

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis	XV
Teil I: Grundlagen	1
1. Kapitel: Einführung	1
1.1 Problemstellung	1
1.1.1 Bedeutung des schweizerischen Detailhandels	1
1.1.2 Motivation	3
1.2 Zielsetzung	4
1.3 Aufbau der Arbeit	5
1.3.1 Forschungsmethodik	5
1.3.2 Forschungsfragen	5
1.3.3 Gliederung der Arbeit	5
1.4 Abgrenzung	6
2. Kapitel: Der Handel	7
2.1 Begriff	7
2.2 Wissenschaftstheoretische Einordnung	14
2.3 Funktionen des Handels	18
2.4 Führung und Finanzierung von Handelsbetrieben	21
3. Kapitel: Der schweizerische Detailhandel	33
3.1 Bedeutung des Handels	34
3.2 Branchenstrukturanalyse nach Porter	37
3.2.1 Wettbewerb innerhalb der Branche	38
3.2.2 Wettbewerbskräfte der Branche	46
Teil II: Rechnungslegung und Reporting im Detailhandel	55
4. Kapitel: Rechnungslegung	55
4.1 Wesen und Zweck	57
4.2 Wertansätze in der Rechnungslegung	64

4.3 Schweizer Buchführungsvorschriften	75
4.3.1 Vorschriften für die Aktiengesellschaft	78
4.3.2 Vorschriften für die Genossenschaft	82
4.3.3 Revision Bestimmungen zur Schweizer Rechnungslegung	85
4.4 Rechnungslegungsstandards	96
4.4.1 International	97
4.4.2 National	105
4.4.3 Wahl des Rechnungslegungsstandards	113
4.5 Veröffentlichung von Abschlussdaten	117
4.5.1 Publizität	117
4.5.2 Adressaten von Abschlussdaten	121
4.5.3 Umfang der Berichterstattung	126
5. Kapitel: Rechnungslegung in Handelsbetrieben	135
5.1 Ausgewählte Problembereiche des Reporting im Handel	136
5.2 Abbildung des Warenflusses im Reporting	138
5.2.1 Warenvorräte	140
5.2.1.1 Warenvorräte im Detailhandel	141
5.2.1.2 Warenvorräte nach Gesetz/Regelwerk	143
5.2.2 Warenerträge	162
5.2.2.1 Warenerträge im Detailhandel	164
5.2.2.2 Warenerträge nach Gesetz/Regelwerk	169
5.2.2.3 Ausweis der Erträge pro Segment	181
5.3 Reporting und Anlagevermögen	187
5.3.1 Materielles Anlagevermögen	188
5.3.1.1 Sachanlagen	189
5.3.1.2 Leasing	199
5.3.2 Immaterielle Vermögenswerte	211
5.3.2.1 Begriff	213
5.3.2.2 Immaterielle Werte im Detailhandel	217
5.3.2.3 Immaterielle Werte nach Gesetz/Regelwerk	230
5.3.2.4 Ausweis der immateriellen Werte im Geschäftsbericht	243

Teil III: Untersuchung und Konzept	248
6. Kapitel: Empirische Untersuchung	248
6.1 Vorgehen bei der empirischen Untersuchung	248
6.2 Resultate	250
7. Kapitel: Schlussbetrachtung	286
7.1 Zusammenfassung	286
7.2 Zusammenfassung und Beurteilung der Resultate	292
7.3 Postulate für ein aussagekräftiges Reporting	300
7.4 Ausblick	309
Literaturverzeichnis	310
Anhang – Fragebogen	349
Anhang – Seminarprogramm	362

