

**Zur Bedeutung des Geschäftsmodells in der Rechnungslegung nach den
International Financial Reporting Standards (IFRS)**

*Eine Analyse am Beispiel der Bilanzierung und Offenlegung der wirtschaftlichen
Ressourcen von Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Social Networks*

Dissertation

zur Erlangung des Grades eines Doktors der
wirtschaftlichen Staatswissenschaften
(Dr. rer. pol.)

des Fachbereichs Rechts- und Wirtschaftswissenschaften
der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

vorgelegt von

Dipl.-Kfm. Thomas A. Linder

in Mainz

im Jahre 2016

Tag der mündlichen Prüfung: 12. Dezember 2016

Bilanz

	31.12.2016 TEuro	31.12.2015 TEuro
Aktiva		
A. Langfristige Vermögenswerte	2.000	2.500
1. Immaterielle Vermögensgegenstände	1.250	1.500
2. Sachanlagen	750	1.000
3. Forderungen	1.000	1.500
4. Zahlungsmittel	400	650
5. Forderungen	600	850
6. Zahlungsmittel	3.000	4.000
Bilanzsumme		

	31.12.2016 TEuro	31.12.2015 TEuro
Passiva		
A. Eigenkapital	2.000	2.500
B. Langfristige Verbindlichkeiten	500	750
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten	500	750
Bilanzsumme	3.000	4.000

Grafik: Diplom-Betriebswirt *Sigurd Linder*

Abstract:

Die Diskussion über die Bedeutung von Geschäftsmodellen in der IFRS-Rechnungslegung wurde durch die Verwendung des Geschäftsmodell-Begriffs in einzelnen Standards entfacht und durch die Reaktivierung des Projekts zur Überarbeitung des Rahmenkonzepts intensiviert. Dies ist nachvollziehbar, weil die IFRS-Rechnungslegung wie auch das Geschäftsmodell-Konzept dazu dienen, Informationsbedürfnisse von potenziellen Eigenkapitalgebern zu befriedigen. Es gestaltet sich schwierig festzustellen, in welchem Ausmaß das Geschäftsmodell bei der IFRS-Rechnungslegung von Bedeutung ist, da sich als Beurteilungskriterium weder eine allgemein akzeptierte Definition des Geschäftsmodell-Begriffs noch eine bestimmte Art der Ausgestaltung des Geschäftsmodell-Konzepts in der Betriebswirtschaftslehre im Allgemeinen und der externen Rechnungslegung im Speziellen hat etablieren können. In der vorliegenden Arbeit wird das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* herangezogen, um die Bedeutung des Geschäftsmodells exemplarisch für die Bilanzierung und Offenlegung der wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks – vornehmlich nach IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36 – zu analysieren. Wenngleich der Geschäftsmodell-Begriff in den Standards nicht explizit genannt wird, so zeigt sich, dass das Geschäftsmodell implizit eine Rolle spielt. Hieran anknüpfend wird dargelegt, wie eine stärkere Berücksichtigung des Geschäftsmodells zu entscheidungsnützlich(er)en Informationen führen könnte. Ferner wird eine Empfehlung ausgesprochen, wie auf das Geschäftsmodell im überarbeiteten IFRS-Rahmenkonzept eingegangen werden könnte. Überdies werden einzelne Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für Abschlussadressaten (potenzielle Eigenkapitalgeber), Abschlussaufsteller und die Rechnungslegungsforschung aufgezeigt.

There is a recent debate about the role of the business model in the IFRS. This debate is based on the use of the business model notion in some standards and in important publications with regard to the Conceptual Framework Project. This use could be justified by the fact that the IFRS and the business model concept focus on potential investors. As there are various business model concepts and no generally accepted definition of the term ‘business model’, it is challenging to assess the role of the business model in the IFRS. In the course of this thesis, the role of the business model is assessed by focussing on the accounting of the economic resources of social networks. Therefore, the business model concept of *Wirtz* is used and IAS 16, IAS 38, IFRS 3 and IAS 36 are especially regarded. The analysis shows that the business model plays an implicit role in these standards. On the basis of this result, recommendations are made to the standard setter. Furthermore, the usefulness of the business model concept is shown with regard to potential investors, preparers and accounting research.

DDC-Sachgruppe:

Wirtschaft

Keywords:

Geschäftsmodell; Business Model; Geschäftsmodell-Definition; Geschäftsmodell-Verständnis; Geschäftsmodell-Konzept; Web 2.0; Social Media; Social Networking; Social Networks; wirtschaftliche Ressourcen; Rechnungslegung; Bilanzierung; Offenlegung; IFRS; Rahmenkonzept; IAS 16; IAS 36; IAS 38; IFRS 3

*Für meine Eltern Marianne und Sigurd
und meine Geschwister Sarah und Johannes*

Inhaltsübersicht

Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis.....	XVIII
Abkürzungsverzeichnis	XX
Symbolverzeichnis	XXVII
1. Einleitung.....	1
1.1. Problemstellung.....	1
1.2. Zielsetzung	3
1.3. Vorgehensweise.....	6
2. IFRS als Instrument zur Unterstützung der Entscheidungen von potenziellen Eigenkapitalgebern	9
2.1. Vermittlung von entscheidungsverbessernden Informationen als Funktion der externen Rechnungslegung für potenzielle Eigenkapitalgeber aus Sicht der Informationsökonomie	9
2.2. Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen als Funktion der IFRS-Rechnungslegung.....	15
2.3. Verhältnis zwischen der Entscheidungsnützlichkeit i.S.d. IFRS- Rechnungslegung und der informationsökonomischen Entscheidungsfunktion	23
3. Geschäftsmodell-Konzept als Instrument zur Unterstützung der Entscheidungen von potenziellen Eigenkapitalgebern.....	29
3.1. Social Networking als Bestandteil von Web 2.0 bzw. Social Media	29
3.2. Geschäftsmodell-Konzept zur Charakterisierung des kommerziellen Einsatzes von Social Networking.....	44
3.3. Geschäftsmodell-Begriff und Geschäftsmodell-Konzepte.....	45
3.4. Geschäftsmodell-Konzept nach <i>Wirtz</i>	49
3.5. Geschäftsmodell-Konzept nach dem Rahmenkonzept des <i>IIRC</i>	54
3.6. Geschäftsmodell-Konzept von <i>EFRAG</i> et al.	62
3.7. Anwendung des Geschäftsmodell-Konzepts nach <i>Wirtz</i> auf den kommerziellen Einsatz von Social Networking	71
4. Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung von Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Social Networks.....	107

4.1.	Ableitung der Bilanzierungssachverhalte.....	107
4.2.	Bestimmung der Bilanzierungsgrundlage	112
4.3.	Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IAS 16.....	119
4.4.	Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IAS 38.....	135
4.5.	Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IFRS 3.....	170
4.6.	Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IAS 36.....	187
5.	Analyse der Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung	197
5.1.	Aktuelle Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung.....	197
5.2.	Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen durch die Bezugnahme auf das Geschäftsmodell	210
5.3.	Zukünftige Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung....	215
5.4.	Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für ausgewählte Interessengruppen der IFRS-Rechnungslegung	222
6.	Thesenförmige Zusammenfassung	226
	Literaturverzeichnis.....	XXVIII

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis.....	XVIII
Abkürzungsverzeichnis	XX
Symbolverzeichnis	XXVII
1. Einleitung.....	1
1.1. Problemstellung.....	1
1.2. Zielsetzung	3
1.3. Vorgehensweise.....	6
2. IFRS als Instrument zur Unterstützung der Entscheidungen von potenziellen Eigenkapitalgebern	9
2.1. Vermittlung von entscheidungsverbessernden Informationen als Funktion der externen Rechnungslegung für potenzielle Eigenkapitalgeber aus Sicht der Informationsökonomie	9
2.1.1. Externe Rechnungslegung als eine bedeutende Informationsquelle für potenzielle Eigenkapitalgeber	9
2.1.2. Informationsfunktion der externen Rechnungslegung aus Sicht der Informationsökonomie	11
2.1.3. Konkretisierung der Entscheidungsfunktion anhand des Grundmodells der Entscheidungstheorie in Bezug auf potenzielle Eigenkapitalgeber	12
2.2. Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen als Funktion der IFRS-Rechnungslegung.....	15
2.2.1. Potenzielle Eigenkapitalgeber als eine Hauptadressatengruppe der IFRS-Rechnungslegung	15
2.2.2. Entscheidungsnützlichkeit als Funktion der Rechnungslegung nach IFRS	16
2.2.3. Voraussetzungen für die Entscheidungsnützlichkeit von Informationen gemäß dem IFRS-Rahmenkonzept	18
2.2.3.1. Qualitative Anforderungen an die Entscheidungsnützlichkeit von Informationen	18
2.2.3.2. Schema zur Anwendung der qualitativen Anforderungen auf Informationen	21

2.2.4.	Der Abschluss als zentrales Instrument der IFRS-Rechnungslegung zur Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen.....	22
2.3.	Verhältnis zwischen der Entscheidungsnützlichkeit i.S.d. IFRS-Rechnungslegung und der informationsökonomischen Entscheidungsfunktion	23
2.3.1.	Vergleich der Ausgestaltung der Informationsfunktion.....	23
2.3.2.	IFRS-Rechnungslegung als Signalgeber im Kontext des Grundmodells der Entscheidungstheorie	25
2.3.3.	Zur bilanztheoretischen Orientierung des IFRS-Rahmenkonzepts am Asset-Liability-Approach.....	27
3.	Geschäftsmodell-Konzept als Instrument zur Unterstützung der Entscheidungen von potenziellen Eigenkapitalgebern.....	29
3.1.	Social Networking als Bestandteil von Web 2.0 bzw. Social Media	29
3.1.1.	Charakterisierung von Web 2.0 bzw. Social Media.....	29
3.1.2.	Charakterisierung von Social Networking.....	30
3.1.2.1.	Funktionen aus Sicht der Nutzer	30
3.1.2.1.1.	Eigenpräsentation.....	30
3.1.2.1.2.	Vernetzung	31
3.1.2.1.3.	Kommunikation	32
3.1.2.1.4.	Verhältnis zu Funktionalitäten des Web 1.0	33
3.1.2.2.	Technische Architektur bzw. Anwendungssysteme.....	35
3.1.2.2.1.	Software-System	35
3.1.2.2.1.1.	Vier-Ebenen-Architektur	35
3.1.2.2.1.2.	Präsentation	36
3.1.2.2.1.3.	Anwendung.....	37
3.1.2.2.1.4.	Datenhaltung.....	38
3.1.2.2.1.5.	Datenauswertung	39
3.1.2.2.2.	Hardware-System.....	41
3.2.	Geschäftsmodell-Konzept zur Charakterisierung des kommerziellen Einsatzes von Social Networking.....	44
3.3.	Geschäftsmodell-Begriff und Geschäftsmodell-Konzepte.....	45

3.3.1.	Fehlende allgemein akzeptierte Definition des Geschäftsmodell-Begriffs in der Betriebswirtschaftslehre und Finanzberichterstattung.....	45
3.3.2.	Ausgewählte Geschäftsmodell-Konzepte für die Untersuchung	47
3.4.	Geschäftsmodell-Konzept nach <i>Wirtz</i>	49
3.4.1.	Einordnung und Funktionen des Geschäftsmodell-Konzepts.....	49
3.4.2.	Geschäftsmodell-Begriff und daraus abgeleitete Partialmodelle eines Geschäftsmodells	50
3.4.2.1.	Definition des Geschäftsmodell-Begriffs.....	50
3.4.2.2.	Partialmodelle eines Geschäftsmodells	51
3.4.2.2.1.	Beschreibung der Partialmodelle	51
3.4.2.2.2.	Besonders relevante Partialmodelle aus der Unternehmensperspektive.....	53
3.5.	Geschäftsmodell-Konzept nach dem Rahmenkonzept des <i>IIRC</i>	54
3.5.1.	Integrierte Unternehmensberichterstattung i.S.d. <i>IIRC</i>	54
3.5.1.1.	Funktion der integrierten Unternehmensberichterstattung.....	54
3.5.1.2.	Verhältnis zur IFRS-Rechnungslegung.....	55
3.5.2.	Definition des Geschäftsmodell-Begriffs.....	57
3.5.3.	Verhältnis zum Geschäftsmodell-Verständnis von <i>Wirtz</i>	59
3.5.3.1.	Vergleich von IR-Inhaltselementen mit Partialmodellen nach <i>Wirtz</i>	59
3.5.3.2.	Fazit.....	61
3.6.	Geschäftsmodell-Konzept von <i>EFRAG</i> et al.	62
3.6.1.	Schlüsselcharakteristika von Geschäftsmodellen	62
3.6.1.1.	„Cash flow generation and value creation“ als bedeutendstes Schlüsselcharakteristikum.....	62
3.6.1.2.	Zur Adäquanz des bedeutendsten Schlüsselcharakteristikums	64
3.6.2.	Cash Flow Conversion Cycle zur Konkretisierung des bedeutendsten Schlüsselcharakteristikums	65
3.6.2.1.	Definition des Cash Flow Conversion Cycle	65
3.6.2.2.	Zur Adäquanz der Konkretisierung durch den Cash Flow Conversion Cycle	66

3.6.2.2.1.	Zur Adäquanz der Konkretisierung durch den Cash Flow Conversion Cycle aus der Perspektive der Partialmodelle nach <i>Wirtz</i>	66
3.6.2.2.2.	Zur Adäquanz der Konkretisierung durch den Cash Flow Conversion Cycle aus der Perspektive des Geschäftsmodell-Verständnisses des <i>IIRC</i>	68
3.6.3.	Fazit.....	70
3.7.	Anwendung des Geschäftsmodell-Konzepts nach <i>Wirtz</i> auf den kommerziellen Einsatz von Social Networking	71
3.7.1.	Einordnung und Abgrenzung anhand der 4C-Net-Business-Model-Typologie	71
3.7.2.	Charakterisierung des Geschäftsmodells Social Networks.....	76
3.7.2.1.	Strategiemodell.....	76
3.7.2.2.	Kunden- und Marktkomponente	76
3.7.2.2.1.	Kundenmodell.....	76
3.7.2.2.2.	Erlösmodell	78
3.7.2.2.3.	Marktangebotsmodell.....	80
3.7.2.3.	Wertschöpfungskomponente	83
3.7.2.3.1.	Leistungserstellungsmodell.....	83
3.7.2.3.1.1.	Wertschöpfungskette	83
3.7.2.3.1.1.1.	Elektronische Wertschöpfungskette und elektronischer Wertschöpfungsprozess.....	83
3.7.2.3.1.1.2.	Reale Wertschöpfungskette, realer Wertschöpfungsprozess und ganzheitlicher Wertschöpfungsprozess.....	85
3.7.2.3.1.2.	Produktions- bzw. Leistungsfaktoren	87
3.7.2.3.2.	Beschaffungsmodell.....	90
3.7.2.3.3.	Netzwerkmodell	92
3.7.2.3.4.	Finanzmodell.....	94
3.7.2.3.4.1.	Kostenmodell.....	94
3.7.2.3.4.2.	Kapitalmodell	95
3.7.2.3.5.	Ressourcenmodell	96

3.7.2.3.5.1.	Core Assets i.S.d. Resource-Based-View.....	96
3.7.2.3.5.2.	Untersuchung der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren auf die Eigenschaften von Core Assets.....	98
3.7.2.3.5.2.1.	Elektronische Wertschöpfungskette.....	98
3.7.2.3.5.2.2.	Reale Wertschöpfungskette.....	102
3.7.2.3.5.3.	Kernkompetenzen i.S.d. Ressource-Based-View	104
4.	Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung von Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Social Networks.....	107
4.1.	Ableitung der Bilanzierungssachverhalte.....	107
4.1.1.	Fokus auf wirtschaftliche Ressourcen.....	107
4.1.2.	Identifikation der relevanten wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks	108
4.2.	Bestimmung der Bilanzierungsgrundlage	112
4.2.1.	House of IFRS.....	112
4.2.2.	Bestimmung der Bilanzierungsgrundlage der wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks.....	113
4.2.3.	Bedeutung des Geschäftsmodells.....	118
4.3.	Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IAS 16.....	119
4.3.1.	Ansatz.....	119
4.3.1.1.	Prüfung auf Erfüllung der Definitionskriterien.....	119
4.3.1.1.1.	Verfüugungsmacht	119
4.3.1.1.2.	Resultat eines vergangenen Ereignisses.....	120
4.3.1.1.3.	Zu erwartender künftiger Nutzenzufluss.....	121
4.3.1.2.	Prüfung auf Erfüllung der Erfassungskriterien und Ansatz in der Bilanz	121
4.3.1.3.	Bedeutung des Geschäftsmodells.....	124
4.3.2.	Bewertung.....	125
4.3.2.1.	Zugangsbewertung	125
4.3.2.2.	Folgebewertung.....	126
4.3.2.2.1.	Anschaffungskostenmodell.....	126
4.3.2.2.2.	Neubewertungsmodell	127

4.3.2.3.	Bedeutung des Geschäftsmodells	129
4.3.3.	Offenlegung	130
4.3.3.1.	Ausweis in der Bilanz und Angaben im Anhang	130
4.3.3.2.	Bedeutung des Geschäftsmodells	132
4.3.4.	Fazit	133
4.4.	Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IAS 38	135
4.4.1.	Ansatz	135
4.4.1.1.	Prüfung auf Erfüllung der Definitionskriterien	135
4.4.1.1.1.	Verfüugungsmacht	135
4.4.1.1.2.	Resultat eines vergangenen Ereignisses	139
4.4.1.1.3.	Zu erwartender künftiger Nutzenzufluss	140
4.4.1.1.4.	Identifizierbarkeit	141
4.4.1.2.	Prüfung auf Erfüllung der Erfassungskriterien und Ansatz in der Bilanz	144
4.4.1.2.1.	Differenzierung der Erfassungskriterien nach der Zugangsform der immateriellen Vermögenswerte	144
4.4.1.2.2.	Identifizierung der Zugangsform der betrachteten immateriellen Vermögenswerte	145
4.4.1.2.3.	Separat erworbene immaterielle Vermögenswerte	146
4.4.1.2.4.	Selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte	147
4.4.1.2.4.1.	Allgemeine Erfassungskriterien	147
4.4.1.2.4.2.	Ergänzende Erfassungskriterien	151
4.4.1.2.5.	In der Bilanz ansatzfähige immaterielle Vermögenswerte	153
4.4.1.3.	Bedeutung des Geschäftsmodells	157
4.4.2.	Bewertung	160
4.4.2.1.	Zugangsbewertung	160
4.4.2.2.	Folgebewertung	162
4.4.2.2.1.	Anschaffungskostenmodell	162
4.4.2.2.2.	Neubewertungsmodell	164
4.4.2.3.	Bedeutung des Geschäftsmodells	164
4.4.3.	Offenlegung	165

4.4.3.1.	Ausweis in der Bilanz und Angaben im Anhang	165
4.4.3.2.	Bedeutung des Geschäftsmodells.....	167
4.4.4.	Fazit.....	168
4.5.	Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IFRS 3.....	170
4.5.1.	Ansatz.....	170
4.5.1.1.	Prüfung auf Erfüllung der Erfassungskriterien	170
4.5.1.2.	In der Bilanz ansatzfähige Vermögenswerte.....	173
4.5.1.3.	Bedeutung des Geschäftsmodells.....	177
4.5.2.	Bewertung	178
4.5.2.1.	Zugangs- und Folgebewertung.....	178
4.5.2.2.	Bedeutung des Geschäftsmodells.....	182
4.5.3.	Offenlegung	184
4.5.3.1.	Ausweis in der Bilanz und Angaben im Anhang	184
4.5.3.2.	Bedeutung des Geschäftsmodells.....	185
4.5.4.	Fazit.....	186
4.6.	Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IAS 36.....	187
4.6.1.	Basis für die Prüfung auf Wertminderung	187
4.6.2.	Anzeichen für eine Wertminderung.....	190
4.6.3.	Wertminderungsbedarf und Wertaufholung	192
4.6.4.	Angaben im Anhang	194
4.6.5.	Bedeutung des Geschäftsmodells.....	195
4.6.6.	Fazit.....	196
5.	Analyse der Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung	197
5.1.	Aktuelle Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung.....	197
5.1.1.	Verhältnis der Untersuchungsergebnisse zum Research Paper von <i>EFRAG</i> et al.	197
5.1.1.1.	Betrachtete IFRS	197
5.1.1.2.	Umfang der Ergebnisse	198
5.1.2.	Bedeutung der einzelnen Partialmodelle (insb. im Verhältnis zum Cash Flow Conversion Cycle nach <i>EFRAG</i> et al.)	200
5.1.3.	Bedeutung des Geschäftsmodells im IFRS-Rahmenkonzept.....	207

5.2.	Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen durch die Bezugnahme auf das Geschäftsmodell.....	210
5.2.1.	Grundsätzliche Eignung des Geschäftsmodell-Konzepts zur Unterstützung der Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen.....	210
5.2.2.	Anpassungsmöglichkeiten hinsichtlich IAS 16, IAS 38 und IFRS 3	211
5.2.3.	Anpassungsmöglichkeiten hinsichtlich IAS 36	214
5.3.	Zukünftige Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung....	215
5.3.1.	Bedeutung des Geschäftsmodells vor dem Hintergrund des laufenden Projekts zur Überarbeitung des IFRS-Rahmenkonzepts.....	215
5.3.2.	Würdigung des ED/2015/3.....	218
5.3.3.	Empfehlungen an den <i>IASB</i>	220
5.4.	Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für ausgewählte Interessengruppen der IFRS-Rechnungslegung	222
5.4.1.	Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für potenzielle Eigenkapitalgeber.....	222
5.4.2.	Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für Abschlussaufsteller	223
5.4.3.	Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für die Rechnungslegungsforschung	224
6.	Thesenförmige Zusammenfassung	226
	Literaturverzeichnis.....	XXVIII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau	8
Abbildung 2: Anwendungssysteme einer Social Networking-Internet-Plattform	43
Abbildung 3: Überblick über die herangezogenen Geschäftsmodell-Konzepte.....	47
Abbildung 4: Vorgehen zur Ermittlung eines Geschäftsmodell-Verständnisses.....	48
Abbildung 5: Partialmodelle des Geschäftsmodell-Konzepts von <i>Wirtz</i>	54
Abbildung 6: Wertgenerierungsprozess gemäß dem IR-Rahmenkonzept.....	59
Abbildung 7: Cash Flow Conversion Cycle nach <i>EFRAG</i> et al.	66
Abbildung 8: Klassifizierung von Unternehmen mit kommerzieller Social Networking-Internet-Plattform anhand der 4C-Net-Business-Model- Typologie	75
Abbildung 9: Kunden- und Erlösmodell von Social Networks	80
Abbildung 10: Zuordnung der Ebenen der Anwendungssysteme von Social Networks zu den Phasen des elektronischen Wertschöpfungsprozesses	85
Abbildung 11: Ganzheitlicher Wertschöpfungsprozess von Social Networks	87
Abbildung 12: Bedeutende Akteure bzw. Partner innerhalb des elektronischen Wertschöpfungsprozesses von Social Networks	93
Abbildung 13: Zuordnung der immateriellen wirtschaftlichen Ressourcen zu den ansatzfähigen immateriellen Vermögenswerten von Social Networks unter Berücksichtigung von IAS 38 i.V.m. SIC-32.....	157

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Exemplarische Differenzierung von Web 1.0- und Web 2.0-Anwendungen.....	34
Tabelle 2:	Charakterisierung von Social Networking-Anwendungen.....	35
Tabelle 3:	Einordnung des Geschäftsmodell-Verständnisses des <i>IIRC</i> und von <i>EFRAG</i> et al. anhand der Partialmodelle nach <i>Wirtz</i>	70
Tabelle 4:	Ausgestaltungsmöglichkeiten des Erlösmodells von Social Networks.....	80
Tabelle 5:	Quellen der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren von Social Networks.....	92
Tabelle 6:	Prüfung der Assets von Social Networks auf die Core Asset-Eigenschaften.....	104
Tabelle 7:	Prüfung der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren von Social Networks auf die Eigenschaften wirtschaftlicher Ressourcen i.S.d. IASB und Identifikation der Bilanzierungsgrundlage.....	117
Tabelle 8:	Ergebnisse der Überprüfung der wirtschaftlichen Ressourcen des Hardware-Systems auf die Erfüllung der Definitions- und Erfassungskriterien nach IAS 16.....	124
Tabelle 9:	Bedeutung der Geschäftsmodell-Komponenten bzw. -Partialmodelle in Bezug auf IAS 16 (i.V.m. IAS 23, IFRS 13 und IAS 1).....	134
Tabelle 10:	Überprüfung der immateriellen Ressourcen auf Erfüllung der Definitionskriterien nach IAS 38.....	143
Tabelle 11:	Ergänzende Erfassungskriterien für selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte nach IAS 38.57.....	152
Tabelle 12:	Übersicht über die Erfüllung der Erfassungskriterien gemäß IAS 38 durch die (potenziellen) immateriellen Vermögenswerte.....	153
Tabelle 13:	Bedeutung der Geschäftsmodell-Komponenten bzw. -Partialmodelle in Bezug auf IAS 38 (i.V.m. SIC-32, IAS 23, IFRS 13, IAS 1 und IAS 8).....	169
Tabelle 14:	Überprüfung der Ressourcen auf Erfüllung der Erfassungskriterien nach IFRS 3.....	172
Tabelle 15:	Ansatzfähige Vermögenswerte beim Erwerb eines Social Network im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses nach IFRS 3.....	177
Tabelle 16:	Bedeutung der Geschäftsmodell-Komponenten bzw. -Partialmodelle in Bezug auf IFRS 3 (i.V.m. IFRS 13 und IAS 1).....	187

Tabelle 17:	Bedeutung der Geschäftsmodell-Komponenten bzw. -Partialmodelle in Bezug auf IAS 36 (i.V.m. IFRS 13)	196
Tabelle 18:	Relevante Partialmodelle in Bezug auf IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	200
Tabelle 19:	Bedeutung des Strategiemodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	202
Tabelle 20:	Bedeutung des Ressourcenmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	202
Tabelle 21:	Bedeutung des Netzwerkmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	203
Tabelle 22:	Bedeutung des Kundenmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	203
Tabelle 23:	Bedeutung des Erlösmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	204
Tabelle 24:	Bedeutung des Marktangebotsmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	204
Tabelle 25:	Bedeutung des Leistungserstellungsmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	205
Tabelle 26:	Bedeutung des Beschaffungsmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	205
Tabelle 27:	Bedeutung des Kostenmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	206
Tabelle 28:	Bedeutung des Kapitalmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36	206
Tabelle 29:	Bedeutung der Partialmodelle für die Beurteilung der wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks anhand der Definitions- und Erfassungskriterien von IAS 16, IAS 38 und IFRS 3	207
Tabelle 30:	Bedeutung der Partialmodelle bei der Beurteilung der Wesentlichkeit der ansatzfähigen Vermögenswerte von Social Networks	208

Abkürzungsverzeichnis

A

a. A.	anderer Ansicht
a. F.	alte Fassung
a.i.s.b.l.	Association internationale sans but lucratif
AAA	American Accounting Association
Abs.	Absatz
ACM	Association for Computer Machinery
ACTEO	Association pour la participation des entreprises françaises à l'harmonisation comptable internationale
AFEP	Association française des entreprises privées
AFRAC	Austrian Financial Reporting and Auditing Committee
AG	Aktiengesellschaft
AK	Arbeitskreis
ANC	French Autorité des Normes Comptables
Anm. d. Verf.	Anmerkung des Verfassers
API	Application Programming Interface
App(s)	Applikation(en)
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
ASAF	Accounting Standards Advisory Forum
ASBJ	Accounting Standards Board of Japan

B

B2B	Business-to-Business
B2C	Business-to-Consumer
BC	Basis for Conclusions
BITKOM	Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.
BSI	Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik

bspw. beispielsweise

BWL Betriebswirtschaftslehre

bzw. beziehungsweise

C

CDSB Climate Disclosure Standards Board

Cebr Centre for Economics and Business Research Ltd.

CF Conceptual Framework

CL Comment Letter

CMS Content-Management-System

CPC Cost-Per-Click

CPM Cost Per Thousand Impressions / Cost-Per-Mille

CRD Corporate Reporting Dialogue

D

d. h. das heißt

DASB Dutch Accounting Standards Board

DBMS Datenbankmanagementsystem

DCF Discounted Cash Flow

DENIC Deutsches Network Information Center

DIM Deutsches Institut für Marketing

DK Die Deutsche Kreditwirtschaft

DOI Digital Object Identifier

DP Discussion Paper

DRS Deutsche Rechnungslegungs Standards

DRSC Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee e. V.

E

E- Electronic-

e. V. eingetragener Verein

EACB Europäische Vereinigung der Genossenschaftsbanken

EBF European Banking Federation

EBIT	Earnings before Interest and Taxes
ED	Exposure Draft
EFFAS	The European Federation of Financial Analysts Societies
EFRAG	European Financial Reporting Advisory Group
eG	eingetragene Genossenschaft
ESMA	European Securities and Markets Authority
et al.	et alli (und andere)
etc.	et cetera (und so weiter)
EU	Europäische Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EY	Ernst & Young
F	
<hr/>	
f.	folgende(r)
FAQ	Frequently Asked Questions
FASB	Financial Accounting Standards Board
FAUB	Fachausschuss für Unternehmensbewertung und Betriebswirtschaft
FEE	Federation of European Accountants
FFSA	Fédération Française des Sociétés d'Assurances
Fn.	Fußnote
FRC	UK Financial Reporting Council
FSR	Danske Revisorer
G	
<hr/>	
GAAP	Generally Accepted Accounting Principles
GDV	Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.
gen.	genannt
ggf.	gegebenenfalls
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung

H

HFA	Hauptfachausschuss
HGB	Handelsgesetzbuch
Hrsg.	Herausgeber
HSBC	HSBC Holdings plc
HTTP	HyperText Transfer Protocol
HTTPS	HyperText Transfer Protocol Secure

I

i. S.	im Sinne
i.d.R.	in der Regel
i.S.d.	im Sinne des/der
i.S.v.	im Sinne von/vom
i.V.m.	in Verbindung mit
IAS	International Accounting Standard(s)
IASB	International Accounting Standards Board
ICAC	Instituto de Contabilidad y Auditoria de Cuentas
ICAEW	Institute of Chartered Accountants in England and Wales
ICAS	Institute of Chartered Accountants of Scotland
IDW	Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V.
ie	id est (das heißt)
IE	Illustrative Examples
IFAC	The International Federation of Accountants
IFRIC	International Financial Reporting Interpretations Committee
IFRS	International Financial Reporting Standard(s)
IG	Guidance on Implementing
IIRC	International Integrated Reporting Council
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
Inc.	Incorporated
inkl.	inklusive

insb.	insbesondere
IP	Internet-Protokoll
IR	Integrated Reporting
IT	Informationstechnik
J	
.....	
Jg.	Jahrgang
K	
.....	
KPIs	Key Performance Indicators
KPMG	Klynveld, Peat, Marwick und Goerdeler
L	
.....	
LLC	Limited Liability Company
LLP	Limited Liability Partnership
Ltd.	Limited
M	
.....	
m.w.N.	mit weiterem/n Nachweis/en
MEDEF	Mouvement des entreprises de France
MIS	Management Information Systems
N	
.....	
NASB	The Norwegian Accounting Standards Board
NGO	Non-Governmental Organization
Nr.	Nummer
NZICA	The New Zealand Institute of Chartered Accountants
O	
.....	
OB	Objective
OIC	Organismo Italiano di Contabilità
P	
.....	
Par.	Paragraf(en)
PC	Personal Computer
plc	Public Limited Company

PPE	Property, Plant and Equipment
PSM	IFRS Practice Statement Management Commentary
PwC	PricewaterhouseCoopers

Q

QC	Qualitative Characteristics
QCA	Quoted Companies Alliance
QR	Quick Response

R

R&D	Research and Development
RLP	Rheinland-Pfalz
Rn.	Randnummer

S

S.	Seite
SASB	Sustainability Accounting Standards Board
SE	Societas Europaea
SEAG	Swedish Enterprise Accounting Group
SFRB	The Swedish Financial Reporting Board
SIC	Standing Interpretations Committee
sog.	sogenannte/r/n
Sp.	Spalte(n)
SQL	Structured Query Language

T

TV	Television
----	------------

U

u. a.	unter anderem / und andere
u. U.	unter Umständen
u.a.m.	und andere mehr
UK	United Kingdom
URL	Uniform Resource Locator

US Vereinigte Staaten (von Amerika)
US-GAAP United States Generally Accepted Accounting Principles

V

vgl. vergleiche

vs. versus

VZ Verzeichnis

W

WFE World Federation of Exchanges

X

XHTML Extensible Hypertext Markup Language

XML Extensible Markup Language

Z

z. B. zum Beispiel

ZDF Zweite Deutsche Fernsehen

ZGE zahlungsmittelgenerierende(n) Einheit(en)

zzgl. zuzüglich

Symbolverzeichnis

\triangle Differenzzeichen

1. Einleitung

1.1. Problemstellung

„Wie jedes Modell der Betriebswirtschaftslehre stellt auch das Geschäftsmodell ein vereinfachtes Abbild der Realität dar, welches insbesondere die Aufgabe hat, potenzielle Investoren eines Unternehmens von der Vorteilhaftigkeit eines finanziellen Engagements zu überzeugen“¹.

Eine bedeutende Funktion und Adressatengruppe des Geschäftsmodell-Konzepts wird durch dieses Zitat von *Oehlich* prägnant aufgezeigt.² Dieses Konzept hat seine Ursprünge in der Wirtschaftsinformatik (1970er) und hat im Rahmen der New Economy-Phase³ (insb. 1998 bis 2001) stark an Popularität gewonnen.⁴ Dies liegt vor allem darin begründet, dass das Geschäftsmodell eine zentrale Rolle einnimmt, um die Investitionswürdigkeit von Unternehmen zu beurteilen, deren Geschäftstätigkeit im Wesentlichen vom Internet abhängig ist.⁵ Des Weiteren wird auf das Geschäftsmodell-Konzept verstärkt von Unternehmen der „Old Economy“⁶ zurückgegriffen, um bspw. geschäftliche Digitalisierungsbestrebungen zu unterstützen.⁷

Das Geschäftsmodell-Konzept findet im Electronic Business-Bereich (E-Business) Anwendung. Darunter fallen u. a. Unternehmen, die Web 2.0-Technologien kommerziell einsetzen.⁸ Sowohl in Deutschland als auch weltweit nimmt die Anzahl von Nutzern von Internet-Plattformen weiter zu, die von Unternehmen mit Web 2.0-Geschäftsmodellen betrieben werden. Hierbei stechen Unternehmen mit dem Geschäftsmodell „Social Networks“⁹ heraus.¹⁰ Infolgedessen sind diese Unternehmen bei Investoren in den Fokus gerückt. Beispiele hierfür sind: Facebook Inc. (facebook.com), VZ Netzwerke Ltd.¹¹ (z. B. studivz.net), wer-kennt-wen.de GmbH¹², Myspace LLC (myspace.com).¹³

¹ *Oehlich* (2013), S. 25.

² Vgl. auch *Lambert* (2008), S. 279; Kapitel 3.2 und Kapitel 3.4.1.

³ Vgl. zum Begriffsverständnis *Mildenberger/Mack* (2002), S. 41–52.

⁴ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 7 f.; *Stähler* (2002), S. 38 f.; Kapitel 3.2 m.w.N.

⁵ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 8; zur allgemeinen Notwendigkeit der Geschäftsmodell-Analyse i.V.m. einer Branchen-Analyse im Rahmen der Beurteilung von Unternehmen der Internet-Branche: *Kütting* (2000a), S. 602 f.; zur allgemeinen Orientierung von Investoren an Geschäftsmodellen: *EFRAG et al.* (2013), Rn. 17 f. mit Verweis auf *EFRAG/ANC/FRC* (2013).

⁶ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 12.

⁷ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 7–12; *Cinquini/Tenucci* (2011), S. 45; *Stähler* (2002), S. 39.

⁸ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 37; *Wirtz* (2013b), S. 47; Kapitel 3.2.

⁹ *Wirtz* (2013b), S. 358.

¹⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3.

¹¹ Seit Juni 2012 poolworks (Germany) Ltd.: vgl. *Wikipedia* (2015a).

¹² Der Betrieb des Social Network wer-kennt-wen.de wurde Anfang Juni 2014 eingestellt: vgl. *RTL interactive GmbH* (2014); *Voss* (2014), S. 63.

¹³ Vgl. *Siebenhaar* (2009), S. 11; *Fox* (2010), S. 2 m.w.N.; *Heidemann* (2010), S. 267; *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 2 (dort Fn. 5); *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 27 f.; zur geplanten Übernahme der LinkedIn Inc. durch die Microsoft Corporation: *Hajek/Hohensee* (2016), 85 f.

Investoren beziehen Informationen über potenzielle Investitionsobjekte aus unternehmensinternen und/oder allgemein zugänglichen Informationsquellen des Investitionsobjekts. Es ist anzunehmen, dass potenzielle Investoren zunächst auf allgemein zugängliche Informationen zurückgreifen, um sich einen ersten allgemeinen Eindruck über die Investitionswürdigkeit eines Unternehmens zu bilden. Hierbei kommt der externen Rechnungslegung von Unternehmen eine besondere Bedeutung zu.¹⁴

Zu den international bedeutendsten Rechnungslegungssystemen gehören die International Financial Reporting Standards (IFRS) und die United States Generally Accepted Accounting Principles (US-GAAP), weil diese u. a. für Unternehmen von Relevanz sind, die die Kapitalmärkte in Frankfurt, London und New York – die zu den bedeutendsten der Welt gehören – in Anspruch nehmen.¹⁵ Ferner haben die IFRS einen großen Anwendungsbereich weltweit vorzuweisen.¹⁶ Die IFRS werden von dem privatrechtlichen Standardsetter *International Accounting Standards Board (IASB)* herausgegeben. Der *IASB* verfolgt mit der IFRS-Rechnungslegung das Ziel, entscheidungsnützliche Informationen an die Rechnungslegungsadressaten (u. a. potenzielle und bestehende Eigenkapitalgeber) zu vermitteln, um deren Kapitalüberlassungsentscheidungen zu unterstützen.¹⁷

Wie oben aufgezeigt, soll die IFRS-Rechnungslegung wie auch das Geschäftsmodell-Konzept dazu dienen, Informationsbedürfnisse von Investoren zu befriedigen,¹⁸ weshalb es nachvollziehbar ist, dass über die Bedeutung von Geschäftsmodellen in der IFRS-Rechnungslegung diskutiert wird. Diese Diskussion wurde in der jüngeren Vergangenheit insb. dadurch (erneut) entfacht,¹⁹ dass der Begriff des Geschäftsmodells im Jahr 2009 erstmalig in einem IFRS – namentlich IFRS 9 (Finanzinstrumente) – aufgenommen wurde.²⁰ Vornehmlich seit der Reaktivierung des Projekts zur Überarbeitung des IFRS-Rahmenkonzepts im Jahr 2012 wurde die Diskussion stark intensiviert.²¹ In diesem Kontext können insb. die im Rahmen des Conceptual Framework Projekts vom *IASB* veröffentlichten Diskussions- und Entwurfspapiere

¹⁴ Vgl. Kapitel 2.1.1.; synonym werden für externe Rechnungslegung die Begriffe „Rechnungslegung“ und „externes Rechnungswesen“ verwendet. Der Begriff „externe Unternehmensrechnung“ (bzw. externe Unternehmensberichterstattung) ist breiter definiert, da hierunter auch zusätzliche freiwillige Informationen fallen: vgl. *Wagenhofer/Ewert* (2007), S. 3 f. (auch Zitate); unter Rechnungslegung kann neben der Bilanzierung und Offenlegung auch die Prüfung verstanden werden: *Ordeltz* (1988b), S. 271; nachfolgend wird unter Rechnungslegung die Bilanzierung und Offenlegung subsumiert.

¹⁵ Gemessen an Marktkapitalisierung und Börsenumsätzen: vgl. *WFE* (2013), S. 6 und 9; *Di Pietra et al.* (2014), S. 677.

¹⁶ Vgl. *Barckow* (2015), S. 266; nach Angaben der *IFRS Foundation* und dem *IASB* werden in 116 Rechtskreisen (Stand: Mai 2015) auf die IFRS in der Weise zurückgegriffen, dass diese Rechtskreise „require IFRS for all or most domestic publicly accountable entities“. Das sind 82,86 % der durch die *IFRS Foundation* und den *IASB* betrachteten Rechtskreise: vgl. *IFRS Foundation/IASB* (2015).

¹⁷ Vgl. CF.OB2; Kapitel 2.2.2.

¹⁸ Vgl. allgemeiner *Lambert* (2008), S. 279, 281 und 287; *Nielsen/Roslender* (2015), S. 264.

¹⁹ Vgl. bereits in Bezug auf die New Economy *Behr/Leibfried* (2001), S. 1128 f.

²⁰ Vgl. Kapitel 3.3.1.

²¹ So auch *Kleinmanns* (2016), S. 1265; zur Historie des Projekts zur Überarbeitung des IFRS-Rahmenkonzepts: vgl. *IASB* (2015a), Par. BCIN.3–BCIN.7.

(DP/2013/1²² und ED/2015/3²³) und verschiedene Veröffentlichungen der *European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)*²⁴ (in Zusammenarbeit mit nationalen europäischen Rechnungslegungsorganisationen) angeführt werden.²⁵ Hierbei sticht das Research Paper ‚The role of the business model in financial statements‘ von *EFRAG et al.* heraus, weil sich dieses mit dem Geschäftsmodell-Verständnis und der Bedeutung des Geschäftsmodells in der Rechnungslegung nach IFRS tiefergehend auseinandersetzt.²⁶

Es gestaltet sich schwierig festzustellen, in welchem Ausmaß das Geschäftsmodell bei der IFRS-Rechnungslegung von Bedeutung ist, da sich als Beurteilungskriterium weder eine „allgemein akzeptierte Definition“ des Geschäftsmodell-Begriffs noch eine bestimmte Art der Ausgestaltung des Geschäftsmodell-Konzepts in der Betriebswirtschaftslehre hat „etablieren“ können.²⁷ Dies gilt auch in Bezug auf die externe Rechnungslegung als Teilbereich der Betriebswirtschaftslehre – sowohl im allgemeinen Rechnungslegungskontext als auch in Bezug auf die IFRS-Rechnungslegung im Speziellen.²⁸ In der IFRS-Rechnungslegung wird der Begriff zwar in einzelnen Standards verwendet,²⁹ aber dieser wird weder auf Standard- noch auf Rahmenkonzeptebene (inkl. DP/2013/1 und ED/2015/3) definiert.³⁰

1.2. Zielsetzung

Das Ziel dieser Arbeit ist, einen Beitrag zu der „increasing attention and discussion“³¹ über die Bedeutung des Geschäftsmodells respektive Geschäftsmodell-Konzepts für die IFRS-Rechnungslegung zu leisten und dieser Diskussion in der deutschsprachigen Rechnungslegungsforschung eine größere Aufmerksamkeit zukommen zu lassen.³²

Das Ziel der Arbeit wird in folgende Teilziele zerlegt: Es soll ein adäquates Geschäftsmodell-Verständnis herausgearbeitet werden, womit die Bedeutung des

²² Hier werden u. a. folgende Fragen für Stellungnahmen aufgeworfen: „Do you think that the IASB should use the business model concept when it develops or revises particular Standards? [...] Should the IASB define ‚business model‘?“. *IASB* (2013), S. 237; Auswertung der Stellungnahmen zur letzteren Frage: *Sorrentino/Smarra* (2015), S. 14–20.

²³ Vgl. *IASB* (2015b), S. 19.

²⁴ Vgl. *EFRAG et al.* (2013); *EFRAG/ANC/FRC* (2013); *EFRAG/ANC/FRC* (2014); *EFRAG* (2015).

²⁵ Weitere Veröffentlichungen zu diesem Themenfeld: *ICAEW* (2010); *Novak* (2014); *Singleton-Green* (2014); *Page* (2014); *Ronen* (2014); *Sorrentino/Smarra* (2015); *Tokar* (2015); *Kleinmanns* (2016); *Lassini/Lionzo/Rossignoli* (2016).

²⁶ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013); Kapitel 3.6.

²⁷ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 12 (auch Zitate); Kapitel 3.3.1 m.w.N.

²⁸ Vgl. Kapitel 3.3.1.

²⁹ Vgl. z. B. IFRS 9.4.1.1, IFRS 7.12B und IAS 12.51C.

³⁰ Vgl. Kapitel 3.3.1.

³¹ *EFRAG/ANC/FRC* (2014), S. 3; so auch: *ICAS* (2014), S. 2.

³² In Anlehnung an *EFRAG/ANC/FRC* (2013), S. 8: „In our view, it is now time to open the debate among a wider audience“; in folgenden deutschsprachigen Veröffentlichungen wird die Bedeutung des Geschäftsmodells für die Rechnungslegung angerissen: *Wagenhofer* (2014a), S. 546–548; *Kirsch* (2015), S. 239; *Erb/Pelger* (2013), S. 522; *Kirsch/Schoo/Kraft* (2014), S. 309; ausführlicher wird diese Thematik durch *Kleinmanns* untersucht: vgl. *Kleinmanns* (2016), S. 1265–1272.

Geschäftsmodells im Rahmen der IFRS-Rechnungslegung analysiert werden kann.³³ Daran anknüpfend soll beurteilt werden, inwiefern das Geschäftsmodell für die Rechnungslegung nach den IFRS von Bedeutung ist. Hierbei wird sich auf diejenigen IFRS fokussiert,³⁴ die für die Bilanzierung und Offenlegung von wirtschaftlichen Ressourcen von Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Social Networks einschlägig sind. Darauf aufbauend soll exemplarisch aufgezeigt werden, inwiefern innerhalb der IFRS-Rechnungslegungsvorschriften dem Geschäftsmodell eine veränderte Bedeutung eingeräumt werden könnte, um die Entscheidungs-nützlichkeit der Rechnungslegung verbessern zu können.³⁵ Ferner soll vor dem Hintergrund des laufenden Projekts zur Überarbeitung des IFRS-Rahmenkonzepts kritisch analysiert werden, was für eine Rolle dem Geschäftsmodell in der IFRS-Rechnungslegung zukünftig durch das Rahmenkonzept zugesprochen werden soll.³⁶ Überdies sollen Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für potenzielle Eigenkapitalgeber, Abschlussaufsteller und die Rechnungslegungsforschung skizziert werden.

Das Geschäftsmodell eines Unternehmens ist für dessen Rechnungslegung nach IFRS von unmittelbarer Bedeutung, wenn Regelungen zur Bilanzierung (Ansatz, Zugangs- und Folgebewertung) und/oder Offenlegung (Ausweis in Bilanz und Gesamtergebnisrechnung sowie Angaben im Anhang) von Geschäftsvorfällen in den einschlägigen IFRS am Geschäftsmodell anknüpfen. Dies hat zur Folge, dass vergleichbare Sachverhalte bei Unternehmen mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen voneinander abweichend in der Rechnungslegung behandelt werden. Hierüber hinaus wird in der vorliegenden Untersuchung das Geschäftsmodell eines Unternehmens als rechnungslegungsrelevant angesehen, wenn Rechnungslegungsstandards zwar nicht ausdrücklich auf das Geschäftsmodell Bezug nehmen, dessen Betrachtung aber zur Lösung von Anwendungs- und Interpretationsproblemen beitragen kann. In dieser erweiterten Perspektive wird insb. ersichtlich, in welchen Regelungsbereichen das Geschäftsmodell dem Aufsteller als Anwendungshilfe dienen kann und es dem Standardsetter ggf. zu empfehlen ist, einen konkreten Bezug zum Geschäftsmodell herzustellen.

³³ In Anlehnung an *Novak* (2014), S. 79 (ebenso S. 81 und 107): „[N]o generally accepted definition of ‚business model‘ has emerged. Therefore, a better understanding of the notion itself should be developed before further investigating its potential role within financial reporting“; so auch: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.28.

³⁴ Dieser Untersuchung werden die offiziellen Verlautbarungen des *IASB* zum 1. Januar 2015 zugrunde gelegt. Diese sind im IFRS Red Book 2015 abgedruckt, welches aus zwei Bänden besteht: *IASB* (2015f); *IASB* (2015g).

³⁵ In Anlehnung an *EFRAG/ANC/FRC* (2013), S. 40: „Users of financial statements want financial reporting to assist them in determining and understanding how successful the business has been at adding value for investors during the course of the reporting period. The first question is whether financial reporting does a good job in fulfilling this demand or whether the use of the business model in IFRS could enhance this type of information“.

³⁶ Auf andere laufende Projekte des *IASB* (z. B. Disclosure Initiative), die eventuell Auswirkungen auf die Bedeutung des Geschäftsmodells in der Rechnungslegung haben könnten, wird nicht eingegangen, weil das Rahmenkonzept verglichen mit den anderen Projekten eine nachhaltigere Rolle im Standardsetting-Prozess einnimmt, weil es den „Charakter eines Quasi-Grundgesetzes der internationalen Rechnungslegung“ hat: vgl. *Gassen/Fischkin/Hill* (2008), S. 40 (auch Zitat) i.V.m. CF.OB11, *IASB* (2015f), S. A23 und *IASB* (2015f), S. A14, Par. 5 und 6(d); überblicksartig zu den laufenden Projekten: *Lüdenbach/Freiberg* (2015), S. 3115–3119.

Es stehen Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Social Networks im Fokus der Untersuchung, weil diese Unternehmen einerseits eine hohe Attraktivität für Investoren besitzen.³⁷ Andererseits bietet sich dieser Blickwinkel an, weil für diese vornehmlich eigenfinanzierten Unternehmen das Geschäftsmodell-Konzept für die Akquisition von Investoren einschlägig ist.³⁸ Deshalb knüpft die Untersuchung an der Investitionsentscheidung von potenziellen Investoren i.S.v. Eigenkapitalgebern an, die eine Hauptadressatengruppe der IFRS-Rechnungslegung sind.³⁹ Demgemäß wird die Rechenschaftsfunktion der Rechnungslegung von der Untersuchung ausgenommen.⁴⁰

Durch den Fokus auf Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Social Networks werden in dieser Arbeit Bilanzierungssachverhalte, die in Verbindung mit Web 2.0-Anwendungen bestehen, betrachtet. Hierbei wird sich auf die Abbildung der geschäftsmodell-spezifischen wirtschaftlichen Ressourcen in der Bilanz und im Anhang beschränkt.⁴¹ Die Veröffentlichungen, die sich im Rahmen der Rechnungslegungsforschung mit Web 2.0-Anwendungen beschäftigen, sind – im Vergleich zu Veröffentlichungen zu Web 1.0-Anwendungen – noch recht jung und überschaubar,⁴² so dass diese Arbeit auch zu diesem Forschungsbereich beitragen soll.⁴³ Auf die Offenlegung von Informationen außerhalb des Abschlusses wird nicht eingegangen, weil es sich beim IFRS-Management Commentary um ein freiwilliges Instrument der Unternehmensberichterstattung handelt und ähnliche Berichtsinstrumente (z. B. Lagebericht nach HGB⁴⁴) zumeist nationalen Regelungen unterworfen sind.⁴⁵

³⁷ Vgl. Kapitel 1.1.

³⁸ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 37 f. i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.2.

³⁹ Vgl. Kapitel 2.2.1; zu den Vor- (insb. erleichterte „Ableitung von Rechnungslegungsvorschlägen“) und Nachteilen (insb. „Einseitigkeit“) der Fokussierung auf eine Adressatengruppe: *Ballwieser* (1982), S. 775; *Ballwieser* (2002), S. 116 und 120; *Moxter* (1976), S. 94–97; *EFRAG* (2014c), Rn. 13–16.

⁴⁰ Vgl. Kapitel 2.1.2; zum Verhältnis zwischen dem Geschäftsmodell-Konzept und der Rechenschaftsfunktion: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Par. 4.52–55.

⁴¹ Vgl. zur Bedeutung des Geschäftsmodells bei der Erfassung und Offenlegung von Erträgen und Aufwendungen in der Gesamtergebnisrechnung: *IASB* (2013), Par. 9.33(c); *IASB* (2015b), Par. BCIN.33(c); *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 5.33–49; *EFRAG* (2015), m.w.N.; *Brouwer/Faramarzi/Hoogendoorn* (2014), S. 249.

⁴² Vgl. zur Bilanzierung und Offenlegung von Web 2.0-Anwendungen nach HGB und IFRS: *Schmidt* (2015); ausgewählte Bilanzierungssachverhalte von Facebook im Lichte der IFRS: *Mindermann/Schmidt* (2013); Bilanzierungssachverhalte i.V.m. der Web 2.0-Plattform Second Life nach HGB: *Appelhoff* (2010), S. 934–936; Bilanzierungssachverhalte von Web 1.0-Geschäftsmodellen im Kontext nationaler und/oder internationaler Rechnungslegung: z. B. *Meinhövel* (2002), S. 642–656; *Siegler* (2001); *Pfitzer/Schwenzer* (2003); *Döring* (2005); *Dobler* (2007); *Velte* (2008), S. 177–181; *Schmittmann* (2002); *Schmidt* (2015), S. 22 m.w.N.; Untersuchungen zum ehemaligen Segment Neuer Markt der Deutsche Börse AG: z. B. *Küting* (2000b), S. 674–683; *Küting* (2001), S. 32–50; *Zwirner/Ranker/Wohlgemuth* (2001), S. 473–483; *Behr/Leibfried* (2001), S. 1127–1131; das Segment ‚Neuer Markt‘ wurde vornehmlich von Unternehmen der New Economy in Anspruch genommen, worunter u. a. Unternehmen mit Web 1.0-Geschäftsmodellen subsumiert werden: *Müller* (2002), S. 107–110; zum Unterschied zwischen Web 1.0 und Web 2.0: Kapitel 3.1.1.

⁴³ Vgl. auch *Schmidt* (2015), S. 22.

⁴⁴ Vgl. zur Beschreibung des Geschäftsmodells im HGB-Lagebericht (insb. DRS 20): *Kajüter* (2016), S. 234.

⁴⁵ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 1.2; *Schmidt* (2015), S. 133 f.; zur Bedeutung des Geschäftsmodells in Bezug auf den Management Commentary: *Cinquini/Tenucci* (2011); *Page* (2014), S. 689–694; *Novak* (2014),

1.3. Vorgehensweise

In Kapitel 2 wird beschrieben, wovon die Investitionsentscheidung von potenziellen Eigenkapitalgebern aus theoretischer Sicht abhängig ist und inwiefern die IFRS-Rechnungslegung diese unterstützen kann. Im Einzelnen: In Kapitel 2.1 wird die Entscheidungsfindung von potenziellen Eigenkapitalgebern einer informationsökonomischen Betrachtung unterzogen und auf das Grundmodell der Entscheidungstheorie zurückgegriffen, um den Prozess der Entscheidungsfindung zu erläutern. In Kapitel 2.2 werden ausgewählte Themenbereiche des IFRS-Rahmenkonzepts beschrieben. In Kapitel 2.3 wird auf die vorherigen Kapitel Bezug genommen, um aufzuzeigen, wo innerhalb des Entscheidungsfindungsprozesses von potenziellen Eigenkapitalgebern die IFRS-Rechnungslegung als Informationssystem ansetzt.

In Kapitel 3 soll ein für die Untersuchung adäquates Geschäftsmodell-Verständnis herausgearbeitet werden und dieses auf den kommerziellen Einsatz der Web 2.0-Technologie Social Networking angewendet werden. In Kapitel 3.1 werden insb. die funktionalen und technischen Grundlagen von Social Networking beschrieben. In Kapitel 3.2 wird zunächst aufgezeigt, weshalb das Geschäftsmodell-Konzept für die Anwendung auf Unternehmen, die eine Internet-Plattform mit einer Social Networking-Anwendung kommerziell einsetzen, in Betracht kommt. Anschließend wird in Kapitel 3.3 der Diskussionsstand zur Definition des Geschäftsmodell-Begriffs und zu Geschäftsmodell-Konzepten aus Sicht der Betriebswirtschaftslehre und der Finanzberichterstattung skizziert. Überdies wird erläutert, weshalb die Geschäftsmodell-Konzepte von *Wirtz*, dem *International Integrated Reporting Council (IIRC)* und von *EFRAG* et al. in Betracht kommen, um ein Geschäftsmodell-Verständnis für die Untersuchung abzuleiten. In Kapitel 3.4 wird das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* zunächst mit den Ausführungen zur Entscheidungssituation von potenziellen Eigenkapitalgebern verknüpft. Anschließend wird das Geschäftsmodell-Konzept erläutert. In Kapitel 3.5 wird das Geschäftsmodell-Verständnis des *IIRC* hinsichtlich der integrierten Unternehmensberichterstattung beschrieben und mit dem Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* verglichen. In Kapitel 3.6 wird das Geschäftsmodell-Konzept von *EFRAG* et al. dargestellt und mit den Geschäftsmodell-Konzepten des *IIRC* und von *Wirtz* verglichen. In Kapitel 3.7 wird das aufgrund der vorausgegangenen Analyse für die Untersuchung heranzuziehende Geschäftsmodell-Konzept auf den kommerziellen Einsatz von Social Networking angewendet.

In Kapitel 4 soll die Bedeutung des Geschäftsmodells für die IFRS-Rechnungslegung von Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Social Networks untersucht werden. In Kapitel 4.1

S. 108 f.; *Nielsen/Roslender* (2015); zur Offenlegung von Informationen durch Social Networks außerhalb des Abschlusses: *Henry/Rosenthal/Weitz* (2014); *SASB* (2014); *Schmidt* (2015), S. 133 f. und 98–102; aufgrund der Abgrenzung der Offenlegung von Informationen außerhalb des Abschlusses wird auch nicht auf Non-GAAP-Measures bzw. alternative Leistungskennzahlen eingegangen – hierzu allgemein: *ESMA* (2015); hierzu vor dem Hintergrund der Bedeutung des Geschäftsmodells in der Rechnungslegung: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 4.51.

werden zunächst die zu betrachtenden Bilanzierungssachverhalte hergeleitet, indem die relevanten wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks identifiziert werden. Anschließend wird in Kapitel 4.2 die Bilanzierungsgrundlage für die identifizierten wirtschaftlichen Ressourcen bestimmt und aufgezeigt, inwiefern das Geschäftsmodell hierbei von Bedeutung ist. In Kapitel 4.3 bis 4.6 wird die Bilanzierung (Ansatz, Zugangs- und Folgebewertung) und Offenlegung (Ausweis in der Bilanz und Angaben im Anhang) der wirtschaftlichen Ressourcen differenziert nach den einschlägigen IFRS thematisiert und gefolgert, welche Bedeutung dem Geschäftsmodell hierbei zukommt.

In Kapitel 5 soll die Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung vor dem Hintergrund der Untersuchungsergebnisse aus den Kapiteln 2 bis 4 analysiert werden. In Kapitel 5.1 werden die Untersuchungsergebnisse des Kapitels 4 anhand des Research Paper ‚The role of the business model in financial statements‘ von *EFRAG* et al. reflektiert. Ferner wird ein Bezug zwischen den Untersuchungsergebnissen und dem IFRS-Rahmenkonzept hergestellt, um die im IFRS-Rahmenkonzept implizit enthaltene Ansicht zur Bedeutung des Geschäftsmodells für die Rechnungslegung zu veranschaulichen. In Kapitel 5.2 werden Anpassungsmöglichkeiten hinsichtlich der in Kapitel 4 betrachteten Standards exemplarisch aufgezeigt, die auf einer expliziten Berücksichtigung des Geschäftsmodells basieren. In Kapitel 5.3 wird kritisch betrachtet, welche Rolle künftig dem Geschäftsmodell in der IFRS-Rechnungslegung durch das Rahmenkonzept beigemessen werden soll. Hieran anknüpfend werden dem Standardsetter Handlungsempfehlungen aufgezeigt. In Kapitel 5.4 werden einzelne Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für potenzielle Eigenkapitalgeber, Abschlussaufsteller und die Rechnungslegungsforschung skizziert, indem an die vorausgegangenen Ergebnisse dieser Arbeit angeknüpft wird.

In Kapitel 6 werden die wesentlichen Ergebnisse dieser Arbeit thesenförmig zusammengefasst.

Der Aufbau der Arbeit wird in Abbildung 1 auf S. 8 zusammengefasst dargestellt.

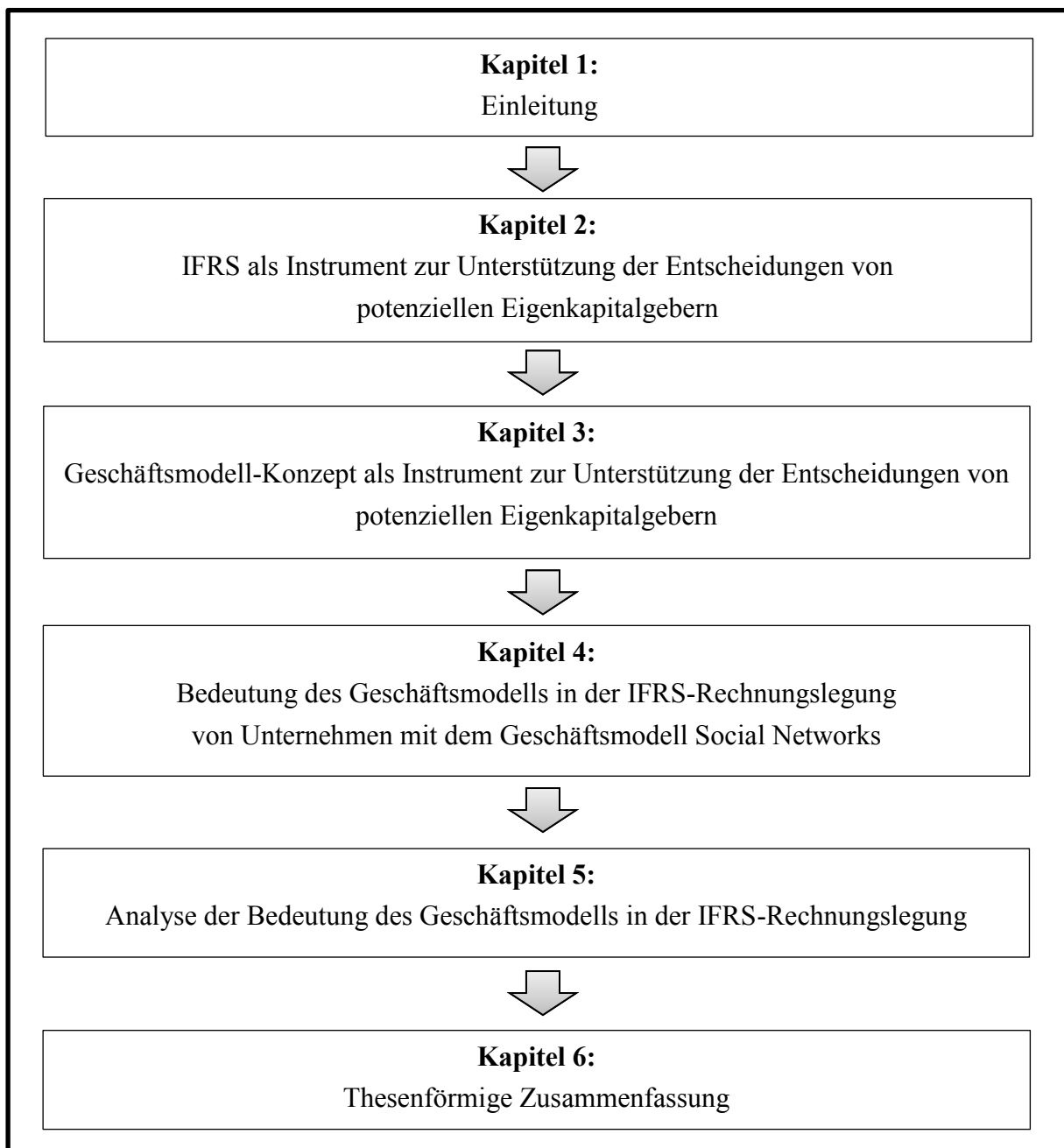


Abbildung 1: Untersuchungsaufbau

2. IFRS als Instrument zur Unterstützung der Entscheidungen von potenziellen Eigenkapitalgebern

2.1. Vermittlung von entscheidungsverbessernden Informationen als Funktion der externen Rechnungslegung für potenzielle Eigenkapitalgeber aus Sicht der Informationsökonomie

2.1.1. Externe Rechnungslegung als eine bedeutende Informationsquelle für potenzielle Eigenkapitalgeber

„Eigenkapitalgeber haben zahlreiche Entscheidungen zu treffen. Sie umfassen das Halten, Kaufen oder Verkaufen von Kapitalanteilen, die Entlastung oder Nichtentlastung von Geschäftsführern, die Einstellung, Beibehaltung und Trennung von Managern, die Ausgestaltung von Entlohnungsverträgen, u.a.m.“⁴⁶. Diese Entscheidungen haben bestehende und teilweise potenzielle Eigenkapitalgeber unter unvollkommener („Unsicherheit über die Zukunft“⁴⁷) und unvollständiger Information zu treffen („Ungleichverteilung von Wissen“⁴⁸ zwischen Unternehmensführung und Eigenkapitalgebern).⁴⁹

Unvollkommene Informationen liegen darin begründet, dass die Eigenkapitalgeber nicht die sichere Information besitzen, welche Konsequenz ihre Entscheidung (z. B. Kauf von Kapitalanteilen) haben wird, da diese von einem in der Zukunft eintretenden Umweltzustand⁵⁰ abhängig ist. Ex ante steht der Umweltzustand nicht fest, da dieser von Faktoren abhängig ist, die nicht im Einflussbereich der Eigenkapitalgeber liegen (z. B. Geschäftsentwicklung aufgrund konjunktureller Lage).⁵¹ Unvollständige Information herrscht vor, weil es sich bei Eigenkapitalgebern um unternehmensexterne Personen („outsiders“⁵²) handelt,⁵³ wenn man annimmt, dass diese nicht im Unternehmen angestellt sind (z. B. als Geschäftsführer).⁵⁴

Potenzielle Eigenkapitalgeber besitzen keine Eigenkapitalanteile an einem bestimmten Unternehmen und folglich keine Auskunfts- und Einsichtsrechte in unternehmensinterne Informationen.⁵⁵ Insofern sich potenzielle Eigenkapitalgeber einen ersten allgemeinen Eindruck über die Investitionswürdigkeit eines Unternehmens bilden möchten, lässt sich annehmen, dass diese zunächst auf allgemein zugängliche Informationen zurückgreifen

⁴⁶ Ballwieser (2002), S. 117.

⁴⁷ Schneider (1995), S. 2.

⁴⁸ Schneider (1995), S. 2.

⁴⁹ Vgl. Wagenhofer/Ewert (2007), S. 47; Ballwieser (1986), S. 22.

⁵⁰ Als Synonym wird „Zustand des Umfelds“ verwendet: Bamberg/Coenenberg/Krapp (2012), S. 15.

⁵¹ Vgl. Wagenhofer/Ewert (2007), S. 47.

⁵² Leffson (1987), S. 56; Cascino et al. (2014), S. 190.

⁵³ Vgl. Wagenhofer/Ewert (2007), S. 4 f.

⁵⁴ Vgl. Volk (1987), S. 723 f.

⁵⁵ Vgl. Moxter (1976), S. 95; Bentele (2004), S. 8 f.

(„Pre Due Diligence“⁵⁶), wofür z. B. die externe Rechnungslegung und die Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens als Informationsquellen herangezogen werden können.⁵⁷ Hierdurch soll die Unvollkommenheit und die Unvollständigkeit der Informationen reduziert werden.

Die externe Rechnungslegung ist eine bedeutende Informationsquelle u. a. für die potenziellen Eigenkapitalgeber.⁵⁸ Im Vergleich zu anderen Informationsquellen (z. B. Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens) bietet die externe Rechnungslegung u. a. folgende Vorteile („competitive advantages“⁵⁹): Die externe Rechnungslegung basiert auf einem Rechnungslegungssystem, welches die Inhalte („bestimmte Mindestinformationen“⁶⁰) und deren Abbildung (z. B. Kategorisierung, Aggregation)⁶¹ regelt.⁶² Dies ist z. B. bei einer Veröffentlichung von freiwilligen Informationen des Unternehmens (außerhalb der externen Rechnungslegung) nicht zwingend der Fall,⁶³ wodurch Vollständigkeit, Verständlichkeit und Objektivität der Informationen geringer sein können.⁶⁴ Darüber hinaus kann die externe Rechnungslegung der Prüfung durch Dritte (insb. Wirtschaftsprüfer) unterliegen.⁶⁵ Aufgrund der vorgenannten Aspekte kann die externe Rechnungslegung u. U. auch dazu dienen, anderweitig bereits verfügbare Informationen zu verifizieren.⁶⁶ Insofern das Unternehmen zur Veröffentlichung der externen Rechnungslegung verpflichtet ist, muss dies grundsätzlich in festgelegten Abständen erfolgen.⁶⁷ Diese (vorgeschriebene) Regelmäßigkeit können alternative Informationsquellen wie z. B. Pressemedien, in denen das Unternehmen u. U. keine oder nur unregelmäßig Erwähnung findet, nicht aufweisen.⁶⁸

Trotz der vorgenannten Vorteile der externen Rechnungslegung ist zu betonen, „daß der Jahresabschluß nicht als alleiniges Informationsinstrument des potentiellen Aktionärs

⁵⁶ Begriffsverständnis: „Analyse des Marktes und der anvisierten Unternehmen aufgrund zugänglicher Daten“ ohne Kontaktaufnahme mit dem Unternehmen: *Berens/Schmitting/Strauch* (2002), S. 96 mit Verweis auf *Binder/Lanz* (1993), S. 19.

⁵⁷ Weitere Beispiele: Berichterstattung über ein Unternehmen in den Medien, Berichte von Analysten: *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 8 f.; *Cascino et al.* (2013), S. 9; *Kluge* (2012), S. 194–198; *wirDesign communications AG* (2014), S. 31–34; *Volk* (1987), S. 725.

⁵⁸ „Financial reports are an important source of information for someone discovering the company for the first time“: *EFRAG et al.* (2014), S. 3 und 5; am Beispiel des erfolgreichen amerikanischen Investors *Warren Buffett*: *Hoogervorst* (2012), S. 3; „Direct company contact is often more important than the financial statements, yet accounting information forms the agenda for such contact“: *Cascino et al.* (2013), S. 10; allgemeiner: *Schüppen/Walz* (2014), S. 48 f.; allgemein zur externen Rechnungslegung als Informationsquelle für Investitionsentscheidungen: *Wagenhofer/Ewert* (2007), S. 5–7; bezogen auf Unternehmen des Neuen Markts: *Kütting* (2001), S. 32; *Fülbier/Honold/Klar* (2000), S. 834; bezogen auf die Financial Due Diligence: *Ganzert/Lutz* (1995), S. 578 und 580.

⁵⁹ *Cascino et al.* (2014), S. 186.

⁶⁰ *Coenenberg* (1993), S. 94.

⁶¹ Vgl. *IASB* (2013), Par. 8.20 f.

⁶² Vgl. *Ballwieser* (1997), S. 374; *Cascino et al.* (2014), S. 186.

⁶³ Vgl. *Christensen* (2010), S. 291 und 295.

⁶⁴ Vgl. zur Verständlichkeit als Vorteil der Rechnungslegung *IASB* (2013), Par. 7.20.

⁶⁵ Vgl. hierzu § 316 Abs. 1 und 2 HGB; *Cascino et al.* (2013), S. 11; *AFRAC* (2013a), S. 4.

⁶⁶ Vgl. *Wagenhofer/Ewert* (2007), S. 15; *Christensen* (2010), S. 295 und 297; *Ball/Shivakumar* (2008), S. 1012; *Cascino et al.* (2014), S. 200; *Hitz* (2005), S. 153 m.w.N.

⁶⁷ Vgl. hierzu bspw. § 325 HGB.

⁶⁸ Vgl. *Chwallek* (1999), S. 106.

angesehen werden darf, sondern nur als ein Glied in einer Kette von Informationen, die die Entscheidung beeinflussen⁶⁹.

2.1.2. Informationsfunktion der externen Rechnungslegung aus Sicht der Informationsökonomie

Die externe Rechnungslegung soll u. a. potenzielle Eigenkapitalgeber unterstützen, die in Kapitel 2.1.1 genannten Entscheidungen fundiert treffen zu können,⁷⁰ indem der Grad an Unvollkommenheit und Unvollständigkeit der den Entscheidungen zugrunde gelegten Informationen reduziert werden soll.⁷¹ Um diesen Zweck bzw. die Informationsfunktion der externen Rechnungslegung zu verdeutlichen, bietet sich der Rückgriff auf die Informationsökonomie an. In deren Kontext stellt die externe Rechnungslegung ein spezielles Informationssystem dar.⁷² Aus informationsökonomischer Perspektive sind Informationssysteme Güter, die lediglich genutzt werden, wenn diese einen Wert für den Anwender haben.⁷³

Die Anwender der externen Rechnungslegung setzen sich aus Rechnungslegungsadressaten und Rechnungslegenden zusammen. Diese Anwender messen den Wert der externen Rechnungslegung anhand der für sie aus deren Anwendung resultierenden Wohlfahrtssteigerung. Diese Wohlfahrtssteigerung kann anhand einer individuellen, kollektiven und gesellschaftlichen Betrachtungsweise differenziert werden.⁷⁴

Die individuelle Betrachtungsweise analysiert, ob die „Wohlfahrt eines einzelnen Rechnungslegungsadressaten“⁷⁵ durch die externe Rechnungslegung gesteigert wird. Dies ist der Fall, wenn eine „Entscheidungsverbesserung“⁷⁶ durch die externe Rechnungslegung erreicht wird („Entscheidungsfunktion“⁷⁷).⁷⁸ Diese liegt vor, wenn der Rechnungslegungsadressat – im Vergleich zu einer Situation, in der er nicht auf die externe Rechnungslegung zurückgreift – eine andere Entscheidung trifft, weil er seine Erwartungen über die zukünftigen Umweltzustände geändert hat („Erwartungsänderung“⁷⁹, „Erwartungsrevision[en]“⁸⁰) und eine andere Entscheidungsalternative als optimal angesehen wird.⁸¹ Falls das Gesagte zutrifft, wird die externe Rechnungslegung als entscheidungsrelevant

⁶⁹ Volk (1987), S. 275.

⁷⁰ Vgl. Ballwieser (2002), S. 117; Volk (1987), S. 728; allgemein: Moxter (1976), S. 96 f.; Leffson (1987), S. 57.

⁷¹ Vgl. Ballwieser (1997), S. 376; Wagenhofer/Ewert (2007), S. 49 f.; AAA (1968), S. 20.

⁷² Vgl. Wagenhofer (2014b), S. 901; Ballwieser (1982), S. 773.

⁷³ Vgl. Ballwieser (1986), S. 24 und 38.

⁷⁴ Vgl. Ballwieser (1986), S. 22–24.

⁷⁵ Ballwieser (1986), S. 23.

⁷⁶ Ballwieser (1986), S. 23.

⁷⁷ Ballwieser (1986), S. 27.

⁷⁸ Vgl. Beaver (1998), S. 25.

⁷⁹ Ballwieser (1986), S. 38.

⁸⁰ Wagenhofer/Ewert (2007), S. 51; Witzleben (2013), S. 173.

⁸¹ Vgl. Beaver/Demski (1974), S. 180; Christensen/Demski (2003), S. 94 f. und 108; Laux/Gillenkirch/Schenk-Mathes (2012), S. 306.

bezeichnet.⁸² Die Entscheidungsfunktion ist für potenzielle Eigenkapitalgeber von Bedeutung, da diese u. a. den Entscheidungen über das Kaufen von Eigenkapitalanteilen dienen soll.

Bei der kollektiven Betrachtungsweise wird eine Wohlfahrtssteigerung im Kontext von bestehenden Vertragsverhältnissen zwischen Eigenkapitalgebern (Principal) als Rechnungslegungsadressaten und Managern (Agenten) als Rechnungslegenden betrachtet.⁸³ Diese Betrachtungsweise der Informationsfunktion ist für potenzielle Eigenkapitalgeber (zunächst) nicht von Bedeutung, weil diese Eigenkapitalgeber (noch) kein bestehendes Vertragsverhältnis mit dem Investitionsobjekt besitzen.⁸⁴ Die gesellschaftliche Betrachtungsweise konkretisiert die Informationsfunktion im Sinne einer „Wohlfahrtsfunktion“⁸⁵. Die Wohlfahrtssteigerung wird daran gemessen, inwiefern die externe Rechnungslegung dazu beiträgt, Einfluss auf Gleichgewichtspreise in der Weise zu nehmen, dass diese „die bestmögliche Kapitalallokation erlauben und eine gute Güterversorgung der Gesellschaft bewirken“.⁸⁶

Potenzielle Eigenkapitalgeber stehen sowohl im Fokus der vorausgegangenen als auch der nachfolgenden Abhandlungen, weshalb im Weiteren die Informationsfunktion als Entscheidungsfunktion i.S.d. individuellen Betrachtungsweise verstanden wird.

2.1.3. Konkretisierung der Entscheidungsfunktion anhand des Grundmodells der Entscheidungstheorie in Bezug auf potenzielle Eigenkapitalgeber

Aus Sicht der Informationsökonomie wird die Entscheidungsfunktion durch die externe Rechnungslegung erfüllt, wenn die Verwendung der Informationen der externen Rechnungslegung zu einer Entscheidungsverbesserung beim potenziellen Eigenkapitalgeber führt.⁸⁷ Eine Entscheidungsverbesserung setzt voraus, dass eine Erwartungsänderung beim Rechnungslegungsadressaten bzw. potenziellen Eigenkapitalgeber eintritt und hieraus eine Änderung seiner Entscheidung resultiert.⁸⁸ Diese Voraussetzung kann anhand des Grundmodells der Entscheidungstheorie konkretisiert werden,⁸⁹ weil dieses die Entscheidungsfindung von Individuen zum Gegenstand hat.⁹⁰ Die Realität wird „[d]urch die Konstruktion von Entscheidungsmodellen [...] auf die als wichtig angesehenen Teilzusammenhänge reduziert“⁹¹, wodurch eine Komplexitätsreduktion angestrebt wird.⁹²

⁸² Vgl. *Ballwieser* (1986), S. 26; *Coenenberg* (1971), S. 740.

⁸³ Vgl. *Ballwieser* (1986), S. 23.

⁸⁴ Vgl. *Coenenberg/Straub* (2008), S. 17 f.; *Ballwieser* (2014), S. 466.

⁸⁵ *Ballwieser* (1986), S. 28.

⁸⁶ Vgl. *Ballwieser* (1986), S. 28 (auch Zitat); *Streim* (2000), S. 112.

⁸⁷ Vgl. Kapitel 2.1.2.

⁸⁸ Vgl. *Ballwieser* (1986), S. 26; Kapitel 2.1.2.

⁸⁹ Vgl. *Wagenhofer/Ewert* (2007), S. 46–49; *Ballwieser* (1986), S. 25; *Witzleben* (2013), S. 172 m.w.N.

⁹⁰ Vgl. *Bamberg/Coenenberg/Krapp* (2012), S. 15.

⁹¹ *Küpper et al.* (2013), S. 132.

⁹² Vgl. *Bretzke* (1980), S. 107 f. (m.w.N.); *Küpper et al.* (2013), S. 132.

Im Fokus des Grundmodells der Entscheidungstheorie steht ein Entscheidungsträger, der aus einer Menge von Aktionen (Aktionsraum) eine optimale Aktion auswählen möchte.⁹³ Sofern ein potenzieller Eigenkapitalgeber (zunächst) lediglich unternehmensexterne Informationen seiner Entscheidung zugrunde legt, kann sein Aktionsraum vereinfacht aus zwei Aktionen bestehen: Entweder die Investitionswürdigkeit des betrachteten Unternehmens tiefergehend zu sondieren (z. B. durch Kontaktaufnahme mit dem Unternehmen) oder nach einem alternativen Investitionsobjekt zu suchen.

Um die optimale Aktion auswählen zu können, bildet der Entscheidungsträger eine Rangfolge der Aktionen, wofür er ein Zielsystem benötigt.⁹⁴ Nach *Bamberg, Coenenberg und Krapp* besteht das Zielsystem aus Zielgrößen und Präferenzrelationen.⁹⁵ Die Zielgrößen sind Vergleichsmaßstäbe, an denen sich die Entscheidung orientiert. Die Präferenzrelationen dienen dazu, die Ausprägung der Zielgröße zu beurteilen, und können hinsichtlich den Dimensionen Höhe, Art, Zeit und Risiko bzw. Unsicherheit differenziert werden.⁹⁶ In Bezug auf potenzielle Eigenkapitalgeber lässt sich die Annahme treffen, dass die vom Unternehmen zu den potenziellen Eigenkapitalgebern fließenden zukünftigen Zahlungsströme (Cash Flows) eine zentrale Zielgröße des Zielsystems der *meisten* potenziellen Eigenkapitalgeber sind,⁹⁷ weil „[d]er Erwerb von Anteilen [...] als Verzicht auf sicheren Gegenwartskonsum zugunsten erhofften unsicheren zukünftigen Mehrkonsums“⁹⁸ erklärt werden kann.⁹⁹ Deshalb werden die Cash Flows als einzige Zielgröße im weiteren Verlauf betrachtet.¹⁰⁰ Hierdurch kommen keine Zielkonflikte zwischen Zielgrößen auf,¹⁰¹ wodurch die Artenpräferenzrelation nicht zu berücksichtigen ist. Die weiteren Präferenzrelationen, anhand derer der Nutzen der Cash Flows aufgrund deren Höhe, zeitlicher Struktur und Risikograd beurteilt wird, sind von der *individuellen* Einstellung der einzelnen Eigenkapitalgeber abhängig.¹⁰² Dies liegt darin begründet, dass die Einstellungen individuell sehr vielfältig sein können und folglich im Gegensatz zur Zielgröße schwer zu verallgemeinern sind.¹⁰³

⁹³ Vgl. *Bamberg/Coenenberg/Krapp* (2012), S. 27.

⁹⁴ Vgl. *Bamberg/Coenenberg/Krapp* (2012), S. 27.

⁹⁵ Weitere in der Literatur vorgenommene Unterscheidungen der Elemente von Zielsystemen: vgl. *Bamberg/Coenenberg/Krapp* (2012), S. 29.

⁹⁶ Vgl. *Bamberg/Coenenberg/Krapp* (2012), S. 27 f.

⁹⁷ Vgl. *Coenenberg/Straub* (2008), S. 20; *CF.OB3*; *Witzleben* (2013), S. 172; *Kämpfer/Hoffmann* (2014), S. 392; *Möller/Hüfner* (2002), S. 411; *Streim* (1994), S. 399; *Cascino et al.* (2013), S. 8; *Moxter* (2000), S. 2146 f.; *EFRAG et al.* (2014), S. 3; *Christensen* (2010), S. 289; *Ballwieser* (2004), S. 61; *Volk* (1987), S. 727; *AAA* (1968), S. 23.

⁹⁸ *Wagner* (1982), S. 750.

⁹⁹ Vgl. *Moxter* (1966), S. 38 f.; *Möller/Hüfner* (2002), S. 411.

¹⁰⁰ Vgl. allgemein begründend *Laux/Gillenkirch/Schenk-Mathes* (2012), S. 31; *Moxter* (1966), S. 38 f.

¹⁰¹ Vgl. zu weiteren finanziellen Zielgrößen: *Chwallek* (1999), S. 104 f.; *Witzleben* (2013), S. 172 m.w.N.; nicht-finanzielle Zielgrößen (z. B. Prestige) werden nicht berücksichtigt, da potenzielle Eigenkapitalgeber „primär ein finanzielles Interesse an einer Unternehmung haben“: *Streim* (1994), S. 399.

¹⁰² Vgl. ähnlich *Witzleben* (2013), S. 172 f.

¹⁰³ Vgl. *Beaver* (1998), S. 8 und 24; *Hitz* (2005), S. 164; *Bentele* (2004), S. 10.

In der Realität werden Entscheidungen unter unvollkommener Information getroffen, das bedeutet, dass die Ausprägung der Zielgröße (nachfolgend Ergebnisse) der Aktionen von dem Umweltzustand abhängen, der ex post eintritt. Da dieser Umweltzustand ex ante noch nicht feststeht, muss der Entscheidungsträger eine Aktion unter Ungewissheit oder Risiko auswählen.¹⁰⁴ Die Anlageentscheidung eines potenziellen Eigenkapitalgebers „wird i.d.R. mit einer Entscheidungssituation unter Risiko gleichgesetzt“.¹⁰⁵ In solch einer Situation kann ein Informationssystem dazu dienen, die Unsicherheit über die künftigen Umweltzustände vor der Entscheidung zu reduzieren.¹⁰⁶ Das Informationssystem gibt Signale bzw. Nachrichten aus, die aus „einer Konstellation gegenwärtig beobachtbarer Indikatoren“¹⁰⁷ bestehen. Durch die Signale soll dem Entscheidungsträger ermöglicht werden, die Gesamtmenge an möglichen Umweltzuständen auf eine Teilmenge zu beschränken. Liegt eine solche „Partitionierung“¹⁰⁸ der möglichen Umweltzustände vor, ist eine Erwartungsänderung bzw. -revision gegeben. Die dieser Teilmenge zugeordneten Ergebnisse werden anhand der im Zielsystem enthaltenen Präferenzrelationen miteinander verglichen, um eine Rangfolge der zugrunde liegenden Aktionen bilden zu können.¹⁰⁹ Insofern aus dieser Rangfolge eine optimale Aktion resultiert, die nicht mit derjenigen übereinstimmt, die ohne das Signal des Informationssystems ausgewählt worden wäre, ist eine Entscheidungsverbesserung gegeben. Dies gilt, wenn von den Erstellungskosten der Informationen durch das Informationssystem und den Verarbeitungskosten durch den Entscheidungsträger abstrahiert wird.¹¹⁰

Die Cash Flows als Zielgröße potenzieller Eigenkapitalgeber sind abhängig von dem Umweltzustand, der zukünftig eintreten wird.¹¹¹ Dieser wird bspw. durch den zukünftigen Marktanteil des Unternehmens und die künftige konjunkturelle Wirtschaftslage bestimmt.¹¹² Es ist eine Vielzahl an Zuständen aufgrund unvollkommener Information möglich, so dass die externe Rechnungslegung als Informationssystem herangezogen wird,¹¹³ um mittels dieser Signale zu erhalten, die den Zustandsraum partitionieren, insofern die Signale Rückschlüsse auf einen Zustand oder verschiedene Zustände zulassen, wovon grundsätzlich auszugehen ist.¹¹⁴ Dies zeigt sich bspw. in der Aussage, dass der erfolgreiche amerikanische Investor „Warren Buffett is known to use financial reports as a rough-and-ready checklist: more than

¹⁰⁴ Vgl. Bamberg/Coenenberg/Krapp (2012), S. 18 f. und 67 f.

¹⁰⁵ Vgl. Chwallek (1999), S. 105 (auch Zitat); Eisenführ/Weber/Langer (2010), S. 24.

¹⁰⁶ Vgl. Wagenhofer/Ewert (2007), S. 49; Bamberg/Coenenberg/Krapp (2012), S. 19.

¹⁰⁷ Bamberg/Coenenberg/Krapp (2012), S. 19.

¹⁰⁸ Wagenhofer/Ewert (2007), S. 54.

¹⁰⁹ Vgl. Bamberg/Coenenberg/Krapp (2012), S. 32 f.

¹¹⁰ Vgl. Ballwieser (1986), S. 26.

¹¹¹ Dieser Umweltzustand ist aus Sicht des Unternehmens sowohl von endogenen als auch von exogenen Variablen abhängig (Ballwieser (2004), S. 59). Aus Sicht von potenziellen Eigenkapitalgebern stellen endogene Variablen zunächst exogene Variablen dar. Deswegen wird dies nachfolgend nicht differenziert.

¹¹² Vgl. Demski (1980), S. 16; Chwallek (1999), S. 105.

¹¹³ Vgl. Ballwieser (1986), S. 24; Coenenberg (1971), S. 738 f.; Christensen (2010), S. 287; ausführlich: Cascino et al. (2014), S. 190–199.

¹¹⁴ Vgl. Hitz (2005), S. 141 m.w.N.

five or six questions marks are enough for him to decide against making an investment¹¹⁵. Ein Signal der externen Rechnungslegung ist z. B. ein hoher Gewinn, der auf „günstige Marktentwicklungen eines Unternehmens (Umweltzustand)“ hinweisen kann.¹¹⁶ In den Instrumenten der externen Rechnungslegung (Bilanz, Ergebnisrechnung, Anhang und Managementbericht) sind die Elemente enthalten, die ein Signal begründen.

2.2. Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen als Funktion der IFRS-Rechnungslegung¹¹⁷

2.2.1. Potenzielle Eigenkapitalgeber als eine Hauptadressatengruppe der IFRS-Rechnungslegung

Das allgemeine Ziel der IFRS-Rechnungslegung sieht der *IASB* in der Vermittlung nützlicher Informationen an Rechnungslegungsadressaten, so dass diese bei ihren wirtschaftlichen Entscheidungen unterstützt werden.¹¹⁸ Konkret stellt der *IASB* gemäß dem aktuellen Rahmenkonzept (aus dem Jahr 2010)¹¹⁹ auf „Entscheidungen für die Bereitstellung von Ressourcen an das Unternehmen“¹²⁰ ab, worunter „das Kaufen, Verkaufen oder Halten von Eigenkapitalinstrumenten und Schuldinstrumenten sowie das Bereitstellen oder Valutieren von Darlehen und anderen Kreditformen“¹²¹ subsumiert werden. Folglich sind „bestehende und potenzielle Investoren, Kreditgeber und andere Gläubiger“¹²² die Hauptadressaten der IFRS-Rechnungslegung.¹²³ Dies liegt darin begründet, dass diese Adressatengruppen keinen Anspruch auf den direkten Zugriff auf unternehmensinterne (Finanz-)Informationen besitzen, die in erster Linie sachgerecht wären, um die Kapitalüberlassungsentscheidung treffen zu können.¹²⁴ Deswegen haben die Hauptadressaten im Vergleich zu den nachfolgend beschriebenen Adressatengruppen „den wichtigsten und sofortigen Bedarf“¹²⁵ an den zu veröffentlichenden IFRS-Rechnungslegungsinformationen.¹²⁶

Zwar gibt es noch weitere unternehmensexterne Adressatengruppen (wie z. B. Kunden, Aufsichtsbehörden), für die grundsätzlich auch eine Zugriffsproblematik besteht, jedoch liegt deren Interesse am Unternehmen i.d.R. nicht in einer Kapitalüberlassungsentscheidung begründet. Außerdem liegt der Fokus des *IASB* auf den Bedürfnissen von

¹¹⁵ Hoogervorst (2012), S. 3; Hoogervorst bezeichnet Warren Buffett als „[t]he most successful long-term investor of all times“: Hoogervorst (2015), S. 4.

¹¹⁶ Vgl. Wagenhofer/Ewert (2007), S. 50 (auch Zitat).

¹¹⁷ Die Passagen des Kapitels 2.2 entstammen größtenteils (stellenweise leicht modifiziert) der folgenden Quelle: Linder (2015), S. 5–12 und 15 f.

¹¹⁸ Vgl. *IASB* (2015f), S. A22.

¹¹⁹ Nachfolgend als „aktuelles Rahmenkonzept“ und „Rahmenkonzept von 2010“ im Text bezeichnet. Verweise hierauf werden in den Fußnoten mit CF gekennzeichnet.

¹²⁰ CF.OB2.

¹²¹ CF.OB2.

¹²² CF.OB5.

¹²³ Vgl. CF.OB5; CF.BC3.5; darunter zählen auch Arbeitnehmer, Lieferanten und Berater: CF.BC1.10.

¹²⁴ Vgl. *EFrag/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.1 und 4.11.

¹²⁵ CF.BC1.16(a).

¹²⁶ Vgl. CF.OB5.

Kapitalmarktteilnehmern,¹²⁷ wodurch nachvollzogen werden kann, dass der *IASB* andere unternehmensexterne Adressatengruppen lediglich als Nebenadressaten einstuft, so dass die IFRS-Rechnungslegung „nicht in erster Linie für diese anderen Gruppen bestimmt“ ist.¹²⁸ Keine Zugriffsproblematik besteht für das Leitungsorgan und das Management eines Unternehmens, weil diese Zugriff auf unternehmensinterne Informationen besitzen, weshalb diese Gruppen nicht im Fokus des *IASB* stehen.¹²⁹

Den Hauptadressatengruppen wird untereinander dieselbe Bedeutung zugemessen, auch wenn diese „unterschiedliche und möglicherweise sich widersprechende Informationsbedürfnisse und -wünsche“¹³⁰ haben.¹³¹ Dies trifft laut dem *IASB* lediglich auf „einzelne Hauptadressaten“ zu, so dass versucht wird, der größtmöglichen Menge an Hauptadressaten gerecht zu werden.¹³² Der Fokus auf eine Hauptadressatengruppe wird abgelehnt, da auch innerhalb einer Adressatengruppe unterschiedliche Informationsbedürfnisse vorliegen können. Ansonsten müsste sich eher an individuellen Informationsbedürfnissen orientiert werden, was jedoch mit dem Ziel in Konflikt stehen würde, allgemeine (i.S.v. an einer größtmöglichen Menge an Hauptadressaten ausgerichteten) Rechnungslegungsinformationen „kostenvorteilhaft“ zur Verfügung zu stellen.¹³³

Laut dem *IASB* hängen die Entscheidungen der Hauptadressatengruppen von deren Erwartungen über die zukünftigen Erträge aus der Kapitalüberlassung ab, welche Eigenkapitalgebern z. B. in Form von Dividenden und Fremdkapitalgebern z. B. in Form von Zinsen zugehen. Deren Ertragserwartungen leiten sich mittelbar von „deren Einschätzung der Höhe, des Zeitpunkts und der Unsicherheit der (Aussichten auf) künftige(n) Nettomittelzuflüsse beim Unternehmen“¹³⁴ ab. Folglich sollen solche Informationen anhand der IFRS-Rechnungslegung vermittelt werden, die die Hauptadressatengruppen dabei unterstützen, zunächst diese Nettomittelzuflüsse abschätzen und anschließend daraus die erwarteten ihnen zufließenden Erträge ableiten zu können, um hieran ihre Entscheidungen orientieren zu können.¹³⁵

2.2.2. Entscheidungsnützlichkeit als Funktion der Rechnungslegung nach IFRS

Den Hauptadressaten sollen, damit diese die künftigen Nettomittelzuflüsse beim Unternehmen einschätzen können, entscheidungsnützliche Informationen anhand der IFRS-

¹²⁷ Vgl. CF.BC1.16(b).

¹²⁸ Vgl. CF.OB10 (auch Zitat) und CF.BC1.10; *Kirsch* sieht dies zusätzlich darin begründet, dass die Nebenadressaten „spezielle Berichtsformate vorgeben [können] und [...] damit nicht auf die allgemein ausgerichtete Finanzberichterstattung angewiesen [sind]“: *Kirsch* (2011), S. 28.

¹²⁹ Vgl. CF.OB9, CF.BC1.7 und CF.BC1.19 i.V.m. CF.OB4 (dort Fn. 2).

¹³⁰ CF.OB8.

¹³¹ Vgl. CF.OB8; CF.BC1.18.

¹³² Vgl. CF.OB8 (auch Zitat); CF.BC1.18.

¹³³ Vgl. CF.BC1.18 (auch Zitat); ähnlich: CF.BC1.35.

¹³⁴ CF.OB3.

¹³⁵ Vgl. CF.OB3.

