

Katharina Artinger

Taxing Consumption in the Digital Age

Challenges for European VAT



Nomos



Steuerwissenschaftliche Schriften

Edited by

Prof. Dr. Dr. Lars P. Feld, Walter Eucken Institut, Freiburg i. Br.
Prof. Dr. Ekkehart Reimer, Universität Heidelberg
Prof. Dr. Christian Waldhoff, Humboldt-Universität zu Berlin

Volume 74

Katharina Artinger

Taxing Consumption in the Digital Age

Challenges for European VAT



Nomos



The doctoral thesis was awarded the „Dissertationspreis der Nürnberger Steuergespräche e.V. 2020“.

The Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available on the Internet at <http://dnb.d-nb.de>

a.t.: Erlangen-Nürnberg, Univ., Diss., 2020

ISBN 978-3-8487-7670-2 (Print)
978-3-7489-1045-9 (ePDF)

British Library Cataloguing-in-Publication Data

A catalogue record for this book is available from the British Library.

ISBN 978-3-8487-7670-2 (Print)
978-3-7489-1045-9 (ePDF)

Library of Congress Cataloging-in-Publication Data

Artinger, Katharina
Taxing Consumption in the Digital Age
Challenges for European VAT
Katharina Artinger
336 pp.
Includes bibliographic references.

ISBN 978-3-8487-7670-2 (Print)
978-3-7489-1045-9 (ePDF)



Onlineversion
Nomos eLibrary

1st Edition 2020

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, Germany 2020. Overall responsibility for Manufacturing (printing and production) lies with Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

This work is subject to copyright. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or any information storage or retrieval system, without prior permission in writing from the publishers. Under § 54 of the German Copyright Law where copies are made for other than private use a fee is payable to “Verwertungsgesellschaft Wort”, Munich.

No responsibility for loss caused to any individual or organization acting on or refraining from action as a result of the material in this publication can be accepted by Nomos or the author.

To my parents

Acknowledgements

I have written this academic paper during my time as a research assistant at Friedrich-Alexander University Erlangen-Nuremberg at the Chair of Tax Law and Public Law. Case law and scholarly literature are considered until February 2020.

I express my gratitude to my supervising Professor Dr. Roland Ismer for his support. He guided me through my research and always supported me with new impulses and constructive criticism. Furthermore, I would like to thank Professor Dr. Wolfram Reiß for exciting discussions and the very fast preparation of the second opinion. Additionally, I would like to thank Professor Dr. Claus Schnabel for accompanying the doctoral process as a third member of the examination board.

I also would like to thank my colleagues Stefanie Baur-Rückert, Christoph Gradl, Manuel Haußner, Harald Kandel, Sophia Piotrowski, Julia Ruß, Brigitte Schüller, Magdalena Schwarz and Christian von Hesler, who accompanied and supported me at the Chair of Tax Law and Public Law. Through them working in science and teaching became a personal enrichment. I would like to thank all the members of the VAT community, who I have had the opportunity to meet during my research years. They have motivated me to continue VAT research with enthusiasm.

Apart from all the other dear people who supported and encouraged me before and during my doctoral studies, I would especially like to thank my family and friends. They have always given me the necessary support and understanding for the limited time together. Finally, I would like to thank my parents Claudia and Klaus. They have motivated and supported me all my life and have given me the opportunity for a sound education.

Nuremberg, June 2020

Katharina Artinger

Abstract

Digitalization tremendously affects the interaction between businesses and their customers. Especially multi-sided online companies question familiar linear supply chains and involve customers themselves in their value creation. The EU VAT system, which was introduced at a time when customers were buying goods and services for consumption without further active involvement in the supply chain, appears to have difficulties in dealing with digital developments. It is not unambiguously clear whether multi-sided online businesses offer their customers free services or whether the users “pay” with their personal data. In order to solve this uncertainty, it needs to be analyzed whether such “free” online services can be subsumed under the concept of EU VAT as a general tax on consumption. If such “free” online services are covered by the concept, VAT must be levied, otherwise no VAT may be charged.

