
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung	1
1.2	Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	4
2	Harmonisierung des betrieblichen Rechnungswesens	7
2.1	Einführende Charakteristik des betrieblichen Rechnungswesens	7
2.2	Inhaltliche Differenzierung des betrieblichen Rechnungswesen	8
2.3	Theoretische Differenzierung der Rechnungslegung	11
2.3.1	Entscheidungsorientierte Betriebswirtschaftslehre	11
2.3.2	Prinzipal-Agenten-Theorie	12
2.3.3	Beziehung zwischen den theoretischen Ansätzen	15
2.4	Gründe für eine Unternehmenssteuerung nach IFRS	16
2.4.1	Externe Faktoren	17
2.4.1.1	Konzernbilanzrecht	17
2.4.1.2	Außenfinanzierungsquellen	19
2.4.2	Interne Faktoren	20
2.4.2.1	Vereinheitlichung und Effizienzsteigerung in den Reporting-Prozessen	20
2.4.2.2	Gewährleistung aussagekräftiger Kennzahlen	21
2.4.2.3	Verbesserung des Beteiligungscontrollings	22
2.5	Eignung der IFRS zur Unternehmenssteuerung	23
2.5.1	Anforderung an ein harmonisiertes Rechnungswesen	23
2.5.1.1	Analysefähigkeit	24
2.5.1.2	Anreizverträglichkeit	25
2.5.1.3	Kommunikationsfähigkeit	27
2.5.1.4	Wirtschaftlichkeit	28
2.5.2	Vergleich der Anforderungen mit IFRS-Grundsätzen	28
2.6	Integration des internen und externen Rechnungswesen	32
2.6.1	Einführende Darstellung der Integration	32
2.6.2	Integrationsdimensionen	33
2.6.2.1	Verwendung einer einheitlichen Datenbasis	33
2.6.2.2	Harmonisierung der technischen Infrastruktur	35
2.6.2.3	Beschreibung des abzudeckenden Zweckumfang	35

2.6.3	Integrationsgrad	37
2.6.4	Integrationsrichtung	39
2.7	Kritische Aspekte der Unternehmenssteuerung nach IFRS	41
2.7.1	Abhängigkeit vom Standardsetter (IASB)	42
2.7.2	Auswirkung auf der Steuerungsebene	43
2.7.3	Akzeptanzprobleme bei Mitarbeitern	44
2.7.4	Wettbewerbsnachteile durch Offenlegung	45
2.7.5	Eigenständige Steuerbemessung	46
2.8	Implikationen für die weitere Vorgehensweise	46
3	Unternehmenssteuerung mit Kundenwerten	49
3.1	Kundenwertorientierung als Leitlinie der Unternehmenssteuerung	49
3.1.1	Wertmanagement als Kernaufgabe des Unternehmensführung	49
3.1.2	Wertorientierung im Marketing	52
3.1.3	Zusammenführung von Kunden- und Wertorientierung	56
3.2	Kundenwert als zentrale Steuerungsgröße	58
3.3	Controlling von Kundenwerten	64
3.3.1	Inhalt des Kundenwertcontrolling	64
3.3.2	Abgrenzung operatives und strategisches Kundenwertcontrolling	70
3.4	Berechnungsmethoden des Kundenwerts	72
3.4.1	Überblick der Ansätze der Kundenwertermittlung	72
3.4.2	Die Marge als Ausgangspunkt der Kundenwertberechnung	76
3.4.2.1	Anforderungen an eine entscheidungsorientierte Margenkalkulation	76
3.4.2.2	Die Marktzinsmethode als moderne Konzeption einer Bankkalkulation	78
3.4.2.3	Verknüpfung von Bank- und Opportunitätsgeschäften	84
3.4.2.4	Grenzen der Marktzinsmethode	89
3.4.3	Statische Berechnungsmethoden	91
3.4.3.1	Kundendeckungsbeitrags- und Kundenerfolgsrechnung	91
3.4.3.2	ABC – Analysen	99
3.4.3.3	Scoring-Modelle	103
3.4.3.4	Kundenportfolio-Modelle	105
3.4.3.5	Kundenbezogene Rentabilitätskennzahlen	109
3.4.4	Dynamische Konzepte der Kundenwertermittlung	118
3.4.4.1	Kundenbeziehungszyklus als Grundkonzept	118
3.4.4.2	Customer – Lifetime – Value – Ansatz	125