Rechnungslegung vermittelt werden.¹³⁶ Diese Informationen beziehen sich auf die „wirtschaftlichen Ressourcen des Unternehmens“¹³⁷ und die „Ansprüche gegen das Unternehmen“.¹³⁸ Erstere sollen helfen, die Vermögenslage und letztere die Finanzlage des Unternehmens einschätzen zu können.¹³⁹ Die Ertragslage ergibt sich aus den „erwirtschafteten“ Erträgen, die durch den Einsatz der wirtschaftlichen Ressourcen generiert werden.¹⁴⁰

Die Informationen zur Vermögens- und Finanzlage sollen helfen, die „finanziellen Stärken und Schwächen des berichtenden Unternehmens“ identifizieren zu können, um anhand derer z. B. die Zahlungsfähigkeit des Unternehmens ableiten zu können.¹⁴¹ Laut dem *IASB* ist hierfür notwendig, „die Art und Höhe der zur betrieblichen Verwendung zur Verfügung stehenden Ressourcen eines berichtenden Unternehmens“¹⁴² anhand der IFRS-Rechnungslegung an die Adressaten zu vermitteln. Dies soll nicht davon abhängig sein, ob die wirtschaftlichen Ressourcen direkt Cash Flows oder lediglich zusammen mit anderen wirtschaftlichen Ressourcen und/oder Ansprüchen Cash Flows generieren.¹⁴³

Die Ertragslage soll die Rechnungslegungsadressaten unterstützen, zu erkennen, „wie effizient und effektiv das Management und das Leitungsorgan des Unternehmens ihren Verpflichtungen nachkommen, die Ressourcen des Unternehmens einzusetzen“.¹⁴⁴ Dies zeigt sich in „Änderungen der wirtschaftlichen Ressourcen eines [berichtenden Unternehmens, Anm. d. Verf.] und Ansprüche gegen ein berichtendes Unternehmen“¹⁴⁵, die auf der Periodisierung von Cash Flows der zugrunde liegenden Sachverhalte (z. B. Geschäftsvorfälle) basieren („Konzept der Periodenabgrenzung“).¹⁴⁶ Dies soll die Prognose der künftigen Nettomittelzuflüsse beim Unternehmen vor allem hinsichtlich deren Höhe und Unsicherheit unterstützen.¹⁴⁷ Zusätzlich können die (unperiodisierten) Cash Flows der vergangenen Periode herangezogen werden, um „Informationen über die Ertragslage zu interpretieren“¹⁴⁸.

¹³⁶ Vgl. CF.OB4; u. a. die „Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechende[en] Bild[es]“ (True-and-Fair-View, Fair Presentation) sieht der *IASB* als Synonym für die Entscheidungsnützlichkeit von Informationen an: CF.BC3.44 (auch Zitat) i.V.m. CF.QC17.

¹³⁷ CF.OB12.

¹³⁸ Vgl. CF.OB4 (auch Zitat) und CF.OB12; CF.BC1.32.

¹³⁹ Vgl. CF.OB12.

¹⁴⁰ Vgl. CF.OB16 (auch Zitat).

¹⁴¹ Vgl. CF.OB13 (auch Zitat); CF.BC1.34.

¹⁴² CF.OB14.

¹⁴³ Vgl. CF.OB14.

¹⁴⁴ Vgl. CF.OB4 (auch Zitat); CF.OB16.

¹⁴⁵ CF.OB15.

¹⁴⁶ Vgl. CF.OB17 (auch Zitat).

¹⁴⁷ Vgl. CF.OB16 und OB18 f.

¹⁴⁸ CF.OB20.

2.2.3. Voraussetzungen für die Entscheidungsnützlichkeit von Informationen gemäß dem IFRS-Rahmenkonzept

2.2.3.1. Qualitative Anforderungen an die Entscheidungsnützlichkeit von Informationen

Der *IASB* subsumiert Informationen über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage unter „Informationen über wirtschaftliche Vorgänge“.¹⁴⁹ An diese Informationen werden anhand des Rahmenkonzepts „qualitative[n] Anforderungen“¹⁵⁰ gestellt,¹⁵¹ weil diesen Anforderungen entsprechende Informationen „wahrscheinlich am nützlichsten sind, um Entscheidungen im Hinblick auf das berichtende Unternehmen auf Grundlage der in seinem Finanzbericht dargestellten Informationen (Finanzinformationen) zu treffen“¹⁵². Folglich sollen diese qualitativen Anforderungen den *IASB* bei der Er- und Überarbeitung von IFRS (ebenso die Abschlussaufsteller u. U. im Fall von Regelungslücken)¹⁵³ „leiten“¹⁵⁴, weil diese die Funktion der IFRS-Rechnungslegung konkretisieren.¹⁵⁵

Die qualitativen Anforderungen sind in „grundlegende[n]“¹⁵⁶ und „weiterführende[n]“¹⁵⁷ Anforderungen unterteilt.¹⁵⁸ Unter die grundlegenden Anforderungen fallen die Anforderungen Relevanz und glaubwürdige Darstellung,¹⁵⁹ die beide notwendige Bedingungen für die Entscheidungsnützlichkeit von Informationen sind.¹⁶⁰

„Relevante Finanzinformationen vermögen die Entscheidungen der Adressaten zu ändern. Informationen vermögen eine Entscheidung selbst dann zu beeinflussen, wenn sich einige Adressaten dafür entscheiden, sie nicht zu nutzen oder sie bereits von anderen Quellen kennen“¹⁶¹. Mit anderen Worten: Eine Information ist relevant, wenn diese die Entscheidung der Adressaten beeinflussen könnte (potenzieller Einfluss). Folglich muss sie nicht zwingend „tatsächlich“¹⁶² Einfluss auf die Entscheidung haben. Der *IASB* begründet diese weit gefasste Definition von **Relevanz**, indem er darauf hinweist, dass eine tatsächliche Beeinflussung sehr schwer im Vergleich zu einer potenziellen Beeinflussung festzustellen ist, da insb. nicht bekannt ist, welche weiteren Informationsquellen der Adressat neben der Rechnungslegung nutzt.¹⁶³ Die Beeinflussung von Entscheidungen ist laut dem *IASB* gegeben, wenn

¹⁴⁹ Vgl. CF.QC2 (auch Zitat).

¹⁵⁰ CF.QC1.

¹⁵¹ Vgl. CF.QC3.

¹⁵² CF.QC1; so auch: *IASB* (2013), Par. 6.6.

¹⁵³ Vgl. CF.BC3.4.

¹⁵⁴ CF.BC3.7.

¹⁵⁵ Vgl. CF.BC3.6 f.; *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.4.

¹⁵⁶ CF.QC5.

¹⁵⁷ CF.QC19.

¹⁵⁸ Vgl. CF.BC3.8.

¹⁵⁹ Vgl. CF.QC5.

¹⁶⁰ Vgl. CF.QC4 und QC16 f.; CF.BC3.10.

¹⁶¹ CF.QC6; CF.BC3.11.

¹⁶² CF.BC3.12.

¹⁶³ Vgl. CF.BC3.12 f.; *Kirsch* (2011), S. 30.

Informationen einen „vorhersagenden Wert“ und/oder „bestätigenden Wert“ besitzen.¹⁶⁴ Ersterer liegt vor, wenn Informationen in den Prozess der Adressaten eingehen, „Vorhersagen über die Höhe und den Zeitpunkt der Erträge aus Kapitalanteilen, Darlehen oder anderen Kreditinstrumenten“ zu treffen.¹⁶⁵ Insofern Informationen herangezogen werden können, um in der Vergangenheit erfolgte Vorhersagen zu beurteilen, ist ihnen ein bestätigender Wert zu attestieren.¹⁶⁶ Informationen können sowohl einen vorhersagenden als auch einen bestätigenden Wert besitzen.¹⁶⁷

„Informationen sind wesentlich, wenn ihr Weglassen oder ihre fehlerhafte Darstellung die auf Basis der Finanzinformationen über ein bestimmtes berichtendes Unternehmen getroffenen Entscheidungen der Adressaten beeinflussen könnten“¹⁶⁸. Der *IASB* stuft die **Wesentlichkeit** als „ein[en] unternehmensspezifische[n] Aspekt der Relevanz“¹⁶⁹ ein, weil diese lediglich anhand der konkreten „Art und Größe der Posten“¹⁷⁰ des betreffenden Unternehmens und folglich nur durch den Abschlussaufsteller (vor dem Hintergrund der Informationsbedürfnisse der Abschlussadressaten)¹⁷¹ beurteilt werden kann.¹⁷² Deshalb kann und wird diese Anforderung nicht bei der Er- und Überarbeitung der IFRS (z. B. durch die Angabe von Schwellenwerten) berücksichtigt.¹⁷³

„Für eine perfekte glaubwürdige Darstellung würde eine Abbildung drei Merkmale aufweisen. Sie wäre vollständig, neutral und fehlerfrei“¹⁷⁴. Laut dem *IASB* ist eine Perfektion der **glaubwürdigen Darstellung** lediglich in Ausnahmefällen zu erreichen, weshalb im Regelfall die Maximierung der Merkmale angestrebt wird.¹⁷⁵

Die Abschlussadressaten sollen die abgebildeten Sachverhalte verstehen können, indem diesen *alle* notwendigen Informationen vermittelt werden (**vollständige Darstellung**). Hierzu ist wenigstens die Beschreibung und Erläuterung der „Art“¹⁷⁶ und der zahlenmäßigen Abbildung (insb. des Bewertungsmaßstabs) der Sachverhalte geboten. In Abhängigkeit vom jeweiligen Sachverhalt können zusätzliche „signifikante“¹⁷⁷ Informationen über qualitative Aspekte der Sachverhalte notwendig sein. Gleiches gilt für Informationen über „Faktoren und

¹⁶⁴ Vgl. CF.QC7 (auch Zitate); CF.BC3.14.

¹⁶⁵ Vgl. CF.BC3.14 (auch Zitat); CF.QC8.

¹⁶⁶ Vgl. CF.QC9.

¹⁶⁷ Vgl. weiterführend CF.QC10.

¹⁶⁸ CF.QC11.

¹⁶⁹ CF.QC11.

¹⁷⁰ CF.QC11.

¹⁷¹ Vgl. *IASB* (2015a), Par. BC2.31; IAS 1.7.

¹⁷² Vgl. CF.QC11; CF.BC3.18.

¹⁷³ Vgl. CF.BC3.18; CF.QC11.

¹⁷⁴ CF.QC12.

¹⁷⁵ Vgl. CF.QC12.

¹⁷⁶ CF.QC13.

¹⁷⁷ CF.QC13.

Umstände“, die Einfluss auf die Art, Qualität und Bewertung der Sachverhalte haben könnten.¹⁷⁸

Informationen werden *neutral* dargestellt, wenn diese nicht verfälscht wurden (z. B. durch Hervorhebung oder Abschwächung). Denn Manipulationen zielen darauf ab, „die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass Finanzinformationen von Adressaten als günstig oder ungünstig aufgenommen werden“¹⁷⁹, wodurch diese Handlungen im Konflikt mit einer glaubwürdigen Darstellung stehen. Dennoch sollen laut dem *IASB* die Informationen weiterhin Entscheidungen von Adressaten verändern (können), wobei dieser Effekt bei gegebener Neutralität nicht durch Manipulationen verstärkt bzw. abgeschwächt wird.¹⁸⁰ Dieser Anforderung können auch Schätzungen und Vorhersagen genügen.¹⁸¹

Fehlerfreiheit ist gegeben, wenn „die Beschreibung des Vorgangs keine Fehler oder Auslassungen aufweist und dass das für die dargelegten Informationen eingesetzte Verfahren ohne Prozessfehler ausgewählt und angewendet wurde“¹⁸². Der *IASB* weist darauf hin, dass Fehlerfreiheit bzw. glaubwürdige Darstellung an sich in Abhängigkeit der betrachteten Information auch gegeben sein kann, wenn deren Genauigkeit nicht festzustellen ist. Dies liegt z. B. vor, wenn Schätzungen vorzunehmen sind, weil am Markt keine Preise für ein Bewertungsobjekt beobachtbar sind.¹⁸³ Folglich ist „fehlerfrei nicht in jeder Hinsicht ganz genau“¹⁸⁴.

Die glaubwürdige Darstellung impliziert laut dem *IASB* die wirtschaftliche Betrachtungsweise: Wenn die „rechtliche[n] Form“ und die „wirtschaftliche[n] Substanz des zugrunde liegenden wirtschaftlichen Vorgangs“ auseinanderfallen, erlaubt lediglich die Abbildung der letzteren eine glaubwürdige Darstellung.¹⁸⁵

Die **weiterführenden qualitativen Anforderungen** stellen weder notwendige noch hinreichende Bedingungen dar.¹⁸⁶ Diese können lediglich „die Nützlichkeit von relevanten und glaubwürdig dargestellten Informationen erhöhen“¹⁸⁷. Dazu gehören die Anforderungen Vergleichbarkeit, Nachprüfbarkeit, Zeitnähe und Verständlichkeit.¹⁸⁸ Zusätzlich können sie herangezogen werden, falls mehrere Alternativen bestehen sollten, die eine relevante und

¹⁷⁸ Vgl. CF.QC13 (auch Zitat).

¹⁷⁹ CF.QC14.

¹⁸⁰ Vgl. CF.QC14.

¹⁸¹ Vgl. *Kalantary* (2012), S. 62.

¹⁸² CF.QC15.

¹⁸³ Vgl. CF.QC15.

¹⁸⁴ CF.QC15.

¹⁸⁵ Vgl. CF.BC3.26 (auch Zitate).

¹⁸⁶ Vgl. CF.QC33; CF.BC3.10.

¹⁸⁷ CF.QC19.

¹⁸⁸ Vgl. CF.QC19.

glaubwürdige Darstellung eines Sachverhalts ermöglichen, um zu beurteilen, welche Alternative gewählt werden sollte.¹⁸⁹

Neben den qualitativen Anforderungen ist die **Kostenrestriktion** zu berücksichtigen, d. h. der *IASB* hat abzuschätzen, „ob der Nutzen die Berichterstattung bestimmter Informationen die für die Bereitstellung und Verwendung dieser Informationen entstehenden Kosten wahrscheinlich rechtfertigt“¹⁹⁰. Die Kostenrestriktion stellt keine qualitative Anforderung dar, weil sie sich nicht auf die Informationen an sich sondern auf den Prozess bezieht, diese zur Verfügung zu stellen und zu analysieren.¹⁹¹

Es liegt die Vermutung nahe, dass der *IASB* die qualitativen Anforderungen als konsensfähige Anforderungen an entscheidungsnützliche Informationen sowohl innerhalb der Adressatengruppen als auch zwischen den Adressatengruppen ansieht. Denn durch die qualitativen Anforderungen soll die Identifikation der „wahrscheinlich am nützlichsten“¹⁹² Informationen für die Adressaten ermöglicht werden. Folglich sollen die qualitativen Anforderungen als „Surrogat-Maße für den Informationswert dienen“¹⁹³. Diesbezüglich kann man sowohl als Kritik als auch als Rechtfertigung anführen: „The academic literature review shows that evidence is scarce on how information in financial statements is used – particularly by some groups of users. Given this lack of evidence, standards would to some extent have to be based on assumptions and beliefs about what is useful information. As with all assumptions and beliefs, these could be wrong or simplified“¹⁹⁴. Dementsprechend lässt sich festhalten: „[Q]ualitative characteristics define the boundaries of what the standard-setters deem ‚appropriate‘ financial reporting“.¹⁹⁵

2.2.3.2. Schema zur Anwendung der qualitativen Anforderungen auf Informationen

Damit Informationen über Sachverhalte entscheidungsnützlich sind, müssen die Informationen den in Kapitel 2.2.3.1 beschriebenen grundlegenden qualitativen Anforderungen genügen.¹⁹⁶ Um diese auf Informationen von konkreten Sachverhalten anzuwenden, beschreibt der *IASB* den grundsätzlich „effizienteste[n] und effektivste[n] Prozess für die Anwendung der grundlegenden qualitativen Anforderungen“¹⁹⁷: Zunächst ist ein Sachverhalt zu ermitteln, dessen bilanzielle Abbildung das Potenzial hat, für die Adressaten der Rechnungslegung des

¹⁸⁹ Vgl. CF.QC19.

¹⁹⁰ CF.QC38.

¹⁹¹ Vgl. CF.BC3.47.

¹⁹² CF.QC1.

¹⁹³ *Hitz* (2005), S. 166.

¹⁹⁴ *EFRAG* (2014c), Rn. 8 mit Bezug auf *Cascino et al.* (2013).

¹⁹⁵ Vgl. *Erb/Pelger* (2015a), S. 13 (auch Zitat); „Notably, the normative premises or value judgments need not represent beliefs held by the researcher herself; they may stem from any source, including objectives communicated by regulators“: *Fülbier/Hitz/Sellhorn* (2009), S. 462; *Barth/Beaver/Landsman* (2001), S. 80.

¹⁹⁶ Vgl. CF.QC17.

¹⁹⁷ CF.QC18.

betrachteten Unternehmens nützlich zu sein („Relevanz der Phänomene“¹⁹⁸). Anschließend ist für diesen Sachverhalt die relevanteste „Art“¹⁹⁹ von Informationen festzustellen. Im nächsten Schritt wird geprüft, ob diese Art von Informationen zur Verfügung steht. Falls nein, ist die „nächst relevanteste[n] Art von Informationen“²⁰⁰ zu ermitteln und deren Verfügbarkeit zu prüfen. Falls die Informationen verfügbar sind, ist zu analysieren, ob diese einer glaubwürdigen Darstellung genügen. Falls nicht, ist die nächst relevanteste Art von Informationen auf Verfügbarkeit und glaubwürdige Darstellung zu prüfen.²⁰¹

Sofern Informationen die grundlegenden qualitativen Anforderungen erfüllen, folgt die Anwendung der weiterführenden qualitativen Anforderungen. Hierbei wird darauf abgezielt, dass die Informationen den weiterführenden qualitativen Anforderungen möglichst im vollen Umfang genügen, um das Ausmaß der Entscheidungsnützlichkeits zu maximieren.²⁰² Insofern zwei oder mehrere Arten von Informationen über einen Sachverhalt entscheidungsnützlich sein sollten, soll anhand der weiterführenden qualitativen Anforderungen das Ausmaß der Entscheidungsnützlichkeits der einzelnen Alternativen bestimmt werden können. Aufgrund dieser Analyse könnte die entscheidungsnützlichere Variante ermittelt werden.²⁰³

Abschließend ist das Kosten-Nutzen-Verhältnis hinsichtlich der ermittelten nützlichsten Art von Informationen zu beurteilen. Hierzu dient die Kostenrestriktion, die voraussetzt, dass die Kosten der durch die Rechnungslegung zur Verfügung gestellten Informationen durch deren Nutzen gerechtfertigt werden müssen.²⁰⁴

2.2.4. Der Abschluss als zentrales Instrument der IFRS-Rechnungslegung zur Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen

Entscheidungsnützliche Informationen beziehen sich gemäß dem Rahmenkonzept auf die wirtschaftlichen Ressourcen des rechnungslegenden Unternehmens und die Ansprüche gegen das rechnungslegende Unternehmen.²⁰⁵ Zentrales Instrument für die Darstellung dieser Informationen ist der Abschluss (Financial Statements), der aus der Anwendung der IFRS-Rechnungslegungsvorschriften resultiert:²⁰⁶ „A complete set of financial statements includes a statement of financial position [Bilanz], a statement of comprehensive income [Gesamtergebnisrechnung], a statement of changes in equity [Eigenkapitalveränderungsrechnung], a statement of cash flows [Kapitalflussrechnung], and

¹⁹⁸ Kirsch (2011), S. 33.

¹⁹⁹ CF.QC18.

²⁰⁰ CF.QC18.

²⁰¹ Vgl. CF.QC18.

²⁰² Vgl. CF.QC33.

²⁰³ Vgl. CF.QC19.

²⁰⁴ Vgl. CF.QC35; CF.QC38.

²⁰⁵ Vgl. CF.OB12; Kapitel 2.2.2.

²⁰⁶ Vgl. IASB (2015f), S. A14, Par. 7 und S. A15, Par. 10 f.

accounting policies [Rechnungslegungsmethoden] and explanatory notes [Erläuterungen]²⁰⁷. Letztere sind grundsätzlich im Anhang enthalten.²⁰⁸

Während die Bilanz Informationen über die Vermögens- und Finanzlage vermitteln soll, ist es Aufgabe der Gesamtergebnisrechnung, umfassend über die Ertragslage zu informieren.²⁰⁹ Der Anhang soll hinsichtlich der beiden vorgenannten Abschlussbestandteile eine Erläuterungs-, Entlastungs- und Ergänzungsfunktion einnehmen. Diese Funktionen soll er auch hinsichtlich der Eigenkapitalveränderungsrechnung und der Kapitalflussrechnung erfüllen.²¹⁰

Die Eigenkapitalveränderungsrechnung soll aufzeigen, welchen Ursprung (z. B. Kapitalerhöhung) die Veränderungen des Eigenkapitals zwischen den Abschlussstichtagen haben.²¹¹ Die Kapitalflussrechnung soll dazu dienen, die „Veränderung des Finanzmittelfonds“²¹² differenziert nach operativer Tätigkeit, Investitions- und Finanzierungstätigkeit darzustellen.²¹³ Darunter werden Änderungen der Bestände von Zahlungsmitteln (z. B. Bargeld) und Zahlungsmitteläquivalenten (z. B. Geldmarktfonds) verstanden.²¹⁴

2.3. Verhältnis zwischen der Entscheidungsnützlichkeit i.S.d. IFRS-Rechnungslegung und der informationsökonomischen Entscheidungsfunktion

2.3.1. Vergleich der Ausgestaltung der Informationsfunktion

Die Rechnungslegung nach IFRS soll u. a. potenzielle Eigenkapitalgeber bei deren Investitionsentscheidung unterstützen.²¹⁵ Zwar entspricht dies verallgemeinert der Rolle der Rechnungslegung als Informationssystem im Rahmen der Informationsökonomie.²¹⁶ Jedoch ist die informationsökonomische Informationsfunktion i.S.d. Entscheidungsfunktion strikter als die Informationsfunktion der IFRS definiert, weil ein Informationssystem informationsökonomisch nur einen Wert für den Entscheidungsträger besitzt, wenn durch die Verwendung des Informationssystems eine Entscheidungsverbesserung erreicht wird.²¹⁷ Zwar knüpft das Verständnis über relevante Informationen im Rahmenkonzept der IFRS „eng an das informationsökonomische Modell der Individualentscheidung an“,²¹⁸ trotzdem kann, aber muss nicht eine Entscheidungsverbesserung durch die Rechnungslegung nach IFRS gewährleistet

²⁰⁷ IASB (2015f), S. A15, Par. 11 (Ergänzungen in deutscher Sprache durch Verfasser).

²⁰⁸ Vgl. IAS 1.10(e).

²⁰⁹ Vgl. CF.4.2; IASB (2013), Par. 8.15 und 8.5 f.

²¹⁰ Vgl. IAS 1.112 i.V.m. Kirsch (2013), Rn. 196; IASB (2013), Par. 7.12.

²¹¹ Vgl. Pawelzik/Theile (2012), Rn. 7600.

²¹² Pawelzik (2012), Rn. 7700.

²¹³ Vgl. IAS 7.10.

²¹⁴ Vgl. IAS 7.3; zur Definition von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten: IAS 7.6; weiterführend: Hayn/Hold (2011), Rn. 30.

²¹⁵ Vgl. Kapitel 2.2.1.

²¹⁶ Vgl. Hitz (2005), S. 159 f.

²¹⁷ Vgl. Kapitel 2.1.2.

²¹⁸ Vgl. Hitz (2005), S. 163 (auch Zitat); Ballwieser (2013), S. 16.

sein.²¹⁹ Dies äußert sich darin, dass der *IASB* zwar voraussetzt, dass die Informationen in der IFRS-Rechnungslegung in erster Linie relevant sind,²²⁰ jedoch versteht der *IASB* darunter, dass die Informationen zu einer Entscheidungsänderung führen *könnten*.²²¹ Diese weichere Zielsetzung kann u. a. anhand des Entscheidungstheoriegrundmodells und der unklaren Informationslage bei den Abschlussadressaten begründet werden.

Für eine Entscheidungsverbesserung i.S.d. Informationsökonomie wird anhand des Entscheidungstheoriegrundmodells vorausgesetzt, dass durch Zuhilfenahme des Informationssystems eine Erwartungsrevision hinsichtlich der Eintrittswahrscheinlichkeit der Umweltzustände resultiert und sich infolgedessen eine optimale Aktion ergeben muss, die nicht mit der optimalen Aktion übereinstimmt, die ohne Verwendung des Informationssystems ermittelt worden wäre.²²² Hierzu ist die Beurteilung der möglichen Ausprägungen der Zielgröße (Ergebnisse) anhand der Präferenzrelationen notwendig, um feststellen zu können, ob eine bessere Entscheidung als ohne Informationssystem vorliegt.²²³ Letzteres ist nur aus individueller bzw. subjektiver Sicht möglich,²²⁴ weil gerade Präferenzrelationen aufgrund ihrer Heterogenität schwer zu typisieren sind.²²⁵ Z. B. kann sich die Risikoneigung zwischen potenziellen Investoren unterscheiden, wenn der eine ein diversifiziertes Portfolio und der andere ein undiversifiziertes Portfolio besitzt.²²⁶ Folglich könnte der *IASB* die Präferenzrelationen nur individuell berücksichtigen, was in Konflikt mit dem Ziel stehen würde, international anerkannte Standards zu entwickeln.²²⁷ Alternativ eine Typisierung von Präferenzrelationen vorzunehmen, wäre höchst spekulativ.²²⁸

Des Weiteren können Signale des Informationssystems unterschiedlich von den Entscheidungsträgern interpretiert werden,²²⁹ so dass z. B. das Signal bei einem

²¹⁹ Vgl. *Ballwieser* (2013), S. 16; *Coenenberg/Straub* (2008), S. 20; *Dobler/Hettich* (2007), S. 34 f.

²²⁰ In Bezug auf den Anwendungsprozess der grundlegenden qualitativen Anforderungen (vgl. Kapitel 2.2.3.2) wird im Schrifttum ein „dominierendes Gewicht“ hinsichtlich der Anforderung der Relevanz gesehen, weil der Relevanz sowohl der Sachverhalt als auch die Informationen über diesen genügen müssen: *Kirsch* (2011), S. 33 (auch Zitat); *Schmitz* (2012), S. 163 und 199; *Wawrzinek* (2013), Rn. 57; *Pelger* (2011), S. 915; bereits in Bezug auf das Framework a. F.: *Rammert* (2009), Rn. 54.

²²¹ Vgl. Kapitel 2.2.3.1.

²²² Vgl. Kapitel 2.1.3.

²²³ Vgl. Kapitel 2.1.3.

²²⁴ Vgl. *Demski* (1973), S. 720–723; *Ballwieser* (2005), S. 733; *Hitz* (2005), S. 164.

²²⁵ Vgl. Kapitel 2.1.3.

²²⁶ Vgl. *Möller/Hüfner* (2002), S. 411 und 414; *Gassen/Fischkin/Hill* (2008), S. 40 f.

²²⁷ Vgl. *IASB* (2015f), S. A14, Par. 6(a); *Gassen/Fischkin/Hill* (2008), S. 41.

²²⁸ Vgl. *Ballwieser* (1986), S. 36; *Hitz* (2005), S. 164; die Typisierung stellt sich schwierig dar, weil noch bedeutender Forschungsbedarf in Bezug auf die konkreten Interessen von verschiedenen Adressatengruppen besteht: *EFRAG* (2014c), Rn. 8 i.V.m. *Cascino et al.* (2013), S. 48–50; bereits: *Cushing* (1977), S. 311–313; *AAA* (1968), S. 20; zwar bietet unter bestimmten Voraussetzungen das Feinheitstheorem von *Blackwell* die Möglichkeit, die relative Partitionsfähigkeit von Informationssystemen anhand der Eigenschaften der Informationssysteme und nicht anhand des Zielsystems des Entscheidungsträgers (insb. dessen Präferenzrelationen) zu beurteilen. Jedoch „lassen sich [...] nicht alle Informationssysteme stets als gröber oder feiner im Verhältnis zueinander klassifizieren“: *Ballwieser* (1993), S. 121 f.; *Ballwieser* (1982), S. 781–783.

²²⁹ Vgl. *Schumacher* (1994), S. 80.

Entscheidungsträger zu einer Erwartungsrevision führt, hingegen bei einem anderen nicht. Dies kann bspw. in der unterschiedlichen Informationslage bei den Entscheidungsträgern begründet sein. Dem *IASB* ist nicht bekannt, welche Informationen dem Adressaten bereits vorliegen, wenn die Informationen der IFRS-Rechnungslegung in den Entscheidungsprozess des Abschlussadressaten einbezogen werden.²³⁰ Deswegen wird vom *IASB* festgestellt, dass die Informationen der IFRS-Rechnungslegung weiterhin als relevant angesehen werden, auch wenn diese bereits durch andere Bezugsquellen bekannt sind.²³¹

Der *IASB* knüpft nicht an den Informationsgehalt des Informationssystems an, weil dies wie aufgezeigt die Kenntnis über die Präferenzrelationen und den Kenntnisstand des Entscheidungsträgers voraussetzt. Stattdessen knüpft der *IASB* an der Zielgröße an. Indem nur ein Element des Entscheidungstheoriegrundmodells fokussiert wird, *kann, aber muss nicht* durch die Informationen der IFRS-Rechnungslegung eine Entscheidungsverbesserung i.S.d. Informationsökonomie erreicht werden. In Anlehnung an *Hitz* lässt demzufolge die Orientierung des *IASB* an der Zielgröße des Entscheidungsträgers (anstatt an dem Informationsgehalt des Informationssystems) eine „messtheoretische [...] Perspektive“ (anstatt eine „informationelle Perspektive“) im Rahmen des Standardsetting-Prozesses erkennen.²³² Dementsprechend bezeichnet *Pelger* die Entscheidungsnützlichkeit i.S.d. *IASB* als „Bewertungsnützlichkeit“, weil „Informationen generiert werden sollen, die in die Bewertungskalküle der Nutzer einfließen und diese dabei unterstützen, künftige Cashflows zu schätzen“.²³³

2.3.2. IFRS-Rechnungslegung als Signalgeber im Kontext des Grundmodells der Entscheidungstheorie

Wie im vorherigen Kapitel aufgezeigt, knüpft die Funktion der IFRS-Rechnungslegung an der Zielgröße an, die neben den Präferenzrelationen das Zielsystem des Entscheidungsträgers ausmacht. Demnach sollen Informationen vermittelt werden, die u. a. potenzielle Eigenkapitalgeber unterstützen, die zukünftig ihnen zufließenden Cash Flows in Bezug auf ihre Höhe, ihren Zeitpunkt und ihr Risiko einzuschätzen.²³⁴ Hieran anknüpfend können anhand der korrespondierenden Präferenzrelationen die Zielgrößenausprägungen (Ergebnisse) beurteilt und eine Aktionsreihenfolge abgeleitet werden.²³⁵

²³⁰ Vgl. zum Zusammenspiel zwischen Rechnungslegungsinformationen und anderen Informationsquellen *Christensen* (2010), S. 295 f.

²³¹ Vgl. Kapitel 2.2.3.1; ähnliche Ansicht aufgrund empirischer Untersuchung: *Ball/Shivakumar* (2008), S. 1012.

²³² Vgl. *Hitz* (2005), S. 154–156 (auch Zitate) m.w.N.

²³³ Vgl. *Pelger* (2011), S. 910 f. (auch Zitate); allgemeiner: *Ballwieser* (2013), S. 18.

²³⁴ Vgl. kritisch *Moxter* (2000), S. 2146 f.; *Ballwieser* (2013), S. 21; *Ballwieser* (2004), S. 64 und 67 f.; *Baetge/Dittmar/Klönne* (2014), S. 9; *Kütting/Pfitzer/Weber* (2011), S. 13; *Theile* (2012a), Rn. 266.

²³⁵ Vgl. Kapitel 2.1.3.

Die künftigen Cash Flows, die für die potenziellen Eigenkapitalgeber von direktem Interesse sind, entsprechen den ihnen potenziell zugehenden Ausschüttungen,²³⁶ weil die Ausschüttungen den potenziellen Eigenkapitalgebern für Konsumzwecke zur Verfügung stehen. Dennoch kann nach herrschender Meinung auf die Cash Flows „zwischen dem Unternehmen und seiner Umwelt“ abgestellt werden, weil „sie determinieren die künftige Liquiditätslage des Unternehmens und damit das Ausschüttungspotential“.²³⁷ Diesbezüglich ist einschränkend anzumerken, dass Gewinne bzw. Cash Flows von unterschiedlicher Bedeutung für potenzielle Eigenkapitalgeber sein können, je nachdem ob sie im Unternehmen einbehalten oder ausgeschüttet werden.²³⁸

„Unmittelbar könnte man diesem Informationsbedürfnis über künftige Cashflows durch die Offenlegung von Finanzplänen nachkommen“.²³⁹ Deren subjektive Ausgestaltung spricht jedoch gegen deren Verwendung als Rechnungslegungsinstrument.²⁴⁰ Deswegen ist es nachvollziehbar, dass der *IASB* auf die bilanzielle Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum Abschlussstichtag abstellt, um als Indikator mittelbare Rückschlüsse auf die Zielgröße anhand der Rechnungslegungsinformationen zu ermöglichen.²⁴¹

Der *IASB* stuft Erträge und Aufwendungen als bedeutend für die Ressourcenallokationsentscheidung der Adressaten ein, weshalb der Betrachtung der Ein- und Auszahlungen während einer Berichtsperiode eher eine ergänzende Funktion zukommt.²⁴² Die Kapitalflussrechnung gibt zwar Cash Flows der vergangenen Berichtsperiode wieder,²⁴³ die auch zur Einschätzung von künftigen Cash Flows dienen können.²⁴⁴ Jedoch wird in weiten Teilen des Schrifttums festgestellt, dass periodisierte Ein- und Auszahlungen bessere Indikatoren für die Schätzung von künftigen Cash Flows darstellen.²⁴⁵ Dies kann z. B. damit begründet werden, dass durch die Aktivierung von Ausgaben für Vorräte die Erwartungen der Geschäftsleitung hinsichtlich zukünftiger Erträge besser wiedergegeben werden als bei einer sofortigen negativen

²³⁶ Vgl. *AAA* (1968), S. 23; von künftigen Cash Flows aus dem Verkauf der Unternehmensanteile wird an dieser Stelle abstrahiert.

²³⁷ Vgl. *Witzleben* (2013), S. 172 (auch Zitate) m.w.N.; *Ballwieser* (1993), S. 113; *Kühnberger/Thurmann* (2015), S. 31; *Hitz* (2005), S. 144 m.w.N.; mit Bezug auf *Warren Buffett*: *Baur/Ristau* (2015), S. 51.

²³⁸ Vgl. *Kühnberger/Thurmann* (2015), S. 30; *Baur/Ristau* (2015), S. 51: „Am liebsten sind [Warren, Anm. d. Verf.] Buffett Firmen, die einen Großteil ihrer Gewinne als Dividenden ausschütten. Einfach deshalb, weil er dann wieder frisches Geld zum Investieren zur Verfügung hat“.

²³⁹ Vgl. *Coenenberg/Straub* (2008), S. 20 (auch Zitat); *Streim* (2000), S. 120; *Küting* (2012), S. 304.

²⁴⁰ Vgl. *Coenenberg/Haller/Schultze* (2014), S. 1307; *Coenenberg/Straub* (2008), S. 20; *Streim* (2000), S. 128; *Ballwieser* (2004), S. 68; zum Verhältnis zwischen kaufmännischer und ökonomischer Erfolgsermittlung: *Ordelleide* (1988a), S. 275–300.

²⁴¹ Vgl. *Coenenberg/Straub* (2008), S. 20; *Ballwieser* (2013), S. 18 f.; *Ordelleide* (1988b), S. 281 und 290; *Moxter* (1984), S. 125; allgemeiner: *Laux/Gillenkirch/Schenk-Mathes* (2012), S. 292; kritisch: *Streim* (2000), S. 125–127; *Haaker* (2008), S. 275–292; *Peñarrubia Fraguas* (2015), S. 598; *Küting* (2012), S. 304.

²⁴² Vgl. CF.OB17 i.V.m. CF.OB20; so auch: *Kühnberger/Thurmann* (2015), S. 30.

²⁴³ Vgl. Kapitel 2.2.4.

²⁴⁴ Vgl. CF.OB20.

²⁴⁵ Vgl. weiterführend jeweils m.w.N.: *Wagner* (1994), S. 1185–1187; *Beaver* (1998), S. 5 f.; *Möller/Hüfner* (2002), S. 407 f. und 411; *Coenenberg/Straub* (2008), S. 20 f.; *Hagemeister* (2004), S. 38 f.; relativierter aus Sicht der empirischen Rechnungslegungsforschung: *Kühnberger/Thurmann* (2015), S. 43.

Berücksichtigung der Ausgaben im Rahmen einer zahlungsstromorientierten Erfolgsrechnung.²⁴⁶ Folglich ist es nachvollziehbar, dass der Kapitalflussrechnung eine eher ergänzende Funktion in der IFRS-Rechnungslegung zukommt.²⁴⁷

Der Gewinn bzw. Verlust (Ertragslage) wird als ein bedeutendes Signal des Informationssystems angesehen, um die Einschätzung künftiger Cash Flows beim potenziellen Eigenkapitalgeber unterstützen zu können.²⁴⁸ Der Gewinn bzw. Verlust ergibt sich aus den Änderungen der wirtschaftlichen Ressourcen des Unternehmens und der Ansprüche gegen das Unternehmen (Vermögens- und Finanzlage),²⁴⁹ so dass die die wirtschaftlichen Ressourcen des Unternehmens und die Ansprüche gegen das Unternehmen betreffenden Informationen auch bedeutende Signale darstellen.²⁵⁰ Dementsprechend sind Informationen über die so verstandene Vermögens-, Finanz- und Ertragslage bedeutende Signale der IFRS-Rechnungslegung als Informationssystem.

Damit die Informationen über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ihrer Signalfunktion gerecht werden, hat der *IASB* qualitative Anforderungen aufgestellt.²⁵¹ Dies ist notwendig, um Alternativen zur Ausgestaltung der Rechnungslegungsinstrumente anhand konkreter bzw. „operationaler“²⁵² Kriterien vor dem Hintergrund der Funktion der Rechnungslegung beurteilen zu können.²⁵³

2.3.3. Zur bilanztheoretischen Orientierung des IFRS-Rahmenkonzepts am Asset-Liability-Approach

Die bilanztheoretische Grundlage der IFRS-Rechnungslegung wird nicht im Rahmenkonzept genannt.²⁵⁴ Die bedeutendsten internationalen Bilanztheorien sind der Asset-Liability-Approach und der Revenue-Expense-Approach.²⁵⁵ Die bekanntesten Vertreter des Asset-Liability-Approach sind *Sprouse/Moonitz*²⁵⁶ und des Revenue-Expense-Approach *Paton/Littleton*²⁵⁷.²⁵⁸ Vergleicht man die wesentlichen Eigenschaften der vorgenannten Bilanztheorien in der Ausprägung ihrer bekanntesten Vertreter mit dem aktuellen Rahmenkonzept der IFRS, ist eine deutliche Orientierung am Asset-Liability-Approach zu

²⁴⁶ Vgl. *Beaver* (1998), S. 6; *Wagner* (1994), S. 1185 f.

²⁴⁷ Vgl. CF.OB17 i.V.m. CF.OB20.

²⁴⁸ Vgl. CF.OB16; *Schruff* (2011), S. 860; *AAA* (1968), S. 23 f.; *Moxter* (1985), S. 268: „Den erzielten Gewinn zu kennen ist nützlich, um den (künftig) erzielbaren Gewinn, also die Ausschüttungserwartungen, beurteilen zu können“; *Kim/Kross* (2005), S. 778; *Barth* (2006), S. 2.

²⁴⁹ Vgl. Kapitel 2.2.2.

²⁵⁰ Vgl. CF.OB13.

²⁵¹ Vgl. Kapitel 2.2.3.1; *Kirsch* (2011), S. 33.

²⁵² *Coenenberg* (1971), S. 737.

²⁵³ Vgl. CF.QC1; *Coenenberg* (1971), S. 737; Kapitel 2.2.3.1 und Kapitel 2.2.3.2.

²⁵⁴ Vgl. *Linder* (2015), S. 2.

²⁵⁵ Vgl. *Linder* (2015), S. 2 m.w.N.

²⁵⁶ Vgl. *Sprouse/Moonitz* (1962).

²⁵⁷ Vgl. *Paton/Littleton* (1970).

²⁵⁸ Vgl. *Linder* (2015), S. 3 m.w.N.

erkennen.²⁵⁹ Diese Orientierung des Rahmenkonzepts wird vermutlich bestehen bleiben und sogar verstärkt werden, wenn man das DP/2013/1 und ED/2015/3 betrachtet, die im Rahmen des laufenden Projekts zur Überarbeitung des Rahmenkonzepts veröffentlicht wurden.²⁶⁰

Gemäß dem Rahmenkonzept zielen entscheidungsnützliche Informationen darauf ab, die künftigen Cash Flows beim Unternehmen in Bezug auf Höhe, zeitlichen Anfall und Unsicherheit einschätzen zu können, da die künftigen Cash Flows als Zielgröße der Ressourcenallokationsentscheidungen angesehen werden.²⁶¹ Demgemäß wird (in Anlehnung an *Hitz*) ein „decision-usefulness-Postulat“ verfolgt, das bei der Informationsvermittlung mittelbar an die Zielgröße der Adressaten anknüpft.²⁶² Diese Ausrichtung der Rechnungslegung kann eher durch den Asset-Liability-Approach konkretisiert werden, was anhand der dieser Bilanztheorie zugrunde liegenden Gewinnermittlungskonzeption verdeutlicht werden kann: Der Asset-Liability-Approach zielt auf die ‚richtige‘ Vermögensermittlung (i. S. einer Approximation des Unternehmenswerts). Indem der Gewinn als Änderung des Vermögens definiert wird, wird im Gefolge der ‚richtigen‘ Vermögensermittlung ebenso die ‚richtige‘ Gewinnermittlung angestrebt.²⁶³ Folglich wird der Gewinn als wesentliches Signal eingestuft, welches den Abschlussadressaten Informationen über die zu erwartenden Zustände ihrer Zielgröße vermitteln soll.²⁶⁴ Selbiges gilt zwar auch für den Revenue-Expense-Approach.²⁶⁵ Der Unterschied ist jedoch, dass bei letzterem eine eher vergangenheitsorientierte Ermittlung des Gewinns typisch ist. Beim Asset-Liability-Approach steht im Vergleich dazu eine eher zukunftsorientierte Gewinnermittlung im Vordergrund,²⁶⁶ so dass diese eine engere mittelbare Signalwirkung hinsichtlich der zukunftsorientierten Zielgröße der potenziellen Eigenkapitalgeber, nämlich die künftigen Ausschüttungen bzw. der ihnen zufließenden Cash Flows hinsichtlich Höhe, Zeit und Unsicherheit,²⁶⁷ vermuten lässt.²⁶⁸

²⁵⁹ Vgl. ausführlich *Linder* (2015), S. 32–47.

²⁶⁰ Vgl. ausführlich *Linder* (2015), S. 32–47.

²⁶¹ Vgl. Kapitel 2.2.1

²⁶² Vgl. *Hitz* (2005), S. 33 (auch Zitat) und 42 f.; *van Mourik* (2014), S. 230 i.V.m. 224.

²⁶³ Vgl. *Linder* (2015), S. 2 und 26 m.w.N.

²⁶⁴ *Hitz* stellt in Bezug auf die messtheoretische Interpretation der Entscheidungsnützlichkeit (vgl. hierzu Kapitel 2.3.1) fest: „Auch der asset-liability-approach kann vor diesem Verständnis gesehen werden“: *Hitz* (2005), S. 155.

²⁶⁵ Vgl. *Linder* (2015), S. 2 und 23 m.w.N.

²⁶⁶ Vgl. *Linder* (2015), S. 32.

²⁶⁷ Vgl. *Streim* (2000), S. 120; *Bentele* (2004), S. 11.

²⁶⁸ Vgl. hierzu Argumente für und wider dieser These aus Sicht des Asset-Liability- und des Revenue-Expense-Approach: *Wüstemann/Wüstemann* (2012), S. 21; allgemein in Bezug auf Gewinngrößen: *Haaker* (2008), S. 275 f.; a. A. *O'Brien* (2009), S. 268; *Dichev* (2008), S. 465 f.; *Brouwer* et al. sehen eine stärkere Erreichung des Ziels der Rechnungslegung gegeben, wenn eine Kombination aus Asset-Liability- und Revenue-Expense-Approach angewendet wird, anstatt dass der Fokus auf den Asset-Liability-Approach gelegt wird: *Brouwer/Faramarzi/Hoogendoorn* (2014), S. 252 f.

3. Geschäftsmodell-Konzept als Instrument zur Unterstützung der Entscheidungen von potenziellen Eigenkapitalgebern

3.1. Social Networking als Bestandteil von Web 2.0 bzw. Social Media

3.1.1. Charakterisierung von Web 2.0 bzw. Social Media

„Some call it [= World Wide Web, Anm. d. Verf.] the biggest communication revolution since Johannes Gutenberg's invention of the printing press“²⁶⁹.

Die dem Medium Internet inhärente Informations- und Kommunikationsfunktion hat sich durch informationstechnologische (Weiter-)Entwicklungen verändert,²⁷⁰ so dass seit dem Jahr 2004 zwischen dem Web 1.0 und dem Web 2.0 differenziert wird.²⁷¹ Der Einsatz von Web 2.0-Technologie auf Internet-Plattformen hat zu einem „Paradigmenwechsel hinsichtlich der Nutzung des Internet“²⁷² geführt.²⁷³ Im Web 1.0 konsumierten Nutzer überwiegend die durch Anbieter auf Internet-Plattformen eingestellten Informationen. Durch den Einsatz der Web 2.0-Technologie können die Nutzer wesentlich an der Bereitstellung von Informationen partizipieren, d. h. den Internet-Plattformen eigene Informationen hinzufügen bzw. vorhandene modifizieren („User-generated Content“²⁷⁴) und diese untereinander austauschen.²⁷⁵

Die Begriffe Web 2.0 und Social Media „werden im Schrifttum häufig mit ähnlichen Inhalten belegt“²⁷⁶. Deswegen werden diese nachfolgend synonym verwendet.²⁷⁷ Es gibt keine allgemeingültige Definition der Begriffe Web 2.0 und Social Media.²⁷⁸ Nachfolgend soll darunter das Folgende verstanden werden: „Web 2.0 beschreibt innovative Applikationen und Plattformen im Internet mit hohem Gestaltungspotenzial. Dabei bestimmt die aktive Gestaltung der Inhalte durch die kooperative Partizipation der Nutzer und Anbieter den Aufbau sozialer Netzwerke, mit dem Ziel der permanenten Vernetzung der Nutzer sowie der Verteilung von Inhalten“²⁷⁹. Diese von *Wirtz/Ullrich* aufgestellte Begriffsdefinition wird verwendet, weil sie

²⁶⁹ *Bilstein* (2014), S. 7; vgl. zur Geschichte des Internet und Charakterisierung des World Wide Web: *Schneider* (2011), S. 54–59.

²⁷⁰ Vgl. *Koch/Richter/Schlosser* (2007), S. 448; *Hoegg et al.* (2006), S. 5 f.; *Wirtz* (2011b), S. 63 f.; *Kollmann* (2013), S. 599; *Hippner* (2006), S. 6.

²⁷¹ Vgl. *Elsner* (2012), S. 23 i.V.m. *O'Reilly* (2005), S. 1; *Kleemann/Voß/Rieder* (2008), S. 10 f.

²⁷² *Kollmann/Stöckmann* (2011), S. 35; *Elsner* spricht von einem „paradigm change in communication“: *Elsner* (2012), S. 23.

²⁷³ Vgl. *Fox* (2010), S. 34 m.w.N.

²⁷⁴ *Balci/Bülbül* (2007), S. 87.

²⁷⁵ Vgl. *O'Reilly* (2005), S. 1; *Kollmann/Stöckmann* (2011), S. 35; *Wirtz/Ullrich* (2008), S. 22; *Elsner* (2012), S. 21; *Kleemann/Voß/Rieder* (2008), S. 11; *Fox* (2010), S. 34.

²⁷⁶ *Wirtz/Elsäßer* (2012), S. 288.

²⁷⁷ Vgl. *Schmidt* (2015), S. 30; *Wirtz* (2013b), S. 46; *Constantinides/Fountain* (2008), S. 232; *Hanafizadeh et al.* (2012), S. 47.

²⁷⁸ Vgl. *Constantinides/Fountain* (2008), S. 232; *Karla* (2007), S. 17; *Wirtz/Ullrich* (2008), S. 21; *Wirtz* (2011b), S. 64; *Wirtz* (2013b), S. 45; *Häusler* (2009), S. 21; *Schmidt* (2015), S. 28.

²⁷⁹ *Wirtz/Ullrich* (2008), S. 22; *Wirtz/Elsäßer* definieren den Begriff Social Media identisch: *Wirtz/Elsäßer* (2012), S. 288.

sowohl technische (z. B. Internet-Plattformen) als auch soziale Aspekte (z. B. Aufbau sozialer Netzwerke) aus bestehenden Begriffsdefinitionen vereint.²⁸⁰

3.1.2. Charakterisierung von Social Networking

3.1.2.1. Funktionen aus Sicht der Nutzer

3.1.2.1.1. Eigenpräsentation

„Social Networking“²⁸¹ stellt eine Anwendung der Web 2.0-Technologie dar.²⁸² Insofern eine solche Anwendung auf einer Internet-Plattform integriert ist, soll die Internet-Plattform deren Nutzern („Gemeinschaft“²⁸³) zur Eigenpräsentation, Vernetzung und Kommunikation dienen.²⁸⁴

Die Nutzer können sich auf der Internet-Plattform über eine eigene Profil-Seite („personal mini homepage[s]“²⁸⁵, „Öffentliches Profil“²⁸⁶) anderen Nutzern präsentieren.²⁸⁷ Hierzu ist eine Registrierung auf der Internet-Plattform notwendig, so dass die Profil-Seite ausschließlich von dem sich präsentierenden Nutzer administriert werden kann („Identitätsmanagement“²⁸⁸). Darüber hinaus wird mit der Registrierung gewährleistet, dass die Aktivitäten des einzelnen Nutzers auf der Internet-Plattform eindeutig gekennzeichnet werden können (z. B. im Rahmen der Interaktion mit anderen Nutzern).²⁸⁹ Für die Registrierung wird die Angabe des „wirklichen Namen[s]“²⁹⁰ des Nutzers und ausgewählter persönlicher Informationen (z. B. Geburtsdatum) vorausgesetzt („Basis-Informationen“²⁹¹).²⁹² Ob letztere Informationen auf der Profil-Seite für

²⁸⁰ Vgl. *Wirtz/Ullrich* (2008), S. 22; *Constantinides/Fountain* (2008), S. 232; *Cortizo/Carrero/Gómez* (2011), S. 1.

²⁸¹ *Enderle/Wirtz* (2008), S. 37; Synonyme sind z. B. „Online Social Networks“, „soziales Netzwerk“, „Social Network Site“: vgl. hierzu *Heidemann* (2010), S. 263 m.w.N.

²⁸² Vgl. *Enderle/Wirtz* (2008), S. 37; *Constantinides/Fountain* (2008), S. 233.

²⁸³ *Heidemann* (2010), S. 263.

²⁸⁴ Vgl. *Kolbitsch/Maurer* (2006), S. 202; *Mörl/Groß* (2008), S. 49 f.; *Buss/Strauss* (2009), S. 16; *Heidemann* (2010), S. 263 i.V.m. *Boyd/Ellison* (2007), S. 211 und *Koch/Richter/Schlosser* (2007), S. 450; *Claussen/Kretschmer/Mayrhofer* (2013), S. 187 f.; *Kwon/Wen* (2010), S. 254; *Kollmann* (2013), S. 607; *Enderle/Wirtz* (2008), S. 37; *Andriole* (2010), S. 69; *Redeker* (2015), Rn. 420; *Enders et al.* (2008), S. 200 und 209; *Berge/Buesching* (2008), S. 26; *Evans* (2011), S. 66; *Henry/Rosenthal/Weitz* (2014), S. 54.

²⁸⁵ *Claussen/Kretschmer/Mayrhofer* (2013), S. 187 f.

²⁸⁶ *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 160; *Kollmann* (2013), S. 590.

²⁸⁷ Vgl. *Boyd/Ellison* (2007), S. 211; *Claussen/Kretschmer/Mayrhofer* (2013), S. 187 f.; *Enderle/Wirtz* (2008), S. 37; *Hanafzadeh et al.* (2012), S. 47; *Wikle/Comer* (2012), S. 46; *Evans* (2011), S. 66; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 48–50; *Schmidt* (2015), S. 33.

²⁸⁸ *Koch/Richter/Schlosser* (2007), S. 450; *Hettler* bezeichnet die Profil-Seiten als „Kern jedes sozialen Netzwerkes“: *Hettler* (2010), S. 57.

²⁸⁹ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 589 und 627; *Markus* (2002), S. 122; *Buss/Strauss* (2009), S. 53; *Schmidt* (2015), S. 33.

²⁹⁰ *Redeker* (2015), Rn. 418; *Häusler* (2009), S. 34.

²⁹¹ *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 163; *Kollmann* (2013), S. 591.

²⁹² Vgl. *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 3; *Reichert* (2014), S. 43; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 161 und 163; *Kollmann* (2013), S. 589 und 627; *Kolbitsch/Maurer* (2006), S. 202; *Markus* (2002), S. 121 f.

andere Nutzer sichtbar sind, hängt in der Regel von den Einstellungen des sich präsentierenden Nutzers und den Vorgaben durch den Internet-Plattform-Betreiber ab.²⁹³

Die Profil-Seite kann weitergehend durch den Nutzer multimedial ausgestaltet werden.²⁹⁴ Darunter zählen bspw. die Ergänzung von (weiteren) persönlichen Informationen (z. B. Schulabschluss) und die Veröffentlichung von Fotos und Videos.²⁹⁵ Die Ausgestaltung der Profil-Seite (z. B. Eingabe von Texten) wird durch die vom Internet-Plattform-Betreiber vorgegebenen konzeptionellen Rahmenbedingungen limitiert.²⁹⁶

3.1.2.1.2. Vernetzung

Aus den einzelnen (registrierten) Nutzern entsteht ein soziales (Online-)Netzwerk, in dem „soziale Interaktionen oder Beziehungen (z. B. Kommunikationsbeziehungen oder Bekanntschaften) zwischen den Akteuren“²⁹⁷ bestehen,²⁹⁸ wofür die Registrierung auf der Internet-Plattform und die Erstellung eines Profils die Voraussetzungen sind.²⁹⁹

Neben dem Transfer von in der Offline-Welt bestehenden sozialen Netzwerken bzw. Beziehungen können zusätzlich (reine) Online-Beziehungen und -Interaktionen ent- bzw. bestehen.³⁰⁰ Diese können direkt als auch mittelbar begründet sein. Direkte Beziehungen entstehen aus Sicht eines Nutzers, wenn dieser andere Nutzer in seine Kontaktliste aufnimmt. Hierdurch geht i.d.R. ein umfangreicherer Informationszugriff in Bezug auf die Profil-Seite einher („Beziehungsmanagement“³⁰¹).³⁰² Insofern eine solche Art von Beziehung nicht vorliegt, kann eine mittelbare Beziehung bestehen, die über die Kommunikationsmöglichkeiten der Internet-Plattform entstehen kann.³⁰³

²⁹³ Vgl. *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 3; *Häusler* (2009), S. 33 f.; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 161; *Kollmann* (2013), S. 590; *Hettler* (2010), S. 57.

²⁹⁴ Multimedialität verstanden als „Möglichkeit, statische Medientypen, wie Text, Bild oder Grafiken, bzw. dynamische Medientypen, wie Audio oder Video, integrativ darzustellen“: *Fox* (2010), S. 8; ähnlich: *Mildenberger/Mack* (2002), S. 45.

²⁹⁵ Vgl. *Schmidt* (2015), S. 33; *Wikle/Comer* (2012), S. 46; *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 3; *Olbrich/Holsing* (2014), S. 557; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 18, 48 und 163; *Kollmann* (2013), S. 590 f. und 628; *Thies* (2010), S. 29.

²⁹⁶ Vgl. *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 3; *Reichert* (2014), S. 42 f.; *Kollmann* (2013), S. 628; *Hoegg et al.* (2006), S. 9.

²⁹⁷ *Koch/Richter/Schlosser* (2007), S. 449.

²⁹⁸ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 590; *Hippner* (2006), S. 13.

²⁹⁹ Vgl. *Kolbitsch/Maurer* (2006), S. 202; *Kollmann* (2013), S. 629.

³⁰⁰ Vgl. *Koch/Richter/Schlosser* (2007), S. 449 f.; *Mörl/Groß* (2008), S. 49 und 53; *Wikle/Comer* (2012), S. 47; *Boyd/Ellison* (2007), S. 211; *Kwon/Wen* (2010), S. 255; *Loureiro/Miranda/Pires* (2012), S. 34; *Kollmann* (2013), S. 658; *Kolbitsch/Maurer* (2006), S. 202; *Thies* (2010), S. 29; *Evans* (2011), S. 67 und 71; *Schmidt* (2015), S. 33.

³⁰¹ *Koch/Richter/Schlosser* (2007), S. 450.

³⁰² Vgl. *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 3 f.; *Alpar/Blaschke/Keßler* (2007), S. 51; *Häusler* (2009), S. 33.

³⁰³ Vgl. *Koch/Richter/Schlosser* (2007), S. 449; *Alpar/Blaschke/Keßler* (2007), S. 51.

3.1.2.1.3. Kommunikation

Für die Kommunikation über die Internet-Plattform wird – unabhängig der Aufenthaltsorte der Nutzer – lediglich ein technischer Zugang zu dieser benötigt.³⁰⁴ Deswegen wird die Kommunikationsfähigkeit zwischen den Nutzern bspw. durch die Änderung von anderweitigen Kontaktinformationen (z. B. E-Mail-Adresse oder Telefonanschluss) nicht tangiert.³⁰⁵ Daher kann solch eine Internet-Plattform als „a type of permanent address book for a mobile society“³⁰⁶ beschrieben werden.³⁰⁷

Durch die Internet-Plattform wird sowohl ein synchroner bzw. zeitgleicher (z. B. via Nachrichtenmitteilungen) als auch ein asynchroner bzw. zeitversetzter (z. B. via Profil-Seite) Austausch von Informationen (Kommunikation) ermöglicht.³⁰⁸ Unter ausgetauschte Informationen fallen vor allem Texte aber auch zunehmend Fotos und Videos.³⁰⁹

Eine Internet-Plattform mit einer ‚Social Networking‘-Anwendung zeichnet sich durch verschiedene Kommunikationswege für die Nutzer aus.³¹⁰ Die Kommunikationswege können anhand der Reichweite der Kommunikation differenziert werden.³¹¹ Ein nur für einen sehr begrenzten Nutzerkreis adressierter Austausch von Informationen (insb. zwischen zwei Nutzern: „1:1-Kommunikation“³¹²) erfolgt i.d.R. über den Versand von Nachrichtenmitteilungen über die Internet-Plattform („personal messages“³¹³, „chats“³¹⁴).³¹⁵ Alternativ kann die Kommunikation zwischen einer Auswahl an Nutzern über einen zutrittsbeschränkten Raum innerhalb der Plattform erfolgen („Gruppen“³¹⁶), so dass sich die zutrittsberechtigten Nutzer über die Profil-Seite der Gruppe austauschen können.³¹⁷ Sowohl die Nachrichtenmitteilungen als auch die Kommunikation über Gruppen-Profil-Seiten sind üblicherweise nur für die adressierten bzw. ausgewählten Nutzer sichtbar („n:m-Kommunikation“³¹⁸). Insofern eine höhere Reichweite der Kommunikation bzw. Interaktion nicht ausgeschlossen werden soll, wird die Kommunikation i.d.R. über die eigene Profil-Seite

³⁰⁴ Vgl. Kollmann (2013), S. 597 f.

³⁰⁵ Vgl. Wikle/Comer (2012), S. 48; Mühlenbeck/Skibicki (2008), S. 157.

³⁰⁶ Wikle/Comer (2012), S. 48.

³⁰⁷ Vgl. Alpar/Blaschke/Keßler (2007), S. 51; Enders et al. (2008), S. 201; Kollmann (2013), S. 608.

³⁰⁸ Vgl. Miller/Fabian/Lin (2009), S. 306; Redeker (2015), Rn. 416; Hanafizadeh et al. (2012), S. 47; Markus (2002), S. 64 f.

³⁰⁹ Vgl. Huber/Meyer/Gluth (2012), S. 4; Wikle/Comer (2012), S. 46; Andriole (2010), S. 69; Redeker (2015), Rn. 416.

³¹⁰ Vgl. Hoegg et al. (2006), S. 8; Mörl/Groß (2008), S. 58.

³¹¹ Vgl. Alpar/Blaschke/Keßler (2007), S. 51; Kollmann (2013), S. 608.

³¹² Kollmann (2013), S. 608.

³¹³ Claussen/Kretschmer/Mayrhofer (2013), S. 188.

³¹⁴ Claussen/Kretschmer/Mayrhofer (2013), S. 188.

³¹⁵ Vgl. Alpar/Blaschke/Keßler (2007), S. 51; Kollmann (2013), S. 608; hierunter fallen auch Chats im Audio- und Videoformat: Mühlenbeck/Skibicki (2008), S. 155.

³¹⁶ Huber/Meyer/Gluth (2012), S. 4.

³¹⁷ Vgl. Huber/Meyer/Gluth (2012), S. 4; Kwon/Wen (2010), S. 255; Alpar/Blaschke/Keßler (2007), S. 51 f.; Mörl/Groß (2008), S. 50; Kollmann (2013), S. 608.

³¹⁸ Kollmann (2013), S. 608.

eines Nutzers erfolgen („Newsboards“³¹⁹, „boards“³²⁰), die im Vergleich zu den Nachrichtenmitteilungen und zur Gruppen-Kommunikation quasi-öffentlich ist.³²¹

3.1.2.1.4. Verhältnis zu Funktionalitäten des Web 1.0

Vergleicht man die Funktionalitäten einer Internet-Plattform, auf der die Web 2.0-Anwendung Social Networking integriert ist, mit Anwendungen aus dem Web 1.0, so lässt sich feststellen, dass bspw. persönliche Internet-Seiten zur Eigenpräsentation, Chatrooms zur synchronen Kommunikation und Internet-Foren zur asynchronen Kommunikation im Web 1.0 bereits zur Verfügung standen.³²² Diese Funktionen werden durch die Social Networking-Anwendung auf *einer* Internet-Plattform integriert *und* um weitere Funktionen (z. B. multimediale Kommunikation) ergänzt.³²³ *Mühlenbeck/Skibicki* bezeichnen deswegen Social Networking-Internet-Plattformen als „die bisherigen ‚Königinnen‘ des Web 2.0“³²⁴. Diese zeichnen sich durch eine einfache bzw. intuitive Handhabung aus, die keine „technische[n] Vorkenntnisse“³²⁵ voraussetzt.³²⁶ Dies war bei Web 1.0-Anwendungen – wie z. B. der Administration einer persönlichen Internet-Seite – nicht zwingend gewährleistet.

Zwar wird eine Bündelung von Web 1.0-Anwendungen wie Internet-Foren und Chats bereits durch Web 1.0-Communities realisiert,³²⁷ jedoch soll die Bündelung auf einer Social Networking-Internet-Plattform primär der Vernetzung („connectivity“³²⁸) der Nutzer untereinander dienen.³²⁹ Somit ist diese Bündelung – im Gegensatz zu Web 1.0-Communities – vornehmlich *nicht* auf den Austausch über gemeinsame bzw. gleiche Interessen („common interests“³³⁰) ausgerichtet (siehe auch Tabelle 1 auf S. 34).³³¹ *Koch/Richter/Schlosser* sehen hierdurch einen Wandel von der „We“-Mentalität“ zur „Me“-Mentalität“ gegeben, da der Anreiz zur Partizipation im sozialen (Online-)Netzwerk vor allem aus Eigeninteresse anstatt

³¹⁹ *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 4.

³²⁰ *Claussen/Kretschmer/Mayrhofer* (2013), S. 188.

³²¹ Vgl. *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 4; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 15; *Alpar/Blaschke/Keßler* (2007), S. 52; *Kollmann* (2013), S. 608.

³²² Vgl. *Markus* (2002), S. 64–66; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 19.

³²³ Vgl. *Wikle/Comer* (2012), S. 46; *Koch/Richter/Schlosser* (2007), S. 448; *Kollmann* (2013), S. 610.

³²⁴ *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 22.

³²⁵ *Balci/Bülbül* (2007), S. 594.

³²⁶ Vgl. *Kolbitsch/Maurer* (2006), S. 205; *Koch/Richter/Schlosser* (2007), S. 448 f.; *Balci/Bülbül* (2007), S. 87; *Kollmann* (2013), S. 588 und 594; *Kwon/Wen* (2010), S. 254; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 23; *Kleemann/Voß/Rieder* (2008), S. 11.

³²⁷ Vgl. *Mörl/Groß* (2008), S. 42; *Markus* (2002), S. 64 f. und *Engelken et al.* (2003), S. 30 i.V.m. *Clement/Schreiber* (2010), S. 302 und *Fox* (2010), S. 37.

³²⁸ *Wikle/Comer* (2012), S. 47.

³²⁹ Vgl. *Mörl/Groß* (2008), S. 49 f.; *Hippner* (2006), S. 13 f.; *Wikle/Comer* (2012), S. 47; *Buss/Strauss* (2009), S. 144; *Kwon/Wen* (2010), S. 254, 257 und 261; *Kolbitsch/Maurer* (2006), S. 203; *Andriole* (2010), S. 69; *Clement/Schreiber* (2010), S. 301; *Hettler* (2010), S. 54 und 56; *Redeker* (2015), Rn. 420.

³³⁰ *Wikle/Comer* (2012), S. 47.

³³¹ Vgl. *Mörl/Groß* (2008), S. 48 f.; *Wikle/Comer* (2012), S. 47; *Buss/Strauss* (2009), S. 144; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 19; *Armstrong/Hagel III* (1996), S. 135 f.; *Truscheit* (2000), S. 287; *Engelken et al.* (2003), S. 11; *Wolfensberger* (2002), S. 32–34; *Clement/Schreiber* (2010), S. 301; *Herstatt/Sander* (2004), S. 4; *Meyer* (2000), S. 2 und 11 f.; *Panten* (2005), S. 21 und 23.

aus Gruppeninteresse resultieren soll.³³² Allgemeiner stellen *Loureiro/Miranda/Pires* fest: „Unlike the Web, which is largely organized around content, online social networks are organized around users“³³³.

	Web 1.0-Anwendungen	Web 2.0-Anwendungen
Beispielanwendung	Community	Social Networking
Ausrichtung	Gruppeninteresse „We-Mentalität“	Eigeninteresse „Me-Mentalität“
Anreiz zur Partizipation	Austausch über gleiche Interessen	Vernetzung

Tabelle 1: Exemplarische Differenzierung von Web 1.0- und Web 2.0-Anwendungen³³⁴

Des Weiteren bestehen Internet-Plattformen mit Web 2.0-Anwendungen, was insb. für Social Networking gilt, inhaltlich im Wesentlichen aus den von den Nutzern eingestellten Inhalten („User-generated Content“³³⁵) anstatt aus Inhalten der Betreiber der Internet-Plattform („Corporate Content“³³⁶).³³⁷ Bspw. können bei Web 1.0-Communities Mitarbeiter des Betreibers vornehmlich für die Initiierung und Leitung von Diskussionen zuständig sein.³³⁸ Hingegen stellt bei Social Networking-Internet-Plattformen der Betreiber „lediglich das technische Gerüst im Sinne eines kommunikationsorientierten Rahmensystems“³³⁹ zur Verfügung.³⁴⁰ Dieses wird im nachfolgenden Kapitel betrachtet.

Die wesentlichen Charakteristika von Social Networking-Anwendungen werden in Tabelle 2 auf S. 35 zusammengefasst.

³³² Vgl. *Koch/Richter/Schlosser* (2007), S. 448 (auch Zitate); *Mörl/Groß* (2008), S. 48 f.; *Buss/Strauss* (2009), S. 144; *Wikle/Comer* (2012), S. 47.

³³³ *Loureiro/Miranda/Pires* (2012), S. 34; so auch: *Heidemann* (2010), S. 262; *Häusler* (2009), S. 21 und 34.

³³⁴ Quelle: eigene Darstellung.

³³⁵ *Balci/Bülbül* (2007), S. 87.

³³⁶ *Balci/Bülbül* (2007), S. 87.

³³⁷ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 592; *Wirtz/Ullrich* (2008), S. 22; *Elsner* (2012), S. 21; *Kolbitsch/Maurer* (2006), S. 206.

³³⁸ Vgl. *Armstrong/Hagel III* (1996), S. 140; *Engelken et al.* (2003), S. 25 f.; *Markus* (2002), S. 148.

³³⁹ *Kollmann* (2013), S. 592.

³⁴⁰ Vgl. *Hoegg et al.* (2006), S. 9 f.; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 21; *Redeker* (2015), Rn. 420.

	Social Networking		
Funktionen	Eigenpräsentation	Vernetzung	Kommunikation
Instrumente	Profil-Seiten	insb. Kontaktliste	u. a. Nachrichtenmitteilungen
Inhaltliche Basis	User-generated Content		
Technische Basis	Bereitstellung durch Internet-Plattform-Betreiber		

Tabelle 2: Charakterisierung von Social Networking-Anwendungen³⁴¹

3.1.2.2. Technische Architektur bzw. Anwendungssysteme

3.1.2.2.1. Software-System

3.1.2.2.1.1. Vier-Ebenen-Architektur

Zur Eigenpräsentation, Vernetzung und Kommunikation generieren die Nutzer Daten.³⁴² Diese Daten werden an die Social Networking-Internet-Plattform übergeben und von dieser verarbeitet. Die Übernahme und Verarbeitung der Daten setzt sich aus verschiedenen Aufgaben zusammen, die durch Anwendungssysteme maschinell bzw. automatisiert übernommen werden.³⁴³ Diese Anwendungssysteme setzen sich aus Software- und Hardware-Systemen zusammen.³⁴⁴ Diese werden nachfolgend beschrieben und die wesentlichen Aspekte in Abbildung 2 auf S. 43 dargestellt.

Die Software-Systeme können der Selbstentwicklung durch den Internet-Plattform-Betreiber, aus dem Bezug von Dritten und aus einer Kombination beider Varianten entstammen.³⁴⁵ Der Aufbau der Software-Systeme von Social Networking-Internet-Plattformen orientiert sich an web-basierten Client-Server-Architekturen („Web-Architekturen“³⁴⁶).³⁴⁷ Diese bestehen aus einem Client, der Dienste anfordert, und mehreren Servern, die die Dienste zur Verfügung stellen.³⁴⁸ Die Kommunikation zwischen dem Client und den Servern erfolgt über das Internet bzw. web-basiert.³⁴⁹

Der Aufbau der Software-Systeme wird nachfolgend in Anlehnung an *Markus* beschrieben.³⁵⁰ *Markus* verwendet eine „Vier-Ebenen-Architektur“³⁵¹, um die „IT-Architektur

³⁴¹ Quelle: eigene Darstellung.

³⁴² Vgl. hierzu Kapitel 3.1.2.1.

³⁴³ Vgl. *Ferstl/Sinz* (2013), S. 6 f.

³⁴⁴ Vgl. *Ferstl/Sinz* (2013), S. 5.

³⁴⁵ Vgl. *Markus* (2002), S. 150.

³⁴⁶ *Ferstl/Sinz* (2013), S. 492.

³⁴⁷ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 614 f.; *Markus* (2002), S. 151.

³⁴⁸ Vgl. *Jaccottet* (1997), S. 23; *Ferstl/Sinz* (2013), S. 338 und 493 f.

³⁴⁹ Vgl. *Schneider* (2011), S. 66.

³⁵⁰ Vgl. *Markus* (2002), S. 150–157.

³⁵¹ *Markus* (2002), S. 150.

einer kommerziell-orientierten virtuellen Community³⁵² zu beschreiben.³⁵³ Diese dem Web 1.0 zuzuordnende Internet-Plattform kann als Vorgänger einer Social Networking-Internet-Plattform angesehen werden, weil diese u. a. die Möglichkeit zur Eigenpräsentation und Kommunikation bietet.³⁵⁴

Die vier Ebenen werden nach *Markus* mit „Präsentation“, „Anwendung“, „Datenhaltung“ und „Datenauswertung“ benannt.³⁵⁵ Dies kann als Modularisierung der wesentlichen Aufgaben des Software-Systems aufgefasst werden („logische Software-Schichten“).³⁵⁶ Diesen Modulen werden Clients und Server zugeordnet, die die „Systembausteine“³⁵⁷ des Anwendungssystems („physische Software-Schichten“³⁵⁸) i. V. m. dem Hardware-System bilden.³⁵⁹ Dieses Vorgehen „hat unter anderem den Vorteil, dass sich die einzelnen Schichten unabhängig von den anderen entwickeln und warten lassen“³⁶⁰. Nachfolgend wird dieses Konzept auf die Social Networking-Internet-Plattform adaptiert, wobei der Fokus – wie bei *Markus* – auf die „wichtigsten Komponenten“³⁶¹ der einzelnen Ebenen gelegt wird.

3.1.2.2.1.2. Präsentation

Aus logischer Perspektive dient die Präsentationsebene der Darstellung der Inhalte der Internet-Plattform beim Nutzer. Physisch übernimmt dies beim Nutzer der Webbrowser oder eine „native[n]“³⁶² mobile Applikation (App).³⁶³ Nachfolgend wird auf dem Endgerät installierte Software als native App verstanden. Davon werden Web Apps abgegrenzt, die über den Webbrowser aufgerufen und auf den Servern ausgeführt werden.³⁶⁴ Dementsprechend werden die Web Apps als Bestandteil der Server-Software eingestuft und im Weiteren nicht separat betrachtet.

Die Daten, die die Clients für die Darstellung beim Nutzer benötigen, rufen sie anhand eines Uniform Resource Locator (URL) beim Webserver ab.³⁶⁵ Die URL setzt sich vornehmlich aus dem Netzwerkprotokoll (i.d.R. HTTP, HTTPS), worüber der Client und der Server

³⁵² *Markus* (2002), S. 152.

³⁵³ Vgl. *Markus* (2002), S. 150–157.

³⁵⁴ Vgl. *Markus* (2002), S. 121 f. und 143; Kapitel 3.1.2.1.4.

³⁵⁵ Vgl. *Markus* (2002), S. 150 f. (auch Zitate).

³⁵⁶ Vgl. *Noack et al.* (2000), S. 8 (auch Zitat); *Kollmann* (2014), S. 402; *Maaß* (2008), S. 39; in Anlehnung an die „3-Schichtenarchitektur“, die das „Standardmodell zur Beschreibung von logischen Schichten“ ist: *Noack et al.* (2000), S. 8; korrespondierende 3-Schichten-Architektur aus physischer Perspektive: *Saake/Sattler/Heuer* (2013), S. 45–47.

³⁵⁷ *Kollmann* (2014), S. 402.

³⁵⁸ *Noack et al.* (2000), S. 8.

³⁵⁹ Vgl. *Noack et al.* (2000), S. 8; *Kollmann* (2014), S. 402; *Maaß* (2008), S. 39.

³⁶⁰ *Maaß* (2008), S. 39; *Laudon/Laudon/Schoder* (2010), S. 373.

³⁶¹ *Markus* (2002), S. 150.

³⁶² *Stölzel* (2011), S. 101.

³⁶³ Vgl. *Markus* (2002), S. 152 f.; *Kollmann* (2013), S. 240 und 19 i. V. m. 21; *BSI* (2008), S. 14; *Bächle/Lehmann* (2010), S. 17.

³⁶⁴ Vgl. *Stölzel* (2011), S. 100.

³⁶⁵ Vgl. *Markus* (2002), S. 152; *Schneider* (2011), S. 67.

kommunizieren, und dem Pfad der Daten, die abgerufen werden sollen, zusammen.³⁶⁶ Ein wesentlicher Bestandteil des Pfads ist der Domänenname, der im Falle der Verwendung eines Webbrowsers direkt einzugeben ist, um eine Verbindung zum Webserver herzustellen.³⁶⁷ Im Falle der Verwendung einer nativen App ist eine Eingabe der URL durch den Nutzer nicht notwendig, da die native App anhand einer ihr bereits bekannten URL eine Verbindung zum Webserver herstellt.

Insofern ein Webbrowser verwendet wird, gibt der Webserver an diesen einerseits Daten über Inhalte und andererseits Daten über deren Darstellung weiter. Diese Daten werden dem Nutzer im Webbrowser als Webseite (z. B. XHTML-Dokument) angezeigt.³⁶⁸ Der Webserver bereitet somit die Präsentation der Daten vor, indem er die vom client-unabhängigen Inhalte (XML-Dokument) und die vom client-abhängige Darstellungsweise („Stylesheets“³⁶⁹) miteinander verknüpft.³⁷⁰ Hingegen werden im Falle der Verwendung einer nativen App nur Daten über Inhalte vom Webserver an die App übergeben (z. B. XML-Daten), da die Darstellung bereits durch die App vorgegeben bzw. umgesetzt wird.³⁷¹

Im Ergebnis bleibt festzuhalten, dass sich die logische Präsentationsschicht sowohl aus dem Client als auch dem Webserver zusammensetzt. Die weiteren Schichten beinhalten – aus der Perspektive der Nutzer der Internet-Plattform – nur Server.³⁷²

3.1.2.2.1.3. Anwendung

Auf der Anwendungsebene werden aus logischer Perspektive die Funktionen der Internet-Plattform (Eigenpräsentation, Vernetzung und Kommunikation) durch die hinterlegte „Programmlogik“³⁷³ erbracht bzw. erfüllt.³⁷⁴ Hierfür ist aus physischer Perspektive der Anwendungsserver zuständig, der bspw. auf der Programmiersprache Java basieren kann.³⁷⁵ Dieser erhält vom Webserver die vom Client erhaltenen Anfragen und bearbeitet diese, wobei die Kommunikation i.d.R. über HTTP oder HTTPS erfolgt.³⁷⁶

Die Bearbeitung der Anfragen wird gemäß *Markus* durch „Basisanwendungen“ und „Anwendungskomponenten“ übernommen.³⁷⁷ Unter erstere fällt bspw. die Registrierung neuer

³⁶⁶ Vgl. *Schneider* (2011), S. 67; *Noack et al.* (2000), S. 6; *Kollmann* (2013), S. 240; *Maaß* (2008), S. 43.

³⁶⁷ Vgl. *Schneider* (2011), S. 67; *Hammer/Schmoecker* (2004), S. 161; *Maaß* (2008), S. 38 f.; *Wirtz* (2013b), S. 141; *Bisges* (2012), S. 310.

³⁶⁸ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 598 i.V.m. 241; *Döring* (2005), S. 11; *Siegler* (2001), S. 28; *Kessler* (1998), S. 1343.

³⁶⁹ *Kollmann* (2013), S. 617.

³⁷⁰ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 617 f. und 241; *Markus* (2002), S. 155; *Wirtz* (2013b), S. 150; hierzu können auch Web Apps verwendet werden.

³⁷¹ Vgl. *Stölzel* (2011), S. 100 f.; *Kollmann* (2013), S. 617.

³⁷² Vgl. *Laudon/Laudon/Schoder* (2010), S. 349 und 371 f.; deswegen wird diese Client-Server-Architektur als „Distributed Presentation“ bezeichnet: *Laudon/Laudon/Schoder* (2010), S. 349 i.V.m. *Wirtz* (2013b), S. 143 (auch Zitat).

³⁷³ *Kollmann* (2013), S. 245.

³⁷⁴ Vgl. *Markus* (2002), S. 151 und 154; *Kollmann* (2013), S. 245; *Maaß* (2008), S. 39.

³⁷⁵ Vgl. *Saake/Sattler/Heuer* (2013), S. 46 f.; *BSI* (2008), S. 15.

³⁷⁶ Vgl. *Saake/Sattler/Heuer* (2013), S. 46; *BSI* (2008), S. 14; *Bächle/Lehmann* (2010), S. 17.

³⁷⁷ Vgl. *Markus* (2002), S. 154 (auch Zitate).

Nutzer, die vom Anwendungsserver administriert wird. Anwendungskomponenten beinhalten u. a. die Koordination der Chat-Kommunikation der bestehenden Nutzer.³⁷⁸ Nach Bearbeitung der Anfrage werden die entsprechenden Daten an den Webserver übergeben, der diese zur Präsentation auf dem Client aufbereitet.³⁷⁹

Von einem Content-Management-System (CMS) wird an dieser Stelle abstrahiert, weil es für die Sicherstellung der herkömmlichen Funktionalitäten einer Social Networking-Internet-Plattform von geringer Bedeutung ist.³⁸⁰ Bspw. wäre es von wesentlicher Bedeutung, falls die Social Networking-Anwendung nur eine Neben- anstatt die Hauptanwendung auf der Internet-Plattform wäre. In diesem Falle hätte der Corporate Content im Verhältnis zum User-generated Content ein stärkeres Gewicht, so dass eine getrennte Verwaltung der Inhalte durch ein CMS angemessen wäre.³⁸¹

3.1.2.2.1.4. Datenhaltung

Auf der Datenhaltungsebene werden aus logischer Perspektive die Daten der Internet-Plattform verwaltet.³⁸² Aus physischer Perspektive wird die Aufgabe von einem Datenbanksystem (Datenbankserver) ausgeführt. Dieses setzt sich aus dem Datenbankmanagementsystem (DBMS) und der Datenbank zusammen.³⁸³

Das DBMS ist eine Software zur Verwaltung der Daten.³⁸⁴ Die Daten werden vom Anwendungsserver zur Speicherung an das DBMS weitergegeben. Diese werden bei Bedarf dem Anwendungsserver wieder zur Verfügung gestellt, um seine Funktionen erbringen zu können.³⁸⁵ Die Daten, die durch die Nutzer generiert werden, werden in der Datenbank zentral abgelegt.³⁸⁶ Diese Daten kann man in „reaktiv[e]“ und „nicht-reaktive“ Daten unterteilen.³⁸⁷ Erstere sind Daten, die ein Nutzer „über Eingabefelder und Auswahlmenüs über sich preisgibt“³⁸⁸.³⁸⁹ Hierzu zählen z. B. Fotos, Kontaktlisten, Aufenthaltsorte (geografische Daten) und Nachrichtenmitteilungen.³⁹⁰ Nicht-reaktive Daten werden hingegen vom Nutzer durch sein

³⁷⁸ Vgl. Markus (2002), S. 154.

³⁷⁹ Vgl. Markus (2002), S. 153.

³⁸⁰ Wenn ein kommerzieller Einsatz der Social Networking-Anwendung erfolgt, kann das CMS, falls eine indirekte Erlösform gewählt wird, von größerer Bedeutung sein: vgl. hierzu Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

³⁸¹ Vgl. Mühlenbeck/Skibicki (2008), S. 175 f.; Kollmann (2013), S. 599.

³⁸² Vgl. Kollmann (2013), S. 245.

³⁸³ Vgl. Markus (2002), S. 155 f.; Saake/Sattler/Heuer (2013), S. 8; Ferstl/Sinz (2013), S. 387; BSI (2008), S. 15; Bächle/Lehmann (2010), S. 18.

³⁸⁴ Vgl. Saake/Sattler/Heuer (2013), S. 8; Kollmann (2013), S. 240; Han/Kamber/Pei (2012), S. 9.

³⁸⁵ Vgl. Markus (2002), S. 151; Saake/Sattler/Heuer (2013), S. 45–47; BSI (2008), S. 14 f.; Bächle/Lehmann (2010), S. 17 f.; Maaß (2008), S. 39 f.; Laudon/Laudon/Schoder (2010), S. 373.

³⁸⁶ Vgl. Markus (2002), S. 155; Saake/Sattler/Heuer (2013), S. 5; Mühlenbeck/Skibicki (2008), S. 190.

³⁸⁷ Vgl. Kollmann (2013), S. 590 (auch Zitate); Mühlenbeck/Skibicki (2008), S. 161 und 190.

³⁸⁸ Kollmann (2013), S. 590.

³⁸⁹ Vgl. Mühlenbeck/Skibicki (2008), S. 190.

³⁹⁰ Vgl. Kapitel 3.1.2.1.1, Kapitel 3.1.2.1.2 und Kapitel 3.1.2.1.3.

„Verhalten“ auf der Internet-Plattform generiert.³⁹¹ Dieses Verhalten (z. B. Seitenaufrufe) wird in Protokolldateien („Logfiles“³⁹²) festgehalten.³⁹³

Das Speicherformat der Daten wird möglichst unabhängig von jenem Client gewählt, über welchen diese generiert wurden. Dies soll gewährleisten, dass die Daten zentral abgelegt und mithilfe des Anwendungs- und Webserver client-spezifisch aufbereitet werden können („Single-Source Publishing“).³⁹⁴

Das Datenbanksystem unterliegt einem Datenbankmodell, welches die Strukturierung des Datenbestands bedingt.³⁹⁵ Im Rahmen von Web 1.0-Communities handelt es sich in der Regel um relationale Datenbankmodelle,³⁹⁶ so dass die Kommunikation zwischen Anwendungsserver und DBMS i.d.R. anhand der Structured Query Language (SQL) erfolgt.³⁹⁷ Insofern Social Networking-Anwendungen zur *Ergänzung* (Nebenanwendung) der Funktionalität einer Internet-Plattform integriert werden, können relationale Datenbankmodelle weiterhin verwendet werden, falls diese dem zu bearbeitenden Datenvolumen und dessen Wachstum gerecht werden.³⁹⁸ Im Falle der Nebenanwendung ist das Datenvolumen und dessen Wachstum tendenziell geringer im Vergleich zu einer Internet-Plattform, die die Social Networking-Anwendung als *Hauptanwendung* nutzt, da letztere eine deutlich größere Nutzerbasis und umfangreichere Nutzeraktionen zu verwalten hat. Um diesem Datenvolumen „im Terabyte- oder sogar Petabyte-Bereich“³⁹⁹ und dessen Wachstum gerecht zu werden, werden Datenbankmodelle verwendet, die hauptsächlich auf nicht-relationalen Datenbankmodellen basieren.⁴⁰⁰ Diese werden unter dem Begriff „NoSQL“⁴⁰¹ subsumiert.⁴⁰² Die Kommunikation zwischen Anwendungsserver und DBMS wird über sog. „NoSQL-APIs“ (Programmierschnittstellen) hergestellt.⁴⁰³

3.1.2.2.1.5. Datenauswertung

Auf der Datenauswertungsebene werden aus logischer Sicht die Daten aus der Datenhaltungsebene analysiert. Aus physischer Perspektive wird dies von einem Datenanalyseserver übernommen, der Anfragen des Anwendungsservers bearbeitet. Darunter fällt bspw. die Anfrage, welche Nutzer ein Nutzer kennen könnte, zu denen er noch keine

³⁹¹ Vgl. Kollmann (2013), S. 590 (auch Zitat); Mühlenbeck/Skibicki (2008), S. 190.

³⁹² Thurner (2002), S. 63.

³⁹³ Vgl. Meyer (2010), S. 114 f.; Thurner (2002), S. 63–65.

³⁹⁴ Vgl. Balci/Bülbüç (2007), S. 81 (auch Zitat); Kollmann (2013), S. 617.

³⁹⁵ Vgl. Ferstl/Sinz (2013), S. 387; Saake/Sattler/Heuer (2013), S. 52.

³⁹⁶ Vgl. zu relationalen Datenbanken Saake/Sattler/Heuer (2013), S. 11–13; Ferstl/Sinz (2013), S. 388 m.w.N.

³⁹⁷ Vgl. Howard (2008), S. 16; Markus (2002), S. 156; Saake/Sattler/Heuer (2013), S. 21 und 47; Ferstl/Sinz (2013), S. 393; Kollmann (2013), S. 240.

³⁹⁸ Vgl. Edlich et al. (2011), S. 2 f. und 375.

³⁹⁹ Edlich et al. (2011), S. 2; Menon (2012), S. 32; Berman (2013), S. 6; Han/Kamber/Pei (2012), S. 1 f.; Andriole (2010), S. 69; Howard (2008), S. 16.

⁴⁰⁰ Vgl. Edlich et al. (2011), S. 1; Menon (2012), S. 31 f.; PwC (2015), S. 4.

⁴⁰¹ Edlich et al. (2011), S. 2.

⁴⁰² Vgl. zu NoSQL-Datenbanken ausführlich Edlich et al. (2011).

⁴⁰³ Vgl. Edlich et al. (2011), S. 4 (auch Zitat).

direkte Beziehung hat, um ihm diese Nutzer zur Aufnahme in seine Kontaktliste vorschlagen zu können.⁴⁰⁴

Die Daten aus der Datenhaltungsdatenbank werden in eine Analysedatenbank überführt („analytische Datenbasis“⁴⁰⁵). Dies ist notwendig, um die Daten aus der Datenhaltungsebene für die Analyse vorzubereiten und anschließend auswerten zu können.⁴⁰⁶ Dies liegt vor allem in dem Vorliegen von „Big Data“⁴⁰⁷ bei Social Networking-Internet-Plattformen begründet,⁴⁰⁸ welche aus „complex, and individual, identified data records“⁴⁰⁹ besteht. Big Data zeichnet sich im Wesentlichen durch ein umfangreiches Datenvolumen („Volume“), heterogene Daten („Variety“) und eine hohe Geschwindigkeit hinsichtlich der Generierung neuer und der Änderung bestehender Daten aus („Velocity“).⁴¹⁰

Um aus den Nutzer-Daten Informationen zu generieren, kann „data mining“ verwendet werden,⁴¹¹ worunter „the process of discovering interesting patterns and knowledge from large amounts of data“⁴¹² verstanden werden kann.⁴¹³ Im Rahmen des Data Mining kann auf verschiedene Instrumente zurückgegriffen werden, um die Analyse von Nutzer-Daten vorzunehmen. Beispiele hierfür sind „Text mining“, „Multimedia data mining“ und „Web usage mining“.⁴¹⁴ Das erste Instrument beinhaltet Methoden zur Analyse von Texten,⁴¹⁵ das zweite Instrument Methoden zur Analyse von multimedialen Daten wie bspw. Fotos und Videos.⁴¹⁶ Das dritte Instrument greift zur Analyse auf Protokolldateien („Logfiles“⁴¹⁷) zu,⁴¹⁸ die Daten zum Verhalten der Nutzer auf der Internet-Plattform aufzeichnen (z. B. Seitenaufrufe).⁴¹⁹

Im Rahmen des Data-Mining-Prozesses werden u. a. die Daten zur Analyse vorbereitet.⁴²⁰ Die Datenvorbereitung besteht aus verschiedenen Aktionen. In Bezug auf heterogene Daten, die sowohl aus strukturierten als auch unstrukturierten Daten mit verschiedenen Datenformaten bestehen können, ist eine Überführung von unstrukturierten in strukturierte Daten und die

⁴⁰⁴ Vgl. *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 4.

⁴⁰⁵ *Markus* (2002), S. 156.

⁴⁰⁶ Vgl. *Markus* (2002), S. 156.

⁴⁰⁷ *Berman* (2013), S. XX.

⁴⁰⁸ Vgl. *Menon* (2012), S. 31 f.; *Berman* (2013), S. 203 f.; *Hefler/Mosebach* (2013), S. 163; *Davenport* (2014), S. 119 und 156; *Donovan et al.* (2014), S. 35; *Lammerant et al.* (2014), S. 75 f.; *Weichert* (2013), S. 252.

⁴⁰⁹ *Berman* (2013), S. 203.

⁴¹⁰ Vgl. *Berman* (2013), S. XX (auch Zitate); zu einem Überblick über verschiedene Definitionen des Begriffs Big Data: *Akerkar et al.* (2015), S. 10–14.

⁴¹¹ Vgl. *Han/Kamber/Pei* (2012), S. 2 (auch Zitat), 8 und 14 f.; *Markl et al.* (2013), S. 120.

⁴¹² *Han/Kamber/Pei* (2012), S. 8.

⁴¹³ So auch *Kollmann* (2013), S. 359; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 190.

⁴¹⁴ Vgl. *Han/Kamber/Pei* (2012), S. 596–598 (auch Zitate).

⁴¹⁵ Vgl. *Han/Kamber/Pei* (2012), S. 596 f.

⁴¹⁶ Vgl. *Han/Kamber/Pei* (2012), S. 596.

⁴¹⁷ *Thurner* (2002), S. 63.

⁴¹⁸ Vgl. *Han/Kamber/Pei* (2012), S. 598.

⁴¹⁹ Vgl. *Menon* (2012), S. 31; *Meyer* (2010), S. 114 f.; *Thurner* (2002), S. 63–65; *Clement/Schreiber* (2010), S. 288 f.; *Liu* (2007), S. 7; *Wolfensberger* (2002), S. 229.

⁴²⁰ Vgl. *Han/Kamber/Pei* (2012), S. 6–8.

Vereinheitlichung von Datenformaten notwendig.⁴²¹ Die Analyse erfolgt i.d.R. anhand von strukturierten Daten.⁴²² Letztere weisen Attribute auf, die eine Interpretation der Daten ermöglichen.⁴²³ Strukturierte Daten können unmittelbar und mittelbar vorliegen. Unmittelbar liegen solche Daten vor allem vor, wenn die Eingabe von Daten in vorgegebene Formularfelder erfolgt, wodurch den Daten eindeutige Attribute zugeordnet werden können.⁴²⁴ Dies ist z. B. bei der Eingabe des Geburtsdatums beim Registrierungsprozess üblich. Hierdurch kann das Alter des Nutzers abgeleitet werden. Hingegen weisen unstrukturierte Daten solche Attribute nicht auf. Dies gilt insb. für die während der Kommunikation zwischen Nutzern generierten Daten (z. B. Nachrichtenmitteilungen, „free-text documents“⁴²⁵).⁴²⁶ Des Weiteren fallen darunter auf den Profil-Seiten veröffentlichte Multimedia-Dateien (z. B. Fotos und Videos).⁴²⁷ Folglich müssen aus den unstrukturierten Daten zunächst strukturierte Daten herausgefiltert werden („Informationsextraktion“⁴²⁸).⁴²⁹ Die zu analysierenden Daten können in verschiedenen Datenformaten vorliegen,⁴³⁰ so dass diese vor der Analyse in ein einheitliches Datenformat zu überführen sind, um eine ganzheitliche Auswertung zu ermöglichen.⁴³¹

3.1.2.2.2. Hardware-System

Die Clients wie Webbrowser und Apps (Präsentationsebene) können auf stationärer und mobiler Hardware installiert sein,⁴³² die üblicherweise Eigentum der Nutzer und nicht des Betreibers der Internet-Plattform ist. Dazu zählen etwa Desktop-PC, Laptop, Smartphone, Tablet, SmartTV und Fahrzeug-Infotainmentsysteme.⁴³³ Aufgrund der Vielfalt an Hardware-Varianten ist die Trennung von Inhalt und Layout auf der Präsentationsebene von Bedeutung, um den client-spezifischen Darstellungsrestriktionen bei zentraler Datenhaltung gerecht zu werden.⁴³⁴

Wie das Hardware-System in Bezug auf die Server (Host) ausgestaltet ist, ist u. a. abhängig von der Nutzeranzahl der Internet-Plattform.⁴³⁵ Es ist anzunehmen, dass bei kommerziellen Social Networking-Internet-Plattformen aufgrund der hohen Nutzeranzahl das

⁴²¹ Vgl. *Markl et al.* (2013), S. 112; *Berman* (2013), S. XX; *Han/Kamber/Pei* (2012), S. 8; *Weichert* (2013), S. 252.