The concept of EU VAT as a general tax on consumption has not been explained in detail yet. Comparisons between the concepts of consumption which are applied in macroeconomics, microeconomics, marketing, direct taxation and excise duties disclose some similarities with taxation of consumption under EU VAT. What all the concepts have in common is that they are not based on a direct recording of consumption. All disciplines rely on proxies that are designed to measure consumption. The proxies, however, differ from discipline to discipline which is why it is not possible to derive the concept of EU VAT (as a general tax on consumption) from other theoretical models. It is necessary to explain the concept inherent in VAT itself.

The notion of consumption under EU VAT has been sketched by the ECJ as a transfer of benefits to an identifiable individual. This case law can be applied to the consumption of services. However, it is not clear whether this is also applicable to the consumption of goods. Since even the EU VAT system does not tax actual consumption, transactions are used as proxies for consumption. This means that the exchange of goods and services for (monetary) consideration is taxed. Therefore, the ability of the consumer to pay for goods and services can be seen as a basic idea of EU VAT. As EU VAT is designed as an indirect all-stage tax, B2B and B2C transactions are taxed. Transactions carried out by consumers are mostly not covered. Consumption is therefore reduced to the time point when a

Abstract

transaction takes place. Whether actual consumption occurs after a transaction is irrelevant. Only under certain circumstances, for example, of changes in the business use of durables, initial input tax deductions need to be corrected at business level. These corrections indicate a period in which consumption takes place. Furthermore, supplies of goods and services must be directly linked to the consideration paid and the exchange must be based on a legal relationship. If a transaction lacks at least one of these criteria, it will not be taxed.

The link to B2B and B2C transactions of goods and services for consideration already limits taxation of all possible kinds of consumption. The ECJ case law, however, further restricts the scope of taxation for EU VAT purposes. Illegal transactions are taxed, but only such ones which compete with legal transactions. If a legal sale is not possible, the illegal transactions will not be taxed either. Furthermore, by linking consumption to transactions, an anticipated consumption concept is pursued, which categorizes actual consumption as not decisive. When purchasing goods, for example, it can still be observed whether goods are returned unused and therefore do not fall under the anticipatory consumption concept. With regard to services, however, the ECJ was not yet able to draw a clear distinction between anticipatory consumption that is to be taxed and non-taxed compensation payments. Finally, certain free transactions of goods and services are also taxed, which is eroding the underlying idea of exchange. According to ECJ case law and the wording of the relevant rules in the EU VAT Directive, free transactions of goods are subject to a wider scope of application than free transactions of services.

It is possible to subsume the challenges of the digital age under the concept of EU VAT as a general tax on consumption. Different trends (such as the growing importance of trade in services and the sharing economy) fit into this pattern. *Bitcoins*, as a representative of new bidirectional virtual currency schemes, was recognized by the CJEU as a new means of payment and thus has also been brought into line with the traditional ideas of EU VAT. The “free” services of multi-sided online businesses can also be subsumed under the concept of EU VAT consumption. It is argued that such businesses provide “free” online services to their users, who in turn consent to the exploitation of their personal data. For example, in cases where a use of “free” online services is only possible when users consent to the use of their personal data, a direct link is established between the two services. The exchange provides a benefit for both and is based on a legal relationship documented in the terms and conditions. The users are still to be categorized as private individuals, as with their consent to data exploita-

tion, they usually do not carry out any economic activity and are therefore not taxable persons. Consequently, B2C barter transactions must be taxed. The tax is to be calculated on the basis of suppliers' costs using internal accounting principles. The tax legislator should issue guidelines to facilitate uniform implementation and review of the calculations. However, on the condition that online companies actually provide free services without any consideration, there is no taxation. The wording of Article 26 of the EU VAT Directive does not cover such situations. An extension of the provision *de lege ferenda* in order to cover such free online services should not be considered.

In a nutshell, the EU VAT system can meet the challenges of *digitalization*. There is no need to fundamentally adapt the concept of EU VAT as a general tax on consumption or to introduce a completely new one. However, it is necessary to interpret digital business models and the transactions associated with them from an economic perspective. This approach seems acceptable, as the ECJ itself emphasizes such a view from time to time.