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1-1: Aufbau der Arbeit	6
Abbildung 2-1: Traditionelle Betriebstypen des Handels	8
Abbildung 2-2: Moderne Vertriebswege des Handels	13
Abbildung 2-3: Wirtschaftskreislauf	14
Abbildung 2-4: Funktionen des Handels	20
Abbildung 2-5 Wertorientierte Unternehmensführung	22
Abbildung 2-6 Finanzierungsformen	24
Abbildung 2-7 Kundenzinssatz auf Basis Kostenkalkulation und Markt	26
Abbildung 2-8 Aufbau eines Rating-Systems	27
Abbildung 2-9 Informationsbereiche zur Erstellung eines Rating	28
Abbildung 2-10 Abzahlung, Miete, Leasing	29
Abbildung 3-1 Volkswirtschaftliche Bedeutung des Detailhandels	35
Abbildung 3-2 Triebkräfte des Branchenwettbewerbs	38
Abbildung 3-3 Marktvolumen 1990-2005	39
Abbildung 3-4 Top 25 des Schweizer Detailhandels im Jahre 2005	40
Abbildung 4-1 Anspruchsgruppen im Netzwerk des Unternehmens	57
Abbildung 4-2 Rechnungslegung: Einflussfaktoren und Beurteilung	61
Abbildung 4-3 Zweck der Rechnungslegung	62
Abbildung 4-4 Bewertungsmethoden	68
Abbildung 4-5 Wertansätze für Aktiven	71
Abbildung 4-6 Fair-Value-Stufenkonzept	75
Abbildung 4-7 AG und Genossenschaft im Vergleich	83
Abbildung 4-8 Revisionen im schweizerischen Recht	85
Abbildung 4-9 Ordentliche und eingeschränkte Revision	87
Abbildung 4-10 Revisionspflicht je nach Unternehmensgrösse	88
Abbildung 4-11 Revisionspflicht in den verschiedenen Rechtsformen	89
Abbildung 4-12 Vorentwurf Rechnungslegungsrecht	95
Abbildung 4-13 Rechnungslegungsgrundsätze nach IFRS	100
Abbildung 4-14 Wertbegriffe nach IFRS	102
Abbildung 4-15 Umsatz- und Gesamtkostenverfahren	104
Abbildung 4-16 Aufbau der Swiss GAAP FER	106
Abbildung 4-17 Ausgewählte Änderungen der SGF	108
Abbildung 4-18 Bestandteile des Geschäftsberichts nach SGF	109
Abbildung 4-19 Rechnungslegungsgrundsätze nach Swiss GAAP FER	109
Abbildung 4-20 Übersicht allgemeine Rechnungslegungsvorschriften	112

Abbildung 4-21	Chancen und Risiken einer internationalen Rechnungslegung	114
Abbildung 4-22	Publikationsform und -umfang nach Aktienrecht	125
Abbildung 4-23	Wertschöpfungsrechnung der Metro Group	129
Abbildung 4-24	Kennzahlenausweis im Detailhandel	131
Abbildung 5-1	Wertschöpfungskette im Handel – Rechnungslegung	135
Abbildung 5-2	Bilanz und Erfolgsrechnung eines Handelsunternehmens	136
Abbildung 5-3	Optimierter Cash-Cycle im Detailhandel	139
Abbildung 5-4	Berechnung Bruttomarge im Detailhandel	140
Abbildung 5-5	Warenwirtschaftssystem	141
Abbildung 5-6	Warenanteil am Gesamtvermögen in der Handelsbilanz	142
Abbildung 5-7	Niederstwertprinzip unter IFRS für Vorräte	152
Abbildung 5-8	Anschaffungs- und Herstellkosten nach IFRS	154
Abbildung 5-9	Anschaffungszeitraum des Wareneinkaufs	156
Abbildung 5-10	Bewertungsverfahren für Vorräte nach IFRS	158
Abbildung 5-11	Vergleich der Warenvorräte nach Gesetz/Regelwerk	159
Abbildung 5-12	Umsätze der weltgrössten Handelsunternehmen	164
Abbildung 5-13	Problembereiche bei der Umsatzberichterstattung	169
Abbildung 5-14	Segmentierung der Umsätze	181
Abbildung 5-15	Segmentberichterstattung der Metro Group	186
Abbildung 5-16	Bilanzierung von Sachanlagevermögen	189
Abbildung 5-17	Abschreibung von Vermögenswerten	196
Abbildung 5-18	Sachanlagen im Reporting	198
Abbildung 5-19	Buchführung von Leasing nach Obligationenrecht	202
Abbildung 5-20	Entscheidungsbaum Finance Lease nach IFRS	206
Abbildung 5-21	Buchführung von Leasing beim Leasingnehmer	207
Abbildung 5-22	Buchführung von Leasing beim Leasinggeber	208
Abbildung 5-23	Von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft	212
Abbildung 5-24	Einteilung langfristiger Vermögenswerte	214
Abbildung 5-25	Immaterielle Wert und Goodwill	216
Abbildung 5-26	Kategorisierung immaterieller Werte	218
Abbildung 5-27	Bewertungsverfahren für Humankapital	220
Abbildung 5-28	Bewertungsverfahren für Innovationskapital	222
Abbildung 5-29	Bewertungsverfahren für Kundenkapital	223
Abbildung 5-30	Erscheinungsformen von Marken	224
Abbildung 5-31	Bewertungsverfahren für Marken	226
Abbildung 5-32	Bewertungsverfahren für Zulieferkapital	228
Abbildung 5-33	Bewertungsverfahren für Standortkapital	229
Abbildung 5-34	Strukturierung der IW für Zwecke der Rechnungslegung	230
Abbildung 5-35	Aktivierung immaterieller Werte unter Swiss GAAP FER	234