3.4.4.2.1	Darstellung des Ansatzes	125
3.4.4.2.2	Marktpotential orientierte Berechnungsmodelle	129
3.4.4.2.3	Ressourcenpotential orientierte Berechnungsmodelle	139
3.4.4.2.4	Probleme bei der Ermittlung des Customer Lifetime Value	145
3.4.5	Schlussfolgerungen für das Kundenwertcontrolling	147
4	Kundenwertcontrolling und IFRS	153
4.1	Veränderung des Controllings unter IFRS	153
4.2	Management Approach als zentrale Schnittstelle	155
4.3	Relevante Standards für Kundenwertcontrolling und IFRS	160
4.3.1	Risikoberichterstattung	160
4.3.1.1	Bedeutung der Risikoberichterstattung	160
4.3.1.2	Anwendungsbereich der Risikoberichterstattung	161
4.3.1.3	Mögliche Reportingansätze	163
4.3.1.4	Bestimmung der Berichtsklassen	165
4.3.1.5	Inhalte des Risikoberichts	166
4.3.1.5.1	Überblick	166
4.3.1.5.2	Quantitative Angabepflicht nach IFRS 7	167
4.3.1.5.3	Qualitative Angabepflicht nach IFRS 7	174
4.3.1.5.4	Angaben zum Risikokapitalmanagement nach IAS 1	176
4.3.1.6	Kritische Aspekte bei der Risikoberichterstattung	177
4.3.2	Segmentberichterstattung	179
4.3.2.1	Bedeutung der Segmentberichterstattung	179
4.3.2.2	Anwendungsbereich der Segmentberichterstattungsvorschriften	180
4.3.2.3	Die Bestimmung der berichtspflichtigen Segmente	181
4.3.2.3.1	Segmentidentifikation	181
4.3.2.3.2	Segmentauswahl	183
4.3.2.4	Segmentbilanzierung und -bewertungsmethoden	187
4.3.2.5	Angabepflichten pro Segment	189
4.3.2.5.1	Quantitative Segmentangaben	189
4.3.2.5.2	Qualitative Segmentangaben	191
4.3.2.5.3	Überleitung der Segmentinformationen auf den Jahresabschluss	192
4.3.2.6	Unternehmensweite Angaben	194
4.3.2.7	Kritische Aspekte der Segmentberichterstattung	196
4.3.3	Management Commentary	197
4.3.3.1	Bedeutung des Management Commentary	197
4.3.3.2	Anwendungsbereich des Management Commentary	199

4.3.3.3	Grundsätze zur Erstellung des Management Commentary	201
4.3.3.4	Kernelemente des Management Commentary	203
4.3.3.4.1	Inhaltliche Ausgestaltung	203
4.3.3.4.2	Art der Geschäftstätigkeit	204
4.3.3.4.3	Ziele und Strategien	204
4.3.3.4.4	Ressourcen, Risiken und Beziehungen	205
4.3.3.4.5	Geschäftsergebnis und -aussichten	206
4.3.3.4.6	Leistungsmaßstäbe und -indikatoren	207
4.3.3.5	Kritische Aspekte des Management Commentary	207
5	Harmonisierungspotenzial zwischen Kundenwertcontrolling und IFRS	211
5.1	Kundensegmentierung und IFRS	211
5.2	Statischer Kundenwert und IFRS	216
5.2.1	Einleitende Darstellung der Überleitungsmöglichkeiten	216
5.2.2	Harmonisierung der Erfolgsgrößen	218
5.2.2.1	Harmonisierung des Zinsergebnisses	218
5.2.2.2	Harmonisierung der segmentspezifischen Abschreibungen	220
5.2.2.3	Harmonisierung der segmentspezifischen Aufwendungen	222
5.2.3	Harmonisierung der Vermögensgrößen	224
5.3	Dynamischer Kundenwert und IFRS	228
5.3.1	Einleitende Darstellung der Überleitungsmöglichkeiten	228
5.3.2	Harmonisierung auf Basis des Fair Value	228
5.3.3	Harmonisierung auf Basis der Bilanzierung von Immateriellen Werten	239
5.3.3.1	Ansatz von immateriellen Vermögensgütern	239
5.3.3.2	Harmonisierung im Rahmen gesonderter Anschaffung	244
5.3.3.3	Harmonisierung im Rahmen des Unternehmenskauf	249
5.4	Sonstige Harmonisierungspotentiale	259
6	Fazit und abschließende Betrachtung	269
7	Literaturverzeichnis	273



<http://www.springer.com/978-3-658-03496-2>

Kundenwertcontrolling und IFRS Rechnungslegung
Harmonisierungspotenziale der internen und externen
Rechnungslegung von Banken
Belohuby, R.
2014, XIII, 315 S. 105 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-03496-2