Abstract (German Translation)

Besteuerung des Konsums im digitalen Zeitalter – Herausforderungen für die europäische Umsatzsteuer

Die Digitalisierung hat enorme Auswirkungen auf die Interaktion zwischen Unternehmen und ihren Kunden. Insbesondere mehrseitige Online-Unternehmen stellen bekannte lineare Lieferketten in Frage und beziehen die Kunden selbst in ihre Wertschöpfung mit ein. Das EU-Mehrwertsteuersystem, das zu einer Zeit eingeführt wurde, als Kunden Waren und Dienstleistungen für den Konsum ohne weitere aktive Beteiligung an der Lieferkette kauften, scheint Schwierigkeiten im Umgang mit der digitalen Entwicklung zu haben. Es ist nicht eindeutig klar, ob mehrseitige Online-Unternehmen ihren Kunden kostenlose Dienstleistungen anbieten oder ob die Nutzer mit ihren persönlichen Daten „bezahle“. Um diese Ungewissheit zu beseitigen, muss analysiert werden, ob solche „kostenlosen“ Online-Dienste unter das Konzept der EU-Mehrwertsteuer als allgemeine Verbrauchsteuer subsumiert werden können. Wenn solche „kostenlosen“ Online-Dienste unter das Konzept fallen, muss Mehrwertsteuer erhoben werden, andernfalls darf keine Mehrwertsteuer erhoben werden.

Bislang wurde das Konzept der EU-Mehrwertsteuer als allgemeine Verbrauchsteuer nicht im Detail erörtert. Vergleiche zwischen den Verbrauchskonzepten, die in der Makroökonomie, Mikroökonomie, im Marketing, in der direkten Besteuerung und bei den speziellen Verbrauchsteuern angewendet werden, zeigen einige Ähnlichkeiten mit der Besteuerung des Verbrauchs im Rahmen der EU-Mehrwertsteuer. Allen gemeinsam ist, dass eine direkte Erfassung des tatsächlichen Verbrauchs nicht möglich ist. Alle Disziplinen sind daher auf „Proxies“ (sogenannte Stellvertreter) angewiesen, die den Verbrauch messen sollen. Die verwendeten Stellvertreter unterscheiden sich jedoch von Disziplin zu Disziplin. Daher ist es nicht möglich, das Konzept der EU-Mehrwertsteuer als allgemeine Verbrauchsteuer aus anderen theoretischen Modellen abzuleiten. Es ist vielmehr notwendig, das der Mehrwertsteuer selbst innewohnende Verbrauchskonzept zu untersuchen.

Der Begriff des Verbrauchs im Rahmen der EU-Mehrwertsteuer wurde vom EuGH als eine Übertragung von Vorteilen auf eine identifizierbare Person skizziert. Diese Rechtsprechung kann auf den Verbrauch von

Abstract (German Translation)

Dienstleistungen angewandt werden. Es ist jedoch nicht klar, ob dies auch auf den Verbrauch von Gütern anwendbar ist. Da auch das Mehrwertsteuersystem der EU den tatsächlichen Verbrauch nicht besteuern kann, werden Transaktionen als Stellvertreter für den Verbrauch verwendet. Dies bedeutet, dass der Austausch von Waren und Dienstleistungen gegen eine (monetäre) Gegenleistung besteuert wird. Daher kann die Fähigkeit des Verbrauchers, für Waren und Dienstleistungen zu bezahlen, als eine Grundidee der EU-Mehrwertsteuer angesehen werden. Da die EU-Mehrwertsteuer als eine indirekte Allphasen-Steuer konzipiert ist, werden B2B und B2C Transaktionen besteuert. Transaktionen, die von Verbrauchern durchgeführt werden, sind meist nicht erfasst. Der Verbrauch wird daher auf den Zeitpunkt reduziert, an dem eine Transaktion stattfindet. Ob ein tatsächlicher Verbrauch nach einer Transaktion erfolgt, ist unerheblich. Nur unter bestimmten Umständen, zum Beispiel bei Änderungen in der geschäftlichen Nutzung von Gebrauchsgütern, müssen anfängliche Vorsteuerabzüge auf Unternehmensebene korrigiert werden. Diese Korrekturen weisen auf einen Zeitraum hin, in dem Verbrauch stattfinden kann. Darüber hinaus müssen Lieferungen von Gegenständen und Dienstleistungen in direktem Zusammenhang mit dem gezahlten Entgelt stehen und der Austausch muss auf einem Rechtsverhältnis beruhen. Fehlt einer Transaktion mindestens eines dieser Kriterien, wird sie nicht besteuert.