Abbildung 5-36	Praxisbeispiel Ausweis immaterielle Werte nach FER	236
Abbildung 5-37	Aktivierung immaterieller Werte unter IFRS	238
Abbildung 5-38	Erstbewertung von IW nach IAS 38	241
Abbildung 5-39	Praxisbeispiel Ausweis immaterielle Werte nach IFRS	242
Abbildung 5-40	Überblick Ausweis IW in der externen Berichterstattung	245
Abbildung 5-41	Aufbau eines Intellectual Capital Statements	246
Abbildung 6-1	Umsatz im Geschäftsjahr 2005	252
Abbildung 6-2	Anzahl Mitarbeitende der untersuchten Unternehmen	252
Abbildung 6-3	Einflussfaktoren auf den finanziellen Erfolg	254
Abbildung 6-4	Fremdfinanzierung	255
Abbildung 6-5	Bedeutung der Finanzierungsformen	256
Abbildung 6-6	Verwendetes Regelwerk zur Erstellung des Abschlusses	258
Abbildung 6-7	Adressaten des Geschäftsberichts	259
Abbildung 6-8	Zusätzliche Bestandteile des Geschäftsberichts	261
Abbildung 6-9	Funktionen der Rechnungslegung	262
Abbildung 6-10	Bedeutung der Rechnungslegung der Konkurrenz	264
Abbildung 6-11	Gründe der Umstellung auf ein umfassenderes Regelwerk	265
Abbildung 6-12	Zeitraumen Veröffentlichung Geschäftsbericht	267
Abbildung 6-13	Publikation von Segmentinformationen	268
Abbildung 6-14	Bereiche mit Warenwirtschaftssystemen	270
Abbildung 6-15	Methode der Warenlager-Bewertung	271
Abbildung 6-16	Anschaffungspreisnebenkosten	272
Abbildung 6-17	Anschaffungspreisminderungen	273
Abbildung 6-18	Abwälzung zusätzlicher Kosten auf Händler	274
Abbildung 6-19	Einfluss immaterieller Werte auf den künftigen Erfolg	276
Abbildung 6-20	Finanzielle/nicht-finanzielle Messgrößen für IW	277
Abbildung 6-21	Zweck der Erfassung immaterieller Werte	279
Abbildung 6-22	Aktivierte immaterielle Werte	281
Abbildung 6-23	Offenlegung der immateriellen Werte	282
Abbildung 6-24	Äusserungen zur Offenlegung immaterieller Werte	284
Abbildung 7-1	Vorschlag Intellectual Capital Statement für den Detailhandel	308