

(Download free ebook) Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen nach IFRS (German Edition)

# Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen nach IFRS (German Edition)

*Martin Rzehak*

*ePub | \*DOC | audiobook | ebooks | Download PDF*

Martin Rzehak

---

**Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen nach IFRS**

Studienarbeit



**DOWNLOAD**



+

**READ ONLINE**

2008-01-04 2008-01-04 File Name: B007ILBUA8 | File size: 65.Mb

**Martin Rzehak : Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen nach IFRS (German Edition)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen nach IFRS (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2007 im Fachbereich BWL - Rechnungswesen, Bilanzierung, Steuern, Note: 2,3, Technische Universitauml;t Bergakademie Freiberg, Veranstaltung: Rechnungswesen Controlling, 15 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Obwohl die Bonusprogramme ein weit verbreitetes Instrument zur

Kundenbindung darstellen, gab es bis zuletzt keine konkrete und einheitliche Regelung wie die Verpflichtungen aus der Gewährung von Vergünstigungen/ Prämien sowie deren spätere Inanspruchnahme durch die Kunden in der Bilanz und in der GuV des bilanzierenden Unternehmens abzubilden sind. Insbesondere die Problematik wie und in welchem Umfang Umsatzerlöse für den Verkauf der Waren bzw. Dienstleistungen zu erfassen sind und ob die damit verbundene Gewährung von Prämien eine zum Zeitwert zu bewertende Umsatzabgrenzung oder eine separate zu den Selbstkosten des Unternehmens zu bewertende, aufwandswirksam zu erfassende Verpflichtung darstellt. Diese bilanziellen Unterschiede resultieren aus den verschiedenen Arten von Kundenbindungsprogrammen und entsprechen den beiden in der Praxis angewandten Bilanzierungsvarianten gemäß IAS 18.19 und IAS 18.13. Inwieweit welche der beiden Regelungen eine möglichst zutreffende Bewertung und Abbildung ermöglicht und eine Lösung der genannten Probleme darstellt, soll in dem nachfolgenden Beitrag kritisch diskutiert werden. Ziel dieser Arbeit ist es, den Leser über das Thema der Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen nach IFRS zu informieren, ihm die Bilanzierungsvarianten aufzuzeigen und die damit auftretenden Probleme in einer vergleichenden Beurteilung kritisch zu würdigen. Dazu werden in Kapitel 2 in Form eines Überblickes die wesentlichen Merkmale von Kundenbindungsprogrammen, deren Funktionsweise und deren bilanziellen Schwierigkeiten aufgezeigt. In Kapitel 3 bzw. 4 wird die Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen nach IAS 18.19 bzw. nach IAS 18.13 hinsichtlich Ansatz, Ausweis und Bewertung aufgezeigt. Eine vergleichende Beurteilung der beiden Bilanzierungsalternativen wird anschließend im Kapitel 5 die jeweiligen Vorteile und Nachteile kritisch diskutieren. Das Kapitel 6 stellt den textlichen Abschluss dar und vermittelt die wesentlichen Kernaussagen und Erkenntnisse.