⁴²² Vgl. *Markl et al.* (2013), S. 112; *Weichert* (2013), S. 252.

⁴²³ Vgl. *Berman* (2013), S. 2.

⁴²⁴ Vgl. *Reichert* (2014), S. 42 f.

⁴²⁵ *Berman* (2013), S. XXI.

⁴²⁶ Vgl. *Berman* (2013), S. 2.

⁴²⁷ Vgl. *Hohensee/Kuhn* (2015), S. 47; *Cebr* (2013), S. 8.

⁴²⁸ *Neumann* (2010), S. 594.

⁴²⁹ Vgl. hierzu *Markl et al.* (2013), S. 114–119; *Neumann* (2010), S. 594–605; *Berman* (2013), S. 2; *Han/Kamber/Pei* (2012), S. 26 f.

⁴³⁰ Vgl. *Berman* (2013), S. XX.

⁴³¹ Vgl. *Markl et al.* (2013), S. 112; *Han/Kamber/Pei* (2012), S. 8.

⁴³² Vgl. zur Präsentationsebene Kapitel 3.1.2.2.1.2.

⁴³³ Vgl. *BITKOM* (2011), S. 19; *Kollmann* (2013), S. 21, 25 f. und 598; *Bächle/Lehmann* (2010), S. 17; *Clement/Schreiber* (2010), S. 392–394; *Wirtz* (2013b), S. 143; *Laudon/Laudon/Schoder* (2010), S. 371 f.; *Evans* (2011), S. 256.

⁴³⁴ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.2 und Kapitel 3.1.2.2.1.4.

⁴³⁵ Vgl. *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 194 f.; *Laudon/Laudon/Schoder* (2010), S. 371.

Software-System auf einer Vielzahl von Rechnern („Rechnercluster“⁴³⁶) verteilt ist,⁴³⁷ um eine Lastenverteilung hinsichtlich der durch die Clients angeforderten Dienste vorzunehmen, so dass die Internet-Plattform stets erreichbar ist und sie ihre Funktionalitäten stabil erfüllen kann.⁴³⁸ Die Rechner können im Besitz des Betreibers der Social Networking-Internet-Plattform sein und/oder durch externe Dienstleister bereitgestellt werden („Cloud Computing“⁴³⁹).⁴⁴⁰

⁴³⁶ *Edlich et al. (2011), S. 19.*

⁴³⁷ *Vgl. Schmidt (2015), S. 53; am Beispiel von Facebook: Howard (2008), S. 16; Menon (2012), S. 32.*

⁴³⁸ *Vgl. Menon (2012), S. 32; Mühlenbeck/Skibicki (2008), S. 195 f.; Markl et al. (2013), S. 122; Berman (2013), S. XXI; Kollmann (2013), S. 452.*

⁴³⁹ *Saake/Sattler/Heuer (2013), S. 475; zum Begriffsverständnis: Gebauer et al. (2015), S. 369–371.*

⁴⁴⁰ *Vgl. Maaß/Pietsch (2010), S. 582; Mühlenbeck/Skibicki (2008), S. 195 f. und 209–212; Edlich et al. (2011), S. 377; Saake/Sattler/Heuer (2013), S. 475 f.; Wirtz (2013b), S. 155; Hohensee et al. (2011), S. 46; Davenport (2014), S. 115; Redeker (2015), Rn. 379.*

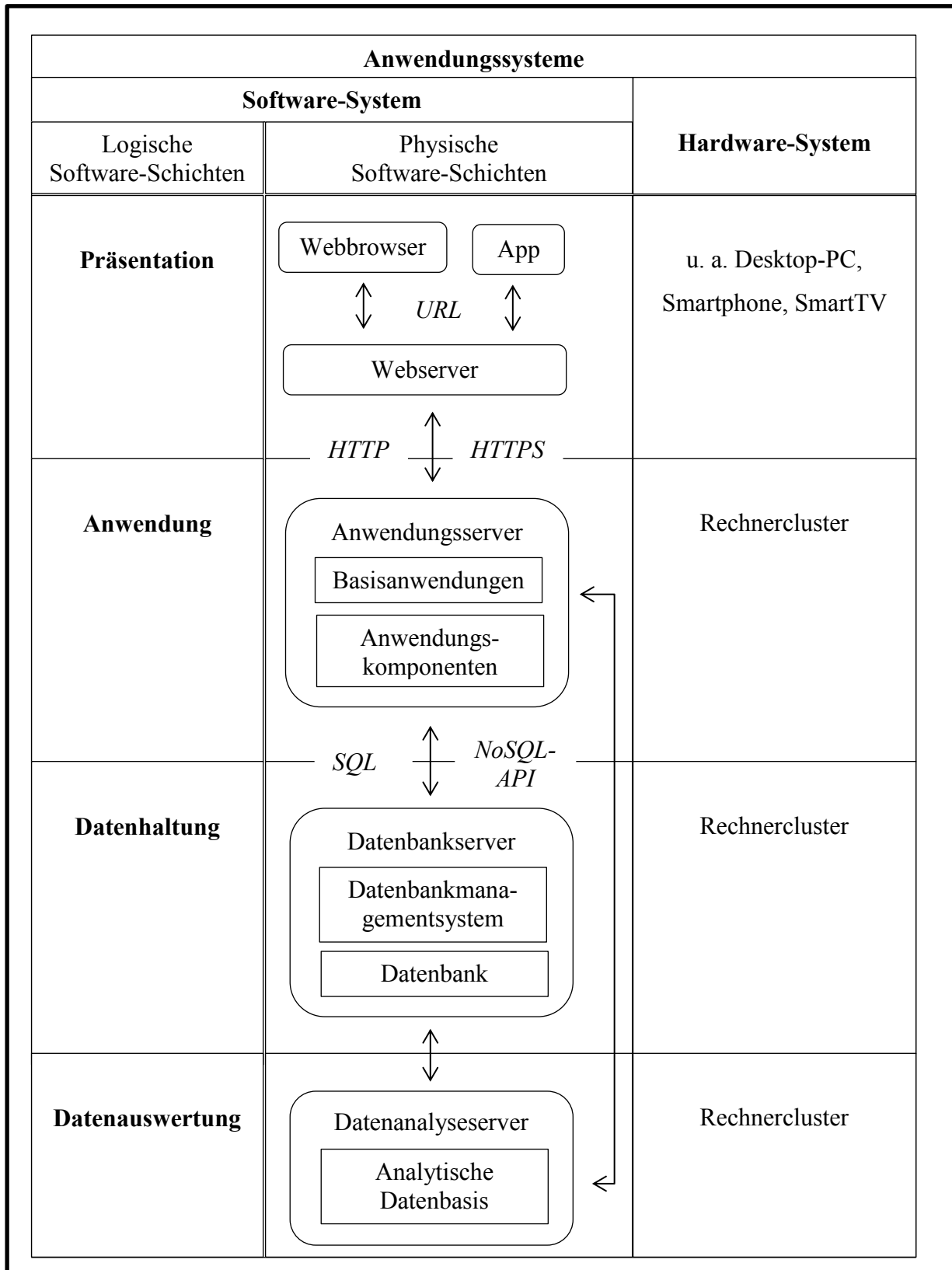


Abbildung 2: Anwendungssysteme einer Social Networking-Internet-Plattform⁴⁴¹

⁴⁴¹ Quelle: in Anlehnung an Markus (2002), S. 152 und Kollmann (2014), S. 402 und 404.

3.2. Geschäftsmodell-Konzept zur Charakterisierung des kommerziellen Einsatzes von Social Networking

Im vorangegangenen Kapitel wurde die Social Networking-Anwendung aus funktionaler und technologischer Perspektive beschrieben.⁴⁴² Insofern Social Networking als zentrale Anwendung auf einer Internet-Plattform fungiert, kann dies dem Betreiber zu nicht-kommerziellen oder kommerziellen Zwecken dienen.⁴⁴³ Da der vorliegenden Untersuchung die IFRS-Rechnungslegung zugrunde liegt, die für gewinnorientierte Unternehmen konzipiert ist,⁴⁴⁴ liegt es nahe, sich auf den kommerziellen Einsatz zu konzentrieren. Überdies spricht für diese Fokussierung, dass potenzielle Eigenkapitalgeber annahmegemäß in erster Linie an den ihnen aus ihrem Engagement zukünftig zufließenden Cash Flows interessiert sind.⁴⁴⁵ Dieses Interesse findet naturgemäß bei Unternehmen seinen Niederschlag, die eine Social Networking-Internet-Plattform aus kommerziellen Gründen betreiben, weil deren Unternehmenspolitik vornehmlich an den finanziellen Zielgrößen ihrer Eigenkapitalgeber ausgerichtet ist.⁴⁴⁶ Hingegen steht beim nicht-kommerziellen Einsatz eine Ausrichtung an öffentlichen bzw. anderweitigen Interessen und somit an anderen Zielen im Vordergrund (z. B. Förderung der Zusammenarbeit in der Forschung⁴⁴⁷).⁴⁴⁸

Um die Charakteristika eines Unternehmens zu beschreiben, welches eine kommerzielle Social Networking-Internet-Plattform betreibt, bietet sich der Rückgriff auf das Geschäftsmodell-Konzept an.⁴⁴⁹ Dieses Konzept soll u. a. potenziellen Eigenkapitalgebern dazu dienen, „to assist them in understanding the business concept of the entity [...] and to compare entities“⁴⁵⁰.⁴⁵¹ Denn im Allgemeinen ist das Geschäftsmodell „die wichtigste Analyseeinheit, um zu verstehen, wie IKT [Informations- und Kommunikationstechnologie, Anm. d. Verf.] bestehende Strukturen verändert bzw. neue Werte generiert“⁴⁵².⁴⁵³ Folglich soll aus Geschäftsmodellen u. a. hervorgehen, was die Basis ist, aufgrund derer das Unternehmen

⁴⁴² Vgl. Kapitel 3.1.2.

⁴⁴³ Vgl. Hoegg et al. (2006), S. 10; Rana/Caton (2010), S. 40; Engelken et al. (2003), S. 13; Leimeister/Krcmar (2004), S. 46.

⁴⁴⁴ Vgl. IASB (2015f), S. A15, Par. 9.

⁴⁴⁵ Vgl. Kapitel 2.1.3.

⁴⁴⁶ Für diese Ausrichtung wird insb. das Value Based Management eingesetzt: vgl. Maaß/Pietsch (2010), S. 565 und 575; zu den Hauptanwendungsbereichen des Value Based Management: Velthuis/Wesner (2005), S. 12–14; Deichkind (2012) spitzt die Orientierung an finanziellen Zielgrößen wie folgt zu: „Steiger den Profit! [...] Sonst wirst du ausgesiebt!“.

⁴⁴⁷ Z. B. SciPort RLP – Forschungsportal des Landes Rheinland-Pfalz: <https://www.rlp-forschung.de/>.

⁴⁴⁸ Vgl. Boris/Steuerle (2006), S. 67; in Bezug auf Web 1.0-Communities: Meyer (2000), S. 35–38; am Beispiel von NGOs: Graf/Rothlauf (2012), S. 104 und 106–108; am Beispiel des öffentlichen Sektors: IASB (2015a), Par. BCIN.11.

⁴⁴⁹ Vgl. Shafer/Smith/Linder (2005), S. 206; dennoch kann das Geschäftsmodell-Konzept auch für nicht-kommerzielle Unternehmen zum Einsatz kommen: Fieft (2013), S. 89.

⁴⁵⁰ Lambert (2008), S. 281.

⁴⁵¹ Vgl. Oehrich (2013), S. 25; Cinquini/Tenucci (2011), S. 47.

⁴⁵² Stähler (2002), S. 36.

⁴⁵³ Vgl. zu alternativen Analyseeinheiten Stähler (2002), S. 32–36.

Cash Flows durch Transaktionen mit Dritten generiert,⁴⁵⁴ wodurch mittelbar Cash Flows beim potenziellen Eigenkapitalgeber anfallen können.⁴⁵⁵

Das Geschäftsmodell-Konzept stammt ursprünglich aus der Wirtschaftsinformatik (1970er) und hat im Rahmen der New Economy-Phase⁴⁵⁶ (insb. 1998 bis 2001) stark an Popularität gewonnen.⁴⁵⁷ Seitdem wird auf das Geschäftsmodell-Konzept auch verstärkt von Unternehmen der „Old Economy“⁴⁵⁸ zurückgegriffen, um bspw. geschäftliche Digitalisierungsbestrebungen zu unterstützen.⁴⁵⁹ Weiterhin findet das Konzept im Electronic Business-Bereich Anwendung.⁴⁶⁰ Im Rückgriff auf die Definition von *Wirtz* kann unter Electronic Business (E-Business) „die Anbahnung sowie die teilweise respektive vollständige Unterstützung, Abwicklung und Aufrechterhaltung von Leistungsaustauschprozessen zwischen ökonomischen Partnern mittels Informationstechnologie (elektronischer Netze) verstanden [werden]“⁴⁶¹. Ein Teilbereich des E-Business ist das „Social Media Business“⁴⁶². Hierbei nehmen – anknüpfend an die vorangehende E-Business-Definition – Informationstechnologien in Form von Web 2.0-Anwendungen neben elektronischen Netzen eine zentrale Rolle ein.⁴⁶³ Unter Social Media Business werden u. a. kommerzielle Social Networking-Internet-Plattformen subsumiert,⁴⁶⁴ die in der Literatur explizit anhand des Geschäftsmodell-Konzepts analysiert werden.⁴⁶⁵

3.3. Geschäftsmodell-Begriff und Geschäftsmodell-Konzepte

3.3.1. Fehlende allgemein akzeptierte Definition des Geschäftsmodell-Begriffs in der Betriebswirtschaftslehre und Finanzberichterstattung

Eine „allgemein akzeptierte Definition“ des Begriffs des Geschäftsmodells sowie eine bestimmte Art der Ausgestaltung des Geschäftsmodell-Konzepts haben sich in der Betriebswirtschaftslehre noch nicht „etablieren“ können.⁴⁶⁶ Dies wird u. a. damit begründet,

⁴⁵⁴ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 73; *Kollmann* (2013), S. 53; *Lambert* (2008), S. 281 f.; *Linder/Cantrell* (2000), S. 2.

⁴⁵⁵ Vgl. *Marshall/Lennard* (2014), Rn. 2.1.

⁴⁵⁶ Vgl. zum Begriffsverständnis *Mildenberger/Mack* (2002), S. 41–52.

⁴⁵⁷ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 7 f.; *Stähler* (2002), S. 38 f.; *Leimeister/Krcmar* (2004), S. 46; *Ghaziani/Ventresca* (2005), S. 541; *Page* (2014), S. 684; *Novak* (2014), S. 106; *EFRAG/ANC/FRC* (2013), S. 40; *Nielsen/Bukh* (2011), S. 258; *Lambert* (2008), S. 277.

⁴⁵⁸ *Wirtz* (2013a), S. 12.

⁴⁵⁹ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 7–12; *Cinquini/Tenucci* (2011), S. 45; *Stähler* (2002), S. 39 f.

⁴⁶⁰ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 37; *Zott/Amit/Massa* (2011), S. 1023; *Wirtz* (2013b), S. 251 ff.; *Kollmann* (2013), S. 56–60; *Jensen* (2013), S. 62.

⁴⁶¹ *Wirtz* (2013b), S. 22; eine einheitliche Definition des Begriffs hat sich noch nicht etablieren können: *Wirtz* (2013b), S. 19; *Fox* (2010), S. 20.

⁴⁶² *Wirtz* (2013b), S. 47.

⁴⁶³ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 47.

⁴⁶⁴ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 51, 275 und 358; *Kollmann* (2013), S. 52 f. und 57; *Bächle/Lehmann* (2010), S. 12 und 14 f.; *Maaß* (2008), S. 32 und 34.

⁴⁶⁵ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 357–382; *Kollmann* (2011), S. 209; *Rana/Caton* (2010), S. 34–36; *Rother* (2010), S. 19–32; *Hoegg et al.* (2006), S. 1–14; *Häusler* (2009), S. 45–52.

⁴⁶⁶ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 12 (auch Zitate); *Lambert* (2015), S. 50 und 56; *Günzel/Krause* (2013), S. 175 f.; *Zott/Amit/Massa* (2011), S. 1022 f.; *Cinquini/Tenucci* (2011), S. 44; *Panten* (2005), S. 23 f.; *Stähler* (2002), S. 37; *Morris/Schindehutte/Allen* (2005), S. 726; *Mahadeva* (2000), S. 56; *Schallmo* (2013), S. 22;

dass das Konzept aus der Perspektive verschiedener betriebswirtschaftlicher Theoriebereiche (z. B. Wirtschaftsinformatik) unterschiedlich hergeleitet wird.⁴⁶⁷ Hierfür ursächlich ist, dass dem Geschäftsmodell-Konzept „lacks an intellectual home in social science or business studies“^{468, 469} Ferner wird zum Zwecke einer allgemeinen Definition ein breiterer wissenschaftlicher Diskurs als notwendig erachtet.⁴⁷⁰ Diese Forderung ist vor dem Hintergrund zu sehen, dass das Geschäftsmodell-Konzept erst Ende der 1990er in der Praxis und Wissenschaft populär geworden ist.⁴⁷¹

Das Geschäftsmodell-Konzept wird in dieser Arbeit im Kontext der IFRS-Rechnungslegung betrachtet. Folglich wäre es naheliegend, auf eine Begriffsbestimmung zurückzugreifen, die dem IFRS-Rahmenkonzept und/oder den IFRS entstammt. Dies ist jedoch aus zweierlei Gründen nicht möglich. Einerseits ist eine Definition des Begriffs weder im aktuellen Rahmenkonzept noch im DP/2013/1 und ED/2015/3 vorzufinden.⁴⁷² Andererseits wird auf der Standardebene zwar der Geschäftsmodell-Begriff verwendet,⁴⁷³ jedoch nicht definiert.⁴⁷⁴ Auch der Rückgriff auf eine allgemein akzeptierte Begriffsdefinition im Bereich der Rechnungslegung bzw. Finanzberichterstattung bleibt verwehrt, weil sich eine solche sowohl in der Theorie als auch in der Praxis noch nicht etabliert hat.⁴⁷⁵ Dies liegt in der „relatively recent application of the term“ durch Standardsetter begründet, wodurch es noch an einem ausreichenden Diskurs mangelt.⁴⁷⁶ In Bezug auf die IFRS-Rechnungslegung wird die

Sorrentino/Smarra (2015), S. 12; *Di Pietra et al.* (2014), S. 678; *Fielt* (2013), S. 86 und 89; *Nielsen/Haslam/Turcan* (2013), S. 7: „In the literature there are to our awareness more than 70 definitions of what a business model is“; Übersichten über unterschiedliche Definitionen in der Literatur: *Wirtz* (2013a), S. 67–70; *Sorrentino/Smarra* (2015), S. 12 f.; *Spieth/Schneckenberg/Ricart* (2014), S. 239–241; *Schallmo* (2013), S. 20; *Fielt* (2013), S. 87 f.; *Zott/Amit/Massa* (2011), S. 1024; *Novak* (2014), S. 121–123 und 81 m.w.N.; zur Verwendung des Begriffs außerhalb der Betriebswirtschaftslehre: *Novak* (2014), S. 84 f.

⁴⁶⁷ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 12 f.; *Shafer/Smith/Linder* (2005), S. 200; *Pateli/Giaglis* (2004), S. 308; *Nielsen/Bukh* (2011), S. 260; *Nielsen/Haslam/Turcan* (2013), S. 8; *Verstraete/Jouison* (2006), S. 18–20; *Lassini/Lionzo/Rossignoli* (2016), S. 230; *Kleinmanns* (2016), S. 1271.

⁴⁶⁸ *Teece* (2010), S. 176.

⁴⁶⁹ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. A.27; *Zott/Amit/Massa* (2011), S. 1038; *Spieth/Schneckenberg/Ricart* (2014), S. 238; *Novak* (2014), S. 106; *Jensen* (2013), S. 62 f. (m.w.N.).

⁴⁷⁰ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. V; *Tikkanen et al.* (2005), S. 790; *Morris/Schindehutte/Allen* (2005), S. 726; *Panten* (2005), S. 24.

⁴⁷¹ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. A.27; *Novak* (2014), S. 84; *Zott/Amit/Massa* (2011), S. 1038; *Shafer/Smith/Linder* (2005), S. 200.

⁴⁷² Vgl. *IASB* (2013), Par. 9.29 und 9.32 sowie S. 226; *IASB* (2015a), Par. BCIN.31; *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 4.2; *Kirsch/Schoo/Kraft* (2014), S. 309.

⁴⁷³ Vgl. z. B. IFRS 9.4.1.1, IFRS 7.12B und IAS 12.51C.

⁴⁷⁴ Vgl. *Abela et al.* (2014), S. 267; *EFRAG et al.* (2013), Rn. 5; *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.10; *IFRS Foundation* (2014a), Rn. 4; *Kirsch/Schoo/Kraft* (2014), S. 309; *Kleinmanns* (2016), S. 1267.

⁴⁷⁵ Vgl. *Leisenring et al.* (2012), S. 330; *Sorrentino/Smarra* (2015), S. 12 und 20; *IFRS Foundation* (2014a), Rn. 17; *Page* (2014), S. 683; *Kleinmanns* (2016), S. 1267.

⁴⁷⁶ Vgl. *Sorrentino/Smarra* (2015), S. 11 (auch Zitat); *Nielsen/Roslender* (2015), S. 264; *Kleinmanns* (2016), S. 1267.

erstmalige Integration des Begriffs in einem Standard (IFRS 9) im Jahr 2009 als wesentlicher Beginn der Diskussion angeführt.⁴⁷⁷

3.3.2. Ausgewählte Geschäftsmodell-Konzepte für die Untersuchung

Aufgrund der fehlenden Definition des Geschäftsmodell-Begriffs im Rahmen der IFRS-Rechnungslegung soll nachfolgend ein für diese Arbeit zweckgerechtes Verständnis dieses Begriffs herausgearbeitet werden. Diesem Ziel soll sich angenähert werden, indem drei Geschäftsmodell-Konzepte betrachtet und zueinander ins Verhältnis gesetzt werden. Abbildung 3 auf S. 47 und Abbildung 4 auf S. 48 geben hierüber einen Überblick. Die Analyse soll helfen, dasjenige Geschäftsmodell-Konzept auszuwählen, welches am zweckmäßigsten ist, die Zielsetzung der vorliegenden Untersuchung zu erreichen. Zum einen muss sich ein solches Geschäftsmodell-Konzept an der zentralen Zielgröße von potenziellen Eigenkapitalgebern orientieren, an der sich die IFRS-Rechnungslegung ausrichtet.⁴⁷⁸ Zum anderen muss es eine adäquate Beschreibung bzw. Operationalisierung des Geschäftsmodells von Unternehmen ermöglichen, die eine Social Networking-Internet-Plattform kommerziell einsetzen.

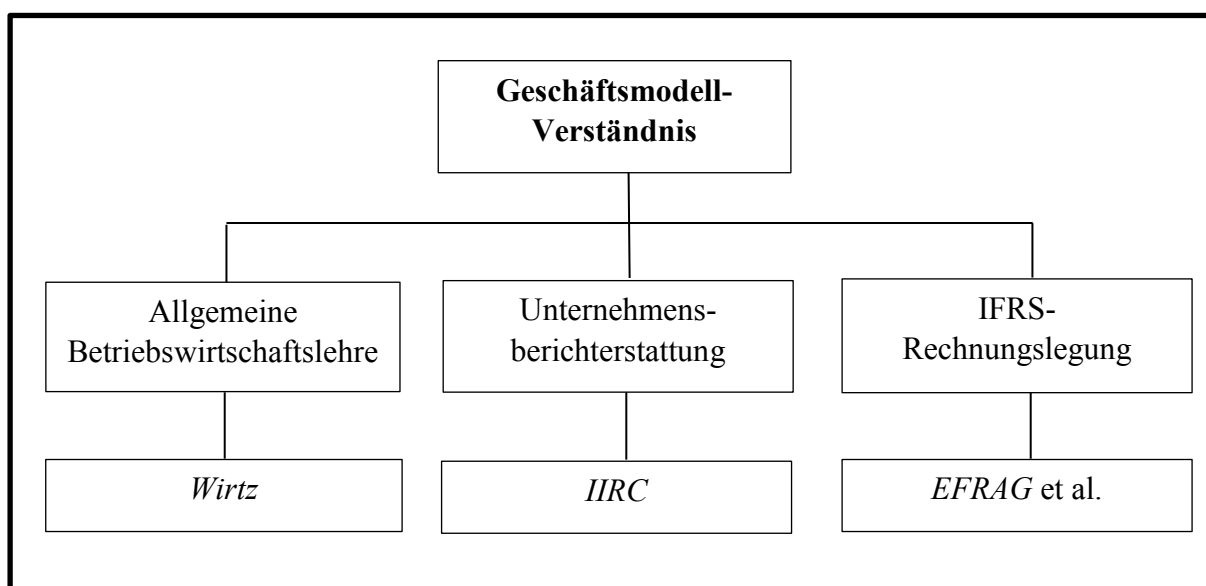


Abbildung 3: Überblick über die herangezogenen Geschäftsmodell-Konzepte⁴⁷⁹

⁴⁷⁷ Vgl. IFRS 9.4.1.1 f. i.V.m. *IASB* (2015f), S. A319; *EFRAG et al.* (2013), Rn. 1; *Sorrentino/Smarra* (2015), S. 12; *Page* (2014), S. 683 f.; *Novak* (2014), S. 80 und 106; *Erb/Pelger* (2013), S. 522; *Kleinmanns* (2016), S. 1265.

⁴⁷⁸ Vgl. Kapitel 2.3.1 und Kapitel 2.3.2.

⁴⁷⁹ Quelle: eigene Darstellung.

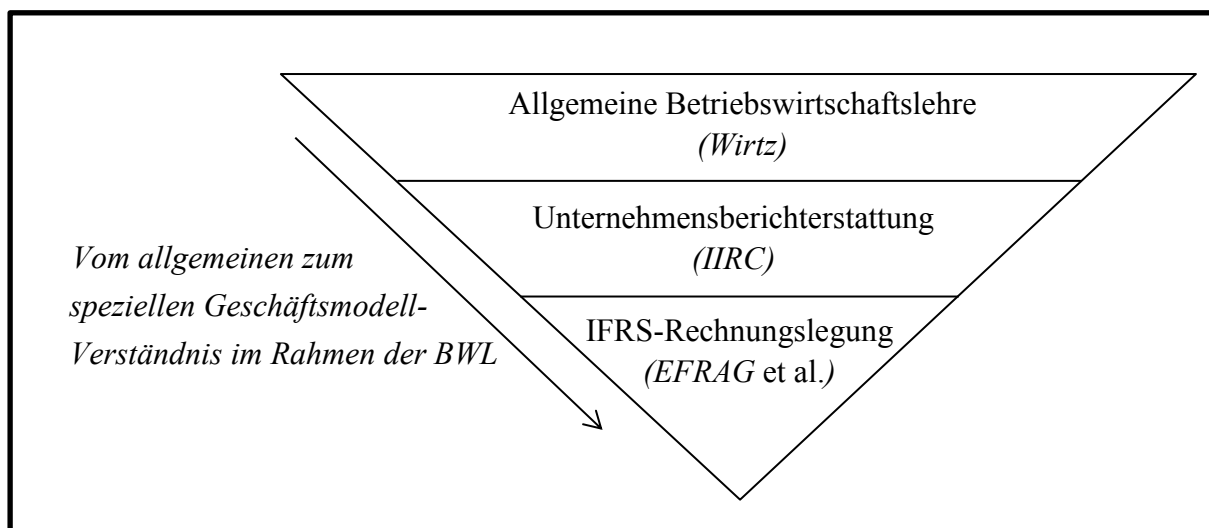


Abbildung 4: Vorgehen zur Ermittlung eines Geschäftsmodell-Verständnisses⁴⁸⁰

Zunächst wird das Geschäftsmodell-Verständnis aus allgemeiner betriebswirtschaftlicher Sicht beleuchtet, wozu auf Arbeiten von *Wirtz* zurückgegriffen wird,⁴⁸¹ die auf einer breiten interdisziplinären betriebswirtschaftlichen Literaturanalyse basieren.⁴⁸² Hierbei liegt dem Begriffsverständnis von *Wirtz* ein ganzheitliches Geschäftsmodell-Konzept zugrunde,⁴⁸³ so dass eine Verwendung in verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen wie der Rechnungslegung grundsätzlich denkbar ist.⁴⁸⁴ Überdies hat *Wirtz* sein Geschäftsmodell-Konzept auf kommerzielle Social Networking-Internet-Plattformen angewendet.⁴⁸⁵ Schließlich finden die Veröffentlichungen von *Wirtz* zum Geschäftsmodell-Konzept sowohl im nationalen als auch im internationalen Schrifttum Beachtung.⁴⁸⁶

Darauf folgend wird das Geschäftsmodell-Verständnis aus Sicht der integrierten Unternehmensberichterstattung auf Grundlage des vom *International Integrated Reporting Council (IIRC)* veröffentlichten Rahmenkonzepts analysiert.⁴⁸⁷ Dies bietet sich an, weil „[i]m Mittelpunkt eines integrierten Berichts [...] die Beschreibung und Analyse des Geschäftsmodells [steht]“⁴⁸⁸. Das Rahmenkonzept des *IIRC* bezieht sich primär auf „for-profit

⁴⁸⁰ Quelle: eigene Darstellung.

⁴⁸¹ Vgl. Kapitel 3.4.

⁴⁸² „To facilitate knowledge accumulation, it is suggested – for the lack of better – that academics join the emerging core understanding“: *Jensen* (2013), S. 75.

⁴⁸³ Vgl. hierzu Kapitel 3.4.2.1; ein weiteres ganzheitliches Geschäftsmodell-Konzept findet sich bspw. bei: *Schallmo* (2013), S. 118 f.; das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* wird diesem vorgezogen, weil dieses u. a. bereits auf kommerzielle Social Networking-Internet-Plattformen konkret Anwendung gefunden hat.

⁴⁸⁴ In Anlehnung an *Jensen* (2013), S. 77: „[T]he holistic characteristics of business models create a potential to bridge management research across disciplines“.

⁴⁸⁵ Vgl. Kapitel 3.4.1.

⁴⁸⁶ Vgl. z. B. *Schallmo* (2014), S. 22; *Fielt* (2013), S. 90; *Jensen* (2013), S. 69; im Kontext der Rechnungslegungsforschung: *Schneider* (2006), S. 237 i.V.m. 62; *Lassini/Lionzo/Rossignoli* (2016), S. 230; *Kleinmanns* (2016), S. 1265.

⁴⁸⁷ Vgl. Kapitel 3.5.

⁴⁸⁸ *Naumann/Schmidt* (2015), S. 408.

companies“⁴⁸⁹, und an dessen Erarbeitung hat u. a. der *IASB* mitgewirkt.⁴⁹⁰ In einer Absichtserklärung zwischen *IIRC* und der *IFRS Foundation* wurde festgehalten, dass die IFRS-Rechnungslegung eine tragende Säule („a key pillar“) und somit ein bedeutender Bestandteil der integrierten Unternehmensberichterstattung ist.⁴⁹¹

Abschließend wird auf das Geschäftsmodell-Verständnis von *EFRAG et al.* eingegangen, die die Bedeutung von Geschäftsmodellen im Rahmen der IFRS-Rechnungslegung anhand eines Impulspapiers analysieren, jedoch im Gegensatz zu den beiden vorgenannten Ansätzen keine Definition des Begriffs vornehmen.⁴⁹²

Im Rahmen der Erarbeitung eines allgemeinen Geschäftsmodell-Verständnisses wird die Verwendung des Geschäftsmodell-Begriffs auf Standardebene (IFRS 9, IFRS 7, IAS 12) nicht betrachtet. In IFRS 9 (Finanzinstrumente) und IFRS 7 (Finanzinstrumente: Angaben) wird der Geschäftsmodell-Begriff lediglich im Kontext der Bilanzierung und Offenlegung von finanziellen Vermögenswerten verwendet.⁴⁹³ In IAS 12 (Ertragsteuern) wird der Geschäftsmodell-Begriff bei den Vorschriften zur Bewertung der latenten Steuerschuld bzw. des latenten Steueranspruchs nur bezogen auf als Finanzinvestition gehaltene Immobilien gebraucht.⁴⁹⁴ Infolgedessen kann auf Grundlage des sehr speziellen Anwendungsbereichs des Geschäftsmodell-Begriffs auf Standardebene kein adäquates allgemeingültiges Geschäftsmodell-Verständnis für die vorliegende Untersuchung abgeleitet werden. Dementsprechend wird auf das Begriffsverständnis der vorgenannten Standards erst zu einem späteren Zeitpunkt der Untersuchung eingegangen.⁴⁹⁵

3.4. Geschäftsmodell-Konzept nach Wirtz

3.4.1. Einordnung und Funktionen des Geschäftsmodell-Konzepts

Der Rückgriff auf das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* kann sowohl aus Sicht der untersuchten Unternehmen als auch aus Sicht des Zielsystems potenzieller Eigenkapitalgeber und der IFRS-Rechnungslegung begründet werden. *Wirtz* hat sich ausführlich mit dem Geschäftsmodell-Konzept im Allgemeinen,⁴⁹⁶ in Bezug auf E-Business-Unternehmen⁴⁹⁷ und speziell im Web 2.0-Kontext⁴⁹⁸ auseinandergesetzt. Unter E-Business-Unternehmen mit Web 2.0-Technologie fallen die in dieser Untersuchung betrachteten Unternehmen, die Social

⁴⁸⁹ *IIRC* (2013b), Par. 1.4.

⁴⁹⁰ Vgl. *Haller/Zellner* (2013), S. 1125; *Haller/Zellner* (2014), S. 257; *Kajüter/Hannen* (2014), S. 75.

⁴⁹¹ Vgl. *IIRC/IFRS Foundation* (2013), Rn. 2.3 (auch Zitat).

⁴⁹² Vgl. Kapitel 3.6.

⁴⁹³ Vgl. IFRS 9.4.1 und IFRS 9.4.4 i.V.m. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.13; IFRS 7.12B.

⁴⁹⁴ Vgl. IAS 12.51C i.V.m. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.17.

⁴⁹⁵ Vgl. Kapitel 5.3.3.

⁴⁹⁶ Vgl. stellvertretend *Wirtz* (2013a); in englischer Sprache: *Wirtz* (2011a).

⁴⁹⁷ Vgl. stellvertretend *Wirtz* (2013b), S. 251–411; *Wirtz/Becker* (2002).

⁴⁹⁸ Vgl. stellvertretend *Wirtz/Schilke/Ullrich* (2010); *Wirtz/Ullrich* (2008).

Networking kommerziell einsetzen.⁴⁹⁹ Solche Unternehmen hat *Wirtz* anhand seines Geschäftsmodell-Konzepts analysiert.⁵⁰⁰

Die Sicherstellung von „Profitabilität und Fortbestand des Unternehmens“ stuft *Wirtz* als „übergeordnetes Ziel“ von Geschäftsmodellen ein.⁵⁰¹ Für die Messung der Profitabilität führt *Wirtz* Kennzahlen an, die auf dem Jahresergebnis aus der Gewinn- und Verlustrechnung des Unternehmens basieren (z. B. EBIT) bzw. aus diesem abgeleitet werden (z. B. operativer Cash Flow).⁵⁰² Folglich knüpft das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* mittelbar an der zentralen Größe des Zielsystems potenzieller Eigenkapitalgeber an,⁵⁰³ weil Gewinn bzw. ein positiver operativer Cash Flow i.d.R. Indikatoren für an die Eigenkapitalgeber fließende Cash Flows sind.⁵⁰⁴ Da die IFRS-Rechnungslegung an derselben Zielgröße anknüpft und die Gewinnermittlung ein zentraler Bestandteil der IFRS-Rechnungslegung ist,⁵⁰⁵ kann das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* für die vorliegende Untersuchung auch aus dieser Perspektive als sachgerecht angesehen werden.

Unterfunktionen des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* sind u. a. die Reduktion von Komplexität, die Beschreibung der Geschäftstätigkeit, die Visualisierung von Aktivitäten und das Erreichen eines ganzheitlichen Verständnisses des Unternehmens.⁵⁰⁶ Hierzu dienen verschiedene „Partialmodelle“⁵⁰⁷, die sich aus der von *Wirtz* aufgestellten Geschäftsmodell-Definition ableiten.⁵⁰⁸

3.4.2. Geschäftsmodell-Begriff und daraus abgeleitete Partialmodelle eines Geschäftsmodells

3.4.2.1. Definition des Geschäftsmodell-Begriffs

Die Begriffsdefinition von *Wirtz* basiert auf einer breiten interdisziplinären betriebswirtschaftlichen Literaturanalyse.⁵⁰⁹ Hierbei werden verschiedene Definitionen aus der Literatur herangezogen, um daraus abzuleiten, was als Gegenstände und Funktionen von Geschäftsmodellen angesehen wird und welche Zielsetzungen mit dem Geschäftsmodell-Konzept verfolgt werden.⁵¹⁰ Als Resultat der Analyse definiert *Wirtz* ein Geschäftsmodell (Business Model) im Allgemeinen wie folgt: „Ein Business Model stellt eine stark vereinfachte und aggregierte Abbildung der relevanten Aktivitäten einer Unternehmung dar. Es erklärt, wie

⁴⁹⁹ Vgl. Kapitel 3.2.

⁵⁰⁰ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 357–382.

⁵⁰¹ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 77 (auch Zitate); so auch: *Haslam et al.* (2013), S. 52 und 56 f.

⁵⁰² Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 310 f.

⁵⁰³ Vgl. Kapitel 2.1.3.

⁵⁰⁴ Vgl. Kapitel 2.3.2.

⁵⁰⁵ Vgl. Kapitel 2.3.2.

⁵⁰⁶ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 77 f.; ähnlich: *Zott/Amit/Massa* (2011), S. 1038; *Baden-Fuller/Morgan* (2010), S. 157; *Demil/Lecocq* (2010), S. 227 f. und 231 m.w.N.

⁵⁰⁷ *Wirtz* (2013a), S. 124.

⁵⁰⁸ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁵⁰⁹ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 67–73.

⁵¹⁰ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 70–73.

durch die Wertschöpfungskomponente einer Unternehmung vermarktungsfähige Informationen, Produkte und/oder Dienstleistungen entstehen. Neben der Architektur der Wertschöpfung werden die strategische sowie die Kunden- und Marktkomponente berücksichtigt, um das übergeordnete Ziel der Generierung bzw. Sicherung des Wettbewerbsvorteils zu realisieren⁵¹¹. Hierbei handelt es sich um ein ganzheitliches Geschäftsmodell-Verständnis, weil im Vergleich zu anderen Geschäftsmodell-Konzepten u. a. auch strategische Aspekte wie z. B. die Unternehmensvision und -mission berücksichtigt werden.⁵¹²

In Anlehnung an die allgemeine Definition spezifiziert *Wirtz* den Geschäftsmodell-Begriff für den E-Business-Bereich wie folgt: „Mit dem Begriff Geschäftsmodell (Business Model) wird die Abbildung des Leistungssystems einer Unternehmung bezeichnet. Durch ein Geschäftsmodell wird in stark vereinfachter und aggregierter Form abgebildet, welche Ressourcen in die Unternehmung fließen und wie diese durch den innerbetrieblichen Leistungserstellungsprozess in vermarktungsfähige Informationen, Produkte und/oder Dienstleistungen transformiert werden“⁵¹³. Die allgemeine und die spezielle Definition sind zwar nahezu inhaltsgleich, wenn man die daraus abgeleiteten Partialmodelle vergleicht.⁵¹⁴ Jedoch ist festzustellen, dass zum einen die allgemeine Definition differenzierter formuliert und zum anderen die strategische Komponente stärker ausgeprägt ist, da diese neben dem Ressourcenmodell noch das Strategie- und Netzwerkmodell als Partialmodelle enthält.⁵¹⁵ Deswegen bietet sich der Rückgriff auf die allgemeine Definition von *Wirtz* an, da einerseits eine präzisere und andererseits eine branchenunabhängige Definition bevorzugt wird. Für letzteres spricht, dass die IFRS-Rechnungslegung im Allgemeinen keine branchenspezifische Ausrichtung hat.⁵¹⁶

3.4.2.2. Partialmodelle eines Geschäftsmodells

3.4.2.2.1. Beschreibung der Partialmodelle

Aus der allgemeinen Geschäftsmodell-Definition von *Wirtz* gehen Partialmodelle hervor,⁵¹⁷ die *Wirtz* in Strategie-, Kunden- und Markt- sowie Wertschöpfungskomponente gruppiert.⁵¹⁸ Die Partialmodelle und deren Kategorisierung können Abbildung 5 auf S. 54 entnommen werden. Die Strategiekomponente ist im Vergleich zu den beiden anderen Komponenten von besonderer Bedeutung für die Analyse der Wertschöpfung eines

⁵¹¹ *Wirtz* (2013a), S. 73.

⁵¹² Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1 i.V.m. *Schallmo* (2014), S. 22. Bei *Schallmo* ist ein überblicksartiger Vergleich der Elemente von verschiedenen Geschäftsmodell-Ansätzen zu finden, in dem u. a. auch das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* enthalten ist.

⁵¹³ *Wirtz* (2013b), S. 267.

⁵¹⁴ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 161 i.V.m. *Wirtz* (2013b), S. 255 und 269.

⁵¹⁵ Vgl. zu den Partialmodellen Kapitel 3.4.2.2.1.

⁵¹⁶ Vgl. *IASB* (2015f), S. A15, Par. 8 f.

⁵¹⁷ Vgl. ähnlich *Leimeister/Krcmar* (2004), S. 49–52.

⁵¹⁸ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 124.

Unternehmens, weil die Partialmodelle der Strategiekomponente die Rahmenbedingungen für die Wertschöpfung und somit auch für die beiden anderen Komponenten vorgeben.⁵¹⁹ Die Partialmodelle der Kunden- und Marktkomponente „bilden das unternehmerische Umfeld ab und verbinden es über den Erlös mit der unternehmensinternen Wertschöpfung“⁵²⁰. Die Wertschöpfungskomponente stellt die „unternehmensinterne [...] zentrale[n] Wertschöpfungslogik“⁵²¹ dar.

Die Strategiekomponente setzt sich aus dem Strategie-, Ressourcen- und Netzwerkmodell zusammen.⁵²² Das Strategiemodell besteht aus den von der Geschäftsführung bestimmten „mittel- bis langfristigen Ziele[n] und Aktivitäten der Unternehmung [...], um am Markt bestehen zu können“⁵²³. Diese leiten sich aus dem Unternehmensleitbild ab, das u. a. aus der Unternehmensvision und -mission besteht und allgemein „den Zweck seines [= des Unternehmens, Anm. d. Verf.] Daseins in Form von Nutzenversprechen gegenüber seinen Anspruchsgruppen darlegt“^{524, 525}. Das Ressourcenmodell dient der „Abbildung der relevanten Core Assets und Kernkompetenzen“⁵²⁶ im Rahmen der Wertschöpfung, wodurch „eine Zusammenfassung aller bedeutenden tangiblen und intangiblen Input-Faktoren“⁵²⁷ erfolgt.⁵²⁸ Das Netzwerkmodell erweitert das Strategie- und Ressourcenmodell um „[u]nternehmensexterne Beziehungen, die für das Business Model von wesentlicher Bedeutung sind“.⁵²⁹

Die Kunden- und Marktkomponente setzt sich aus dem Kunden-, Marktangebots- und Erlösmodell zusammen.⁵³⁰ Anhand des Kundenmodells werden die angebotenen Produkte und/oder Dienstleistungen eines Unternehmens und die dazugehörigen Kundengruppen beschrieben.⁵³¹ Das Marktangebotsmodell dient der „Abbildung der Unternehmensumwelt mit Fokus auf Marktstruktur und Wettbewerber“⁵³². Das Erlösmodell stellt dar, wie ein Unternehmen die Wertschöpfung in Erlöse transformiert bzw. „monetarisiert“⁵³³.

Die Wertschöpfungskomponente setzt sich aus dem Leistungserstellungs-, Beschaffungs- und Finanzmodell zusammen.⁵³⁴ Das Leistungserstellungsmodell stellt dar, wie und mit

⁵¹⁹ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 124 f.

⁵²⁰ *Wirtz* (2013a), S. 137.

⁵²¹ *Wirtz* (2013a), S. 146.

⁵²² Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 124.

⁵²³ *Wirtz* (2013a), S. 125.

⁵²⁴ *Müller-Stewens* (2015).

⁵²⁵ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 125–129.

⁵²⁶ *Wirtz* (2013a), S. 132.

⁵²⁷ *Wirtz* (2013a), S. 129.

⁵²⁸ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 129–132.

⁵²⁹ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 132–135 (auch Zitat).

⁵³⁰ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 124.

⁵³¹ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 137–139.

⁵³² *Wirtz* (2013a), S. 141; ausführlich: *Wirtz* (2013a), S. 139–141.

⁵³³ *Wirtz* (2013a), S. 142; ausführlich: *Wirtz* (2013a), S. 142–144.

⁵³⁴ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 124.

welchen wesentlichen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren die angebotenen Produkte und/oder Dienstleistungen generiert werden.⁵³⁵ Das Beschaffungsmodell dient der „Darstellung der Struktur und Quellen von für die Leistungserstellung benötigten Rohstoffe[n], Gütern und Dienstleistungen“⁵³⁶. Das Finanzmodell setzt sich aus dem Kapital- und Kostenmodell zusammen und beschreibt die Finanzierungs- und Kostenstruktur eines Unternehmens.⁵³⁷

3.4.2.2.2. Besonders relevante Partialmodelle aus der Unternehmensperspektive

Das Geschäftsmodell-Konzept kann aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet werden, die *Wirtz* anhand der „Industrie-, Unternehmens-, Geschäftseinheiten- sowie Produktebene“⁵³⁸ unterscheidet. Die Unternehmensebene, die zumeist bei der Betrachtung von Geschäftsmodellen eingenommen wird,⁵³⁹ ist nachfolgend von Interesse, weil die IFRS-Rechnungslegung darauf abzielt, den Rechnungslegungsadressaten „Finanzinformationen über das berichtende Unternehmen zur Verfügung zu stellen“⁵⁴⁰.

Bei der Unternehmensebene liegt der Fokus nach *Wirtz* auf unternehmensinternen Elementen des Geschäftsmodells. Darunter fallen das Ressourcen-, Kunden-, Erlös-, Leistungserstellungs-, Beschaffungs- und Kostenmodell.⁵⁴¹ Diese Einschätzung kann anhand der Überlegungen von *Peñarrubia Fraguas* plausibilisiert werden. *Peñarrubia Fraguas* thematisiert die Anlageentscheidungen von Investoren und stellt diesbezüglich den Wertpapierauswahlprozess dar,⁵⁴² der u. a. die Analyse des Geschäftsmodells des Investitionsobjekts beinhaltet.⁵⁴³ Im Rahmen dieser sollen die „wichtigsten Ressourcen“⁵⁴⁴ des Unternehmens betrachtet werden. Hier findet sich das Ressourcenmodell wieder. Außerdem sollen die zentralen Prozesse des Unternehmens beurteilt werden, mit denen das Unternehmen den Nutzen für die Kunden generiert.⁵⁴⁵ Die Beschreibung der Elemente dieser Prozesse durch *Peñarrubia Fraguas* lassen das Leistungserstellungs-, Beschaffungs-, Kosten-, Erlös- und Kundenmodell erkennen.⁵⁴⁶ Folglich sind die von *Wirtz* als die am bedeutendsten qualifizierten

⁵³⁵ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 146–148.

⁵³⁶ *Wirtz* (2013a), S. 153; ausführlich: *Wirtz* (2013a), S. 149–153.

⁵³⁷ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 154–156.

⁵³⁸ *Wirtz* (2013a), S. 74.

⁵³⁹ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 75; *Spieth/Schneckenberg/Ricart* (2014), S. 237.

⁵⁴⁰ CF.OB2; die Geschäftseinheitenebene ist vor allem bei diversifizierten Konzernen von Bedeutung. Da solche in der vorliegenden Arbeit nicht betrachtet werden, wird dieser Aspekt nachfolgend nicht weiter berücksichtigt. Andernfalls wäre dies ggf. für die Segmentberichterstattung von Bedeutung: vgl. *Wirtz* (2013a), S. 76 i. V. m. IFRS 8.

⁵⁴¹ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 76; dort wird u. a. auf das „Leistungserstellungssystem“ verwiesen. Nach der hier vertretenen Ansicht sind darunter das Leistungserstellungs-, Beschaffungs- und Kostenmodell zu subsumieren, wenn man die Ausgestaltung der Wertschöpfungskette als Bestandteil des „Leistungssystems“ nach *Wirtz* betrachtet: vgl. hierzu *Wirtz* (2013b), S. 255 und 265–267.

⁵⁴² Vgl. *Peñarrubia Fraguas* (2015), S. 604–618.

⁵⁴³ Vgl. *Peñarrubia Fraguas* (2015), S. 604–610.

⁵⁴⁴ *Peñarrubia Fraguas* (2015), S. 605.

⁵⁴⁵ Vgl. *Peñarrubia Fraguas* (2015), S. 605.

⁵⁴⁶ Vgl. *Peñarrubia Fraguas* (2015), S. 605 f.

Partialmodelle wohl auch in der Kapitalanlageentscheidung von Investoren von entsprechender Bedeutung.

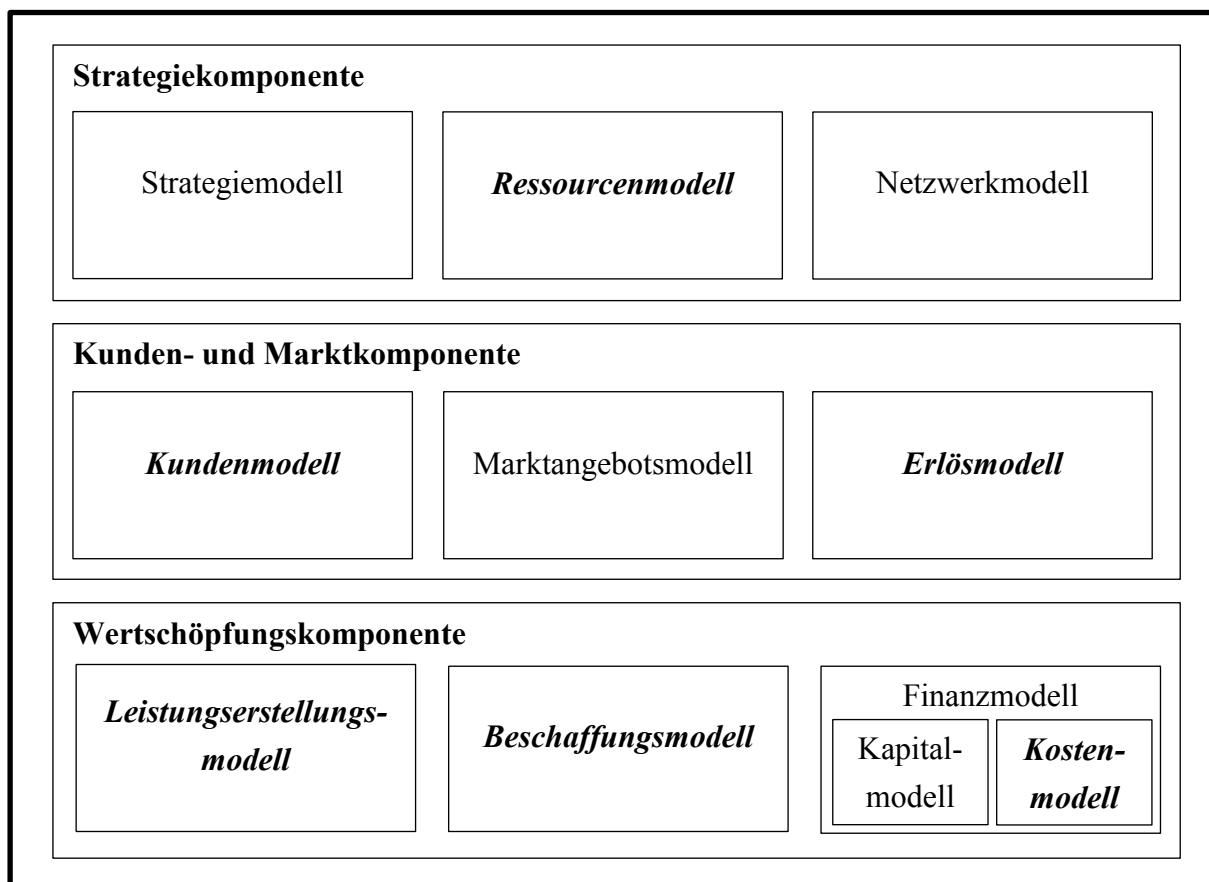


Abbildung 5: Partialmodelle des Geschäftsmodell-Konzepts von Wirtz⁵⁴⁷

3.5. Geschäftsmodell-Konzept nach dem Rahmenkonzept des IIRC

3.5.1. Integrierte Unternehmensberichterstattung i.S.d. IIRC

3.5.1.1. Funktion der integrierten Unternehmensberichterstattung

Das IIRC hat im Dezember 2013 ein Rahmenkonzept für die integrierte Unternehmensberichterstattung („The International <IR> Framework“, nachfolgend IR-Rahmenkonzept) veröffentlicht.⁵⁴⁸ Die Unternehmensberichterstattung im Sinne des IIRC adressiert wie die IFRS-Rechnungslegung primär die Kapitalgeber eines Unternehmens,⁵⁴⁹ worunter auch potenzielle Eigenkapitalgeber fallen.⁵⁵⁰ Entsprechend knüpft die integrierte Unternehmensberichterstattung auch an der Zielgröße der potenziellen Eigenkapitalgeber an,⁵⁵¹

⁵⁴⁷ Quelle: in Anlehnung an Wirtz (2013a), S. 161.

⁵⁴⁸ Vgl. IIRC (2013b).

⁵⁴⁹ Vgl. IIRC (2013b), Par. 1.7; Haller/Zellner (2014), S. 254; Behncke/Wulf (2015), S. 493 f.; Stawinoga (2015), S. 193 f.; Lorson/Müller/Schmidt (2015), S. 629.

⁵⁵⁰ Vgl. IIRC (2013b), S. 33; Freidank/Hinze (2015), S. 60.

⁵⁵¹ Vgl. IIRC (2013b), Par. 2.4; Haller/Zellner (2014), S. 255; Kajüter/Hannen (2014), S. 77.

um u. a. die potenziellen Eigenkapitalgeber bei ihrer Kapitalanlageentscheidung unterstützen zu können.⁵⁵²

Das *IIRC* sieht das IR-Rahmenkonzept als konsistent zu aktuellen Entwicklungen u. a. im Bereich der Finanzberichterstattung an. Jedoch weist das *IIRC* darauf hin, dass sich die integrierte Unternehmensberichterstattung durch die im IR-Rahmenkonzept postulierten Anforderungen aus verschiedenen Gründen von anderen Berichterstattungsformaten abheben soll.⁵⁵³ Die integrierte Unternehmensberichterstattung soll die Fähigkeit des Unternehmens, Wert für die Kapitalgeber sowohl aus kurz-, mittel- als auch aus langfristiger Perspektive zu schaffen, verdeutlichen. Hierdurch sollen u. a. ein strategischer Fokus und eine Zukunftsorientierung in der Berichterstattung gewährleistet werden. Ferner sollen Verbindungen und Interdependenzen zwischen den Informationen über die berichteten Sachverhalte aufgezeigt werden, weshalb von einer integrierten Berichterstattung („integrated reporting“) gesprochen wird.⁵⁵⁴ Diese soll nicht nur Informationen bspw. aus der Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung zusammenfassen, sondern auch deren Zusammenhänge für die Wertschöpfung des Unternehmens aufzeigen.⁵⁵⁵

Mit der Initiative des *IIRC* wird angestrebt, dass der Kapitalmarkt durch die integrierte Unternehmensberichterstattung „seiner originären Aufgabe, zur Befriedigung gesamtgesellschaftlicher Bedürfnisse beizutragen“⁵⁵⁶, besser als durch die Finanzberichterstattung genügen kann. Dies liegt nach *Haller/Zellner* darin begründet, dass bei den Entscheidungen der Kapitalmarktakteure „eine größere Vielzahl von Ressourcenverbräuchen sowie gesellschaftlichen Implikationen der Unternehmenstätigkeit sowie deren Interdependenzen untereinander berücksichtigt würden, als nur jene, die momentan im Rahmen der traditionellen Finanzberichterstattung gemessen und kommuniziert werden“⁵⁵⁷. Zusätzlich soll dem „Wildwuchs“ an unterschiedlichen und teilweise redundanten Berichterstattungsformaten entgegengewirkt werden, die bereits als Reaktion auf das vorgenannte Defizit der Finanzberichterstattung – teilweise freiwillig, teilweise verpflichtend – veröffentlicht werden.⁵⁵⁸

3.5.1.2. Verhältnis zur IFRS-Rechnungslegung

Die im vorherigen Kapitel erwähnte Übereinstimmung des IR-Rahmenkonzepts mit dem IFRS-Rahmenkonzept hinsichtlich der Primäradressaten steht im Einklang mit der

⁵⁵² Vgl. *IIRC* (2013b), S. 2; *IIRC* (2013a), Par. 3.4.

⁵⁵³ Vgl. *IIRC* (2013b), S. 2.

⁵⁵⁴ Vgl. *IIRC* (2013b), S. 2 (auch Zitat).

⁵⁵⁵ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 1.13.

⁵⁵⁶ *Haller/Zellner* (2014), S. 257.

⁵⁵⁷ *Haller/Zellner* (2014), S. 257; so auch: *Stawinoga* (2015), S. 190–192; *Behncke/Wulf* (2015), S. 491; *Peñarrubia Fraguas* (2015), S. 598 und 600 f.; *Kämpfer/Hoffmann* (2014), S. 399; *Lorson/Paschke* (2015), S. 939 f.

⁵⁵⁸ Vgl. *Kajüter/Hannen* (2014), S. 75 (auch Zitat); *Müller/Stawinoga* (2015), S. 7; *Lorson/Paschke* (2015), S. 939 und 941.

Vereinbarung zwischen dem *IIRC* und der *IFRS Foundation*, in der u. a. festgehalten ist, dass man nach Komplementarität und Kompatibilität hinsichtlich der Rahmenkonzepte strebt.⁵⁵⁹

Das IR-Rahmenkonzept beansprucht wie auch die IFRS-Rechnungslegung einen internationalen Geltungsbereich.⁵⁶⁰ Für das IR-Rahmenkonzept stellt dies allerdings zum aktuellen Zeitpunkt noch eine Vision dar, da dieses erst im Dezember 2013 veröffentlicht wurde.⁵⁶¹ Der IFRS-Rechnungslegung ist hingegen bereits eine gewichtige internationale Bedeutung im Bereich der Finanzberichterstattung zu attestieren,⁵⁶² da diese nach Angaben der *IFRS Foundation* und des *IASB* bereits in 116 Rechtskreisen (Stand: Mai 2015) in der Weise Anwendung findet, dass diese Rechtskreise „require IFRS for all or most domestic publicly accountable entities“.⁵⁶³ Deshalb ist es nachvollziehbar, dass die IFRS-Rechnungslegung aus Sicht des *IIRC* als tragende Säule und somit als Bestandteil der integrierten Unternehmensberichterstattung eingestuft wird.⁵⁶⁴

An mehreren Stellen im IR-Rahmenkonzept wird darauf hingewiesen, auf die Finanzberichterstattung zurückzugreifen. Bspw. sollen die Finanzberichterstattungs-vorschriften des Unternehmens herangezogen werden, um das berichtende Unternehmen für Zwecke der integrierten Unternehmensberichterstattung abzugrenzen.⁵⁶⁵ Des Weiteren soll sich der Aggregationslevel von Informationen üblicherweise an der Finanzberichterstattung orientieren.⁵⁶⁶ Ferner enthält das IR-Rahmenkonzept keine Vorschriften zu „specific key performance indicators (KPIs), measurement methods or the disclosure of individual matters“⁵⁶⁷, weshalb darauf hingewiesen wird, dass in diesem Fall auf Informationen zurückgegriffen werden soll, die bspw. bereits von dem Unternehmen veröffentlicht werden und mit dem IR-Rahmenkonzept konform sind.⁵⁶⁸ Dies soll gemäß der Vereinbarung zwischen dem *IIRC* und der *IFRS Foundation* für die IFRS-Rechnungslegung gelten.⁵⁶⁹

Die integrierte Unternehmensberichterstattung kann aus Sicht der IFRS-Rechnungslegung als zusätzliches (eigenständiges) Informationsinstrument zum IFRS-Abschluss im Rahmen der Finanzberichterstattung angesehen werden,⁵⁷⁰ das den Adressaten weitere Informationen mit Bezug zum Abschluss vermitteln soll.⁵⁷¹ Hierdurch ist der integrierten Unternehmensberichterstattung eine deutliche Nähe zum IFRS-Management

⁵⁵⁹ Vgl. *IIRC/IFRS Foundation* (2013), Par. 3.1.ii); *Haller/Zellner* (2013), S. 1125 f.

⁵⁶⁰ Vgl. *IIRC* (2013b), S. 2; *IASB* (2015f), S. A14, Par. 6(a); *Freidank/Hinze* (2015), S. 59; *Stawinoga* (2015), S. 193; *Naumann/Schmidt* (2015), S. 406.

⁵⁶¹ Vgl. *IIRC* (2013b), S. 1 f.

⁵⁶² Vgl. *Barckow* (2015), S. 266.

⁵⁶³ Vgl. *IFRS Foundation/IASB* (2015) (auch Zitat).

⁵⁶⁴ Vgl. *IIRC/IFRS Foundation* (2013), Rn. 2.3.

⁵⁶⁵ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 3.30, 3.33 und 4.44.

⁵⁶⁶ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.62.

⁵⁶⁷ *IIRC* (2013b), Par. 1.10.

⁵⁶⁸ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 1.10 und 4.48.

⁵⁶⁹ Vgl. *IIRC/IFRS Foundation* (2013), Rn. 2.3 und 3.1.ii).

⁵⁷⁰ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 1.12.

⁵⁷¹ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 1.13 und 1.15; *Stawinoga* (2015), S. 206.

Commentary zu attestieren,⁵⁷² der u. a. den Abschluss ergänzen und erläutern soll. Hierbei soll auch auf zukünftige Entwicklungen eingegangen werden,⁵⁷³ was sich in der strategischen und zukunftsorientierten Ausrichtung der integrierten Unternehmensberichterstattung wiederfindet.⁵⁷⁴ Folglich können die Vorgaben des IR-Rahmenkonzepts überdies hilfreich sein, um den IFRS-Management Commentary – auch durch ‚integrierte‘ Informationen – entscheidungsnützlicher zu gestalten.⁵⁷⁵

3.5.2. Definition des Geschäftsmodell-Begriffs

Das IR-Rahmenkonzept dient dazu, Leitlinien und Berichtsinhalte für die Unternehmensberichterstattung vorzugeben und die diesen zugrunde liegenden Konzepte zu erläutern, so dass hieraus ein Bericht resultiert „for use in assessing an organization’s ability to create value“.⁵⁷⁶ Die drei an diese Zielsetzung anknüpfenden und der integrierten Unternehmensberichterstattung zugrunde liegenden Konzepte sind „Value creation for the organization and for others“⁵⁷⁷, „The capitals“⁵⁷⁸ und „The value creation process“⁵⁷⁹. Das erste Konzept thematisiert, dass im Falle der Schaffung von Werten durch das Unternehmen für die Kapitalgeber in Form von finanziellen Rückflüssen auch Werte für die anderen Interessengruppen des Unternehmens (z. B. die Öffentlichkeit) generiert werden sollten.⁵⁸⁰ Eine Wertgenerierung erfolgt durch den Einsatz von Kapital („capitals“⁵⁸¹) bzw. „stocks of value“⁵⁸² (zweites Konzept),⁵⁸³ welches neben dem finanziellen Kapital noch weitere „Kapitalarten“⁵⁸⁴ berücksichtigt wie z. B. geistiges und natürliches Kapital.⁵⁸⁵ Das dritte Konzept behandelt den Prozess der Wertgenerierung (siehe Abbildung 6 auf S. 59) und Einflussfaktoren auf diesen Prozess.⁵⁸⁶

Den Beginn des Wertgenerierungsprozesses stellt der Einsatz von verschiedenen Kapitalarten und das Ende die resultierende Änderung im Bestand des Kapitals dar,⁵⁸⁷ die in Form einer Mehrung, Erhaltung und/oder Minderung verschiedener Kapitalarten vorliegen

⁵⁷² Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 1.14; *Kajüter/Hannen* (2014), S. 81.

⁵⁷³ Vgl. PSM.9–11.

⁵⁷⁴ Vgl. Kapitel 3.5.1.1.

⁵⁷⁵ Vgl. *Müller/Stawinoga* (2015), S. 22.

⁵⁷⁶ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 1.3 und 1.5 (auch Zitat).

⁵⁷⁷ *IIRC* (2013b), Par. 2B.

⁵⁷⁸ *IIRC* (2013b), Par. 2C.

⁵⁷⁹ *IIRC* (2013b), Par. 2D.

⁵⁸⁰ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.4–6.

⁵⁸¹ *IIRC* (2013b), Par. 2.11.

⁵⁸² *IIRC* (2013b), Par. 2.11.

⁵⁸³ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.4.

⁵⁸⁴ *Kajüter/Hannen* (2014), S. 76; zu weiteren Übersetzungsvarianten des Begriffs Capitals: *Lorson/Müller/Schmidt* (2015), S. 626.

⁵⁸⁵ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.10 und 2.15; zur möglichen bilanzorientierten Operationalisierung der Kapitalarten: *Lorson/Müller/Schmidt* (2015), S. 629 f.; zum Rückgriff auf Standards von ausgewählten Institutionen, um anhand derer Informationen über Kapitalarten berichten zu können: *CRD* (2015); Rahmenkonzept zur Berichterstattung über natürliches Kapital: *CDSB* (2015).

⁵⁸⁶ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.20.

⁵⁸⁷ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.20.

kann.⁵⁸⁸ Das Bindeglied zwischen Beginn und Ende des Wertgenerierungsprozesses bildet das Geschäftsmodell,⁵⁸⁹ welches der Umsetzung des Zwecks des Unternehmens dient,⁵⁹⁰ der sich aus der „mission and vision“ des Unternehmens ableitet.⁵⁹¹

Um das Wertgenerierungspotenzial des Unternehmens aufrecht zu erhalten, gibt die Unternehmensführung Strategien und Ressourcenallokationen vor, überwacht deren Zielerreichung, reagiert auf Risiken und Chancen und hat u. a. zukünftige Herausforderungen im Blick.⁵⁹² Bedingt werden die Elemente des Wertgenerierungsprozesses und der unternehmensinternen Einflussfaktoren (wie z. B. die Tätigkeiten der Unternehmensführung) durch das Umfeld des Unternehmens (z. B. ökonomische Rahmenbedingungen).⁵⁹³

Der zentrale Bestandteil des Wertgenerierungsprozesses ist das Geschäftsmodell („business model“),⁵⁹⁴ welches auch als ‚Herzstück‘ des Unternehmens („the core of the organization“⁵⁹⁵) bezeichnet wird. Dieses wird definiert als „system of transforming inputs, through its business activities, into outputs and outcomes that aims to fulfil the organization’s strategic purposes and create value over the short, medium and long term“⁵⁹⁶.

Um das Geschäftsmodell zu beschreiben, soll gemäß dem IR-Rahmenkonzept auf „Inputs“, „Business Activities“, „Outputs“ und „Outcomes“ eingegangen werden,⁵⁹⁷ wobei sich auf die „key elements“⁵⁹⁸ zu beschränken ist.⁵⁹⁹ Die Inputs beziehen sich auf die Kapitalarten (z. B. finanzielles Kapital, geistiges Kapital), welche anhand von Geschäftsaktivitäten zu Outputs transformiert werden (insb. Produkte und Dienstleistungen).⁶⁰⁰ Die Outputs führen zu Outcomes, d. h. Änderungen in den Kapitalarten wie z. B. die Erhöhung des finanziellen Kapitals durch Cash Flows.⁶⁰¹

⁵⁸⁸ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 1.6, 2.14 und 2.20; *IIRC* (2013a), Par. 5.4.

⁵⁸⁹ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.20.

⁵⁹⁰ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.11.

⁵⁹¹ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.21 (auch Zitat).

⁵⁹² Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.23, 4.27, 4.30 und 4.34.

⁵⁹³ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.21.

⁵⁹⁴ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.20 und 2.23 (auch Zitat).

⁵⁹⁵ *IIRC* (2013b), Par. 2.23.

⁵⁹⁶ *IIRC* (2013b), Par. 4.11.

⁵⁹⁷ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.12 (auch Zitate).

⁵⁹⁸ *IIRC* (2013b), Par. 4.13.

⁵⁹⁹ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.12 f.

⁶⁰⁰ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.23 f. und 4.18.

⁶⁰¹ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.23, 2.25 und 4.19.

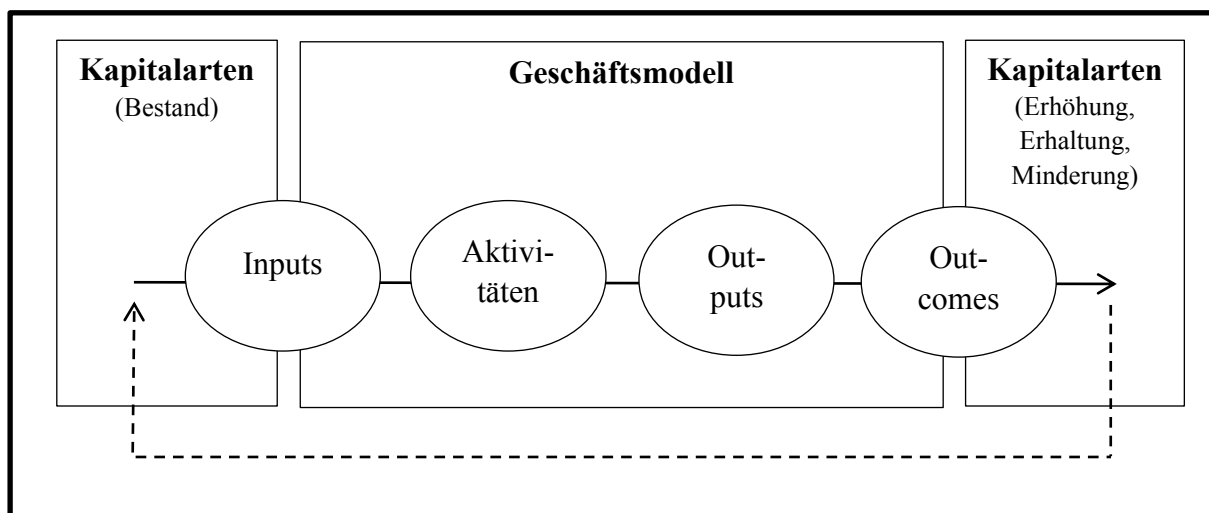


Abbildung 6: Wertgenerierungsprozess gemäß dem IR-Rahmenkonzept⁶⁰²

3.5.3. Verhältnis zum Geschäftsmodell-Verständnis von Wirtz

3.5.3.1. Vergleich von IR-Inhaltselementen mit Partialmodellen nach Wirtz

Nachfolgend soll analysiert werden, inwiefern sich die Partialmodelle des Geschäftsmodell-Konzepts von Wirtz in den Inhaltselementen, die das IR-Rahmenkonzept für einen integrierten Unternehmensbericht vorgibt, wiederfinden. Die Inhaltselemente orientieren sich im Großen und Ganzen an den Elementen und Einflussfaktoren des Wertgenerierungsprozesses.⁶⁰³ Die zu berichtenden Informationen innerhalb der einzelnen Inhaltselemente sollen gemäß den Vorgaben des IR-Rahmenkonzepts anhand von sehr allgemein gehaltenen Leitfragen bestimmt werden.⁶⁰⁴ Zu den Leitfragen werden in unterschiedlichem Umfang Hinweise gegeben, welche Informationen zur Beantwortung der Fragen herangezogen werden sollen bzw. könnten.⁶⁰⁵ Dies soll laut dem IIRC dem Umstand Rechnung tragen, dass der „content of an organization’s integrated report will depend on the individual circumstances of the organization“⁶⁰⁶. Die folgende Analyse wird basierend auf den Hinweisen zu den einzelnen Inhaltselementen vorgenommen.

Die Strategiekomponente setzt sich nach Wirtz aus dem Strategie-, Ressourcen- und Netzwerkmodell zusammen.⁶⁰⁷ Das Strategiemodell umfasst die Unternehmensvision und -mission als auch mittel- bis langfristigen Ziele und Aktivitäten des Unternehmens.⁶⁰⁸ Diese Inhalte sollen in den Inhaltselementen „Organizational overview and external environment“⁶⁰⁹

⁶⁰² Quelle: in Anlehnung an IIRC (2013b), Par. 2.20 und Kajüter/Hannen (2014), S. 77.

⁶⁰³ Vgl. IIRC (2013b), Par. 4.1–62.

⁶⁰⁴ Vgl. IIRC (2013b), Par. 4.1 und 4.3; Kajüter/Hannen (2014), S. 78.

⁶⁰⁵ Vgl. IIRC (2013b), Par. 4.4–41.

⁶⁰⁶ IIRC (2013b), Par. 4.3.

⁶⁰⁷ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶⁰⁸ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶⁰⁹ IIRC (2013b), Par. 4A.

und „Strategy and resource allocation“⁶¹⁰ u. a. thematisiert werden.⁶¹¹ Das Ressourcenmodell umfasst die Core Assets und Kernkompetenzen des Unternehmens.⁶¹² Diese lassen sich im Inhaltselement „Business model“⁶¹³ erkennen, welches u. a. sowohl die Schlüsselinputs als auch die Schlüsselunternehmensaktivitäten im Rahmen der Wertgenerierung abbilden soll,⁶¹⁴ die sich u. a. auf materielles, geistiges und humanes Kapital beziehen.⁶¹⁵ Unternehmensexterne Beziehungen, die durch das Netzwerkmodell erfasst werden,⁶¹⁶ finden sich u. a. im Inhaltselement ‚Organizational overview and external environment‘ wieder, welches u. a. die auf das berichtserstattende Unternehmen bezogene „position within the value chain“⁶¹⁷ beschreiben soll.⁶¹⁸ Des Weiteren sollen im Inhaltselement ‚Business model‘ auch Inputs erfasst werden, die von außerhalb des Unternehmens stammen.⁶¹⁹

Die Kunden- und Marktkomponente setzt sich nach *Wirtz* aus dem Kunden-, Marktangebots- und Erlösmodell zusammen.⁶²⁰ Das Kundenmodell thematisiert das Leistungsangebot und deren Kundenzielgruppen.⁶²¹ Diese Informationen sollen vornehmlich im Inhaltselement ‚Business model‘ anhand der Unternehmensaktivitäten (z. B. Produktdifferenzierung) und Outputs dargestellt werden.⁶²² Im Marktangebotsmodell wird die Unternehmensumwelt, die u. a. die Marktstruktur und Wettbewerber beinhaltet, beschrieben.⁶²³ Diese Informationen finden sich im Inhaltselement ‚Organizational overview and external environment‘ wieder.⁶²⁴ Das Erlösmodell wird im Inhaltselement ‚Business model‘ thematisiert, indem die durch die Outputs generierten Outcomes beschrieben werden sollen, worunter u. a. monetäre Outcomes bzw. Erlöse fallen.⁶²⁵

Die Wertschöpfungskomponente setzt sich nach *Wirtz* aus dem Leistungserstellungs-, Beschaffungs- und Finanzmodell zusammen.⁶²⁶ Das Leistungserstellungsmodell, welches aufzeigt, wie und mit welchen wesentlichen Produktionsfaktoren die angebotenen Leistungen des Unternehmens generiert werden,⁶²⁷ soll im Rahmen des Inhaltselements ‚Business model‘ Berücksichtigung finden, indem die Inputs und Geschäftsaktivitäten beschrieben werden

⁶¹⁰ *IIRC* (2013b), Par. 4E.

⁶¹¹ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.5 und 4.28.

⁶¹² Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶¹³ *IIRC* (2013b), Par. 4C.

⁶¹⁴ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.11.

⁶¹⁵ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.15 i.V.m. 4.14.

⁶¹⁶ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶¹⁷ *IIRC* (2013b), Par. 4.5.

⁶¹⁸ Vgl. auch *IIRC* (2013b), Par. 2.2.

⁶¹⁹ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.15 i.V.m. 4.13 f.

⁶²⁰ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶²¹ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶²² Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.16 und 4.18.

⁶²³ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶²⁴ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.6 f.

⁶²⁵ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.11 und 4.19 f. i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶²⁶ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶²⁷ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

sollen.⁶²⁸ Das Beschaffungsmodell dient der Beschreibung der Struktur und Quellen der Inputs,⁶²⁹ was durch das Inhaltselement ‚Business model‘ abgedeckt wird, weil dort u. a. die Inputs mit den dazugehörigen Kapitalarten verknüpft werden sollen.⁶³⁰ Das Finanzmodell setzt sich aus dem Kapital- und Kostenmodell zusammen.⁶³¹ Ersteres findet sich im Inhaltselement ‚Organizational overview and external environment‘ wieder, weil dort u. a. die Eigentümerverhältnisse und Ansprüche von Kapitalgebern thematisiert werden sollen.⁶³² Des Weiteren sind hierauf Rückschlüsse aufgrund der Verknüpfung von Inputs und finanziellem Kapital im Rahmen des Inhaltselements ‚Business model‘ möglich.⁶³³ Das Kostenmodell wird durch das Inhaltselement ‚Business model‘ abgedeckt, indem im Rahmen der Outcomes auch auf die Verringerung von Kapital eingegangen werden soll, die u. a. aus dem Einsatz von finanziellem Kapital zwecks Leistungserstellung resultieren kann.⁶³⁴

3.5.3.2. Fazit

Ein im IR-Rahmenkonzept genanntes Leitprinzip ist ‚Connectivity of information‘⁶³⁵, das besagt, dass der ‚integrated report should show a holistic picture of the combination, interrelatedness and dependencies between the factors that affect the organization’s ability to create value over time‘⁶³⁶. Dieser Aspekt des IR-Rahmenkonzepts, der insb. einer *integrierten* Unternehmensberichterstattung dienlich sein soll, lässt sich auch im Geschäftsmodell-Verständnis von *Wirtz* erkennen, indem *Wirtz* die Interdependenzen der Partialmodelle untereinander besonders hervorhebt.⁶³⁷

Die Partialmodelle nach *Wirtz* lassen sich in den Inhaltselementen, die das *IIRC* für die integrierte Unternehmensberichterstattung vorgibt, wiederfinden (siehe auch Tabelle 3 auf S. 70).⁶³⁸ Demzufolge lässt sich festhalten, dass von der allgemeinen betriebswirtschaftlichen Perspektive i.S.v. *Wirtz* aus betrachtet, die Charakteristika, die notwendig sind, um ein ganzheitliches Verständnis über ein Unternehmen zu erhalten, im Rahmenkonzept des *IIRC* für die integrierte Unternehmensberichterstattung enthalten sind.⁶³⁹ Folglich scheint ein stark übereinstimmendes Verständnis darüber zu bestehen, über welche notwendigen Charakteristika Informationen bereitzustellen sind, damit bspw. potenzielle Eigenkapitalgeber die

⁶²⁸ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.11 und 4.14–16.

⁶²⁹ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶³⁰ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.14 f.

⁶³¹ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶³² Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.5–4.7 i.V.m. S. 33.

⁶³³ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 2.15 i.V.m. 4.14; *Lorson/Müller/Schmidt* (2015), S. 630 m.w.N.

⁶³⁴ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.19 i.V.m. 2.15.

⁶³⁵ *IIRC* (2013b), Par. 3B.

⁶³⁶ *IIRC* (2013b), Par. 3.6.

⁶³⁷ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 158.

⁶³⁸ Vgl. Kapitel 3.5.3.1.

⁶³⁹ Vgl. Kapitel 3.5.3.1.

Auswirkungen einer Beteiligung an einem Unternehmen auf ihre zentrale Zielgröße beurteilen können.⁶⁴⁰

Die integrierte Unternehmensberichterstattung wird ausgehend von der „financial reporting entity“ aufgestellt,⁶⁴¹ so dass eine Unternehmenssicht eingenommen wird, weshalb gemäß *Wirtz* das Ressourcen-, Kunden-, Erlös-, Leistungserstellungs-, Beschaffungs- und Kostenmodell als bedeutendste Partialmodelle einzustufen sind.⁶⁴² Diese Partialmodelle werden hauptsächlich durch das Inhaltselement ‚Business model‘ abgedeckt.⁶⁴³

Der Geschäftsmodell-Begriff wird nach *Wirtz* im Vergleich zur IR-Definition wesentlich breiter definiert, so dass sich dieser im Wertgenerierungsprozess widerspiegelt, den das *IIRC* in seinem Rahmenkonzept beschreibt.⁶⁴⁴ Hingegen finden sich im Geschäftsmodell-Begriff nach *IIRC* nicht alle Partialmodelle wieder, die sich aus der Definition des Geschäftsmodell-Begriffs nach *Wirtz* ableiten lassen.⁶⁴⁵ Hierzu zählen lediglich das Ressourcen-, Kunden-, Erlös-, Leistungserstellungs-, Beschaffungs- und Kostenmodell.⁶⁴⁶ Dies zeigt, dass verglichen mit der Partialmodell-Gruppierung nach *Wirtz* der Fokus der Begriffsdefinition des *IIRC* auf der Wertschöpfungskomponente liegt.⁶⁴⁷

3.6. Geschäftsmodell-Konzept von *EFRAG* et al.

3.6.1. Schlüsselcharakteristika von Geschäftsmodellen

3.6.1.1. ‚Cash flow generation and value creation‘ als bedeutendstes Schlüsselcharakteristikum

Im Juni 2013 wurde durch die Rechnungslegungsorganisationen *European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)*, *French Autorité des Normes Comptables (ANC)*, *Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee e. V. (DRSC)*, *Organismo Italiano di Contabilità (OIC)* und *UK Financial Reporting Council (FRC)* ein Impulspapier (Bulletin) veröffentlicht,⁶⁴⁸ um die Diskussion über die Rolle von Geschäftsmodellen in der IFRS-Rechnungslegung zu intensivieren,⁶⁴⁹ welche durch den *IASB* anhand des DP/2013/1 angestoßen wurde.⁶⁵⁰ Anknüpfend an das Impulspapier wurde im Dezember 2013 zu dieser Thematik ein Research Paper durch *EFRAG*, *ANC* und *FRC* (nachfolgend *EFRAG* et al.) veröffentlicht, welches zusätzlich von *Danske Revisorer (FSR)* und *The Slovenian Institute of*

⁶⁴⁰ Vgl. Kapitel 3.4.1 i.V.m. Kapitel 3.5.1.1.

⁶⁴¹ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 3.30 (auch Zitat).

⁶⁴² Vgl. Kapitel 3.4.2.2.

⁶⁴³ Vgl. Kapitel 3.5.3.1.

⁶⁴⁴ Vgl. Kapitel 3.4.2.1 i.V.m. Kapitel 3.5.2.

⁶⁴⁵ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶⁴⁶ Vgl. Kapitel 3.5.3.1.

⁶⁴⁷ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶⁴⁸ Vgl. *EFRAG* et al. (2013).

⁶⁴⁹ Vgl. *EFRAG* et al. (2013), S. 3.

⁶⁵⁰ Vgl. *IASB* (2013), S. 237.

Auditors unterstützt wurde.⁶⁵¹ In den beiden Veröffentlichungen wird keine Definition des Geschäftsmodell-Begriffs vorgenommen,⁶⁵² was vornehmlich mit dem fehlenden einheitlichen Verständnis in Theorie und Praxis – sowohl bezogen auf die Betriebswirtschaftslehre im Allgemeinen als auch die Rechnungslegung im Speziellen – begründet wird.⁶⁵³

Wenngleich keine Definition des Geschäftsmodell-Begriffs vorgenommen wird, werden Schlüsselcharakteristika („key characteristics“⁶⁵⁴) des Geschäftsmodell-Konzepts analysiert, um ein „common understanding“⁶⁵⁵ als Ausgangsbasis abzuleiten, anhand dessen die Bedeutung von Geschäftsmodellen in der IFRS-Rechnungslegung fundiert diskutiert werden kann.⁶⁵⁶ *EFRAG et al.* weisen explizit darauf hin, dass es sich um solche Schlüsselcharakteristika handeln soll, die sich bei den meisten Unternehmen wiederfinden lassen und somit branchenunspezifisch sind.⁶⁵⁷

Ausgehend von den verschiedenen bestehenden Auffassungen über den Geschäftsmodell-Begriff leiten *EFRAG et al.* als wesentliche Schlüsselcharakteristika „Activities of the business“, „Cash flow generation and value creation“, „Configuration of assets“ und „Customers of the products and services“ ab.⁶⁵⁸ Unter ‚Activities of the business‘ fallen Unternehmensaktivitäten, die zwecks Leistungserstellung und -vermarktung durchgeführt werden.⁶⁵⁹ Bei der ‚Cash flow generation and value creation‘ liegt der Fokus auf dem Prozess, wie das Unternehmen eine Wertsteigerung für die Eigenkapitalgeber des Unternehmens erreichen will.⁶⁶⁰ Im Rahmen dessen wird die Transformation der dem Unternehmen zur Verfügung stehenden Cash Flows in Produkte bzw. Dienstleistungen und deren Monetarisierung betrachtet („cash flow cycle“).⁶⁶¹ ‚Configuration of assets‘ beschreibt, in welcher Weise die Vermögenswerte eines Unternehmens strukturiert bzw. gemanagt werden, um Wettbewerbs- und Kostenvorteile zu erzielen.⁶⁶² Die Zielgruppen der vom Unternehmen angebotenen Produkte bzw. Dienstleistungen sind Inhalt des ‚Customers of the products and services‘-Charakteristikums.⁶⁶³

⁶⁵¹ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013).

⁶⁵² Vgl. *EFRAG et al.* (2013), Rn. 5; *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 1.6.

⁶⁵³ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 1.6, 2.27 und 3.2.

⁶⁵⁴ *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.10.

⁶⁵⁵ *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.9.

⁶⁵⁶ Vgl. *EFRAG et al.* (2013), Rn. 5 und 12; *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 1.6 und 3.9 f.

⁶⁵⁷ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.10 und 2.13.

⁶⁵⁸ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.25 bis 3.32 (auch Zitate); hier wird der Ansicht von *EFRAG et al.* gefolgt, dass „Role of risk“ ein Bestandteil des ‚Cash flow generation and value creation‘-Charakteristikums ist und somit kein eigenständiges Schlüsselcharakteristikum darstellt: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.33 f.; so auch: *ASBJ* (2014), Rn. 15 f. (Appendix).

⁶⁵⁹ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.15.

⁶⁶⁰ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.19 und 3.24.

⁶⁶¹ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.20 (auch Zitat).

⁶⁶² Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.25.

⁶⁶³ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.29.

Aus der Perspektive der Rechnungslegung stufen *EFRAG* et al. das ‚Cash flow generation and value creation‘-Charakteristikum als das bedeutendste Schlüsselcharakteristikum ein,⁶⁶⁴ weil „a primary, if not the primary reason businesses are formed in the first place is to create and add value by earning profits for its investors. Capturing value is what the business is all about“⁶⁶⁵. Als Messgröße der Wertgenerierung für die Eigenkapitalgeber werden die Cash Flows im Unternehmen eingestuft,⁶⁶⁶ worunter „current cash flows as well as future cash flows with the highest probability“⁶⁶⁷ fallen. Des Weiteren wird für das bedeutendste Schlüsselcharakteristikum begründend angeführt, dass die anderen Schlüsselcharakteristika mit dem ‚Cash flow generation and value creation‘-Charakteristikum verknüpft sein sollen.⁶⁶⁸

3.6.1.2. Zur Adäquanz des bedeutendsten Schlüsselcharakteristikums

Vor dem Hintergrund des Zielsystems potenzieller Eigenkapitalgeber ist die Einstufung des ‚Cash flow generation and value creation‘-Charakteristikums als bedeutendstes Schlüsselcharakteristikum adäquat, da dieses mittelbar an der zentralen Zielgröße potenzieller Eigenkapitalgeber anknüpft,⁶⁶⁹ weil die im Unternehmen angefallenen Cash Flows eine Voraussetzung bzw. ein Indikator für mögliche Ausschüttungen an die Anteilseigner sind.⁶⁷⁰ Sowohl *Wirtz* als auch das *IIRC* knüpfen ebenfalls in ihren Geschäftsmodell-Konzepten an der zentralen Zielgröße des Zielsystems der potenziellen Eigenkapitalgeber an.⁶⁷¹

Im Kontext der IFRS-Rechnungslegung ist das fokussierte Schlüsselcharakteristikum auch sachgerecht, weil dieses wie die IFRS-Rechnungslegung darauf abzielt, Informationen zu vermitteln, die u. a. potenzielle Eigenkapitalgeber unterstützen sollen, die zukünftig ihnen zufließenden Cash Flows in Bezug auf ihre Höhe, ihren Zeitpunkt und ihr Risiko einschätzen zu können.⁶⁷²

Die Adäquanz des bedeutendsten Schlüsselcharakteristikums lässt sich auch anhand einiger Kommentierungsschreiben zum DP/2013/1 stützen, in denen sich hinsichtlich einer potenziellen Definition des Geschäftsmodell-Begriffs im IFRS-Rahmenkonzept geäußert wurde.⁶⁷³ Der *IASB* hatte dazu aufgerufen, u. a. zu kommentieren, ob und wenn ja, in welcher Weise der Geschäftsmodell-Begriff im Rahmenkonzept zu definieren wäre.⁶⁷⁴ Bezugnehmend auf die Analyse von *Sorrentino/Smarra* haben 18 Stellungnehmende (neben der *EFRAG*) eine

⁶⁶⁴ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.37.

⁶⁶⁵ *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.37.

⁶⁶⁶ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.38 i.V.m. 3.19.

⁶⁶⁷ *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.40.

⁶⁶⁸ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.35 und 3.37; dies wird in Kapitel 3.6.2.2.1 nachgeprüft.

⁶⁶⁹ Vgl. allgemeiner *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.40; *Bezold* (2009), S. 7 und 9; *EBF* (2014), S. 4; *DK* (2014), S. 5; *SFRB* (2014), S. 1; *ICAEW* (2010), S. 10.

⁶⁷⁰ Vgl. Kapitel 2.3.2.

⁶⁷¹ Vgl. Kapitel 3.4.1 und Kapitel 3.5.1.1.

⁶⁷² Vgl. Kapitel 2.2.1; *ASBJ* (2014), Rn. 12 f. (Appendix); allgemeiner: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.40; *BUSINESSEUROPE a.i.s.b.l.* (2014), S. 5.

⁶⁷³ Vgl. überblicksartig *Sorrentino/Smarra* (2015), S. 17–20.

⁶⁷⁴ Vgl. *IASB* (2013), S. 237.

konkrete Definition aufgestellt. Die Mehrheit der Definitionsvorschläge knüpft vornehmlich an der Generierung von Cash Flows durch das Unternehmen und somit mittelbar an der zentralen Zielgröße von potenziellen Eigenkapitalgebern an.⁶⁷⁵ Darüber hinaus haben sich weitere Stellungnehmende lediglich zu den möglichen Bestandteilen einer Definition geäußert, wobei häufig an dasselbe Kriterium wie bei den vorgenannten Definitionen angeknüpft wird.⁶⁷⁶

Durch die Orientierung an dem ‚Cash flow generation and value generation‘-Charakteristikum sollen aktuelle als auch zukünftige Cash Flows durch die Rechnungslegungsadressaten besser eingeschätzt werden können.⁶⁷⁷ Aus bilanztheoretischer Perspektive steht dieses Ansinnen mehr mit der eher zukunftsorientierten Gewinnermittlung im Rahmen des Asset-Liability-Approach als mit der eher vergangenheitsorientierten Gewinnermittlung im Rahmen des Revenue-Expense-Approach im Einklang. Dies ist konform mit der gegenwärtigen bilanztheoretischen Orientierung der IFRS-Rechnungslegung.⁶⁷⁸

Die Eigenschaften des ‚Cash generation and value creation‘-Charakteristikums finden sich in den Definitionen des Geschäftsmodell-Begriffs auch außerhalb der Rechnungslegungsliteratur überwiegend wieder.⁶⁷⁹ Des Weiteren wird in weiten Teilen der Literatur die Meinung vertreten, dass es eine zentrale Funktion des Geschäftsmodell-Konzepts ist, das Charakteristikum zu beschreiben.⁶⁸⁰ Infolgedessen lässt sich mit den Worten von *Fielt* feststellen, dass die aktuelle Diskussion über das allgemeine Geschäftsmodell-Verständnis ‚is mostly framed around value creation‘⁶⁸¹. Deshalb ist die Auswahl des bedeutendsten Schlüsselcharakteristikums durch *EFRAG* et al. auch vor dem Hintergrund des Diskurses in der Literatur als adäquat anzusehen.

3.6.2. Cash Flow Conversion Cycle zur Konkretisierung des bedeutendsten Schlüsselcharakteristikums

3.6.2.1. Definition des Cash Flow Conversion Cycle

Anknüpfend an das aus der Rechnungslegungsperspektive bedeutendste Schlüsselcharakteristikum ‚Cash flow generation and value creation‘ schlagen *EFRAG* et al. den ‚cash flow conversion cycle‘⁶⁸² (siehe Abbildung 7 auf S. 66) als Instrument vor, um

⁶⁷⁵ Vgl. *Sorrentino/Smarra* (2015), S. 20 i.V.m. 17 f.

⁶⁷⁶ Vgl. *Sorrentino/Smarra* (2015), S. 18–20; *Novak* (2014), S. 111.

⁶⁷⁷ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.40.

⁶⁷⁸ Vgl. Kapitel 2.3.3.

⁶⁷⁹ Vgl. *Sorrentino/Smarra* (2015), S. 12–14; *Leisenring* et al. (2012), S. 330; *Zott/Amit/Massa* (2011), S. 1031; *Baden-Fuller/Morgan* (2010), S. 157 f.; *Nielsen/Haslam/Turcan* (2013), S. 8 i.V.m. *Osterwalder/Pigneur* (2011), S. 18; *Chesbrough/Rosenbloom* (2002), S. 533 f.; *Brousseau/Penard* (2007), S. 82; *Stähler* (2002), S. 41 f.; *Timmers* (1998), S. 4; *Spieth/Schneckenberg/Ricart* (2014), S. 237; *Wei* et al. (2014), S. 289 f.; *Fielt* (2013), S. 89–92 m.w.N.; *Wirtz/Schilke/Ullrich* (2010), S. 274 m.w.N.

⁶⁸⁰ Vgl. *Linder/Cantrell* (2000), S. 2; *Magretta* (2002), S. 87 und 90; *Shafer/Smith/Linder* (2005), S. 202; *Teece* (2010), S. 172–174; *Singleton-Green* (2014), S. 700; *Haslam* et al. (2015), S. 65–67; *Nielsen/Roslender* (2015), S. 265; *Lassini/Lionzo/Rossignoli* (2016), S. 230 und 233; *Nielsen/Bukh* (2011), S. 258 und 261 f. (m.w.N.); *Baden-Fuller/Haefliger* (2013), S. 419 m.w.N.

⁶⁸¹ *Fielt* (2013), S. 92 mit Verweis auf *Ghaziani/Ventresca* (2005); so auch: *Fox* (2010), S. 19.