Die Anknüpfung an B2B und B2C Transaktionen von Waren und Dienstleistungen gegen Entgelt schränkt bereits die allumfassende Besteuerung aller möglichen Arten von Verbrauch ein. Die Rechtsprechung des EuGHs schränkt jedoch den Anwendungsbereich der Besteuerung für die Zwecke der EU-Mehrwertsteuer noch weiter ein. Illegale Transaktionen werden grundsätzlich besteuert, aber nur solche, die mit legalen Transaktionen konkurrieren. Ist aber ein legaler Verkauf nicht möglich, werden die illegalen Transaktionen nicht besteuert. Darüber hinaus wird durch die Verknüpfung des Verbrauchs mit Transaktionen ein vorweggenommenes Verbrauchskonzept verfolgt, was den tatsächlichen Verbrauch als nicht entscheidend kategorisiert. Beim Warenkauf kann dabei zum Beispiel noch beobachtet werden, ob Waren ungenutzt zurückgegeben werden und daher nicht unter das antizipierende Verbrauchskonzept fallen. Bei Dienstleistungen konnte der EuGH jedoch noch nicht klar zwischen zu versteuerndem antizipierendem Verbrauch und nicht zu versteuernden Ausgleichszahlungen unterscheiden. Schließlich werden auch bestimmte kostenlose Transaktionen von Waren und Dienstleistungen besteuert, wodurch der Grundgedanke des Austausches untergraben wird. Nach der EuGH Rechtsprechung und dem Wortlaut der

entsprechenden Regelungen in der EU-Mehrwertsteuersystemrichtlinie unterliegen kostenlose Lieferungen von Gegenständen einem breiteren Anwendungsbereich als die kostenlose Erbringung von Dienstleistungen.

Die Herausforderungen des digitalen Zeitalters lassen sich unter diesem Konzept der EU-Mehrwertsteuer als allgemeine Verbrauchsteuer subsumieren. Verschiedene Trends wie die wachsende Bedeutung des Handels mit Dienstleistungen und die gemeinsame Wirtschaft („sharing economy“) passen in dieses Muster. *Bitcoins* wurden als Vertreter neuer virtueller Währungssysteme vom EuGH bereits als neues Zahlungsmittel anerkannt und stehen damit auch im Einklang mit den traditionellen Vorstellungen der EU-Mehrwertsteuer. Auch „kostenlose“ Dienstleistungen von mehrseitigen Online-Geschäften lassen sich in das Konzept des Konsums im Sinne des EU-Mehrwertsteuerrechts einordnen. Es wird argumentiert, dass solche Unternehmen „kostenlose“ Online-Dienstleistungen für ihre Nutzer erbringen, die wiederum der Verwertung ihrer persönlichen Daten zustimmen. In Fällen, in denen beispielsweise eine Nutzung „kostenloser“ Online-Dienste nur möglich ist, wenn die Nutzer in die Weiterverwendung ihrer persönlichen Daten einwilligen, wird eine direkte Verbindung zwischen den beiden Diensten hergestellt. Der Austausch bietet einen Nutzen für beide Parteien und basiert auf einem in den Geschäftsbedingungen dokumentierten Rechtsverhältnis. Die Nutzer sind nach wie vor als Privatpersonen einzustufen, da sie mit ihrer Zustimmung zur Datenverwertung in der Regel keine wirtschaftliche Tätigkeit ausüben und somit nicht steuerpflichtig sind. Folglich müssen B2C Tauschumsätze besteuert werden. Die Steuer ist auf Basis der Kosten der Anbieter nach den Grundsätzen interner Kalkulationsschemata zu berechnen. Der Steuergesetzgeber sollte Leitlinien erlassen, die eine einheitliche Berechnung und Überprüfung der Ergebnisse ermöglichen. Sofern Online-Unternehmen tatsächlich „kostenlose“ Dienstleistungen ohne Gegenleistung erbringen, erfolgt jedoch keine Besteuerung. Der Wortlaut von Artikel 26 der EU-Mehrwertsteuersystemrichtlinie deckt solche Situationen nicht ab. Eine Erweiterung der Bestimmung *de lege ferenda* um solche kostenlosen Online-Dienstleistungen doch zu besteuern, sollte nicht in Betracht gezogen werden.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das EU-Mehrwertsteuersystem den Herausforderungen der Digitalisierung gerecht werden kann. Es besteht keine Notwendigkeit, das Konzept der EU-Mehrwertsteuer als allgemeine Verbrauchsteuer grundsätzlich auf den Prüfstand zu stellen oder ein völlig neues Konzept einzuführen. Es ist jedoch notwendig, digitale Geschäftsmodelle und die damit verbundenen Transaktionen aus einer

