZEICHNIS DER SONSTIGEN QUELLEN</b>		<b>158</b>
<b>GESPRÄCHSVERZEICHNIS</b>		<b>161</b>