⁶⁸² *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.39.

Geschäftsmodelle voneinander unterscheiden und hierdurch verschiedene Bilanzierungskonsequenzen für ein und denselben Sachverhalt begründen zu können.⁶⁸³ EFRAG et al. beschreiben den Cash Flow Conversion Cycle – in Anlehnung an *Bezold* – in der Weise,⁶⁸⁴ dass dieser „could integrate the activity through which cash is initially converted into different kinds of non-cash inputs, and the transformation of these inputs into the outputs of the business. The use or sale of these outputs results in cash returns over a certain period of time and with a certain degree of certainty“⁶⁸⁵. In Bezug auf Unternehmen, die nicht als Finanzinstitute einzustufen sind, stellen EFRAG et al. fest, dass der Cash Flow Conversion Cycle „represents the end-to-end value creation process of an entity within the business and geographical markets it operates“⁶⁸⁶. Hieraus soll die Wertschöpfung aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit des betrachteten Unternehmens hervorgehen. Darüber hinaus sollen Einblicke in die anderen von EFRAG et al. betrachteten Schlüsselcharakteristika abgeleitet werden können.⁶⁸⁷

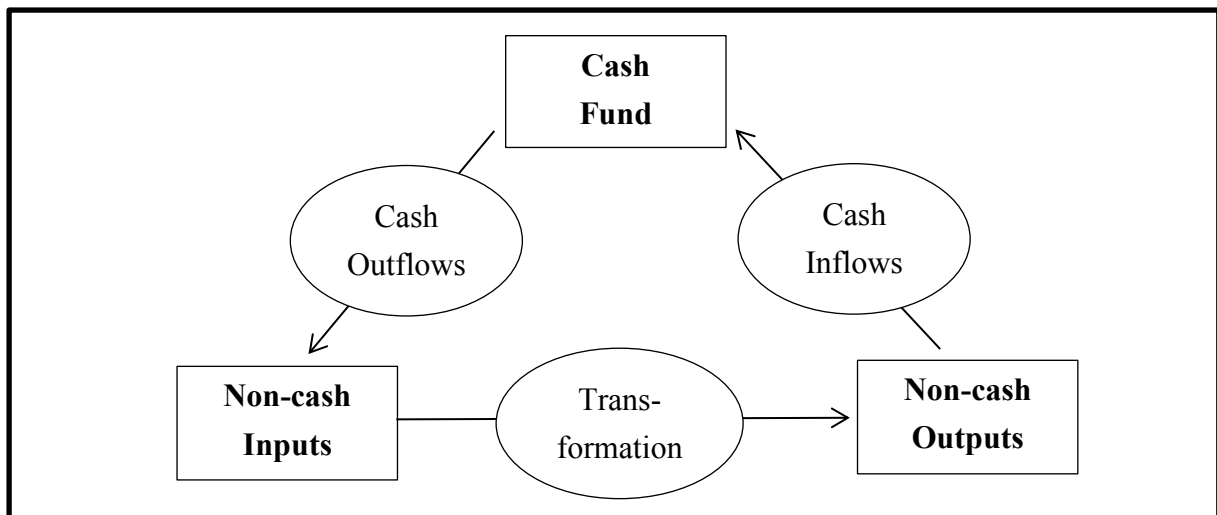


Abbildung 7: Cash Flow Conversion Cycle nach EFRAG et al.⁶⁸⁸

3.6.2.2. Zur Adäquanz der Konkretisierung durch den Cash Flow Conversion Cycle

3.6.2.2.1. Zur Adäquanz der Konkretisierung durch den Cash Flow Conversion Cycle aus der Perspektive der Partialmodelle nach *Wirtz*

Im Cash Flow Conversion Cycle finden sich einzelne Partialmodelle aus dem Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* wieder.⁶⁸⁹ Die Herkunft der Geldmittel, die in ‚Non-cash Inputs‘ konvertiert werden, wird durch das Kapitalmodell beschrieben, welches die Finanzierungsstruktur des Unternehmens abbildet. Der Beginn des Cash Flow Conversion

⁶⁸³ Vgl. EFRAG/ANC/FRC (2013), Rn. 3.41 f.

⁶⁸⁴ Vgl. *Bezold* (2009), S. 9 f.

⁶⁸⁵ EFRAG/ANC/FRC (2013), Rn. 3.39.

⁶⁸⁶ EFRAG/ANC/FRC (2013), Rn. 3.37.

⁶⁸⁷ Vgl. EFRAG/ANC/FRC (2013), Rn. 3.39; Kapitel 3.6.1.1.

⁶⁸⁸ Quelle: in Anlehnung an EFRAG/ANC/FRC (2013), Rn. 3.39 i.V.m. *Bezold* (2009), S. 10.

⁶⁸⁹ Vgl. nachfolgend auch Kapitel 3.4.2.2.1.

Cycle ist die „initial conversion of cash into a non-cash resource“⁶⁹⁰. Die Beschreibung der notwendigen Ressourcen als Startpunkt der Wertschöpfung und deren „monetäre Quantifizierung“⁶⁹¹ erfolgt durch das Beschaffungs- und das Kostenmodell. Die ‚Non-Cash Inputs‘ sind Bestandteile von Prozessen, in denen diese in ‚Non-cash Outputs‘ transformiert werden, die die Leistungen für die Kunden darstellen.⁶⁹² Dieser Transformationsprozess und dessen Bestandteile werden durch das Leistungserstellungsmodell beschrieben. Vermögenswerte und Kompetenzen von besonderer Bedeutung für den Transformationsprozess werden im Ressourcenmodell thematisiert.⁶⁹³ Den Abschluss des Cash Flow Conversion Cycle bildet „[a] re-conversion of the output back to cash“⁶⁹⁴. Diese Monetarisierung der Leistungen durch Verkauf an Kunden wird durch das Erlösmodell beschrieben. Die Leistungen i.S.v. Produkten bzw. Dienstleistungen und deren Kundenzielgruppen werden im Kundenmodell betrachtet. Aus der Zuordnung lässt sich erkennen, dass sich das Leistungserstellungs-, Beschaffungs- und Finanzmodell (d. h. Kapital- und Kostenmodell), die die Wertschöpfungskomponente des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* bilden, im Cash Flow Conversion Cycle wiederfinden. Zusätzlich lassen sich das Kunden-, Erlös- und Ressourcenmodell erkennen.

Die aus Sicht von *Wirtz* bedeutendsten Partialmodelle auf Unternehmensebene sind Ressourcen-, Kunden-, Erlös-, Leistungserstellungs-, Beschaffungs- und Kostenmodell.⁶⁹⁵ Nach obiger Analyse finden sich diese Partialmodelle im Cash Flow Conversion Cycle wieder.

Die Analyse verdeutlicht auch, dass *EFRAG* et al. Wertschöpfung bzw. ‚Value generation‘ aus der Perspektive der Eigenkapitalgeber des Unternehmens definieren (Wertschöpfung im weiteren Sinne) und diese somit inhaltlich breiter im Vergleich zur Wertschöpfungskomponente nach *Wirtz* aufgestellt ist. Die Wertschöpfungskomponente enthält lediglich die Partialmodelle, die die Generierung des Mehrwerts der Produkte bzw. Dienstleistungen für die Kunden aufzeigen (Wertschöpfung im engeren Sinne), wodurch die Wertschöpfungskomponente als „a basis for the expectation of receiving more cash“⁶⁹⁶ eingestuft werden kann. Die daran anknüpfende Monetarisierung der Produkte bzw. Dienstleistungen wird in der Kunden- und Marktkomponente thematisiert und zusätzlich durch die Strategiekomponente beeinflusst.⁶⁹⁷

Durch den Cash Flow Conversion Cycle sollen Einblicke in die anderen von *EFRAG* et al. betrachteten Schlüsselcharakteristika gegeben werden.⁶⁹⁸ Dies soll nachfolgend überprüft

⁶⁹⁰ *Bezold* (2009), S. 9.

⁶⁹¹ *Wirtz* (2013a), S. 154.

⁶⁹² Vgl. *Bezold* (2009), S. 9 und 23.

⁶⁹³ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.39.

⁶⁹⁴ *Bezold* (2009), S. 9.

⁶⁹⁵ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.2.

⁶⁹⁶ *Bezold* (2009), S. 9.

⁶⁹⁷ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁶⁹⁸ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.39.

werden, indem diese Schlüsselcharakteristika den Partialmodellen nach *Wirtz* zugeordnet werden.⁶⁹⁹ Das Charakteristikum ‚Activities of the business‘ ist mit dem Leistungserstellungsmodell vergleichbar, weil jeweils der Leistungserstellungsprozess betrachtet wird. Die ‚Configuration of Assets‘ ist dem Ressourcenmodell zuzuordnen, weil in letzterem auch die Kompetenzen hinsichtlich des Einsatzes der Core Assets des Leistungserstellungsprozesses thematisiert werden. ‚Customers of the products and services‘ findet sich im Kundenmodell wieder, weil in diesem u. a. die Kundenzielgruppen für die Produkte bzw. Dienstleistungen des Unternehmens bestimmt werden. Wie oben dargestellt, finden sich u. a. Leistungserstellungs-, Ressourcen- und Kundenmodell im Cash Flow Conversion Cycle wieder, so dass im Allgemeinen *EFRAG* et al. zuzustimmen ist, dass sich die anderen Schlüsselcharakteristika im Cash Flow Conversion Cycle widerspiegeln.⁷⁰⁰ Wäre eines dieser Schlüsselcharakteristika anstatt des ‚Cash generation and value creation‘-Charakteristikums als am bedeutendsten eingestuft worden, wäre lediglich ein geringerer Anteil der von *Wirtz* auf Unternehmensebene als besonders relevant eingestuften Partialmodelle berücksichtigt bzw. abgedeckt worden.⁷⁰¹

3.6.2.2.2. Zur Adäquanz der Konkretisierung durch den Cash Flow Conversion Cycle aus der Perspektive des Geschäftsmodell-Verständnisses des *IIRC*

Zieht man das Ergebnis der Einordnung der *IIRC*-Geschäftsmodell-Definition anhand der Partialmodelle nach *Wirtz* heran und vergleicht dieses mit dem Ergebnis der Einordnung des Cash Flow Conversion Cycle von *EFRAG* et al. anhand der Partialmodelle nach *Wirtz*, so zeigt sich (siehe Tabelle 3 auf S. 70), dass sich die Ergebnisse der Einordnungen entsprechen.⁷⁰² Infolgedessen lässt sich feststellen, dass das ***Verständnis über die bedeutenden Charakteristika eines Geschäftsmodells*** in der integrierten Unternehmensberichterstattung und der IFRS-Rechnungslegung konform wäre, wenn man das Verständnis von *EFRAG* et al. für die IFRS-Rechnungslegung heranziehen würde.⁷⁰³ Dies würde auch der Zielsetzung der Zusammenarbeit zwischen dem *IIRC* und der *IFRS Foundation* entsprechen, die Konformität und Kompatibilität zwischen der integrierten Unternehmensberichterstattung und der IFRS-Rechnungslegung anstrebt sowie die IFRS-Rechnungslegung als tragende Säule der integrierten Unternehmensberichterstattung einstuft.⁷⁰⁴

Wenngleich inhaltlich Parallelen im Verständnis der Charakteristika von Geschäftsmodellen zu attestieren sind, weicht das Verständnis darüber ab, wie der ***Geschäftsmodell-Begriff*** zu definieren ist. Das *IIRC* definiert diesen konkret als „system of transforming inputs, through its business activities, into outputs and outcomes that aims to fulfil

⁶⁹⁹ Vgl. nachfolgend Kapitel 3.6.1.1 i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁷⁰⁰ Vgl. ähnlich *ASBJ* (2014), Rn. 17(b).

⁷⁰¹ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.2.

⁷⁰² Vgl. Kapitel 3.5.3 und Kapitel 3.6.2.2.1.

⁷⁰³ Dies entspricht der Forderung des *DASB*: vgl. *DASB* (2014), S. 2.

⁷⁰⁴ Vgl. Kapitel 3.5.1.2.

the organization's strategic purposes and create value over the short, medium and long term⁷⁰⁵. Die Inhalte der Definition finden sich – wie oben festgestellt – auch in dem anhand des Cash Flow Conversion Cycle konkretisierten ‚Cash flow generation and value creation‘-Charakteristikum von *EFRAG* et al. wieder, jedoch wird dieses durch *EFRAG* et al. lediglich als Schlüsselcharakteristikum von Geschäftsmodellen eingestuft und dessen Ausgestaltung *nicht* mit dem Geschäftsmodell-Begriff gleichgesetzt.

Vergleicht man die Inhaltselemente des IR-Rahmenkonzepts mit den Partialmodellen nach *Wirtz*, lässt sich feststellen, dass sich – im Gegensatz zur Geschäftsmodell-Definition im IR-Rahmenkonzept – dort *alle* Partialmodelle wiederfinden.⁷⁰⁶ Berücksichtigt man, dass *Wirtz* die Partialmodelle aus seiner Geschäftsmodell-Definition ableitet, die sich aus einer breiten und interdisziplinären Literaturanalyse ergeben hat,⁷⁰⁷ so ist sich der Ansicht von *EFRAG* et al. anzuschließen, dass es sich bei denen im Cash Flow Conversion Cycle – und somit auch in der *IIRC*-Geschäftsmodell-Definition – enthaltenen Partialmodellen lediglich um Schlüsselcharakteristika von Geschäftsmodellen handelt.⁷⁰⁸ Hierdurch lässt sich erkennen, dass *EFRAG* et al. im Gegensatz zum *IIRC* ein ganzheitliches Begriffsverständnis besitzen. Das bedeutet, dass der Geschäftsmodell-Begriff sowohl unternehmensinterne als auch -externe Aspekte umfasst, wohingegen beim Begriffsverständnis des *IIRC* eher unternehmensinterne Aspekte im Fokus stehen.⁷⁰⁹

Im Ergebnis lässt sich festhalten, dass im IR-Rahmenkonzept zwar die Definition des Geschäftsmodell-Begriffs vor dem Hintergrund des aktuell im Schrifttum herrschenden Geschäftsmodell-Verständnisses zu eng gefasst ist, jedoch inhaltlich in den IR-Inhaltselementen die bedeutendsten Charakteristika von Geschäftsmodellen berücksichtigt werden.

⁷⁰⁵ *IIRC* (2013b), Par. 4.11.

⁷⁰⁶ Vgl. Kapitel 3.5.3.1.

⁷⁰⁷ Vgl. Kapitel 3.4.2.1.

⁷⁰⁸ So auch *DRSC* (2014), Rn. 4 f. i.V.m. DRS 20.37; *DASB* (2014), S. 2 f.; allgemein: *Jensen* (2013), S. 66.

⁷⁰⁹ Diese unterschiedlichen Begriffsauffassungen können mit einer Analyse von *Nielsen/Bukh* verknüpft werden. Dort wird zwischen ‚Narrow business model definitions‘ und ‚Broad business model definitions‘ unterschieden: *Nielsen/Bukh* (2011), S. 260 f. Unter erstere können das Begriffsverständnis des *IIRC* und unter letztere das Begriffsverständnis von *EFRAG* et al. und *Wirtz* eingeordnet werden.

<i>Wirtz</i>		<i>IIRC</i>		<i>EFRAG et al.</i>
		Inhaltselemente	Inhaltselement Business Model	Cash Flow Conversion Cycle
Strategiekomponente	Strategiemodell	●		
	<i>Ressourcenmodell</i>	●	●	●
	Netzwerkmodell	●		
Kunden- und Markt-komponente	<i>Kundenmodell</i>	●	●	●
	Marktangebotsmodell	●		
	<i>Erlösmodell</i>	●	●	●
Wertschöpfungskomponente	<i>Leistungserstellungsmodell</i>	●	●	●
	<i>Beschaffungsmodell</i>	●	●	●
	Finanzmodell			
	Kapitalmodell	●	●	●
	<i>Kostenmodell</i>	●	●	●

Tabelle 3: Einordnung des Geschäftsmodell-Verständnisses des *IIRC* und von *EFRAG et al.* anhand der Partialmodelle nach *Wirtz*⁷¹⁰

3.6.3. Fazit

Im Rahmen dieser Arbeit wurde für die Erarbeitung eines Geschäftsmodell-Verständnisses das der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre zuzurechnende Geschäftsmodell-Konzept nach *Wirtz*, das Geschäftsmodell-Konzept des *IIRC* im Rahmen der integrierten Unternehmensberichterstattung und das von *EFRAG et al.* für die IFRS-Rechnungslegung vorgeschlagene Begriffsverständnis analysiert.⁷¹¹ Diesen Geschäftsmodell-Konzepten ist allen eine Orientierung an der zentralen Zielgröße von potenziellen Eigenkapitalgebern zu attestieren.⁷¹²

Die Analyse hat gezeigt, dass sich die Partialmodelle des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz*, die auf Unternehmensebene von besonderer Bedeutung sind,⁷¹³ im Geschäftsmodell-Verständnis des *IIRC* und von *EFRAG et al.* wiederfinden lassen.⁷¹⁴ Folglich lässt sich festhalten, dass sich das Verständnis über die bedeutenden Charakteristika eines Geschäftsmodells – vor dem Hintergrund der hier betrachteten Konzepte und der

⁷¹⁰ Quelle: eigene Darstellung.

⁷¹¹ Vgl. Kapitel 3.4, Kapitel 3.5 und Kapitel 3.6.

⁷¹² Vgl. Kapitel 3.6.1.2.

⁷¹³ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.2.

⁷¹⁴ Vgl. Kapitel 3.5.3.2 und Kapitel 3.6.2.2.1.

eingenommenen Perspektive – innerhalb der Betriebswirtschaftslehre stark anzunähern scheint.⁷¹⁵ Zwar bestehen diesbezüglich weiterhin Unterschiede in der Verwendung des Geschäftsmodell-Begriffs, wobei der Begriffsverwendung von *EFRAG* et al. im Gegensatz zu der des *IIRC* gefolgt werden sollte, weil erstere in Einklang mit der Definition von *Wirtz* steht, die ein ganzheitliches Geschäftsmodell-Verständnis aufweist und auf einer breiten und interdisziplinären Literaturanalyse basiert.⁷¹⁶

Nachfolgend soll der kommerzielle Einsatz von Internet-Plattformen mit einer Social Networking-Anwendung unter Rückgriff auf das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* beschrieben werden. Dies liegt zum einen darin begründet, dass die Ausführungen von *EFRAG* et al. in Bezug auf die Elemente des Cash Flow Conversion Cycle sehr allgemein gehalten sind.⁷¹⁷ Zum anderen ist ebenso ein Rückgriff auf die Inhaltselemente des IR-Rahmenkonzepts nicht zielführend, weil die Vorgaben hierfür bewusst sehr allgemein gehalten sind, damit bei deren Ausgestaltung die unternehmensspezifischen Gegebenheiten größtmöglich berücksichtigt werden können.⁷¹⁸ Eine solche unternehmensspezifische Betrachtung ist durch die Partialmodelle des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* möglich, weil *Wirtz* diese speziell auf Unternehmen anwendet, die eine Social Networking-Internet-Plattform kommerziell einsetzen.⁷¹⁹ Des Weiteren finden sich die Elemente des Cash Flow Conversion Cycle in den Partialmodellen wieder.⁷²⁰

3.7. Anwendung des Geschäftsmodell-Konzepts nach *Wirtz* auf den kommerziellen Einsatz von Social Networking

3.7.1. Einordnung und Abgrenzung anhand der 4C-Net-Business-Model-Typologie

Nachfolgend sollen Unternehmen, die eine Social Networking-Internet-Plattform als zentrales Element ihrer Wertschöpfung für kommerzielle Zwecke einsetzen, mittels des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* beschrieben werden.⁷²¹ Hierfür wird zunächst eine Eingruppierung des Geschäftsmodells anhand von Geschäftsmodell-Typologien vorgenommen. Dies soll im Rahmen der Beschreibung des Geschäftsmodells der

⁷¹⁵ Ähnliches Ergebnis mit Bezug zur Geschäftsmodell-Forschung im Allgemeinen: *Jensen* (2013), S. 67; *Kleinmanns* (2016), S. 1271.

⁷¹⁶ Vgl. Kapitel 3.6.2.2.2.

⁷¹⁷ Vgl. *Moore Stephens LLP* (2014), S. 3; a. A. *ICAS* (2014), S. 2.

⁷¹⁸ Vgl. *IIRC* (2013b), Par. 4.3; *Kajüter/Hannen* (2014), S. 78 und 80; *Deloitte* (2015b), S. 2309, 2311 und 2324.

⁷¹⁹ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 357–382.

⁷²⁰ Vgl. Kapitel 3.6.2.2.1.

⁷²¹ Darüber hinaus können Social Networking-Anwendungen als *unterstützende* Elemente in den Wertschöpfungsprozess eingehen. Dies ist bspw. der Fall, wenn Social Networking auf einer unternehmenseigenen Internet-Plattform verwendet wird, um unternehmensexterne Nutzer der Internet-Plattform an der Produktentwicklung partizipieren lassen zu können. Hierdurch soll der Absatz von Produkten positiv beeinflusst werden: am Beispiel eines Automobilherstellers: *Busch* (2011), S. 68; *Heidemann* (2010), S. 268 f.; am Beispiel der BASF SE: *Engel* (2013), S. I; allgemein: *Kleemann/Voß/Rieder* (2008), S. 20 i.V.m. 23; *Hettler* (2010), S. 240 f. und 244 f.; *Rauch* (2014), S. 68–73. Unternehmen, die in dieser Form die Social Networking-Anwendung einsetzen, werden in dieser Arbeit nicht betrachtet, weil diese Unternehmen nicht unter das Geschäftsmodell Social Networks subsumiert werden.

Klassifizierung, Differenzierung und Orientierung dienen.⁷²² Die Klassifizierung erfolgt, indem die Geschäftsmodell-Art bestimmt wird (Klassifizierungsfunktion). Hierdurch erfolgt eine Abgrenzung von anderen Geschäftsmodell-Arten (Differenzierungsfunktion). Die spezifischen Charakteristika der festgestellten Geschäftsmodell-Art können unterstützend herangezogen werden, um das hier betrachtete Geschäftsmodell (insb. dessen Partialmodelle) zu beschreiben (Orientierungsfunktion).⁷²³

Zwar wurden noch keine allgemeingültigen Geschäftsmodell-Typologien durch die Literatur hervorgebracht, aber es haben sich – beschränkt auf bestimmte Anwendungsbereiche des Geschäftsmodell-Konzepts – spezifische Geschäftsmodell-Typologien entwickelt.⁷²⁴ Im E-Business-Bereich wird häufig auf das 4C-Net-Business-Model von *Wirtz*⁷²⁵ zurückgegriffen,⁷²⁶ welches vornehmlich zur Klassifizierung von Business-to-Consumer-Geschäftsmodellen (B2C-Geschäftsmodelle) angewendet wird.⁷²⁷ B2C-Geschäftsmodelle zeichnen sich dadurch aus, dass der Leistungsanbieter ein Unternehmen (Business) ist und private Konsumenten (Consumer) die Leistungsempfänger darstellen.⁷²⁸ Das 4C-Net-Business-Model kann auch auf B2B-Geschäftsmodelle angewendet werden.⁷²⁹ Zwar wäre es auch denkbar, dieser Geschäftsmodell-Kategorie Unternehmen zuzuordnen, die kommerziell eine Social Networking-Internet-Plattform betreiben. Dies könnte damit begründet werden, dass auf solchen Internet-Plattformen auch Unternehmen als Nutzer aktiv sind, die die Funktionen des Social Networking verwenden, um mit privaten Konsumenten in Kontakt zu treten.⁷³⁰ Jedoch ist bei den in Kapitel 1.1 erwähnten Unternehmen, die Social Networking-Anwendungen einsetzen und im Fokus von Investoren stehen (z. B. Facebook), die Anzahl an kommerziellen Nutzern im Vergleich zu privaten Konsumenten wesentlich geringer, da sich das Nutzenversprechen der Social Networking-Anwendung in erster Linie an private Konsumenten richtet. Dies zeigt sich u. a. darin, dass Unternehmen die Anzahl privater Konsumenten ihrer Entscheidung zugrunde legen, welche Social Media-Internet-Plattform sie für ihre Marketingaktivitäten nutzen.⁷³¹ Demzufolge wird in dieser Untersuchung davon ausgegangen,

⁷²² Vgl. *Wirtz/Loscher* (2001), S. 452; *Wirtz/Becker* (2002), S. 85 f.

⁷²³ Vgl. *Wirtz/Schilke/Ullrich* (2010), S. 274.

⁷²⁴ Vgl. *Lambert* (2015), S. 51; *Fielt* (2013), S. 99.

⁷²⁵ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 275–382; basierend auf: *Wirtz/Kleineicken* (2000), S. 629–633; *Wirtz/Loscher* (2001), S. 452–456; *Wirtz/Becker* (2002), S. 86–90.

⁷²⁶ Vgl. *Bächle/Lehmann* (2010), S. 12–15; *Fritz* (2004), S. 160–162; *Clement/Schreiber* (2010), S. 261–266; *Maaß* (2008), S. 32–35; *Kollmann* (2013), S. 56–58; *Häusler* (2009), S. 44 f.; *Holl/Witt* (2012), S. 1 f.; *Wirtz/Schilke/Ullrich* (2010), S. 284–286; *Panten* (2005), S. 59–62; *Mörl/Groß* (2008), S. 85–88; *Fox* (2010), S. 23–26; zu anderen Geschäftsmodell-Typologien u. a. im E-Business: *Fielt* (2013), S. 97–99; *Lambert* (2015), S. 54 f.

⁷²⁷ Vgl. *Wirtz/Kleineicken* (2000), S. 629.

⁷²⁸ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 23 f.

⁷²⁹ Vgl. *Maaß* (2008), S. 32; *Wirtz* schlägt zur Klassifizierung von B2B-Geschäftsmodellen das 4S-Net-Business-Model vor, welches an das 4C-Net-Business-Model angelehnt ist: *Wirtz* (2013b), S. 392–411.

⁷³⁰ Vgl. *Wirtz/Elsäßer* (2012), S. 290; Kapitel 3.7.2.2.1.

⁷³¹ Vgl. *Wirtz/Elsäßer* (2012), S. 290.

dass private Konsumenten die Hauptnutzergruppe der Social Networking-Anwendung sind und es sich somit im Großen und Ganzen um ein B2C-Geschäftsmodell handelt.

Das 4C-Net-Business-Model klassifiziert Geschäftsmodelle im B2C-Bereich in vier „Basisgeschäftsmodelltypen“⁷³²: „Content, Commerce, Context und Connection“⁷³³ (siehe auch Abbildung 8 auf S. 75). Diese werden durch das Leistungsangebot differenziert,⁷³⁴ was bedeutet, dass die Basisgeschäftsmodelltypen untereinander „anhand produkt- und dienstleistungsspezifischer Kriterien“⁷³⁵, d. h. durch einen Teilaspekt des Kundenmodells, abgegrenzt werden, so dass innerhalb der Typologien „ähnliche Leistungs- und Wertschöpfungsprozesse“⁷³⁶ in Bezug auf deren Wertschöpfungskomponente vorliegen.⁷³⁷

Der Basisgeschäftsmodelltyp Content zielt darauf ab, „Nutzern Inhalte einfach, bequem und visuell aufbereitet online zugänglich zu machen“⁷³⁸ (z. B. Nachrichtenportale⁷³⁹). Das Ziel des Basisgeschäftsmodelltyps Commerce „ist eine Unterstützung beziehungsweise Ergänzung oder gar Substitution der traditionellen Phasen einer Transaktion durch das Internet“⁷⁴⁰ (z. B. Versteigerungsportale). Der Basisgeschäftsmodelltyp Context strebt an, „dem Nutzer ein[en] Überblick und eine Orientierung über die online verfügbaren Informationen“⁷⁴¹ zu geben (z. B. Suchmaschinen). Zieht man die Funktionen der Social Networking-Anwendung heran,⁷⁴² so ist deren kommerzieller Einsatz dem Basisgeschäftsmodelltyp Connection zuzuordnen, weil dieser Typ darauf abzielt, „die Interaktion von Akteuren in virtuellen Netzwerken“⁷⁴³ zu ermöglichen.

Der Basisgeschäftsmodelltyp Connection bzw. sein Nutzenversprechen kann wiederum in „idealtypische[n] Geschäftsmodellvarianten“⁷⁴⁴ aufgegliedert werden, die mit „Intra-Connection und Inter-Connection“⁷⁴⁵ bezeichnet werden.⁷⁴⁶ Der kommerzielle Einsatz von Social Networking-Anwendungen ist der idealtypischen Geschäftsmodell-Variante Intra-Connection zuzuordnen,⁷⁴⁷ weil diese auf die „Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb des

⁷³² Wirtz/Loscher (2001), S. 452.

⁷³³ Wirtz/Kleineicken (2000), S. 629.

⁷³⁴ Vgl. Wirtz/Loscher (2001), S. 452; Wirtz/Becker (2002), S. 86.

⁷³⁵ Wirtz/Becker (2002), S. 86.

⁷³⁶ Wirtz/Becker (2002), S. 86.

⁷³⁷ Vgl. Wirtz (2013b), S. 275 f.

⁷³⁸ Wirtz (2013b), S. 278.

⁷³⁹ Vgl. Fox (2010), S. 46.

⁷⁴⁰ Wirtz (2013b), S. 305.

⁷⁴¹ Wirtz/Becker (2002), S. 89.

⁷⁴² Vgl. Kapitel 3.1.2.1.

⁷⁴³ Wirtz/Kleineicken (2000), S. 633.

⁷⁴⁴ Wirtz (2013b), S. 357.

⁷⁴⁵ Wirtz/Loscher (2001), S. 455.

⁷⁴⁶ Vgl. Wirtz (2013b), S. 358 f.

⁷⁴⁷ Vgl. Wirtz (2013b), S. 358 f.

Internet“ anstatt auf „den Zugang zu den physischen Netzwerkverbindungen“ des Internet (z. B. Internet-Dienstanbieter) abzielt.⁷⁴⁸

Die Geschäftsmodelle, die der idealtypischen Geschäftsmodellvariante Intra-Connection zugeordnet werden, können wiederum in unterschiedliche Bereiche aufgegliedert werden. Darunter fallen z. B. „Mailing Services“ und „Community“.⁷⁴⁹ Letzterem Bereich sind Unternehmen mit Social Networking-Internet-Plattformen zuzuordnen, weil „den Nutzern eine Plattform geboten [wird], um Kontakt zu Gleichgesinnten bzw. Freunden aufzunehmen und darüber Informationen, Wissen, Meinungen oder auch Daten in Form von Dateien auszutauschen“⁷⁵⁰. Der Bereich Community wird von *Wirtz* in „Sub-Geschäftsmodelle“ aufgegliedert, die mit „Social Messages“ (z. B. Twitter), „Customer Exchanges“ (z. B. Flickr), „Customer Opinion Portal“ (z. B. Ciao) und „Social Networks“ bezeichnet werden.⁷⁵¹ Zur zuletzt genannten Kategorie gehören Unternehmen, deren Leistungserstellungsmodell sich im Wesentlichen durch eine Social Networking-Anwendung auszeichnet, um das Nutzenversprechen für deren Nutzer zu realisieren (wie z. B. Facebook, Myspace, StudiVZ).⁷⁵² Social Networks können zusätzlich in private und berufliche Social Networks differenziert werden.⁷⁵³ Bei der ersten Variante erfolgt die Präsentation, Vernetzung und Kommunikation der Nutzer „auf der privaten, persönlichen Ebene“ (nachfolgend private Social Networks), und bei der zweiten Variante auf der beruflichen Ebene (nachfolgend berufliche Social Networks).⁷⁵⁴ Nachfolgend liegt der Fokus auf privaten Social Networks, weil diese einerseits von größerer Bedeutung u. a. gemessen an der Nutzeranzahl sind.⁷⁵⁵ Darüber hinaus ist „[d]as Leistungsangebot der [privaten und beruflichen, Anm. d. Verf.] Plattformen [...] meist sehr identisch“⁷⁵⁶.

Die in diesem Kapitel vorgenommene Klassifizierung wird in Abbildung 8 auf S. 75 dargestellt.

⁷⁴⁸ Vgl. *Wirtz/Loscher* (2001), S. 455 (auch Zitate).

⁷⁴⁹ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 358 (auch Zitate).

⁷⁵⁰ *Wirtz* (2013b), S. 358 f.

⁷⁵¹ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 358 und 369–373 (auch Zitate).

⁷⁵² Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 369 f. und 380 i.V.m. Kapitel 3.1.2.1; *Mörl/Groß* (2008), S. 62.

⁷⁵³ Vgl. *Hoegg et al.* (2006), S. 10; *Hippner* (2006), S. 13; *Gneiser et al.* (2012), S. 63 f.; kritisch: *Häusler* (2009), S. 35 f.; *Mörl/Groß* (2008), S. 54.

⁷⁵⁴ Vgl. *Busemann/Gscheidle* (2012), S. 380 (auch Zitat); *Heidemann* (2010), S. 263; *Mörl/Groß* (2008), S. 54; *Buss/Strauss* (2009), S. 16; *Wirtz* (2013b), S. 369.

⁷⁵⁵ Vgl. *BITKOM* (2013), S. 3; Kapitel 3.7.2.2.3.

⁷⁵⁶ *Wirtz* (2013b), S. 369.

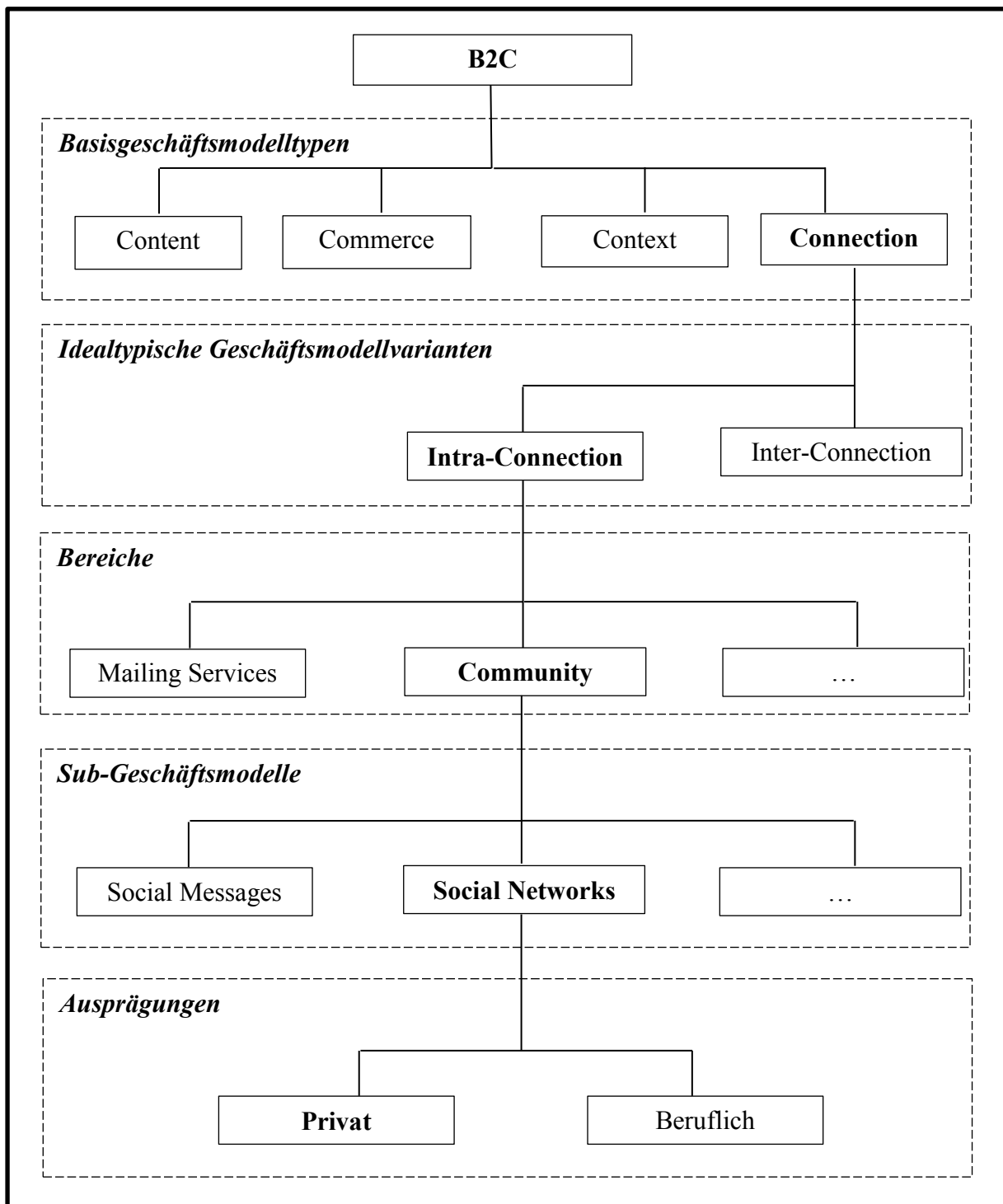


Abbildung 8: Klassifizierung von Unternehmen mit kommerzieller Social Networking-Internet-Plattform anhand der 4C-Net-Business-Model-Typologie⁷⁵⁷

⁷⁵⁷ Quelle: in Anlehnung an Wirtz (2013b), S. 358 und Wirtz/Loscher (2001), S. 457.

3.7.2. Charakterisierung des Geschäftsmodells Social Networks

3.7.2.1. Strategiemodell

Nachfolgend werden Unternehmen, die eine kommerzielle Internet-Plattform mit einer Social Networking-Anwendung betreiben, anhand der Partialmodelle des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* beschrieben.⁷⁵⁸ Hierfür wird an die Klassifizierung durch den Basisgeschäftsmodelltyp Connection angeknüpft und zur Orientierung auf die Analyse dieses Basisgeschäftsmodelltyps von *Wirtz* zurückgegriffen.⁷⁵⁹

Das wesentlichste Element des Strategiemodells ist das Unternehmensleitbild, aus dem sich die Ziele und Aktivitäten eines Unternehmens ableiten. Das Unternehmensleitbild beinhaltet das Nutzenversprechen an die Anspruchsgruppen des Unternehmens, um den Zweck zu beschreiben, weshalb das Unternehmen betrieben wird.⁷⁶⁰

Eine bedeutende Anspruchsgruppe von Social Networks sind die Eigenkapitalgeber, weil es sich annahmegemäß um den kommerziellen Einsatz der Social Networking-Plattform handelt.⁷⁶¹ Folglich streben Social Networks an, dass den Eigenkapitalgebern aus der Unternehmenstätigkeit zukünftig Cash Flows zugehen. Dies soll durch den Einsatz einer Social Networking-Anwendung realisiert werden, indem die Internet-Plattform durch Internet-Nutzer in Anspruch genommen wird und hierdurch Cash Flows durch das Unternehmen generiert werden. Demzufolge stellen die Nutzer der Internet-Plattform eine weitere bedeutende Anspruchsgruppe von Social Networks dar, weil durch die Nutzer direkt und/oder indirekt Cash Flows beim Social Network anfallen. Anknüpfend an die Funktionalitäten der betrachteten Web 2.0-Anwendung und der Klassifizierung des kommerziellen Einsatzes als Sub-Geschäftsmodell Social Networks des Basisgeschäftsmodelltyps Connection besteht das Nutzenversprechen („Value Proposition“⁷⁶²) an diese Anspruchsgruppe darin, die Eigenpräsentation, Vernetzung und Kommunikation über das Internet zu ermöglichen.⁷⁶³

3.7.2.2. Kunden- und Marktkomponente

3.7.2.2.1. Kundenmodell

Anhand des Kundenmodells werden die angebotenen Produkte und/oder Dienstleistungen eines Unternehmens und die dazugehörigen Kundengruppen beschrieben.⁷⁶⁴

Der Zugang zu der Internet-Plattform und die Nutzungsmöglichkeit der Funktionalitäten der Internet-Plattform stellen die zentralen Dienstleistungen („Kernleistung“⁷⁶⁵) von Social

⁷⁵⁸ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁷⁵⁹ Vgl. Kapitel 3.7.1; *Wirtz* (2013b), S. 357–382.

⁷⁶⁰ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁷⁶¹ Vgl. Kapitel 3.2.

⁷⁶² *Wirtz* (2013a), S. 127.

⁷⁶³ Vgl. Kapitel 3.1.2.1 und Kapitel 3.7.1.

⁷⁶⁴ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁷⁶⁵ *Clement/Schreiber* (2010), S. 266; *Kollmann* (2011), S. 265.

Networks für die Nutzer der Internet-Plattform dar, um das Nutzenversprechen zu erfüllen.⁷⁶⁶ Diese Dienstleistungen können sowohl von privaten Konsumenten als auch von Unternehmen in Anspruch genommen werden,⁷⁶⁷ wobei erstere annahmegemäß das Gros der Nutzer darstellen.⁷⁶⁸ Die privaten Konsumenten nutzen primär die Funktionen der Internet-Plattform, um mit anderen privaten Konsumenten zu interagieren. Unternehmen hingegen versuchen vornehmlich mit privaten Konsumenten in Kontakt zu treten (insb. über Produkt- und Unternehmensprofile).⁷⁶⁹

Eine weitere Dienstleistung ist die Bereitstellung von Werbeflächen (z. B. grafische und/oder textbasierte Anzeigen)⁷⁷⁰, die zielgruppengenaues bzw. individualisiertes Marketing ermöglichen soll.⁷⁷¹ Diese kann als Nebendienstleistung („Nebenleistung“⁷⁷²) von Social Networks eingestuft werden, weil sie aus technischer Perspektive nicht notwendig ist, um das Nutzenversprechen für die Nutzer realisieren zu können und erst durch die offerierte zentrale Dienstleistung an Attraktivität gewinnt.⁷⁷³ Die Nebendienstleistung kann sowohl von den oben genannten Nutzern der Internet-Plattform als auch von Werbenden, die nicht auf die originären Funktionen der Social Networking-Anwendung zugreifen, in Anspruch genommen werden.⁷⁷⁴

Eine weitere Nebendienstleistung kann die Integration von weiteren – nicht dem Social Networking originär zurechenbaren – Funktionen auf der Internet-Plattform sein, die durch sog. Apps (z. B. in Form von Spielen) von externen Unternehmen angeboten werden, die hierdurch Erlöse durch die Nutzer der Internet-Plattform generieren möchten (z. B. durch den Verkauf von digitalen Gütern).⁷⁷⁵ Weil diese Nebendienstleistung nicht zu dem originären Nutzenversprechen von Social Networks zählt und lediglich einen geringen Anteil der Erlöse von privaten Social Networks ausmacht,⁷⁷⁶ wird nachfolgend von dieser Nebendienstleistung abstrahiert.

⁷⁶⁶ Vgl. *Clement/Schreiber* (2010), S. 266 f.; *Kollmann* (2011), S. 265 f.; *Enderle/Wirtz* (2008), S. 37; *Häusler* (2009), S. 24.

⁷⁶⁷ Vgl. *Wirtz/Ullrich* (2008), S. 27; *Henry/Rosenthal/Weitz* (2014), S. 54; *Buss/Strauss* (2009), S. 149; *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 8; *Hettler* (2010), S. 201.

⁷⁶⁸ Vgl. hierzu Kapitel 3.7.1.

⁷⁶⁹ Vgl. *Lipsman et al.* (2012), S. 43; *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 8; *Hettler* (2010), S. 56 und 201–216; *Mörl/Groß* (2008), S. 101; *Rana/Caton* (2010), S. 35 f.; *Li/Lin/Chiu* (2014), S. 101; *Hanafizadeh et al.* (2012), S. 55; *Schmidt* (2015), S. 164–166 m.w.N.

⁷⁷⁰ Vgl. *Asdemir/Kumar/Jacob* (2012), S. 819; *Li/Lee/Lien* (2012), S. 121.

⁷⁷¹ Vgl. *Li/Lin/Chiu* (2014), S. 100; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 190; *Markus* (2002), S. 129; *Andrejevic* (2011), S. 33, 35 und 39.

⁷⁷² *Clement/Schreiber* (2010), S. 266; *Kollmann* (2011), S. 265; *Wirtz* spricht in diesem Zusammenhang von „zusätzliche[n] Leistungen“; *Wirtz* (2013a), S. 142; *Markus* spricht von „Sonstige[r] Dienstleistung“; *Markus* (2002), S. 116 und 129.

⁷⁷³ Vgl. *Clement/Schreiber* (2010), S. 266 f.; *Kollmann* (2011), S. 265 f.; *Markus* (2002), S. 116 und 129; *Andrejevic* (2011), S. 39 f.

⁷⁷⁴ Vgl. *Kollmann* (2011), S. 265; *Olbrich/Holsing* (2014), S. 557 f.; *Berge/Buesching* (2008), S. 28.

⁷⁷⁵ Vgl. *Claussen/Kretschmer/Mayrhofer* (2013), S. 188; *Bodle* (2011), S. 89 f.; *Heidemann* (2010), S. 269; *Evans* (2011), S. 67 und 379; zur Monetarisierung dieser Nebendienstleistung: *Enders et al.* (2008), S. 208 und 210; *Claussen/Kretschmer/Mayrhofer* (2013), S. 190; *Rana/Caton* (2010), S. 35; *Evans* (2011), S. 67; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 15.

⁷⁷⁶ Vgl. *Claussen/Kretschmer/Mayrhofer* (2013), S. 188; *Birke* (2013), S. 164.

3.7.2.2.2. Erlösmodell

Das Erlösmodell stellt dar, wie ein Unternehmen die Wertschöpfung in Erlöse transformiert.⁷⁷⁷

Die Wertschöpfung durch die angebotenen Dienstleistungen kann in verschiedenen Formen durch Social Networks monetarisiert werden („Value Capture“⁷⁷⁸). Diese Erlösformen werden nach *Wirtz* in direkte und indirekte Erlösgenerierung unterteilt,⁷⁷⁹ wobei diese wiederum zusätzlich in transaktionsunabhängige und transaktionsabhängige Varianten unterschieden werden können (siehe Tabelle 4 auf S. 80).⁷⁸⁰

Bei direkten Erlösformen werden Erlöse dadurch generiert, dass die zentralen Dienstleistungen gegen Entgelt angeboten werden.⁷⁸¹ In Bezug auf Social Networks kann dies in verschiedenen Ausprägungen realisiert werden. Einerseits können sowohl der Zugang als auch die Nutzung nur gegen Entgelt beansprucht werden. Andererseits können der Zugang und die Nutzung von Basisfunktionalitäten kostenfrei sein, jedoch können über diese hinausgehende Funktionen (z. B. erweiterte Suchfunktion nach Mitgliedern, Ausbau der Funktionalitäten von Unternehmensprofilen) lediglich gegen Entgelt in Anspruch genommen werden („Freemium“⁷⁸²-Erlösmodell).⁷⁸³ Die vorgenannten Varianten stellen transaktionsunabhängige direkte Erlösformen dar, weil „Erlöse werden [...] unabhängig von der Nutzung bereits durch die Nutzungsbereitstellung erzielt“^{784 785}.

Bei indirekten Erlösformen werden die Erlöse dadurch generiert, dass die Nebendienstleistungen monetarisiert werden.⁷⁸⁶ In Bezug auf Social Networks kann die Bereitstellung von Werbeflächen transaktionsabhängig und transaktionsunabhängig vorliegen.⁷⁸⁷ Ersteres ist gegeben, wenn Erlöse in der Weise generiert werden, dass durch die Werbefläche eine bestimmte Aktion des Nutzers hervorgerufen wurde (z. B. Klicken auf die Werbefläche, sog. „Cost-Per-Click“⁷⁸⁸).⁷⁸⁹ Bei Transaktionsunabhängigkeit werden bereits

⁷⁷⁷ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁷⁷⁸ *Wirtz* (2013a), S. 142.

⁷⁷⁹ So auch bspw. *Kollmann* (2011), S. 210.

⁷⁸⁰ Vgl. *Wirtz/Kleineicken* (2000), S. 629 f.; *Wirtz/Lihotzky* (2003), S. 523; *Wirtz* (2013a), S. 142; zu weiteren (ähnlichen) Systematisierungen von Erlösformen: *Weber* (2006), S. 46–93.

⁷⁸¹ Vgl. *Wirtz/Lihotzky* (2003), S. 523; *Wirtz* (2013a), S. 142; *Clement/Schreiber* (2010), S. 266; *Kollmann* (2011), S. 265.

⁷⁸² *McGrath* (2010), S. 251.

⁷⁸³ Vgl. *Ott* (2014a), S. 58; *Enders et al.* (2008), S. 207; *McGrath* (2010), S. 251; *Birke* (2013), S. 164; *Mörl/Groß* (2008), S. 106 f.; *Rana/Caton* (2010), S. 35; *Rother* (2010), S. 27 f.; *Fox* (2010), S. 59; *Schmidt* (2015), S. 162.

⁷⁸⁴ *Wirtz* (2013a), S. 142.

⁷⁸⁵ Vgl. *Wirtz/Kleineicken* (2000), S. 630; *Bächle/Lehmann* (2010), S. 15.

⁷⁸⁶ Vgl. *Wirtz/Lihotzky* (2003), S. 523; *Wirtz* (2013a), S. 142; *Clement/Schreiber* (2010), S. 266; *Kollmann* (2011), S. 265; *Bhimani/Willcocks* (2014), S. 476.

⁷⁸⁷ Vgl. *Holl/Witt* (2012), S. 5.

⁷⁸⁸ *Olbrich/Holsing* (2014), S. 558.

⁷⁸⁹ Vgl. *Asdemir/Kumar/Jacob* (2012), S. 804; *Holl/Witt* (2012), S. 5; *Fox* (2010), S. 30; *Wirtz/Lihotzky* (2003), S. 523; zu einer Übersicht über verschiedene Varianten am Beispiel von Facebook: *Olbrich/Holsing* (2014), S. 558 f.

durch die Schaltung bzw. Einblendung der Anzeige Erlöse realisiert („Cost-Per-Mille“⁷⁹⁰).⁷⁹¹ Wenngleich beide Varianten in Social Networks Anwendung finden,⁷⁹² ist eine Tendenz zur transaktionsabhängigen Variante zu erkennen, weil hierdurch dem Phänomen der „banner blindness“⁷⁹³ Rechnung getragen wird und lediglich im Erfolgsfall bzw. bei direkt nachvollziehbarer Werbewirksamkeit eine Vergütung der Leistung erfolgt.⁷⁹⁴

Grundsätzlich kann das Erlösmodell aus direkten und/oder indirekten Erlösformen bestehen (siehe Abbildung 9 auf S. 80).⁷⁹⁵ Dabei wird von *Kollmann* wie auch von *Clement/Schreiber* eine Differenzierung in die Varianten Singular-, Plural- und Symbiose-Prinzip vorgenommen (siehe Tabelle 4 auf S. 80).⁷⁹⁶ Ersteres beinhaltet nur die Monetarisierung der zentralen Dienstleistungen.⁷⁹⁷ Beim Plural-Prinzip werden sowohl durch die zentralen Dienstleistungen als auch durch die Nebendienstleistungen Erlöse generiert.⁷⁹⁸ Insofern die Kernleistung kostenlos angeboten wird und die Nebenleistung kostenpflichtig ist, wird vom Symbiose-Prinzip gesprochen, weil „[d]ie Kernleistung ist Mittel zum Zweck, wobei diese ohne die Einnahmen aus der Nebenleistung nicht aufrechterhalten werden kann und umgekehrt die Nebenleistung ohne die Kernleistung gar nicht existieren würde (Symbiose)“.⁷⁹⁹ Bei privaten Social Networks dominiert das Symbiose-Prinzip,⁸⁰⁰ weil u. a. die Nutzer zumeist eine sehr geringe Zahlungsbereitschaft für die zentralen Dienstleistungen „aufgrund der Invisibilität der Kostenstrukturen“⁸⁰¹ aufweisen und deswegen die deutliche Gefahr besteht, dass bei der Einführung von Nutzungsentgelten die Nutzer zu Anbietern abwandern, bei denen die Nutzung kostenlos angeboten wird.⁸⁰² Durch diese Problematik und die „hohe Nutzerfrequenz“ in privaten Social Networks wird der indirekten Erlösgenerierung das höchste Potential der Erlösformen zugesprochen.⁸⁰³

⁷⁹⁰ *Olbrich/Holsing* (2014), S. 558; wird auch mit „cost per thousand impressions (CPM)“ bezeichnet: *Asdemir/Kumar/Jacob* (2012), S. 804.

⁷⁹¹ Vgl. *Asdemir/Kumar/Jacob* (2012), S. 804; *Holl/Witt* (2012), S. 5; *Fox* (2010), S. 28; *Wirtz/Lihotzky* (2003), S. 523; *Olbrich/Holsing* (2014), S. 558.

⁷⁹² Vgl. *Rana/Caton* (2010), S. 34 f.

⁷⁹³ *Buss/Strauss* (2009), S. 146.

⁷⁹⁴ Vgl. *Berge/Buesching* (2008), S. 31.

⁷⁹⁵ Vgl. *Wirtz/Kleineicken* (2000), S. 630; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 19.

⁷⁹⁶ Vgl. *Clement/Schreiber* (2010), S. 266 f.; *Kollmann* (2011), S. 265.

⁷⁹⁷ Z. B. zwischenzeitlich beim beruflichen Social Network Xing vorzufinden: *Enders et al.* (2008), S. 203 f.

⁷⁹⁸ Z. B. beim privaten Social Network StayFriends vorzufinden: *Enders et al.* (2008), S. 204.

⁷⁹⁹ Vgl. *Kollmann* (2011), S. 265 (auch Zitat); *Clement/Schreiber* (2010), S. 266 f.

⁸⁰⁰ Vgl. *Kollmann* (2011), S. 265; *Redeker* (2015), Rn. 417; *Enders et al.* (2008), S. 203; *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 7 f.; *Osterwalder/Pigneur* (2011), S. 97; allgemeiner: *Wirtz/Schilke/Ullrich* (2010), S. 276; *Gneiser et al.* (2012), S. 63.

⁸⁰¹ *Wirtz/Kleineicken* (2000), S. 633.

⁸⁰² Vgl. *Hoegg et al.* (2006), S. 10 f.; *Enders et al.* (2008), S. 206 und 209; *Clement/Schreiber* (2010), S. 263; *Maaß* (2008), S. 34 f.; *Rother* (2010), S. 25 und 27; *Fox* (2010), S. 59.

⁸⁰³ Vgl. *Clement/Schreiber* (2010), S. 265 (auch Zitat); Kapitel 3.7.2.2.3; *Enders et al.* (2008), S. 209; *Birke* (2013), S. 164 f.; *Bhimani/Bromwich* (2010), S. 84; *Fox* (2010), S. 59.

Erlösmodell		
Erlösformen	Direkte Erlösgenerierung	Indirekte Erlösgenerierung
Varianten		
Transaktions-abhängig	–	Werbe­flächen bspw. i. V.m. Cost-Per-Click
Transaktions-unabhängig	Entgelt für Nutzung (inkl. Freemium-Modell)	Werbe­flächen i. V.m. Cost-Per-Mille
Anwendungs-prinzipien	Singular-Prinzip	Symbiose-Prinzip
	Plural-Prinzip	

Tabelle 4: Ausgestaltungsmöglichkeiten des Erlösmodells von Social Networks⁸⁰⁴

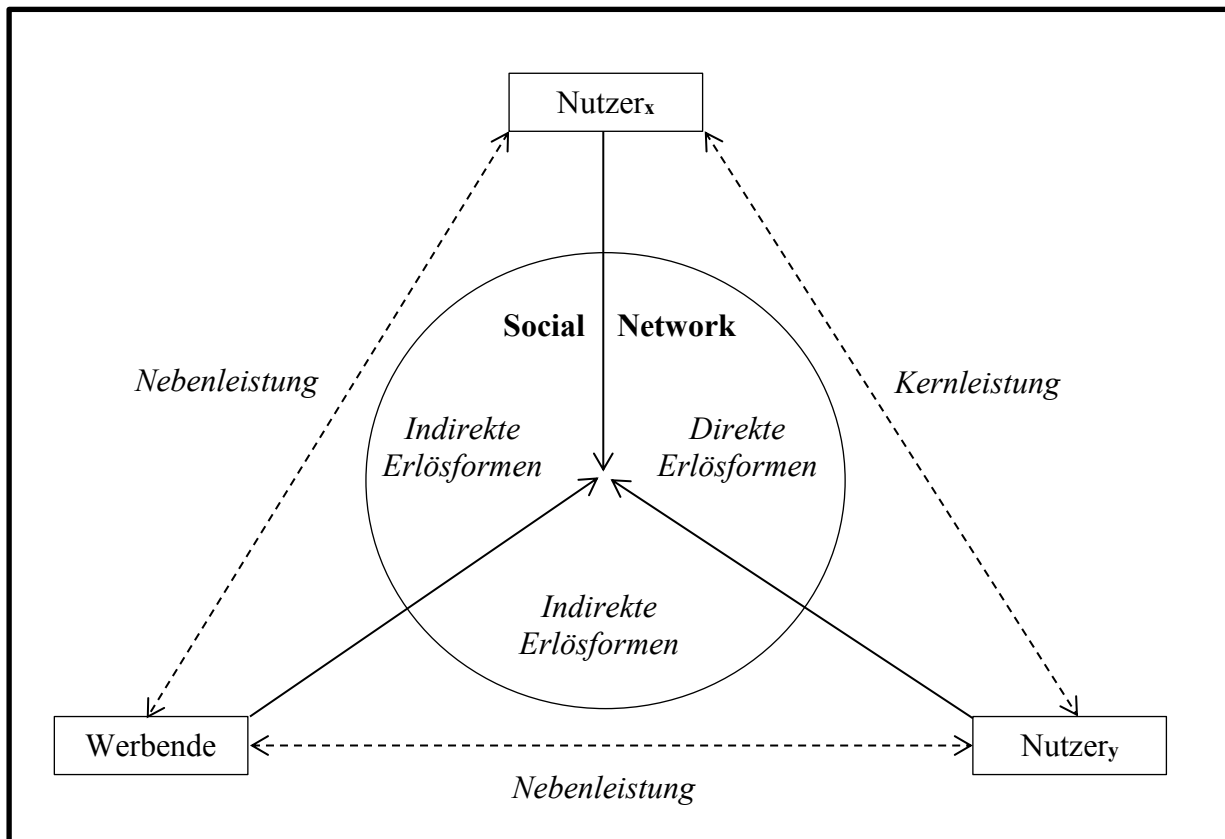


Abbildung 9: Kunden- und Erlösmodell von Social Networks⁸⁰⁵

3.7.2.2.3. Marktangebotsmodell

Das Marktangebotsmodell dient der „Abbildung der Unternehmensumwelt mit Fokus auf Marktstruktur und Wettbewerber“.⁸⁰⁶

⁸⁰⁴ Quelle: in Anlehnung an Wirtz/Kleineicken (2000), S. 629 und Wirtz/Lihotzky (2003), S. 523.

⁸⁰⁵ Quelle: eigene Darstellung.

⁸⁰⁶ Vgl. Wirtz (2013a), S. 141 (auch Zitat); Kapitel 3.4.2.2.1.

Sowohl in Deutschland als auch weltweit nimmt die Anzahl von Nutzern von Internet-Plattformen weiter zu (z. B. facebook.com), die von Unternehmen mit Web 2.0-Geschäftsmodellen betrieben werden.⁸⁰⁷ In Deutschland sind laut einer Studie des Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM) 78 % der Internet-Nutzer (ab 14 Jahren) in mindestens einem sozialen Netzwerk registriert und 67 % nutzen diese regelmäßig.⁸⁰⁸ Der *ARD/ZDF Onlinestudie 2012* ist zu entnehmen, dass bei beruflichen Social Networks (2008: 2 %, 2012: 3 %, Δ 1 %) im Gegensatz zu privaten Social Networks (2008: 18 %, 2012: 36 %, Δ 18 %) der Anteil an regelmäßigen Nutzern lediglich geringfügig gestiegen ist.⁸⁰⁹ Dies liegt insb. darin begründet, dass berufliche Netzwerke im Vergleich zu privaten Netzwerken „nur in bestimmten Altersgruppen eine gewisse Relevanz besitzt[en]“⁸¹⁰. Internet-Plattformen von Unternehmen mit anderen Web 2.0-Geschäftsmodellen haben zwar einen Zuwachs erfahren, jedoch nicht in dem Umfang wie private Social Networks. Beispiele hierfür sind die Geschäftsmodell-Varianten E-Information (am Beispiel von Wikipedia: 2008: 25 %, 2012: 30 %, Δ 5 %) und E-Movies (am Beispiel von Videoportalen: 2008: 21 %, 2012: 32 %, Δ 11 %).⁸¹¹ Diese Entwicklungen haben zur Folge, dass Unternehmen ihre Marketing-Maßnahmen im Bereich der sozialen Medien überwiegend auf Internet-Plattformen mit Social Networking-Anwendung durchführen.⁸¹²

Die aufgezeigten Entwicklungen können in der Weise gedeutet werden, „dass es sich nicht um einen kurzfristigen Hype handelt“⁸¹³. Dies lässt sich u. a. damit begründen, dass von einer steigenden Basis an Nutzern ausgegangen werden kann, weil insb. deren „Vernetzungsbedürfnis“⁸¹⁴ weiterhin bestehen wird,⁸¹⁵ deren Verweildauer im Internet steigt und darüber hinaus mehr Personen (mobilen) Zugang zum Internet erhalten werden.⁸¹⁶ Darüber hinaus werden Social Networks als eines der bedeutendsten Werbemedien eingeordnet, um die

⁸⁰⁷ Vgl. Hohensee et al. (2011), S. 44; Schiller et al. (2014), S. 1; Heggmaier/Riedl/Wutschke (2014), S. 326; Wirtz/Elsäßer (2012), S. 293 i.V.m. Zarrella (2012), S. 5 f.; Hettler (2010), S. 57.

⁸⁰⁸ Vgl. BITKOM (2013), S. 7.

⁸⁰⁹ Vgl. Busemann/Gscheidle (2012), S. 387; hierbei werden private Social Networks als „Private Netzwerke und Communitys“ und berufliche Social Networks als „Berufliche Netzwerke und Communitys“ bezeichnet.

⁸¹⁰ Busemann/Gscheidle (2012), S. 380; Enders et al. (2008), S. 204.

⁸¹¹ Vgl. Busemann/Gscheidle (2012), S. 387; in der Studie wird eine regelmäßige Nutzung anhand einer zumindest wöchentlichen Nutzung operationalisiert; selbes Ergebnis, aber abgeleitet aus Nutzerzahlen und Seitenaufrufen: Berge/Buesching (2008), S. 26; Einordnung der Geschäftsmodellvarianten in Anlehnung an Wirtz: Wirtz (2013b), S. 299 und 293.

⁸¹² Vgl. DIM (2010), S. 4–6; Wirtz (2013b), S. 59.

⁸¹³ Wirtz (2011b), S. 75; Wirtz (2013b), S. 65; bereits: Enders et al. (2008), S. 200.

⁸¹⁴ Wirtz/Elsäßer (2012), S. 293.

⁸¹⁵ Vgl. hierzu Enders et al. (2008), S. 200–202. Diese begründen dies anhand „The long tail of social networking“. Hieran wird der zusätzliche Nutzen von privaten Social Networks aufgezeigt, der für die Internet-Nutzer darin besteht, auf ein erweitertes persönliches Netzwerk durch die digitale Vernetzung zugreifen zu können, was durch traditionelle Vernetzungsmöglichkeiten kaum zu realisieren wäre; Auray (2014), S. 90 f. und 93; Häusler (2009), S. 12; Li/Lin/Chiu (2014), S. 99: „Social media meet core human needs (contacting, commenting, sharing, etc.) and consequently are becoming increasingly prevalent.“; ähnlich mit Bezug auf Maslow’s Bedürfnispyramide: Hoegg et al. (2006), S. 9 f.; Mühlbeck/Skibicki (2008), S. 47 f.; Häusler (2009), S. 13 f.; zu weiteren Motiven: Loiacono (2014).

⁸¹⁶ Vgl. Wirtz/Elsäßer (2012), S. 293; BITKOM (2013), S. 8 und 13; Enders et al. (2008), S. 200; Heidemann (2010), S. 269; Wike/Comer (2012), S. 47; Mörl/Groß (2008), S. 143.

Zielgruppe „Generation Y“⁸¹⁷ anzusprechen.⁸¹⁸ Aufgrund der vorgenannten Aspekte wird die Präsenz von Unternehmen (z. B. durch Unternehmensprofile, Werbeanzeigen)⁸¹⁹ in privaten Social Networks im Rahmen ihrer Marketingaktivitäten als „Pflichtprogramm“⁸²⁰ eingestuft.⁸²¹ Außerdem wird dies als „kostengünstige Alternative zu anderen, klassischen Marketingkanälen“⁸²² angesehen.⁸²³ Dies liegt u. a. in der Menge an Daten begründet, die über die Nutzer durch ihre Angaben und Aktivitäten in den Social Networks gesammelt werden und die zielgruppenadäquate bzw. individualisierte Werbemaßnahmen mit geringeren Streuverlusten im Vergleich zu anderen Werbemedien ermöglichen.⁸²⁴ Darüber hinaus kann der Werbeerfolg bspw. durch transaktionsabhängige indirekte Erlösformen besser nachvollzogen werden.⁸²⁵

Im Internet werden eine Vielzahl von privaten Social Networks betrieben, wobei global und lokal agierende kommerzielle private Social Networks zu unterscheiden sind.⁸²⁶ Zu ersteren zählen insb. facebook.com, plus.google.com und myspace.com. Speziell für den deutschsprachigen Raum angebotene private Social Networks sind bspw. studiVZ.de, lokalisten.de und werkenntwen.de, wobei der Betrieb von letzterem Mitte 2014 eingestellt wurde.⁸²⁷ Betrachtet man das Wettbewerbsumfeld von Social Networks in Deutschland anhand einer Studie des *BITKOM*,⁸²⁸ so lässt sich erkennen, dass die dort befragten Internetnutzer aus Deutschland zwar durchschnittlich bei mehreren Social Networks angemeldet sind (wie z. B. facebook.com, plus.google.com, werkenntwen.de), sich jedoch deren Aktivitätsgrad auf den verschiedenen Social Networks stark unterscheidet.⁸²⁹ Bspw. sind 64 % der Befragten bei facebook.com und 18 % bei plus.google.com angemeldet. Hingegen nutzen 56 % der Befragten facebook.com aktiv, wohingegen lediglich 6 % der Studienteilnehmer plus.google.com aktiv nutzen.⁸³⁰ Darüber hinaus nehmen die Aktivitäten deutscher Internet-Nutzer bei global

⁸¹⁷ Buss/Strauss (2009), S. 146; diese subsumieren hierunter die Geburtsjahrgänge 1977 bis 1995.

⁸¹⁸ Vgl. Buss/Strauss (2009), S. 146 f.; Mörl/Groß (2008), S. 96; allgemeiner: Hanafizadeh et al. (2012), S. 47.

⁸¹⁹ Vgl. Olbrich/Holsing (2014), S. 557; Huber/Meyer/Gluth (2012), S. 7 f.; Enderle/Wirtz (2008), S. 38.

⁸²⁰ DIM (2010), S. 6.

⁸²¹ Vgl. Wirtz/Elsäßer (2012), S. 290; Li/Lee/Lien (2012), S. 120 f. (m.w.N.).

⁸²² Wirtz/Elsäßer (2012), S. 293.

⁸²³ Vgl. Buss/Strauss (2009), S. 147.

⁸²⁴ Vgl. Berge/Buesching (2008), S. 31; Huber/Meyer/Gluth (2012), S. 8; Schmidt (2015), S. 161; Buss/Strauss (2009), S. 148; Rajaraman/Ullman (2012), S. 254 f.; Shapiro/Varian (1999), S. 7 f.; Häusler (2009), S. 55; Hajek et al. (2014), S. 91; Mörl/Groß (2008), S. 96 f. und 99.

⁸²⁵ Vgl. Berge/Buesching (2008), S. 31; Olbrich/Holsing (2014), S. 559; Asdemir/Kumar/Jacob (2012), S. 804 und 806; Implikationen sowohl für Werbende als auch für Anbieter von Werbeflächen, in welchen Situationen CPC oder CPM als Erlösform gewählt werden sollte: Asdemir/Kumar/Jacob (2012), S. 819 f.

⁸²⁶ Zu einer Übersicht der Top 18 „Social Networks“ in Deutschland, wobei nach der Geschäftsmodell-Typologie von Wirtz die Bezeichnung „Community“ äquivalent wäre, da bspw. twitter.com gelistet ist, welches dem Sub-Geschäftsmodell „Social Messages“ zugehörig ist: vgl. BITKOM (2013), S. 9 f. i.V.m. Wirtz (2013b), S. 358.

⁸²⁷ Vgl. RTL interactive GmbH (2014); Voss (2014), S. 63.

⁸²⁸ Vgl. BITKOM (2013), S. 9–13.

⁸²⁹ Vgl. BITKOM (2013), S. 9 f. und 13.

⁸³⁰ Vgl. BITKOM (2013), S. 9.

agierenden Social Networks im Gegensatz zu lokal agierenden Social Networks zu,⁸³¹ was u. a. in der Einstellung des Betriebs von wer-kennt-wen.de gemündet hat.⁸³² Unter den global agierenden privaten Social Networks dominiert facebook.com gemessen an seiner Mitgliederzahl und deren Aktivitätsgrad. Darauf folgt plus.google.com und myspace.com jeweils mit deutlichem Abstand.⁸³³

3.7.2.3. Wertschöpfungskomponente

3.7.2.3.1. Leistungserstellungsmodell

3.7.2.3.1.1. Wertschöpfungskette

3.7.2.3.1.1.1. Elektronische Wertschöpfungskette und elektronischer Wertschöpfungsprozess

Das Leistungserstellungsmodell stellt die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren⁸³⁴ und den Wertschöpfungsprozess eines Unternehmens dar, in welchen die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren eingehen, um die angebotenen Dienstleistungen bzw. den Mehrwert für die Kunden erbringen zu können („Value Generation“).⁸³⁵

Die nachfolgende Charakterisierung orientiert sich hinsichtlich des Wertschöpfungsprozesses primär an den Ausführungen von *Kollmann* zur Wertschöpfungskette und zum Wertschöpfungsprozess von E-Business-Unternehmen, weil dessen Ausführungen im Vergleich zu den Ausführungen von *Wirtz*⁸³⁶ eine differenziertere und systematischere Beschreibung erlauben.⁸³⁷ Hingegen wird bei der Analyse der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren wieder an die Ausführungen von *Wirtz* angeknüpft.⁸³⁸

Kollmann unterscheidet in „elektronische Wertschöpfungskette“ und „reale Wertschöpfungskette“.⁸³⁹ Erstere ist notwendig, um die Leistungen eines E-Business-Unternehmens und somit eines Social Network erbringen zu können, weil die Leistungen auf der zugrunde liegenden Technologie (Software und Hardware) basieren.⁸⁴⁰ Die reale Wertschöpfungskette hat hingegen „nur einen Unterstützungscharakter, um die elektronische Wertschöpfung anbieten zu können“⁸⁴¹. In Kombination sollen diese Wertschöpfungsketten

⁸³¹ Vgl. *Hohensee et al.* (2011), S. 50.

⁸³² Vgl. *Voss* (2014), S. 63.

⁸³³ Vgl. *BITKOM* (2013), S. 9 f.; *Birke* (2013), S. 164; mit Verweis auf eine globale Studie: *Kroker* (2014).

⁸³⁴ I.d.R. Synonyme in der Betriebswirtschaftslehre: vgl. *Peters/Brühl/Stelling* (2005), S. 121.

⁸³⁵ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 146 (auch Zitat); Kapitel 3.4.2.2.1.

⁸³⁶ Die Ausführungen betreffen das Leistungserstellungsmodell sowohl im Allgemeinen als auch im Speziellen bezogen auf den Basisgeschäftsmodelltyp Connection und die idealtypische Geschäftsmodellvariante Intra-Connection.

⁸³⁷ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 46–50 i.V.m. *Wirtz* (2013a), S. 146–148 und *Wirtz* (2013b), S. 359–366.

⁸³⁸ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 146 f.

⁸³⁹ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 46 f. (auch Zitate).

⁸⁴⁰ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 46; *Scheer/Loos* (2002), S. 31 f. (m.w.N.).

⁸⁴¹ *Kollmann* (2013), S. 47.

dazu beitragen, dass ein E-Business-Unternehmen einen Gewinn erzielen kann, weil hierdurch ein Mehrwert geschaffen werden soll, wofür der Kunde bereit ist, ein Entgelt zu zahlen.⁸⁴²

Die elektronische Wertschöpfungskette⁸⁴³ zeigt die Aktivitäten auf, die für „die Wertschöpfung eine besondere Relevanz aufweisen“⁸⁴⁴, um den Mehrwert für den Kunden generieren zu können.⁸⁴⁵ Hierbei lässt sich anhand des Kundenmodells differenzieren, welche Aktivitäten von Bedeutung sind:⁸⁴⁶ Um die Kernleistung von Social Networks – folglich die Eigenpräsentation, Vernetzung und Kommunikation – anbieten zu können, ist das Sammeln (z. B. Profildaten), Systematisieren (z. B. Profildaten), Austauschen (zwecks Kommunikation) und Anbieten (z. B. Profile) von Informationen der Nutzer notwendig. Darüber hinaus sind die Informationsauswahl (z. B. Zielgruppe), -kombination (z. B. von Profil- und Kommunikationsdaten) und -bewertung (z. B. Gruppierung von Zielgruppen) erforderlich, um die Nebenleistung in Form des zielgruppengenaue[n] Marketings ermöglichen zu können.⁸⁴⁷

Die Abfolge der in der elektronischen Wertschöpfungskette enthaltenen Tätigkeiten wird durch den elektronischen Wertschöpfungsprozess dargestellt.⁸⁴⁸ *Kollmann* nimmt für E-Business-Unternehmen einen „idealtypische[n] elektronische[n] Wertschöpfungsprozess, als sog. Informationsdreisprung“⁸⁴⁹ an. Dieser beginnt mit der Informationssammlung, darauf folgt die Informationsverarbeitung und den Abschluss bildet die Informationsübertragung (siehe Abbildung 10 auf S. 85).⁸⁵⁰ Bezugnehmend auf das Software-System einer Social Networking-Anwendung findet die Informationssammlung auf der Präsentations-, Anwendungs- und Datenhaltungsebene statt.⁸⁵¹ Die Informationsverarbeitung erfolgt auf der Anwendungs-, Datenhaltungs- und Datenauswertungsebene.⁸⁵² Wenn die Nebenleistung in Form von zielgruppengenaue[m] Marketing angeboten wird, ist ergänzend zu der in Kapitel 3.1.2.2.1 dargestellten Software-Architektur anzunehmen, dass die Inhalte für die Werbeflächen durch ein CMS, das ein Bestandteil der Anwendungsebene ist,⁸⁵³ in einer separaten Datenhaltung eingespeist werden, weil es sich hier nicht um Daten handelt, die aus der Kernleistung des Social Network stammen.⁸⁵⁴ Darüber hinaus werden dort auch die vorgegebenen Zielgruppenparameter festgehalten. Daran anknüpfend liefert der Anwendungsserver in Verbindung mit der Datenauswertungsebene zielgruppengerechte Werbung an die

⁸⁴² Vgl. *Kollmann* (2013), S. 46 f.; allgemeiner: *Haslam et al.* (2013), S. 36.

⁸⁴³ Basierend auf *Weiber/Kollmann* (1998), S. 605 f.; *Weiber/Kollmann* (1997), S. 515–517.

⁸⁴⁴ *Kollmann* (2011), S. 140.

⁸⁴⁵ Vgl. *Clement/Schreiber* (2010), S. 255.

⁸⁴⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1.

⁸⁴⁷ Vgl. *Kollmann* (2011), S. 141 i.V.m. *Rayport/Sviokla* (1996), S. 105; *Kollmann* (2013), S. 47.

⁸⁴⁸ Vgl. *Kollmann* (2011), S. 140.

⁸⁴⁹ *Kollmann* (2013), S. 48.

⁸⁵⁰ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 48 f.; *Clement/Schreiber* (2010), S. 256; basierend auf: *Kollmann* (1998), S. 45 f.

⁸⁵¹ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.2, Kapitel 3.1.2.2.1.3 und Kapitel 3.1.2.2.1.4.

⁸⁵² Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.3, Kapitel 3.1.2.2.1.4 und Kapitel 3.1.2.2.1.5.

⁸⁵³ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.3.

⁸⁵⁴ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 599; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 175 f.; *Pfitzer/Schwenzer* (2003), Rn. 182.

Präsentationsebene aus. Hierdurch lässt sich auch erkennen, dass die Informationsübertragung im Allgemeinen durch die Anwendungs- und Präsentationsebene sichergestellt wird.⁸⁵⁵

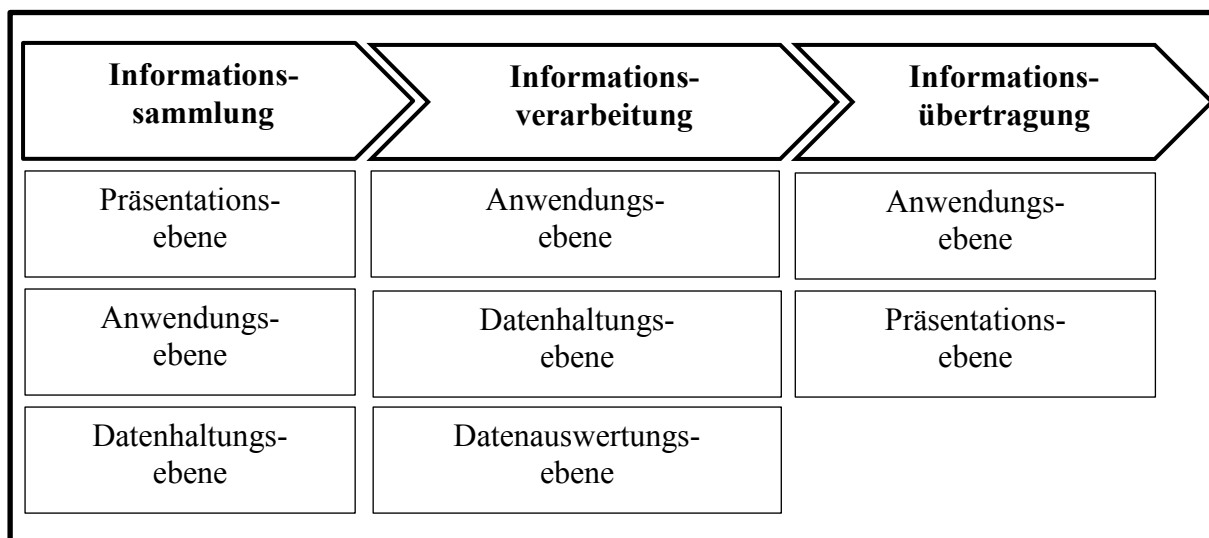


Abbildung 10: Zuordnung der Ebenen der Anwendungssysteme von Social Networks zu den Phasen des elektronischen Wertschöpfungsprozesses⁸⁵⁶

3.7.2.3.1.1.2. Reale Wertschöpfungskette, realer Wertschöpfungsprozess und ganzheitlicher Wertschöpfungsprozess

Die reale Wertschöpfungskette unterstützt die elektronische Wertschöpfungskette.⁸⁵⁷ Um diese zu beschreiben, lehnen sich sowohl *Kollmann* als auch *Wirtz* an die Wertkette von *Porter* an,⁸⁵⁸ auf die im Schrifttum häufig zurückgegriffen wird.⁸⁵⁹ Zwar liegt der Fokus von *Porter* bei der Wertkette auf Industrieunternehmen, weshalb diese angepasst werden muss, um u. a. E-Business-Unternehmen beschreiben zu können. Dennoch wird diese als sachgerecht erachtet, um „grundsätzliche Charakteristika“ solcher Unternehmen zu beschreiben.⁸⁶⁰

Porter sieht den Zweck der Wertkette darin, die Wettbewerbsvorteile eines Unternehmens analysieren zu können.⁸⁶¹ „Primäre und unterstützende Aktivitäten“ sind die Bestandteile der Wertkette.⁸⁶² Erstere „befassen sich mit der physischen Herstellung des Produktes und dessen Verkauf und Übermittlung an den Abnehmer sowie dem Kundendienst“⁸⁶³. Darunter fallen Eingangslogistik, Operationen, Ausgangslogistik, Marketing und Vertrieb sowie Kundendienst.⁸⁶⁴ Die unterstützenden Aktivitäten „halten die primären

⁸⁵⁵ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.3 und Kapitel 3.1.2.2.1.2.

⁸⁵⁶ Quelle: in Anlehnung an *Kollmann* (2011), S. 141.

⁸⁵⁷ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 47.

⁸⁵⁸ Vgl. *Kollmann* (2013), S. 47 und *Wirtz* (2013b), S. 265–267 i.V.m. *Porter* (1986), S. 62–79; so auch: *Wolfensberger* (2002), S. 208 i.V.m. 221–242.

⁸⁵⁹ Vgl. *Wolfensberger* (2002), S. 208.

⁸⁶⁰ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 267 (auch Zitat).

⁸⁶¹ Vgl. *Porter* (1986), S. 61.

⁸⁶² Vgl. *Porter* (1986), S. 65 (auch Zitat).

⁸⁶³ *Porter* (1986), S. 65.

⁸⁶⁴ Vgl. *Porter* (1986), S. 66 f.

Aktivitäten unter sich selbst gegenseitig dadurch aufrecht, daß sie für den Kauf von Inputs, Technologie, menschlichen Ressourcen und von verschiedenen Funktionen fürs ganze Unternehmen sorgen⁸⁶⁵. Diese setzen sich zusammen aus Beschaffung, Technologieentwicklung, Personalwirtschaft und Unternehmensinfrastruktur.⁸⁶⁶ Letztere dient der Unterstützung der gesamten Wertkette, wohingegen die anderen unterstützenden Aktivitäten in Abhängigkeit des betrachteten Unternehmens sich sowohl auf einzelne Primäraktivitäten als auch die gesamte Wertkette beziehen können.⁸⁶⁷

Zieht man im Kontext der Wertkette die elektronische Wertschöpfungskette hinzu, so substituiert diese die primären Aktivitäten Eingangslogistik, Operationen und Ausgangslogistik, weil hierdurch die Spezifika der Produktion von Sachgütern durch die Spezifika elektronischer Dienstleistungen ersetzt werden.⁸⁶⁸ Die primären Aktivitäten Marketing und Vertrieb sowie Kundendienst stellen unterstützende Aktivitäten aus Sicht der elektronischen Wertschöpfungskette dar und sind somit Bestandteile der realen Wertschöpfungskette, wobei diese sowohl Online- (z. B. Werbung auf anderen Internet-Plattformen, FAQ) als auch Offline-Aktivitäten (z. B. Personal Selling, Call-Center) beinhalten können.⁸⁶⁹ Diese Aktivitäten zielen darauf ab, dass die Kernleistung und Nebenleistung des Social Network genutzt werden, indem neue Kunden akquiriert und bestehende Kunden gehalten bzw. für diese Anreize geschaffen werden, dass deren Aktivitäten auf der Internet-Plattform intensiviert werden.⁸⁷⁰ Die Abfolge der Aktivitäten der realen Wertschöpfungskette wird durch den realen Wertschöpfungsprozess dargestellt (siehe Abbildung 11 auf S. 87).

Die unterstützenden Aktivitäten der Wertkette behalten ihren unterstützenden Charakter für die reale Wertschöpfungskette bei und dienen zusätzlich in dieser Rolle der elektronischen Wertschöpfungskette. Vor dem Hintergrund des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* wird die Beschaffung durch das Partialmodell Beschaffungsmodell separat vom Leistungserstellungsmodell thematisiert.⁸⁷¹ Die Technologieentwicklung bezieht sich bei Social Networks insb. auf das Software- und das Hardware-System, um hierdurch u. a. „die Qualität sowie die Verfügbarkeit der Dienste garantieren zu können“⁸⁷².⁸⁷³ Die Personalwirtschaft ist u. a. für die

⁸⁶⁵ Porter (1986), S. 65.

⁸⁶⁶ Vgl. Porter (1986), S. 68–71.

⁸⁶⁷ Vgl. Porter (1986), S. 65.

⁸⁶⁸ Vgl. ähnlich Wolfensberger (2002), S. 227; Weiber/Kollmann (1998), S. 605 und 608; Weiber/Kollmann (1997), S. 517; Timmers (1998), S. 4 i.V.m. Scheer/Loos (2002), S. 30.

⁸⁶⁹ Vgl. Wirtz (2013b), S. 362 und 364 f.; Maaß/Pietsch (2010), S. 569 f.; Rother (2010), S. 21; Osterwalder/Pigneur (2011), S. 97; Wolfensberger (2002), S. 95.

⁸⁷⁰ Vgl. Leimeister/Krcmar (2004), S. 51; Buss/Strauss (2009), S. 62–71, 80–97 und 100–114.

⁸⁷¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

⁸⁷² Wirtz (2013b), S. 360.

⁸⁷³ Vgl. Wolfensberger (2002), S. 239 f.

Einstellung von geeignetem Personal verantwortlich.⁸⁷⁴ Die Unternehmensinfrastruktur beinhaltet u. a. die Geschäftsführung und das Rechnungswesen.⁸⁷⁵

Aus den vorausgegangenen Erläuterungen geht der ganzheitliche Wertschöpfungsprozess von Social Networks hervor. Dieser wird zusätzlich in der folgenden Abbildung 11 dargestellt.

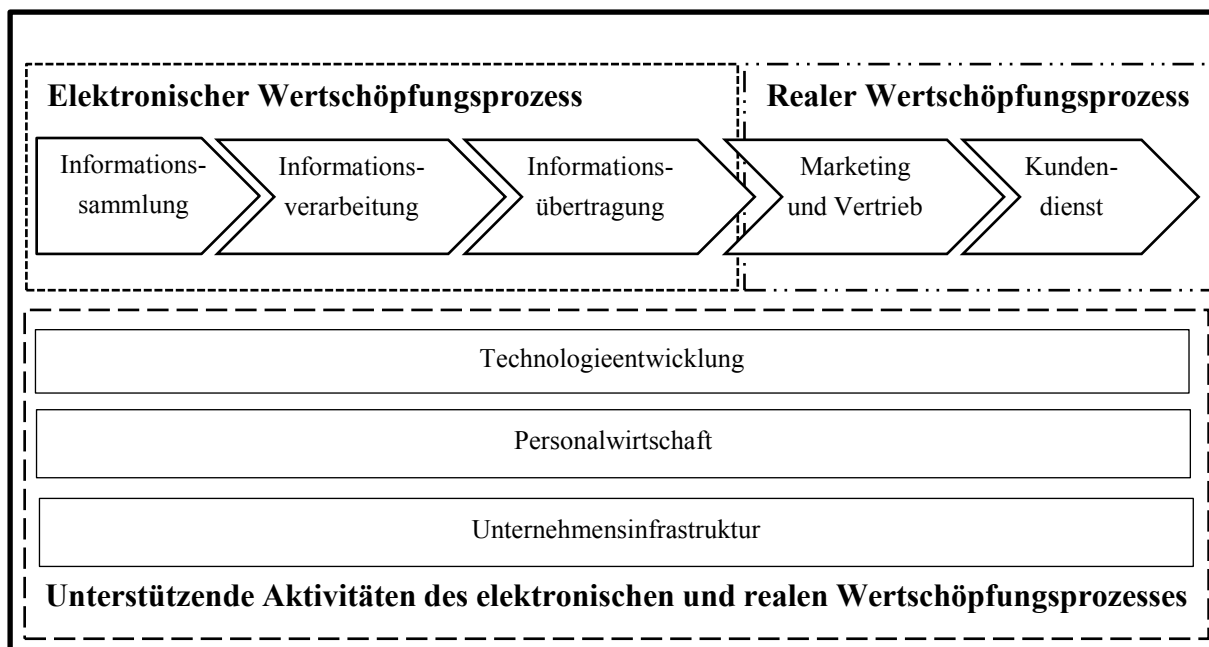


Abbildung 11: Ganzheitlicher Wertschöpfungsprozess von Social Networks⁸⁷⁶

3.7.2.3.1.2. Produktions- bzw. Leistungsfaktoren

Wirtz systematisiert in Anlehnung an Gutenberg die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren in dispositiven Faktor und elementare Produktions- bzw. Leistungsfaktoren.⁸⁷⁷ Ersterer verkörpert das „Führungssystem“ bzw. das „Management des Betriebs“⁸⁷⁸ bezogen auf die elementaren Produktions- bzw. Leistungsfaktoren.⁸⁷⁹ Die elementaren Produktions- bzw. Leistungsfaktoren setzen sich aus Betriebsmitteln, Leistungsobjekten und ausführender menschlicher Arbeit zusammen.⁸⁸⁰ Erstere „werden dabei als materielle und immaterielle Voraussetzungen verstanden, die für die Leistungserstellung notwendig sind. Dazu zählen neben Gebäuden, Energieversorgung, Grundstücken und industriellen Anlagen auch Rechte und Patente“.⁸⁸¹ Die Leistungsobjekte stellen die Basis der Leistungserstellung dar, bzw. auf diese beziehen sich die Aktivitäten der Wertschöpfungskette (z. B. Rohstoffe, halbfertige

⁸⁷⁴ Vgl. Porter (1986), S. 70; Wolfensberger (2002), S. 237–239.

⁸⁷⁵ Vgl. Porter (1986), S. 70.

⁸⁷⁶ Quelle: in Anlehnung an Porter (1986), S. 62 i.V.m. Kollmann (2011), S. 141.

⁸⁷⁷ Vgl. Wirtz (2013a), S. 146 f. i.V.m. Peters/Brühl/Stelling (2005), S. 121 f. und Gutenberg (1979), S. 3–5.

⁸⁷⁸ Peters/Brühl/Stelling (2005), S. 122 (beide Zitate).

⁸⁷⁹ Vgl. Diederich (1992), S. 134; Gutenberg (1979), S. 3; Wirtz (2013a), S. 147.

⁸⁸⁰ Vgl. Peters/Brühl/Stelling (2005), S. 121; Gutenberg (1979), S. 3 f.; Wirtz (2013a), S. 147.

⁸⁸¹ Vgl. Wirtz (2013a), S. 147 (auch Zitat); Peters/Brühl/Stelling (2005), S. 123; Gutenberg (1979), S. 3 f.

Erzeugnisse), so dass diese – ggf. in angepasster Form – ein Bestandteil des Produkts bzw. der Dienstleistung sind.⁸⁸² Die ausführende menschliche Arbeit geht direkt in die Leistungserstellung und deren Absatz ein, „ohne dispositiv-anordnender Natur zu sein“.⁸⁸³

Die elementaren Produktions- bzw. Leistungsfaktoren können zusätzlich in „Repetierfaktoren (Verbrauchsfaktoren)“ und „Potentialfaktoren (Bestandsfaktoren)“ unterschieden werden.⁸⁸⁴ Erstere werden durch den Einsatz in der Wertschöpfung verbraucht (z. B. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe). Letztere hingegen bestehen weiterhin, nachdem sie in die Wertschöpfung eingegangen sind, und können wieder in dieser Verwendung finden (z. B. Maschinen, Mitarbeiter), wobei dennoch der Wiedereinsatz bspw. zeitlich (z. B. Nutzungsrecht) oder technisch (z. B. Maschinenverschleiß) begrenzt sein kann.⁸⁸⁵

Nachfolgend wird die beschriebene Systematik von Produktions- bzw. Leistungsfaktoren auf die elektronische und reale Wertschöpfungskette von Social Networks angewendet. Um die Aktivitäten des elektronischen Wertschöpfungsprozesses durchführen zu können, wird auf die Social Networking-Anwendung zurückgegriffen, die sich aus dem Software- und dem Hardware-System zusammensetzt.⁸⁸⁶ Die Komponenten dieser Systeme lassen sich als Betriebsmittel einstufen, weil sie die technischen Voraussetzungen für die Funktionen des Social Network bilden. Die Funktionen des Social Network und somit die Wertschöpfung werden durch die Verarbeitung der Informationen der Nutzer gewährleistet, wodurch die Informationen als Leistungsobjekte bezeichnet werden können. Die Informationen gehen als „Werkstoffe“⁸⁸⁷ in den Wertschöpfungsprozess ein und werden nach ihrer Verarbeitung ausgegeben.⁸⁸⁸ Bezugnehmend auf die Kernleistung werden bspw. die vom Nutzer zur Selbstpräsentation eingegebenen Daten in systematischer und ansprechender Form auf der Profil-Seite des Nutzers angezeigt. In Bezug auf die Nebenleistung werden die bekannten Informationen über den Nutzer analysiert und hierauf basierend dem jeweiligen Nutzer ausgewählte Werbeanzeigen eingeblendet.⁸⁸⁹ Sowohl die Eingabe der reaktiven Daten als auch die Generierung von nicht-reaktiven Daten durch die Nutzer lassen sich als ausführende menschliche Arbeit klassifizieren.⁸⁹⁰

⁸⁸² Vgl. *Peters/Brühl/Stelling* (2005), S. 125 f.; *Gutenberg* (1979), S. 4; *Diederich* (1992), S. 134; *Wirtz* (2013a), S. 147.

⁸⁸³ Vgl. *Gutenberg* (1979), S. 3 (auch Zitat); *Wirtz* (2013a), S. 147.

⁸⁸⁴ Vgl. *Peters/Brühl/Stelling* (2005), S. 122 (auch Zitate); *Diederich* (1992), S. 136; *Bohr* (1984), Sp. 1483 m.w.N.; *Wirtz* (2013a), S. 147.

⁸⁸⁵ Vgl. *Peters/Brühl/Stelling* (2005), S. 122 f.; *Bohr* (1984), Sp. 1483; *Wirtz* (2013a), S. 147.

⁸⁸⁶ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.

⁸⁸⁷ *Gutenberg* (1979), S. 4.

⁸⁸⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1; „Textdokumente und Zeichensätze stellen von ihrer Grundkonzeption keine Software dar, da von ihnen keine Steuerbefehle ausgehen, sie ‚werden‘ bearbeitet“; *Meinhövel* (2002), S. 643.

⁸⁸⁹ Vgl. *Thies* (2010), S. 24; *Li/Lin/Chiu* (2014), S. 100; *Kollmann* (2013), S. 57; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 190.

⁸⁹⁰ Vgl. *Andrejevic* (2011), S. 31 und 39 i.V.m. Kapitel 3.1.2.2.1.4.

Bei dem Software- und dem Hardware-System handelt es sich um Potenzialfaktoren,⁸⁹¹ weil sie wiederholt im Wertschöpfungsprozess eingesetzt werden können. Die Potenziale von Software und Hardware werden durch „Neu- und Weiterentwicklungen“⁸⁹² limitiert.⁸⁹³ Darüber hinaus unterliegt das Hardware-System einem substanziellen Verschleiß, weil es aus technischen Komponenten besteht, deren Laufleistung begrenzt ist. Bei den Daten der Nutzer handelt es sich auch um Potenzialfaktoren. Deren Potenzial kann begrenzt sein, falls z. B. Nutzer ihre Zustimmung zur Verarbeitung ihrer Daten, um die Nebenleistung erbringen zu können, zurückziehen und dies für den Betreiber der Internet-Plattform rechtlich bindend sein sollte.⁸⁹⁴ Die ausführende menschliche Arbeit ist als Potenzialfaktor zu klassifizieren.