Abstract (German Translation)

wirtschaftlichen Perspektive heraus zu interpretieren. Dieser Ansatz erscheint gerechtfertigt, da der EuGH selbst von Zeit zu Zeit eine solche Sichtweise betont.

Table of Contents

Acknowledgements	7
Abstract	9
Abstract (German Translation)	13
Figures	21
Abbreviations	23
Introduction	27
I. Multi-Sided Online Business Models and the European VAT System	27
II. The Concept of EU VAT Consumption Suitable for Digitalization: Definitions, Literature Overview and Research Objective	38
III. Overview	48
Chapter 1: Theoretical Concepts of Consumption	50
I. Economics	51
1. Macroeconomics: An Aggregated Notion of Consumption	51
2. Microeconomics: Satisfaction as Consumption	57
II. Marketing: Consumers' Needs and Wants	64
III. Taxation other than Value Added Taxation	70
1. Taxing Consumption and Direct Taxation	70
2. Excise Taxes: Selective Taxation of Consumption	79
IV. Summary: Important Findings on Theoretical Concepts of Consumption	92
Chapter 2: The Concept of EU VAT as a General Consumption Tax	96
I. EU VAT as a General Consumption Tax	107
1. Consumption of Services: Benefits for Identifiable Individuals	111
	17

Table of Contents

2. Equal Treatment of Consumption of Goods	116
II. Transactions: Proxies for Consumption	120
1. Business Transactions Instead of Actual Consumption	120
a. Transactions as Proxies	121
b. Transactions by Taxable Persons	133
2. Further ECJ Requirements for Transactions	148
a. Direct Link Requirement	149
b. Legal Relationship	151
III. Additional Adjustments to the Concept of EU VAT as a General Consumption Tax	153
1. Illegal Transactions	156
2. Anticipated Consumption	159
3. Free Supplies of Goods and Services	167
a. Free Supplies as Deemed Transactions	167
b. A Broad Base of Taxable Free Transactions of Goods	171
IV. Summary: The Concept of EU VAT as a General Consumption Tax	176
 Chapter 3: Digital Challenges to the Concept of EU VAT as a General Consumption Tax	 182
I. Digital Changes of Supply and Demand Structures and their Market Exchange	182
1. Increased Importance of Digital Services	183
2. Increased Digital Market Interaction of Private Consumers	189
a. Transactions of the Sharing Economy	190
b. Private Consumers as Taxable Persons (“Prosumers”)	195
3. Digital Kinds of Consideration	201
a. Bidirectional Virtual Currencies: Money in an Economic Sense	202
b. Personal Data: No Money According to the EU VAT Directive	212
II. The Concept of EU VAT as a General Consumption Tax Suitable for Multi-Sided Online Business Models	214
1. Supplies in the Context of Multi-Sided Online Business Models	215
a. Electronically Supplied Services by Online Businesses	215
b. Transfers of the Right to Exploit Personal Data by Users	217
aa. Ancillary Services	218

bb. Independent Services: Exploitation Rights on Personal Data	219
2. Privately Acting Users: A B2C Relationship	224
a. Private Consumers as Non-Taxable Persons	224
b. Private Consumers as Non-Employed Persons	232
3. Barter Transactions versus Non-Taxable Exchanges	234
4. Equal Treatment of Goods and Services: No Extension of the Definition of Deemed Transactions of Services	246
5. A Cost Approach for the Taxable Amount of Barter Transactions	248
a. The Taxable Amount According to Suppliers' Costs	249
b. A Cost Approach for Bartering "Free" Online Services	260
aa. Unsuitable External Accounting Information According to IAS/IFRS	261
bb. The Taxable Amount for Barter Transactions According to Internal Accounting Information	264
III. Summary: The Concept of EU VAT as a General Consumption Tax Suitable for Digitalization	276
Conclusion	284
References	295