Betrachtet man die reale Wertschöpfungskette, so liegt den Aktivitäten Marketing und Vertrieb sowie Kundendienst im Wesentlichen ausführende menschliche Arbeit zugrunde. Selbiges gilt für die Technologieentwicklung, der in Bezug auf die elektronische Wertschöpfungskette neben der Forschung und Entwicklung auch die Installation und Wartung des Software- und Hardware-Systems an dieser Stelle zugeschrieben werden soll.⁸⁹⁵ Die Aktivitäten der Personalwirtschaft können in Abhängigkeit der betrachteten Personalentscheidung auf ausführender menschlicher Arbeit (z. B. Besetzung von Call-Center-Stellen) oder auf dem dispositiven Faktor (z. B. Besetzung von Führungspositionen) basieren.⁸⁹⁶ Selbiges gilt auch für die Unternehmensinfrastruktur, worunter z. B. die Geschäftsführung als dispositiver Faktor sowie die Mitarbeiter des Rechnungswesens als ausführende menschliche Arbeit fallen.⁸⁹⁷

Das Leistungserstellungsmodell dient neben der Darstellung der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren auch dazu, diese zu gewichten.⁸⁹⁸ Bei den vorherigen Ausführungen wurde bereits eine implizite Gewichtung vorgenommen, indem bewusst von verschiedenen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren abstrahiert wurde, weil diese keine geschäftsmodell-spezifischen Besonderheiten im Wertschöpfungsprozess von Social Networks darstellen,⁸⁹⁹ wie z. B. Betriebsmittel wie Energie, Gebäude und Buchhaltungssoftware. Eine weitere Gewichtung der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren erfolgt im Ressourcenmodell.⁹⁰⁰

⁸⁹¹ Vgl. *Fließ/Völker-Albert* (2002), S. 267.

⁸⁹² *Kütting* (2001), S. 357.

⁸⁹³ Mit Bezug auf Internet-Auftritte und Software: *Schmidt* (2015), S. 75–80.

⁸⁹⁴ Vgl. Kapitel 4.1.2.

⁸⁹⁵ Vgl. *Melville/Kraemer/Gurbaxani* (2004), S. 294 f.

⁸⁹⁶ Vgl. *Gutenberg* (1979), S. 140.

⁸⁹⁷ Vgl. *Gutenberg* (1979), S. 3.

⁸⁹⁸ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 147.

⁸⁹⁹ In Anlehnung an *Knaese* (1996), S. 15; *Becker* (2005), S. 71–73; *Freiling* (2001), S. 19; *Kollmann* (2014), S. 161.

⁹⁰⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.

3.7.2.3.2. Beschaffungsmodell

Das Beschaffungsmodell gibt die Quellen der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren eines Unternehmens wieder.⁹⁰¹ Grundsätzlich können diese unternehmensintern entwickelt oder unternehmensextern beschafft werden.⁹⁰² Es ist auch eine Kombination aus unternehmensinternen und -externen Bezugsquellen möglich,⁹⁰³ wenn z. B. eine Basisvariante einer Software außerhalb des Unternehmens erworben wird und anschließend im Unternehmen eigenständig weiterentwickelt wird.⁹⁰⁴ Nachfolgend sollen die Quellen der im vorherigen Kapitel abgeleiteten Produktions- bzw. Leistungsfaktoren von Social Networks beschrieben werden (siehe auch Tabelle 5 auf S. 92).

Betrachtet man zunächst die Präsentationsebene des Software-Systems, so lässt sich festhalten, dass Webbrowser sowohl von unternehmensexternen Anbietern (z. B. Internet Explorer von Microsoft) als auch von dem Betreiber der Social Networking-Internet-Plattform selbst (z. B. Google Chrome i.V.m. plus.google.com) angeboten und weiterentwickelt werden können,⁹⁰⁵ wobei die zweite Variante eher die Ausnahme darstellt. Apps werden durch die Social Networks selbst und/oder durch Dritte in deren Auftrag entwickelt. Die nativen Apps werden den Nutzern über die Internet-Plattformen der Anbieter der dazugehörigen mobilen bzw. TV-Betriebssysteme zur Verfügung gestellt.⁹⁰⁶ Der Domänenname, der für die Herstellung der Verbindung zwischen dem Webbrowser und den Servern des Social Network genutzt wird,⁹⁰⁷ wird über eine Registrierungsorganisation (z. B. in Deutschland die DENIC eG) an das Unternehmen vergeben.⁹⁰⁸ Diesen Vorgang kann das Social Network selbst oder durch einen Dienstleister initiieren lassen.⁹⁰⁹ Die Server-Software des Social Network auf der Anwendungs-, Datenhaltungs- und Datenauswertungsebene kann unternehmensintern entwickelt und/oder über Dritte bezogen werden.⁹¹⁰

Das Hardware-System setzt sich einerseits aus der Hardware zusammen, auf der die Clients der Präsentationsebene wie Webbrowser und native Apps installiert sind (z. B. Desktop-PC, Smartphone). Diese Geräte werden von unternehmensexternen Unternehmen angeboten und direkt von diesen durch die Nutzer bezogen.⁹¹¹ Andererseits besteht das Hardware-System aus den Rechnern, auf welchen die Server-Software installiert ist. Die Rechner können von den

⁹⁰¹ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁹⁰² Vgl. *Bamberger/Wrona* (1996), S. 141; *Gutenberg* (1979), S. 5.

⁹⁰³ Vgl. *Bamberger/Wrona* (1996), S. 141.

⁹⁰⁴ Vgl. *Markus* (2002), S. 150.

⁹⁰⁵ Vgl. *Laudon/Laudon/Schoder* (2010), S. 245.

⁹⁰⁶ Web Apps können hingegen auch direkt vom Social Network bezogen werden: *Stölzel* (2011), S. 100 f.; zu TV-Apps: *Kollmann* (2013), S. 28.

⁹⁰⁷ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.2.

⁹⁰⁸ Vgl. *Schmidt* (2015), S. 50; *Redeker* (2015), Rn. 266 f.; *Euler* (2014), S. 153; *Meinhövel* (2002), S. 653; *Kasperzak/Nestler* (2010), S. 174; *Velte* (2008), S. 177.

⁹⁰⁹ Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 268.

⁹¹⁰ Vgl. *Menon* (2012), S. 31; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 149 f.; *Kollmann* (2013), S. 599; *Davenport* (2014), S. 115; *Markus* (2002), S. 150; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 17.

⁹¹¹ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.2.

Social Networks über unternehmensexterne Anbieter erworben werden. Alternativ kann den Social Networks die Rechenleistung durch unternehmensexterne Dienstleister zur Verfügung gestellt werden.⁹¹²

Die Informationen über die Nutzer bzw. die Kunden der zentralen Dienstleistungen eines Social Network setzen sich aus reaktiven und nicht-reaktiven Daten zusammen. Erstere werden durch den Nutzer selbst eingegeben und somit unternehmensextern beschafft.⁹¹³ Die nicht-reaktiven Daten werden hingegen durch die Internet-Plattform selbst gesammelt, indem das Verhalten der Nutzer auf der Internet-Plattform aufgezeichnet wird.⁹¹⁴ Die Inhalte für die Werbeflächen, welche in das CMS eingestellt werden, werden üblicherweise durch die Kunden der Nebendienstleistung zur Verfügung gestellt.⁹¹⁵

Die ausführende menschliche Arbeit wie auch der dispositive Faktor – sowohl der realen Wertschöpfungskette als auch der unterstützenden Aktivitäten des ganzheitlichen Wertschöpfungsprozesses – werden unternehmensextern (bspw. über den Arbeitsmarkt) akquiriert. Hiervon unterscheiden sich die Nutzer der Internet-Plattform, die zwar auch unternehmensextern akquiriert werden, aber in keinem arbeitsvertraglichen Verhältnis mit dem Betreiber der Internet-Plattform stehen.⁹¹⁶

⁹¹² Vgl. Kapitel 3.1.2.2.2.

⁹¹³ Vgl. *Berge/Buesching* (2008), S. 29.

⁹¹⁴ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.4.

⁹¹⁵ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 381 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

⁹¹⁶ Zum Vertragsverhältnis zwischen den Nutzern und dem Betreiber der Internet-Plattform: vgl. Kapitel 4.1.2.

Produktions- bzw. Leistungsfaktoren	Unternehmensintern	Unternehmensextern
Software-System	●	●
Hardware-System		●
Daten der Nutzer Reaktive Daten		●
Nicht-reaktive Daten	●	
Inhalte für Werbeflächen		●
Nutzer		●
Mitarbeiter		●

Tabelle 5: Quellen der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren von Social Networks⁹¹⁷

3.7.2.3.3. Netzwerkmodell

Das Netzwerkmodell stellt unternehmensexterne Beziehungen dar, die für ein Unternehmen bzw. Social Networks von besonderer Bedeutung sind (siehe auch Abbildung 12 auf S. 93).⁹¹⁸ Legt man die elektronische Wertschöpfungskette von Social Networks zugrunde und betrachtet diese zusätzlich in Verbindung mit dem Beschaffungsmodell,⁹¹⁹ so ist zu erkennen, dass die Nutzer bzw. Kunden der zentralen Dienstleistungen von besonderer Bedeutung für den Wertschöpfungsprozess sind.⁹²⁰ Diese erwerben einerseits die Hardware, um mittels der Client-Software auf die Internet-Plattform zugreifen zu können. Somit bringen die Nutzer einen Teil der Betriebsmittel der elektronischen Wertschöpfungskette in den Wertschöpfungsprozess mit ein. Darüber hinaus generieren die Nutzer die Daten, die von der Internet-Plattform gesammelt, verarbeitet und ausgegeben werden.⁹²¹ Die Daten der Nutzer sind zum einen essenziell, um die Internet-Plattform mit Leben zu füllen.⁹²² Zum anderen sind diese Daten u. a. die Grundlage für die Nebendienstleistung, die zielgruppengerechtes Marketing ermöglicht.⁹²³ Die Nutzer sind somit sowohl Datenlieferant als auch Datenkonsument.⁹²⁴ Folglich bringen sie auch das Leistungsobjekt in den Wertschöpfungsprozess ein. Das Social Network übernimmt somit die Aufgaben im Wertschöpfungsprozess, um die Social Networking-Funktionalitäten vorhalten zu können,⁹²⁵ indem es die hierfür notwendigen Betriebsmittel und ausführende menschliche Arbeit zur Verfügung stellt und diese durch den dispositiven Faktor koordinieren lässt. Das Social

⁹¹⁷ Quelle: eigene Darstellung.

⁹¹⁸ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁹¹⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2.

⁹²⁰ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 137; *Bhimani/Bromwich* (2010), S. 81 m.w.N.

⁹²¹ Vgl. *Evans* (2011), S. 278.

⁹²² Vgl. *Berge/Buesching* (2008), S. 29 f.; *Andrejevic* (2011), S. 31.

⁹²³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

⁹²⁴ Vgl. *Hoegg* et al. (2006), S. 11; *Bhimani/Bromwich* (2010), S. 83; *Wolfensberger* (2002), S. 133.

⁹²⁵ Vgl. *Bhimani/Bromwich* (2010), S. 83; *Häusler* (2009), S. 47; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 21.

Network nimmt demzufolge die Rolle eines Mittlers zwischen den Nutzern bzw. Kunden ein.⁹²⁶ Darüber hinaus können die Nutzer das Marketing des Social Network unterstützen, indem sie die Internet-Plattform ihren persönlichen Kontakten bzw. potenziellen Kunden weiterempfehlen.⁹²⁷

Die Datenübermittlung zwischen den Nutzern und dem Social Network über das Internet wird von Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Inter-Connection übernommen, die „den Zugang zu den physischen Netzwerken“⁹²⁸, aus denen das Internet besteht, bereitstellen.⁹²⁹ Die Gewährleistung dieses Datentransfers ist von besonderer Bedeutung für Social Networks, da andernfalls die Funktionalitäten durch die Nutzer nicht abgerufen werden können.⁹³⁰ Insofern die Internet-Plattform aus dezentralen Rechnerclustern besteht, ist das Social Network auf die Dienstleistungen der Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Inter-Connection angewiesen, um den Datenaustausch zwischen den Servern über deren Infrastruktur abwickeln zu können.

Ferner ist denkbar, dass auch Anbieter von bzw. Dienstleister für Komponenten des Hardware- und Software-Systems für den Wertschöpfungsprozess von besonderer Bedeutung sein können, wobei dies unternehmensindividuell zu prüfen ist. Bspw. könnte dies der Anbieter der Internet-Plattform sein, über welche ausschließlich native Apps für ein bestimmtes mobiles Betriebssystem bezogen werden können.⁹³¹

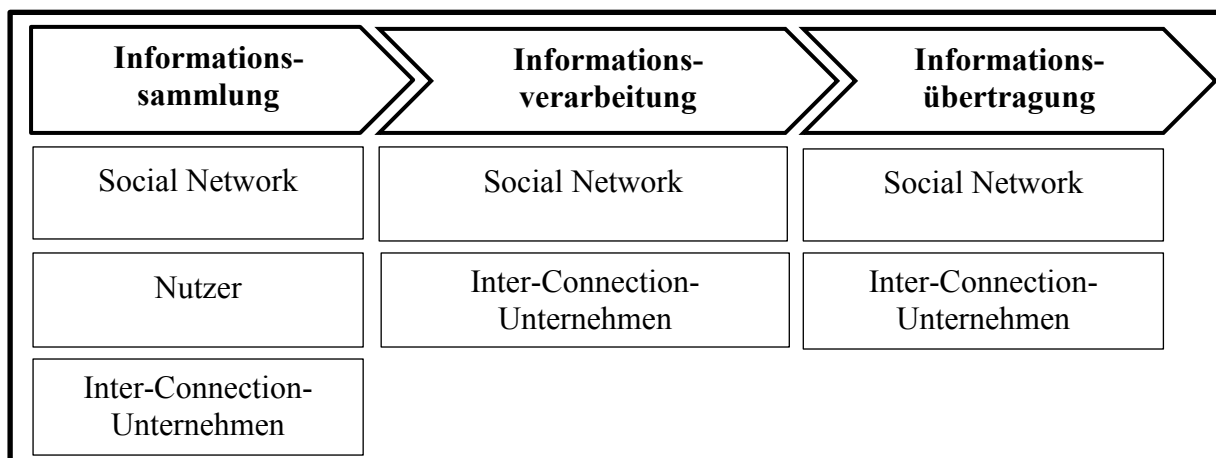


Abbildung 12: Bedeutende Akteure bzw. Partner innerhalb des elektronischen Wertschöpfungsprozesses von Social Networks⁹³²

⁹²⁶ Vgl. *Evans* (2011), S. 67 und 268 (dort Fn. 31); *Berge/Buesching* (2008), S. 28; *Enderle/Wirtz* (2008), S. 37.

⁹²⁷ Vgl. *Berge/Buesching* (2008), S. 29; *Maaß/Pietsch* (2010), S. 581; *Wikle/Comer* (2012), S. 48; *BITKOM* (2013), S. 5; *Evans* (2011), S. 70; *Rother* (2010), S. 52 und 56; sofern die aus dieser Untersuchung ausgegrenzten Apps, die von externen Unternehmen in Social Networks integriert werden können, betrachtet werden würden, könnten auch diese Unternehmen bedeutende Partner der Social Networks darstellen: vgl. Kapitel 3.7.2.2.1.

⁹²⁸ *Wirtz* (2013b), S. 359.

⁹²⁹ Vgl. hierzu *Wirtz* (2013b), S. 359–365.

⁹³⁰ In Anlehnung an *Kessler* (1998), S. 1342; *Döring* (2005), S. 10.

⁹³¹ Vgl. *Stölzel* (2011), S. 100 f.

⁹³² Quelle: eigene Darstellung.

3.7.2.3.4. Finanzmodell

3.7.2.3.4.1. Kostenmodell

Das Kostenmodell beschreibt die Kostenstruktur eines Unternehmens,⁹³³ indem „eine monetäre Quantifizierung“⁹³⁴ der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren erfolgt, wobei insb. „primär gewichtige Kostenfaktoren erkannt werden sollen“⁹³⁵, die *Wirtz* auch als „Kostentreiber“⁹³⁶ bezeichnet. Für solch eine Analyse wird auf den Wertschöpfungsprozess bzw. die Wertschöpfungskette Bezug genommen.⁹³⁷

Betrachtet man zunächst die Informationssammlung im Rahmen der elektronischen Wertschöpfungskette von Social Networks, so zeigt sich: Die Hardware auf Client-Ebene wird von den Nutzern selbst erworben (z. B. Smartphone), wodurch keine Kosten diesbezüglich für Social Networks entstehen.⁹³⁸ Der Webbrowser wird zumeist auch von Dritten angeboten und von den Nutzern bezogen, so dass auch in solchen Fällen keine Kosten für Social Networks anfallen. Hingegen fallen Kosten für das Social Network an, wenn dieses – in seltenen Fällen – den Webbrowser selbst entwickelt.⁹³⁹ Für die (interne oder externe) Entwicklung und Pflege von nativen Apps entstehen dem Social Network Kosten.⁹⁴⁰ Für die Registrierung des Domännennamens, der insb. für die Nutzer eines Webbrowsers von Bedeutung ist, sind Entgelte an die Registrierungsorganisation zu zahlen.⁹⁴¹ Die Daten, die die Nutzer eingeben, werden Social Networks durch diese kostenlos zur Verfügung gestellt.⁹⁴² Die Bereitstellung der notwendigen Hardware-Kapazitäten – insb. zwecks Speicherung der Daten der Nutzer – ist ein Kostentreiber.⁹⁴³ Als ein solcher ist auch der Anschluss der Social Networks an das Internet einzustufen, um die Daten der Nutzer empfangen und die verarbeiteten Daten an diese übertragen zu können.⁹⁴⁴ Hierfür zahlen Social Networks Entgelte an Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Inter-Connection.⁹⁴⁵

Sowohl im Rahmen der Informationsverarbeitung als auch der Informationsübertragung stellt die Hardware einen Kostentreiber dar, weil hierdurch ausreichend Kapazitäten vorgehalten werden müssen, damit die Komponenten des Software-Systems ihre Funktionalitäten in für die Nutzer akzeptablen Reaktionszeiten erfüllen können.⁹⁴⁶ Neben den

⁹³³ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁹³⁴ *Wirtz* (2013a), S. 154.

⁹³⁵ *Wirtz* (2013a), S. 155.

⁹³⁶ *Wirtz* (2013a), S. 155.

⁹³⁷ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 155; *Müller-Stewens/Lechner* (2011), S. 363; *Kollmann* (2014), S. 161.

⁹³⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

⁹³⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

⁹⁴⁰ Vgl. *Stölzel* (2011), S. 101.

⁹⁴¹ Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 267; *Meinhövel* (2002), S. 653.

⁹⁴² Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 427.

⁹⁴³ Vgl. *Maaß/Pietsch* (2010), S. 581; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 21; hierzu können auch Traffic-Kosten gezählt werden: *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 212.

⁹⁴⁴ Vgl. *Maaß/Pietsch* (2010), S. 570 und 581.

⁹⁴⁵ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 364.

⁹⁴⁶ Vgl. *Maaß/Pietsch* (2010), S. 569; *Wirtz* (2013b), S. 360; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 21.

Kosten für deren Anschaffung sind auch die Kosten für deren Betrieb (insb. Energiekosten) anzuführen.⁹⁴⁷ Für die Komponenten des Software-Systems fallen (zunächst) Kosten für deren Erwerb oder Lizenzierung an, die sowohl die Informationssammlung, -verarbeitung als auch -übertragung betreffen.⁹⁴⁸ Die Inhalte für die Werbeflächen werden Social Networks kostenlos zur Verfügung gestellt.

In Bezug auf die reale Wertschöpfungskette sind die Aktivitäten für die Akquirierung von Nutzern und Werbenden Kostentreiber, da eine ausreichende Anzahl sowohl an Kunden der Kernleistung als auch an Kunden der Nebenleistung für die Erlösgenerierung notwendig ist.⁹⁴⁹ Dies „erfordert hohe Investitionen in Personal und Marketing“⁹⁵⁰, worunter vornehmlich Kosten für die unternehmensinterne ausführende menschliche Arbeit (z. B. Suchmaschinenoptimierung) und Kosten für unternehmensexterne Werbemaßnahmen (z. B. Werbung auf anderen Internet-Plattformen) fallen.⁹⁵¹ Darüber hinaus entstehen Kosten beim Kundendienst für die ausführende menschliche Arbeit (z. B. Call-Center).⁹⁵²

Die unterstützenden Aktivitäten des elektronischen und realen Wertschöpfungsprozesses werden vornehmlich durch ausführende menschliche Arbeit erbracht,⁹⁵³ wodurch Kosten für Arbeitsverträge bzw. -aufträge von Bedeutung sind. Hierbei stellt insb. die Technologieentwicklung (z. B. Software-Entwicklung, Software-Weiterentwicklung) einen Kostentreiber dar.⁹⁵⁴

3.7.2.3.4.2. Kapitalmodell

Das Kapitalmodell zeigt auf, wie die unternehmerischen Tätigkeiten eines Unternehmens finanziert werden.⁹⁵⁵ Die Finanzierungsformen können je nach „Rechtsstellung des Kapitalgebers“⁹⁵⁶ in Eigen- und Fremdfinanzierungen unterschieden werden.⁹⁵⁷ Kapital zur Eigenfinanzierung entstammt von den Eignern eines Unternehmens.⁹⁵⁸ Die Eigenfinanzierung kann bspw. über organisierte Kapitalmärkte erfolgen.⁹⁵⁹ Ferner kann eine Eigenfinanzierung durch den Anteil am erwirtschafteten Gewinn des Unternehmens, der nicht ausgeschüttet wird, vorliegen.⁹⁶⁰ Eine Fremdfinanzierung erfolgt durch die Überlassung von Kapital durch

⁹⁴⁷ Vgl. Schmidt (2015), S. 174; Mindermann/Schmidt (2013), S. 20.

⁹⁴⁸ Vgl. Maaß/Pietsch (2010), S. 569.

⁹⁴⁹ Vgl. Maaß/Pietsch (2010), S. 569; Ott (2014a), S. 58.

⁹⁵⁰ Leimeister/Krcmar (2004), S. 63.

⁹⁵¹ Vgl. Maaß/Pietsch (2010), S. 569.

⁹⁵² Vgl. Maaß/Pietsch (2010), S. 570.

⁹⁵³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

⁹⁵⁴ Vgl. Maaß/Pietsch (2010), S. 569 f.; Schmidt (2015), S. 174; Döring (2005), S. 77; Kasperzak/Nestler (2010), S. 178; Fischer/Vielmeyer (2001), S. 1298.

⁹⁵⁵ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

⁹⁵⁶ Dürr (2007), S. 19.

⁹⁵⁷ Vgl. Dürr (2007), S. 18 f.; Wöhe et al. (2013), S. 21; Gutenberg (1980), S. 128–130; Büschgen (1973), S. 11; Schulte (2006), S. 20; zu alternativen Systematisierungen: Dürr (2007), S. 13–18; Wöhe et al. (2013), S. 14.

⁹⁵⁸ Vgl. Büschgen (1973), S. 54; Dürr (2007), S. 19.

⁹⁵⁹ Vgl. Gutenberg (1980), S. 147.

⁹⁶⁰ Vgl. Gutenberg (1980), S. 130; Büschgen (1973), S. 81.

Gläubiger.⁹⁶¹ Dieses Kapital kann durch Kapitalmärkte (z. B. in Form von Anleihen) und Kreditinstitute (z. B. in Form von Darlehen) zur Verfügung gestellt werden.⁹⁶² Ferner können hierzu z. B. Lieferantenkredite und Vorauszahlungen von Kunden gezahlt werden.⁹⁶³

Bei eigenständig gegründeten Social Networks (z. B. Facebook Inc.⁹⁶⁴) dominiert die Eigenfinanzierung, weil eine umfangreiche Eigenfinanzierung zum Teil vorausgesetzt wird, um eine Fremdfinanzierung z. B. durch Kreditinstitute erhalten zu können.⁹⁶⁵ Dies lässt sich darauf zurückführen, dass die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Social Networks insb. in deren Gründungs- und Wachstumsphase als ungewiss eingestuft wird und dementsprechend ein hohes Ausfallrisiko besteht.⁹⁶⁶ Vorauszahlungen sind sowohl bei direkten als auch indirekten Erlösformen denkbar, wobei die Vorauszahlungen bei ersteren von den Nutzern und bei letzteren vornehmlich von den Werbenden stammen.⁹⁶⁷ Insofern Social Networks bereits bei Gründung zu einem Konzern gehören (z. B. plus.google.com), ist die Finanzierungsstruktur unternehmensspezifisch zu betrachten und muss nicht zwingend mit den Erkenntnissen über eigenständig gegründete Social Networks übereinstimmen.

Eigenständig gegründete Social Networks werden anfangs hauptsächlich durch die Gründer, die auch die Internet-Plattform betreiben, eigenfinanziert (z. B. werkenntwen.de⁹⁶⁸, Facebook Inc.⁹⁶⁹). Bereits in der Gründungsphase kann die Eigenfinanzierung durch Risikokapitalgeber unterstützt werden. Dies kann auch erst nach dieser Phase erfolgen (z. B. wer-kennt-wen GmbH⁹⁷⁰, Facebook Inc.⁹⁷¹).⁹⁷² Anschließend sind Börsengänge zur Erweiterung der Eigenfinanzierung zu beobachten (z. B. Facebook Inc.⁹⁷³).

3.7.2.3.5. Ressourcenmodell

3.7.2.3.5.1. Core Assets i.S.d. Resource-Based-View

Die im Rahmen des Leistungserstellungsmodells abgeleiteten Produktions- bzw. Leistungsfaktoren lassen sich in ihrer Bedeutung für Social Networks (weiter) differenzieren.⁹⁷⁴ Hierfür dient das Ressourcenmodell, weil dieses Partialmodell die „bedeutenden tangiblen und intangiblen Input-Faktoren“⁹⁷⁵ des Geschäftsmodells darstellt.⁹⁷⁶ Für die Identifizierung

⁹⁶¹ Vgl. *Gutenberg* (1980), S. 130; *Büschgen* (1973), S. 25; *Wöhe* et al. (2013), S. 21.

⁹⁶² Vgl. *Gutenberg* (1980), S. 161 f. und 178 f.; *Büschgen* (1973), S. 38 f.

⁹⁶³ Vgl. *Büschgen* (1973), S. 30.

⁹⁶⁴ Vgl. *Wikipedia* (2015b).

⁹⁶⁵ Vgl. *Kirsch* (2014), S. 99.

⁹⁶⁶ Vgl. *Maaß/Pietsch* (2010), S. 563 f. (m.w.N.) i.V.m. *Achleitner/Breuer/Breuer* (2015).

⁹⁶⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

⁹⁶⁸ Vgl. *Wikipedia* (2015c).

⁹⁶⁹ Vgl. *Wikipedia* (2015b).

⁹⁷⁰ Vgl. *Wikipedia* (2015c).

⁹⁷¹ Vgl. *Wikipedia* (2015b); *Hohensee* et al. (2011), S. 50.

⁹⁷² Vgl. *Maaß/Pietsch* (2010), S. 563.

⁹⁷³ Vgl. *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 14 f.

⁹⁷⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

⁹⁷⁵ *Wirtz* (2013a), S. 129.

⁹⁷⁶ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

solcher Input-Faktoren greift *Wirtz* auf den Resource-Based-View zurück,⁹⁷⁷ der darauf abzielt, diejenigen Input-Faktoren (sog. „Core Assets“) eines Unternehmens zu ermitteln, die grundlegend für einen *nachhaltigen* Wettbewerbsvorteil sind.⁹⁷⁸ In anderen Worten: Der Resource-Based-View dient dazu, „the link between a firm’s internal characteristics and performance“ zu analysieren.⁹⁷⁹ Die Anwendung dieser Methode auf Unternehmen, die verstärkt Informationstechnologien einsetzen, worunter auch Social Networks fallen, wird als adäquat eingestuft.⁹⁸⁰

Wirtz unterscheidet zwischen „Assets“⁹⁸¹ und „Core Assets“.⁹⁸² Erstere werden als „materielle und immaterielle Ressourcen, die die Basis für die Aktivitäten und die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens bilden“⁹⁸³, definiert, wobei es sich sowohl um unternehmensinterne als auch um unternehmensexterne Produktions- bzw. Leistungsfaktoren handeln kann.⁹⁸⁴ Folglich sind aufgrund dieser Definition die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren, die aus der Wertschöpfungskette von Social Networks abgeleitet wurden,⁹⁸⁵ als Assets zu klassifizieren, weil diese die Grundlage sind, um das Nutzenversprechen gegenüber den Kunden einlösen und somit sich dem Wettbewerb stellen zu können.

Assets können Core Assets des betreffenden Unternehmens darstellen, wenn sie vier Eigenschaften aufweisen „that resources isolated by value chain analyses must possess in order to be sources of sustained competitive advantage“⁹⁸⁶. Diese Eigenschaften können der Definition von Core Assets nach *Wirtz* entnommen werden: „Bei Core Assets handelt es sich um firmenspezifische Assets, die unternehmensintern akkumuliert oder zumindest veredelt wurden und eine *besondere Werthaltigkeit* für den Wertschöpfungsprozess des Unternehmens haben. Sie sind von *relativer Knappheit* und *für die Konkurrenz schwer bis nicht imitierbar und substituierbar*“⁹⁸⁷.

Eine besondere Werthaltigkeit ist gegeben, wenn ein Asset „einen Kostenvorteil gegenüber der Konkurrenz [...] oder für den Kunden einen wahrnehmbaren Nutzen“⁹⁸⁸

⁹⁷⁷ Als prägend für den Resource-Based-View werden vornehmlich *Wernerfelt* (*Wernerfelt* (1984)) und *Barney* (insb. *Barney* (1991)) genannt: vgl. *Novak* (2014), S. 99; *Fahy/Smithee* (1999), S. 3; ausführlich: *Melville/Kraemer/Gurbaxani* (2004), S. 289 f.; ähnlich: *Becker* (2005), S. 150 und 167; *Bürki* (1997), S. 27–31; *Freiling* (2001), S. 32 f.

⁹⁷⁸ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 258 (auch Zitat); *Wernerfelt* (1984), S. 172–175; *Barney* (1991), S. 100 f.; *Fahy/Smithee* (1999), S. 5; *Freiling* (2001), S. 12 f. und 19.

⁹⁷⁹ Vgl. *Barney* (1991), S. 100 f. (auch Zitat).

⁹⁸⁰ Vgl. *Melville/Kraemer/Gurbaxani* (2004), S. 291; mit Bezug zur New Economy: *Mildenberger/Mack* (2002), S. 54–57.

⁹⁸¹ *Barney* verwendet alternativ die Bezeichnung „firm resources“: *Barney* (1991), S. 102.

⁹⁸² Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 258 (beide Zitate).

⁹⁸³ *Wirtz* (2013b), S. 258.

⁹⁸⁴ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 129.

⁹⁸⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

⁹⁸⁶ *Barney* (1991), S. 105.

⁹⁸⁷ *Wirtz* (2013b), S. 258 (Hervorhebungen durch Verfasser) in Anlehnung an *Barney* (1991), S. 105 f.; *Novak* (2014), S. 99; ähnlich: *Amit/Schoemaker* (1993), S. 36.

⁹⁸⁸ *Wirtz* (2013b), S. 259.

generiert.⁹⁸⁹ Relative Knappheit eines Asset liegt vor, wenn ein Asset „nicht jedem Wettbewerber zur Verfügung steht“.⁹⁹⁰ Die Imitierbarkeit eines Asset ist als schwer bis ausgeschlossen einzustufen, wenn die Reproduktion des Asset durch die Mitbewerber nur schwer bzw. nicht möglich ist.⁹⁹¹ Selbiges gilt analog für den möglichen Ersatz eines Asset durch einen anderen Asset, falls dieser nur schwer bzw. nicht „umgangen“⁹⁹² werden kann,⁹⁹³ um eine vergleichbare „Wirkung“⁹⁹⁴ zu erzielen.⁹⁹⁵

3.7.2.3.5.2. Untersuchung der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren auf die Eigenschaften von Core Assets

3.7.2.3.5.2.1. Elektronische Wertschöpfungskette

Nachfolgend soll für die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren der elektronischen Wertschöpfungskette von Social Networks überprüft werden,⁹⁹⁶ welche sich als Core Assets einstufen lassen (siehe auch Tabelle 6 auf S. 104). Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die vier Eigenschaften von Core Assets kumulativ vorliegen müssen.⁹⁹⁷ Deswegen wird im Folgenden bei Assets, die keine Core Assets darstellen, exemplarisch nur auf eine Eigenschaft eingegangen, die nicht gegeben ist.

Das **Hardware-System**, auf dem die Client-Software installiert ist, kann auch von Mitbewerbern in Anspruch genommen werden, weil die Nutzer diese Hardware von Dritten selbst erwerben.⁹⁹⁸ Das Hardware-System, welches für die Server-Software benötigt wird, kann sowohl vom Social Network als auch von seinen Mitbewerbern erworben bzw. die Rechenleistung geliehen werden.⁹⁹⁹ Es mangelt so bereits an der relativen Knappheit, um als Core Asset eingestuft werden zu können.¹⁰⁰⁰

Ebenso stellen Webbrowser, Domännennamen und native Apps als Elemente des **Software-Systems** keine Core Assets dar. Webbrowser dienen der Darstellung von Inhalten im Internet und zeigen somit auch Inhalte von Mitbewerbern an,¹⁰⁰¹ wodurch es ihnen an einer relativen Knappheit aus Sicht eines einzelnen Social Network mangelt. Ein spezifischer

⁹⁸⁹ Vgl. *Bamberger/Wrona* (1996), S. 135; *Knaese* (1996), S. 24 m.w.N.; *Becker* (2005), S. 168 m.w.N.; allgemeiner: *Barney* (1991), S. 106.

⁹⁹⁰ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 259 (auch Zitat); *Barney* (1991), S. 106 f.; *Becker* (2005), S. 168; *Knaese* (1996), S. 20.

⁹⁹¹ Vgl. hierzu *Barney* (1991), S. 107–111; *Knaese* (1996), S. 21–23.

⁹⁹² *Bamberger/Wrona* (1996), S. 138.

⁹⁹³ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 259; *Barney* (1991), S. 111 f.

⁹⁹⁴ *Freiling* (2001), S. 22.

⁹⁹⁵ Vgl. *Becker* (2005), S. 169; *Knaese* (1996), S. 23.

⁹⁹⁶ Vgl. für die reale Wertschöpfungskette Kapitel 3.7.2.3.5.2.2.

⁹⁹⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.1.

⁹⁹⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

⁹⁹⁹ Vgl. *Hohensee et al.* (2011), S. 44 und 46; *Häcker/Riffner* (2001), S. 348; Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁰⁰⁰ Vgl. *Barney* (1991), S. 114. „Noch nie war es so einfach und günstig, Serverkapazitäten aufzustocken“: *Hohensee et al.* (2011), S. 44.

¹⁰⁰¹ Vgl. *Laudon/Laudon/Schoder* (2010), S. 245.

Domänenname kann zwar nur einmal vergeben werden.¹⁰⁰² Dennoch können alternative Domännennamen von Mitbewerbern registriert werden, so dass Domännennamen im Allgemeinen als Zugriffsinstrument allen Mitbewerbern zur Verfügung stehen.¹⁰⁰³ Eine native App wird zwar unternehmensindividuell entwickelt, jedoch steht es Mitbewerbern frei, ebenfalls native Apps für den Zugriff auf deren Social Networks zu entwickeln und über die entsprechenden Internet-Plattformen zum Download anbieten zu lassen.¹⁰⁰⁴

Die Server-Software auf den einzelnen Ebenen des Software-Systems ermöglicht die Informationssammlung, -verarbeitung und -übertragung, wodurch sie einen für die Kunden wahrnehmbaren Nutzen besitzt.¹⁰⁰⁵ Zwar kann die Server-Software extern erworben bzw. lizenziert sein, jedoch ist davon auszugehen, dass Social Networks diese zumindest unternehmensindividuell anpassen und weiterentwickeln, um bspw. Funktionserweiterungen, Leistungs- und Datensicherheitsoptimierungen vorzunehmen.¹⁰⁰⁶ Eine reine Eigenentwicklung ist alternativ möglich.¹⁰⁰⁷ Folglich ist es schwierig, zur relativen Knappheit eine allgemeingültige Aussage zu treffen. Insofern es sich größtenteils um Eigen(weiter)-entwicklungen handelt, kann u. U. ein rechtlicher Schutz bestehen,¹⁰⁰⁸ wodurch eine Imitation durch die Mitbewerber erschwert wird.¹⁰⁰⁹ Des Weiteren kann eine Imitation z. B. in Bezug auf die Datenauswertungsebene stark erschwert werden, indem es dem Social Network durch einen nur ihm bekannten Algorithmus im Vergleich zu den Mitbewerbern besser gelingt, aufgrund der heterogenen Daten der Nutzer passende zielgruppengerechte Werbeschaltungen zu realisieren. Die Substitution einer bestimmten Server-Software wäre einerseits durch eine aus funktionaler Sicht ähnliche Server-Software oder andererseits durch andere Assets mit einer ähnlichen Wirkung denkbar.¹⁰¹⁰ Ersteres ist grundsätzlich möglich, wobei dies davon abhängig ist, inwiefern eine ähnliche Server-Software aus technischer und rechtlicher Sicht durch die

¹⁰⁰² Vgl. *Pfitzer/Schwenzer* (2003), Rn. 74; *Schmidt* (2015), S. 50; *Redeker* (2015), Rn. 266; *Kasperzak/Nestler* (2010), S. 174 und 179.

¹⁰⁰³ Zwar sind Domännennamen aus deutscher Perspektive „rechtlich weder Marken noch Namen“ (*Redeker* (2015), Rn. 272). Dennoch beinhalten die Marken von Social Networks i.d.R. den Domännennamen (wie z. B. bei Facebook, Myspace). Hierdurch kann dieser als Bestandteil der Marke indirekt einen Core Asset darstellen, falls die Marke als Core Asset eingestuft werden sollte; zur Marke als potenzieller Core Asset von Social Networks: vgl. *Wirtz* (2013b), S. 367; die Marke ist für Inter-Connection-Geschäftsmodelle im Vergleich zu Intra-Connection-Geschäftsmodellen (wie Social Networks) hinsichtlich Kundengewinnung und -bindung von größerer Bedeutung, weil hier geringere Netz(werk)effekte und somit auch geringere Lock-In-Effekte vorherrschen: *Wirtz* (2013b), S. 362. Deswegen wird die Marke als Asset in der weiteren Untersuchung nicht betrachtet.

¹⁰⁰⁴ Vgl. *Stölzel* (2011), S. 100.

¹⁰⁰⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1; *Leimeister/Krcmar* (2004), S. 51; *Kollmann* (2014), S. 398; allgemeiner: *Bhimani/Bromwich* (2010), S. 84.

¹⁰⁰⁶ Vgl. *Menon* (2012), S. 31; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 149 f. und 210; *Kollmann* (2013), S. 599; *Markus* (2002), S. 150.

¹⁰⁰⁷ Vgl. *Menon* (2012), S. 31; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 149; *Markus* (2002), S. 150; Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁰⁰⁸ Allgemein zum urheberrechtlichen Schutz von Software nach deutschem Recht: vgl. *Redeker* (2012), Rn. 2–12.

¹⁰⁰⁹ Vgl. *Fahy/Smithee* (1999), S. 6 m.w.N.; *Bamberger/Wrona* (1996), S. 138; *Melville/Kraemer/Gurbaxani* (2004), S. 301.

¹⁰¹⁰ In Anlehnung an *Barney* (1991), S. 111 f.

Mitbewerber realisierbar ist.¹⁰¹¹ Hingegen ist der Ersatz von Software durch andere Assets wie z. B. ausführende menschliche Arbeit für die Datenauswertung nur schwer denkbar, wenn man die große Anzahl an Nutzern und Daten berücksichtigt. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Server-Software ein Core Asset – in Abhängigkeit vom konkret betrachteten Social Network – sein kann.¹⁰¹²

Die **Daten der Nutzer (bzw. der Kunden der Kernleistung)** sind Voraussetzung, um das Nutzenversprechen realisieren zu können,¹⁰¹³ wodurch die Daten eine besondere Werthaltigkeit für die Kunden besitzen.¹⁰¹⁴ Die Daten der Nutzer lassen sich in reaktive und nicht-reaktive Daten unterteilen.¹⁰¹⁵ Erstere sind u. a. in einem Mindestumfang bei der Registrierung (z. B. Geburtsdatum) anzugeben.¹⁰¹⁶ Diese beim Registrierungsprozess anzugebenden Informationen sind somit den Social Networks bekannt, bei denen sich ein Nutzer angemeldet hat, wobei Internet-Nutzer aus Deutschland im Durchschnitt nur auf wenigen ausgewählten Social Networks angemeldet sind und somit diese Informationen nicht allen Social Networks vorliegen sollten.¹⁰¹⁷ Wenn man von einer aktiven Partizipation der Nutzer ausgeht, machen die beim Registrierungsprozess anzugebenden (reaktiven) Daten einen geringen Anteil am Datenbestand über einen Nutzer im Verhältnis zu den anderen reaktiven Daten (z. B. Nachrichtenmitteilungen) aus. Letztere gibt der Nutzer freiwillig bei der Nutzung der Funktionalitäten der Internet-Plattform über sich preis. Diese reaktiven Daten liegen der Internet-Plattform i.d.R. quasi exklusiv vor, da sich die umfangreiche Eigenpräsentation und Vernetzung sowie ausführliche Kommunikation von einem Nutzer zumeist nur auf *ein* Social Network beschränkt.¹⁰¹⁸ Exklusivität liegt in Bezug auf die nicht-reaktiven Daten vor, die durch die Aufzeichnung des Nutzerverhaltens auf einer spezifischen Internet-Plattform generiert werden und somit nur dieser vorliegen.¹⁰¹⁹ Folglich ist sowohl den reaktiven als auch den nicht-reaktiven Daten der Nutzer eine relative Knappheit zu attestieren, auch wenn zukünftig (voraussichtlich ab dem Jahr 2018) durch die neue EU-Datenschutzgrundverordnung die

¹⁰¹¹ Vgl. ähnlich *Fox* (2010), S. 64; z. B. hat die Facebook Inc. einen Suchalgorithmus zum Patent angemeldet, der die Reihenfolge der Suchergebnisse am Suchverhalten der Freunde des Suchenden orientiert: *Lunt/Galbreath/Winner* (2011), Rn. 0007.

¹⁰¹² Vgl. ähnlich *Wirtz* (2013b), S. 366.

¹⁰¹³ Vgl. Kapitel 3.7.2.1.

¹⁰¹⁴ Die Inhalte der Werbeanzeigen, die die Kunden der Nebenleistung den Social Networks zur Verfügung stellen, werden an dieser Stelle nicht betrachtet, weil diese nach der hier vertretenen Ansicht keine *bedeutenden* Produktions- bzw. Leistungsfaktoren darstellen, um die Leistungen für die Kunden der Kern- wie auch Nebenleistung erbringen zu können.

¹⁰¹⁵ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.4.

¹⁰¹⁶ Vgl. Kapitel 3.1.2.1.1.

¹⁰¹⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3.

¹⁰¹⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3.

¹⁰¹⁹ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.4.

Übertragung von Daten von einem Social Network zu einem anderen Social Network ermöglicht werden soll.¹⁰²⁰

Es ist nur in Ausnahmefällen denkbar, dass die Daten der Nutzer durch einen Mitbewerber erworben werden können (z. B. wenn ein Social Network seinen Betrieb einstellen und durch einen Mitbewerber übernommen werden würde). Eine selbstständige Reproduktion der Daten ist für Mitbewerber im ausreichenden bzw. notwendigen Umfang kaum möglich, da eine parallele Nutzung von mehreren Social Networks in einem ähnlichen bedeutenden Ausmaß nicht zu beobachten ist, weil sich die aktive und umfangreiche Nutzung i.d.R. hauptsächlich auf ein Social Network fokussiert.¹⁰²¹ Zwar ist die Substitution der Nutzer-Daten z. B. durch Inhalte von Redakteuren möglich, um die Internet-Plattform für Nutzer attraktiv zu machen. Jedoch würde es sich hierbei um ein anderes Nutzenversprechen als von Social Networks handeln, und das Unternehmen wäre somit einem anderen Geschäftsmodell-Typ (z. B. Content) zuzuordnen.¹⁰²² Zusammenfassend treffen die Eigenschaften von Core Assets auf die Daten der Nutzer von Social Networks zu.¹⁰²³

Damit die vorgenannten Daten der Nutzer dem Social Network zugehen, sind neben den technischen Voraussetzungen die Aktivitäten von Nutzern notwendig. Diese geben die Daten selbstständig ein (reaktive Daten) und generieren zusätzliche Daten durch die Nutzung der Internet-Plattform (nicht-reaktive Daten).¹⁰²⁴ Durch diese **ausführende menschliche Arbeit** wird das Social Network sozusagen mit Leben gefüllt, wodurch der Nutzen des Social Network für seine Kunden erst realisiert werden kann.¹⁰²⁵ Zwar können sich die Nutzer potenziell bei jedem Social Network parallel anmelden.¹⁰²⁶ Da sich jedoch die Hauptaktivitäten eines Nutzers zumeist auf ein Social Network beschränken, kann man diesbezüglich eine relative Knappheit festhalten.¹⁰²⁷ Dies lässt sich durch positive Netz(werk)effekte begründen, worunter verstanden wird, dass „der Nutzen eines Mitglieds mit zunehmender Anzahl der eigenen Kontakte

¹⁰²⁰ Vgl. zur neuen EU-Datenschutzgrundverordnung *Europäische Kommission* (2015); bereits: *Europäische Kommission* (2012), S. 2; die Mitnahme der Daten von Nutzern von einem Social Network zu einem anderen ist aktuell strittig: *Evans* (2011), S. 278.

¹⁰²¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3; allgemeiner: *Panten* (2005), S. 129; *Fahy/Smithee* attestieren die schwere Imitierbarkeit und Substituierbarkeit von Datenbanken: *Fahy/Smithee* (1999), S. 7.

¹⁰²² Vgl. Kapitel 3.7.1.

¹⁰²³ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 381. „[O]ver recent decades the domain of strategic assets and core capabilities has increasingly extended to also cover intangibles like databases“: *Haslam et al.* (2013), S. 35; Folgende sprechen den Daten der Nutzer von Social Networks einen ähnlichen Status wie Core Assets zu (z. B. bedeutender Erfolgs- bzw. Wettbewerbsfaktor, Werttreiber): *Grahl/Rothlauf/Hinz* (2013), S. 3; *Donovan et al.* (2014), S. 11; *Davenport* (2014), S. 156; *Heggmair/Riedl/Wutschke* (2014), S. 326; *Andrejevic* (2011), S. 38; *Redeker* (2015), Rn. 424; *Heßler/Mosebach* (2013), S. 163; *Mörl/Groß* (2008), S. 70; *Wolfensberger* (2002), S. 82; *Häusler* (2009), S. 61; *Gurses/Rizk/Gunther* (2008), S. 8; *Russell* (2014), S. 45; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 21 f.; *Schmidt* (2015), S. 20 f., 135 und 163; *Cebr* (2013), S. 3; *Panten* (2005), S. 131 m.w.N. und 142; bereits: *Weiber/Kollmann* (1997), S. 514 und 520 f.

¹⁰²⁴ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.4.

¹⁰²⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.1; *Wirtz* (2013b), S. 367; *Heggmair/Riedl/Wutschke* (2014), S. 326.

¹⁰²⁶ Vgl. *Clement/Schreiber* (2010), S. 307.

¹⁰²⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3; *Karla* (2007), S. 25; *Heidemann* (2010), S. 269; *Mörl/Groß* (2008), S. 79.

steigt“.¹⁰²⁸ Deswegen ist es für Social Networks notwendig, eine kritische Masse an Nutzern der zentralen Dienstleistungen zu erreichen, so dass ein ausreichender Nutzen für den einzelnen Nutzer aufgrund der Gesamtnutzerzahl gegeben ist, wie auch für die Kunden der Nebendienstleistung.¹⁰²⁹ Solch eine kritische Masse zu reproduzieren ist i.d.R. schwer möglich,¹⁰³⁰ da hierfür ein besonderer Mehrwert durch das abwerbende Social Network angeboten werden muss.¹⁰³¹ Dies liegt u. a. darin begründet, dass für die Nutzer, die ihre Aktivitäten auf ein anderes Social Network ausrichten, durch die fehlende kritische Masse und den zumeist (noch) nicht durchführbaren Datentransfer starke Nutzeneinbußen entstehen („Lock-In“¹⁰³²-Effekt).¹⁰³³ Die Nutzer z. B. durch Redakteure zu ersetzen, wie dies oben bereits bei den Daten der Nutzer angesprochen wurde, ist auch in diesem Fall nicht mit dem Nutzenversprechen von Social Networks vereinbar. Zusammenfassend treffen die Eigenschaften von Core Assets auf die Nutzer von Social Networks zu.¹⁰³⁴

Die Analyse der elektronischen Wertschöpfungskette zeigt (siehe auch Tabelle 6 auf S. 104), dass das Hardware-System kein Core Asset darstellt. Hingegen kann ein Teil des Software-Systems potenziell den Eigenschaften von Core Assets genügen. Folglich können die Betriebsmittel von Social Networks nur teilweise Core Assets darstellen.¹⁰³⁵ Die Daten der Nutzer, die die Leistungsobjekte bzw. Werkstoffe von Social Networks sind,¹⁰³⁶ weisen die Eigenschaften von Core Assets auf. Selbiges gilt für die dazu notwendige ausführende menschliche Arbeit der Nutzer.

3.7.2.3.5.2.2. Reale Wertschöpfungskette

Die **ausführende menschliche Arbeit (nachfolgend Mitarbeiter)**, die die reale Wertschöpfungskette und die unterstützenden Aktivitäten der gesamten Wertschöpfungskette

¹⁰²⁸ Vgl. *Heidemann* (2010), S. 269 (auch Zitat); *Wirtz* (2013b), S. 367; *Birke* (2013), S. 164; *Pagani/Hofacker* (2010), S. 1 f.; *Rana/Caton* (2010), S. 39; *Evans* (2011), S. 67 und 269; *Hoegg et al.* (2006), S. 14; *Shapiro/Varian* (1999), S. 183; *Lev* (2001), S. 26–28; *Bhimani/Bromwich* (2010), S. 83.

¹⁰²⁹ Vgl. *Clement/Schreiber* (2010), S. 9; *Birke* (2013), S. 164; *Wolfensberger* (2002), S. 134; zum Gesamtnutzen von Netzwerken auf Basis der Nutzerzahlen sei an dieser Stelle auf *Metcalfe's* Gesetz und *Reed's* Gesetz verwiesen – hierzu kompakt: *Clement/Schreiber* (2010), S. 300; *Mörl/Groß* (2008), S. 73–75; *Wolfensberger* (2002), S. 60 f.; *Shapiro/Varian* (1999), S. 184.

¹⁰³⁰ „[T]he large network size can be used as a defence against new entrants“: *Birke* (2013), S. 165.

¹⁰³¹ Vgl. *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 209; *Fox* (2010), S. 50; z. B. die geografische Ausrichtung: Facebook hat im Vergleich zu StudiVZ eine internationalere Ausrichtung: *Hohensee et al.* (2011), S. 50.

¹⁰³² *Shapiro/Varian* (1999), S. 103.

¹⁰³³ Vgl. *Evans* (2011), S. 278; *Wolfensberger* (2002), S. 97; *Häusler* (2009), S. 24 f.; *Hajek et al.* (2014), S. 90; *Wirtz* (2013b), S. 362; *Mörl/Groß* (2008), S. 77; allgemein: *Lev* (2001), S. 28; *Shapiro/Varian* (1999), S. 122 und 184 f.; a. A. *Clement/Schreiber* (2010), S. 307.

¹⁰³⁴ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 367 und 381; Folgende sprechen den Nutzern von Social Networks einen ähnlichen Status wie Core Assets zu (z. B. bedeutender Erfolgs- bzw. Wettbewerbsfaktor, Werttreiber): *Maaß/Pietsch* (2010), S. 576; *Birke* (2013), S. 164; *Berge/Buesching* (2008), S. 27 f.; *Mörl/Groß* (2008), S. 70 und 89; *Andrejevic* (2011), S. 38; *Kay* (1995), S. 115; *Wolfensberger* (2002), S. 90; *Karla* (2007), S. 25; *Gneiser et al.* (2012), S. 62; *Schmidt* (2015), S. 20 f.; *Ott* (2014b), S. 116; *Heßler/Mosebach* (2013), S. 171; *Rana/Caton* (2010), S. 39; *Bhimani/Bromwich* (2010), S. 84; *Evans* (2011), S. 67 und 70; *Fox* (2010), S. 42; *Häusler* (2009), S. 24; *Panten* (2005), S. 134; *Kollmann* (2013), S. 685–687 m.w.N.

¹⁰³⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹⁰³⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

im Wesentlichen prägt, ist für die Kunden von vielfältigem Nutzen. Für die Kunden der zentralen Dienstleistungen verdeutlicht sich der Nutzen der Mitarbeiter z. B. darin, dass diese die Technologieentwicklung umsetzen, worunter auch die Sicherstellung des einwandfreien Betriebs des Software- und Hardware-Systems fällt.¹⁰³⁷ Für die Kunden der Nebendienstleistung sind die Mitarbeiter z. B. als Ansprechpartner für die Konfiguration von Werbeschaltungen hilfreich.¹⁰³⁸ Die Mitarbeiter dürften zu einem bestimmten Zeitpunkt nur einem Social Network zur Verfügung stehen. Infolgedessen handelt es sich um einen knappen Asset. Inwiefern das Wissen und die Fähigkeiten von Mitarbeitern durch andere imitiert werden können,¹⁰³⁹ wenn von einer Abwerbung abstrahiert wird,¹⁰⁴⁰ hängt vornehmlich sowohl von dem Wissen und den Fähigkeiten der alternativen Mitarbeiter als auch von den Weiterbildungsmöglichkeiten beim Mitbewerber ab. Die Mitarbeiter z. B. durch künstliche Intelligenz zu substituieren, ist zum aktuellen Zeitpunkt nicht möglich.¹⁰⁴¹ Zusammenfassend können Mitarbeiter von Social Networks die Eigenschaften von Core Assets erfüllen (siehe auch Tabelle 6 auf S. 104).¹⁰⁴² Selbiges gilt für Mitarbeiter, die dem **dispositiven Faktor** zuzurechnen sind und demgemäß als übergeordnete Instanz die ausführende menschliche Arbeit leiten.¹⁰⁴³

¹⁰³⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2; *Wirtz* (2013b), S. 366 f.

¹⁰³⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.2.

¹⁰³⁹ Dass sich dies schwierig gestaltet, verdeutlicht sich z. B. darin, dass einzelne Social Networks ihren weiblichen Mitarbeitern anbieten, die Kosten für Social Freezing zu übernehmen: vgl. *Tutt* (2015), S. 66.

¹⁰⁴⁰ Vgl. *Fahy/Smithee* (1999), S. 8.

¹⁰⁴¹ Vgl. *Lackes/Siepermann* (2015); *Meckel* (2015), S. 3.

¹⁰⁴² Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 367.

¹⁰⁴³ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 131; Kapitel 3.7.2.3.1.2.

Asset	Besondere Werthaltigkeit	Relative Knappheit	Schwere Imitierbarkeit	Schwere Substituierbarkeit	Core Asset
Hardware-System	✓	✗			✗
Webbrowser	✓	✗			✗
Domänenname	✓	✓	✗		✗
Native Apps	✓	✓	✗		✗
Server-Software	✓	(✓)	(✓)	(✓)	(✓)
Daten der Nutzer	✓	✓	✓	✓	✓
Nutzer	✓	✓	✓	✓	✓
Mitarbeiter	✓	✓	(✓)	✓	(✓)
Legende: ✓ trifft zu (✓) trifft u. U. zu ✗ trifft nicht zu					

Tabelle 6: Prüfung der Assets von Social Networks auf die Core Asset-Eigenschaften¹⁰⁴⁴

3.7.2.3.5.3. Kernkompetenzen i.S.d. Ressource-Based-View

Um mittels der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren, die sich aus Assets und Core Assets zusammensetzen,¹⁰⁴⁵ wettbewerbsfähige Produkte bzw. Dienstleistungen zu generieren, benötigen Unternehmen Kompetenzen. Diese befähigen Unternehmen, die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren durch einen adäquaten Wertschöpfungsprozess so einzusetzen, dass deren Potenziale (insb. der Core Assets) gehoben werden, um das Nutzenversprechen den Kunden gegenüber erfüllen und im Wettbewerb bestehen zu können.¹⁰⁴⁶ Kompetenzen basieren auf den Fähigkeiten und dem Wissen der einzelnen Mitarbeiter, wobei die Kompetenzen erst durch die Interaktion zwischen den Mitarbeitern begründet werden.¹⁰⁴⁷ Kompetenzen beziehen sich sowohl auf die ausführende menschliche Arbeit als auch auf den dispositiven Faktor.

In Bezug auf die elektronische Wertschöpfungskette bedarf es Technologie-Kompetenzen, um die Potenziale des Software- und Hardware-Systems heben zu können.¹⁰⁴⁸ Diese Kompetenzen sind bei der Technologieentwicklung angesiedelt, die eine unterstützende

¹⁰⁴⁴ Quelle: eigene Darstellung.

¹⁰⁴⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.

¹⁰⁴⁶ Vgl. Wirtz (2013b), S. 261 m.w.N.; Freiling (2001), S. 22–27 m.w.N.; Knaese (1996), S. 26 m.w.N.

¹⁰⁴⁷ Vgl. Amit/Schoemaker (1993), S. 35; Wirtz (2013b), S. 261 m.w.N.; Freiling (2001), S. 24 m.w.N.

¹⁰⁴⁸ Vgl. Wirtz (2013b), S. 366 f.; Heggmaier/Riedl/Wutschke (2014), S. 327.

Aktivität der Wertschöpfungskette von Social Networks ist.¹⁰⁴⁹ Exemplarisch lassen sich die Client-Kompetenz, Kapazitätssteuerungs-Kompetenz und Datenauswertungs-Kompetenz nennen. Die Client-Kompetenz befähigt die Mitarbeiter, auf die verschiedenartigen Software- und Hardware-Konfigurationen der Clients der Nutzer zu reagieren (z. B. ein spezifisches mobiles Betriebssystem i.V.m. einem spezifischen Smartphone), indem sie das Software-System auf diese abstimmen, so dass für möglichst viele dieser verschiedenen Varianten ein uneingeschränkter Zugang und eine benutzerfreundliche Nutzung der Internet-Plattform realisiert werden kann.¹⁰⁵⁰ Die Kapazitätssteuerungs-Kompetenz befähigt die Mitarbeiter, das Software- und Hardware-System auf wachsende Nutzerzahlen und deren Aktivitäten vorzubereiten, um die Verfügbarkeit und angemessene Reaktionszeiten der Internet-Plattform zu gewährleisten.¹⁰⁵¹ Die Datenauswertungs-Kompetenz befähigt die Mitarbeiter, eine adäquate Analyse des vorhandenen Datenbestands durch das Software-System vorzunehmen, um hierdurch einen Mehrwert für die einzelnen Kundengruppen zu schaffen.¹⁰⁵² Kunden der zentralen Dienstleistungen können z. B. für sie passende neue Kontakte vorgeschlagen werden. Für die Kunden der Nebendienstleistung ist von Nutzen, dass die passgenauen Adressaten für ihre Werbeschaltungen identifiziert werden können.¹⁰⁵³

In Bezug auf die reale Wertschöpfungskette bedarf es Nutzergewinnungs- und Nutzerbindungs-Kompetenzen.¹⁰⁵⁴ Erstere befähigen die Mitarbeiter, die im Marketing und Vertrieb tätig sind, Nutzer bzw. Kunden für die zentralen Dienstleistungen zu gewinnen.¹⁰⁵⁵ Die Akquise von Kunden der zentralen Dienstleistungen visiert eine kritische Masse an Nutzern an, so dass es zu positiven Netz(werk)effekten kommt,¹⁰⁵⁶ wodurch auch die Attraktivität der Nebendienstleistung gesteigert wird.¹⁰⁵⁷ Die Nutzerbindungs-Kompetenzen befähigen die Mitarbeiter, die Nutzer der Internet-Plattform zum Verbleib und zur Aktivität auf der Internet-Plattform zu motivieren,¹⁰⁵⁸ wodurch u. a. der Datenbestand weiter anwächst.¹⁰⁵⁹ Diese Kompetenzen betreffen sowohl die Mitarbeiter im Marketing und Vertrieb als auch die im Kundendienst.

In Bezug auf die unterstützenden Aktivitäten der elektronischen und realen Wertschöpfungskette lässt sich feststellen: Den Mitarbeitern in der Personalwirtschaft kommen vornehmlich Personalgewinnungs- und Personalbindungs-Kompetenzen zu. Diese sollen dazu

¹⁰⁴⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.2.

¹⁰⁵⁰ Vgl. *BITKOM* (2013), S. 4; *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 31 f.; *Wikle/Comer* (2012), S. 47; diese Kompetenz ähnelt der von *Wirtz* angeführten „Integrationskompetenz“: *Wirtz* (2013b), S. 367 f.

¹⁰⁵¹ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 366 f.

¹⁰⁵² Vgl. *Wolfensberger* (2002), S. 139; *Cebr* (2013), S. 8.

¹⁰⁵³ Vgl. *Maaß/Pietsch* (2010), S. 587; *Heggmair/Riedl/Wutschke* (2014), S. 324.

¹⁰⁵⁴ *Wirtz* spricht von „Kundengewinnungs- bzw. Kundenbindungskompetenz“: *Wirtz* (2013b), S. 368.

¹⁰⁵⁵ Vgl. *Wolfensberger* (2002), S. 138 f.; *Heggmair/Riedl/Wutschke* (2014), S. 327.

¹⁰⁵⁶ Vgl. *Mildenberger/Mack* (2002), S. 55 f.; *Mildenberger/Mack* sprechen diesbezüglich von der „Systemgüterkompetenz“ im Kontext der New Economy: *Mildenberger/Mack* (2002), S. 56.

¹⁰⁵⁷ Vgl. *Wolfensberger* (2002), S. 134.

¹⁰⁵⁸ Vgl. *Wolfensberger* (2002), S. 139 f.

¹⁰⁵⁹ Vgl. *Huber/Meyer/Gluth* (2012), S. 11.

befähigen, die adäquaten Mitarbeiter einzustellen und an das Unternehmen nachhaltig zu binden, um insb. die Basis dafür zu schaffen, die Kompetenzen sowohl bei der Technologieentwicklung als auch bei der realen Wertschöpfungskette erlangen bzw. erhalten zu können. Der dispositive Faktor sollte u. a. Führungs-Kompetenzen und Innovations-Kompetenzen besitzen. Führungs-Kompetenzen befähigen z. B. die Geschäftsleitung dazu, die Mitarbeiter in der Weise zu führen, dass u. a. die gewünschten Kompetenzen im Unternehmen vorhanden sind und erfolgreich eingesetzt werden.¹⁰⁶⁰ Innovations-Kompetenzen befähigen z. B. die Geschäftsleitung auf neue technische Entwicklungen (z. B. Sprachsteuerung von Clients)¹⁰⁶¹ zu reagieren.¹⁰⁶²

So wie zwischen Assets und Core Assets differenziert werden kann,¹⁰⁶³ so kann eine Unterscheidung anhand derselben vier Kriterien bzw. Eigenschaften zwischen Kompetenzen und Kernkompetenzen vorgenommen werden.¹⁰⁶⁴ Letztere bedingen somit einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.¹⁰⁶⁵ Technologie-Kompetenzen, Nutzergewinnungs- und Nutzerbindungs-Kompetenzen werden in Bezug auf Social Networks als Kernkompetenzen angeführt. Dies liegt darin begründet, dass sich diese vornehmlich darauf beziehen, die Potenziale der Core Assets Nutzerdaten und Nutzer zu heben.¹⁰⁶⁶ Diese Kompetenzen sind überwiegend schwer zu imitieren, weil sich diese aus der Interaktion von Mitarbeitern herausbilden, indem komplexe Zusammenhänge zwischen den Mitarbeitern untereinander in Verbindung mit den (Core) Assets entstehen (z. B. Unternehmenskultur).¹⁰⁶⁷ Diese lassen sich somit nur schwer durch die Abwerbung von Mitarbeitern nachbilden. Selbiges gilt auch für die Substituierbarkeit dieser Kompetenzen durch andere Mitarbeiter.¹⁰⁶⁸ Aufgrund der schweren Imitierbarkeit und Substituierbarkeit kann von einer relativen Knappheit ausgegangen werden.¹⁰⁶⁹

¹⁰⁶⁰ Vgl. *Sievers/Mokwa/Keienburg* (2013), S. 472; *Aral/Dellarocas/Godes* (2013), S. 8 f.; *Knaese* (1996), S. 28 m.w.N.

¹⁰⁶¹ Vgl. *Kuhn* (2015), S. 51 f.

¹⁰⁶² Vgl. *Aral/Dellarocas/Godes* (2013), S. 8 f.

¹⁰⁶³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.1.

¹⁰⁶⁴ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 263; *Barney* (1995), S. 56 i.V.m. 53; *Verstraete/Jouison* (2006), S. 9 f.; *Knaese* (1996), S. 28 m.w.N.; ähnlich: *Amit/Schoemaker* (1993), S. 36.

¹⁰⁶⁵ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 261; *Barney* (1995), S. 56; *Verstraete/Jouison* (2006), S. 10; *Freiling* (2001), S. 26 f. (m.w.N.); *Knaese* (1996), S. 26 m.w.N.

¹⁰⁶⁶ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 367 f. und 381; *Wolfensberger* (2002), S. 138–140; *Enders et al.* (2008), S. 205; *Heggmair/Riedl/Wutschke* (2014), S. 324 und 327; in Bezug auf New Economy-Unternehmen: *Mildenberger/Mack* (2002), S. 56; *Müller* (2002), S. 121.

¹⁰⁶⁷ Vgl. *Barney* (1995), S. 55.

¹⁰⁶⁸ Vgl. *Teece/Pisano/Shuen* (1997), S. 525 f.; *Fahy/Smithee* (1999), S. 7 f. (m.w.N.).

¹⁰⁶⁹ Bspw. wurde StudiVZ eine nicht ausreichende Datenauswertungs-Kompetenz attestiert: vgl. *Maaß/Pietsch* (2010), S. 587.

4. Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung von Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Social Networks

4.1. Ableitung der Bilanzierungssachverhalte

4.1.1. Fokus auf wirtschaftliche Ressourcen

In Anlehnung an den Asset-Liability-Approach sollen durch die IFRS-Rechnungslegung entscheidungsnützliche Informationen über die wirtschaftlichen Ressourcen des Unternehmens und die Ansprüche gegen das Unternehmen (Vermögens- und Finanzlage) und deren Veränderungen (Ertragslage) innerhalb einer Berichtsperiode vermittelt werden.¹⁰⁷⁰ Nachfolgend soll analysiert werden, inwiefern das Geschäftsmodell eines Unternehmens (am Beispiel von Social Networks) hierfür von Bedeutung ist, wobei der Fokus auf die Informationen über die wirtschaftlichen Ressourcen des Unternehmens anstatt über die Ansprüche gegen das Unternehmen gelegt wird, was nachfolgend begründet wird.

Wenn man die Informationen über die wirtschaftlichen Ressourcen eines Unternehmens mit den Informationen über die Ansprüche gegen das Unternehmen ins Verhältnis setzt, kommt letzteren in den in Kapitel 3.4 bis 3.6 betrachteten Geschäftsmodell-Konzepten eine untergeordnete Bedeutung zu: Innerhalb des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* zählt das Kapitalmodell, welches die Finanzierung eines Unternehmens beschreibt, nicht zu den bedeutendsten Partialmodellen, insofern man das Geschäftsmodell-Konzept von der Unternehmensebene aus betrachtet. Stattdessen liegen der Wertschöpfungsprozess und die hierfür notwendigen materiellen und immateriellen Ressourcen besonders im Fokus.¹⁰⁷¹ Dies spiegelt sich auch in dem Geschäftsmodell-Begriffsverständnis des *IIRC* wider.¹⁰⁷² Zwar bilden gemäß *EFRAG* et al. die Finanzierungsquellen eines Unternehmens den Ausgangs- wie auch Endpunkt des Cash Flow Conversion Cycle, jedoch steht die Transformation von Inputs und Outputs in Cash Flows im Zentrum der Betrachtung.¹⁰⁷³

Berücksichtigt man zusätzlich, dass das Geschäftsmodell-Konzept insb. bei E-Business-Unternehmen Anwendung findet,¹⁰⁷⁴ so lässt sich hieraus ableiten, dass Informationen über die wirtschaftlichen Ressourcen bzw. die Vermögenslage eines E-Business-Unternehmens (und somit von Social Networks) eine besondere Rolle im Rahmen der Kapitalanlageentscheidung von potenziellen Eigenkapitalgebern zugesprochen werden kann.

¹⁰⁷⁰ Vgl. *Linder* (2015), S. 33 m.w.N.

¹⁰⁷¹ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.2.

¹⁰⁷² Vgl. Kapitel 3.5.3.2.

¹⁰⁷³ Vgl. Kapitel 3.6.2.1.

¹⁰⁷⁴ Vgl. Kapitel 3.2.

4.1.2. Identifikation der relevanten wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks

Nachfolgend sollen diejenigen wirtschaftlichen Ressourcen hergeleitet werden, wovon zu erwarten wäre, dass über diese Informationen in der IFRS-Rechnungslegung von Social Networks vermittelt werden (siehe auch Tabelle 7 auf S. 117). Bezogen auf das IFRS-Rahmenkonzept entspricht dieses Vorgehen dem ersten Schritt des Schemas zur Anwendung der qualitativen Anforderungen. Im Rahmen dessen sollen zu Anfang Sachverhalte ermittelt werden, deren bilanzielle Abbildung das Potenzial haben, für die Adressaten der Rechnungslegung nützlich zu sein („Relevanz der Phänomene“¹⁰⁷⁵).¹⁰⁷⁶

Um solche relevanten Sachverhalte bzw. wirtschaftliche Ressourcen zu ermitteln, wird nachfolgend auf diejenigen Partialmodelle von *Wirtz* zurückgegriffen, die sich ebenfalls im Cash Flow Conversion Cycle von *EFRAG* et al. wiederfinden, weshalb diese für die Bilanzierung von wesentlicher Bedeutung eingestuft werden: Ressourcen-, Kunden-, Erlös-, Leistungserstellungs-, Beschaffungs-, Kostenmodell.¹⁰⁷⁷ Das Kapitalmodell ist nicht in der Aufzählung enthalten, weil der Fokus der Untersuchung auf die wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks und nicht auf die Ansprüche (insb. der Kapitalgeber) gegen Social Networks gerichtet ist.¹⁰⁷⁸

Im aktuellen Rahmenkonzept wird der Begriff der wirtschaftlichen Ressource nicht definiert.¹⁰⁷⁹ Dies wird im DP/2013/1 und im ED/2015/3 nachgeholt. Laut dem DP/2013/1 ist eine wirtschaftliche Ressource ein Recht oder eine andere Quelle von Wert, die die Fähigkeit besitzt, wirtschaftlichen Nutzen zu stiften.¹⁰⁸⁰ Abweichend enthält die Definition von wirtschaftlichen Ressourcen im ED/2015/3 nur noch den Verweis auf Rechte.¹⁰⁸¹ Letzteres wird im ED/2015/3 damit begründet, dass die darunter verstandenen Sachverhalte auch Rechte i.S.d. *IASB* darstellen, d. h. neben „gesetzlich und vertraglich geschützte[n] Rechte[n]“¹⁰⁸² auch ökonomische „Rechtspositionen“¹⁰⁸³ unter Rechten subsumiert werden und diese somit als ‚andere Quellen von Wert‘ nicht extra genannt werden müssen.¹⁰⁸⁴ Dementsprechend ist eine wirtschaftliche Ressource ein *Recht, das die Fähigkeit besitzt, wirtschaftlichen Nutzen zu stiften*.¹⁰⁸⁵ In dieser Definition spiegelt sich wider, dass sich das Rahmenkonzept deutlich am

¹⁰⁷⁵ *Kirsch* (2011), S. 33.

¹⁰⁷⁶ Vgl. Kapitel 2.2.3.2.

¹⁰⁷⁷ Vgl. Kapitel 3.6.2.2.1.

¹⁰⁷⁸ Vgl. Kapitel 4.1.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.2.

¹⁰⁷⁹ Vgl. *Erb/Pelger* (2014), S. 22; *Kirsch* (2015), S. 236; dies gilt auch für die einzelnen IFRS: *Beyer* (2015), S. 90; *Grüber* (2015), S. 56.

¹⁰⁸⁰ Vgl. *IASB* (2013), Par. 2.11; sehr ähnlich *Beyer*, die aus der Definition eines Geschäftsbetriebs nach IFRS 3 das Folgende ableitet: „Die Ressource ist ‚Etwas‘, das Nutzen bringt“: *Beyer* (2015), S. 90.

¹⁰⁸¹ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.6.

¹⁰⁸² *Kirsch* (2015), S. 236.

¹⁰⁸³ *Kirsch* (2015), S. 236.

¹⁰⁸⁴ Vgl. *IASB* (2015a), Par. BC4.36; *IASB* (2015c), S. 8; *Dehmel* (2015), S. 1771 f.; *Erb/Pelger* (2015b), S. 1060.

¹⁰⁸⁵ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.6.

Asset-Liability-Approach orientiert.¹⁰⁸⁶ So werden Vermögenswerte von *Sprouse/Moonitz* ähnlich definiert.¹⁰⁸⁷

Anknüpfend an das Leistungserstellungsmodell i.V.m. dem Ressourcenmodell von Social Networks stellen die in Kapitel 3.7.2.3.1.2 herausgearbeiteten Produktions- bzw. Leistungsfaktoren Ressourcen dar, die grundlegend für die Erfüllung des Nutzenversprechens von Social Networks sind.¹⁰⁸⁸ Folglich besitzen diese Produktions- bzw. Leistungsfaktoren die Fähigkeit, Social Networks wirtschaftlichen Nutzen zu stiften, weil durch deren Einsatz Cash Flows bei den Social Networks generiert werden sollen.¹⁰⁸⁹ Insofern genügen diese Produktions- bzw. Leistungsfaktoren zumindest einer Eigenschaft, die wirtschaftliche Ressourcen gemäß dem *IASB* aufweisen. Im Folgenden ist zu prüfen, ob den Social Networks Rechte an diesen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren zustehen, da „[a]lthough an economic resource derives its value from its existing potential to produce future economic benefits, the economic resource is the existing right, not the future economic benefits“¹⁰⁹⁰.

Das **Hardware-System** setzt sich im Wesentlichen aus physischen Objekten zusammen.¹⁰⁹¹ Laut dem *IASB* können in Bezug auf physische Objekte bspw. Eigentums- und Nutzungsrechte vorliegen.¹⁰⁹² Das Hardware-System lässt sich in Hardware, die für die Client-Software notwendig ist, und Hardware, die für die Server-Software notwendig ist, unterscheiden.¹⁰⁹³ Bei ersterer liegen keine Eigentumsrechte aus der Perspektive der Social Networks vor, da sich diese Hardware (z. B. Smartphones) üblicherweise im Eigentum der Nutzer befindet.¹⁰⁹⁴ Hingegen besteht für Social Networks das Recht, auf diese Hardware zugreifen zu dürfen (Recht auf Dienstleistung), um bspw. die Inhalte der Internet-Plattform mithilfe der Clients darstellen lassen zu können.¹⁰⁹⁵ In Bezug auf Hardware, auf der die Server-Software betrieben wird, liegen Eigentums- und Nutzungsrechte vor, falls diese durch das Social Network erworben wurde.¹⁰⁹⁶ Insofern auf die Hardware externer Dienstleister zurückgegriffen wird (Cloud Computing),¹⁰⁹⁷ besteht ein Dienstleistungsvertrag (und kein Mietvertrag) über die Bereitstellung von Hardware-Kapazitäten, da „je nach Abrufzeitpunkt

¹⁰⁸⁶ Vgl. Kapitel 2.3.3.

¹⁰⁸⁷ Vgl. *Sprouse/Moonitz* (1962), S. 8 und 20.

¹⁰⁸⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.1.

¹⁰⁸⁹ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.14(c).

¹⁰⁹⁰ *IASB* (2015b), Par. 4.15.

¹⁰⁹¹ Vgl. *Moritz* (2008), Rn. 1 m.w.N.

¹⁰⁹² Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.8(a).(ii).

¹⁰⁹³ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.2.

¹⁰⁹⁴ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.2.

¹⁰⁹⁵ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.2 und Kapitel 3.1.2.2.2 i.V.m. *IASB* (2015b), Par. 4.8(a).(v); insofern man das Netzwerkmodell hinzuziehen würde, haben Social Networks gegenüber Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Inter-Connection das Recht, deren Infrastruktur für den Datentransfer zu nutzen (vgl. Kapitel 3.7.2.3.3). Diesbezüglich ist fraglich, ob eine wirtschaftliche Ressource vorliegt. Bspw. wäre dies nicht der Fall, wenn „similar rights are available to all parties without significant cost“ (*IASB* (2015b), Par. 4.10). Dies könnte z. B. durch die Netzneutralität begründet sein: *Holznapel* (2015), Rn. 135 f.

¹⁰⁹⁶ Vgl. *Freiherr von dem Bussche/Schelinski* (2013), Rn. 365 i.V.m. 175 f.; Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁰⁹⁷ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.2.

unterschiedliche Sachen zur Nutzung überlassen werden“.¹⁰⁹⁸ Folglich besteht zwar ein Nutzungsrecht in Bezug auf die Hardware-Kapazitäten des Dienstleisters, aber kein Recht auf die Nutzung einer *bestimmten* Hardware.

Insofern die Nutzer mit einem **Webbrowser** auf die Internet-Plattform eines Social Network zugreifen,¹⁰⁹⁹ besitzt das Social Network das Recht, diese Software bspw. für die Präsentation der Inhalte der Internet-Plattform zu verwenden. Dies lässt sich als ‚Recht auf eine Dienstleistung‘ klassifizieren, wenn man sich an die Beispiele für Rechte, die das *IASB* im ED/2015/3 nennt, anlehnt.¹¹⁰⁰ Dennoch handelt es sich um keine wirtschaftliche Ressource i.S.d. *IASB*,¹¹⁰¹ da alle Unternehmen mit einer Webpräsenz – und somit jegliche Social Networks – diese Dienstleistung kostenlos in Anspruch nehmen können,¹¹⁰² so dass „similar rights are available to all parties without significant cost“¹¹⁰³. Unabhängig davon kann ein Webbrowser eine wirtschaftliche Ressource begründen, falls das Social Network den Webbrowser selbst entwickelt hat und hierdurch Schutzrechte für geistiges Eigentum vorliegen können.¹¹⁰⁴

Ein **Domänenname** wird über eine Registrierungsorganisation an ein Social Network vergeben.¹¹⁰⁵ Dies wird zwischen den beiden Parteien vertraglich festgehalten, woraus ein Nutzungsrecht für das Social Network resultiert.¹¹⁰⁶

Bei **nativen Apps** und der **Server-Software** liegen zumindest Nutzungsrechte beim jeweiligen Social Network vor, um diese Software im Wertschöpfungsprozess einsetzen zu dürfen.¹¹⁰⁷ Des Weiteren können Schutzrechte für geistiges Eigentum, z. B. durch die Eigenentwicklung der Software, bestehen.¹¹⁰⁸

In Bezug auf die reaktiven **Daten der Nutzer** (z. B. Fotos) müssen sich Social Networks „vom Nutzer die Rechte übertragen lassen“, die notwendig sind, um über die Internet-Plattform die Kernleistung anbieten zu können.¹¹⁰⁹ Darunter zählt z. B. das Recht, die hochgeladenen Fotos veröffentlichen zu dürfen.¹¹¹⁰ Darüber hinaus benötigen Social Networks die Rechte, um

¹⁰⁹⁸ Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 397 (auch Zitat).

¹⁰⁹⁹ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.2.

¹¹⁰⁰ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.8(a).(v).

¹¹⁰¹ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.10.

¹¹⁰² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1 und Kapitel 3.7.2.3.5.2.1.

¹¹⁰³ *IASB* (2015b), Par. 4.10.

¹¹⁰⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2; *IASB* (2015b), Par. 4.8(a).(vi) i.V.m. *Redeker* (2012), Rn. 1 f.; *Koch* (2014), Rn. 160.

¹¹⁰⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹¹⁰⁶ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.8(a).(v) i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2 und *Koch* (2008), Rn. 31–34; *Meinhövel* (2002), S. 653; *Schmidt* (2015), S. 104; *Kalantary* (2012), S. 106.

¹¹⁰⁷ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.8(a).(v) i.V.m. *Redeker* (2012), Rn. 289; *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 150.

¹¹⁰⁸ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.8(a).(vi) i.V.m. *Redeker* (2012), Rn. 2; *Koch* (2014), Rn. 160; *Markl et al.* (2013), S. 174; *Pfitzer/Schwenzler* (2003), Rn. 60 f.; *Schmidt* (2015), S. 39–44.

¹¹⁰⁹ Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 432 (auch Zitat); *Donovan et al.* (2014), S. 41; *Berberich* (2010), S. 737; *Schmidt* (2015), S. 135–138.

¹¹¹⁰ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.8(a).(vi) i.V.m. *Redeker* (2015), Rn. 432 und *Koch* (2014), Rn. 202, 220 und 223; *Berberich* (2010), S. 737; *Schmidt* (2015), S. 137 f.; *Bauer* (2010), S. 17 f.; *Markl et al.* (2013), S. 172 und 175.

die reaktiven und nicht-reaktiven Daten der Nutzer für Werbezwecke (Nebenleistung) verwenden zu dürfen.¹¹¹¹ Hierzu ist i.d.R. die Einwilligung der Nutzer notwendig.¹¹¹²

Keine Rechte liegen bei den Social Networks vor, die die **Nutzer** dazu verpflichten, ihre ausführende menschliche Arbeitskraft dem jeweiligen Social Network bereitstellen zu müssen (z. B. durch einen Arbeitsvertrag), um die Internet-Plattform nutzen zu können.¹¹¹³ Betrachtet man die Nutzer i.V.m. dem Kunden- und Erlösmodell,¹¹¹⁴ so liegt zwischen den Nutzern der Kernleistung und dem jeweiligen Social Network unter Einsatz von direkten Erlösformen „ein Werkvertrag mit Dauerschuldcharakter vor“¹¹¹⁵, woraus dem Social Network ein Recht auf Entgelt für die erbrachten Leistungen vorliegt.¹¹¹⁶ Beim Freemium-Modell bezieht sich dieses Recht nur auf die entgeltlich erbrachten Leistungen.¹¹¹⁷ Bei der Verwendung von indirekten Erlösformen besteht ein vertragliches Recht auf Entgelt gegenüber denjenigen Nutzern und **Werbenden**, die die Nebenleistung in Anspruch nehmen.¹¹¹⁸

Insofern keine direkten Erlösformen eingesetzt werden, liegt von Seiten der Kunden der Kernleistung gegenüber dem jeweiligen Social Network lediglich ein Auftrag vor,¹¹¹⁹ die Funktionalitäten der Internet-Plattform unentgeltlich nutzen zu dürfen.¹¹²⁰ Damit dieser Auftrag ein Vertragsverhältnis begründet, muss der wahre Name der Nutzer dem Social Network bekannt sein.¹¹²¹ Dessen Angabe ist bei der Registrierung i.d.R. obligatorisch.¹¹²² Durch dieses Vertragsverhältnis liegen keine Rechte auf Entgelt, sondern lediglich u. U. die oben genannten Rechte für die Nutzung der Nutzerdaten vor.¹¹²³

Die **Mitarbeiter** von Social Networks haben sich vertraglich verpflichtet, ihre ausführende menschliche Arbeitskraft in das jeweilige Unternehmen einzubringen. Hierdurch liegen bei dem betreffenden Social Network Rechte auf Dienstleistungen vor, die die Mitarbeiter zu erbringen haben.¹¹²⁴ Das zugrunde liegende Vertragsverhältnis zwischen den Mitarbeitern und dem Social Network ist als Dauerschuldverhältnis einzustufen.¹¹²⁵

¹¹¹¹ Vgl. *Markl et al.* (2013), S. 172 und 175; *Donovan et al.* (2014), S. 41.

¹¹¹² Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.8(a) i.V.m. *Schmitz* (2015), Rn. 96; *Redeker* (2015), Rn. 440; *Markl et al.* (2013), S. 178–180; *Spiecker gen. Döhmann* (2015), S. 71; *Gurses/Rizk/Gunther* (2008), S. 7; *Weichert* (2013), S. 254–256; *Solmecke/Wahlers* (2012), S. 551 f.; *Schmidt* (2015), S. 139–143 m.w.N.

¹¹¹³ In Anlehnung an *Redeker* (2015), Rn. 428; Kapitel 3.7.2.3.2.

¹¹¹⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.2.2.

¹¹¹⁵ *Redeker* (2015), Rn. 421.

¹¹¹⁶ Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 420 f.

¹¹¹⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2; in Anlehnung an *Appelhoff* (2010), S. 933.

¹¹¹⁸ Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 350–354.

¹¹¹⁹ Vgl. zur Begründung, weshalb es sich um keinen Austauschvertrag (Daten der Nutzer gegen Nutzungsmöglichkeit des Social Network) handelt: Kapitel 4.2.2; *Redeker* (2015), Rn. 428; *Berberich* (2010), S. 736–739.

¹¹²⁰ Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 422–428.

¹¹²¹ Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 422.

¹¹²² Vgl. Kapitel 3.1.2.1.1.

¹¹²³ Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 428 und 432.

¹¹²⁴ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 4.8.(a).(v) und 4.9; *Wells/Tarca* (2014b), S. 7.

¹¹²⁵ Vgl. *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015e), Rn. 58.

Die Ergebnisse des Kapitels werden in Tabelle 7 auf S. 117 zusammengefasst.

4.2. Bestimmung der Bilanzierungsgrundlage

4.2.1. House of IFRS

Informationen über die wirtschaftlichen Ressourcen eines Unternehmens sollen durch den IFRS-Abschluss vermittelt werden. In erster Linie dienen hierfür die Bilanz und die Gesamtergebnisrechnung. Dem Anhang kommt diesbezüglich eine Erläuterungs-, Entlastungs- und Ergänzungsfunktion zu.¹¹²⁶ Gemäß dem Asset-Liability-Approach, der dem Rahmenkonzept zugrunde liegt,¹¹²⁷ resultieren die in der Gesamtergebnisrechnung abgebildeten Elemente aus den Veränderungen der Elemente der Bilanz.¹¹²⁸ Deswegen konzentriert sich die Untersuchung auf die Abbildung der wirtschaftlichen Ressourcen in der Bilanz, weil diese grundlegend für die Vermögens- und Ertragslage sind.

Bei den im Kapitel 4.1.2 herausgearbeiteten wirtschaftlichen Ressourcen handelt es sich um Potenzialfaktoren,¹¹²⁹ die i.d.R. über eine Berichtsperiode hinaus im Unternehmen verbleiben und deshalb in der Bilanz enthalten sein können. Wirtschaftliche Ressourcen werden in der Bilanz grundsätzlich angesetzt, insofern sie sowohl den Definitionskriterien als auch den Erfassungskriterien eines Vermögenswerts genügen. Um dies für die hier betrachteten wirtschaftlichen Ressourcen zu überprüfen, muss zunächst deren Bilanzierungsgrundlage bestimmt werden. Hierzu wird auf das „House of IFRS“¹¹³⁰ des IAS 8 zurückgegriffen,¹¹³¹ weil dort geregelt ist, welche Dokumente hierfür heranzuziehen sind.

Gemäß dem House of IFRS ist primär auf diejenigen Standards (IFRS bzw. IAS) und Interpretationen (IFRIC Interpretations bzw. SIC Interpretations) des *IASB* abzustellen, die die bilanzielle Abbildung der jeweiligen wirtschaftlichen Ressource zum Gegenstand haben.¹¹³² Sekundär kann auf Anwendungsleitlinien zurückgegriffen werden, sofern sie nicht bereits integraler Bestandteil der Standards oder Interpretationen sind.¹¹³³

Falls Regelungslücken bei den vorgenannten Dokumenten bestehen sollten, gibt das House of IFRS eine Rangfolge von Dokumenten vor, auf die zurückzugreifen ist,¹¹³⁴ wobei „aber naturgemäß keine konkreten materiell-inhaltlichen Ausführungen“ vom *IASB* gemacht

¹¹²⁶ Vgl. Kapitel 2.2.4.

¹¹²⁷ Vgl. Kapitel 2.3.3.

¹¹²⁸ Vgl. CF.4.25.

¹¹²⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹¹³⁰ *Pellens et al.* (2014), S. 64.

¹¹³¹ Vgl. IAS 1.17 i.V.m. IAS 8.7–12.

¹¹³² Vgl. IAS 8.7.

¹¹³³ Vgl. IAS 8.9; auch wenn nicht explizit vom *IASB* genannt, wird die Grundlage für Schlussfolgerungen (Basis for Conclusions) auch in diese Stufe des House of IFRS eingeordnet: *Pellens et al.* (2014), S. 64; *Köster* (2008), Rn. 115; *Andrä* (2015), S. 31; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015a), Rn. 55; *Tokar* (2015), S. 446 f.

¹¹³⁴ Vgl. IAS 8.10–12.

werden, da dies vom betrachteten Sachverhalt abhängig zu machen ist.¹¹³⁵ Primär sind die Standards und Interpretationen des *IASB*, die ähnliche Sachverhalte behandeln, heranzuziehen. Sekundär ist auf Ausführungen im IFRS-Rahmenkonzept zu den Elementen der Bilanz (z. B. Vermögenswerte) und der Gesamtergebnisrechnung abzustellen. Darüber hinaus können u. a. Verlautbarungen von Standardsetzern, die einem den IFRS ähnlichen Rahmenkonzept unterliegen (z. B. US-GAAP), und Literaturmeinungen herangezogen werden.¹¹³⁶

4.2.2. Bestimmung der Bilanzierungsgrundlage der wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks

Das **Hardware-System** setzt sich im Wesentlichen aus physischen Objekten zusammen.¹¹³⁷ Folglich handelt es sich um materielle Ressourcen.¹¹³⁸ Ferner wird das Hardware-System eingesetzt, um die Dienstleistungen für die Kunden des Social Network erbringen zu können (Leistungserstellungsmodell).¹¹³⁹ Des Weiteren ist das Hardware-System als Potenzialfaktor einzustufen (Leistungserstellungsmodell),¹¹⁴⁰ wodurch es i.d.R. mehr als eine Periode bzw. zwölf Monate im Unternehmen eingesetzt wird.¹¹⁴¹ Folglich handelt es sich um eine Sachanlage (Property, Plant and Equipment) i.S.d. *IAS 16*: „Property, plant and equipment are *tangible* items that: (a) are *held for use in the production or supply of goods or services*, for rental to others, or for administrative purposes; and (b) are expected to be *used during more than one period*“¹¹⁴². Entsprechend ist die Bilanzierung des Hardware-Systems anhand IAS 16 zu prüfen.¹¹⁴³

Wenngleich das Hardware-System neben den physischen Objekten auch Software beinhaltet, die für die „Verwaltung und Steuerung“ der Hardware notwendig ist („Betriebssystem“),¹¹⁴⁴ so bleibt weiterhin IAS 16 anstatt IAS 38 (Immaterielle Vermögenswerte) einschlägig, weil die physischen Objekte im Verhältnis zum immateriellen Betriebssystem „more significant“¹¹⁴⁵ sind, da „that specific software is an integral part of the related hardware“^{1146, 1147}. Insofern die Hardware von externen Dienstleistern durch Social

¹¹³⁵ Vgl. *Kleinmanns* (2014), S. 1325 (auch Zitat).

¹¹³⁶ Vgl. IAS 8.11 f.; *Pellens et al.* (2014), S. 63; *Köster* (2008), Rn. 120–123; *Andrä* (2015), S. 31 f.

¹¹³⁷ Vgl. *Moritz* (2008), Rn. 1 m.w.N.

¹¹³⁸ Vgl. *Ballwieser* (2015), Rn. 10.

¹¹³⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹¹⁴⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹¹⁴¹ In Anlehnung an *Hoffmann* (2012), S. 370; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015d), Rn. 3; *Peemöller* (2010), Rn. 11; *Quick* (2014), Rn. 8; a. A., dass bereits weniger als zwölf Monate ausreichend sind: *Nordmeyer/Göbel* (2011), Rn. 220 m.w.N.

¹¹⁴² IAS 16.6 (Hervorhebungen durch Verfasser).

¹¹⁴³ Vgl. SIC-32.5; *Schmidt* (2015), S. 182 f.; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015c), Rn. 42; *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 304; *Cairns* (1999), S. 357; *Dobler* (2007), S. 114.

¹¹⁴⁴ Vgl. *Laudon/Laudon/Schoder* (2010), S. 338 (auch Zitate); *Meinhövel* (2002), S. 642 m.w.N.

¹¹⁴⁵ IAS 38.4.

¹¹⁴⁶ IAS 38.4.

¹¹⁴⁷ Vgl. *Kütting/Pilhofer/Kirchhof* (2002), S. 75; *Theile* (2012c), Rn. 1026 und 1070; *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 4 und 72; *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 57; *Fasselt/Radde* (2013), Rn. 282; *Deloitte* (2015a), S. 522; *KPMG* (2014), Rn. 3.3.30.20 f.

Networks in Anspruch genommen wird (Beschaffungsmodell),¹¹⁴⁸ könnte dies unter die Anwendung von IAS 17¹¹⁴⁹ (Leasingverhältnisse) fallen. Dies ist jedoch zu verneinen, da Cloud Computing ein Dienstleistungsvertrag zugrunde liegt, bei dem kein Nutzungsrecht an einer *bestimmten* Hardware-Ressource übertragen wird.¹¹⁵⁰

Webbrowser, native Apps und Server-Software sind Software und somit immaterielle Ressourcen.¹¹⁵¹ Sie stellen keine Bestandteile des Betriebssystems des Hardware-Systems dar, weil die Hardware ohne diese Software betrieben werden kann.¹¹⁵² Folglich sind Webbrowser, native Apps und Server-Software keine integralen Bestandteile des Hardware-Systems und fallen entsprechend in den Anwendungsbereich des **IAS 38**.¹¹⁵³ Es liegt auch kein Ausnahmetatbestand (wie auch bei den nachfolgenden immateriellen Ressourcen) vor, da diese immateriellen Ressourcen weder „held by an entity for sale in the ordinary course of business“¹¹⁵⁴ noch „im Kundenauftrag hergestellt werden“¹¹⁵⁵, was aus dem Kundenmodell von Social Networks abgeleitet werden kann.¹¹⁵⁶ Im ersten Fall wäre IAS 2 (Vorräte)¹¹⁵⁷ und im letzteren Fall IFRS 15 (Erlöse aus Verträgen mit Kunden) einschlägig.¹¹⁵⁸

Domännennamen sind immaterieller Natur, weshalb diese in den Anwendungsbereich von IAS 38 fallen.¹¹⁵⁹ Dies gilt auch für die **Daten der Nutzer**, wenn man in Bezug auf die reaktiven und nicht-reaktiven Daten auf die *Nutzungsrechte* abstellt.¹¹⁶⁰ Selbiges gilt, wenn man die unternehmensinterne Sammlung der nicht-reaktiven Daten als *Datenbank* klassifiziert.¹¹⁶¹ Die Arbeitsverträge der **Mitarbeiter** des Social Network fallen ebenfalls unter den Anwendungsbereich des IAS 38.¹¹⁶²

¹¹⁴⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹¹⁴⁹ IAS 17 wird von IFRS 16 abgelöst werden: vgl. *Lüdenbach/Freiberg* (2015), S. 3115 und 3119.

¹¹⁵⁰ Vgl. IAS 17.3 und IFRIC 4.6–9 i.V.m. Kapitel 4.1.2.

¹¹⁵¹ Vgl. *Moritz* (2008), Rn. 2 und 19 f.

¹¹⁵² Vgl. *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 57.

¹¹⁵³ Vgl. IAS 38.9; *Theile* (2012c), Rn. 1070; *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 162; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 20; andere Argumentation, aber selbes Ergebnis: *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 16.

¹¹⁵⁴ IAS 38.3(a).

¹¹⁵⁵ *Ramscheid* (2013), Rn. 17.

¹¹⁵⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1.

¹¹⁵⁷ Die *Kopien* einer selbst erstellten Software, die zur Weiterveräußerung entwickelt wird, fallen in den Anwendungsbereich von IAS 2, wohingegen das *Original* nach IAS 38 bilanziert wird: *Kütting/Pilhofer/Kirchhof* (2002), S. 82 f.; *Theile* (2012c), Rn. 1070; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 11; sofern die Software zur Weiterveräußerung unternehmensextern bezogen wird, ist diese direkt nach IAS 2 zu bilanzieren.

¹¹⁵⁸ Vgl. IAS 38.2(a) i.V.m. IAS 38.3(a) und (i); *Theile* (2012c), Rn. 1070; *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 162; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 11.

¹¹⁵⁹ Vgl. IFRS 3.IE18; *Theile* (2012c), Rn. 1070; *Schmittmann* (2002), S. 111 f.

¹¹⁶⁰ Vgl. IFRS 3.IE34 i.V.m. Kapitel 4.1.2.

¹¹⁶¹ Vgl. IFRS 3.IE42 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹¹⁶² Vgl. IAS 38.15.

Insofern es sich um einen selbst erstellten Internet-Auftritt handelt (Beschaffungsmodell¹¹⁶³), ist neben IAS 38 zusätzlich **SIC-32** zu berücksichtigen.¹¹⁶⁴ Dies trifft auf die **nativen Apps**, die **Server-Software** sowie die **Domännennamen** zu, weil diese Bestandteile der Software-Infrastruktur und des grafischen Designs des Internet-Auftritts von Social Networks sind.¹¹⁶⁵ Die **Daten der Nutzer** fallen auch in den Anwendungsbereich von SIC-32, weil es sich um die hauptsächlichen Inhalte des Internet-Auftritts handelt.¹¹⁶⁶

Falls **direkte Erlösformen** angewendet werden (Erlösmodell),¹¹⁶⁷ liegen Kundenbeziehungen zwischen dem Social Network und den **Kunden der Kernleistung** vor (Kundenmodell),¹¹⁶⁸ weil die zugrunde liegenden Verträge einen „Dauerschuldcharakter“¹¹⁶⁹ aufweisen.¹¹⁷⁰ Kundenbeziehungen bestehen auch zwischen dem Social Network und den **Kunden der Nebenleistung**, die sich aus Nutzern und netzwerkexternen Werbenden zusammensetzen.¹¹⁷¹ Dies gilt unabhängig davon, ob die zugrunde liegenden Verträge für die Werbeschaltungen den Charakter eines „Dauerschuldverhältnisse[s]“ oder von „laufenden, regelmäßig wiederkehrenden Kaufverträge[n] oder vergleichbare[n] Verträgen[n], bei denen Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft zeitlich eng zusammen liegen“, haben.¹¹⁷² Kundenbeziehungen fallen unter den Anwendungsbereich von **IAS 38**.¹¹⁷³ Insofern lediglich **indirekte Erlösformen** eingesetzt werden, könnten zu den Nutzern, die die Kernleistung in Anspruch nehmen, Lieferantenbeziehungen bestehen, weil die Nutzer dem Social Network die Leistungsobjekte zur Verfügung stellen.¹¹⁷⁴ Lieferantenbeziehungen fallen in den Anwendungsbereich von IAS 38.¹¹⁷⁵ Die Einordnung als Lieferantenbeziehung ist jedoch zu verneinen, da lediglich ein Auftrag durch die Nutzer auf unentgeltliche Nutzung der Internet-Plattform erteilt wird und *kein* Vertrag über den Austausch von Daten gegen die

¹¹⁶³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹¹⁶⁴ Vgl. SIC-32.7–10; *Dobler* (2007), S. 113; *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 73; *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 164; *Theile* (2012c), Rn. 1007; *Fasselt/Radde* (2013), Rn. 349.

¹¹⁶⁵ Vgl. SIC-32.2(b) und (c); SIC-32.IE; *Schmidt* (2015), S. 182 f.; *Theile* (2012c), Rn. 1070; die *Tätigkeiten* der Mitarbeiter, die einen direkten Bezug zur Internet-Seite haben (z. B. Programmierarbeiten) – aber nicht die *wirtschaftliche Ressource*, die durch den Arbeitsvertrag begründet wird – fallen in den Anwendungsbereich von SIC-32.

¹¹⁶⁶ Vgl. SIC-32.2(d) i.V.m. Kapitel 4.4.1.2.5 sowie Kapitel 3.7.2.3.5.2.1 und Kapitel 4.4.2.1.

¹¹⁶⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹¹⁶⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1.

¹¹⁶⁹ *Redeker* (2015), Rn. 421.

¹¹⁷⁰ Vgl. Kapitel 4.1.2 i.V.m. *Castedello* (2014), S. 273.

¹¹⁷¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1.

¹¹⁷² Vgl. *Castedello* (2014), S. 273 (auch Zitate); *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 25; aus den Kundenbeziehungen resultierende Kundenlisten werden nachfolgend nicht separat zu den Kundenbeziehungen betrachtet, da Kundenlisten „[i]n Verbindung mit einer Kundenbeziehung [...] von untergeordneter Bedeutung [sind] – häufig schon deswegen, weil die Informationen aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht separat verwendet werden dürfen – und gehen daher im Wert der Kundenbeziehung mit auf“: *Castedello* (2014), S. 171 f. (auch Zitat); *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 24; *Rogler/Schmidt/Tettenborn* (2014), S. 583.

¹¹⁷³ Vgl. IAS 38.9; in IFRS 15 wird die Erfassung von Umsatzerlösen aus Verträgen mit Kunden geregelt: vgl. hierzu *Brune* (2015), S. 114–116.

¹¹⁷⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹¹⁷⁵ Vgl. IAS 38.9.

Nutzungsmöglichkeit des Social Network zustande kommt.¹¹⁷⁶ Dies ist auch mit der Einschätzung konform, dass es sich bei der ausführenden menschlichen Arbeit der Nutzer der Kernleistung nicht um eine wirtschaftliche Ressource i.S.d. *IASB* handelt.¹¹⁷⁷

Insofern die wirtschaftlichen Ressourcen nicht selbst erstellt oder einzeln erworben werden, können diese Gegenstand eines Unternehmenszusammenschlusses sein und so dem Erwerber eines Geschäftsbetriebs (business) zugehen.¹¹⁷⁸ Ein **Unternehmenszusammenschluss** liegt vor, wenn „assets acquired and liabilities assumed constitute a business“.¹¹⁷⁹ Ist dies der Fall, so fallen die oben betrachteten wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks in den Anwendungsbereich von **IFRS 3**. In den Illustrative Examples (IE) des IFRS 3 wird konkret auf die folgenden wirtschaftlichen Ressourcen Bezug genommen: Sachanlagen,¹¹⁸⁰ Domännennamen,¹¹⁸¹ Software,¹¹⁸² Nutzungsrechte,¹¹⁸³ Datenbanken,¹¹⁸⁴ Kundenbeziehungen¹¹⁸⁵ und Arbeitsverträge¹¹⁸⁶.

Die Ergebnisse dieses Kapitels können auch Tabelle 7 auf S. 117 entnommen werden.

¹¹⁷⁶ Vgl. *Redeker* (2015), Rn. 428 i.V.m. IAS 38.69A.

¹¹⁷⁷ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹¹⁷⁸ Vgl. zur Bestimmung des Erwerbers *Orth/Rammert* (2015), S. 142–144.

¹¹⁷⁹ Vgl. IFRS 3.2 f. (auch Zitat); IFRS 3.B5–B12.

¹¹⁸⁰ Vgl. IFRS 3.IE51.

¹¹⁸¹ Vgl. IFRS 3.IE22.

¹¹⁸² Vgl. IFRS 3.IE40.

¹¹⁸³ Vgl. IFRS 3.IE34.

¹¹⁸⁴ Vgl. IFRS 3.IE42.

¹¹⁸⁵ Vgl. IFRS 3.IE26–IE28.

¹¹⁸⁶ Vgl. IFRS 3.IE37.

Produktions- bzw. Leistungsfaktoren	Vorliegen von Rechten beim Social Network	Fähigkeit zur Generierung von wirtschaftlichem Nutzen	Wirtschaftliche Ressource i.S.d. IASB	Bilanzierungsgrundlage
Hardware-System	✓	✓	✓	IAS 16 IFRS 3
Webbrowser	✓	✓	(✓)	IAS 38 IFRS 3
Domänenname	✓	✓	✓	IAS 38 SIC-32 IFRS 3
Native Apps	✓	✓	✓	IAS 38 SIC-32 IFRS 3
Server-Software	✓	✓	✓	IAS 38 SIC-32 IFRS 3
Daten der Nutzer				
Kernleistung	✓	✓	✓	IAS 38 SIC-32 IFRS 3
Nebenleistung	(✓)	✓	(✓)	IAS 38 SIC-32 IFRS 3
Nutzer als Kunden der Kernleistung				
Ausführende menschliche Arbeit	✗	✓	✗	
Direkte Erlösformen	(✓)	✓	(✓)	IAS 38 IFRS 3
Indirekte Erlösformen	✗	✓	✗	
Nutzer als Kunden der Nebenleistung (auch Werbende)	✓	✓	✓	IAS 38 IFRS 3
Mitarbeiter	✓	✓	✓	IAS 38 IFRS 3
Legende: ✓ trifft zu (✓) trifft u. U. zu ✗ trifft nicht zu				

Tabelle 7: Prüfung der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren von Social Networks auf die Eigenschaften wirtschaftlicher Ressourcen i.S.d. IASB und Identifikation der Bilanzierungsgrundlage¹¹⁸⁷

¹¹⁸⁷ Quelle: eigene Darstellung.

4.2.3. Bedeutung des Geschäftsmodells

IAS 16 ist für das Hardware-System einschlägig, weil die Rolle des Hardware-Systems im Wertschöpfungsprozess von Social Networks den Teilanforderungen des IAS 16 genügt, die für die Klassifizierung als Sachanlage notwendig sind. Somit ist das **Leistungserstellungsmodell** für die Abgrenzung des Anwendungsbereichs von IAS 16 von Bedeutung.¹¹⁸⁸ Darüber hinaus kann das **Beschaffungsmodell** von Bedeutung sein, um u. U. eine Sachanlage vom Anwendungsbereich von IAS 16 wieder auszuschließen (z. B. beim Vorliegen von Leasing).¹¹⁸⁹

Bei der Bestimmung der wirtschaftlichen Ressourcen, die in den Anwendungsbereich von **IAS 38** fallen, ist das Geschäftsmodell sekundär von Bedeutung. Grundsätzlich ist die nicht-physische Substanz der wirtschaftlichen Ressourcen entscheidend.¹¹⁹⁰ Um zu prüfen, ob immaterielle Ressourcen trotzdem nicht in den Anwendungsbereich von IAS 38 fallen, ist auf das **Kundenmodell** Bezug zu nehmen. Bspw. ist zu beurteilen, ob die immaterielle Ressource von dem Unternehmen für gewöhnlich zur Veräußerung angeboten wird und folglich ein Produkt des Unternehmens anstatt einen Bestandteil des Wertschöpfungsprozesses darstellt, wodurch IAS 38 nicht (mehr) einschlägig wäre.¹¹⁹¹

Zusätzlich spielt bei immateriellen Ressourcen das **Beschaffungsmodell** eine Rolle, um zu prüfen, ob neben IAS 38 zusätzlich **SIC-32** zu berücksichtigen ist, die sich auf die Selbsterstellung von Internet-Auftritten bezieht.¹¹⁹² Ob die Nutzer des Social Network in Form von Kundenbeziehungen in den Anwendungsbereich von IAS 38 fallen, ist von der Ausgestaltung des **Erlösmodells i.V.m. dem Kundenmodell** abhängig, was aus den betreffenden Ausführungen in Kapitel 4.2.2 ersichtlich ist.¹¹⁹³

Falls das **Beschaffungsmodell** Asset Deals und Share Deals als Herkunftsmöglichkeiten für Produktions- bzw. Leistungsfaktoren einschließt,¹¹⁹⁴ kann das Beschaffungsmodell Hinweise geben, ob zu prüfen ist, inwiefern die wirtschaftlichen Ressourcen im Anwendungsbereich von **IFRS 3** liegen.¹¹⁹⁵ Die wirtschaftlichen Ressourcen, die dem Erwerber im Falle eines Asset Deal zugehen, sind sowohl im Einzel- als auch im Konzernabschluss nach IFRS 3 abzubilden, wenn die Kriterien eines Unternehmens-

¹¹⁸⁸ Vgl. IAS 16.6 i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.3.1.2; ähnlich: *Moore Stephens LLP* (2014), S. 2; *IFRS Foundation* (2014a), Rn. 7; *IASB* (2013), Par. 9.27; allgemeiner: *ICAEW* (2010), S. 11; *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.34 und 5.16; *Beattie/Smith* (2013), S. 247 (dort Fn. 15); *Singleton-Green* (2014), S. 701; *Kleinmanns* (2016), S. 1267.

¹¹⁸⁹ Vgl. Kapitel 4.2.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹¹⁹⁰ Vgl. IAS 38.2; *Theile* (2012c), Rn. 1008.

¹¹⁹¹ Vgl. Kapitel 4.2.2 i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 17; *Theile* (2012c), Rn. 1008; allgemeiner: *Moore Stephens LLP* (2014), S. 2.

¹¹⁹² Vgl. SIC-32.7–9 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹¹⁹³ Vgl. Kapitel 4.2.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.2.2.

¹¹⁹⁴ Vgl. zur Unterscheidung zwischen Asset Deal und Share Deal: *Wehrum* (2011), S. 10–12; *Pellens et al.* (2014), S. 738 f.

¹¹⁹⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

zusammenschlusses erfüllt sind.¹¹⁹⁶ Hingegen gilt dies bei einem Share Deal nur für den Konzernabschluss des Erwerbers, weil in seinem Einzelabschluss die Anteile am erworbenen Unternehmen anstatt der u. a. hinter dem anteiligen Eigenkapital stehenden wirtschaftlichen Ressourcen in der Bilanz abzubilden sind.¹¹⁹⁷

Die Ergebnisse dieses Kapitels können auch Tabelle 9 auf S. 134, Tabelle 13 auf S. 169 und Tabelle 16 auf S. 187 entnommen werden.

4.3. Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IAS 16

4.3.1. Ansatz

4.3.1.1. Prüfung auf Erfüllung der Definitionskriterien

4.3.1.1.1. Verfügungsmacht

Das Hardware-System fällt unter den Anwendungsbereich von IAS 16.¹¹⁹⁸ Es setzt sich aus der Hardware, auf der die Client-Software betrieben wird, und der Hardware, auf der die Server-Software betrieben wird, zusammen.¹¹⁹⁹ Inwiefern die jeweilige Hardware als Vermögenswert anzusetzen ist, hängt davon ab, ob diese die Definitions- und Erfassungskriterien gemäß IAS 16 erfüllt.¹²⁰⁰

Die Definitionskriterien von Vermögenswerten sind dem Rahmenkonzept zu entnehmen,¹²⁰¹ weil in IAS 16.7 zwar der Begriff Vermögenswert verwendet, aber nicht in IAS 16 definiert wird. Entsprechend ist zunächst zu prüfen, ob sich die wirtschaftliche Ressource in der Verfügungsmacht des Social Network befindet.¹²⁰² Die Verfügungsmacht ist daran festzustellen, ob das Social Network Zugriff auf den wirtschaftlichen Nutzen der Ressource hat und Dritte von diesem Nutzen ausschließen kann.¹²⁰³

Die **Hardware (z. B. Smartphone), auf der die Client-Software betrieben wird**, befindet sich üblicherweise nicht im Eigentum des Social Network (Beschaffungsmodell).¹²⁰⁴ Die Eigentumsrechte an einer Ressource stellen zwar weder eine notwendige noch eine hinreichende Bedingung für die Verfügungsmacht dar, weil eine „wirtschaftliche Betrachtungsweise“¹²⁰⁵ anstatt einer rechtlichen zugrunde zu legen ist.¹²⁰⁶ Jedoch hat ein

¹¹⁹⁶ Vgl. *Senger/Brune* (2013), Rn. 41; *Theile/Pawelzik* (2012b), Rn. 5507; *Baetge/Hayn/Ströher* (2012), Rn. 23 f.; *Meyer* (2015), Rn. 109; zu den Kriterien: IFRS 3.3 i.V.m. IFRS 3.A und IFRS 3.B5–12.

¹¹⁹⁷ Vgl. IAS 27.10; IFRS 9.2.1; *Pellens et al.* (2014), S. 742; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015f), Rn. 1 und 11 f.

¹¹⁹⁸ Vgl. Kapitel 4.2.2.

¹¹⁹⁹ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.2.

¹²⁰⁰ Vgl. IAS 16.7.

¹²⁰¹ Vgl. CF.4.4(a) i.V.m. IAS 1.15; *Ballwieser* (2015), Rn. 14.

¹²⁰² Vgl. CF.4.4(a); *Freiberg/Hoffmann* stufen dieses Definitionskriterium als „[d]as entscheidende Merkmal für die abstrakte Bilanzierungsfähigkeit eines Vermögenswerts“ ein: *Freiberg/Hoffmann* (2015), S. 284.

¹²⁰³ Vgl. CF.4.12; *Theile* (2012b), Rn. 321; *Wawrzinek* (2013), Rn. 125; *Thiele/Eckert* (2008), Rn. 122.

¹²⁰⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹²⁰⁵ *Theile* (2012b), Rn. 321.

¹²⁰⁶ Vgl. CF.4.12 i.V.m. CF.4.6; CF.BC3.26; *Theile* (2012b), Rn. 321.

einzelnes Social Network nicht den exklusiven Zugriff auf diese Hardware, weil der Eigentümer bzw. Besitzer der Hardware (bzw. Nutzer des Social Network) darüber entscheidet, ob andere Unternehmen bzw. Social Networks auch auf diese Hardware zugreifen dürfen, um deren Dienstleistungen dem Eigentümer bzw. Besitzer erbringen zu können. Deswegen kann das Social Network Dritte nicht vom wirtschaftlichen Nutzen dieser Hardware ausschließen, weshalb es keine Verfügungsmacht darüber besitzt.

Die **Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, wird vom Social Network entweder erworben oder durch Dienstleister bereitgestellt (Beschaffungsmodell).¹²⁰⁷ Im letzteren Fall werden durch den zugrunde liegenden Dienstleistungsvertrag weder Eigentums- noch Nutzungsrechte an *bestimmten* Rechnern des Dienstleisters begründet.¹²⁰⁸ Deshalb kann davon ausgegangen werden, dass das Social Network Dritte von dem Nutzen dieser Hardware nicht ausschließen kann, weshalb keine Verfügungsmacht über solche wirtschaftlichen Ressourcen gegeben ist. Hingegen gehen beim Erwerb der Hardware die Eigentums- und Nutzungsrechte vollständig vom Hersteller oder Händler auf das Social Network über,¹²⁰⁹ so dass sich solche wirtschaftlichen Ressourcen in der Verfügungsmacht des jeweiligen Social Network befinden.¹²¹⁰ Dies äußert sich darin, dass das Social Network Zugriff auf den wirtschaftlichen Nutzen hat, der durch den Einsatz der Rechner im Wertschöpfungsprozess generiert wird, und Dritte davon ausschließen kann.

Im Ergebnis kann einem Social Network nur die Verfügungsmacht über die Rechner, die von ihm erworben wurden, zugesprochen werden. Deswegen ist nur für diese Gruppe von wirtschaftlichen Ressourcen zu prüfen, ob sie den hier noch nicht betrachteten Definitionskriterien genügen kann.

4.3.1.1.2. Resultat eines vergangenen Ereignisses

Ein weiteres Definitionskriterium ist, dass die Ressource aus einem vergangenen Ereignis resultieren muss.¹²¹¹ Dies ist hier erfüllt, weil der Erwerb der Rechner vom Social Network durchgeführt worden sein muss, um seine Dienstleistungen erbringen zu können.¹²¹² Vom Abschlussstichtag aus betrachtet, liegt somit ein in der Vergangenheit liegender Geschäftsvorfall vor und keine „bloße Absicht“¹²¹³, die Rechner zu erwerben, die für den Betrieb der Internet-Plattform notwendig sind.¹²¹⁴

¹²⁰⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹²⁰⁸ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹²⁰⁹ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹²¹⁰ Vgl. *Wawrzinek* (2013), Rn. 125.

¹²¹¹ Vgl. CF.4.4(a).

¹²¹² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹²¹³ *Theile* (2012b), Rn. 322.

¹²¹⁴ Vgl. CF.4.13; *Wawrzinek* (2013), Rn. 123; *Thiele/Eckert* (2008), Rn. 123.

4.3.1.1.3. Zu erwartender künftiger Nutzenzufluss

Zuletzt ist zu prüfen, ob ein künftiger wirtschaftlicher Nutzen durch den Einsatz der Rechner zu erwarten ist.¹²¹⁵ Dies ist daran zu beurteilen, ob die jeweilige Ressource „Potenzial [aufweist], direkt oder indirekt zum Zufluss von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten zum Unternehmen beizutragen“¹²¹⁶. Diese Fähigkeit kann eine Ressource alleine oder gemeinsam mit anderen Ressourcen in unterschiedlicher Weise entfalten.¹²¹⁷ Das Potenzial kann dazu dienen, dass Waren und Dienstleistungen erstellt bzw. angeboten werden können.¹²¹⁸ Diese können verkauft werden, wodurch Cash Flows generiert werden, wodurch bspw. andere Ressourcen erworben, Schulden beglichen oder Dividenden ausgeschüttet werden können.¹²¹⁹ Ferner kann die Fähigkeit, weniger Zahlungsmittel abfließen zu lassen, einen künftigen wirtschaftlichen Nutzen begründen.¹²²⁰

Die (erworbenen) Rechner sind Teil der Social Networking-Anwendungssysteme,¹²²¹ worauf die elektronische Wertschöpfungskette basiert (Leistungserstellungsmodell).¹²²² Somit werden die Rechner „in Verbindung mit anderen Vermögenswerten bei der Produktion von [...] Dienstleistungen, die vom Unternehmen verkauft werden, genutzt“¹²²³ (Kundenmodell, Erlösmodell),¹²²⁴ so dass ein künftiger wirtschaftlicher Nutzen zu erwarten ist. Hierbei ist keine Wahrscheinlichkeitsgrenze zu berücksichtigen.¹²²⁵ Eine solche ist erst bei den Erfassungskriterien von Bedeutung.¹²²⁶ Im Ergebnis stellen die erworbenen Rechner Vermögenswerte von Social Networks dar, weil sie alle Definitionskriterien erfüllen.

4.3.1.2. Prüfung auf Erfüllung der Erfassungskriterien und Ansatz in der Bilanz

Lediglich die **erworbene Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, genügt den Definitionskriterien, so dass nur für diese zu prüfen ist, ob die Rechner als Vermögenswerte in der Bilanz anzusetzen sind.

Die Erfassungskriterien in IAS 16 sind an die des Rahmenkonzepts angelehnt.¹²²⁷ Zum einen muss der Zufluss von künftigem wirtschaftlichem Nutzen zum Social Network

¹²¹⁵ Vgl. CF.4.4(a).

¹²¹⁶ CF.4.8; zur Definition von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten: IAS 7.6.

¹²¹⁷ Vgl. CF.4.10(a).

¹²¹⁸ Vgl. CF.4.8.

¹²¹⁹ Vgl. CF.4.9; CF.4.10(c) und (d).

¹²²⁰ Vgl. CF.4.8.

¹²²¹ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.2.

¹²²² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹²²³ CF.4.10(a).

¹²²⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.2.2.

¹²²⁵ Vgl. *Theile* (2012b), Rn. 324; dies macht der *IASB* im DP/2013/1 und ED/2015/3 durch eine entsprechende Präzisierung der Definitionskriterien deutlich: *IASB* (2013), Par. 2.10, 2.13(a) und 2.35(a.i); *IASB* (2015b), Par. 4.5.

¹²²⁶ Vgl. Kapitel 4.3.1.2.

¹²²⁷ Vgl. IAS 16.7 i.V.m. CF.4.44; *Quick* (2014), Rn. 11; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015d), Rn. 7; *Maas/Back/Singer* (2011), Rn. 22; *Ballwieser* (2015), Rn. 14.

wahrscheinlich sein. Zum anderen müssen die Anschaffungskosten verlässlich bewertbar sein.¹²²⁸

Die *Wahrscheinlichkeit des künftigen wirtschaftlichen Nutzens* soll „the degree of uncertainty“¹²²⁹ widerspiegeln, welchem der Vermögenswert aufgrund des unternehmensspezifischen Umfelds ausgesetzt ist.¹²³⁰ Die Wahrscheinlichkeit wird anhand der Informationen ermittelt, die bis zum Zeitpunkt, an dem der Abschluss aufgestellt wird, bekannt geworden sind.¹²³¹ Insofern mehr für als gegen den Zufluss von künftigen wirtschaftlichen Nutzen spricht,¹²³² ist das Kriterium erfüllt, wenn zusätzlich attestiert werden kann, dass der Nutzen über die Berichtsperiode hinausreicht.¹²³³

Die Rechner werden vom Social Network angeschafft, um die Leistungserstellung zu ermöglichen,¹²³⁴ um hiermit den Kunden die entsprechenden Dienstleistungen anbieten zu können.¹²³⁵ Hieraus resultieren Erlöse, die durch die angewandten Erlösformen erwirtschaftet werden.¹²³⁶ Folglich ist zu erwarten, dass dem Social Network künftig durch den Einsatz der Rechner, die Potenzialfaktoren darstellen,¹²³⁷ berichtsperiodenübergreifend wirtschaftlicher Nutzen zufließen wird.¹²³⁸ Hierbei sollte grundsätzlich mehr für als gegen den Zufluss von Cash Flows sprechen, weil eine steigende Attraktivität von Social Networks für die jeweiligen Kundengruppen gegeben ist, wie dies dem Marktangebotsmodell zu entnehmen ist.¹²³⁹ Infolgedessen kann grundsätzlich von einer ausreichenden Wahrscheinlichkeit des künftigen Nutzenzuflusses ausgegangen werden.¹²⁴⁰ Diese Einschätzung ist für ein spezifisches Social Network u. U. zu relativieren, falls bspw. eine negative Entwicklung der Nutzeraktivitäten für dieses Social Network festzustellen wäre.¹²⁴¹ Dies wird vermutlich zum Zeitpunkt des Erwerbs der Rechner nur selten der Fall sein, weil „management would usually not purchase PPE [= Property, Plant and Equipment, Anm. d. Verf.] unless it is probable that future economic benefits will flow to the business from using it“¹²⁴². Neben den vorgenannten Aspekten kann anhand der Existenz von für Social Networks bedeutende (Kern-)Kompetenzen (z. B.

¹²²⁸ Vgl. IAS 16.7(a) und (b).

¹²²⁹ CF.4.40.

¹²³⁰ Vgl. CF.4.40.

¹²³¹ Vgl. CF.4.40; *Ballwieser* (2015), Rn. 14.

¹²³² Vgl. *Nordmeyer/Göbel* (2011), Rn. 225; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015d), Rn. 7 mit Verweis auf *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015e), Rn. 38–42; *Peemöller* (2010), Rn. 11 i.V.m. 10; *Ballwieser* (2015), Rn. 14; *Thiele/Eckert* (2008), Rn. 125 m.w.N.; *Theile* (2012b), Rn. 324 m.w.N.; zu einer höheren Wahrscheinlichkeitshürde: *Scharfenberg* (2013), Rn. 12 m.w.N.

¹²³³ Vgl. CF.4.45; *Maas/Back/Singer* (2011), Rn. 22.

¹²³⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹²³⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1.

¹²³⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹²³⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹²³⁸ Vgl. Kapitel 4.3.1.1.3.

¹²³⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3.

¹²⁴⁰ In Anlehnung an *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 16.

¹²⁴¹ In Anlehnung an *Scharfenberg* (2013), Rn. 12.

¹²⁴² *Wells/Tarca* (2014a), S. 17.

Technologie-Kompetenzen, Nutzergewinnungs-Kompetenzen) untermauert werden, dass der künftige Nutzenzufluss wahrscheinlich ist, weil diese Kompetenzen Social Networks dazu befähigen sollten, die Potenziale ihrer Ressourcen zu heben und im Wettbewerb zu bestehen (Ressourcenmodell).¹²⁴³

Eine *verlässliche Bewertung* anhand der Anschaffungskosten liegt vor, wenn der Bewertung glaubwürdig darstellbare Informationen zugrunde liegen, so dass sich die Informationen durch Vollständigkeit, Neutralität und Fehlerfreiheit auszeichnen.¹²⁴⁴ Solche Informationen sollten über die erworbenen Rechner vorliegen (Kostenmodell),¹²⁴⁵ weil es sich üblicherweise um einen Erwerb gegen Entgelt bzw. Zahlungsmittel handelt, so dass keine Schätzung von Kostenbestandteilen notwendig sein sollte, die dazu führen könnte, dass ggf. keine verlässliche Bewertung möglich ist.¹²⁴⁶

Sowohl die Definitions- als auch die Erfassungskriterien werden von den erworbenen Rechnern erfüllt. Dem Ansatz in der Bilanz steht vor dem Hintergrund der *Wesentlichkeit* nichts im Wege, weil die Art und die wertmäßige Größe dieser Vermögenswerte von Bedeutung für den Abschlussadressaten sind.¹²⁴⁷ Die Rechner sind essenziell für den Wertschöpfungsprozess von Social Networks (Leistungserstellungsmodell).¹²⁴⁸ Darüber hinaus stellt der Erwerb der Rechner einen Kostentreiber für Social Networks dar (Kostenmodell).¹²⁴⁹ Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die erworbenen Rechner – im Gegensatz zu den anderen wirtschaftlichen Ressourcen des Hardware-Systems – in der Bilanz anzusetzen sind,¹²⁵⁰ wenn sie die Erfassungskriterien erfüllen (siehe auch Tabelle 8 auf S. 124), was i.d.R. der Fall sein sollte.

¹²⁴³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.3.

¹²⁴⁴ Vgl. CF.4.38(b) (dort in der Fn.) i.V.m. Kapitel 2.2.3.1; *Wawrzinek* (2013), Rn. 128.

¹²⁴⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹²⁴⁶ Vgl. CF.4.41 i.V.m. *Wells/Tarca* (2014a), S. 19; *Scharfenberg* (2013), Rn. 13; *Ballwieser* (2015), Rn. 14; *Wawrzinek* stuft solche Schätzungen, die keine verlässliche Bewertung erlauben, als „[n]ur in Ausnahmefällen [...] denkbar“ ein: *Wawrzinek* (2013), Rn. 128; so auch: *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015d), Rn. 7; *Scharfenberg* (2013), Rn. 13; *Thiele/Eckert* (2008), Rn. 129; *Cairns* (1999), S. 117.

¹²⁴⁷ Vgl. Kapitel 2.2.3.1 i.V.m. CF.4.39 und *Wells/Tarca* (2014a), S. 21.

¹²⁴⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹²⁴⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹²⁵⁰ Selbes Ergebnis *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 17.

Hardware-System	Definitionskriterien	Erfassungskriterien
Hardware für Client-Software	✗	✗
Hardware (Rechner) für Server-Software		
Erwerb durch Social Network	✓	(✓)
Bereitstellung durch Dienstleister	✗	✗
<i>Legende:</i> ✓ treffen zu (✓) treffen u. U. zu ✗ treffen nicht zu		

Tabelle 8: Ergebnisse der Überprüfung der wirtschaftlichen Ressourcen des Hardware-Systems auf die Erfüllung der Definitions- und Erfassungskriterien nach IAS 16¹²⁵¹

4.3.1.3. Bedeutung des Geschäftsmodells

Bei der Beurteilung der *Definitionskriterien* ist das **Beschaffungsmodell** von Bedeutung, um anhand dessen den Zugriff des Social Network auf den Nutzen der wirtschaftlichen Ressourcen zu analysieren, wodurch die Verfügungsmacht über die wirtschaftlichen Ressourcen – im hier betrachteten Fall über die einzelnen Komponenten des Hardware-Systems – beurteilt werden kann.¹²⁵²

Zwar werden die Ausführungen zum Definitionskriterium ‚Resultat eines vergangenen Ereignisses‘ durch das Leistungserstellungsmodell belegt.¹²⁵³ Dies dient jedoch nur zur Plausibilisierung, dass es sich in Bezug auf die betrachteten wirtschaftlichen Ressourcen im Allgemeinen um in der Vergangenheit liegende Geschäftsvorfälle handeln kann. Folglich haben Partialmodelle für dieses Definitionskriterium an sich keine Bedeutung, wenn eine spezifische wirtschaftliche Ressource beurteilt wird.

Ob ein künftiger Zufluss von wirtschaftlichem Nutzen zu erwarten ist, lässt sich anhand des **Leistungserstellungsmodells** i.V.m. dem **Kunden-** und **Erlösmodell** ableiten, weil hierdurch festgestellt werden kann, inwiefern die wirtschaftliche Ressource das Potenzial besitzt, direkt oder indirekt zum Zufluss von Cash Flows (bzw. zum geringeren Abfluss von Cash Flows) beitragen zu können.¹²⁵⁴

Bei der Beurteilung der *Erfassungskriterien* ist für die Einschätzung, ob der künftige Zufluss an wirtschaftlichen Nutzen wahrscheinlich ist, das **Marktangebotsmodell** von Bedeutung, weil hierdurch die Beurteilung des unternehmensspezifischen Umfelds eines Social Network unterstützt wird.¹²⁵⁵ Ferner kann die Existenz von geschäftsmodell-relevanten Kompetenzen die Wahrscheinlichkeit des künftigen Nutzenzuflusses positiv beeinflussen,

¹²⁵¹ Quelle: eigene Darstellung.

¹²⁵² Vgl. Kapitel 4.3.1.1.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹²⁵³ Vgl. Kapitel 4.3.1.1.2.

¹²⁵⁴ Vgl. Kapitel 4.3.1.1.3 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1, Kapitel 3.7.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.2.2.

¹²⁵⁵ Vgl. Kapitel 4.3.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.3.

wofür auf das **Ressourcenmodell** zurückgegriffen werden kann.¹²⁵⁶ Inwiefern eine verlässliche Bewertbarkeit gegeben ist, kann unter Rückgriff auf das **Kostenmodell** plausibilisiert werden, weil dieses die Kostenstruktur von Social Networks beschreibt.¹²⁵⁷

Für die Beurteilung der *Wesentlichkeit* eines Vermögenswerts ist sowohl dessen Art als auch dessen wertmäßige Größe zu betrachten.¹²⁵⁸ Für ersteres kann das **Leistungserstellungsmodell** herangezogen werden, aus dem die Bedeutung des Vermögenswerts für den Wertschöpfungsprozess ersichtlich wird.¹²⁵⁹ Die wertmäßige Größe des Vermögenswerts für das Social Network kann aus dessen **Kostenmodell** abgeleitet werden.¹²⁶⁰

4.3.2. Bewertung

4.3.2.1. Zugangsbewertung

Nachdem festgestellt wurde, dass die **erworbene Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, i.d.R. anzusetzen ist, ist diese nun „at its cost“¹²⁶¹ zu bewerten. Hierunter sind die Anschaffungs- oder Herstellungskosten zu verstehen.¹²⁶² Für die Rechner sind die Anschaffungskosten heranzuziehen, weil diese erworben und nicht selbst hergestellt werden (Beschaffungsmodell).¹²⁶³

Die **Anschaffungskosten** setzen sich im Fall der Rechner aus „its purchase price, including import duties and non-refundable purchase taxes, after deducting trade discounts and rebates“ und „any costs directly attributable to bringing the asset to the location and condition necessary for it to be capable of operating in the manner intended by management“.¹²⁶⁴ Der Erwerbspreis der Rechner ergibt sich aus denen vom Social Network „entrichteten Zahlungsmitteln“.¹²⁶⁵ IAS 16 nennt Beispiele, um aufzuzeigen, welche Kosten unter den direkt zurechenbaren Kosten subsumiert werden (z. B. Installationskosten).¹²⁶⁶ Diese Hinweise können mit dem Kostenmodell des Social Network verknüpft werden, um Anhaltspunkte für die Bestandteile der Anschaffungskosten zu erhalten.¹²⁶⁷

Insofern es sich bei der Hardware um „a qualifying asset“ handelt, d. h. „an asset that necessarily takes a substantial period of time to get ready for its intended use [or sale]“,¹²⁶⁸ sind nach IAS 23 die dem Erwerb dieses Vermögenswerts direkt zurechenbaren Fremdkapitalkosten als Anschaffungskosten anzusetzen, falls hieraus ein künftiger Nutzenzufluss wahrscheinlich

¹²⁵⁶ Vgl. Kapitel 4.3.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.5.3.

¹²⁵⁷ Vgl. Kapitel 4.3.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹²⁵⁸ Vgl. Kapitel 2.2.3.1.

¹²⁵⁹ Vgl. Kapitel 4.3.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.

¹²⁶⁰ Vgl. Kapitel 4.3.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹²⁶¹ IAS 16.15.

¹²⁶² Vgl. IAS 16.6.

¹²⁶³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹²⁶⁴ Vgl. IAS 16.16 (auch Zitate).

¹²⁶⁵ Vgl. *Scharfenberg* (2013), Rn. 25 (auch Zitat) i.V.m. Kapitel 4.3.1.2.

¹²⁶⁶ Vgl. IAS 16.17 und 16.19.

¹²⁶⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹²⁶⁸ Vgl. IAS 23.5 (auch Zitate).

resultiert und die Kosten verlässlich bestimmt werden können.¹²⁶⁹ Dies kann sowohl auf die *spezielle* Aufnahme von Fremdkapital für den Erwerb der Rechner als auch auf die Entnahme der Mittel aus der *allgemeinen* Fremdfinanzierung des Social Network zutreffen.¹²⁷⁰ Es ist denkbar, dass die Fremdkapitalkosten gemäß IAS 23 durch ein Social Network anzusetzen sind, wenn bspw. ein eigenes großes Rechenzentrum über einen längeren Zeitraum errichtet und hierfür fremdfinanziertes Kapital eingesetzt wird (Kapitalmodell).¹²⁷¹

Es können **nachträgliche Anschaffungskosten** anfallen, sofern die betreffenden Kosten die Erfassungskriterien erfüllen.¹²⁷² Solche Kosten können in Bezug auf die Rechner z. B. durch den Austausch von Festplatten oder des Betriebssystems auftreten.¹²⁷³ Diese Maßnahmen dienen u. a. dazu, die Leistungsfähigkeit der Rechner zu steigern, so dass „die Wahrscheinlichkeit besteht, dass der zukünftige wirtschaftliche Nutzen der Sachanlage erhöht wird“¹²⁷⁴.

4.3.2.2. Folgebewertung

4.3.2.2.1. Anschaffungskostenmodell

Die Folgebewertung der **erworbenen Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, hat nach dem Anschaffungs- oder dem Neubewertungsmodell zu erfolgen.¹²⁷⁵ Gemäß dem Anschaffungskostenmodell sind die fortgeführten Anschaffungskosten zu ermitteln, indem die Anschaffungskosten um die kumulierten planmäßigen Abschreibungen und die kumulierten Wertminderungen zu verringern sind.¹²⁷⁶

Planmäßige Abschreibungen über die voraussichtliche Nutzungsdauer sind in Bezug auf die Rechner vorzunehmen, weil sie nur für einen begrenzten Zeitraum im Social Network verwendet werden, da sie z. B. einem substanziellen Verschleiß unterliegen (Leistungserstellungsmodell).¹²⁷⁷ Die heranzuziehende Methode zur planmäßigen Abschreibung ist in Abhängigkeit davon, wie der wirtschaftliche Nutzen der Rechner durch das Social Network voraussichtlich verbraucht wird, zu bestimmen.¹²⁷⁸ Bspw. kommen lineare,

¹²⁶⁹ Vgl. IAS 23.1 und IAS 23.8 f. i.V.m. IAS 16.16(b) und IAS 16.23; hierzu: *Scharfenberg* (2013), Rn. 37–50; *Quick* (2014), Rn. 41.

¹²⁷⁰ Vgl. IAS 23.12 und IAS 23.14; *Scharfenberg* (2013), Rn. 42 und 49; *Franke/Hommel* (2012), S. 179.

¹²⁷¹ In Anlehnung an IAS 23.7(b) i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.2.

¹²⁷² Vgl. IAS 16.13.

¹²⁷³ Vgl. *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 4; zur Ausbuchung der ersetzten Komponente der Sachanlage: IAS 16.67–72.

¹²⁷⁴ *Peemöller* (2010), Rn. 27; in Bezug auf zusätzlichen Speicherplatz: *Thiele/Eckert* (2008), Rn. 144; allgemein: *Scharfenberg* (2013), Rn. 85; *Maas/Back/Singer* (2011), Rn. 31; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015g), Rn. 34.

¹²⁷⁵ Vgl. IAS 16.29; die Wahl des Bewertungsmaßstabs ist für eine Gruppe von Vermögenswerten bindend: IAS 16.29 i.V.m. IAS 16.36 f.

¹²⁷⁶ Vgl. IAS 16.30; *Quick* (2014), Rn. 49; *Nordmeyer/Göbel* (2011), Rn. 246.

¹²⁷⁷ Vgl. IAS 16.6, IAS 16.50, IAS 16.56 und IAS 16.58 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.2; *Nordmeyer/Göbel* (2011), Rn. 250; *Quick* (2014), Rn. 65; *Scharfenberg* (2013), Rn. 106.

¹²⁷⁸ Vgl. IAS 16.60.

degressive oder leistungsabhängige Abschreibungsmethoden in Betracht.¹²⁷⁹ Hingegen ist nach IAS 16 eine planmäßige Abschreibung auf Grundlage von Umsatzerlösen nicht gestattet.¹²⁸⁰

Bei der planmäßigen Abschreibung ist zu beachten, dass diejenigen Teile bzw. Komponenten der Sachanlage „with a cost that is significant in relation to the total cost of the item shall be depreciated separately“¹²⁸¹, wohingegen die anderen Teile bzw. Komponenten der Sachanlage zusammengefasst abgeschrieben werden können (sog. „component approach“ bzw. „Komponentenansatz“¹²⁸²).¹²⁸³ Bspw. kann es sich bei dem Betriebssystem um eine separat abzuschreibende Komponente der Rechner handeln.¹²⁸⁴

Für die Vornahme des Wertminderungstests und die Behandlung einer ggf. daraus resultierenden Wertminderung verweist IAS 16 auf IAS 36 (Wertminderung von Vermögenswerten).¹²⁸⁵ Die Regelungen von IAS 36 werden erst in Kapitel 4.6 näher betrachtet, weil diese auch für die unter IAS 38 und IFRS 3 fallenden Bilanzierungssachverhalte einschlägig sind.¹²⁸⁶

4.3.2.2.2. Neubewertungsmodell

Das Neubewertungsmodell kann im Rahmen der Folgebewertung alternativ zum Anschaffungskostenmodell angewendet werden, falls der beizulegende Zeitwert der Sachanlage verlässlich bestimmt werden kann.¹²⁸⁷

Der beizulegende Zeitwert ist definiert als „the price that would be received to sell an asset [...] in an orderly transaction between market participants at the measurement date“¹²⁸⁸. Er ist nach IFRS 13 (Bemessung des beizulegenden Zeitwerts) zu bestimmen.¹²⁸⁹ Demgemäß ist der beizulegende Zeitwert anhand von markt-, kosten- oder einkommensbasierten Verfahren zu berechnen, wobei deren Verwendung von den verfügbaren Inputfaktoren abhängig ist.¹²⁹⁰ Hierfür gibt IFRS 13 eine Fair-Value-Hierarchie vor.¹²⁹¹ Entsprechend ist im Idealfall auf

¹²⁷⁹ Vgl. IAS 16.62; IAS 16.BC33F; *Ballwieser* (2015), Rn. 46; *Zülch/Teuteberg* (2014), S. 1629; *Busch/Zwirner* (2014), S. 415; *Böcking/Korn* (2014), Rn. 54; *Maas/Back/Singer* (2011), Rn. 36; *Theile* (2012d), Rn. 1275; *Quick* (2014), Rn. 67; *Nordmeyer/Göbel* (2011), Rn. 251; *KPMG* (2014), Rn. 3.2.160.30; *Deloitte* (2015a), S. 467; *Scharfenberg* (2013), Rn. 111 m.w.N.

¹²⁸⁰ Vgl. IAS 16.62A; IAS 16.BC33C–33E; *Busch/Zwirner* (2014), S. 417; *Zülch/Teuteberg* (2014), S. 1631; *Deloitte* (2015a), S. 468 f.; *EY* (2015), S. 1301.

¹²⁸¹ IAS 16.43.

¹²⁸² *Hagemeister* (2004), S. 1 f.; ausführlich zum IFRS-Komponentenansatz: *Hagemeister* (2004); zur Anwendung des Komponentenansatzes im Rahmen des HGB: *HFA des IDW* (2009); hierzu z. B.: *Hommel/Rößler* (2009); *Linder* (2011).

¹²⁸³ Vgl. IAS 16.46 f.

¹²⁸⁴ Vgl. *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 4 und 72; *Theile* (2012c), Rn. 1026; allgemeiner: *EY* (2015), S. 1198 f.

¹²⁸⁵ Vgl. IAS 16.63.

¹²⁸⁶ Vgl. IAS 38.111 und IFRS 3.54.

¹²⁸⁷ Vgl. IAS 16.31.

¹²⁸⁸ IAS 16.6 bzw. IFRS 13.9.

¹²⁸⁹ Vgl. IAS 16.6 i.V.m. IFRS 13.5 und IFRS 13.8; *Deloitte* (2015a), S. 446; *KPMG* (2014), Rn. 2.4.560.10.

¹²⁹⁰ Vgl. IFRS 13.61 f.; IFRS 13.B5–B30; *HFA des IDW* (2014), Rn. 58; *Deloitte* (2015a), S. 336 f.; *EY* (2015), S. 1306 f.; *KPMG* (2014), Rn. 2.4.130.20–40.

¹²⁹¹ Vgl. IFRS 13.72; Visualisierung der Fair-Value-Hierarchie: *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015h), Rn. 31.

Preise auf aktiven Märkten zurückzugreifen – sog. „Level 1 inputs“¹²⁹². Ansonsten sind unmittelbar oder mittelbar beobachtbare Inputfaktoren heranzuziehen, die aus öffentlich zugänglichen Marktinformationen abgeleitet werden – sog. „Level 2 inputs“¹²⁹³. Zuletzt ist auf nicht beobachtbare Inputfaktoren abzustellen, die auf vom Bilanzaufsteller getroffenen Annahmen basieren – sog. „Level 3 inputs“¹²⁹⁴.

In Bezug auf die erworbene Hardware, auf der die Server-Software betrieben wird, lässt sich grundsätzlich annehmen, dass ‚Level 1 Inputs‘ oder ‚Level 2 Inputs‘ vorliegen, um eine Fair-Value-Bewertung mithilfe von marktbasierter Bewertungsverfahren vornehmen zu können.¹²⁹⁵ Dies kann damit begründet werden, dass Preise über (gebrauchte) Rechner „anhand Marktpreissammlungen, Angebotsbörsen“^{1296, 1297} die sich auf die betreffenden Rechnermodelle oder ähnliche Rechnermodelle beziehen, vermutlich dem Social Network zur Verfügung stehen.¹²⁹⁸ Hierbei ist auf den Hauptmarkt bzw. vorteilhaftesten Markt für den Vermögenswert abzustellen und von dem „highest and best use“¹²⁹⁹ aus Sicht der Marktteilnehmer für den (nicht-finanziellen) Vermögenswert auszugehen.¹³⁰⁰ Die vorausgegangenen Ausführungen lassen erkennen, dass u. U. eine zuverlässige Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von Rechnern gegeben sein kann, d. h., dass deren beizulegender Zeitwert den Anforderungen der Vollständigkeit, Neutralität und Fehlerfreiheit genügen kann.¹³⁰¹

Sollten die Voraussetzungen für die Anwendung des Neubewertungsmodells erfüllt sein und dieses zur Folgebewertung eingesetzt werden, ergibt sich der zu bilanzierende Neubewertungsbetrag aus dem „fair value at the date of the revaluation less any subsequent accumulated depreciation and subsequent accumulated impairment losses“¹³⁰². Die Neubewertung ist regelmäßig wieder durchzuführen,¹³⁰³ wobei „the entire class of property, plant and equipment to which that asset belongs shall be revalued“¹³⁰⁴. In Anlehnung an die in IAS 16 genannten Beispiele für solche Gruppen (z. B. Maschinen),¹³⁰⁵ würde die gesamte

¹²⁹² IFRS 13.76; IFRS 13.77–80.

¹²⁹³ IFRS 13.81; IFRS 13.82–85.

¹²⁹⁴ IFRS 13.86; IFRS 13.87–90.

¹²⁹⁵ Vgl. IFRS 13.B5 f.

¹²⁹⁶ *Scharfenberg* (2013), Rn. 127; *Winnefeld* (2015b), Rn. 1024f.

¹²⁹⁷ Vgl. IFRS 13.B34.

¹²⁹⁸ Vgl. IFRS 13.77 und IFRS 13.82(a) und (b) i.V.m. IFRS 13.A und IFRS 13.IE11 und IE13; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015h), Rn. 31, 35 und 38 f.; *Scharfenberg* (2013), Rn. 127; *Hachmeister/Schwarzkopf* (2015), Rn. 68d; *HFA des IDW* (2014), Rn. 59–61; *Castedello/Klingbeil* (2012), S. 483.

¹²⁹⁹ IFRS 13.27.

¹³⁰⁰ Vgl. IFRS 13.16–21 und IFRS 13.27–30 i.V.m. IFRS 13.A; *Ballwieser* (2015), Rn. 32b, 32e und 32f; *PwC* (2014a), Rn. 5.43.

¹³⁰¹ In Anlehnung an die Operationalisierung des Erfassungskriteriums verlässliche Bewertbarkeit: vgl. Kapitel 4.3.1.2.

¹³⁰² IAS 16.31.

¹³⁰³ Vgl. IAS 16.31, IAS 16.34 und IAS 16.38.

¹³⁰⁴ IAS 16.36.

¹³⁰⁵ Vgl. IAS 16.37.

erworbene Hardware, auf der die Server-Software betrieben wird, eine solche Gruppe bilden, weil diese Rechner „a similar nature and use in an entity’s operation“¹³⁰⁶ auszeichnet (Leistungserstellungsmodell).¹³⁰⁷ Für die planmäßigen Abschreibungen und Wertminderungen gelten im Allgemeinen die Vorschriften, die bereits im Rahmen des Anschaffungskostenmodells erläutert wurden,¹³⁰⁸ zzgl. spezieller Vorschriften.¹³⁰⁹

4.3.2.3. Bedeutung des Geschäftsmodells

Bei der **Zugangsbewertung** ist das **Beschaffungsmodell** von Bedeutung, weil dieses die Quellen der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren im Allgemeinen (und der hier betrachteten Rechner im Speziellen) thematisiert. Hieran kann festgemacht werden, ob die Anschaffungskosten oder die Herstellungskosten als Bewertungsmaßstab zu verwenden sind.¹³¹⁰ Anhaltspunkte zu den Bestandteilen der Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten kann das **Kostenmodell** geben, weil dieses über die Kostenfaktoren und -struktur eines Unternehmens informiert.¹³¹¹ Darüber hinaus gibt das **Kapitalmodell** Aufschluss, ob eine Fremdfinanzierung vorliegt,¹³¹² so dass u. U. Fremdkapitalkosten den Anschaffungskosten zuzurechnen sind.¹³¹³

Bei der **Folgebewertung** ist in Bezug auf das Anschaffungskostenmodell das **Leistungserstellungsmodell** von Bedeutung.¹³¹⁴ Dieses stellt u. a. die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren dar und beschreibt zusätzlich, ob es sich hierbei um Repetier- oder Potenzialfaktoren handelt. Bei der Beschreibung der Potenzialfaktoren wird u. a. auf Aspekte eingegangen, die Einfluss auf die wirtschaftliche Nutzungsdauer der Potenzialfaktoren haben (z. B. substantieller Verschleiß).¹³¹⁵ Diese Aspekte fließen in die Bestimmung der planmäßigen Abschreibung ein (wie z. B. bei der Bestimmung der voraussichtlichen Nutzungsdauer).¹³¹⁶

In Bezug auf das Neubewertungsmodell sind das Beschaffungs-, das Leistungserstellungs- und das Kundenmodell für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von Bedeutung. Hinweise, um den Hauptmarkt (bzw. den vorteilhaftesten Markt) zu bestimmen, der als Informationsquelle hinsichtlich der Inputfaktoren dient,¹³¹⁷ kann das **Beschaffungsmodell** geben, weil dieses die Herkunft der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren

¹³⁰⁶ IAS 16.37.

¹³⁰⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1 und Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹³⁰⁸ Vgl. *Quick* (2014), Rn. 59; *Thiele/Eckert* (2008), Rn. 214; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015g), Rn. 81.

¹³⁰⁹ Vgl. IAS 16.35 und IAS 16.39 f.; Kapitel 4.3.2.2.1.

¹³¹⁰ Vgl. Kapitel 4.3.2.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹³¹¹ Vgl. Kapitel 4.3.2.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹³¹² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.2.

¹³¹³ Vgl. Kapitel 4.3.2.1.

¹³¹⁴ Vgl. Kapitel 4.3.2.2.1.

¹³¹⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2; zur Abgrenzung der voraussichtlichen Nutzungsdauer (useful life) von der wirtschaftlichen Nutzungsdauer (economic life): IAS 16.57.

¹³¹⁶ Vgl. Kapitel 4.3.2.2.1; *Scharfenberg* (2013), Rn. 106.

¹³¹⁷ Vgl. IFRS 13.16–18 i.V.m. IFRS 13.A.

thematisiert.¹³¹⁸ Bei der Bestimmung des „highest and best use“¹³¹⁹ des zu bewertenden Vermögenswerts wird gemäß IFRS 13 widerlegbar vermutet, dass es sich hierbei um den „entity’s current use of a non-financial asset“¹³²⁰ handelt.¹³²¹ Folglich sind hierfür sowohl die Wertschöpfungskette (**Leistungserstellungsmodell**) als auch die Produkte bzw. Dienstleistungen des Unternehmens zu betrachten (**Kundenmodell**), um die aktuelle Verwendung des Vermögenswerts zu bestimmen (z. B. Eigennutzung vs. Verkaufsabsicht).¹³²² Darüber hinaus ist das Leistungserstellungsmodell von Bedeutung, um die Gruppe an Vermögenswerten zu bestimmen, die bei einer wiederkehrenden Neubewertung zu berücksichtigen ist.¹³²³

Ob das Neubewertungsmodell gewählt wird, falls die Voraussetzungen hierfür erfüllt sind,¹³²⁴ hängt weniger vom Geschäftsmodell bzw. von einzelnen Partialmodellen ab.¹³²⁵ Für die Ausübung des Wahlrechts sind eher bilanzpolitische Ziele oder Kapitalerhaltungsaspekte ausschlaggebend.¹³²⁶

4.3.3. Offenlegung

4.3.3.1. Ausweis in der Bilanz und Angaben im Anhang

Gemäß IAS 1 sind Sachanlagen in der Bilanz unter dem gleichnamigen Posten auszuweisen.¹³²⁷ Hierbei erfolgt grundsätzlich eine Untergliederung anhand der vorliegenden Gruppen von Sachanlagen.¹³²⁸ Folglich ist die gesamte **erworbene Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, als eigenständiger Unterposten auszuweisen.¹³²⁹ Dem separaten *Ausweis* als Unterposten steht aus Wesentlichkeitsgesichtspunkten nichts im Wege, weil die Art und die wertmäßige Größe des Postens („im Verhältnis zur Bilanzsumme“¹³³⁰) von Bedeutung für den Abschlussadressaten sind.¹³³¹ Die Rechner sind essenziell für den Wertschöpfungsprozess von Social Networks (Leistungserstellungsmodell).¹³³² Darüber hinaus stellt der Erwerb der Rechner einen Kostentreiber für Social Networks dar (Kostenmodell).¹³³³

¹³¹⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹³¹⁹ IFRS 13.27.

¹³²⁰ IFRS 13.29.

¹³²¹ Vgl. IFRS 13.29 f.

¹³²² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1; Kapitel 3.7.2.2.1.

¹³²³ Vgl. Kapitel 4.3.2.2.2; allgemeiner: *PwC* (2014b), Rn. 16.129.

¹³²⁴ Vgl. Kapitel 4.3.2.2.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.

¹³²⁵ Vgl. *EFRAG* (2015), Rn. 34 i.V.m. 32.

¹³²⁶ Vgl. *Winnefeld* (2015b), Rn. 1024k; *Scharfenberg* (2013), Rn. 123; *Ballwieser* (2015), Rn. 30; *Peemöller* (2010), Rn. 62 f. und 72; *Quick* (2014), Rn. 50; *Senger* (2014), Rn. 44; *Thiele/Eckert* (2008), Rn. 220 m.w.N.

¹³²⁷ Vgl. IAS 1.54(a).

¹³²⁸ Vgl. IAS 1.78(a) und IAS 1.58(a) und (b) i.V.m. IAS 16.37; *Wells/Tarca* (2014a), S. 48.

¹³²⁹ In Anlehnung an *Wells/Tarca* (2014a), S. 49 f.

¹³³⁰ *Ballwieser* (2015), Rn. 69.

¹³³¹ Vgl. IAS 1.29 i.V.m. IAS 1.7 und Kapitel 2.2.3.1 i.V.m. *Wells/Tarca* (2014a), S. 49 f. i.V.m. S. 21; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015d), Rn. 25 und *Quick* (2014), Rn. 88.

¹³³² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹³³³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

Die Bedeutung der Rechner im Wertschöpfungsprozess kann auch herangezogen werden (Leistungserstellungsmodell),¹³³⁴ um zu begründen, dass der Ausweis der Rechner als Unterposten in der Bilanz der alternativen Angabe im Anhang vorzuziehen ist.¹³³⁵ Denn vor dem Hintergrund des Rahmenkonzepts und dessen bilanztheoretischer Einordnung ist der Bilanz im Vergleich zum Anhang ein höherer Stellenwert zuzuschreiben.¹³³⁶

In Bezug auf Sachanlagen (bzw. die betrachteten Rechner) werden diverse **Angaben im Anhang** nach IAS 16 gefordert.¹³³⁷ Z. B. sind die Bewertungsgrundlage, die angewandte Abschreibungsmethode und die voraussichtliche Nutzungsdauer zu nennen.¹³³⁸ Darüber hinaus sind bei Sachanlagen, die wertgemindert sind, weitere Angaben nach IAS 36 offenzulegen.¹³³⁹ Zusätzlich sind Angaben nach IFRS 13 notwendig, wenn das Neubewertungsmodell angewendet wird.¹³⁴⁰ Falls bspw. die aktuelle Verwendung des Vermögenswerts im Unternehmen von der optimalen Verwendung i.S.v. IFRS 13 abweicht, ist dies zu nennen und zu begründen.¹³⁴¹ Für letzteres bietet sich der Rückgriff auf das Leistungserstellungsmodell i.V.m. dem Kundenmodell an. Hierdurch kann aufgezeigt werden, welche Produkte bzw. Dienstleistungen das Unternehmen anbietet und welcher Zweck der Sachanlage im Wertschöpfungsprozess zukommt.¹³⁴² Darüber hinaus sind Angaben über die Höhe der in der Abschlussperiode angesetzten Fremdkapitalkosten und den zugrunde gelegten Finanzierungskostensatz notwendig,¹³⁴³ falls Fremdkapitalkosten nach IAS 23 Bestandteil der Anschaffungskosten der Rechner sind (Kapitalmodell).¹³⁴⁴

Neben den obligatorischen Angaben werden weitere Angaben durch IAS 16 empfohlen, weil diese von den Abschlussadressaten als relevant eingestuft werden können.¹³⁴⁵ Bspw. könnte die Angabe des „gross carrying amount of any fully depreciated property, plant and equipment that is still in use“¹³⁴⁶ für ein Social Network relevant sein, wenn es bereits vollständig abgeschriebene Rechner weiter im Einsatz hat und diese somit weiterhin bedeutend für den Wertschöpfungsprozess sind (Leistungserstellungsmodell).¹³⁴⁷

¹³³⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹³³⁵ Vgl. IAS 1.77 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1; allgemeiner: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 5.28.

¹³³⁶ Vgl. Kapitel 2.2.4 und Kapitel 2.3.3 i.V.m. *Linder* (2015), S. 40 f.

¹³³⁷ Vgl. IAS 16.73–76.

¹³³⁸ Vgl. IAS 16.73(a) bis (c).

¹³³⁹ Vgl. Kapitel 4.6.4.

¹³⁴⁰ Vgl. IAS 16.77 i.V.m. IFRS 13.91–99; *PwC* (2014a), Rn. 5.221.1; *EY* (2015), S. 1319 f.; *KPMG* (2014), Rn. 3.2.400.30.

¹³⁴¹ Vgl. IFRS 13.93(i); *Kirsch et al.* (2014), Rn. 178.

¹³⁴² Vgl. IFRS 13.BC213 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1 und Kapitel 3.7.2.2.1.

¹³⁴³ Vgl. IAS 23.26; *PwC* (2014b), Rn. 16.247.

¹³⁴⁴ Vgl. Kapitel 4.3.2.1.

¹³⁴⁵ Vgl. IAS 16.79.

¹³⁴⁶ IAS 16.79(b).

¹³⁴⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

Im Anhang sind gemäß dem Rahmenkonzept Vermögenswerte anzugeben, die nicht den Erfassungskriterien genügen und dennoch relevant sind.¹³⁴⁸ Dies trifft nicht zu auf **Hardware, auf der die Client-Software betrieben wird**, weil sich diese nicht in der Verfügungsmacht des Social Network befindet und somit bereits die Qualifizierung dieser Hardware als Vermögenswert scheitert. Dasselbe gilt für **Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, falls diese von Dienstleistern zur Verfügung gestellt wird.¹³⁴⁹ Im wohl seltenen Fall, dass die **erworbenen Rechner** den Erfassungskriterien nicht genügen,¹³⁵⁰ wären diese aufgrund ihrer wesentlichen Rolle im Wertschöpfungsprozess (Leistungserstellungsmodell) und ihrer Charakterisierung als Kostentreiber (Kostenmodell) im Anhang anzugeben.¹³⁵¹

4.3.3.2. Bedeutung des Geschäftsmodells

Das **Leistungserstellungsmodell** und das **Kostenmodell** sind für den *Ausweis in der Bilanz* von Bedeutung, wenn darüber zu entscheiden ist, ob eine Gruppe von Sachanlagen als Unterposten des allgemeinen Sachanlage-Postens anzugeben ist. Diese Partialmodelle können zur Begründung des Stellenwerts der Gruppe bzw. des Unterpostens für das Social Network dienen.¹³⁵²

In Bezug auf die obligatorischen *Angaben im Anhang* kann das **Leistungserstellungsmodell i.V.m. dem Kundenmodell** von Bedeutung sein, um bspw. eine nicht optimale Verwendung der Sachanlage i.S.d. IFRS 13 zu begründen.¹³⁵³ Darüber hinaus kann das Leistungserstellungsmodell dazu dienen, zu entscheiden, ob weitere Angaben als relevant für den Abschlussadressaten einzustufen sind und somit im Anhang aufgenommen werden sollten (z. B. Bruttobuchwert von bereits abgeschriebenem aber weiterhin verwendeten Sachanlagen) bzw. aufzunehmen sind (wie nicht erfasste Vermögenswerte).¹³⁵⁴ Für letzteres kann auch das **Kostenmodell** Anhaltspunkte geben.¹³⁵⁵ Inwiefern Angaben zu Fremdkapitalkosten als Bestandteil der Anschaffungskosten notwendig sind, hängt von der Art der Finanzierung des Erwerbs der Rechner durch das Social Network ab, weshalb das **Kapitalmodell** von Bedeutung ist.¹³⁵⁶

¹³⁴⁸ Vgl. CF.4.43.

¹³⁴⁹ Vgl. Kapitel 4.3.1.1.1.

¹³⁵⁰ Vgl. Kapitel 4.3.1.2.

¹³⁵¹ Vgl. CF.4.43 i.V.m. Kapitel 4.3.1.2.

¹³⁵² Vgl. Kapitel 4.3.3.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1 und Kapitel 3.7.2.3.4.1; allgemeiner: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 5.28.

¹³⁵³ Vgl. Kapitel 4.3.3.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1 und Kapitel 3.7.2.2.1.

¹³⁵⁴ Vgl. Kapitel 4.3.3.1; allgemeiner: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 5.28; *ICAS/NZICA* (2011), Par. 17; *Lüdenbach* (2012), S. 32.

¹³⁵⁵ Vgl. Kapitel 4.3.3.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹³⁵⁶ Vgl. Kapitel 4.3.3.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.2.

4.3.4. Fazit

Durch die in den Kapiteln 4.2.3 und 4.3 vorgenommene Analyse wird in Bezug auf die Partialmodelle der **Wertschöpfungskomponente** ersichtlich, dass das Leistungserstellungsmodell in allen betrachteten Teilbereichen von IAS 16 (Anwendungsbereich, Ansatz, Bewertung, Offenlegung) von Bedeutung ist. Das Beschaffungsmodell ist in allen betrachteten Teilbereichen – ausgenommen der Offenlegung – von Bedeutung. Das Kostenmodell ist für den Ansatz, die Bewertung und die Offenlegung von Bedeutung. Das Kapitalmodell ist für die Bewertung und die Offenlegung von Bedeutung. In Bezug auf die **Kunden- und Marktkomponente** lässt sich feststellen, dass deren Partialmodelle (Kunden-, Erlös- und Marktangebotsmodell) für den Ansatz von Bedeutung sind. Ferner ist das Kundenmodell für die Bewertung und die Offenlegung von Bedeutung. In Bezug auf die Partialmodelle der **Strategiekomponente** ist lediglich das Ressourcenmodell für den Ansatz von Bedeutung.¹³⁵⁷

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Wengleich der Geschäftsmodell-Begriff nicht explizit in IAS 16 genannt wird, spielt das Geschäftsmodell implizit eine Rolle, wie die Analyse anhand der Partialmodelle ergeben hat (siehe auch Tabelle 9 auf S. 134). Hierbei spielen die Partialmodelle der Wertschöpfungskomponente (insb. das Leistungserstellungs- und das Beschaffungsmodell) eine gewichtige Rolle.

¹³⁵⁷ Vgl. Tabelle 9 auf Seite 134.

IAS 16 i.V.m. IAS 23, IFRS 13, IAS 1	Strategie- komponente			Kunden- und Marktkomponente			Wertschöpfungs- komponente			
	Strategie	Ressourcen	Netzwerk	Kunden	Erlöse	Marktangebot	Leistungs- erstellung	Beschaffung	Finanzen	
									Kosten	Kapital
Anwendungsbereich ¹³⁵⁸							●	●		
Ansatz Definitionskriterien				●	●		●	●		
Erfassungskriterien ¹³⁵⁹		●				●	●		●	
Bewertung Zugangsbewertung								●	●	●
Folgebewertung				●			●	●		
Offenlegung Ausweis in der Bilanz							●		●	
Angaben im Anhang				●			●		●	●

Tabelle 9: Bedeutung der Geschäftsmodell-Komponenten bzw. -Partialmodelle in Bezug auf IAS 16 (i.V.m. IAS 23, IFRS 13 und IAS 1)¹³⁶⁰

¹³⁵⁸ Vgl. Kapitel 4.2.3.

¹³⁵⁹ Inklusive Wesentlichkeit.

¹³⁶⁰ Quelle: eigene Darstellung.

4.4. Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IAS 38

4.4.1. Ansatz

4.4.1.1. Prüfung auf Erfüllung der Definitionskriterien

4.4.1.1.1. Verfügungsmacht

In den Anwendungsbereich von IAS 38 fallen die meisten wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks.¹³⁶¹ Inwiefern diese wirtschaftlichen Ressourcen als Vermögenswert anzusetzen sind, hängt davon ab, ob diese die Definitions- und Erfassungskriterien nach IAS 38 erfüllen.¹³⁶²

Die Definitionskriterien des IAS 38 setzen sich aus den allgemeinen Definitionskriterien für Vermögenswerte gemäß dem Rahmenkonzept und zusätzlichen Definitionskriterien für immaterielle Vermögenswerte zusammen.¹³⁶³ Dementsprechend ist ein immaterieller Vermögenswert definiert als „an identifiable non-monetary asset without physical substance“¹³⁶⁴. Letztere Eigenschaft, die fehlende physische Substanz, weisen die nach IAS 38 zu betrachtenden wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks auf.¹³⁶⁵ Ferner handelt es sich bei diesen um nicht-monetäre Ressourcen, weil sie die in IAS 38 genannten Eigenschaften von monetären Vermögenswerten nicht besitzen.¹³⁶⁶ Folglich muss noch geprüft werden, ob die wirtschaftlichen Ressourcen den allgemeinen Definitionskriterien für Vermögenswerte und dem Kriterium der Identifizierbarkeit genügen.

In Bezug auf die allgemeinen Definitionskriterien bietet sich an, zunächst zu prüfen, ob sich die wirtschaftlichen Ressourcen in der Verfügungsmacht des Social Network befinden.¹³⁶⁷ Die Verfügungsmacht ist daran festzustellen, ob das Social Network Zugriff auf den zukünftigen wirtschaftlichen Nutzen der Ressource hat und Dritte von diesem Nutzen ausschließen kann.¹³⁶⁸ Dies ist laut IAS 38 i.d.R. durch „legal rights that are enforceable in a court of law“ bei immateriellen Vermögenswerten gegeben, wobei dies keine notwendige Bedingung ist.¹³⁶⁹

¹³⁶¹ Vgl. Kapitel 4.2.2.

¹³⁶² Vgl. IAS 38.18.

¹³⁶³ Vgl. IAS 38.8 i.V.m. CF.4.4(a); *Grüber* (2015), S. 55 f.; *Theile* (2012c), Rn. 1020 f.; *Koch* (2011), S. 75 und 79 f.; *Sommerhoff* (2010), S. 137; *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 145; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 16; *Böcking/Wiederhold* (2010), Rn. 14; *Lutz-Ingold* (2005), S. 164.

¹³⁶⁴ IAS 38.8.

¹³⁶⁵ Vgl. Kapitel 4.2.2.

¹³⁶⁶ „Monetary assets are money held and assets to be received in fixed or determinable amounts of money“: IAS 38.8; *Koch* (2011), S. 79; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 19; *Lutz-Ingold* (2005), S. 165 f.; *Böcking/Wiederhold* (2010), Rn. 16.

¹³⁶⁷ Vgl. IAS 38.8 i.V.m. IAS 38.13–16; *Freiberg/Hoffmann* stufen dieses Definitionskriterium als „[d]as entscheidende Merkmal für die abstrakte Bilanzierungsfähigkeit eines Vermögenswerts“ ein: *Freiberg/Hoffmann* (2015), S. 284; *PwC* (2014b), Rn. 15.13.

¹³⁶⁸ Vgl. IAS 38.13; *KPMG* (2014), Rn. 3.3.60.10: „To demonstrate control, an entity needs to have the power to obtain the future economic benefits arising from the item and be able to restrict the access of others to those benefits“.

¹³⁶⁹ Vgl. IAS 38.13 (auch Zitat).

In Bezug auf einen **Webbrowser**, der durch das Social Network selbst entwickelt wurde, liegen Schutzrechte am geistigen Eigentum vor,¹³⁷⁰ so dass sich dieser in der Verfügungsmacht des Social Network befindet.¹³⁷¹ Der **Domänenname** kann aufgrund des Vertrags mit der zuständigen Registrierungsorganisation exklusiv durch das Social Network genutzt werden,¹³⁷² so dass sich der Domänenname in der Verfügungsmacht des Social Network befindet.¹³⁷³

Native Apps sind in einer solchen Weise konzipiert, dass ihre Funktionalitäten nur eingesetzt werden können, um mit der spezifischen Internet-Plattform des anbietenden Social Network zu interagieren. Dies gilt unabhängig davon, ob die nativen Apps von dem Social Network selbst hergestellt werden oder dies von Dritten übernommen wird.¹³⁷⁴ Dementsprechend sind andere Social Networks vom Zugriff auf den wirtschaftlichen Nutzen dieser Apps ausgeschlossen. Folglich liegt die Verfügungsmacht über die nativen Apps beim anbietenden Social Network. Dies kann im Falle von selbst erstellten nativen Apps auch durch das Vorliegen von Schutzrechten am geistigen Eigentum begründet werden.¹³⁷⁵

Das Social Network besitzt für die **Server-Software**, die es erworben hat, zumindest Nutzungsrechte, um diese im Wertschöpfungsprozess einsetzen zu dürfen.¹³⁷⁶ Von der Nutzung der *erworbenen Kopie(n) der Server-Software* kann das Social Network Dritte ausschließen, indem es diese Kopie(n) Dritten nicht zugänglich macht.¹³⁷⁷ Wird die Server-Software durch das Social Network bspw. selbst erstellt, liegen bei diesem Schutzrechte am geistigen Eigentum vor, so dass die Verfügungsmacht über die *Server-Software im Allgemeinen* beim Social Network liegt.¹³⁷⁸

In Bezug auf die reaktiven **Daten der Nutzer** müssen dem Social Network diejenigen Nutzungsrechte vorliegen, die notwendig sind, um die Kernleistung erbringen zu können.¹³⁷⁹ Zwar können die Daten und die entsprechenden Nutzungsrechte auch anderen Social Networks vorliegen. Jedoch ist es wahrscheinlich, dass die *konkrete* Sammlung an reaktiven und nicht-reaktiven Daten, die einem bestimmten Social Network vorliegt, nahezu *einzigartig* ist. Dies lässt sich dadurch begründen, dass sich die wesentlichen Aktivitäten der Nutzer zumeist nur auf ein Social Network beschränken (Ressourcenmodell).¹³⁸⁰ Folglich kann der Zugriff durch Dritte

¹³⁷⁰ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹³⁷¹ Vgl. IAS 38.14; *Andrä* (2015), S. 101.

¹³⁷² Vgl. *Koch* (2008), Rn. 34; Kapitel 4.1.2.

¹³⁷³ Vgl. *Pfitzer/Schwenzer* (2003), Rn. 83.

¹³⁷⁴ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.2.

¹³⁷⁵ Vgl. IAS 38.14; Kapitel 4.1.2; *Andrä* (2015), S. 101.

¹³⁷⁶ Vgl. Kapitel 4.1.2; *Thiele/Kühle* (2008), S. 150; *Suermann* (2006), S. 142.

¹³⁷⁷ Vgl. *Andrä* (2015), S. 130.

¹³⁷⁸ Vgl. IAS 38.14 i.V.m. Kapitel 4.1.2; *Pellens et al.* (2014), S. 325; *Redeker* (2012), Rn. 45 f. und 51 f.; *Andrä* (2015), S. 101; *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 71.

¹³⁷⁹ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹³⁸⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.1

auf *diese* Datensammlung durch das Social Network ausgeschlossen werden.¹³⁸¹ Ob sich das Social Network den wirtschaftlichen Nutzen aus diesen Daten zu eigen machen kann, hängt insb. von der Ausgestaltung des Erlösmodells ab.

Insofern **direkte Erlösformen** eingesetzt werden, hat das Social Network Zugriff auf den wirtschaftlichen Nutzen der Daten, welcher in Form der Entgelte für die Kernleistung entsteht.¹³⁸² Beim Einsatz der direkten Erlösform Freemium gilt dies sowohl für die Daten der Nutzer, die kostenpflichtige Leistungen in Anspruch nehmen, als auch für die Daten der Nutzer, die lediglich die kostenlosen Basisfunktionalitäten in Anspruch nehmen. Letztere Nutzer bzw. deren Daten fördern indirekt die Generierung von wirtschaftlichem Nutzen, weil durch deren Mitgliedschaft bzw. Daten die Attraktivität des Social Network (auch) für zahlende Nutzer steigt.¹³⁸³ Demzufolge besitzt das Social Network beim Einsatz von direkten Erlösformen die Verfügungsmacht über die Daten der Nutzer.

Insofern lediglich **indirekte Erlösformen** eingesetzt werden (Symbiose-Prinzip),¹³⁸⁴ müssen dem Social Network die Rechte für die Verwendung der Daten für Werbezwecke – neben den oben genannten Nutzungsrechten – vorliegen.¹³⁸⁵ Denn nur so kann die Nebenleistung angeboten und können hierdurch Entgelte generiert werden, wodurch sich das Social Network den wirtschaftlichen Nutzen aus den Daten zu eigen machen kann. Dies hat zur Folge, dass das Social Network beim Einsatz des Symbiose-Prinzips die Verfügungsmacht über die Daten der Nutzer nur innehat, wenn die entsprechende Einwilligung der Nutzer vorliegt.

Anderer Ansicht ist *Schmidt*, der die Verfügungsmacht über die Daten der Nutzer nicht bei den Social Networks vorliegen sieht: „Den nutzergenerierten Inhalten ist indes auch nach den IFRS die Vermögenswertigkeit abzusprechen, da es den Betreibern wie [...] aufgezeigt an der juristischen Verfügungsmacht über die Inhalte mangelt“¹³⁸⁶, weil insb. die Nutzungsrechte für die Daten der Nutzer nicht „dauerhaft auf den Netzbetreiber übergehen“.¹³⁸⁷ Diese Auffassung wird anknüpfend an die obigen Ausführungen nicht geteilt und dies nachfolgend begründet.

Zwar wird, um die Verfügungsmacht nach IAS 38 festzustellen, die juristische Verfügungsmacht üblicherweise zur Begründung herangezogen.¹³⁸⁸ Jedoch ist das Vorliegen einer „faktische[n]“¹³⁸⁹ Verfügungsmacht „[i]m Sinne der wirtschaftlichen

¹³⁸¹ Es handelt sich somit um *keine* „frei erhältliche[n] Informationen“. Solche Informationen können nicht in der Verfügungsmacht eines Unternehmens stehen, weshalb diese keinen Vermögenswert darstellen: *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015a), Rn. 124 (auch Zitat).

¹³⁸² Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹³⁸³ Vgl. *Enders et al.* (2008), S. 207; *Rother* (2010), S. 27.

¹³⁸⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹³⁸⁵ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹³⁸⁶ *Schmidt* (2015), S. 180.

¹³⁸⁷ Vgl. *Schmidt* (2015), S. 180 i.V.m. 164 (auch Zitat).

¹³⁸⁸ Vgl. IAS 38.13.

¹³⁸⁹ *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 148.

Betrachtungsweise¹³⁹⁰ ebenso ausreichend, da „legal enforceability of a right is not a necessary condition for control“¹³⁹¹.¹³⁹² Eine faktische Verfügungsmacht dient zur Begründung, dass Dritte von dem wirtschaftlichen Nutzen der konkreten Datensammlung ausgeschlossen werden können. Die juristische und faktische Verfügungsmacht liegt bei der Anwendung von direkten Erlösformen vor, wodurch der Zufluss des wirtschaftlichen Nutzens zum Social Network begründet werden kann. Hingegen kann sich das Social Network den wirtschaftlichen Nutzenzufluss bei der Anwendung von indirekten Erlösformen nur zu eigen machen, wenn eine juristische Verfügungsmacht über die Daten der Nutzer attestiert werden kann.

Ferner muss die Verfügungsmacht nicht dauerhaft sondern lediglich über den Abschlussstichtag hinaus vorliegen. Insofern die Verfügungsmacht an einem der darauf folgenden Abschlussstichtage nicht mehr gegeben sein sollte (z. B. durch den Widerruf der Einwilligung zur Nutzung der Daten für Werbezwecke oder durch die Abmeldung von dem Social Network), so wäre – wenn eine separate Erfassung der Daten der Nutzer in der Bilanz angenommen wird – eine Ausbuchung die Folge, weil hieraus ein Mangel an einem (weiter) zu erwartenden künftigen Nutzenzufluss resultiert.¹³⁹³ Dementsprechend kann in bestimmten Fällen, wie oben dargelegt, eine Verfügungsmacht vorliegen, weshalb Social Networks die Verfügungsmacht über die Daten der Nutzer nicht grundsätzlich abgesprochen werden kann.

Aus Sicht von Social Networks bestehen Kundenbeziehungen zu den Nutzern bzw. **Kunden der Kernleistung**, wenn direkte Erlösformen eingesetzt werden.¹³⁹⁴ Das Social Network hat Zugriff auf die Entgelte aus diesen Vertragsbeziehungen,¹³⁹⁵ wodurch es auf den wirtschaftlichen Nutzen der Kundenbeziehung zugreifen kann.¹³⁹⁶ Inwiefern das Social Network den Zugriff von Dritten auf diesen Nutzen beschränken kann, ist davon abhängig, wie stark die Bindung zwischen dem Kunden und dem Social Network ist.¹³⁹⁷ Dies ist insb. von der vertraglichen Bindung des Nutzers an das Social Network und anderweitigen Wechselhürden zu anderen Social Networks (z. B. Gesamtnutzerzahl im Vergleich zu Mitbewerbern, Durchführbarkeit des Datentransfers) abhängig (Marktangebotsmodell, Ressourcenmodell).¹³⁹⁸ Dasselbe gilt zwar im Allgemeinen für Kundenbeziehungen, welche aufgrund von indirekten Erlösformen zu den **Kunden der Nebenleistung** existieren.¹³⁹⁹ Im Speziellen ergibt sich jedoch ein Unterschied darin, dass für die Kunden der Nebenleistung im Gegensatz zu den Kunden der

¹³⁹⁰ Baetge/von Keitz (2010), Rn. 21; CF.4.12 i.V.m. CF.4.6; CF.BC3.26.

¹³⁹¹ IAS 38.13.

¹³⁹² Vgl. Fasselt/Radde (2013), Rn. 267; Rogler/Schmidt/Tettenborn (2014), S. 579; Thiele/Kühle (2008), Rn. 148; Theile (2012c), Rn. 1028; Fuchs (2011), Rn. 22; Schruoff/Haaker (2010), Rn. 71; Böcking/Wiederhold (2010), Rn. 10; Schmidt (2012), S. 178; Lutz-Ingold (2005), S. 166 f.; Adler/Düring/Schmaltz (2006), Rn. 43 f.

¹³⁹³ Vgl. IAS 38.112(b) i.V.m. Wolfensberger (2002), S. 97 und Adler/Düring/Schmaltz (2006), Rn. 53 und 127.

¹³⁹⁴ Vgl. Kapitel 4.2.2.

¹³⁹⁵ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹³⁹⁶ Vgl. Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg (2015f), Rn. 79 f.; Lüdenbach/Prusaczyk (2004), S. 204 und 208; Hachmeister/Schwarzkopf (2015), Rn. 90.

¹³⁹⁷ In Anlehnung an Freiberg (2012), S. 195.

¹³⁹⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3; Kapitel 3.7.2.3.5.2.1; Thiele/Kühle (2008), Rn. 153; Lutz-Ingold (2005), S. 178.

¹³⁹⁹ Vgl. Kapitel 4.1.2.

Kernleistung der Datentransfer wesentlich unproblematischer ist, da sich die Inhalte der Werbeflächen leicht auf anderen Internet-Plattformen platzieren lassen. Dies liegt u. a. darin begründet, dass die Inhalte der Werbeflächen i.d.R. von den Kunden zur Verfügung gestellt werden (Beschaffungsmodell).¹⁴⁰⁰ So lässt sich vermuten, dass sich die Verfügungsmacht eher in Bezug auf die Kundenbeziehungen zu den Kunden der Kernleistung als in Bezug auf die Kundenbeziehungen zu den Kunden der Nebenleistung nachweisen lässt. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es von den konkreten Umständen des Einzelfalls abhängig ist, ob die Verfügungsmacht über Kundenbeziehungen beim Social Network liegt.¹⁴⁰¹

Jeder **Mitarbeiter** hat sich gegenüber dem Social Network vertraglich verpflichtet, seine Arbeitskraft in einem festgelegten Umfang in den Wertschöpfungsprozess einzubringen.¹⁴⁰² Dementsprechend stehen die Mitarbeiter im jeweils vereinbarten Umfang anderen Unternehmen für Dienstleistungen nicht zur Verfügung. Infolgedessen liegt die Verfügungsmacht für diese begrenzte Arbeitskraft beim Social Network.¹⁴⁰³

In Kapitel 4.1.2 wurde überprüft, ob der Webbrowser von externen Anbietern und die ausführende menschliche Arbeitskraft der Nutzer aus Sicht eines Social Network wirtschaftliche Ressourcen i.S.d. *IASB* darstellen. Dies wurde verneint, weshalb diese Ressourcen von der Untersuchung auf Bilanzierungsfähigkeit ausgeschlossen wurden. Wäre dieser Ausschluss nicht vorgenommen worden, wäre bereits bei der Überprüfung der Verfügungsmacht über diese Ressourcen festzustellen gewesen, dass diese Ressourcen keine Vermögenswerte sind, weil sie das Definitionskriterium nicht erfüllen. Dies liegt darin begründet, dass durch ein Social Network andere Unternehmen von dem künftigen wirtschaftlichen Nutzen dieser Ressourcen nicht ausgeschlossen werden können.¹⁴⁰⁴

4.4.1.1.2. Resultat eines vergangenen Ereignisses

Ein weiteres Definitionskriterium ist, dass die immateriellen Ressourcen aus einem vergangenen Ereignis resultieren müssen.¹⁴⁰⁵ Dies ist in Bezug auf den selbst erstellten **Webbrowser**, den **Domännennamen**, die **nativen Apps** und die **Server-Software** erfüllt, weil deren Herstellung bzw. Erwerb vom Social Network begonnen bzw. vorgenommen worden sein müssen, damit das Social Network seine Dienstleistungen erbringen kann.¹⁴⁰⁶ Vom Abschlussstichtag aus betrachtet, liegen somit Geschäftsvorfälle aus der Vergangenheit vor und

¹⁴⁰⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁴⁰¹ Vgl. IAS 38.16.

¹⁴⁰² Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹⁴⁰³ Vgl. IAS 38.13; in der Untersuchung wird sich auf die *Arbeitskraft* der Mitarbeiter fokussiert. Die Aneignung von *zusätzlichen Fähigkeiten und Wissen* durch die Mitarbeiter, die durch Schulungsmaßnahmen während des Arbeitsverhältnisses erfolgen kann, wird nicht thematisiert: vgl. hierzu IAS 38.15; *Mindermann* (2009), S. 172–187; *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 68; *Fasselt/Radde* (2013), Rn. 273; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015c), Rn. 64–66; *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 151; *Lutz-Ingold* (2005), S. 177.

¹⁴⁰⁴ Vgl. Kapitel 4.1.2; in Bezug auf „[a]llgemein zugängliche Software“: *Suermann* (2006), S. 142.

¹⁴⁰⁵ Vgl. IAS 38.8.

¹⁴⁰⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1; allgemein in Bezug auf Internet-Domains: *Schmittmann* (2002), S. 112.

keine „bloße Absicht“¹⁴⁰⁷, die Ressourcen herzustellen bzw. zu erwerben,¹⁴⁰⁸ die für den Betrieb der Internet-Plattform notwendig sind.¹⁴⁰⁹

Die **Daten** werden durch die Nutzer auf der Internet-Plattform eingestellt (reaktive Daten) oder durch die Nutzung der Funktionalitäten der Internet-Plattform generiert (nicht-reaktive Daten).¹⁴¹⁰ Diese durchgeführten Aktivitäten der Nutzer i.V.m. den hierfür zuvor dem Social Network erteilten Nutzungsrechten begründen in der Vergangenheit liegende Geschäftsvorfälle. Die **Kundenbeziehungen** basieren auf in der Vergangenheit liegenden Geschäftsvorfällen, wenn Verträge über die entgeltliche Nutzung der Kern- bzw. Nebenleistung geschlossen wurden. Analog gilt dies für die Arbeitsverträge der **Mitarbeiter**, die vor der Aufnahme der Tätigkeit zwischen den Mitarbeitern und dem Social Network geschlossen wurden.¹⁴¹¹

4.4.1.1.3. Zu erwartender künftiger Nutzenzufluss

Nachfolgend ist zu prüfen, ob ein künftiger wirtschaftlicher Nutzen durch den Einsatz der wirtschaftlichen Ressourcen zu erwarten ist.¹⁴¹² Nach IAS 38 kann ein solcher Nutzen aus „revenue from the sale of products or services, cost savings, or other benefits resulting from the use of the asset by the entity“¹⁴¹³ resultieren.¹⁴¹⁴ Hierbei ist keine Wahrscheinlichkeitsgrenze zu berücksichtigen.¹⁴¹⁵ Eine solche ist erst bei den Erfassungskriterien von Bedeutung.¹⁴¹⁶

Der selbst erstellte **Webbrowser**, der **Domänenname**, die **nativen Apps**, die **Server-Software** und die **Daten der Nutzer** sind Komponenten der Social Networking-Anwendungssysteme,¹⁴¹⁷ worauf die elektronische Wertschöpfungskette basiert (Leistungserstellungsmodell).¹⁴¹⁸ Somit werden diese Ressourcen „in Verbindung mit anderen Vermögenswerten bei der Produktion von [...] Dienstleistungen, die vom Unternehmen verkauft werden, genutzt“¹⁴¹⁹ (Kundenmodell, Erlösmodell),¹⁴²⁰ so dass ein künftiger wirtschaftlicher Nutzen zu erwarten ist. Dies gilt auch für die **Mitarbeiter**, weil diese die reale Wertschöpfungskette prägen.¹⁴²¹

¹⁴⁰⁷ Theile (2012b), Rn. 322.

¹⁴⁰⁸ Vgl. Grüber (2015), S. 60; Fasselt/Radde (2013), Rn. 266; Winnefeld (2015a), Rn. 433; Thiele/Kühle (2008), Rn. 146; Heyd/Lutz-Ingold (2005), S. 26; Böcking/Wiederhold (2010), Rn. 12; Koch (2011), S. 75 m.w.N.

¹⁴⁰⁹ Vgl. Schmidt (2015), S. 105.

¹⁴¹⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁴¹¹ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.1.

¹⁴¹² Vgl. IAS 38.8.

¹⁴¹³ IAS 38.17.

¹⁴¹⁴ Vgl. auch die Ausführungen zu diesem Definitionskriterium in Kapitel 4.3.1.1.3.

¹⁴¹⁵ Vgl. Theile (2012b), Rn. 324; Adler/Düring/Schmaltz (2006), Rn. 47; dies macht der IASB im DP/2013/1 und ED/2015/3 durch eine entsprechende Präzisierung der Definitionskriterien deutlich: IASB (2013), Par. 2.10, 2.13(a) und 2.35(a.i); IASB (2015b), Par. 4.5.

¹⁴¹⁶ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.3 und Kapitel 4.4.1.2.4.1.

¹⁴¹⁷ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.

¹⁴¹⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹⁴¹⁹ CF 4.10(a).

¹⁴²⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.2.2; Fasselt/Radde (2013), Rn. 268.

¹⁴²¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.2.

Den **Beziehungen zu den Kunden** der (kostenpflichtigen) Kernleistung und der Nebenleistung liegen Vereinbarungen über zu zahlende Entgelte zugrunde, die aus den zu erbringenden Dienstleistungen resultieren (Kundenmodell, Erlösmodell),¹⁴²² so dass hieraus ein direkter zukünftiger Nutzenzufluss zu erwarten ist.¹⁴²³

4.4.1.1.4. Identifizierbarkeit

Zuletzt ist zu prüfen, ob die wirtschaftlichen Ressourcen identifizierbar sind.¹⁴²⁴ Dies ist gegeben, wenn die wirtschaftlichen Ressourcen separierungsfähig sind oder durch vertragliche oder andere gesetzliche Rechte begründet werden.¹⁴²⁵ Letztere müssen weder durch das Unternehmen übertragbar noch an sich separierungsfähig sein.¹⁴²⁶ Separierungsfähigkeit bedeutet, dass die betrachtete wirtschaftliche Ressource „is capable of being separated or divided from the entity and sold, transferred, licensed, rented or exchanged“¹⁴²⁷. Dies gilt bspw. unabhängig davon, ob dies hinsichtlich der einzelnen Ressource oder lediglich im Verbund mit anderen Ressourcen festgestellt werden kann.¹⁴²⁸

Vertragliche bzw. gesetzliche Rechte in Form von Nutzungsrechten bzw. Schutzrechten für geistiges Eigentum liegen bei Social Networks in Bezug auf den selbst entwickelten **Webbrowser**, den **Domännennamen**,¹⁴²⁹ die **nativen Apps** und die **Server-Software** vor,¹⁴³⁰ wie dies bereits die Untersuchung dieser Produktions- bzw. Leistungsfaktoren auf die Eigenschaften von wirtschaftlichen Ressourcen gezeigt hat.¹⁴³¹

Falls der wahre Name des jeweiligen Nutzers dem Social Network bekannt ist, kommt ein Vertragsverhältnis zwischen dem Nutzer bzw. Kunden der Kernleistung und dem Social Network zustande, unabhängig davon, ob direkte oder indirekte Erlösformen eingesetzt werden.¹⁴³² Um die Funktionalitäten des Social Network (Kernleistung) in Anspruch nehmen zu können, erteilen die Nutzer dem Social Network die Nutzungsrechte für ihre reaktiven **Daten**.¹⁴³³ Falls die Nutzer ihr Einverständnis erklärt haben, liegen vertragliche Rechte für die

¹⁴²² Vgl. Kapitel 4.1.2 i.V.m. Kapitel 4.2.2 sowie Kapitel 3.7.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁴²³ Vgl. IAS 38.17.

¹⁴²⁴ Die Intention dieses Definitionskriteriums ist, festzustellen, ob die wirtschaftliche Ressource vom Geschäfts- oder Firmenwert abgegrenzt werden kann: IAS 38.11; IAS 38.BC8–10.

¹⁴²⁵ Vgl. IAS 38.12; IAS 38.BC10; nachfolgend werden die Ressourcen *zuerst* auf vertragliche bzw. andere gesetzliche Rechte überprüft, weil wie *Koch* feststellt: „Bei Vorliegen eines Rechts ist stets das Kriterium der Identifizierbarkeit typisiert erfüllt; das im Folgenden zu diskutierende alternative Kriterium der Separierbarkeit ist in einem solchen Fall nicht notwendig“: *Koch* (2011), S. 81; so auch: *Meyer* (2015), Rn. 180; *Kalantary* (2012), S. 102.

¹⁴²⁶ Vgl. IAS 38.12(b).

¹⁴²⁷ IAS 38.12(a).

¹⁴²⁸ Vgl. IAS 38.12(a).

¹⁴²⁹ Vgl. hierzu kritisch *Kalantary* (2012), S. 106 f.

¹⁴³⁰ Vgl. *Schmidt* (2015), S. 104; *Theile* (2012c), Rn. 1023; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 18; *Grüber* (2015), S. 61.

¹⁴³¹ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹⁴³² Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹⁴³³ Vgl. Kapitel 4.1.2.