Figures

Figure 1: (Simplified) Multi-Sided Online Business Model	30
Figure 2: GDP Calculations According to the Production and Expenditure Approach	52
Figure 3: Taxable Amount of Barter Transactions	251

Abbreviations

§ (§§)	Section(s)
ABC	Activity-based costs/costing
AG	Advocate General
AMBI	Arbejdsmarkedsbidrag (an employment market contribution)
AML	Anti-money laundering
app(s)	(Mobile) application(s)
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations
B2B	Business-to-Business
B2C	Business-to-Consumer
BEPS	Base Erosion and Profit Shifting
BFH	Bundesfinanzhof (German Federal Fiscal Court)
BGBI	Bundesgesetzblatt (Federal Law Gazette)
BMF	Bundesministerium der Finanzen (German Federal Ministry of Finance)
BStBl	Bundessteuerblatt (Federal Tax Gazette)
BTT	Business Transfer Tax
BVerfG	Bundesverfassungsgericht (German Federal Constitutional Court)
C	Consumer spending
C-	Court case number
C2B	Consumer-to-Business
C2C	Consumer-to-Consumer
CD	Compact Disc
CFT	Countering the financing of terrorism
CJEU	Court of Justice of the European Union
COM	Document of the Commission of the EU
DBCFT	Destination-Based Cash Flow Tax
DST	Digital Service(s) Tax
DStJG	Deutsche Steuerjuristische Gesellschaft e.V.
DStR	Deutsches Steuerrecht (German tax law journal)
DVD	Digital Versatile Disc (Digital Video Disc)

Abbreviations

e-	Electronic
e.g.	Exempli gratia (for example)
e.V.	eingetragener Verein (registered association)
ed (eds)	Edition(s)
ed (eds)	Editor(s)
EC	European Community
ECB	European Central Bank
ECJ	European Court of Justice
ECLI	European Case Law Identifier
EEC	European Economic Community
ERPS	Enterprise Resource Planning System(s)
et al	Et alii/ et aliae/ et alia (and others)
et seq(q)	And the following page(s)
Euratom	European Atomic Energy Community
EU VAT Directive	Council Directive 2006/112/EC
EU	European Union
First EU VAT Directive	First Council Directive 67/227/EEC
G	Government spending
G20	Group of Twenty
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
GCC	Gulf Cooperation Council
GDP (Y)	Gross Domestic Product
GPS	Global Positioning System
GST	Goods and Services Tax
GVBl	Gesetz- und Verordnungsblatt (Law and Ordinance Gazette)
HST	Harmonized Sales Tax (Canada)
http	Hypertext transfer protocol
I	Investment
i.e.	Id est (that is to say)
IAS	International Accounting Standard(s)
IASB	International Accounting Standards Board
ICO	Initial Coin Offering
ibfd	International Bureau of Fiscal Documentation
IFRS	International Financial Reporting Standard(s)
IMF	International Monetary Fund

IP	Internet Protocol
IRAP	Imposta Regionale Sulle Attività Produttive (a regional production tax)
IT	Information Technology
lit	Litera
JRC	Joint Research Centre
M	Imports
m-	Mobile
MOSS	Mini-One-Stop-Shop
n	(Foot)note
No	Number
Nr	Nummer (Number)
NX	Net exports
LG	Landgericht (District Court)
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OECD-MC	OECD- Model Convention
OJ	Official Journal of the European Union
p (pp)	Page(s)
para(s)	Paragraph(s)
pdf	Portable document format
RST	Retail Sales Tax
Second EU VAT Directive	Second Council Directive 67/228/EEC
Sixth EU VAT Directive	Sixth Council Directive 77/388/EEC
SWD	Staff Working Document
TFEU	Treaty on the Functioning of the European Union
TV	Television
TVA	La taxe sur la valeur ajoutée (VAT)
UK	United Kingdom
US(A)	United States (of America)
USB	Universal Serial Bus
USD	US-Dollar
UStG	German VAT Act
v	Versus
VAT	Value Added Tax

Abbreviations

vol	Volume
VEG	VAT Expert Group
VwGH	Österreichischer Verwaltungsgerichtshof (Austrian Administrative Court)
WP	Working Paper
WTO	World Trade Organization
www	World wide web
X	Exports
Y (GDP)	Gross Domestic Product