Nutzung der reaktiven und nicht-reaktiven Daten für Werbezwecke vor, so dass auf dieser Grundlage die Nebenleistung angeboten werden kann.¹⁴³⁴

Insofern dem Social Network hinsichtlich der Daten keine vertraglichen Rechte vorliegen sollten, weil bspw. der Nutzer dem Social Network nicht seinen wahren Namen mitgeteilt haben sollte, wäre deren Separierungsfähigkeit notwendig, um dennoch die Daten als identifizierbar bezeichnen zu können. Zwar könnten die Daten von dem Social Network getrennt werden. Jedoch ist deren Verkauf, Vermietung etc., falls dies überhaupt vor dem Hintergrund datenschutzrechtlicher Aspekte als legal einzustufen wäre,¹⁴³⁵ ökonomisch kaum vorstellbar bzw. möglich. Dies lässt sich damit begründen, dass anonyme Daten – ohne gleichzeitigen Transfer des Nutzers an sich – kaum von wirtschaftlichem Wert für den Empfänger sind.¹⁴³⁶ Im Ergebnis ist eine Identifizierbarkeit für die Daten der Nutzer nur gegeben, falls diesbezüglich vertragliche Rechte beim Social Network vorliegen sollten.¹⁴³⁷

Den Kundenbeziehungen zu den Nutzern bzw. **Kunden der Kernleistung** liegt ein vertragliches Recht auf Entgelt für die Erbringung der (kostenpflichtigen) Kernleistung zugrunde.¹⁴³⁸ Solch ein vertragliches Recht besteht auch in Bezug auf Nutzer und Werbende, die **Kunden der Nebenleistung** sind.¹⁴³⁹ Hinsichtlich der einzelnen **Mitarbeiter** liegen vertragliche Rechte bei dem Social Network vor, um deren Arbeitskraft einfordern zu können. Diese Rechte werden durch die Arbeitsverträge begründet.¹⁴⁴⁰

Im Ergebnis lässt sich festhalten (siehe auch Tabelle 10 auf S. 143): Der selbst erstellte Webbrowser, der Domänenname, die nativen Apps, die Server-Software und die Mitarbeiter stellen immaterielle Vermögenswerte dar.¹⁴⁴¹ Die Daten der Nutzer und die Kundenbeziehungen genügen u. U. den Definitionskriterien.¹⁴⁴²

¹⁴³⁴ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹⁴³⁵ Vgl. *Schmidt* (2015), S. 137–139 und 141–143 i.V.m. *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 51; *Meyer* (2015), Rn. 180 und 183.

¹⁴³⁶ In Anlehnung an IFRS 3.B34(b) und *Schmidt* (2015), S. 141–143.

¹⁴³⁷ In Anlehnung an *Theile* (2012c), Rn. 1022; *Meyer* (2015), Rn. 180 und 183.

¹⁴³⁸ Vgl. Kapitel 4.1.2 i.V.m. Kapitel 4.2.2; *Castedello* (2014), S. 273; *Zelger* (2014), S. 155; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015f), Rn. 79 f.; *Lüdenbach/Prusaczyk* (2004), S. 204; *Rogler/Schmidt/Tettenborn* (2014), S. 583.

¹⁴³⁹ Vgl. Fn. 1438 auf S. 142.

¹⁴⁴⁰ Vgl. Kapitel 4.1.2; *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 68.

¹⁴⁴¹ In Bezug auf Software allgemein: *Mujkanovic* (2013a), S. 301; *Pellens et al.* (2014), S. 325; in Bezug auf Arbeitsverträge von Mitarbeitern als immaterielle Vermögenswerte: *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 68; allgemeiner: *Wells/Tarca* (2014b), S. 7.

¹⁴⁴² Zustimmung in Bezug auf Daten im Allgemeinen: *Cebr* (2013), S. 2; a. A. in Bezug auf Daten der Nutzer: *Schmidt* (2015), S. 180; zustimmend in Bezug auf Kundenbeziehungen: *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015f), Rn. 79; *Weber* (2010), Rn. 22.

Immaterielle Ressourcen	Ohne physische Substanz	Nicht-monetär	Verfügungsmacht	Resultat aus vergangennem Ereignis	Künftiger wirtschaftlicher Nutzenzufluss zu erwarten	Identifizierbarkeit	Immaterieller Vermögenswert
Webbrowser							
Herstellung durch Social Network	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Bereitstellung durch externen Anbieter	✓	✓	✗				✗
Domänenname	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Native Apps	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Server-Software	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Daten der Nutzer							
Direkte Erlösformen	✓	✓	✓	✓	✓	(✓)	(✓)
Indirekte Erlösformen	✓	✓	(✓)	✓	✓	(✓)	(✓)
Nutzer als Kunden der Kernleistung							
Ausführende menschliche Arbeit	✓	✓	✗				✗
Kundenbeziehung	✓	✓	(✓)	✓	✓	✓	(✓)
Nutzer und Werbende als Kunden der Nebenleistung (Kundenbeziehung)	✓	✓	(✓)	✓	✓	✓	(✓)
Mitarbeiter	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Legende:</i> ✓ trifft zu (✓) trifft u. U. zu ✗ trifft nicht zu							

Tabelle 10: Überprüfung der immateriellen Ressourcen auf Erfüllung der Definitionskriterien nach IAS 38¹⁴⁴³

¹⁴⁴³ Quelle: eigene Darstellung.

4.4.1.2. Prüfung auf Erfüllung der Erfassungskriterien und Ansatz in der Bilanz

4.4.1.2.1. Differenzierung der Erfassungskriterien nach der Zugangsform der immateriellen Vermögenswerte

Abgesehen von den immateriellen Ressourcen, die keine wirtschaftlichen Ressourcen i.S.d. IASB darstellen, können die betrachteten immateriellen wirtschaftlichen Ressourcen Vermögenswerte darstellen.¹⁴⁴⁴ Nachfolgend soll angenommen werden, dass diese den Definitionskriterien genügen, so dass im nächsten Schritt zu prüfen ist, ob sie als Vermögenswerte in der Bilanz anzusetzen sind.¹⁴⁴⁵

Die Erfassungskriterien in IAS 38 sind an die des Rahmenkonzepts angelehnt.¹⁴⁴⁶ Zum einen muss der Zufluss von künftigen wirtschaftlichen Nutzen aus dem immateriellen Vermögenswert zum Social Network wahrscheinlich sein. Zum anderen müssen die Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten verlässlich bewertbar sein.¹⁴⁴⁷ Diese allgemeinen Erfassungskriterien gelten für immaterielle Vermögenswerte, die dem Social Network auf folgenden Wegen zugegangen sind: „Separate acquisition“, „Acquisition by way of a government grant“ und „Exchanges of assets“.¹⁴⁴⁸ Für selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte („internally generated intangible assets“¹⁴⁴⁹) gelten neben den allgemeinen noch ergänzende Erfassungskriterien, um über den Ansatz in der Bilanz zu entscheiden.¹⁴⁵⁰ Dafür ist ursächlich, dass es bspw. schwierig einzuschätzen sein kann, ob und zu welchem Zeitpunkt ein identifizierbarer immaterieller Vermögenswert vorliegt, der wahrscheinlich künftigen wirtschaftlichen Nutzen generieren wird.¹⁴⁵¹

Ein immaterieller Vermögenswert wird üblicherweise separat erworben, indem ein Unternehmen für diesen Vermögenswert monetäre Vermögenswerte hergibt.¹⁴⁵² Immaterielle Vermögenswerte können durch Zuwendungen der öffentlichen Hand einem Unternehmen zugehen. Dies ist für die hier betrachteten immateriellen Vermögenswerte von Social Networks nicht von Bedeutung, weil u. a. die Nutzungsrechte für diese Ressourcen durch Privatpersonen und Unternehmen dem Social Network übertragen werden.¹⁴⁵³ Ein Tausch liegt vor, wenn gegen einen immateriellen Vermögenswert z. B. ein nicht-monetärer Vermögenswert getauscht

¹⁴⁴⁴ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.

¹⁴⁴⁵ Vgl. IAS 38.18.

¹⁴⁴⁶ Vgl. IAS 38.21 i.V.m. CF.4.44; Koch (2011), S. 89 f.; Ramscheid (2013), Rn. 30; Fuchs (2011), Rn. 38; Baetge/von Keitz (2010), Rn. 39; Böcking/Wiederhold (2010), Rn. 40.

¹⁴⁴⁷ Vgl. IAS 38.21(a) und (b).

¹⁴⁴⁸ Vgl. IAS 38.25–47 (auch Zitate); der Erwerb im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses wird in Kapitel 4.5 thematisiert; zur Begründung: Kapitel 4.2.2.

¹⁴⁴⁹ IAS 38.51.

¹⁴⁵⁰ Vgl. IAS 38.51; IAS 38.BCZ42; Pauly-Grundmann/Hommel (2012), S. 134; Schruoff/Haaker (2010), Rn. 16 und 57; Baetge/von Keitz (2010), Rn. 54; Mindermann/Schmidt (2013), S. 17; Senger (2014), Rn. 90; Deloitte (2015a), S. 530; PwC (2014b), Rn. 15.44; EY (2015), S. 1215.

¹⁴⁵¹ Vgl. IAS 38.51.

¹⁴⁵² Vgl. IAS 38.BC28.

¹⁴⁵³ Vgl. IAS 38.44 i.V.m. Kapitel 4.1.2.

wird.¹⁴⁵⁴ Ein immaterieller Vermögenswert ist als selbst geschaffen einzustufen, wenn dieser dem Unternehmen nicht wie bei den vorgenannten Erwerbsformen von außen zugeht, sondern von dem Unternehmen selbst hergestellt wird bzw. wurde.¹⁴⁵⁵

4.4.1.2.2. Identifizierung der Zugangsform der betrachteten immateriellen Vermögenswerte

Sofern der **Webbrowser** vom Social Network selbst erstellt wird (Beschaffungsmodell),¹⁴⁵⁶ ist dieser aus Sicht von IAS 38 als selbst geschaffen einzustufen. Der **Domänenname** kann lediglich unternehmensextern vom Social Network beschafft werden (Beschaffungsmodell), indem die hierfür notwendigen Einrichtungsgebühren über einen Dienstleister oder direkt an die jeweilige Registrierungsorganisation bezahlt werden (Kostenmodell).¹⁴⁵⁷ Folglich liegt ein separater Erwerb gegen Entgelt vor.¹⁴⁵⁸ Aus der Perspektive von IAS 38 können **native Apps** und **Server-Software** durch Social Networks selbst geschaffen oder separat gegen Entgelt erworben werden, wie dies aus dem Beschaffungsmodell i.V.m. dem Kostenmodell ersichtlich ist.¹⁴⁵⁹

Werden direkte Erlösformen eingesetzt, so zahlt der Nutzer bzw. der Kunde der Kernleistung ein Entgelt an das Social Network, um die Funktionalitäten der Internet-Plattform in Anspruch nehmen zu können.¹⁴⁶⁰ Infolgedessen werden die **Daten des Nutzers** aus Sicht von IAS 38 nicht separat durch das Social Network erworben, weil keine monetären Vermögenswerte an den Nutzer abgegeben werden.¹⁴⁶¹ Stattdessen erhält das Social Network ein Entgelt vom Nutzer und bekommt kostenlos die Nutzungsrechte für die Daten eingeräumt, die notwendig sind, um die Kernleistung anbieten zu können.¹⁴⁶² Wenn indirekte Erlösformen eingesetzt werden, werden vom Social Network ebenfalls keine monetären Vermögenswerte an den Nutzer übertragen, so dass die Daten des Nutzers i.S.v. IAS 38 nicht separat erworben werden. Ein Tausch liegt aus rechtlicher Sicht nicht vor, weil gemäß dieser Perspektive die Nutzungsrechte für die Daten der Nutzer nicht gegen die Rechte zur Nutzung der Internet-Plattform getauscht werden.¹⁴⁶³ Hingegen könnte eine Klassifizierung als Tausch durch eine wirtschaftliche Betrachtungsweise begründet werden,¹⁴⁶⁴ wenn man den Geschäftsvorfall zwischen dem *einzelnen Nutzer und dem Social Network* betrachtet: Der einzelne Nutzer hat

¹⁴⁵⁴ Vgl. IAS 38.45.

¹⁴⁵⁵ Vgl. *Hepers* (2005), S. 136 f.; *Ramscheid* (2013), Rn. 25.

¹⁴⁵⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁴⁵⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁴⁵⁸ Vgl. *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 161; *Sommerhoff* (2010), S. 93; *Theile* (2012c), Rn. 1070.

¹⁴⁵⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁴⁶⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁴⁶¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁴⁶² Diese Nutzungsrechte sind somit nicht als Lizenz zu bezeichnen, weil „[e]ine Lizenz [...] die vertragliche Gestattung des Rechtsinhabers zur wirtschaftlichen Nutzung eines Rechts durch einen Lizenznehmer gegen Zahlung einer Lizenzgebühr [ist]“: *Andrä* (2015), S. 17.

¹⁴⁶³ Vgl. Kapitel 4.2.2.

¹⁴⁶⁴ Vgl. CF.4.12 i.V.m. CF.4.6; CF.BC3.26.

dem Social Network zumindest die Nutzungsrechte einzuräumen, die obligatorisch sind, um im Gegenzug die Kernleistung in Anspruch nehmen zu dürfen, so dass diese Nutzungsrechte zwischen Nutzer und Social Network ausgetauscht werden. Nachfolgend wird aber die Ansicht vertreten, dass sich die wirtschaftliche Betrachtungsweise nicht auf den einzelnen Geschäftsvorfall zwischen einem Nutzer und dem Social Network sondern auf die *Gesamtheit der Daten aller Nutzer* zu richten hat: Zwar werden dem Social Network die reaktiven Daten durch die einzelnen Nutzer zur Verfügung gestellt und die nicht-reaktiven Daten durch deren Nutzung der Internet-Plattform generiert,¹⁴⁶⁵ aber das Social Network führt diese Daten im Rahmen seines Wertschöpfungsprozesses (erstmalig) zusammen, wodurch die Kern- und Nebenleistung überhaupt erst angeboten werden können (Leistungserstellungsmodell).¹⁴⁶⁶ Die *so durch das Social Network (erstmalig) zusammengestellte Datensammlung aller Nutzer* ist somit als selbst geschaffener Vermögenswert i.S.v. IAS 38 zu klassifizieren, weil die Datensammlung in dieser Form zuvor noch nicht existiert hat.¹⁴⁶⁷

Die Kundenbeziehungen zu den **Kunden der Kern- und Nebenleistung** baut das Social Network selbst auf (Beschaffungsmodell).¹⁴⁶⁸ Dementsprechend sind diese nach IAS 38 als selbst geschaffen einzustufen. Die **Mitarbeiter** werden zwar unternehmensextern (bspw. über den Arbeitsmarkt) akquiriert (Beschaffungsmodell),¹⁴⁶⁹ aber die Arbeitsverträge i.d.R. von dem Social Network selbst geschlossen, wodurch diese Verträge als selbst geschaffen einzustufen sind.

4.4.1.2.3. Separat erworbene immaterielle Vermögenswerte

Die allgemeinen Erfassungskriterien des IAS 38 sind heranzuziehen, um zu prüfen, ob der **Domänenname**, die **nativen Apps** und die **Server-Software**, die *separat erworben* wurden, in der Bilanz anzusetzen sind.¹⁴⁷⁰ Zum einen muss der Zufluss von künftigen wirtschaftlichen Nutzen aus dem betrachteten immateriellen Vermögenswert zum Social Network wahrscheinlich sein. Zum anderen müssen die Anschaffungskosten verlässlich bewertbar sein.¹⁴⁷¹

Die **Wahrscheinlichkeit des künftigen wirtschaftlichen Nutzens** soll „the degree of certainty“¹⁴⁷² widerspiegeln, welchem der Vermögenswert aufgrund des unternehmensspezifischen Umfelds während der Nutzungsdauer ausgesetzt ist.¹⁴⁷³ Die Wahrscheinlichkeit wird anhand der Informationen ermittelt, die bis zum Zeitpunkt, an dem der Abschluss

¹⁴⁶⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁴⁶⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹⁴⁶⁷ In Anlehnung an *Theile* (2012c), Rn. 1034.

¹⁴⁶⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁴⁶⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁴⁷⁰ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.1 und Kapitel 4.4.1.2.2.

¹⁴⁷¹ Vgl. IAS 38.21.

¹⁴⁷² IAS 38.23.

¹⁴⁷³ Vgl. IAS 38.22 f.

aufgestellt wird, bekannt geworden sind,¹⁴⁷⁴ wobei unternehmensexterne Informationen stärker gewichtet werden sollen.¹⁴⁷⁵ Insofern mehr für als gegen den Zufluss von künftigem wirtschaftlichen Nutzen spricht,¹⁴⁷⁶ ist das Kriterium erfüllt, wenn zusätzlich attestiert werden kann, dass der Nutzen über die Berichtsperiode hinausreicht.¹⁴⁷⁷

In Bezug auf immaterielle Vermögenswerte, die separat von einem Unternehmen erworben wurden, wird in IAS 38.25 festgestellt, dass der Erwerbspreis als „Indikator“¹⁴⁷⁸ dient, der aufzeigt, dass ein künftiger wirtschaftlicher Nutzenzufluss wahrscheinlich ist.¹⁴⁷⁹ Folglich ist das Erfassungskriterium für den Domänennamen,¹⁴⁸⁰ die nativen Apps und die Server-Software erfüllt, die i.S.v. IAS 38 separat erworben worden sind.

Eine *verlässliche Bewertung* anhand der Anschaffungskosten (bzw. Herstellungskosten) liegt vor, wenn der Bewertung glaubwürdig darstellbare Informationen zugrunde liegen, so dass sich die Informationen durch Vollständigkeit, Neutralität und Fehlerfreiheit auszeichnen.¹⁴⁸¹ Solche Informationen liegen über die separat erworbenen immateriellen Vermögenswerte des Social Network vor (Kostenmodell),¹⁴⁸² weil es sich üblicherweise um einen Erwerb gegen Entgelt bzw. Zahlungsmittel handelt.¹⁴⁸³

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sowohl die Definitions- als auch die Erfassungskriterien durch den Domänennamen,¹⁴⁸⁴ die nativen Apps und die Server-Software erfüllt werden, wenn diese separat von dem Social Network erworben wurden (siehe auch Tabelle 12 auf S. 153).¹⁴⁸⁵

4.4.1.2.4. Selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte

4.4.1.2.4.1. Allgemeine Erfassungskriterien

Falls die allgemeinen Erfassungskriterien des IAS 38 von den immateriellen Vermögenswerten eines Social Network erfüllt werden, die *selbst geschaffen* sind, sind

¹⁴⁷⁴ Vgl. *Grüber* (2015), S. 64; *Fasselt/Radde* (2013), Rn. 270; *Schmidt* (2012), S. 180.

¹⁴⁷⁵ Vgl. IAS 38.23.

¹⁴⁷⁶ Vgl. *Schmidt* (2015), S. 108 m.w.N.; *Andrä* (2015), S. 104 f. (m.w.N.); *Link/Oldewurtel/Kümpel* (2014), S. 239 m.w.N.; *Schmidt* (2012), S. 180 f. (m.w.N.); *Kalantary* (2012), S. 41 m.w.N.; *Fuchs* (2011), Rn. 38 m.w.N.; *Deloitte* (2015a), S. 530; *PwC* (2014b), Rn. 15.27; *EY* (2015), S. 1199.

¹⁴⁷⁷ Vgl. CF.4.45.

¹⁴⁷⁸ *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 171.

¹⁴⁷⁹ Vgl. auch IAS 38.BC27.

¹⁴⁸⁰ Vgl. *Schmittmann* (2002), S. 112.

¹⁴⁸¹ Vgl. CF.4.38(b) (dort in der Fn.) i.V.m. Kapitel 2.2.3.1; *Schmidt* (2015), S. 108 f.; *Wawrzinek* (2013), Rn. 128.

¹⁴⁸² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1; in Bezug auf Domänennamen siehe auch: *Schmittmann* (2002), S. 112; *Pfitzer/Schwenzer* (2003), Rn. 83.

¹⁴⁸³ Vgl. IAS 38.26; IAS 38.BC28; *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 191; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 43.

¹⁴⁸⁴ Vgl. *Schmittmann* (2002), S. 111 f.; *Pfitzer/Schwenzer* (2003), Rn. 83.

¹⁴⁸⁵ Vgl. *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 161.

anschließend die ergänzenden Erfassungskriterien heranzuziehen, um zu prüfen, ob bzw. wann diese Vermögenswerte in der Bilanz anzusetzen sind.¹⁴⁸⁶

Die allgemeinen Erfassungskriterien wurden bereits im Zusammenhang mit den separat erworbenen immateriellen Vermögenswerten erläutert.¹⁴⁸⁷ Zum einen muss der Zufluss von künftigem wirtschaftlichem Nutzen aus dem betrachteten immateriellen Vermögenswert zum Social Network wahrscheinlich sein.¹⁴⁸⁸ Zum anderen müssen die (Anschaffungs- bzw.) Herstellungskosten verlässlich bewertbar sein.¹⁴⁸⁹

Der **Webbrowser**, die **nativen Apps**, die **Server-Software** und die **Daten der Nutzer (nachfolgend Datensammlung)** werden vom Social Network eingesetzt, um den Wertschöpfungsprozess zu ermöglichen,¹⁴⁹⁰ so dass hierdurch den Kunden die entsprechenden Dienstleistungen angeboten werden können.¹⁴⁹¹ Somit resultieren (indirekt) durch diese Vermögenswerte Erlöse, die durch die angewandten Erlösformen erwirtschaftet werden.¹⁴⁹² Folglich ist zu erwarten, dass dem Social Network künftig durch den Einsatz dieser immateriellen Vermögenswerte, die Potenzialfaktoren darstellen,¹⁴⁹³ **wirtschaftlicher Nutzen zufließen** wird.¹⁴⁹⁴ Hierbei sollte grundsätzlich mehr für als gegen den Zufluss von Cash Flows sprechen, weil eine steigende Attraktivität von Social Networks für die jeweiligen Kundengruppen festzustellen ist, was dem Marktangebotsmodell zu entnehmen ist.¹⁴⁹⁵ Demzufolge kann grundsätzlich von einer ausreichenden Wahrscheinlichkeit hinsichtlich des künftigen Nutzenzuflusses ausgegangen werden.¹⁴⁹⁶ Diese Einschätzung ist für ein spezifisches Social Network u. U. zu relativieren, falls bspw. eine negative Entwicklung der Nutzeraktivitäten für dieses Social Network festzustellen wäre.¹⁴⁹⁷ Durch die Existenz von für Social Networks bedeutenden (Kern-)Kompetenzen (insb. Technologie-Kompetenzen) kann untermauert werden, dass der künftige Nutzenzufluss wahrscheinlich ist, weil diese Kompetenzen Social Networks dazu befähigen sollten, die Potenziale ihrer Ressourcen zu heben und im Wettbewerb zu bestehen (Ressourcenmodell).¹⁴⁹⁸

Die Herstellungskosten des Webbrowser, der nativen Apps und der Server-Software sollten **verlässlich bewertbar** sein, weil sich die Kosten für die Entwicklung solcher Software

¹⁴⁸⁶ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.1; Ramscheid (2013), Rn. 24; Baetge/von Keitz (2010), Rn. 54; EY (2015), S. 1215; PwC (2014b), Rn. 15.44; Deloitte (2015a), S. 530.

¹⁴⁸⁷ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.3.

¹⁴⁸⁸ Auch für selbst geschaffene Vermögenswerte wird angenommen, dass mehr für als gegen den Zufluss sprechen muss: Velte (2008), S. 157 f.; a. A. Koch (2011), S. 95.

¹⁴⁸⁹ Vgl. IAS 38.21.

¹⁴⁹⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹⁴⁹¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1.

¹⁴⁹² Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁴⁹³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹⁴⁹⁴ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.3.

¹⁴⁹⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3; Schmidt (2015), S. 161 f.

¹⁴⁹⁶ Vgl. mit Bezug auf Facebook Mindermann/Schmidt (2013), S. 16.

¹⁴⁹⁷ Vgl. Schmidt (2015), S. 161–163.

¹⁴⁹⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.3.

üblicherweise glaubwürdig darstellen lassen, worunter z. B. die Kosten für Programmierarbeiten und die Entwicklungsumgebung fallen (Kostenmodell).¹⁴⁹⁹ Bei der Datensammlung ist eine differenziertere Betrachtung geboten: Die Daten werden durch die Nutzer generiert. Folglich sind die Kosten für die Akquise der Nutzer zu betrachten. Einerseits können Nutzer z. B. durch Empfehlungen anderer Nutzer über Einladungswebformulare für das Social Network gewonnen werden.¹⁵⁰⁰ Hierbei ist es schwierig zu ermitteln, welche Kosten hierfür durch das Social Network konkret aufgewendet wurden, weil diese Kosten u. U. „cannot be distinguished from the cost of maintaining or enhancing the entity’s internally generated goodwill or of running day-to-day operations“^{1501, 1502} Dennoch kann eine verlässliche Bewertung möglich sein,¹⁵⁰³ wenn die Kosten bspw. für Werbemaßnahmen des Social Network zur Nutzerakquise, die eine Nachverfolgung ermöglichen, herangezogen werden. Eine Nachverfolgung bedeutet, dass technisch dokumentiert und nachvollzogen werden kann, dass aus einer spezifischen Werbemaßnahme die Registrierung eines Nutzers resultiert ist. Dies ist über die Integration von speziellen Links und bestimmter QR-Codes sowohl in Online- als auch Offline-Werbemaßnahmen (z. B. Werbebanner, Plakate) des Social Network möglich.¹⁵⁰⁴ Dies lässt sich z. B. mit sog. Affiliate-Modellen umsetzen.¹⁵⁰⁵ Hierbei wird z. B. die Vermittlung von neuen Nutzern, die durch Dritte erfolgt ist, durch das Social Network vergütet.¹⁵⁰⁶ Diese Kosten lassen sich somit verlässlich bewerten. Es ist auch denkbar, dass dies in Bezug auf konventionelle Werbemaßnahmen festgestellt werden kann, die eigenständig durch ein Social Network durchgeführt werden (z. B. Werbe-Mailings) und eine Nachverfolgung ermöglichen, falls die Kosten für solche Maßnahmen (z. B. Gehaltskosten der involvierten Mitarbeiter der Marketing-Abteilung des Social Network) durch ein adäquates Kostenrechnungssystem verlässlich bestimmt werden können (Kostenmodell).¹⁵⁰⁷

Den **Kundenbeziehungen** liegen vertraglich vereinbarte Entgelte zugrunde, für deren Zufluss i.d.R. mehr Gründe für als dagegen sprechen sollten. Diese Annahme trifft vornehmlich beim Einsatz von direkten Erlösformen und indirekten transaktionsunabhängigen Erlösformen zu. Bei direkten Erlösformen werden die Entgelte bereits für die Bereitstellung der (kostenpflichtigen) Nutzungsmöglichkeit der Internet-Plattform fällig. Bei indirekten transaktionsunabhängigen Erlösformen besteht ein Anspruch auf die Erlöse durch die Erfüllung der vereinbarten Werbeeinblendungen. Hingegen sind die Erlöse bei indirekten transaktionsabhängigen Erlösformen unsicherer, weil neben der Werbeeinblendung noch eine

¹⁴⁹⁹ Vgl. IAS 38.62 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 65.

¹⁵⁰⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.3.

¹⁵⁰¹ IAS 38.51(b).

¹⁵⁰² Vgl. ähnlich *Cebr* (2013), S. 4.

¹⁵⁰³ A. A. *Schmidt* (2015), S. 163.

¹⁵⁰⁴ Vgl. *Wirtz/Kleineicken* (2000), S. 630; zu QR-Codes: *Stadler* (2010), S. 25–27 und 33 f.

¹⁵⁰⁵ In Anlehnung an *Maaß/Pietsch* (2010), S. 569.

¹⁵⁰⁶ Vgl. *Mühlenbeck/Skibicki* (2008), S. 78 f.; allgemeiner: *Wirtz/Kleineicken* (2000), S. 630.

¹⁵⁰⁷ Vgl. IAS 38.62 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

Aktion des Werbeempfängers notwendig ist, um Erlöse zu realisieren.¹⁵⁰⁸ Die Wahrscheinlichkeit des künftigen Nutzenzuflusses ist bei diesen Erlösformen insb. von der Passgenauigkeit der Werbeschaltungen, die eine umfangreiche Datenbasis über die Nutzer bzw. Werbeempfänger voraussetzt, und das Aktivitätsniveau der Nutzer bzw. Werbeempfänger auf der Internet-Plattform abhängig. Das Marktangebotsmodell kann eine positive Einschätzung des Nutzenzuflusses stützen.¹⁵⁰⁹ Die Existenz von Nutzerbindungs-Kompetenzen beim Social Network kann die Einschätzung der Wahrscheinlichkeit des künftigen Nutzenzuflusses positiv beeinflussen (Ressourcenmodell).¹⁵¹⁰

Es ist unter gewissen Umständen denkbar, dass eine verlässliche Bewertung der Kosten für Werbemaßnahmen möglich ist, die zur Akquise von Kundenbeziehungen dienen und nachverfolgt werden können. Eine solche Werbemaßnahme könnte bspw. bei dem Einsatz der Freemium-Erlösform vorliegen,¹⁵¹¹ wenn bestehende Nutzer anhand eines Werbe-Mailings von einer kostenlosen zu einer zahlungspflichtigen Mitgliedschaft bewegt werden sollen. Dennoch ist ein Ansatz der betrachteten Kundenbeziehungen ausgeschlossen, weil in IAS 38 festgestellt wird, dass die Kosten für den Aufbau bzw. die Herstellung von u. a. „customer lists and items similar in substance cannot be distinguished from the cost of developing the business as a whole“¹⁵¹², weshalb i.d.R. keine verlässliche Bewertbarkeit gegeben sein soll. Deswegen wird in IAS 38 ein explizites Ansatzverbot für solche immateriellen Vermögenswerte ausgesprochen.¹⁵¹³

Es ist wahrscheinlich, dass dem Social Network ein künftiger wirtschaftlicher Nutzen durch die **Mitarbeiter** zufließen wird, weil diesen im Rahmen der realen Wertschöpfungskette eine besondere Rolle zukommt und eine steigende Attraktivität von Social Networks für die jeweiligen Kundengruppen festzustellen ist,¹⁵¹⁴ was dem Marktangebotsmodell zu entnehmen ist.¹⁵¹⁵ Dies kann durch das Vorliegen von für Social Networks bedeutenden Kompetenzen untermauert werden (z. B. Technologie-Kompetenzen, Nutzergewinnungs-Kompetenzen).¹⁵¹⁶ Die anfallenden Kosten, um die Arbeitsverträge zu schließen, können verlässlich bewertbar sein (z. B. die Kosten für die Schaltung einer spezifischen Stellenanzeige). Demzufolge können die allgemeinen Erfassungskriterien erfüllt sein. Dennoch kommt es zu keinem Ansatz als selbst geschaffener immaterieller Vermögenswert, weil in Bezug auf das aus dem Arbeitsvertrag resultierende Dauerschuldverhältnis zwischen dem jeweiligen Mitarbeiter und dem Social

¹⁵⁰⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁵⁰⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3.

¹⁵¹⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.3.

¹⁵¹¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁵¹² IAS 38.64.

¹⁵¹³ Vgl. IAS 38.63 i.V.m. IAS 38.BCZ45; Koch (2011), S. 97 f.; Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg (2015c), Rn. 6; Thiele/Kühle (2008), Rn. 154; Fasselt/Radde (2013), Rn. 276; Ramscheid (2013), Rn. 15 und 26; Fuchs (2011), Rn. 23.

¹⁵¹⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2 und Kapitel 3.7.2.3.5.2.2.

¹⁵¹⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3.

¹⁵¹⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.3.

Network festzustellen ist:¹⁵¹⁷ „Für Zahlungen an den Arbeitnehmer auf Basis abgeschlossener Arbeitsverträge gilt generell die Ausgeglichenheitsvermutung, so dass eine Aktivierung nicht in Betracht kommt“.¹⁵¹⁸

Zusammenfassend lässt sich festhalten (siehe auch Tabelle 12 auf S. 153), dass der Webbrowser, die nativen Apps und die Server-Software üblicherweise die allgemeinen Erfassungskriterien erfüllen. Hingegen ist dies für die Datensammlung nur u. U. der Fall, was von der verlässlichen Bewertbarkeit der Herstellungskosten abhängt. Die Kundenbeziehungen unterliegen einem Ansatzverbot. Unter dieses fallen die vorgenannten technologiebezogenen immateriellen Vermögenswerte nicht,¹⁵¹⁹ weil sich das Ansatzverbot vornehmlich auf marketingbezogene, künstlerische und kundenbezogene immaterielle Vermögenswerte bezieht.¹⁵²⁰ Die Arbeitsverträge der Mitarbeiter werden nicht aktiviert.¹⁵²¹

4.4.1.2.4.2. Ergänzende Erfassungskriterien

Gemäß IAS 38 lässt sich der Prozess der Herstellung und Verwendung eines selbst geschaffenen immateriellen Vermögenswerts in drei Phasen unterteilen:¹⁵²² Der Prozess beginnt mit der „research phase“, daran schließt die „development phase“ an,¹⁵²³ worauf die Phase der „commercial production or use“ folgt.¹⁵²⁴ Für die erste Phase gilt ein generelles Ansatzverbot, weil angenommen wird, dass ein wahrscheinlicher künftiger Nutzenzufluss in diesem Stadium nicht nachgewiesen werden kann.¹⁵²⁵ Ein Ansatz ist in der zweiten Phase ab dem Zeitpunkt geboten, ab dem die in IAS 38.57 genannten Kriterien – zusätzlich zu den allgemeinen Erfassungskriterien – kumulativ erfüllt sind.¹⁵²⁶ In der dritten Phase sind die allgemeinen Erfassungskriterien auf nachträgliche (Anschaffungs- bzw.) Herstellungskosten anzuwenden.¹⁵²⁷

Es handelt sich bei dem Webbrowser, den nativen Apps, der Server-Software und der Datensammlung um technologiebezogene immaterielle Vermögenswerte.¹⁵²⁸ Für diese kommt grundsätzlich ein Ansatz in der Entwicklungsphase in Frage (siehe auch Tabelle 12 auf

¹⁵¹⁷ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹⁵¹⁸ Vgl. *Theile* (2012c), Rn. 1030 (auch Zitat); *Wells/Tarca* (2014b), S. 7.

¹⁵¹⁹ Vgl. in Bezug auf Software *Sommerhoff* (2010), S. 94.

¹⁵²⁰ Vgl. IAS 38.63 i.V.m. IFRS 3.IE18, IFRS 3.IE32 f., IFRS 3.IE23 und IFRS 3.IE39.

¹⁵²¹ Vgl. *Theile* (2012c), Rn. 1030.

¹⁵²² Vgl. IAS 38.52 i.V.m. IAS 38.8; zur Abgrenzung der beiden Phasen: IAS 38.8, 56 und 59 i.V.m. *Ramscheid* (2013), Rn. 39.

¹⁵²³ Vgl. IAS 38.52 (auch Zitate); *Fuchs* (2011), Rn. 80.

¹⁵²⁴ Vgl. IAS 38.8 (auch Zitat); *Pauly-Grundmann/Hommel* (2012), S. 134; *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 55.

¹⁵²⁵ Vgl. IAS 38.55.

¹⁵²⁶ Vgl. *Pauly-Grundmann/Hommel* (2012), S. 134 f.

¹⁵²⁷ Vgl. IAS 38.21 i.V.m. IAS 38.18.

¹⁵²⁸ Vgl. IFRS 3.IE39.

S. 153),¹⁵²⁹ insofern die ergänzenden Erfassungskriterien kumulativ erfüllt werden,¹⁵³⁰ welche der Tabelle 11 zu entnehmen sind.

Ergänzende Erfassungskriterien	
(a)	Nachweis der technischen Realisierbarkeit der Fertigstellung des immateriellen Vermögenswerts, so dass dieser zur Eigennutzung oder zum Verkauf zur Verfügung steht
(b)	Nachweis der Absicht des Unternehmens zur Fertigstellung des immateriellen Vermögenswerts, sowie Nachweis der Absicht der Eigennutzung bzw. des Verkaufs des immateriellen Vermögenswerts
(c)	Nachweis der Fähigkeit des immateriellen Vermögenswerts zur Eigennutzung bzw. zum Verkauf
(d)	Nachweis der Art und Weise, wie der immaterielle Vermögenswert künftigen wirtschaftlichen Nutzen erzielen wird
(e)	Nachweis der Verfügbarkeit adäquater technischer, finanzieller und sonstiger Ressourcen zur Fertigstellung sowie zur künftigen Eigennutzung oder zum Verkauf des immateriellen Vermögenswerts
(f)	Nachweis der zuverlässigen Bestimmung der dem immateriellen Vermögenswert während der Entwicklungsphase zurechenbaren Ausgaben

Tabelle 11: Ergänzende Erfassungskriterien für selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte nach IAS 38.57¹⁵³¹

In den Ausführungen des IAS 38 zum Kriterium (d) werden Beispiele genannt, wie der künftige wirtschaftliche Nutzen qualitativ nachgewiesen werden kann. Bspw. kann ein solcher Nutzen anhand eines existierenden Markts für den immateriellen Vermögenswert begründet werden. Sofern der immaterielle Vermögenswert der internen Nutzung dienen soll, ist dessen Nützlichkeit („usefulness“) nachzuweisen.¹⁵³² Zusätzlich ist der Nutzen des jeweiligen immateriellen Vermögenswerts anhand des nach IAS 36 zu ermittelnden erzielbaren Betrags quantifiziert nachzuweisen,¹⁵³³ wobei sich der erzielbare Betrag auf eine zahlungsmittelgenerierende Einheit bezieht, falls der künftige Nutzen nur zusammen mit anderen Vermögenswerten erwirtschaftet werden kann.¹⁵³⁴ In Bezug auf das Kriterium (e) können z. B. eine Unternehmensplanung und die Zusicherung von Fremdkapitalmitteln als

¹⁵²⁹ Vgl. *Fasselt/Radde* (2013), Rn. 349; *Fuchs* (2011), Rn. 93; *Ramscheid* (2013), Rn. 34; *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 97.

¹⁵³⁰ Vgl. IAS 38.57; *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 66; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 58; *Pauly-Grundmann/Hommel* (2012), S. 134 f.

¹⁵³¹ Quelle: in Anlehnung an *Kalantary* (2012), S. 43; Wortlaut entnommen aus *Pauly-Grundmann/Hommel* (2012), S. 134.

¹⁵³² Vgl. IAS 38.57(d) (auch Zitat).

¹⁵³³ Vgl. *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 110; *Ramscheid* (2013), Rn. 47 und 106; *Dobler* (2007), S. 114; *Bader/Pickl* (2006), S. 143; weiterführend: *Christian/Kern* (2014), S. 172 f.

¹⁵³⁴ Vgl. IAS 38.60; *EY* (2015), S. 1216 f.; zur Ermittlung des erzielbaren Betrags nach IAS 36: Kapitel 4.6.3.

Nachweis dienen.¹⁵³⁵ Das Kostenrechnungssystem eines Unternehmens ist zumeist in der Lage, eine verlässliche Bewertbarkeit der Herstellungskosten zu gewährleisten (Kriterium (f)).¹⁵³⁶

(Potenzielle) immaterielle Vermögenswerte	Allgemeine Erfassungskriterien	Ergänzende Erfassungskriterien
Separat erworben		
Domänenname	✓	/
Native Apps	✓	/
Server-Software	✓	/
Selbst geschaffen		
Webbrowser	✓	(✓)
Native Apps	✓	(✓)
Server-Software	✓	(✓)
Datensammlung	(✓)	(✓)
Kundenbeziehungen	(✓)	✗
Mitarbeiter	(✓)	⊘
<p>Legende: ✓ trifft zu (✓) trifft u. U. zu ✗ Ansatzverbot / nicht einschlägig ⊘ keine Aktivierung</p>		

Tabelle 12: Übersicht über die Erfüllung der Erfassungskriterien gemäß IAS 38 durch die (potenziellen) immateriellen Vermögenswerte¹⁵³⁷

4.4.1.2.5. In der Bilanz ansatzfähige immaterielle Vermögenswerte

In den vorherigen Kapiteln wurden der Webbrowser, der Domänenname, die nativen Apps, die Server-Software und die Datensammlung als einzelne Vermögenswerte betrachtet. Dies ist sachgerecht, wenn man IAS 38 anwendet, da der Ansatz in der Bilanz für das einzelne „item“ zu prüfen ist.¹⁵³⁸ Jedoch ist für Social Networks zusätzlich SIC-32 einschlägig,¹⁵³⁹ weil einzelne Regelungen des IAS 38 in Bezug auf selbst geschaffene Internet-Auftritte durch SIC-32 konkretisiert werden.¹⁵⁴⁰ Aus Sicht von Social Networks sind – wie nachfolgend aufgezeigt wird – die nativen Apps, die Server-Software und die Datensammlung die

¹⁵³⁵ Vgl. IAS 38.61.

¹⁵³⁶ Vgl. IAS 38.62.

¹⁵³⁷ Quelle: eigene Darstellung.

¹⁵³⁸ Vgl. IAS 38.18 (auch Zitat).

¹⁵³⁹ Vgl. Kapitel 4.2.2; Schmidt (2015), S. 179–183.

¹⁵⁴⁰ Vgl. SIC-32.4.

wesentlichen Bestandteile des Konstrukts **Internet-Auftritt**, weshalb auf diese Bestandteile SIC-32 anzuwenden ist.

Pfitzer/Schwenzer verstehen unter einem Internet-Auftritt „[e]ine besondere Ausprägung der Individualsoftware“. ¹⁵⁴¹ Das bedeutet, dass ein Internet-Auftritt „für die Lösung von Problemen eines einzelnen Anwenders konzipiert wurde“ und keine „Problemlösung für einen Anwenderkreis mittels Standardsoftware“ darstellt. ¹⁵⁴² Die Ausführungen von *Pfitzer/Schwenzer* fallen in die Zeit des Web 1.0. ¹⁵⁴³ Adaptiert man diese Ausführungen auf ein Social Network, ist der Betreiber eines Social Network ein Anwender, der ein *spezifisches* Software-System einsetzt, um mit seiner Internet-Plattform die Funktionen von Social Networking anbieten zu können. Das *spezifische* Software-System wird somit nicht in der *gleichen* Ausprägung von anderen Social Networks eingesetzt bzw. es steht nicht in *dieser* Ausprägung einem (breiten) Anwenderkreis zur Verfügung. ¹⁵⁴⁴ Dies liegt darin begründet, dass zwar das Software-System auf unternehmensextern beschaffter Software basieren kann, aber diese üblicherweise von einem spezifischen Social Network in einem solchen Umfang angepasst bzw. erweitert wird, ¹⁵⁴⁵ dass es sich aus bilanzieller Sicht um einen selbst geschaffenen Internet-Auftritt handelt. ¹⁵⁴⁶ Ein solcher Internet-Auftritt ist laut SIC-32, falls er die Erfassungskriterien erfüllt, als *ein* Vermögenswert anzusetzen. ¹⁵⁴⁷

Für den Ansatz kommen die Ausgaben der Entwicklungs- und Betriebsphase des selbst geschaffenen Internet-Auftritts gemäß SIC-32 in Betracht. ¹⁵⁴⁸ Unter erstere Phase fallen u. a. die Ausgaben für die Registrierung des Domänennamens sowie den Erwerb und die Herstellung der Server-Software und der nativen Apps. ¹⁵⁴⁹ Weil diese Ausgaben erforderlich sind, um den Internet-Auftritt bzw. die Internet-Plattform des Social Network herzustellen und in einen betriebsbereiten Zustand zu bringen (Leistungserstellungsmodell), ¹⁵⁵⁰ sind der Domänenname, die Server-Software und die nativen Apps – unabhängig von ihrer Zugangsform – Bestandteile des selbst geschaffenen Internet-Auftritts (siehe auch Abbildung 13 auf S. 157) und somit, ¹⁵⁵¹

¹⁵⁴¹ Vgl. *Pfitzer/Schwenzer* (2003), Rn. 10 (auch Zitat); so auch: *Siegler* (2001), S. 45 f.; kritisch: *Suermann* (2006), S. 15 f.

¹⁵⁴² Vgl. *Pfitzer/Schwenzer* (2003), Rn. 9 (auch Zitate).

¹⁵⁴³ Zur Abgrenzung von Web 1.0 und Web 2.0: Kapitel 3.1.1.

¹⁵⁴⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.1; ähnlich: *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 19.

¹⁵⁴⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.1; *Menon* (2012), S. 31.

¹⁵⁴⁶ So auch *Schmidt* (2015), S. 180–183 i.V.m. 58; dies dürfte auch im Sinne der „Daumenregel“ von *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* sein: „Überwiegen die eigenen Aufwendungen die Anschaffungskosten, liegt insgesamt ein Herstellungsvorgang vor“: *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015c), Rn. 21.

¹⁵⁴⁷ Vgl. SIC-32.7 f.; so auch: *Döring* (2005), S. 78; *Fuchs* (2011), Rn. 91; *Böcking/Wiederhold* (2010), Rn. 78; bereits vor der Veröffentlichung von SIC-32: *Fischer/Vielmeyer* (2001), S. 1294 f.

¹⁵⁴⁸ Vgl. SIC-32.9.

¹⁵⁴⁹ Vgl. SIC-32.2(b) und (c) i.V.m. SIC-32.9(b) und SIC-32.5; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 17; *Döring* (2005), S. 82–84; *Bader/Pickl* (2006), S. 144.

¹⁵⁵⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹⁵⁵¹ Vgl. SIC-32.9(b) i.V.m. SIC-32.2(b) und SIC-32.IE; in Anlehnung an *Böcking/Wiederhold* (2010), Rn. 79 f.; *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 302 f.; *Fasselt/Radde* (2013), Rn. 321; *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 74; *Hepers* (2005), S. 171.

falls sie die Definitionskriterien erfüllen sollten, nicht als separate Vermögenswerte anzusetzen.¹⁵⁵² Dies gilt auch für die Datensammlung, die im Wesentlichen den Inhalt des Internet-Auftritts ausmacht,¹⁵⁵³ auch wenn diese erst in der Betriebsphase generiert wird.¹⁵⁵⁴

Die Ergebnisse der vorausgegangenen Kapitel, die sich auf die vorgenannten Bestandteile des Internet-Auftritts beziehen, zeigen, dass diese wirtschaftlichen Ressourcen sowohl die allgemeinen als auch die ergänzenden Erfassungskriterien erfüllen können.¹⁵⁵⁵ Dies gilt somit auch für den Internet-Auftritt,¹⁵⁵⁶ weil sich dieses Konstrukt aus diesen wirtschaftlichen Ressourcen zusammensetzt und in SIC-32 hinsichtlich des Internet-Auftritts auf die allgemeinen und ergänzenden Erfassungskriterien des IAS 38 verwiesen wird.¹⁵⁵⁷ Im Rahmen dieses Verweises wird lediglich auf das ergänzende Erfassungskriterium des IAS 38.57(d) näher eingegangen,¹⁵⁵⁸ indem festgestellt wird, dass dieses Kriterium für einen Internet-Auftritt nicht erfüllt ist, wenn „a web site developed solely or primarily for promoting and advertising its own products and services“.¹⁵⁵⁹ Dies trifft nicht auf Social Networks zu, weil deren Dienstleistungen direkt über den Internet-Auftritt erbracht werden bzw. die elektronische Wertschöpfungskette den Kern des Wertschöpfungsprozesses ausmacht (Leistungserstellungsmodell).¹⁵⁶⁰ I.V.m. dem Erlösmodell und dem Fakt, dass die Dienstleistungen durch die Kunden vornehmlich über die Internet-Plattform gebucht werden,¹⁵⁶¹ kann somit nachgewiesen werden, dass „the web site is capable of generating revenues“.¹⁵⁶² Hierdurch sollte es möglich sein, den wirtschaftlichen Nutzen anhand IAS 36 zu quantifizieren.¹⁵⁶³

Der selbst geschaffene **Webbrowser** ist im Gegensatz zu den nativen Apps, die beide Komponenten der Präsentationsebene der Social Networking-Anwendung sind,¹⁵⁶⁴ kein Bestandteil des Internet-Auftritts und ist somit einzeln zu erfassen (siehe Abbildung 13 auf S. 157). Der Webbrowser kann universell für den Aufruf von jeglichen Internet-Auftritten genutzt werden, wohingegen über die nativen Apps lediglich die Inhalte eines spezifischen Social Network aufgerufen werden können.¹⁵⁶⁵ Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass neben den

¹⁵⁵² Vgl. SIC-32.9(b); SIC-32.BC12; SIC-32.BC15; SIC-32.IE; allgemeiner: *Döring* (2005), S. 78.

¹⁵⁵³ Vgl. zu während der Entwicklungsphase eingestellten Inhalten *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 17.

¹⁵⁵⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2 und Kapitel 3.7.2.3.3 i.V.m. SIC-32.2 f. und SIC-32.9(b) und (d); SIC-32.IE; so auch: *Döring* (2005), S. 78.

¹⁵⁵⁵ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.3 und Kapitel 4.4.1.2.4.

¹⁵⁵⁶ Vgl. *Bader/Pickl* (2006), S. 142 und 145.

¹⁵⁵⁷ Vgl. SIC-32.8.

¹⁵⁵⁸ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.4.2.

¹⁵⁵⁹ Vgl. SIC-32.8 (auch Zitat); SIC-32.BC14.

¹⁵⁶⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.

¹⁵⁶¹ In Anlehnung an das in SIC-32.8 enthaltene Beispiel, dass die Bestellmöglichkeit von Leistungen über den Internet-Auftritt als Indiz für die Erfüllung von IAS 38.57(d) dienen kann; ähnlich: *PwC* (2014b), Rn. 15.159.

¹⁵⁶² Vgl. SIC-32.8 (auch Zitat) i.V.m. *Schmidt* (2015), S. 179 f.; *Sommerhoff* (2010), S. 180; *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 76; *Böcking/Wiederhold* (2010), Rn. 81.

¹⁵⁶³ Vgl. SIC-32.BC14 i.V.m. Kapitel 4.4.1.2.4.2.

¹⁵⁶⁴ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.2.

¹⁵⁶⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.1; Kapitel 3.1.2.2.1.2.

allgemeinen auch die ergänzenden Erfassungskriterien durch den Webbrowser erfüllt werden können.¹⁵⁶⁶

Beurteilt man die Erfassung des Internet-Auftritts anhand dessen Art, d. h. dessen Rolle im Wertschöpfungsprozess von Social Networks (Leistungserstellungsmodell),¹⁵⁶⁷ so ist dieser von Bedeutung für den Abschlussadressaten: Der Domänenname, die nativen Apps, die Server-Software und die Datensammlung sind Bestandteile des Internet-Auftritts. Der Zugriff auf die Internet-Plattform wird u. a. durch den Domännennamen und die nativen Apps ermöglicht. Die Server-Software ist essenziell, um die Funktionen der Internet-Plattform zu erfüllen, und kann – insb. durch Eigenentwicklung – einen Core Asset i.S.d. Ressourcenmodells darstellen.¹⁵⁶⁸ Die Datensammlung ist das Leistungsobjekt von Social Networks und hat den Status eines Core Asset inne.¹⁵⁶⁹ Die wertmäßige Größe des Internet-Auftritts dürfte auch von Bedeutung sein, weil u. a. die Entwicklung von nativen Apps und der Server-Software ein Kostentreiber von Social Networks ist (Kostenmodell).¹⁵⁷⁰ Insofern die einschlägigen Erfassungskriterien für den Internet-Auftritt erfüllt sind, ist ein Ansatz in der Bilanz zu erwarten,¹⁵⁷¹ weil dieser wie oben aufgezeigt als **wesentlich** einzustufen ist.¹⁵⁷² Dies kann für den Webbrowser, der selbst geschaffen ist, auch angenommen werden.¹⁵⁷³ Zwar unterliegen die Kundenbeziehungen einem Ansatzverbot. Dennoch soll an dieser Stelle erwähnt werden, dass diese als wesentlich einzustufen sind, weil sie die direkte Quelle für die Erlöse des Social Network sind.¹⁵⁷⁴ Ferner sind die nicht aktivierbaren Mitarbeiter als wesentlich einzustufen, weil diese die reale Wertschöpfungskette prägen und Core Assets darstellen können.¹⁵⁷⁵

Sofern die Ausgaben, die in Verbindung mit immateriellen Ressourcen (Produktions- bzw. Leistungsfaktoren) von Social Networks stehen, die die Fähigkeit besitzen, zukünftigen wirtschaftlichen Nutzen zu generieren,¹⁵⁷⁶ nicht in der Bilanz erfasst werden, können diese Ausgaben ein Bestandteil des selbst geschaffenen (bzw. originären) Geschäfts- oder Firmenwerts („internally generated goodwill“) sein.¹⁵⁷⁷ Der selbst geschaffene Geschäfts- oder Firmenwert unterliegt einem Ansatzverbot,¹⁵⁷⁸ weil er die Definitionskriterien eines immateriellen Vermögenswerts nicht erfüllt und sich seine Herstellungskosten nicht verlässlich bewerten lassen.¹⁵⁷⁹

¹⁵⁶⁶ Vgl. in Bezug auf selbst geschaffene Software: *Fuchs* (2011), Rn. 93; *Fasselt/Radde* (2013), Rn. 349.

¹⁵⁶⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹⁵⁶⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.1.

¹⁵⁶⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2 und Kapitel 3.7.2.3.5.2.1.

¹⁵⁷⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁵⁷¹ So auch *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 21.

¹⁵⁷² Vgl. Kapitel 2.2.3.1 i.V.m. CF.4.39.

¹⁵⁷³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁵⁷⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁵⁷⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2 und Kapitel 3.7.2.3.5.2.2.

¹⁵⁷⁶ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹⁵⁷⁷ Vgl. IAS 38.49 f. (auch Zitat).

¹⁵⁷⁸ Vgl. IAS 38.48.

¹⁵⁷⁹ Vgl. IAS 38.49; *Freiberg/Hoffmann* (2015), S. 287.

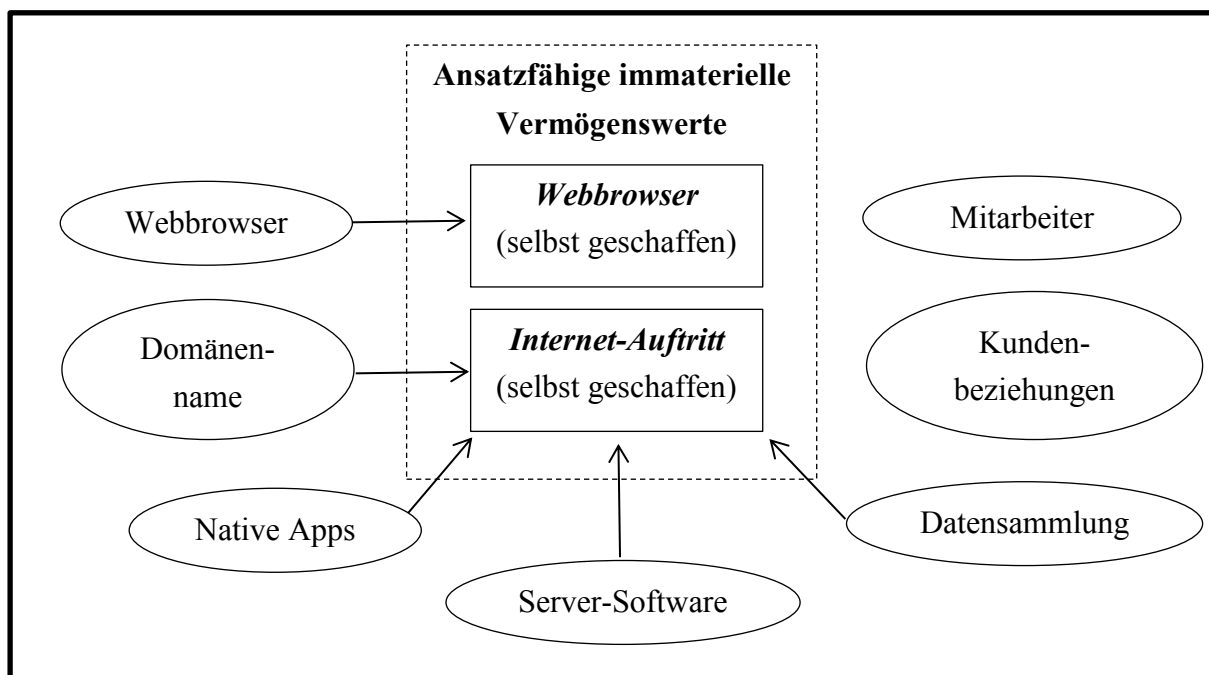


Abbildung 13: Zuordnung der immateriellen wirtschaftlichen Ressourcen zu den ansatzfähigen immateriellen Vermögenswerten von Social Networks unter Berücksichtigung von IAS 38 i.V.m. SIC-32¹⁵⁸⁰

4.4.1.3. Bedeutung des Geschäftsmodells

Aus den Ausführungen in den Schlussfolgerungen zu IAS 38, die die Definition von immateriellen Vermögenswerten thematisieren, geht deutlich hervor, dass die Definition bewusst nicht die Rolle der jeweiligen immateriellen Ressource im Wertschöpfungsprozess (Leistungserstellungsmodell) berücksichtigt.¹⁵⁸¹

Bei der Beurteilung der Verfügungsmacht, welche eines der *Definitionskriterien* von immateriellen Vermögenswerten ist, sind die Partialmodelle nur bei einzelnen wirtschaftlichen Ressourcen der Social Networks von Bedeutung. In Bezug auf die Daten der Nutzer sind das **Ressourcenmodell** und das **Erlösmodell** zu nennen.¹⁵⁸² In Bezug auf die Kundenbeziehungen können das **Marktangebots-**, das Ressourcen- und das **Beschaffungsmodell** Anhaltspunkte für das Vorliegen der Verfügungsmacht geben.¹⁵⁸³

Zwar werden die Ausführungen zum Definitionskriterium ‚Resultat eines vergangenen Ereignisses‘ u. a. durch das Leistungserstellungsmodell belegt.¹⁵⁸⁴ Dies dient jedoch nur zur Plausibilisierung, dass grundsätzlich den betrachteten wirtschaftlichen Ressourcen in der Vergangenheit liegende Geschäftsvorfälle zugrunde liegen können. Folglich haben Partialmodelle für dieses Definitionskriterium an sich keine Bedeutung, wenn eine spezifische

¹⁵⁸⁰ Quelle: eigene Darstellung.

¹⁵⁸¹ Vgl. IAS 38.BC4 f. i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1; Thiele/Kühle (2008), Rn. 136.

¹⁵⁸² Vgl. Kapitel 4.4.1.1.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.5.2.1 und Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁵⁸³ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.3, Kapitel 3.7.2.3.5.2.1 und Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁵⁸⁴ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.2.

wirtschaftliche Ressource beurteilt wird. Für die Bestimmung der Identifizierbarkeit sind die Partialmodelle auch nicht von Bedeutung.¹⁵⁸⁵

Ob der Zufluss von wirtschaftlichem Nutzen zu erwarten ist, lässt sich anhand des **Leistungserstellungsmodells** i.V.m. dem **Kunden-** und **Erlösmodell** ableiten, weil hierdurch festgestellt werden kann, inwiefern die wirtschaftliche Ressource das Potenzial besitzt, direkt oder indirekt zum Zufluss von Cash Flows (bzw. zum geringeren Abfluss von Cash Flows) beitragen zu können.¹⁵⁸⁶

Die für einen immateriellen Vermögenswert **zu berücksichtigenden Erfassungskriterien** sind von der Erwerbsform bzw. dem Beschaffungsweg des jeweiligen Vermögenswerts abhängig. Folglich ist das **Beschaffungsmodell** von Bedeutung. Darüber hinaus spielt das **Kostenmodell** für die Bestimmung der Erwerbsform des separaten Erwerbs eine Rolle. Ferner muss für die Zuordnung der Daten der Nutzer zu einer Erwerbsform das **Leistungserstellungsmodell** herangezogen werden.¹⁵⁸⁷

In Bezug auf die **allgemeinen Erfassungskriterien** sind das Marktangebots- und das Kostenmodell von Bedeutung. Bei der Beurteilung, ob der künftige Zufluss an wirtschaftlichem Nutzen wahrscheinlich ist, ist das **Marktangebotsmodell** grundsätzlich von Bedeutung,¹⁵⁸⁸ weil hierdurch die Beurteilung des unternehmensspezifischen Umfelds eines Social Network unterstützt wird und in IAS 38 insb. gefordert wird, dass externe Informationen stärker zu gewichten sind.¹⁵⁸⁹ Ferner kann die Existenz von geschäftsmodell-relevanten Kompetenzen die Wahrscheinlichkeit des künftigen Nutzenzuflusses positiv beeinflussen, wofür das **Ressourcenmodell** Anhaltspunkte geben kann.¹⁵⁹⁰ Bei einem separaten Erwerb wird von einem wahrscheinlichen Nutzenzufluss ausgegangen, so dass das Marktangebots- und das Ressourcenmodell nicht von Bedeutung sind. Inwiefern eine verlässliche Bewertbarkeit gegeben ist, kann unter Rückgriff auf das **Kostenmodell** plausibilisiert werden, weil dieses die Kostenstruktur von Social Networks beschreibt.¹⁵⁹¹

In Bezug auf die **ergänzenden Erfassungskriterien** für selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte können einzelne Partialmodelle von Bedeutung sein, indem sie Anhaltspunkte für den Nachweis des jeweiligen Kriteriums geben können. Aus dem **Leistungserstellungsmodell** gehen die notwendigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren für den Wertschöpfungsprozess hervor. Sofern es sich bei einem selbst geschaffenen Vermögenswert um einen oder im Fall des Internet-Auftritts um mehrere solcher Produktions- bzw.

¹⁵⁸⁵ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.4.

¹⁵⁸⁶ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.3 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1, Kapitel 3.7.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.2.2; *Fasselt/Radde* (2013), Rn. 268.

¹⁵⁸⁷ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2, Kapitel 3.7.2.3.4.1 und Kapitel 3.7.2.3.1.

¹⁵⁸⁸ Vgl. *Ramscheid* (2013), Rn. 32; *PwC* (2014b), Rn. 15.30.

¹⁵⁸⁹ Vgl. IAS 38.23; Kapitel 4.4.1.2.3 und Kapitel 4.4.1.2.4.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.3; *Schmidt* (2015), S. 162.

¹⁵⁹⁰ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.4.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.5.3.

¹⁵⁹¹ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.3 und Kapitel 4.4.1.2.4.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

Leistungsfaktoren handelt, könnte anhand des Leistungserstellungsmodells der Nachweis sowohl der Absicht der Fertigstellung als auch der Fähigkeit zur Eigennutzung unterstützt werden.¹⁵⁹² Ferner kann das Leistungserstellungsmodell – u. U. das **Ressourcenmodell**, falls es sich um einen (potenziellen) Core Asset handelt – i.V.m. mit dem **Kundenmodell**, aus dem z. B. die Dienstleistungen des Social Network hervorgehen, die Absicht zur Eigennutzung des betrachteten immateriellen Vermögenswerts belegen.¹⁵⁹³ Der Rückgriff auf das **Erlösmodell** i.V.m. dem **Marktangebotsmodell** kann dem qualitativen Nachweis eines wahrscheinlichen künftigen Nutzenzuflusses dienen.¹⁵⁹⁴ Berücksichtigt man die Ausführungen von SIC-32 zu diesem Kriterium, so ist insb. das Leistungserstellungsmodell und das Erlösmodell für den Nachweis von Bedeutung.¹⁵⁹⁵ Anhaltspunkte, inwiefern ausreichend finanzielle Ressourcen zur Verfügung stehen, um den immateriellen Vermögenswert fertigstellen und bspw. selbst nutzen zu können, gibt das **Kapitalmodell**, welches thematisiert, wie die unternehmerischen Tätigkeiten finanziert werden.¹⁵⁹⁶ In Bezug auf den Nachweis der Verfügbarkeit adäquater technischer und sonstiger Ressourcen können das **Beschaffungsmodell**, das **Netzwerkmodell** und das Ressourcenmodell als Anhaltspunkte dienen.¹⁵⁹⁷ Das Netzwerkmodell thematisiert besondere unternehmensexterne Beziehungen. Insofern bspw. die Internet-Plattform aus dezentralen Rechnerclustern besteht, ist das Social Network auf die Dienstleistungen von Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Inter-Connection angewiesen, um den Datenaustausch über deren Infrastruktur zwischen den Servern abwickeln zu können.¹⁵⁹⁸ Das Ressourcenmodell zeigt u. a. die für Social Networks bedeutenden Kompetenzen auf.¹⁵⁹⁹ Die Existenz insb. von Technologie-Kompetenzen und Nutzergewinnungs-Kompetenzen kann für den Nachweis der Verfügbarkeit von sonstigen Ressourcen hilfreich sein. Anhaltspunkte, ob die Ausgaben für einen selbst geschaffenen immateriellen Vermögenswert verlässlich bewertet werden können (z. B. die Kosten für Programmierarbeiten und die Entwicklungsumgebung für die Server-Software), können durch das **Kostenmodell** gewonnen werden.¹⁶⁰⁰

Das Leistungserstellungsmodell ist von Bedeutung, um zu erkennen, dass die Ausgaben hinsichtlich des Domännennamens, der nativen Apps, der Server-Software und der Datensammlung für die Herstellung des Internet-Auftritts notwendig sind, so dass diese nicht

¹⁵⁹² Vgl. IAS 38.57(b) und (c) i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1; *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 109; *Fasselt/Radde* (2013), Rn. 340.

¹⁵⁹³ Vgl. IAS 38.57(b) i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1, Kapitel 3.7.2.3.5 und Kapitel 3.7.2.2.1.

¹⁵⁹⁴ Vgl. IAS 38.57(d) i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.2 und Kapitel 3.7.2.2.3; *Schmidt* (2015), S. 111; *Winnefeld* (2015a), Rn. 468; *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 57.

¹⁵⁹⁵ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5; *Ramscheid* (2013), Rn. 44; *Schmidt* (2015), S. 180; *EY* (2015), S. 1222.

¹⁵⁹⁶ Vgl. IAS 38.57(e) i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.2; ähnlich: *Ramscheid* (2013), Rn. 41.

¹⁵⁹⁷ Vgl. IAS 38.57(e) i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2, Kapitel 3.7.2.3.3 und Kapitel 3.7.2.3.5.3.

¹⁵⁹⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.3.

¹⁵⁹⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.3.

¹⁶⁰⁰ Vgl. IAS 38.57(f) und IAS 38.62 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

als separate Vermögenswerte sondern als Bestandteile des Konstrukts Internet-Auftritt anzusetzen sind.¹⁶⁰¹

Für die Beurteilung der *Wesentlichkeit* eines Vermögenswerts ist sowohl dessen Art als auch dessen wertmäßige Größe zu betrachten.¹⁶⁰² Für ersteres kann das **Leistungserstellungsmodell** herangezogen werden, aus dem die Bedeutung des Vermögenswerts im Wertschöpfungsprozess ersichtlich wird.¹⁶⁰³ Zusätzlich kann diese Einschätzung durch das **Ressourcenmodell** verstärkt werden, falls der immaterielle Vermögenswert den Status eines Core Asset (potenziell) inne hat.¹⁶⁰⁴ Die wertmäßige Größe des Vermögenswerts für das Social Network kann aus dessen **Kostenmodell** abgeleitet werden.¹⁶⁰⁵

4.4.2. Bewertung

4.4.2.1. Zugangsbewertung

Bei den ansatzfähigen immateriellen Vermögenswerten handelt es sich um solche, die vom Social Network selbst geschaffen werden (Beschaffungsmodell).¹⁶⁰⁶ Entsprechend sind diese mit ihren **Herstellungskosten** zu bewerten.¹⁶⁰⁷ Nachfolgend wird der Fokus auf die Bewertung des **Internet-Auftritts** anstatt des Webbrowser gelegt, weil es eher die Ausnahme darstellt, dass ein Social Network einen Webbrowser selbst entwickelt bzw. anbietet.¹⁶⁰⁸

Die Kosten in der Forschungsphase, worunter die Planung des Internet-Auftritts („Planning stage“) zu verstehen ist, sind keine Bestandteile der Herstellungskosten und somit als Aufwand zu erfassen.¹⁶⁰⁹ Die Entwicklungsphase eines Internet-Auftritts umfasst „the Application and Infrastructure Development stage, the Graphical Design stage and the Content Development stage“.¹⁶¹⁰ Darunter fallen z. B. die Kosten für die Registrierung des Domännennamens und die Kosten sowohl für den Erwerb als auch für die Entwicklung der nativen Apps und der Server-Software (z. B. Programmierarbeiten).¹⁶¹¹ Sobald die allgemeinen und die ergänzenden Erfassungskriterien in der Entwicklungsphase erfüllt sind,¹⁶¹² sind die direkt zurechenbaren Kosten, die ab diesem Zeitpunkt anfallen,¹⁶¹³ als Herstellungskosten

¹⁶⁰¹ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5.

¹⁶⁰² Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5 i.V.m. Kapitel 2.2.3.1.

¹⁶⁰³ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.

¹⁶⁰⁴ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.5.

¹⁶⁰⁵ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁶⁰⁶ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁶⁰⁷ Vgl. IAS 38.24.

¹⁶⁰⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2; zur Bilanzierung der Softwareentwicklung im Allgemeinen: *Mujanovic* (2013b), S. 332 f. und 335 f.; *Ramscheid* (2013), Rn. 42–47; *Suermann* (2006), S. 151–155; ausführlich: *Schneider* (2006).

¹⁶⁰⁹ Vgl. SIC-32.9(a) (auch Zitat) i.V.m. SIC-32.2(a); SIC-32.BC.13.

¹⁶¹⁰ Vgl. SIC-32.9(b) (auch Zitat) i.V.m. SIC-32.2(b)–(d).

¹⁶¹¹ Vgl. SIC-32.9(b) i.V.m. SIC-32.2(b) und IAS 38.66; SIC-32.IE; Kapitel 4.4.1.2.5.

¹⁶¹² Vgl. *Böcking/Wiederhold* (2010), Rn. 112; *EY* (2015), S. 1222.

¹⁶¹³ Zur Auslegung der direkten Zurechenbarkeit in Bezug auf SIC-32: vgl. *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 113; allgemeiner: *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 180; *Fasselt/Radde* (2013), Rn. 394 f. (m.w.N.).

anzusetzen.¹⁶¹⁴ Darunter können auch Fremdkapitalkosten gemäß IAS 23 fallen (Kapitalmodell).¹⁶¹⁵ Von den Herstellungskosten ausgenommen sind u. a. Kosten für Inhalte, die zur Bewerbung der unternehmenseigenen Produkte bzw. Dienstleistungen dienen.¹⁶¹⁶ In Bezug auf den Internet-Auftritt von Social Networks ist davon auszugehen, dass dort auch die Dienstleistungen für die Kunden beworben werden, wobei dieser Teil des Internet-Auftritts im Vergleich zu dem Teil, auf dem die Social Networking-Anwendung läuft, deutlich geringer ist, so dass dieses Verbot nur einen geringen Anteil der Kosten des Internet-Auftritts betrifft.

Sobald der Internet-Auftritt die „Operating stage“ erreicht, sind ab diesem Zeitpunkt anfallende Kosten anzusetzen, wenn für diese die Definitionskriterien und die allgemeinen Erfassungskriterien erfüllt sind.¹⁶¹⁷ Sie stellen in diesem Fall **nachträgliche Herstellungskosten** dar.¹⁶¹⁸ In Bezug auf Social Networks kann dies z. B. für Kosten gelten, um *neue* native Apps für neue Smartphone-Betriebssysteme zu entwickeln,¹⁶¹⁹ falls diese vornehmlich zur Akquise von *neuen* Nutzern bzw. zur Generierung von neuem „Nutzenpotenzial“¹⁶²⁰ dienen. Sofern es sich nur um eine Anpassung einer *bestehenden* App als Reaktion auf ein Update eines Smartphone-Betriebssystems handelt, ist davon auszugehen, dass diese Maßnahme insb. darauf abzielt, den Zugriff über diese App auf die Internet-Plattform für die *bestehenden* Nutzer weiterhin zu gewährleisten. Folglich handelt es sich um Erhaltungsaufwendungen, weil das Nutzenpotenzial der angepassten App lediglich erhalten wird.¹⁶²¹ Die Kosten für die Implementierung neuer Funktionalitäten in der Server-Software können grundsätzlich den Erfassungskriterien genügen.¹⁶²²

Kosten für die Schaffung der Datensammlung können lediglich nachträgliche Herstellungskosten darstellen, weil diese Inhalte erst nach dem Abschluss der Entwicklung bzw. nach der Inbetriebnahme des Internet-Auftritts durch die Nutzer generiert und dem Internet-Auftritt hinzugefügt werden.¹⁶²³ Deren Ansatz als nachträgliche Herstellungskosten ist

¹⁶¹⁴ Vgl. SIC-32.9(b) i.V.m. SIC-32.8 und IAS 38.65; SIC-32.BC15; diese anzusetzenden Kosten stellen keine Gründungskosten dar, weshalb diese nicht unter IAS 38.69(a) fallen: SIC-32.BC12.

¹⁶¹⁵ Vgl. hierzu IAS 38.66 i.V.m. Kapitel 4.3.2.1; *Schmidt* (2015), S. 114 f.; *Bader/Pickl* (2006), S. 144; *Fischer/Vielmeyer* (2001), S. 1298; *Pfitzer/Schwenzer* (2003), Rn. 72; *Fuchs* (2011), Rn. 96.

¹⁶¹⁶ Vgl. SIC-32.9(c); SIC-32.BC16; zu weiteren Kosten, die nicht zu den Herstellungskosten zu zählen sind: SIC-32.IE.

¹⁶¹⁷ Vgl. SIC-32.9(d) (auch Zitat) i.V.m. IAS 38.18; SIC-32.BC17.

¹⁶¹⁸ Vgl. IAS 38.18; in Bezug auf die nachfolgenden Ausführungen wohl a. A.: *Böcking/Wiederhold* (2010), Rn. 80.

¹⁶¹⁹ Vgl. Kapitel 4.4.1.1 i.V.m. Kapitel 4.4.1.2.4.1; SIC-32.IE; *Stölzel* (2012), S. 73.

¹⁶²⁰ *Theile* (2012c), Rn. 1097.

¹⁶²¹ In Anlehnung an *Ramscheid* (2013), Rn. 80, *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 178, *Theile* (2012c), Rn. 1097 und *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 103 i.V.m. SIC-32.9(d); *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 77 und 81; *Dobler* (2007), S. 115.

¹⁶²² Vgl. Kapitel 4.4.1.1 i.V.m. Kapitel 4.4.1.2.4.1 und SIC-32.IE; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 21; *Schmidt* (2015), S. 183 i.V.m. 174 f.; *Mujkanovic* (2013b), S. 335.

¹⁶²³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2 und Kapitel 3.7.2.3.3 i.V.m. SIC-32.IE.

vornehmlich davon abhängig, ob die Verfügungsmacht und Identifizierbarkeit in Bezug auf die Daten der Nutzer vorliegen und inwiefern die Kosten verlässlich bewertbar sind.¹⁶²⁴

4.4.2.2. Folgebewertung

4.4.2.2.1. Anschaffungskostenmodell

Die Folgebewertung des selbst erstellten Internet-Auftritts hat nach den Vorschriften des IAS 38 zu erfolgen.¹⁶²⁵ Grundsätzlich kommen für immaterielle Vermögenswerte das Anschaffungskostenmodell und das Neubewertungsmodell in Betracht.¹⁶²⁶ Gemäß dem Anschaffungskostenmodell sind die fortgeführten Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten zu ermitteln, indem die Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten um die kumulierten planmäßigen Abschreibungen und die kumulierten Wertminderungen zu verringern sind.¹⁶²⁷

Planmäßige Abschreibungen sind für den Internet-Auftritt über dessen voraussichtliche Nutzungsdauer vorzunehmen, weil nach SIC-32 „[t]he best estimate of a web site’s useful life should be short“.¹⁶²⁸ Diese Annahme ist in Bezug auf einen Internet-Auftritt eines Social Network adäquat,¹⁶²⁹ wenn man die Eigenschaften der Bestandteile des Internet-Auftritts vor dem Hintergrund des Leistungserstellungsmodells betrachtet. Zwar handelt es sich um Potenzialfaktoren, jedoch sind diese vom Risiko technischer Veralterung betroffen.¹⁶³⁰ Die nativen Apps werden auf spezifische mobile Hardware und Betriebssysteme abgestimmt,¹⁶³¹ welche in kurzen Abständen durch neue Hardware-Modelle und Software-Versionen abgelöst werden. Die Server-Software unterliegt technischen Überholungen – wenn auch in größeren Abständen im Vergleich zu den nativen Apps –, indem z. B. weiterentwickelte Programmiersprachen oder neu entwickelte Datenbanksysteme (z. B. nicht-relationale Datenbanken) zum Einsatz kommen.¹⁶³² Der Domänenname unterliegt keinem Verschleiß, und der Vertrag mit der Registrierungsorganisation ist auf unbestimmte Zeit geschlossen. Dies widerspricht aber nicht der Annahme, dass die voraussichtliche Nutzungsdauer des Internet-Auftritts kurz ist, weil die Kosten für den Domänennamen im Vergleich zu denen für die nativen Apps und die Server-Software unwesentlich sind, weil ersterer im Gegensatz zu letzteren keinen Kostentreiber von Social Networks darstellt.¹⁶³³ Dementsprechend kann die Ansicht von *Mindermann/Schmidt* geteilt werden, dass die Nutzungsdauer eines Internet-Auftritts von

¹⁶²⁴ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.1, Kapitel 4.4.1.1.4 und Kapitel 4.4.1.2.4.1 i.V.m. SIC-32.BC17.

¹⁶²⁵ Vgl. SIC-32.10; SIC-32.BC18.

¹⁶²⁶ Vgl. IAS 38.72.

¹⁶²⁷ Vgl. IAS 38.74; *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 193; *Ramscheid* (2013), Rn. 85; *Schruff/Haaker* (2010), Rn. 84.

¹⁶²⁸ Vgl. SIC-32.10 (auch Zitat) i.V.m. IAS 38.89 und IAS 38.8; SIC-32.BC18; bereits: *Siegler* (2001), S. 166.

¹⁶²⁹ So auch *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 18.

¹⁶³⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2 i.V.m. IAS 38.90(c) und SIC-32.BC18; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 18.

¹⁶³¹ Vgl. *Stölzel* (2011), S. 101.

¹⁶³² Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.4 i.V.m. IAS 38.92; allgemeiner: *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 363.

¹⁶³³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1 i.V.m. IAS 38.90(f).

Social Networks an die von Software (drei bis fünf Jahre) angelehnt werden kann.¹⁶³⁴ Sofern nach der Fertigstellung des Internet-Auftritts Kosten anfallen, die als nachträgliche Herstellungskosten zu erfassen sind,¹⁶³⁵ ist es durchaus denkbar, dass eine Verlängerung der voraussichtlichen Nutzungsdauer für den Internet-Auftritt daraus resultieren kann (z. B. durch die Implementierung neuer Funktionalitäten in der Server-Software).¹⁶³⁶ Falls die Daten der Nutzer nachträgliche Herstellungskosten darstellen, folgt hieraus nicht zwingend eine Verlängerung der Nutzungsdauer des Internet-Auftritts, weil z. B. die unstrukturierten Daten in kurzer Zeit an Aktualität verlieren können.¹⁶³⁷

Die heranzuziehende Methode zur planmäßigen Abschreibung ist in Abhängigkeit davon, wie der wirtschaftliche Nutzen des Internet-Auftritts durch das Social Network verbraucht wird, zu bestimmen.¹⁶³⁸ Bspw. kommen lineare, degressive oder leistungsabhängige Abschreibungsmethoden in Betracht.¹⁶³⁹ In IAS 38 wird widerlegbar vermutet, dass eine planmäßige Abschreibung auf Grundlage von Umsatzerlösen nicht adäquat ist.¹⁶⁴⁰ Diese Vermutung lässt sich in Bezug auf einen Internet-Auftritt kaum widerlegen, da zum einen die Erlöse eines Social Network nicht begrenzt bzw. gedeckelt sind.¹⁶⁴¹ Zum anderen besteht keine starke Verbundenheit zwischen den oben genannten Faktoren, die eine begrenzte Nutzungsdauer begründen, und den Erlösen eines Social Network.¹⁶⁴² Folglich zeigt sich, dass die technische Veralterung den Verbrauch des wirtschaftlichen Nutzens des Internet-Auftritts prägt und hieran anknüpfend eine adäquate Abschreibungsmethode zu bestimmen ist.¹⁶⁴³ Insofern sich der Nutzenverbrauch nicht verlässlich bestimmen lässt, ist der Internet-Auftritt linear abzuschreiben.¹⁶⁴⁴

Mit der planmäßigen Abschreibung ist zu beginnen, sobald der Internet-Auftritt betriebsbereit ist,¹⁶⁴⁵ „d. h. ein öffentlicher (externer) Zugang auf diese[n] im Internet möglich ist“¹⁶⁴⁶. Für die Vornahme des Wertminderungstests und die Behandlung einer ggf. daraus resultierenden Wertminderung verweist IAS 38 auf IAS 36.¹⁶⁴⁷ Die Regelungen von IAS 36

¹⁶³⁴ Vgl. *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 18; allgemeiner in Bezug auf Internet-Auftritte: *Ordemann/Haegler* (2002), S. 63; *Bader/Pickl* (2006), S. 145; *Dobler* (2007), S. 115 m.w.N.

¹⁶³⁵ Vgl. Kapitel 4.3.2.1.

¹⁶³⁶ Vgl. IAS 38.104 i.V.m. IAS 8.32–38; Kapitel 4.4.2.1 i.V.m. *Döring* (2005), S. 89.

¹⁶³⁷ Vgl. *Cebr* (2013), S. 5.

¹⁶³⁸ Vgl. IAS 38.97.

¹⁶³⁹ Vgl. IAS 38.98; IAS 38.BC72J; IAS 38.BC72K; *Zülch/Teuteberg* (2014), S. 1629; *Böcking/Korn* (2014), Rn. 54; *Busch/Zwirner* (2014), S. 416; *Ramscheid* (2013), Rn. 93.

¹⁶⁴⁰ Vgl. IAS 38.98A; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015c), Rn. 91; *Busch/Zwirner* (2014), S. 417; *Zülch/Teuteberg* (2014), S. 1631.

¹⁶⁴¹ Vgl. IAS 38.98A(a) i.V.m. IAS 38.98C und IAS 38.BC72G.

¹⁶⁴² Vgl. IAS 38.98A(b); IAS 38.BC72G; in Anlehnung an *Bhimani/Willcocks* (2014), S. 476 f.

¹⁶⁴³ Vgl. IAS 38.98B.

¹⁶⁴⁴ Vgl. IAS 38.97.

¹⁶⁴⁵ Vgl. IAS 38.97; *Theile* (2012c), Rn. 1107; *Böcking/Wiederhold* (2010), Rn. 146.

¹⁶⁴⁶ *Sommerhoff* (2010), S. 181 (dort Fn. 30).

¹⁶⁴⁷ Vgl. IAS 38.111; IAS 38.BC56.

werden erst in Kapitel 4.6 näher betrachtet, weil diese auch für die unter IAS 16 und IFRS 3 fallenden Bilanzierungssachverhalte einschlägig sind.¹⁶⁴⁸

4.4.2.2.2. Neubewertungsmodell

Das Neubewertungsmodell kann nur für die Folgebewertung gewählt werden, wenn der beizulegende Zeitwert des betreffenden immateriellen Vermögenswerts anhand eines aktiven Markts bestimmt werden kann.¹⁶⁴⁹ In den Schlussfolgerungen zu SIC-32 wird ausgeführt, dass in den meisten Fällen ein aktiver Markt in Bezug auf Internet-Auftritte nicht vorliegen wird und somit nur das Anschaffungskostenmodell für die Folgebewertung herangezogen werden kann.¹⁶⁵⁰

In IAS 38 und SIC-32 finden sich keine Ausführungen darüber, wie ein aktiver Markt definiert ist, weil hierfür auf die zentrale Definition in IFRS 13 verwiesen wird.¹⁶⁵¹ „A market in which transactions for the asset or liability take place with sufficient frequency and volume to provide information on an ongoing basis“¹⁶⁵². Wie bereits festgestellt wurde, handelt es sich bei dem Internet-Auftritt um eine Individualsoftware, die in ihrer spezifischen Ausprägung nur einem bestimmten Social Network zur Verfügung steht (Ressourcenmodell).¹⁶⁵³ Der Internet-Auftritt wird im Wertschöpfungsprozess dieses Social Network eingesetzt (Leistungserstellungsmodell), damit das Social Network seine Dienstleistungen erbringen kann, weshalb der Internet-Auftritt nicht dazu dient, verkauft zu werden (Kundenmodell).¹⁶⁵⁴ Folglich ist anzunehmen, dass kaum Transaktionen für einen spezifischen Internet-Auftritt vorliegen, so dass – falls überhaupt Preisinformationen verfügbar sein sollten – diese nicht den Anforderungen des IFRS 13 genügen würden.¹⁶⁵⁵ Dementsprechend ist die Annahme in den Schlussfolgerungen von SIC-32, dass für Internet-Auftritte die Anschaffungskostenmethode einschlägig ist,¹⁶⁵⁶ auch im Kontext von Social Networks zutreffend.¹⁶⁵⁷

4.4.2.3. Bedeutung des Geschäftsmodells

Bei der **Zugangsbewertung** ist das **Beschaffungsmodell** von Bedeutung, weil dieses die Quellen der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren im Allgemeinen thematisiert.¹⁶⁵⁸ Hieran kann festgemacht werden, ob die Anschaffungskosten oder die Herstellungskosten als Bewertungsmaßstab zu verwenden sind.¹⁶⁵⁹ Anhaltspunkte zu den Bestandteilen der

¹⁶⁴⁸ Vgl. IAS 16.63 und IFRS 3.54.

¹⁶⁴⁹ Vgl. IAS 38.75; SIC-32.BC18.

¹⁶⁵⁰ Vgl. SIC-32.BC18; *Bader/Pickl* (2006), S. 144 f. (dort auch Fn. 21); *Döring* (2005), S. 92; bereits: *Siegler* (2001), S. 165; *Fischer/Vielmeyer* (2001), S. 1299.

¹⁶⁵¹ Vgl. SIC-32.BC18 i.V.m. IFRS 13.A.

¹⁶⁵² IFRS 13.A.

¹⁶⁵³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.1 i.V.m. Kapitel 4.4.1.2.5; *Döring* (2005), S. 87.

¹⁶⁵⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.1.

¹⁶⁵⁵ In Anlehnung an IAS 38.78.

¹⁶⁵⁶ Vgl. SIC-32.BC18.

¹⁶⁵⁷ So auch *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 19.

¹⁶⁵⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁶⁵⁹ Vgl. Kapitel 4.4.2.1; *Thiele/Kühle* (2008), Rn. 189; *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 76.

Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten kann das **Kostenmodell** geben, weil dieses Informationen über die Kostenfaktoren und -struktur eines Unternehmens gibt.¹⁶⁶⁰ Darüber hinaus gibt das **Kapitalmodell** Aufschluss, ob eine Fremdfinanzierung vorliegt,¹⁶⁶¹ so dass u. U. Fremdkapitalkosten den Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten zuzurechnen sind.¹⁶⁶²

Bei der *Folgebewertung* ist in Bezug auf das Anschaffungskostenmodell das **Leistungserstellungsmodell** von Bedeutung.¹⁶⁶³ Dieses stellt u. a. die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren dar und thematisiert zusätzlich, ob es sich hierbei um Repetier- oder Potenzialfaktoren handelt. Bei der Beschreibung der Potenzialfaktoren wird u. a. auf Aspekte eingegangen, die Einfluss auf die Nutzungsdauer der Potenzialfaktoren haben (z. B. technische Veralterung).¹⁶⁶⁴ Diese Aspekte fließen in die Bestimmung der voraussichtlichen Nutzungsdauer ein.¹⁶⁶⁵ In Bezug auf den Internet-Auftritt kann zusätzlich das **Kostenmodell** herangezogen werden, um das Kostenverhältnis zwischen den Bestandteilen eines Internet-Auftritts aufzuzeigen, um so deren jeweiligen Einfluss auf die wirtschaftliche Nutzungsdauer des Internet-Auftritts abwägen zu können.¹⁶⁶⁶ Für die Entscheidung, ob das Neubewertungsmodell für den Internet-Auftritt in Betracht kommt, können das **Ressourcen-**, das Leistungserstellungs- und das **Kundenmodell** Anhaltspunkte geben.¹⁶⁶⁷

4.4.3. Offenlegung

4.4.3.1. Ausweis in der Bilanz und Angaben im Anhang

Gemäß IAS 1 sind immaterielle Vermögenswerte in der Bilanz unter dem gleichnamigen Posten auszuweisen.¹⁶⁶⁸ Ein separater *Ausweis* des **Internet-Auftritts** und des **Webbrowser** als Unterposten von immateriellen Vermögenswerten ist aus Relevanz- und Wesentlichkeitsgesichtspunkten geboten, weil die Art und die wertmäßige Größe der Posten von Bedeutung für den Abschlussadressaten sind (Leistungserstellungsmodell, Ressourcenmodell, Kostenmodell).¹⁶⁶⁹

Die Bedeutung des Internet-Auftritts (bzw. dessen Bestandteile) und des Webbrowser in der elektronischen Wertschöpfungskette kann auch herangezogen werden (Leistungserstellungsmodell),¹⁶⁷⁰ um zu begründen, dass der Ausweis dieser Vermögenswerte als Unterposten in der Bilanz der alternativen Angabe im Anhang vorzuziehen ist.¹⁶⁷¹ Denn vor

¹⁶⁶⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1 i.V.m. Kapitel 4.4.2.1.

¹⁶⁶¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.2.

¹⁶⁶² Vgl. Kapitel 4.4.2.1.

¹⁶⁶³ Vgl. Kapitel 4.4.2.2.1.

¹⁶⁶⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹⁶⁶⁵ Vgl. Kapitel 4.4.2.2.1; *Ramscheid* (2013), Rn. 89.

¹⁶⁶⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1 i.V.m. Kapitel 4.4.2.2.1.

¹⁶⁶⁷ Vgl. Kapitel 4.4.2.2.2.

¹⁶⁶⁸ Vgl. IAS 1.54(c); *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 150; *Link/Oldewurtel/Kümpel* (2014), S. 237.

¹⁶⁶⁹ Vgl. hierzu Kapitel 4.4.1.2.5 i.V.m. IAS 1.55, IAS 1.58(a) und (b), IAS 1.29, IAS 1.7 und Kapitel 2.2.3.1; *Schmidt* (2015), S. 129 und 131.

¹⁶⁷⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹⁶⁷¹ Vgl. IAS 1.77 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1; allgemeiner: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 5.28.

dem Hintergrund des Rahmenkonzepts und dessen bilanztheoretischer Einordnung ist der Bilanz im Vergleich zum Anhang ein höherer Stellenwert zuzuschreiben.¹⁶⁷²

In Bezug auf immaterielle Vermögenswerte (bzw. den Internet-Auftritt und den Webbrowser) werden diverse **Angaben im Anhang** nach IAS 38 gefordert.¹⁶⁷³ Z. B. sind die angewandte Abschreibungsmethode und die voraussichtliche Nutzungsdauer zu nennen,¹⁶⁷⁴ wobei dies differenziert nach einzelnen Klassen von immateriellen Vermögenswerten (z. B. Software; in Entwicklung befindliche Vermögenswerte wie z. B. Internet-Auftritt) vorzunehmen und zusätzlich nach selbst geschaffenen und anderweitig zugegangenen Vermögenswerten zu unterscheiden ist (Beschaffungsmodell).¹⁶⁷⁵ Darüber hinaus sind bei Vermögenswerten, die wertgemindert sind, weitere Angaben nach IAS 36 offenzulegen.¹⁶⁷⁶ U. U. sind Angaben nach IAS 8 vorzunehmen, falls bspw. durch die Aktivierung von nachträglichen Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten die Nutzungsdauer eines immateriellen Vermögenswerts angepasst werden muss.¹⁶⁷⁷ Ferner sind Angaben über die Höhe der in der Abschlussperiode angesetzten Fremdkapitalkosten und den zugrunde gelegten Finanzierungskostensatz notwendig,¹⁶⁷⁸ falls Fremdkapitalkosten nach IAS 23 Bestandteil der Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten sind (Kapitalmodell).¹⁶⁷⁹ Die vorgenannten Angaben beziehen sich auf die verschiedenen Klassen von immateriellen Vermögenswerten. Zusätzlich sind für einzelne Vermögenswerte, wenn sie von wesentlicher Bedeutung sind, was für den Internet-Auftritt und den Webbrowser von Social Networks zutrifft (Leistungserstellungsmodell, Ressourcenmodell, Kostenmodell),¹⁶⁸⁰ nachfolgende Informationen in den Anhang aufzunehmen.¹⁶⁸¹ Der jeweilige Vermögenswert ist zu beschreiben. Hier wäre u. a. eine Nennung der unter den Internet-Auftritt subsumierten immateriellen wirtschaftlichen Ressourcen bzw. Vermögenswerte denkbar.¹⁶⁸² Darüber hinaus sind der Buchwert und die restliche Nutzungsdauer für den jeweiligen Vermögenswert anzugeben.

Neben den obligatorischen Angaben werden weitere Angaben durch IAS 38 empfohlen, weil diese Angaben von den Abschlussadressaten als relevant eingestuft werden können.¹⁶⁸³ Zum einen kann sich die Beschreibung von bereits komplett abgeschriebenen, aber immer noch im Einsatz befindlichen Vermögenswerten für ein Social Network anbieten.¹⁶⁸⁴ Dies könnte auf den Internet-Auftritt zutreffen. Für einen solchen ist eine kurze Nutzungsdauer und ein Restwert

¹⁶⁷² Vgl. Kapitel 2.2.4 und Kapitel 2.3.3 i.V.m. *Linder* (2015), S. 40 f.

¹⁶⁷³ Vgl. IAS 38.118–128.

¹⁶⁷⁴ Vgl. IAS 38.118(a) und (b).

¹⁶⁷⁵ Vgl. IAS 38.118–119. i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2; *Schmidt* (2015), S. 247; *PwC* (2014b), Rn. 15.168.

¹⁶⁷⁶ Vgl. IAS 38.120 i.V.m. Kapitel 4.6.4.

¹⁶⁷⁷ Vgl. IAS 38.121 i.V.m. IAS 8.32(d) und IAS 8.39–40 i.V.m. Kapitel 4.4.2.2.1.

¹⁶⁷⁸ Vgl. IAS 23.26.

¹⁶⁷⁹ Vgl. Kapitel 4.4.2.1; *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 257.

¹⁶⁸⁰ Vgl. hierzu Kapitel 4.4.1.2.5 i.V.m. IAS 1.7 und Kapitel 2.2.3.1; *Schmidt* (2015), S. 132.

¹⁶⁸¹ Vgl. IAS 38.122(b).

¹⁶⁸² Vgl. Abbildung 13 auf S. 157.

¹⁶⁸³ Vgl. IAS 38.128.

¹⁶⁸⁴ Vgl. IAS 38.128(a).

von null festzulegen (u. a. wegen eines fehlenden aktiven Markts).¹⁶⁸⁵ Nach Ablauf der Nutzungsdauer ist es denkbar, dass der Internet-Auftritt weiterverwendet wird, weil dieser bedeutend für den Wertschöpfungsprozess ist (Leistungserstellungsmodell).¹⁶⁸⁶ Zum anderen wird „a brief description of significant intangible assets controlled by the entity but not recognised as assets because they did not meet the recognition criteria“¹⁶⁸⁷ empfohlen. Dies kann auf die immateriellen wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks zutreffen, die im Rahmen des Leistungserstellungsmodells als Produktions- bzw. Leistungsfaktoren identifiziert werden und somit bedeutend für den Wertschöpfungsprozess sind,¹⁶⁸⁸ falls diese die Definitionskriterien von immateriellen Vermögenswerten erfüllen. Inwiefern letzteres der Fall ist bzw. sein kann, ist aus Tabelle 10 auf S. 143 ersichtlich.¹⁶⁸⁹ Welche immateriellen Vermögenswerte von Social Networks als wesentlich einzustufen sind, ist Kapitel 4.4.1.2.5 zu entnehmen. Insofern diese immateriellen Vermögenswerte (potenzielle) Core Assets sind (Ressourcenmodell),¹⁶⁹⁰ ist deren Beschreibung im Anhang umso eher aus Sicht der Abschlussadressaten zu erwarten.

4.4.3.2. Bedeutung des Geschäftsmodells

Das **Leistungserstellungs-**, das **Ressourcen-** und das **Kostenmodell** sind für den *Ausweis in der Bilanz* von Bedeutung, wenn darüber zu entscheiden ist, ob bestimmte immaterielle Vermögenswerte als Unterposten des allgemeinen Postens für immaterielle Vermögenswerte anzugeben sind. Denn diese Partialmodelle können zur Begründung des Stellenwerts des jeweiligen Unterpostens für das Social Network dienen.¹⁶⁹¹

In Bezug auf die obligatorischen *Angaben im Anhang* ist das **Beschaffungsmodell** von Bedeutung, weil die Angaben u. a. differenziert nach selbst geschaffenen Vermögenswerten und anderweitig zugegangenen Vermögenswerten gemacht werden sollen.¹⁶⁹² Inwiefern Angaben zu Fremdkapitalkosten als Bestandteil der Herstellungskosten notwendig sind, hängt von der Art der Finanzierung der Herstellung des Internet-Auftritts und des Webbrowser durch das Social Network ab, weshalb das **Kapitalmodell** von Bedeutung ist.¹⁶⁹³ Das **Leistungserstellungs-**, das **Ressourcen-** und das **Kostenmodell** geben Anhaltspunkte, über welche *einzelnen* Vermögenswerte im Anhang Angaben zu machen sind.¹⁶⁹⁴ Ferner können diese Partialmodelle dazu dienen, zu entscheiden, ob die durch IAS 38 lediglich empfohlenen

¹⁶⁸⁵ Vgl. Kapitel 4.4.2.2.1 i.V.m. IAS 38.100 und IAS 38.BC59; auch in Bezug auf den Restwert eines Internet-Auftritts: *Wells/Tarca* (2014b), S. 17; *Döring* (2005), S. 88 f.

¹⁶⁸⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹⁶⁸⁷ IAS 38.128(b).

¹⁶⁸⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2 i.V.m. Kapitel 4.1.2; zur Wesentlichkeit einzelner Vermögenswerte siehe auch Kapitel 4.4.1.2.5.

¹⁶⁸⁹ Vgl. auch Kapitel 4.4.1.1.

¹⁶⁹⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.

¹⁶⁹¹ Vgl. Kapitel 4.4.3.1; ähnlich: *Schmidt* (2015), S. 129; allgemeiner: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 5.28.

¹⁶⁹² Vgl. Kapitel 4.4.3.1.

¹⁶⁹³ Vgl. Kapitel 4.4.3.1.

¹⁶⁹⁴ Mit Verweis auf den Wertschöpfungsprozess: *Schmidt* (2015), S. 132.

Angaben als relevant für den Abschlussadressaten einzustufen sind und somit im Anhang aufgenommen werden sollten (z. B. nicht erfasste immaterielle Vermögenswerte).¹⁶⁹⁵

4.4.4. Fazit

Durch die in den Kapiteln 4.2.3 und 4.4 vorgenommene Analyse wird in Bezug auf die Partialmodelle der **Wertschöpfungskomponente** ersichtlich, dass das Leistungserstellungsmodell für die betrachteten Teilbereiche (Anwendungsbereich, Ansatz, Bewertung, Offenlegung) – abgesehen vom Anwendungsbereich – von Bedeutung ist. Das Beschaffungsmodell ist in allen betrachteten Teilbereichen von Bedeutung. Das Kosten- und das Kapitalmodell sind jeweils für den Ansatz, die Bewertung und die Offenlegung von Bedeutung. In Bezug auf die **Kunden- und Marktkomponente** lässt sich feststellen, dass das Kundenmodell für die betrachteten Teilbereiche – abgesehen von der Offenlegung – von Bedeutung ist. Das Erlösmodell ist für den Anwendungsbereich und den Ansatz von Bedeutung. Eine Rolle spielt das Marktangebotsmodell für den Ansatz. In Bezug auf die **Strategiekomponente** lässt sich festhalten, dass zwar dem Strategiemodell keine direkte Bedeutung zukommt, jedoch das Netzwerk- und das Ressourcenmodell für den Ansatz von Bedeutung sind. Das Ressourcenmodell ist zusätzlich für die Bewertung und Offenlegung von Bedeutung.¹⁶⁹⁶

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Wenngleich der Geschäftsmodell-Begriff nicht explizit in IAS 38 genannt wird, so spielt das Geschäftsmodell implizit eine Rolle, wie die Analyse anhand der Partialmodelle ergeben hat (siehe auch Tabelle 13 auf S. 169). Hierbei spielen die Partialmodelle der Wertschöpfungskomponente und das Ressourcenmodell der Strategiekomponente eine gewichtige Rolle.

¹⁶⁹⁵ Vgl. Kapitel 4.4.3.1.

¹⁶⁹⁶ Vgl. Tabelle 13 auf S. 169.

IAS 38 i.V.m. SIC-32, IAS 23, IFRS 13, IAS 1, IAS 8	Strategie- komponente			Kunden- und Marktkomponente			Wertschöpfungs- komponente			
	Strategie	Ressourcen	Netzwerk	Kunden	Erlöse	Marktangebot	Leistungs- erstellung	Beschaffung	Finanzen	
									Kosten	Kapital
Anwendungsbereich ¹⁶⁹⁷				●	●			●		
Ansatz Definitions- kriterien		●		●	●	●	●	●		
Erfassungs- kriterien ¹⁶⁹⁸		●	●	●	●	●	●	●	●	●
Bewertung Zugangs- bewertung								●	●	●
Folge- bewertung		●		●			●		●	
Offenlegung Ausweis in der Bilanz		●					●		●	
Angaben im Anhang		●					●	●	●	●

Tabelle 13: Bedeutung der Geschäftsmodell-Komponenten bzw. -Partialmodelle in Bezug auf IAS 38 (i.V.m. SIC-32, IAS 23, IFRS 13, IAS 1 und IAS 8)¹⁶⁹⁹

¹⁶⁹⁷ Vgl. Kapitel 4.2.3.

¹⁶⁹⁸ Inklusive Wesentlichkeit.

¹⁶⁹⁹ Quelle: eigene Darstellung.

4.5. Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IFRS 3

4.5.1. Ansatz

4.5.1.1. Prüfung auf Erfüllung der Erfassungskriterien

Für die Abbildung eines Unternehmenszusammenschlusses nach IFRS 3 ist u. a. der Erwerber und der Erwerbszeitpunkt zu bestimmen,¹⁷⁰⁰ um hierdurch bspw. die dem Erwerber vom erworbenen Unternehmen zugehenden Vermögenswerte identifizieren und bewerten zu können.¹⁷⁰¹ Nachfolgend wird davon ausgegangen, dass im Erwerbszeitpunkt die betrachteten wirtschaftlichen Ressourcen beim erworbenen Unternehmen bzw. Social Network in einem betriebsbereiten Zustand vorliegen bzw. sich diese nicht mehr in der Forschungs- und Entwicklungsphase befinden.¹⁷⁰² Diese Annahme kann insb. mit der Beobachtung begründet werden, dass bei Übernahmen von Social Networks (z. B. Myspace) deren Internet-Plattform bereits im Betrieb gewesen ist und die Social Networks über eine breite Nutzerbasis verfügen.¹⁷⁰³

Im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses werden diejenigen wirtschaftlichen Ressourcen (separat vom Geschäfts- oder Firmenwert) in der Bilanz erfasst, die einen Teil des Unternehmenszusammenschlusses darstellen, im Erwerbszeitpunkt die Definitionskriterien für Vermögenswerte gemäß dem Rahmenkonzept erfüllen und identifizierbar sind.¹⁷⁰⁴ Nachfolgend soll überprüft werden, ob die wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks, die im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworben werden, den Definitionskriterien genügen und identifizierbar sind (siehe auch Tabelle 14 auf S. 172). **Die Hardware (z. B. Smartphone), auf der die Client-Software betrieben wird**, genügt nicht dem Definitionskriterium der Verfügungsmacht.¹⁷⁰⁵ Dies gilt auch für die **Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, die von externen Dienstleistern (Cloud Computing) bereitgestellt wird.¹⁷⁰⁶ Hingegen genügen die Rechner den Definitionskriterien,

¹⁷⁰⁰ Vgl. IFRS 3.5–9; IFRS 3.B13–B18; IFRS 3.BC82; IFRS 3.BC104 f.; IFRS 3.BC110; ausführlich zur Erwerbsmethode: *Orth/Rammert* (2015), S. 127 f. und 142–158.

¹⁷⁰¹ Vgl. *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015f), Rn. 28; *Orth/Rammert* (2015), S. 144; *Meyer* (2015), Rn. 153; *Senger/Brune* (2013), Rn. 37 f., 45 und 66; *Berndt/Gutsche* (2013), Rn. 59 und 61; *Theile/Pawelzik* (2012b), Rn. 5540 und 5554; *Wünsch* (2010), S. 71.

¹⁷⁰² Vgl. zur Behandlung von im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses zugegangenen Forschungs- und Entwicklungsprojekten: IAS 38.34 und 42 f.; IAS 38.BC81, BC84 f. und BC89; *Baetge/Hayn/Ströher* (2012), Rn. 179 und 322 f.; *Meyer* (2015), Rn. 187; *Hachmeister/Schwarzkopf* (2015), Rn. 91.

¹⁷⁰³ Vgl. *Heidemann* (2010), S. 267; dies wird auch bei der geplanten Übernahme der LinkedIn Inc. durch die Microsoft Corporation der Fall sein: *Hajek/Hohensee* (2016), S. 85.

¹⁷⁰⁴ Vgl. IFRS 3.10–12 und 3.51 f.; IFRS 3.B50; IFRS 3.BC121–BC124; IFRS 3.BC113; IFRS 3.BC125 f.; so auch: *Baetge/Hayn/Ströher* (2012), Rn. 159 f. und 163–167; *Hachmeister/Schwarzkopf* (2015), Rn. 64 und 87; *Senger/Brune* (2013), Rn. 71 f.; *Buschhüter* (2011), Rn. 72 und 74; *Meyer* (2015), Rn. 176 und 178 f.; *Kalantary* (2012), S. 101; *Zelger* (2014), S. 153; *EY* (2015), S. 587 f.; *PwC* (2014b), Rn. 25.86–88; *KPMG* (2014), Rn. 2.6.570.10 f.; *Deloitte* (2015b), S. 1829 f.; a. A. in dem Sinne, dass zusätzlich die allgemeinen Erfassungskriterien zu prüfen sind: *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015f), Rn. 71–74; *Berndt/Gutsche* (2013), Rn. 67; *Weber* (2010), Rn. 22; *Petersen/Busch/Mugler* (2013), Rn. 17.

¹⁷⁰⁵ Vgl. Kapitel 4.3.1.1.1.

¹⁷⁰⁶ Vgl. Kapitel 4.3.1.1.1.

wenn sie vom erworbenen Unternehmen angeschafft wurden.¹⁷⁰⁷ Für diese Rechner liegen Eigentumsrechte beim Social Network vor,¹⁷⁰⁸ weshalb diese Rechner identifizierbar sind.¹⁷⁰⁹

Domännennamen, native Apps und Server-Software erfüllen die Definitionskriterien und sind identifizierbar.¹⁷¹⁰ Dies gilt auch für den **Webbrowser**, sofern dieser von dem erworbenen Unternehmen selbst hergestellt wurde.¹⁷¹¹ Falls direkte Erlösformen beim erworbenen Unternehmen zum Einsatz kommen, genügen die **Daten der Nutzer** den Definitionskriterien.¹⁷¹² Die Daten sind identifizierbar, falls die Nutzer ihren wahren Namen dem erworbenen Unternehmen mitgeteilt haben sollten.¹⁷¹³ Sofern nur indirekte Erlösformen (Symbiose-Prinzip) angewendet werden, ist die Erfüllung der Erfassungskriterien des IFRS 3 durch die Daten der Nutzer insb. davon abhängig, ob dem erworbenen Unternehmen die Einwilligung für die Verwendung der Daten für Werbezwecke vorliegt.¹⁷¹⁴ Ob die **Kundenbeziehungen**, die aus der Kern- und der Nebenleistung resultieren,¹⁷¹⁵ Vermögenswerte darstellen, wird vornehmlich davon bestimmt, ob die Verfügungsmacht über diese Kundenbeziehungen gegeben ist, was insb. an den konkreten Umständen des Einzelfalls zu beurteilen ist.¹⁷¹⁶ Falls die Kundenbeziehungen den Definitionskriterien genügen, sind diese identifizierbar.¹⁷¹⁷ Die einzelnen Arbeitsverträge der **Mitarbeiter** erfüllen die Erfassungskriterien des IFRS 3.¹⁷¹⁸

In Kapitel 4.1.2 wurde überprüft, ob der Webbrowser von externen Anbietern und die ausführende menschliche Arbeitskraft der Nutzer wirtschaftliche Ressourcen darstellen. Dies wurde verneint, weshalb diese Ressourcen von der Untersuchung auf Bilanzierungsfähigkeit ausgeschlossen wurden. Deswegen soll an dieser Stelle lediglich darauf hingewiesen werden, dass diese Ressourcen nach IFRS 3 – im Gleichklang zu IAS 38 – keine Vermögenswerte darstellen, weil es an der Verfügungsmacht mangelt.¹⁷¹⁹

¹⁷⁰⁷ Vgl. Kapitel 4.3.1.1.

¹⁷⁰⁸ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹⁷⁰⁹ Vgl. IFRS 3.A.

¹⁷¹⁰ Vgl. Kapitel 4.4.1.1 i.V.m. IFRS 3.A; IFRS 3.B31; IFRS 3.BC180; IFRS 3.IE22 und IE40; in Bezug auf Domännennamen: *Beyer* (2015), S. 92; *Velte* (2008), S. 181.

¹⁷¹¹ Vgl. Kapitel 4.4.1.1 i.V.m. IFRS 3.A; IFRS 3.B31; IFRS 3.BC180; IFRS.IE40.

¹⁷¹² Vgl. Kapitel 4.4.1.1.1, Kapitel 4.4.1.1.2 und Kapitel 4.4.1.1.3.

¹⁷¹³ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.4 i.V.m. IFRS 3.A; IFRS 3.IE38; IFRS 3.IE42.

¹⁷¹⁴ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.1 (insb. Kapitel 4.4.1.1.4) i.V.m. IFRS 3.A; IFRS 3.IE38; IFRS 3.IE42.

¹⁷¹⁵ Gemäß IFRS 3.IE28 existieren Kundenbeziehungen, wenn „the entity has information about the customer and has regular contact with the customer and [...] the customer has the ability to make direct contact with the entity“. Es lässt sich annehmen, dass dies auf die Kundenbeziehungen von Social Networks grundsätzlich zutrifft: U. a. sind bei der Registrierung bzw. Werbeplatzbuchung entsprechende Kontaktdaten durch die Nutzer bzw. Werbenden anzugeben. Zumeist werden regelmäßig (Werbe-)Newsletter an die Nutzer bzw. Werbenden versendet. Die Nutzer bzw. Werbenden können bspw. über die Internet-Plattform anhand von Kontaktformularen mit dem Betreiber eines Social Network in Verbindung treten.

¹⁷¹⁶ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.1.

¹⁷¹⁷ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.4 i.V.m. IFRS 3.A; IFRS 3.B31; IFRS 3.IE26 und IE28; *Meyer* (2015), Rn. 183 f.

¹⁷¹⁸ Vgl. Kapitel 4.4.1.1 i.V.m. IFRS 3.A; IFRS 3.B31; IFRS 3.IE37.

¹⁷¹⁹ Vgl. Kapitel 4.4.1.1.1.

Ressourcen	Verfügungsmacht	Resultat aus vergangenem Ereignis	Künftiger wirtschaftlicher Nutzen- zufluss zu erwarten	Identifizierbarkeit	Erfüllung der Erfassungs- kriterien
Hardware (Client)	✗				✗
Hardware (Server) Bereitstellung durch Dienstleister	✗				✗
Erwerb durch Social Network	✓	✓	✓	✓	✓
Webbrowser Herstellung durch Social Network	✓	✓	✓	✓	✓
Bereitstellung durch externen Anbieter	✗				✗
Domänenname	✓	✓	✓	✓	✓
Native Apps	✓	✓	✓	✓	✓
Server-Software	✓	✓	✓	✓	✓
Daten der Nutzer Direkte Erlösformen	✓	✓	✓	(✓)	(✓)
Indirekte Erlösformen	(✓)	✓	✓	(✓)	(✓)
Nutzer als Kunden der Kernleistung Ausführende menschliche Arbeit	✗				✗
Kundenbeziehung	(✓)	✓	✓	✓	(✓)
Nutzer und Werbende als Kunden der Nebenleistung (Kundenbeziehung)	(✓)	✓	✓	✓	(✓)
Mitarbeiter	✓	✓	✓	✓	✓
Legende: ✓ trifft zu (✓) trifft u. U. zu ✗ trifft nicht zu					

Tabelle 14: Überprüfung der Ressourcen auf Erfüllung der Erfassungskriterien nach IFRS 3¹⁷²⁰

¹⁷²⁰ Quelle: eigene Darstellung.

4.5.1.2. In der Bilanz ansatzfähige Vermögenswerte

Das erworbene Unternehmen ist ein Social Network, dessen Internet-Plattform sich annahmegemäß bereits im Betrieb befindet.¹⁷²¹ Die Internet-Plattform stellt aus Sicht des Social Network nach IAS 38 i.V.m. SIC-32 einen selbst geschaffenen Internet-Auftritt dar, der *ein* Vermögenswert ist, der sich insb. aus dem Domänennamen, den nativen Apps, der Server-Software und aus den Daten der Nutzer bzw. der Datensammlung zusammensetzt.¹⁷²² Gemäß IFRS 3 handelt es sich aus der Perspektive des Erwerbers bei dem Domänennamen, den nativen Apps, der Server-Software und der Datensammlung um *einzelne* erworbene Vermögenswerte („Einzelerwerbsfiktion“¹⁷²³), die grundsätzlich *einzelne* in der Bilanz zu erfassen sind.¹⁷²⁴

Es besteht jedoch das Wahlrecht, dass der Erwerber „may recognise a group of complementary intangible assets as a single asset provided the individual assets have similar useful lives“.¹⁷²⁵ Anhand der elektronischen Wertschöpfungskette (Leistungs-erstellungsmo- dell) lässt sich erkennen, dass sich die vorgenannten Vermögenswerte (i.S.v. Produktions- bzw. Leistungsfaktoren) gegenseitig im Wertschöpfungsprozess ergänzen.¹⁷²⁶ Zwar wirkt der Webbrowser hierbei auch unterstützend, aber da dessen Einsatz nicht auf ein bestimmtes Social Network begrenzt ist, fällt dieser Vermögenswert nicht unter das Wahlrecht. Dies ist auch damit konform, dass der Webbrowser kein Bestandteil des Internet-Auftritts nach IAS 38 i.V.m. SIC-32 ist.¹⁷²⁷ Die nativen Apps, die Server-Software und die Datensammlung besitzen ähnliche, d. h. begrenzte und kurze Nutzungsdauern. Dahingegen ist die Nutzungsdauer des Domänenamens nicht begrenzt.¹⁷²⁸ Demzufolge können die nativen Apps, die Server-Software und die Datensammlung zu einem Vermögenswert zusammengefasst werden, was auch mit dem Vorgehen nach IAS 38 i.V.m. SIC-32 konform wäre, wobei hiervon abweichend der Domänenname aufgrund der Bedingungen zur Inanspruchnahme des Wahlrechts einzeln bzw. eigenständig zu erfassen wäre.

Dennoch wird nachfolgend die Meinung vertreten, dass zusätzlich zu der durch das Wahlrecht gedeckten Zusammenfassung der nativen Apps, der Server-Software und der Datensammlung zu einem Vermögenswert auch der Domänenname unter diesen Vermögenswert zu erfassen ist. Hierfür sind Wesentlichkeitsüberlegungen ursächlich.¹⁷²⁹ Zwar ist der Domänenname für die Nutzer eines Social Network von Bedeutung, wenn sie anhand eines Webbrowser auf das Social Network zugreifen, weil sie hierfür den – vornehmlich aus

¹⁷²¹ Vgl. Kapitel 4.5.1.1.

¹⁷²² Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5.

¹⁷²³ Orth/Rammert (2015), S. 127; Baetge/Hayn/Ströher (2012), Rn. 96; Kalantary (2012), S. 98.

¹⁷²⁴ Vgl. IFRS 3.4 und IFRS 3.10 i.V.m. Kapitel 4.5.1.1.

¹⁷²⁵ Vgl. IFRS 3.B40 i.V.m. IAS 38.37 (auch Zitat); Hachmeister/Schwarzkopf (2015), Rn. 89.

¹⁷²⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹⁷²⁷ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5.

¹⁷²⁸ Vgl. Kapitel 4.4.2.2.1.

¹⁷²⁹ Vgl. nachfolgend in Anlehnung an Senger/Brune (2013), Rn. 104 f. und Rogler/Schmidt/Tettenborn (2014), S. 580.

Buchstaben bestehenden – Domännennamen anstatt eine schwer zu merkende „Zahlenfolge beziehungsweise IP-Adresse“ verwenden können.¹⁷³⁰ Jedoch ist für die Nutzer nebensächlich, wie der Domänenname genau lautet, da für die Inanspruchnahme der Dienstleistungen eines Social Network vornehmlich die Server-Software und die Datensammlung von Relevanz sind (Ressourcenmodell).¹⁷³¹ Überdies stellt der Domänenname keinen Kostentreiber für ein Social Network dar (Kostenmodell).¹⁷³²

Nachfolgend wird davon ausgegangen, dass das Wahlrecht für die Zusammenfassung der sich ergänzenden immateriellen Vermögenswerte zu einem Vermögenswert in Anspruch genommen wird und diesem Vermögenswert zusätzlich der Domänenname als Bestandteil zugeordnet wird.¹⁷³³ Dies deckt sich mit der Bilanzierung der wirtschaftlichen Ressourcen nach IAS 38 i.V.m. SIC-32.¹⁷³⁴ Dementsprechend wird im Weiteren der zusammengefasste Vermögenswert als **Internet-Auftritt** bezeichnet.

Im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses werden die identifizierbaren Vermögenswerte in der Bilanz angesetzt, falls diese *wesentlich* sind.¹⁷³⁵ Dies ist für die betrachteten identifizierbaren Vermögenswerte zu bejahen: Die erworbene **Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, ist essenziell für den Wertschöpfungsprozess von Social Networks (Leistungserstellungsmodell).¹⁷³⁶ Darüber hinaus stellt der Erwerb der Rechner einen Kostentreiber für Social Networks dar (Kostenmodell).¹⁷³⁷ Dies kann für den **Webbrowser**, der selbst geschaffen ist, auch angenommen werden.¹⁷³⁸

Beurteilt man die Erfassung des **Internet-Auftritts** anhand dessen Rolle im Wertschöpfungsprozess von Social Networks (Leistungserstellungsmodell),¹⁷³⁹ so ist dieser ebenfalls wesentlich.¹⁷⁴⁰ Der Domänenname, die nativen Apps, die Server-Software und die Datensammlung sind Bestandteile des Internet-Auftritts. Der Zugriff auf die Internet-Plattform wird u. a. durch den Domännennamen und die nativen Apps ermöglicht. Die Server-Software ist essenziell, um die Funktionen der Internet-Plattform zu erfüllen und kann – insb. durch Eigenentwicklung – einen Core Asset i.S.d. Ressourcenmodells darstellen.¹⁷⁴¹ Die Datensammlung ist das Leistungsobjekt von Social Networks und hat den Status eines Core Asset

¹⁷³⁰ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.2 i.V.m. *Wirtz* (2013b), S. 140 (auch Zitat); *Velte* (2008), S. 177 m.w.N.

¹⁷³¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.1.

¹⁷³² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁷³³ Vgl. ähnlich *Dobler* (2007), S. 115 (dort Fn. 4).

¹⁷³⁴ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5.

¹⁷³⁵ Vgl. *Schulte* (2011), S. 456; *Tettenborn* (2015), S. 42; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015f), Rn. 78; *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 14; *Wünsch* (2010), S. 79; *Zelger* (2014), S. 153 f.; *Beyer/Zwirner* (2014), S. 190; *Rogler/Schmidt/Tettenborn* (2014), S. 579 f. (m.w.N.).

¹⁷³⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹⁷³⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁷³⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁷³⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹⁷⁴⁰ Vgl. ähnlich *Dobler* (2007), S. 115 (dort Fn. 4).

¹⁷⁴¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.1.

inne.¹⁷⁴² Ferner ist u. a. die Entwicklung von nativen Apps und der Server-Software ein Kostentreiber von Social Networks (Kostenmodell).¹⁷⁴³

Die **Kundenbeziehungen** sind für die Abschlussadressaten von besonderer Bedeutung und somit wesentlich, weil sie die direkte Quelle für die Erlöse des Social Network sind (Erlösmodell).¹⁷⁴⁴ Ebenso sind die **Mitarbeiter** als wesentlich einzustufen, weil diese die reale Wertschöpfungskette prägen und Core Assets darstellen können (Leistungserstellungsmodell, Ressourcenmodell).¹⁷⁴⁵ Dennoch resultiert aus den Arbeitsverträgen der Mitarbeiter nur ein zu aktivierender Vermögenswert im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses,¹⁷⁴⁶ wenn es sich um „beneficial contracts from the perspective of the employer“¹⁷⁴⁷ handelt, weil „the pricing of those contracts is favourable relative to market terms“^{1748, 1749}.

In Folge eines Unternehmenszusammenschlusses ist ein **erworbener bzw. derivativer Geschäfts- oder Firmenwert** in der Bilanz anzusetzen, falls die Anschaffungskosten für das erworbene Unternehmen das (anteilige) neubewertete Eigenkapital des erworbenen Unternehmens übersteigt.¹⁷⁵⁰ Dieser Geschäfts- oder Firmenwert wird in IFRS 3 wie folgt definiert: „An asset representing the future economic benefits arising from other assets acquired in a business combination that are not individually identified and separately recognised“¹⁷⁵¹. Dementsprechend sind die Daten der Nutzer Bestandteil des derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts, wenn diese zwar die Definitionskriterien für Vermögenswerte erfüllen, aber nicht identifizierbar sind. Dies trifft bspw. auf die Daten von denjenigen Nutzern zu, die dem Social Network nicht ihren wahren Namen mitgeteilt haben.¹⁷⁵²

Betrachtet man nicht die einzelnen Arbeitsverträge, welche identifizierbare Vermögenswerte darstellen,¹⁷⁵³ sondern die Belegschaft (bzw. die gesamten Mitarbeiter), ist die Belegschaft laut IFRS 3 nicht identifizierbar, weil sie einerseits (in ihrer Gesamtheit) nicht auf vertraglichen Rechten beruht und andererseits nicht separierungsfähig ist, weil ansonsten das

¹⁷⁴² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2 und Kapitel 3.7.2.3.5.2.1.

¹⁷⁴³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁷⁴⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁷⁴⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2 und Kapitel 3.7.2.3.5.2.2.

¹⁷⁴⁶ „Bei einem Unternehmenserwerb sind jedoch die Vorteile aus (erworbenen) günstigen Arbeitsverträgen als immaterieller Vermögenswert, nicht jedoch die Verträge selbst, zu aktivieren“: *Theile* (2012c), Rn. 1030 i.V.m. *Theile/Pawelzik* (2012b), Rn. 5627.

¹⁷⁴⁷ IFRS 3.IE37.

¹⁷⁴⁸ IFRS 3.IE37.

¹⁷⁴⁹ Vgl. *Sturm* (2013), S. 78; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015f), Rn. 86 f.; *Adler/Düring/Schmaltz* (2006), Rn. 68; *Theile* (2012c), Rn. 1030; *Theile/Pawelzik* (2012b), Rn. 5627; *Meyer* (2015), Rn. 189; *Schmidt* (2012), S. 216.

¹⁷⁵⁰ Vgl. IFRS 3.32 f.; IFRS 3.B46–B49; IFRS 3.BC328–BC342; im umgekehrten Fall bzw. bei Vorliegen eines negativen Unterschiedsbetrags ist dieser unter bestimmten Voraussetzungen als Ertrag zu erfassen: vgl. hierzu IFRS 3.34–36; IFRS 3.IE45–IE49.

¹⁷⁵¹ IFRS 3.A; so auch: IAS 38.11; der derivative Geschäfts- oder Firmenwert kann auch Bestandteile des selbst geschaffenen Geschäfts- oder Firmenwerts des erworbenen Unternehmens aufweisen: IFRS 3.BC316 i.V.m. Kapitel 4.4.1.2.5.

¹⁷⁵² Vgl. Kapitel 4.4.1.1.4.

¹⁷⁵³ Vgl. Kapitel 4.5.1.1.

Unternehmen nicht fortgeführt werden könnte. Infolgedessen wird die Belegschaft als ein Bestandteil des derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts eingestuft.¹⁷⁵⁴

Des Weiteren wird in IAS 38 festgestellt, dass der künftige wirtschaftliche Nutzen eines derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts „may result from synergy between the identifiable assets acquired“¹⁷⁵⁵. Darunter können bspw. die (Kern-)Kompetenzen von Social Networks fallen (z. B. Technologie-Kompetenzen, Nutzergewinnungs-Kompetenzen), die die Social Networks befähigen, die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren – die teilweise identifizierbare Vermögenswerte darstellen – durch einen adäquaten Wertschöpfungsprozess so einzusetzen, dass deren Potenziale gehoben werden. Die Kompetenzen basieren auf dem Wissen und den Fähigkeiten der Mitarbeiter und entstehen durch die Interaktion zwischen den Mitarbeitern.¹⁷⁵⁶

Die folgenden Bestandteile gehen zwar nicht explizit aus der Definition des derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts hervor, jedoch lassen sich diese Bestandteile laut *Beyer* aus der Anwendung der Erfassungskriterien für Vermögenswerte gemäß IFRS 3 ableiten.¹⁷⁵⁷ „Zukünftiger Nutzen, der keine ökonomische Ressource darstellt. [...] Ökonomische Ressourcen, die aufgrund fehlender Verfügungsmacht keine Vermögenswerte sind“¹⁷⁵⁸. Demzufolge sind zum einen diejenigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren von Social Networks Bestandteil des derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts, die keine wirtschaftlichen Ressourcen i.S.d. *IASB* sind (z. B. die ausführende menschliche Arbeit der Nutzer).¹⁷⁵⁹ Zum anderen besteht der derivative Geschäfts- oder Firmenwert auch aus Produktions- bzw. Leistungsfaktoren, die zwar wirtschaftliche Ressourcen i.S.d. *IASB* sind, aber nicht die Definitionskriterien für Vermögenswerte erfüllen. Darunter fallen z. B. beim ausschließlichen Einsatz von indirekten Erlösformen (Symbiose-Prinzip) die Daten der Nutzer, für die keine Einwilligung für die Verwendung zu Werbezwecken vorliegt.¹⁷⁶⁰

¹⁷⁵⁴ Vgl. IFRS 3.B37; IFRS 3.BC178 f.; *Koch* (2011), S. 87 f.; *Senger/Brune* (2013), Rn. 112; *Baetge/Hayn/Ströher* (2012), Rn. 187.

¹⁷⁵⁵ IAS 38.11; ähnlich: IFRS 3.BC163.

¹⁷⁵⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.3; ähnlich: *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 12.

¹⁷⁵⁷ Vgl. ausführlich *Beyer* (2015), S. 88–94.

¹⁷⁵⁸ *Beyer* (2015), S. 93.

¹⁷⁵⁹ Vgl. Kapitel 4.1.2.

¹⁷⁶⁰ Vgl. Kapitel 4.5.1.1.

Einen Überblick über die ansatzfähigen Vermögenswerte beim Erwerb eines Social Network bietet Tabelle 15.

Ansatzfähige Vermögenswerte
• Vom Social Network erworbene Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird
• Vom Social Network selbst geschaffener Webbrowser
• Internet-Auftritt (bestehend aus dem Domännennamen, den nativen Apps, der Server-Software und der Datensammlung)
• Kundenbeziehungen
• Vorteil aus günstigen Mitarbeiterverträgen
• Derivativer Geschäfts- oder Firmenwert

Tabelle 15: Ansatzfähige Vermögenswerte beim Erwerb eines Social Network im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses nach IFRS 3

4.5.1.3. Bedeutung des Geschäftsmodells

Die in IFRS 3 genannten *Erfassungskriterien* für Vermögenswerte enthalten die Definitionskriterien für Vermögenswerte gemäß dem Rahmenkonzept.¹⁷⁶¹ Diese Definitionskriterien werden auch von IAS 16 und IAS 38 verwendet.¹⁷⁶² Deswegen wird auf die Kapitel 4.3.1.3 und 4.4.1.3 verwiesen, in denen u. a. die Bedeutung der Partialmodelle in Bezug auf die Definitionskriterien analysiert wurde. Ein weiteres Erfassungskriterium ist die Identifizierbarkeit.¹⁷⁶³ Wie bereits für die nach IAS 38 abzubildenden wirtschaftlichen Ressourcen festgestellt wurde, sind die Partialmodelle für dieses Kriterium nicht von Bedeutung.¹⁷⁶⁴ Dies gilt auch im Kontext der Sachanlagen bzw. der Hardware.¹⁷⁶⁵

Das **Leistungserstellungsmodell** gibt Anhaltspunkte, ob das Wahlrecht, welches die Zusammenfassung von einzelnen, identifizierbaren immateriellen Vermögenswerten zu einem einzigen Vermögenswert erlaubt, angewendet werden kann.¹⁷⁶⁶

Für die Beurteilung der *Wesentlichkeit* eines Vermögenswerts kann das **Leistungserstellungsmodell** herangezogen werden, aus dem die Bedeutung des Vermögenswerts im Wertschöpfungsprozess ersichtlich wird.¹⁷⁶⁷ Zusätzlich kann diese Einschätzung durch das **Ressourcenmodell** verstärkt werden, falls der Vermögenswert den Status eines Core Asset (potenziell) inne hat.¹⁷⁶⁸ Ferner kann für einen Vermögenswert, der eine direkte Erlösquelle

¹⁷⁶¹ Vgl. Kapitel 4.5.1.1.

¹⁷⁶² Vgl. Kapitel 4.3.1.1 und Kapitel 4.4.1.1.

¹⁷⁶³ Vgl. Kapitel 4.5.1.1.

¹⁷⁶⁴ Vgl. Kapitel 4.4.1.3.

¹⁷⁶⁵ Vgl. Kapitel 4.5.1.1.

¹⁷⁶⁶ Vgl. Kapitel 4.5.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹⁷⁶⁷ Vgl. Kapitel 4.5.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1; ähnlich: Rogler/Schmidt/Tettenborn (2014), S. 580.

¹⁷⁶⁸ Vgl. Kapitel 4.5.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.5.

darstellt, das **Erlösmodell** zur Begründung der Wesentlichkeit herangezogen werden.¹⁷⁶⁹ Darüber hinaus kann das **Kostenmodell** Anhaltspunkte geben.¹⁷⁷⁰

4.5.2. Bewertung

4.5.2.1. Zugangs- und Folgebewertung

Nachfolgend wird die Bewertung der ansatzfähigen Vermögenswerte thematisiert. Der Webbrowser wird hiervon ausgenommen, weil es eher die Ausnahme darstellt, dass ein Social Network einen Webbrowser selbst anbietet.¹⁷⁷¹

Die im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses zu erfassenden Vermögenswerte sind grundsätzlich mit ihrem beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt anzusetzen (**Zugangsbewertung**).¹⁷⁷² Zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts (Fair Value) verweist IFRS 3 grundsätzlich auf IFRS 13.¹⁷⁷³ Im Kapitel zur Neubewertungsmethode nach IAS 16 wurde bereits die Definition des beizulegenden Zeitwerts nach IFRS 13 wiedergegeben und die Hierarchie der Inputfaktoren skizziert.¹⁷⁷⁴ Zur Zeitwertermittlung sind die Marktmethode („market approach“), die Kostenmethode („cost approach“) und/oder die Kapitalwertmethode („income approach“) heranzuziehen.¹⁷⁷⁵ Unter den einzelnen Methoden werden verschiedene Bewertungsverfahren subsumiert.¹⁷⁷⁶ Welche(s) Bewertungsverfahren anzuwenden sind (ist), ist zum einen „angesichts der Umstände des Einzelfalls“¹⁷⁷⁷ abhängig zu machen. Zum anderen muss eine ausreichende Datenbasis vorhanden sein, um „maximising the use of relevant observable inputs and minimising the use of unobservable inputs“.¹⁷⁷⁸

Vom Social Network erworbene **Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, gehört zu den technischen Anlagen eines Social Network. Für die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts von technischen Anlagen können grundsätzlich alle Bewertungsmethoden in Betracht kommen.¹⁷⁷⁹ In Bezug auf die Rechner lässt sich vermuten, dass ‚Level 1 Inputs‘ oder ‚Level 2 Inputs‘ vorliegen, um eine Fair Value-Bewertung mithilfe von marktbasierter Bewertungsverfahren vornehmen zu können.¹⁷⁸⁰ Dies kann damit begründet werden, dass Preise über (gebrauchte) Rechner „anhand Marktpreissammlungen, Angebotsbörsen“^{1781, 1782} die sich auf die betreffenden Rechnermodelle oder ähnliche

¹⁷⁶⁹ Vgl. Kapitel 4.5.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁷⁷⁰ Vgl. Kapitel 4.5.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1.

¹⁷⁷¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁷⁷² Vgl. IFRS 3.18 und IFRS 3.20.

¹⁷⁷³ Vgl. IFRS 3.A; IFRS 3.BC197; *Senger* (2014), Rn. 71; *Kirsch et al.* (2014), Rn. 39; *KPMG* (2014), Rn. 2.6.600; *EY* (2015), S. 589 und 601; *Deloitte* (2015a), S. 291.

¹⁷⁷⁴ Vgl. Kapitel 4.3.2.2.2.

¹⁷⁷⁵ Vgl. IFRS 13.62 (auch Zitate).

¹⁷⁷⁶ Vgl. IFRS 13.B5–B11; *HFA des IDW* (2014), Rn. 57.

¹⁷⁷⁷ *HFA des IDW* (2014), Rn. 56.

¹⁷⁷⁸ Vgl. IFRS 13.61 (auch Zitat); IFRS 13.67.

¹⁷⁷⁹ Vgl. *Baetge/Hayn/Ströher* (2012), Rn. 224.

¹⁷⁸⁰ Vgl. IFRS 13.B5 f.

¹⁷⁸¹ *Scharfenberg* (2013), Rn. 127; *Winnefeld* (2015b), Rn. 1024l.

¹⁷⁸² Vgl. IFRS 13.B34.

Rechnermodelle beziehen, dem Erwerber vermutlich zur Verfügung stehen.¹⁷⁸³ Hierbei ist auf den Hauptmarkt bzw. vorteilhaftesten Markt für den Vermögenswert abzustellen und von dem „highest and best use“¹⁷⁸⁴ aus Sicht der Marktteilnehmer für den (nicht-finanziellen) Vermögenswert auszugehen.¹⁷⁸⁵ Sollten keine ‚Level 1 Inputs‘ oder ‚Level 2 Inputs‘ vorliegen, z. B. für technisch stark veraltete Rechner,¹⁷⁸⁶ ist auf ‚Level 3 Inputs‘ i.V.m. der Kostenmethode zurückzugreifen, um die „fortgeführten Wiederbeschaffungskosten“¹⁷⁸⁷ von „a substitute asset of comparable utility“¹⁷⁸⁸ zu bestimmen.¹⁷⁸⁹ Die Kapitalwertmethode kann i.d.R. nicht herangezogen werden.¹⁷⁹⁰ Dies liegt vornehmlich darin begründet, dass es sich bei den Rechnern um Sachanlagen handelt, die im Unternehmen zusammen mit anderen Vermögenswerten genutzt und nicht veräußert werden sollen (Leistungserstellungsmodell, Kundenmodell).¹⁷⁹¹ Bei solch einem Verwendungszweck ist die Abgrenzung der durch die Sachanlage generierten Cash Flows von den Cash Flows anderer Vermögenswerte kaum glaubwürdig darstellbar.¹⁷⁹²

Für die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts von immateriellen Vermögenswerten können zwar grundsätzlich alle Bewertungsmethoden in Betracht kommen,¹⁷⁹³ jedoch gilt dies nicht für den **Internet-Auftritt**. Dieser stellt ein einzigartiges Konstrukt dar, weil er sich vornehmlich durch die selbst (weiter)entwickelte Server-Software und die einmalige, selbst geschaffene Datensammlung auszeichnet (Beschaffungsmodell, Ressourcenmodell).¹⁷⁹⁴ Dementsprechend liegen keine beobachtbaren Inputs, d. h. ‚Level 1 Inputs‘ und ‚Level 2 Inputs‘ vor, so dass die Marktmethode nicht herangezogen werden kann.¹⁷⁹⁵ ‚Level 3 Inputs‘ können in die Kostenmethode und die Kapitalwertmethode einfließen.¹⁷⁹⁶ Im Rahmen der Kostenmethode bietet sich die „Reproduktionskostenmethode“¹⁷⁹⁷ als Verfahren für die

¹⁷⁸³ Vgl. IFRS 13.77 und IFRS 13.82(a) und (b) i.V.m. IFRS 13.A und IFRS 13.IE11 und IE.13; Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg (2015h), Rn. 31, 35 und 38 f.; Scharfenberg (2013), Rn. 127; Hachmeister/Schwarzkopf (2015), Rn. 68d; HFA des IDW (2014), Rn. 59–61; Castedello/Klingbeil (2012), S. 483.

¹⁷⁸⁴ IFRS 13.27.

¹⁷⁸⁵ Vgl. IFRS 13.16–21 und IFRS 13.27–30 i.V.m. IFRS 13.A; Ballwieser (2015), Rn. 32b, 32e und 32f.

¹⁷⁸⁶ In Anlehnung an Tettenborn (2015), S. 87.

¹⁷⁸⁷ Baetge/Hayn/Ströher (2012), Rn. 224.

¹⁷⁸⁸ IFRS 13.B9.

¹⁷⁸⁹ Vgl. IFRS 13.B8–B9 i.V.m. IFRS 13.IE14; Senger/Brune (2013), Rn. 100; PwC (2014a), Rn. 5.213–215.

¹⁷⁹⁰ Vgl. Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg (2015f), Rn. 105.

¹⁷⁹¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1 und Kapitel 3.7.2.2.1; IFRS 13.IE11; Beyer/Zwirner (2014), S. 232.

¹⁷⁹² Vgl. IFRS 13.B9 f.; IFRS 13.IE12 i.V.m. Senger/Brune (2013), Rn. 113; Beyer/Zwirner (2014), S. 232.

¹⁷⁹³ Vgl. Baetge/Hayn/Ströher (2012), Rn. 209; PwC (2014a), Rn. 5.235; EY (2015), S. 601.

¹⁷⁹⁴ Vgl. Kapitel 4.5.1.2 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2 und Kapitel 3.7.2.3.5.2.1; das „Bewertungsobjekt“ nach IFRS 13 entspricht der „Rechnungslegungseinheit“ nach IFRS 3, weshalb der Fair Value des Internet-Auftritts anstatt die Fair Values der einzelnen Vermögenswerte, aus denen der Internet-Auftritt besteht, ermittelt wird: IFRS 13.14 und IFRS 13.32 i.V.m. HFA des IDW (2014), Rn. 6 (auch Zitate) und 21.

¹⁷⁹⁵ So auch Schmidt (2015), S. 178 f.; allgemeiner: Castedello/Klingbeil (2012), S. 486; Castedello (2014), S. 267; Rammert (2014), S. 642; HFA des IDW (2014), Rn. 59–61; allgemeiner: Jäger/Himmel (2003), S. 429.

¹⁷⁹⁶ Vgl. IFRS 13.B36(d); Castedello/Klingbeil (2012), S. 486; HFA des IDW (2014), Rn. 66; Senger (2014), Rn. 71; Kalantary (2012), S. 125; allgemeiner: Baetge/Hayn/Ströher (2012), Rn. 222.

¹⁷⁹⁷ FAUB des IDW (2011), Rn. 48.

Berechnung des Fair Value des Internet-Auftritts an.¹⁷⁹⁸ Bei dem Verfahren werden die notwendigen Kosten für die Herstellung eines „exakte[n] Duplikat[s]“¹⁷⁹⁹ ermittelt.¹⁸⁰⁰

Im Kontext der Kapitalwertmethode ist es naheliegend, das Residualwertverfahren („multi-period excess earnings method“¹⁸⁰¹) heranzuziehen,¹⁸⁰² weil der Internet-Auftritt bspw. zusammen mit den Kundenbeziehungen Cash Flows generiert (Leistungserstellungsmodell, Kundenmodell),¹⁸⁰³ wodurch diese Cash Flows den einzelnen Vermögenswerten direkt kaum glaubwürdig zuzuordnen sind.¹⁸⁰⁴ Allerdings ist für die Anwendung der Residualwertmethode zu beachten: „Die Residualwertmethode ist üblicherweise der Bewertung des für das Geschäftsmodell bedeutsamsten immateriellen Vermögenswerts, der als wesentlicher Wer[t]treiber (Leading Asset) bezeichnet wird, vorbehalten“.¹⁸⁰⁵ Dies kann auf den Internet-Auftritt zutreffen,¹⁸⁰⁶ weil dieser u. a. aus den Daten der Nutzer besteht, die Core Assets darstellen. Dieser Status gilt u. U. auch für die Server-Software als weiterer Bestandteil des Internet-Auftritts (Ressourcenmodell).¹⁸⁰⁷ Diese Argumente können insb. dann als sachgerecht eingestuft werden, wenn das Symbiose-Prinzip als Erlösform durch ein Social Network eingesetzt wird, weil in diesem Fall der Internet-Auftritt die zentrale Grundlage zur Generierung von (indirekten) Erlösen ist.¹⁸⁰⁸ Werden hingegen (zusätzlich) direkte Erlösformen eingesetzt,¹⁸⁰⁹ kann dies für die Verwendung der Residualwertmethode für die Bewertung der **Kundenbeziehungen** sprechen,¹⁸¹⁰ wenn die direkten Erlöse durch die Nutzer (Core Assets) den „größten Einfluss auf die Cashflows des Unternehmens“ haben.¹⁸¹¹

¹⁷⁹⁸ A. A. Schmidt (2015), S. 86 f.

¹⁷⁹⁹ HFA des IDW (2014), Rn. 68.

¹⁸⁰⁰ Vgl. IFRS 13.B8 f.; Castedello/Klingbeil (2012), S. 486; Kasperzak/Nestler (2010), S. 178 f.; AK Immaterielle Werte (2009), S. 37; zu Umständen, die zu einer Nicht-Anwendbarkeit der Kostenmethode führen können: HFA des IDW (2014), Rn. 68 i.V.m. IFRS 13.IE15–17; Kirsch et al. (2014), Rn. 64; Castedello/Klingbeil (2012), S. 487.

¹⁸⁰¹ Vgl. IFRS 13.B11(c).

¹⁸⁰² Vgl. weiterführend Theile/Pawelzik (2012b), Rn. 5665–5670; Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg (2015f), Rn. 109 und 235 f.; AK Immaterielle Werte (2009), S. 38–44; FAUB des IDW (2011), Rn. 37–40.

¹⁸⁰³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1 und Kapitel 3.7.2.2.1.

¹⁸⁰⁴ So auch Schmidt (2015), S. 88; allgemeiner: Theile/Pawelzik (2012b), Rn. 5665; Rammert (2014), S. 643; Wieland-Blöse/André (2013), Rn. 233; Beyer/Mackenstedt (2008), S. 344 f.; Castedello/Klingbeil/Schröder (2006), S. 1032; Tettenborn/Straub/Rogler (2013a), S. 248; Jäger/Himmel (2003), S. 434.

¹⁸⁰⁵ Vgl. Mackenstedt/Fladung/Himmel (2006), S. 1042 (auch Zitat); Jäger/Himmel (2003), S. 434; Castedello/Klingbeil/Schröder (2006), S. 1033; Castedello (2014), S. 268 f.; AK Immaterielle Werte (2009), S. 39; EY (2015), S. 602; Tettenborn/Straub/Rogler (2013a), S. 248 m.w.N.; Kalantary (2012), S. 148 m.w.N.

¹⁸⁰⁶ Vgl. Schmidt (2015), S. 90.

¹⁸⁰⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.1.

¹⁸⁰⁸ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁸⁰⁹ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.2.

¹⁸¹⁰ Allgemein in Bezug auf „Dauervertragskunden“: Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg (2015f), Rn. 109 und 235 i.V.m. 80.

¹⁸¹¹ Vgl. Beyer/Mackenstedt (2008), S. 345 (auch Zitat); Baetge/Hayn/Ströher (2012), Rn. 222; Kapitel 3.7.2.3.5.2.1.

Insofern die Residualwertmethode für die Kundenbeziehungen herangezogen wird,¹⁸¹² ist hinsichtlich des Internet-Auftritts auf die Kostenmethode abzustellen,¹⁸¹³ weil „die Residualwertmethode nur einmal angewendet werden kann“.¹⁸¹⁴ Im umgekehrten Fall müsste ein alternatives Verfahren der Kapitalwertmethode für die Kundenbeziehungen ausgewählt werden,¹⁸¹⁵ weil zum einen für die Bewertung der Kundenbeziehungen von Social Networks vermutlich keine beobachtbaren Inputfaktoren vorliegen, weshalb die Marktmethode nicht berücksichtigt werden kann.¹⁸¹⁶ Zum anderen kommt die Kostenmethode für Kundenbeziehungen grundsätzlich nicht in Betracht.¹⁸¹⁷

Für den Vorteil aus günstigen **Mitarbeiterverträgen** existiert kein aktiver Markt. Dementsprechend liegen dessen Bewertung keine ‚Level 1 Inputs‘, sondern ‚Level 2 Inputs‘ und/oder ‚Level 3 Inputs‘ (z. B. „Branchenstudien“¹⁸¹⁸) zugrunde.¹⁸¹⁹ Deshalb wird hierfür i.d.R. die Kapitalwertmethode herangezogen.¹⁸²⁰ Hierbei könnte zwar die Wahl auf die Residualwertmethode fallen, weil die Mitarbeiter u. U. einen Core Asset darstellen (Ressourcenmodell),¹⁸²¹ aber der Barwert des Vorteils aus den günstigen Mitarbeiterverträgen dürfte sich durch ein anderes kapitalwertorientiertes Verfahren ermitteln lassen,¹⁸²² so dass die Residualwertmethode für die Fair Value-Ermittlung eines bewertungskritischeren immateriellen Vermögenswerts eingesetzt werden kann.

Ein Wahlrecht besteht in Bezug auf die Bewertung des **derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts**, wenn nicht beherrschende Anteile an dem erworbenen Unternehmen vorliegen.¹⁸²³ Ist dies der Fall, kann der Geschäfts- oder Firmenwert ohne („purchased goodwill“¹⁸²⁴) oder mit dem Anteil der Minderheitsgesellschafter („full goodwill“¹⁸²⁵) ausgewiesen werden. Der Berechnung des Purchased-Goodwill liegen die „Minderheitsanteile

¹⁸¹² Ausführliche Anwendungsbeispiele: Moser (2013), S. 362–368; *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 45–47.

¹⁸¹³ In Anlehnung an Moser (2013), S. 359; vorausgesetzt es sprechen keine Gründe gegen die Anwendung der Kostenmethode: vgl. hierzu die Nachweise in Fn. 1800 auf S. 180.

¹⁸¹⁴ Vgl. Castedello (2014), S. 269 (auch Zitat); Castedello/Klingbeil/Schröder (2006), S. 1033; Theile/Pawelzik (2012b), Rn. 5665; Baetge/Hayn/Ströher (2012), Rn. 222; Tettenborn (2015), S. 75.

¹⁸¹⁵ Vgl. hierzu kritisch Castedello (2014), S. 276; Theile/Pawelzik (2012b), Rn. 5665; in die Schätzung von Cash Flows aus Beziehungen zu Kunden der Nebenleistung können bspw. Informationen aus Versteigerungen von Werbeplätzen einfließen: vgl. hinsichtlich solcher Versteigerungen Rana/Caton (2010), S. 35 und Steinkirchner (2013), S. 58.

¹⁸¹⁶ In Anlehnung an *HFA des IDW* (2011), Rn. 95; Bissinger/Dornauer/Schneemann (2010), S. 247.

¹⁸¹⁷ Vgl. begründend Castedello (2014), S. 276; Mindermann/Zwirner/Künkele (2013), Rn. 60; *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 59.

¹⁸¹⁸ *HFA des IDW* (2014), Rn. 86.

¹⁸¹⁹ Vgl. IFRS 13.A.

¹⁸²⁰ Vgl. Theile/Pawelzik (2012b), Rn. 5656 i.V.m. *HFA des IDW* (2014), Rn. 66.

¹⁸²¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2.2.

¹⁸²² Vgl. IFRS 13.B10 f.

¹⁸²³ Vgl. IFRS 3.19; zur Begründung: IFRS 3.BC210 und BC216.

¹⁸²⁴ Küting/Weber/Wirth (2008), S. 142; „partial goodwill“ als Synonym: IFRS 3.BC205.

¹⁸²⁵ IFRS 3.BC205.

bewertet mit dem anteiligen Neubewerteten Nettovermögen¹⁸²⁶ zugrunde.¹⁸²⁷ Hingegen fließen die nicht beherrschenden Anteile mit ihrem beizulegenden Zeitwert in die Ermittlung des Full-Goodwill ein.¹⁸²⁸

Für die **Folgebewertung** der oben betrachteten ansatzfähigen Vermögenswerte verweist IFRS 3 auf die Standards, in denen – unabhängig vom Vorliegen eines Unternehmenszusammenschlusses – die Folgebewertung dieser Vermögenswerte geregelt ist.¹⁸²⁹ Dementsprechend ist die Folgebewertung für die **Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, nach IAS 16 vorzunehmen.¹⁸³⁰ Für den **Internet-Auftritt**, die **Kundenbeziehungen** und den Vorteil aus günstigen **Mitarbeiterverträgen** sind die Regelungen nach IAS 38 einschlägig.¹⁸³¹ Dem **derivativen Geschäfts- oder Firmenwert** wird „die Eigenschaft eines nicht abnutzbaren Vermögenswerts zugeschrieben“¹⁸³², weshalb sein Zugangswert unverändert fortgeschrieben wird, außer es liegt eine Wertminderung gemäß IAS 36 vor („Impairment-only-Approach“¹⁸³³).¹⁸³⁴

4.5.2.2. Bedeutung des Geschäftsmodells

Im Rahmen der **Zugangsbewertung** ist der beizulegende Zeitwert nach IFRS 13 zu bestimmen. Hierbei sind mehrere Partialmodelle von Bedeutung. Hinweise, um den Hauptmarkt (bzw. den vorteilhaftesten Markt) zu bestimmen, der als Informationsquelle hinsichtlich der Inputfaktoren dient,¹⁸³⁵ kann das **Beschaffungsmodell** geben, weil dieses die Herkunft der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren thematisiert.¹⁸³⁶ Bei der Bestimmung des „highest and best use“¹⁸³⁷ des zu bewertenden Vermögenswerts wird gemäß IFRS 13 widerlegbar vermutet, dass es sich hierbei um den „entity’s current use of a non-financial asset“¹⁸³⁸ handelt.¹⁸³⁹ Folglich sind hierfür sowohl die Wertschöpfungskette (**Leistungserstellungsmodell**) als auch die Produkte bzw. Dienstleistungen des Unternehmens

¹⁸²⁶ Orth/Rammert (2015), S. 152.

¹⁸²⁷ Vgl. ausführlich zur Ermittlung der verschiedenen Goodwill-Varianten Orth/Rammert (2015), S. 151–155 m.w.N.; IFRS 3.IE44A–IE44J.

¹⁸²⁸ Vgl. hierzu IFRS 3.B44 f.

¹⁸²⁹ Vgl. IFRS 3.54.

¹⁸³⁰ Vgl. IAS 16.4; Ballwieser (2015), Rn. 2; Kapitel 4.3.2.2.

¹⁸³¹ Vgl. IFRS 3.B39 und IFRS 3.B63(a); Senger (2014), Rn. 77; Tettenborn (2015), S. 98; *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 75; Kapitel 4.4.2.2; bei den Kundenbeziehungen handelt es sich i.d.R. (wie auch beim Internet-Auftritt) um einen Vermögenswert mit begrenzter Nutzungsdauer: *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 60 f.; Tettenborn/Straub/Rogler (2013b), S. 187; EY (2015), S. 1237 f.; PwC (2014b), Rn. 15.136.

¹⁸³² Orth/Rammert (2015), S. 155.

¹⁸³³ Böcking/Korn (2014), Rn. 150.

¹⁸³⁴ Vgl. IFRS 3.B63(a) i.V.m. IAS 36.BC131E; zum Wertminderungstest: Kapitel 4.6.

¹⁸³⁵ Vgl. IFRS 13.16–18 i.V.m. IFRS 13.A.

¹⁸³⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁸³⁷ IFRS 13.27.

¹⁸³⁸ IFRS 13.29.

¹⁸³⁹ Vgl. IFRS 13.29 f.

zu betrachten (**Kundenmodell**), um die aktuelle Verwendung des Vermögenswerts zu bestimmen (z. B. Eigennutzung vs. Verkaufsabsicht).¹⁸⁴⁰

Insofern dem Beschaffungsmodell entnommen werden kann, dass ein Vermögenswert lediglich unternehmensintern erstellt wird, kann dies ein erstes Indiz dafür sein, dass die Marktmethode zur Bewertung nicht angewendet werden kann.¹⁸⁴¹ Ein weiteres Indiz liegt hierfür vor, wenn es sich bei dem Vermögenswert um einen Core Asset handelt, worüber das **Ressourcenmodell** Auskunft gibt.¹⁸⁴²

Das Leistungserstellungs- und das Kundenmodell können Anhaltspunkte geben, ob die Identifizierung der Cash Flows eines Vermögenswerts direkt oder indirekt erfolgen kann,¹⁸⁴³ wovon der Umfang der potenziell anzuwendenden Verfahren der Kapitalwertmethode abhängig ist.¹⁸⁴⁴ Insofern die Cash Flows lediglich indirekt ermittelt werden können, kann die Residualwertmethode für die Bewertung in Betracht kommen, wobei deren Anwendung auf einen Vermögenswert begrenzt ist. Das Ressourcenmodell und das **Erlösmodell** können dazu dienen, den passenden Vermögenswert auszuwählen.¹⁸⁴⁵ Im Rahmen der Kapitalwertmethode können die Informationen des **Marktangebotsmodells** bspw. bei der Schätzung künftiger Cash Flows und bei der Bildung der Erwartungen über die Unsicherheit dieser Cash Flows einfließen.¹⁸⁴⁶ Das **Kapitalmodell** kann Anhaltspunkte für die Berechnung des Kalkulationszinssatzes geben,¹⁸⁴⁷ weil aufgrund des „Fehlen[s] von Marktrenditen für immaterielle Vermögenswerte [...] kommt man nicht umhin, die spezifischen Kapitalkosten immaterieller Vermögenswerte durch unternehmensbezogene Kapitalkosten anzunähern“¹⁸⁴⁸. Das **Kostenmodell** kann bei der Anwendung der Kostenmethode unterstützend herangezogen werden, indem daraus Informationen über die Bestandteile der Reproduktions- und Wiederbeschaffungskosten für den zu bewertenden Vermögenswert entnommen werden können.¹⁸⁴⁹

Die **Folgebewertung** der betrachteten Vermögenswerte wird anhand der einschlägigen Regelungen in IAS 16, IAS 36 und IAS 38 vorgenommen.¹⁸⁵⁰ Deshalb wird hinsichtlich der

¹⁸⁴⁰ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1; Kapitel 3.7.2.2.1 i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1.

¹⁸⁴¹ Vgl. Kapitel 4.5.2.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.2.

¹⁸⁴² Vgl. Kapitel 4.5.2.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.5; *Castedello/Klingbeil* (2012), S. 483.

¹⁸⁴³ Vgl. ähnlich *Beyer/Zwirner* (2014), S. 232; *Beyer/Mackenstedt* (2008), S. 344.

¹⁸⁴⁴ Vgl. Kapitel 4.5.2.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1 und Kapitel 3.7.2.2.1.

¹⁸⁴⁵ Vgl. Kapitel 4.5.2.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.5 und Kapitel 3.7.2.2.2; ähnlich: *Theile/Pawelzik* (2012b), Rn. 5625.

¹⁸⁴⁶ Vgl. IFRS 13.B13 i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.3; allgemeiner: *Ronen* (2014), S. 711 und 713.

¹⁸⁴⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.4.2.

¹⁸⁴⁸ Vgl. *Rammert* (2014), S. 648 (auch Zitat); *Moser* (2011), S. 32 und 166.

¹⁸⁴⁹ Vgl. Kapitel 4.5.2.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1 und *Grüner* (2006), S. 169–173; ähnlich: *Castedello/Klingbeil* (2012), S. 486; *Wieland-Blöse/André* (2013), Rn. 242 f.; *Hitz/Zachow* (2011), S. 969 f.; *Moser* (2011), S. 178; *HFA des IDW* (2014), Rn. 88; *PwC* (2014a), Rn. 5.105.

¹⁸⁵⁰ Vgl. Kapitel 4.5.2.1.

Bedeutung der Partialmodelle für die Folgebewertung nach diesen Standards auf die Ergebnisse der entsprechenden Kapital verwiesen.¹⁸⁵¹

4.5.3. Offenlegung

4.5.3.1. Ausweis in der Bilanz und Angaben im Anhang

Gemäß IAS 1 sind immaterielle Vermögenswerte in der Bilanz unter dem gleichnamigen Posten auszuweisen.¹⁸⁵² Unter diesen Posten fällt auch der derivative Geschäfts- oder Firmenwert.¹⁸⁵³ Ein separater *Ausweis* des derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts als Unterposten von immateriellen Vermögenswerten kann aus Relevanz- und Wesentlichkeitsgesichtspunkten geboten sein,¹⁸⁵⁴ wenn die Art und die wertmäßige Größe des Postens von Bedeutung für die Abschlussadressaten sind.¹⁸⁵⁵ Für den Ausweis der anderen ansatzfähigen Vermögenswerte gelten die Vorschriften, die bereits bei der Analyse der Bilanzierungssachverhalte, die unter IAS 16 und IAS 38 fallen, beschrieben wurden.¹⁸⁵⁶

In IFRS 3 werden verschiedene *Angaben im Anhang* gefordert,¹⁸⁵⁷ damit es den Abschlussadressaten ermöglicht wird, „to evaluate the nature and financial effect of a business combination“¹⁸⁵⁸. Darüber hinaus sind die Angabevorschriften derjenigen IFRS zu berücksichtigen, in deren Anwendungsbereich u. a. die anzusetzenden Vermögenswerte fallen.¹⁸⁵⁹ Nachfolgend werden exemplarisch einzelne Angaben genannt, die nach IFRS 3 gefordert werden: Es sind die Hauptgründe für den Unternehmenszusammenschluss zu nennen.¹⁸⁶⁰ Die Bewertungsbasis der nicht beherrschenden Anteile ist aufzuzeigen.¹⁸⁶¹ Die Zugangswerte für „each major class“ u. a. der erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte sind anzugeben, wofür das Mindestgliederungsschema des IAS 1 zur Orientierung für die Gruppenbildung dienen kann.¹⁸⁶² Falls ein Geschäfts- oder Firmenwert erfasst wird, sind die Gründe für dessen Entstehung qualitativ zu beschreiben, wozu u. a. auf „intangible assets that do not qualify for separate recognition“¹⁸⁶³ einzugehen ist (z. B. die Belegschaft, ggf. die Daten

¹⁸⁵¹ Vgl. hierzu Kapitel 4.3.2.3, Kapitel 4.6.5 und Kapitel 4.4.2.3.

¹⁸⁵² Vgl. IAS 1.54(c); *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 150; *Link/Oldewurtel/Kümpel* (2014), S. 237.

¹⁸⁵³ Vgl. *Braun* (2009), S. 137; *Senger/Brune* (2013), Rn. 260.

¹⁸⁵⁴ Gemäß IAS 1.IG3 bzw. IAS 1.IG(Part 1) ist auch ein Ausweis auf der selben Ebene wie immaterielle Vermögenswerte vorstellbar; *Braun* (2009), S. 137; *Senger/Brune* (2013), Rn. 260.

¹⁸⁵⁵ Vgl. IAS 1.55, IAS 1.58(a), IAS 1.29 i.V.m. IAS 1.7.

¹⁸⁵⁶ Vgl. Kapitel 4.3.3.1 und Kapitel 4.4.3.1; *Berndt/Gutsche* (2013), Rn. 170.

¹⁸⁵⁷ Vgl. hierzu ausführlich IFRS 3.59–63 i.V.m. IFRS 3.B64–B67; IFRS 3.IE72.

¹⁸⁵⁸ IFRS 3.59.

¹⁸⁵⁹ Vgl. IFRS 3.63 i.V.m. Kapitel 4.3.3.1 und Kapitel 4.4.3.1; IFRS 13.91 i.V.m. IFRS 13.BC184; *Tettenborn* (2015), S. 113 f.; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015h), Rn. 128; *Kirsch et al.* (2014), Rn. 152; in Bezug auf die Zugangsbewertung sind die Angabevorschriften des IFRS 13 nicht zwingend anzuwenden; *Deloitte* (2015a), S. 291 f.; *PwC* (2014a), Rn. 5.197.

¹⁸⁶⁰ Vgl. IFRS 3.B64(d).

¹⁸⁶¹ Vgl. IFRS 3.B64(o); IFRS 3.IE72.

¹⁸⁶² Vgl. IFRS 3.B64(i) (auch Zitat) i.V.m. IFRS 3.IE72 und IAS 1.54.

¹⁸⁶³ IFRS 3.B64(e).

der Nutzer).¹⁸⁶⁴ Der Buchwert des Geschäfts- oder Firmenwerts ist vom Beginn der Berichtsperiode zum Ende der Berichtsperiode überzuleiten.¹⁸⁶⁵

4.5.3.2. Bedeutung des Geschäftsmodells

Für die Beurteilung, ob der *Ausweis* des derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts als Unterposten der immateriellen Vermögenswerte aus Relevanz- und Wesentlichkeitsgesichtspunkten in der Bilanz erfolgen sollte, kann das **Ressourcenmodell** Anhaltspunkte geben. Insofern Core Assets (z. B. die ausführende menschliche Arbeit der Nutzer, ggf. die Daten der Nutzer) und/oder Kernkompetenzen (z. B. Technologie-Kompetenzen) Bestandteile des Geschäfts- oder Firmenwerts sind, legt dies einen gesonderten Ausweis nahe, weil Core Assets und Kernkompetenzen des erworbenen Unternehmens bzw. Social Network eine essenzielle Rolle im Wertschöpfungsprozess einnehmen.¹⁸⁶⁶

Zur qualitativen Beschreibung der Faktoren für die Entstehung eines Geschäfts- oder Firmenwerts im *Anhang* kann neben dem **Ressourcenmodell** (aus den vorgenannten Gründen) auch das **Leistungserstellungsmodell** dienen. Falls die im Leistungserstellungsmodell beschriebenen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren nicht separat im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erfasst werden, sind diese Bestandteil des Geschäfts- oder Firmenwerts.¹⁸⁶⁷

Für die Angabe der Hauptgründe für den Unternehmenszusammenschluss können grundsätzlich **sämtliche Partialmodelle** von Bedeutung sein.¹⁸⁶⁸ Nachfolgend soll dies exemplarisch für jeweils ein Partialmodell pro Geschäftsmodell-Komponente verdeutlicht werden: Das **Strategiemodell** (Strategiekomponente) kann herangezogen werden, um aufzuzeigen, dass das Nutzenversprechen des erworbenen Unternehmens (z. B. Funktionen des Social Networking) das Nutzenversprechen des Erwerbers erweitert (z. B. Erwerb von Myspace durch News Corporation).¹⁸⁶⁹ Das **Kundenmodell** (Kunden- und Marktkomponente)¹⁸⁷⁰ kann dazu dienen, zu veranschaulichen, dass der Kundenkreis und/oder das Leistungsspektrum durch den Erwerb erweitert wird (z. B. Erwerb eines beruflichen Social Network durch ein privates Social Network).¹⁸⁷¹ Dem **Kapitalmodell** (Wertschöpfungskomponente)¹⁸⁷² sind die Finanzierungsformen eines Unternehmens zu entnehmen.¹⁸⁷³ Bspw. kann ein mittelbarer

¹⁸⁶⁴ Vgl. IFRS 3.B64(e) i.V.m. Kapitel 4.5.1.2.

¹⁸⁶⁵ Vgl. IFRS 3.B67(d).

¹⁸⁶⁶ Vgl. Kapitel 4.5.3.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.5.

¹⁸⁶⁷ Vgl. Kapitel 4.5.3.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

¹⁸⁶⁸ Vgl. Kapitel 4.5.3.1 i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1.

¹⁸⁶⁹ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.1 i.V.m. *Heidemann* (2010), S. 267.

¹⁸⁷⁰ In dem Beispiel in IFRS 3.IE72 zu IFRS 3.B64(d) lässt sich ein Bezug zum Marktangebotsmodell erkennen: vgl. IFRS 3.IE72 i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1.

¹⁸⁷¹ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.2.1 i.V.m. Kapitel 3.7.1.

¹⁸⁷² In dem Beispiel in IFRS 3.IE72 zu IFRS 3.B64(d) lässt sich ein Bezug zum Kostenmodell erkennen: vgl. IFRS 3.IE72 i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1.

¹⁸⁷³ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.3.4.2.

Zugang des Erwerbers zum organisierten Kapitalmarkt, auf dem das erworbene Unternehmen notiert ist, ein Hauptgrund für den Erwerb sein.

4.5.4. Fazit

Durch die in Kapitel 4.2.3 und 4.5 vorgenommene Analyse wird in Bezug auf die Partialmodelle der **Wertschöpfungskomponente** ersichtlich, dass das Leistungserstellungsmodell für die betrachteten Teilbereiche (Anwendungsbereich, Ansatz, Bewertung, Offenlegung) – abgesehen vom Anwendungsbereich – von Bedeutung ist. Das Beschaffungsmodell ist in allen betrachteten Teilbereichen von Bedeutung. Das Kosten- und das Kapitalmodell sind jeweils für die Bewertung und Offenlegung von Bedeutung. Überdies spielt das Kostenmodell für den Ansatz eine Rolle. In Bezug auf die **Kunden- und Marktkomponente** lässt sich feststellen, dass deren Partialmodelle für die betrachteten Teilbereiche – abgesehen vom Anwendungsbereich – von Bedeutung sind. In Bezug auf die **Strategiekomponente** lässt sich festhalten, dass deren Partialmodelle für die Offenlegung von Bedeutung sind. Das Ressourcenmodell ist zusätzlich für den Ansatz und die Bewertung von Bedeutung.¹⁸⁷⁴

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Wengleich der Geschäftsmodell-Begriff nicht explizit in IFRS 3 genannt wird, so spielt das Geschäftsmodell implizit eine Rolle, wie die Analyse anhand der Partialmodelle ergeben hat (siehe auch Tabelle 16 auf S. 187). Hierbei nimmt das Ressourcenmodell der Strategiekomponente und das Beschaffungsmodell der Wertschöpfungskomponente eine gewichtige Rolle ein.

¹⁸⁷⁴ Vgl. Tabelle 16 auf S. 187.

IFRS 3 i. V. m. IFRS 13, IAS 1	Strategie- komponente			Kunden- und Marktkomponente			Wertschöpfungs- komponente			
	Strategie	Ressourcen	Netzwerk	Kunden	Erlöse	Marktangebot	Leistungs- erstellung	Beschaffung	Finanzen	
									Kosten	Kapital
Anwendungsbereich ¹⁸⁷⁵								●		
Ansatz ¹⁸⁷⁶		●		●	●	●	●	●	●	
Bewertung ¹⁸⁷⁷		●		●	●	●	●	●	●	●
Offenlegung Ausweis in der Bilanz		●								
Angaben im Anhang	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

Tabelle 16: Bedeutung der Geschäftsmodell-Komponenten bzw. -Partialmodelle in Bezug auf IFRS 3 (i.V.m. IFRS 13 und IAS 1)¹⁸⁷⁸

4.6. Bilanzierungssachverhalte von Social Networks unter IAS 36

4.6.1. Basis für die Prüfung auf Wertminderung

Die in Kapitel 4.3.1.2 (IAS 16) und Kapitel 4.4.1.2.5 (IAS 38) herausgearbeiteten ansatzfähigen Vermögenswerte sind grundsätzlich zum Abschlussstichtag dahingehend zu untersuchen, ob Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen.¹⁸⁷⁹ Nach IAS 16 ist die erworbene Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird, und nach IAS 38 der Internet-Auftritt und der selbst geschaffene Webbrowser ansatzfähig, wobei letzterer nicht weiter betrachtet wird.¹⁸⁸⁰

Liegen Anzeichen für eine Wertminderung vor, ist grundsätzlich der Wertminderungsbedarf zu bestimmen.¹⁸⁸¹ Wenn es sich um einen immateriellen Vermögenswert handelt, der noch nicht genutzt werden kann (z. B. in der Entwicklung befindlicher

¹⁸⁷⁵ Vgl. Kapitel 4.2.3.

¹⁸⁷⁶ Inklusive Erfassungskriterien und Wesentlichkeit.

¹⁸⁷⁷ Nur Zugangsbewertung.

¹⁸⁷⁸ Quelle: eigene Darstellung.

¹⁸⁷⁹ Vgl. Kapitel 4.3.2.2.1 und Kapitel 4.4.2.2.1 i.V.m. IAS 36.2, 5 und 9; IAS 38.111; zu den Anzeichen: Kapitel 4.6.2.

¹⁸⁸⁰ Der Webbrowser wird nicht berücksichtigt, weil bereits dessen Bewertung im Rahmen von IAS 38 und IFRS 3 nicht betrachtet wurde: vgl. zur Begründung Kapitel 4.4.2.1 und Kapitel 4.5.2.1.

¹⁸⁸¹ Vgl. IAS 36.9; Böcking/Korn (2014), Rn. 108.

Internet-Auftritt),¹⁸⁸² ist dieser unabhängig von solchen Anzeichen auf Wertminderungsbedarf zu prüfen.¹⁸⁸³

Ob ein Wertminderungsbedarf tatsächlich vorliegt, wird bestimmt, indem zunächst der erzielbare Betrag ermittelt wird, der sich aus dem höheren Betrag aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Abgangskosten und Nutzungswert ergibt.¹⁸⁸⁴ Anschließend ist der erzielbare Betrag mit dem Buchwert zu vergleichen.¹⁸⁸⁵ Sofern der Buchwert größer als der erzielbare Betrag ist, liegt ein tatsächlicher Wertminderungsbedarf vor, der zu einem Wertminderungsaufwand führt.¹⁸⁸⁶ Falls der erzielbare Betrag für einen einzelnen Vermögenswert nicht bestimmt werden kann, ist grundsätzlich der erzielbare Betrag auf der Ebene einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit (ZGE, „cash-generating unit“¹⁸⁸⁷) zu ermitteln, zu der der Vermögenswert gehört,¹⁸⁸⁸ und mit dem Gesamtbuchwert der ZGE zu vergleichen.¹⁸⁸⁹

Der erzielbare Betrag ist für einen einzelnen Vermögenswert nach IAS 36 nicht bestimmbar, wenn „der Nutzungswert des Vermögenswerts und der Fair Value abzüglich Abgangskosten nicht annähernd gleich sind, und [...] dieser Vermögenswert keine Zahlungsmittelzuflüsse erzeugt, die weitestgehend unabhängig [...] sind von den Zahlungsmittelzuflüssen anderer Vermögenswerte“.¹⁸⁹⁰ Das erste Kriterium liegt bspw. vor, wenn „the future cash flows from continuing use of the asset cannot be estimated to be negligible“¹⁸⁹¹. Dies trifft sowohl auf die **Rechner** als auch auf den **Internet-Auftritt** zu, weil diese Vermögenswerte Produktions- bzw. Leistungsfaktoren und keine Produkte von Social Networks sind, weshalb deren Nutzung für die Erbringung der Dienstleistungen bzw. die Generierung von Cash Flows essenziell sind (Leistungserstellungsmodell, Kundenmodell).¹⁸⁹² Ferner besteht der Internet-Auftritt u. U. aus Bestandteilen (z. B. Daten der Nutzer), die Core Assets darstellen (Ressourcenmodell), die grundlegend für einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil eines Social Network sind.¹⁸⁹³

¹⁸⁸² Vgl. *Döring* (2005), S. 89.

¹⁸⁸³ Vgl. IAS 36.10(a) und IAS 36.89; zur Begründung: IAS 36.11; weiterführend: *HFA des IDW* (2015), Rn. 7–9; nachfolgend wird analog zu Kapitel 4.5.1.1 davon ausgegangen, dass sich die Vermögenswerte bereits in einem betriebsbereiten Zustand befinden.

¹⁸⁸⁴ Vgl. IAS 36.6, 18 und 74; zur Intention: *Baetge et al.* (2012), Rn. 19; *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2021; zu den Wertmaßstäben: Kapitel 4.6.3.

¹⁸⁸⁵ Vgl. IAS 36.8 f.

¹⁸⁸⁶ Vgl. IAS 36.59; IAS 36.6.

¹⁸⁸⁷ IAS 36.6.

¹⁸⁸⁸ Vgl. IAS 36.66; IAS 36.22; *Kuhner/Hitz* (2009), Rn. 33; *Brücks/Kerkhoff/Richter* (2013), Rn. 142.

¹⁸⁸⁹ Vgl. IAS 36.74, 76, 88 und 90; *Böcking/Korn* (2014), Rn. 117–119; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015b), Rn. 32 und 111; *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2140.

¹⁸⁹⁰ Vgl. *HFA des IDW* (2015), Rn. 56 (auch Zitat); IAS 36.67; *Baetge et al.* (2012), Rn. 77–80; *Brücks/Kerkhoff/Richter* (2013), Rn. 211; *Deloitte* (2015a), S. 601.

¹⁸⁹¹ IAS 36.67(a).

¹⁸⁹² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2 und Kapitel 3.7.2.2.1 i.V.m. IAS 36.21 und *HFA des IDW* (2015), Rn. 56.

¹⁸⁹³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.1 und Kapitel 3.7.2.3.5.2.1 i.V.m. Kapitel 4.4.1.2.5.

Damit Social Networks ihre Dienstleistungen anbieten können (Kundenmodell),¹⁸⁹⁴ können die Rechner und der Internet-Auftritt grundsätzlich nicht unabhängig voneinander eingesetzt werden (Leistungserstellungsmodell),¹⁸⁹⁵ so dass die Cash Flows, die aus dem Einsatz dieser Vermögenswerte resultieren, stark voneinander abhängig sind, wodurch auch dem zweiten Kriterium entsprochen wird. Folglich ist der erzielbare Betrag der Rechner und des Internet-Auftritts auf der Ebene einer ZGE zu bestimmen.¹⁸⁹⁶

Eine ZGE ist definiert als „the smallest identifiable group of assets that generates cash inflows that are largely independent of the cash inflows from other assets or groups of assets“¹⁸⁹⁷. Aufgrund der obigen Ausführungen ist zu erwarten, dass die Rechner und der Internet-Auftritt wohl normalerweise der selben ZGE zugeordnet werden (Leistungserstellungsmodell, Kundenmodell). Dies wäre jedoch zu verneinen, wenn für die Leistungen der Rechner ein aktiver Markt nach IFRS 13 vorhanden sein sollte. Hierfür ist unschädlich, dass die Rechner beim Social Network grundsätzlich nur für die unternehmensinterne Leistungserstellung eingesetzt werden.¹⁸⁹⁸ Bspw. könnte für Cloud Computing-Leistungen ein aktiver Markt vorliegen. In solch einem Fall wären die Rechner als separate ZGE zu deklarieren.¹⁸⁹⁹

Nach IFRS 3 sind neben den vorgenannten Vermögenswerten auch Kundenbeziehungen und der Vorteil aus günstigen Mitarbeiterverträgen ansatzfähig, wobei letzterer in der Praxis selten vorliegt,¹⁹⁰⁰ weshalb dieser nachfolgend nicht weiter betrachtet wird. In Bezug auf die **Kundenbeziehungen** sind vermutlich auch die Kriterien erfüllt, die die Ermittlung des erzielbaren Betrags auf der Ebene einer ZGE implizieren, weil die Kundenbeziehungen zum einen für die stetige Generierung von Cash Flows im Social Network genutzt werden (Kundenmodell).¹⁹⁰¹ Zum anderen sind die Kundenbeziehungen vornehmlich in Verbindung mit dem Internet-Auftritt (insb. Datensammlung) werthaltig.¹⁹⁰² Deswegen ist die Zuordnung der Kundenbeziehungen zu derjenigen ZGE naheliegend, die den Internet-Auftritt beinhaltet.

Sofern aus einem Unternehmenszusammenschluss ein **derivativer Geschäfts- oder Firmenwert** resultiert, ist dieser gemäß IAS 36 auf diejenigen ZGE aufzuteilen, „von denen angenommen wird, dass sie von den Synergien des Unternehmenszusammenschlusses profitieren werden“,¹⁹⁰³ weil der Geschäfts- oder Firmenwert „does not generate cash flows independently of other assets or groups of assets“¹⁹⁰⁴. Für die Verteilung können die nach

¹⁸⁹⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1.

¹⁸⁹⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.1.1.

¹⁸⁹⁶ Vgl. IAS 36.67; so auch: *Döring* (2005), S. 90 und 94.

¹⁸⁹⁷ IAS 36.6; IAS 36.68.

¹⁸⁹⁸ Vgl. *HFA des IDW* (2015), Rn. 58; *Baetge et al.* (2012), Rn. 83; *Brücks/Kerkhoff/Richter* (2013), Rn. 214.

¹⁸⁹⁹ Vgl. IAS 36.70 f.; IAS 36.IE5 f.

¹⁹⁰⁰ Vgl. *PwC* (2014b), Rn. 15.109 f.; *KPMG* (2014), Rn. 2.6.720.160.

¹⁹⁰¹ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.1 i.V.m. Kapitel 4.5.1.2; allgemeiner: *EY* (2015), S. 1412.

¹⁹⁰² Vgl. Kapitel 4.5.2.1; Kapitel 4.4.1.1.4.

¹⁹⁰³ Vgl. weiterführend *Orth/Rammert* (2015), S. 157 (auch Zitat); IAS 36.80–85; IAS 36.C2; IAS 36.BC144 und BC150A f.; *HFA des IDW* (2015), Rn. 70–76; *Hachmeister/Schwarzkopf* (2015), Rn. 122 und 127 f.

¹⁹⁰⁴ IAS 36.81.

IFRS 3 im Anhang zu beschreibenden Ursachen für den derivativen Geschäfts- oder Firmenwert als Anhaltspunkte dienen.¹⁹⁰⁵ Die ZGE, denen der Geschäfts- oder Firmenwert bzw. ein Teil von diesem direkt zugeordnet wird, sind jährlich und immer dann auf Wertminderungsbedarf zu prüfen, wenn Anzeichen hierfür vorliegen.¹⁹⁰⁶

4.6.2. Anzeichen für eine Wertminderung

In IAS 36 werden Anzeichen („triggering events“¹⁹⁰⁷) genannt, welche dahingehend zu beurteilen sind, ob diese in Bezug auf einen Vermögenswert bzw. ZGE vorliegen.¹⁹⁰⁸ Hierbei wird „differenziert zwischen externen (nicht im Einflussbereich des Unternehmens stehende) und internen (unternehmensspezifischen) Anlässen“¹⁹⁰⁹. Diese Liste ist ggf. um unternehmensindividuelle Anzeichen zu ergänzen.¹⁹¹⁰

Externe Anzeichen sind nach IAS 36 u. a. „significant changes with an adverse effect on the entity have taken place during the period, or will take place in the near future, in the technological, market, economic or legal environment in which the entity operates or in the market to which an asset is dedicated“¹⁹¹¹. Als interne Anzeichen wird u. a. genannt: „[E]vidence is available of obsolescence or physical damage of an asset“¹⁹¹². Nachfolgend wird an die vorgenannten Anzeichen angeknüpft.¹⁹¹³

Der Einsatz von **Hardware (Rechner), auf der die Server-Software betrieben wird**, kann bspw. durch gesetzliche Regelungen beschränkt werden, woraus ein Wertminderungsbedarf resultieren kann. Dies wäre z. B. möglich, wenn sich aus einem neuen Gesetz oder einer Rechtsprechung ergibt, dass die Daten der Nutzer nur auf Rechnern gespeichert werden dürfen, die sich im Land des Nutzers befinden, wodurch möglicherweise Teile der Rechnerkapazitäten im Ausland (zu diesem Zweck) nicht mehr genutzt werden können.¹⁹¹⁴ Ein internes Anzeichen kann der technische Ausfall einzelner Rechner sein.

Der **Internet-Auftritt** ist ein Konstrukt, welches sich aus dem Domännennamen, den nativen Apps, der Server-Software und der Datensammlung zusammensetzt. Sofern

¹⁹⁰⁵ Vgl. Meyer (2015), Rn. 354 i.V.m. Kapitel 4.5.3.1; allgemeiner: HFA des IDW (2015), Rn. 72; Senger/Brune (2013), Rn. 242; Pawelzik/Dörschell (2012), Rn. 2040; KPMG (2014), Rn. 3.10.470.30–50.

¹⁹⁰⁶ Vgl. IAS 36.10(b) und IAS 36.90; HFA des IDW (2015), Rn. 83; falls sich der Geschäfts- oder Firmenwert auf eine ZGE bezieht, aber dieser nicht direkt zugeordnet werden kann, ist diese ZGE immer dann auf Wertminderungsbedarf zu prüfen, wenn Anzeichen hierfür vorliegen: IAS 36.88 i.V.m. IAS 36.81.

¹⁹⁰⁷ Erb/Eyck/Jonas (2013), Rn. 9.

¹⁹⁰⁸ Vgl. IAS 36.12.

¹⁹⁰⁹ Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg (2015b), Rn. 19.

¹⁹¹⁰ Vgl. IAS 36.13; Baetge et al. (2012), Rn. 20, 23 und 92; Erb/Eyck/Jonas (2013), Rn. 12; Brücks/Kerkhoff/Richter (2013), Rn. 123; EY (2015), S. 1398; Deloitte (2015a), S. 583; PwC (2014b), Rn. 18.56.

¹⁹¹¹ IAS 36.12(b).

¹⁹¹² IAS 36.12(e).

¹⁹¹³ Auf die anderen in IAS 36.12 genannten Anzeichen wird nicht eingegangen, weil sie entweder (insb.) für immaterielle Vermögenswerte nicht von Bedeutung sind (z. B. IAS 36.12(a) i.V.m. Döring (2005), S. 92) oder sich abstrakt für Social Networks bzw. ohne den Bezug zu einem konkreten Unternehmen nur schwer diskutieren lassen (vgl. ähnlich Schmidt (2015), S. 178).

¹⁹¹⁴ In Anlehnung an das Safe-Harbor-Urteil des EuGH: vgl. hierzu Fuchs (2015), S. 3075.

Mitbewerber erreichen, einen Internet-Auftritt mit einem ähnlichen Nutzen oder sogar verbesserten Nutzen für die Kunden anzubieten (Marktangebotsmodell),¹⁹¹⁵ kann dies ein Anzeichen für eine Wertminderung sein. Dieses Anzeichen ist umso zwingender, wenn deswegen Core Assets (wie z. B. die Server-Software oder die Daten der Nutzer) zu Assets abzustufen sind (Ressourcenmodell).¹⁹¹⁶ Außerdem können Änderungen von Datenschutzgesetzen die Erhebung und/oder Verarbeitung der Daten der Nutzer einschränken, was auch ein Anzeichen sein kann.¹⁹¹⁷ Ein solcher Anhaltspunkt kann auch die Einführung einer neuen Version eines mobilen Betriebssystems sein, wodurch der Nutzen von nativen Apps verringert wird, die für Vorgängerversionen erstellt wurden.¹⁹¹⁸ Die Veröffentlichung von neuen Versionen von Programmiersprachen kann Auswirkungen auf die Server-Software haben,¹⁹¹⁹ wie auch ein Paradigmenwechsel im Aufbau von Datenbanksystemen (z. B. der Einsatz von nicht-relationalen Datenbankmodellen anstatt von relationalen Datenbankmodellen).¹⁹²⁰

Ein internes Anzeichen für eine Wertminderung des Internet-Auftritts kann der Rückgang der Aufrufe des Domännennamens sein.¹⁹²¹ Der Ausschluss einer nativen App von einer Internet-Plattform, über welche ausschließlich native Apps für ein bestimmtes mobiles Betriebssystem bezogen werden können (Netzwerkmodell),¹⁹²² kann auch ein solcher Anhaltspunkt sein. Die Datensammlung kann einen Wertminderungsbedarf hervorrufen, wenn bspw. die Aktivitäten der Nutzer auf der Internet-Plattform nachlässt und somit die Aktualität der Daten der Nutzer abnimmt.¹⁹²³ Dies könnte auch durch eine wesentliche Anzahl an Nutzern begründet sein, die ihre Einwilligung zur Nutzung ihrer Daten für Werbezwecke widerrufen.

In Bezug auf **Kundenbeziehungen** können Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen, wenn eine Verschärfung des Wettbewerbsumfelds zu beobachten ist (Marktangebotsmodell),¹⁹²⁴ aus dem bspw. Preiskämpfe zwischen Social Networks resultieren können, die direkte Erlösformen einsetzen (Erlösmodell).¹⁹²⁵ Des Weiteren könnte ein Anhaltspunkt sein, dass ein konjunktureller Abschwung einen Preisverfall bei Werbeanzeigen verursacht.¹⁹²⁶ Im Rahmen der Zusammenarbeit mit Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Inter-Connection kann das Einbüßen von Vorteilen wie z. B. festgelegter Bandbreiten ein Anhaltspunkt sein (Netzwerkmodell),¹⁹²⁷ weil hierdurch u. U. die Reaktionszeiten der Internet-

¹⁹¹⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3.

¹⁹¹⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.1 und Kapitel 3.7.2.3.5.2.

¹⁹¹⁷ Vgl. *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 19; *Schmidt* (2015), S. 178; *Cebr* (2013), S. 4.

¹⁹¹⁸ Vgl. *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 19.

¹⁹¹⁹ Vgl. *Döring* (2005), S. 92; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 19.

¹⁹²⁰ Vgl. Kapitel 3.1.2.2.1.4.; allgemeiner: *Bader/Pickl* (2006), S. 145.

¹⁹²¹ Vgl. ähnlich *Bader/Pickl* (2006), S. 145.

¹⁹²² Vgl. Kapitel 3.7.2.3.3.

¹⁹²³ Vgl. *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 19; *Schmidt* (2015), S. 215; zur Definition von „aktiven Nutzern“: *Hajek et al.* (2014), S. 90; *Schmidt* (2015), S. 214 f.

¹⁹²⁴ Vgl. Kapitel 3.7.2.2.3.

¹⁹²⁵ In Anlehnung an *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2059.

¹⁹²⁶ Vgl. allgemeiner *Schmidt* (2015), S. 178.

¹⁹²⁷ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.3.

Plattform verlängert werden können und dies insb. hinsichtlich der zahlenden Kunden der Kernleistung zu einer höheren Kündigungsrate führen kann.

Der **derivative Geschäfts- oder Firmenwert** kann die ausführende menschliche Arbeit der Nutzer beinhalten.¹⁹²⁸ Falls die Anzahl an Nutzern sinkt bzw. deren Aktivitäten auf der Internet-Plattform abnimmt (Netzwerkmodell), kann dies ein Anzeichen für eine Wertminderung sein.¹⁹²⁹ Selbiges gilt für den Markteintritt von neuen Mitbewerbern,¹⁹³⁰ die eine relativ hohe Wachstumsrate an Nutzern aufweisen (Marktangebotsmodell).¹⁹³¹ Die Kernkompetenzen können auch ein Bestandteil des derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts sein (Ressourcenmodell),¹⁹³² so dass eine Herabstufung der Kernkompetenzen zu Kompetenzen ein Anhaltspunkt sein kann (z. B. durch Aneignung der Kernkompetenzen durch Mitbewerber).¹⁹³³ Die Abwanderung von Mitarbeitern (insb. zu Mitbewerbern) kann auch ein Anzeichen sein, weil die Belegschaft eine Komponente des derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts ist.¹⁹³⁴

Falls Anzeichen auf einen Wertminderungsbedarf vorliegen, „this may indicate that the remaining useful life, the depreciation (amortisation) method or the residual value for the asset needs to be reviewed and adjusted in accordance with the Standard applicable to the asset, even if no impairment loss is recognised for the asset“¹⁹³⁵.

4.6.3. Wertminderungsbedarf und Wertaufholung

In Kapitel 4.6.1 wurde festgestellt, dass die betrachteten ansatzfähigen Vermögenswerte von Social Networks auf Ebene von ZGE auf **Wertminderung** zu prüfen sind, weshalb sich die nachfolgenden Ausführungen auf ZGE und nicht auf einzelne Vermögenswerte beziehen.

Der erzielbare Betrag einer ZGE ergibt sich aus dem höheren Betrag aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Abgangskosten der ZGE und Nutzungswert der ZGE.¹⁹³⁶ Sofern der erzielbare Betrag kleiner als der Gesamtbuchwert der ZGE ist, liegt eine Wertminderung vor.¹⁹³⁷ Der beizulegende Zeitwert wird anhand IFRS 13 bestimmt,¹⁹³⁸ weshalb zu dessen

¹⁹²⁸ Vgl. Kapitel 4.5.1.2.

¹⁹²⁹ Vgl. *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 19; *Schmidt* (2015), S. 178.

¹⁹³⁰ Vgl. *PwC* (2014b), Rn. 18.56.

¹⁹³¹ Vgl. *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 19; *Schmidt* (2015), S. 178.

¹⁹³² Vgl. Kapitel 4.5.1.2.

¹⁹³³ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.3.

¹⁹³⁴ Vgl. Kapitel 4.5.1.2 i.V.m. *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2059.

¹⁹³⁵ IAS 36.17.

¹⁹³⁶ Vgl. IAS 36.74.

¹⁹³⁷ Vgl. IAS 36.74, 76, 90 und 104; zur Bestimmung des Gesamtbuchwerts: *HFA des IDW* (2015), Rn. 63–69; *Linder/Rammert* (2015), S. 181 f. (m.w.N.); zur Behandlung des Wertminderungsaufwands: IAS 36.104–106 und 108; IAS 36.IE29–IE32; *HFA des IDW* (2015), Rn. 53 und 92–94; *Linder/Rammert* (2015), S. 182; zu Besonderheiten bei der Existenz von Minderheitsgesellschaftern: IAS 36.C1–C9; IAS 36.IE62–IE68J; *HFA des IDW* (2015), Rn. 102–140; *Linder/Rammert* (2015), S. 182–184 m.w.N.

¹⁹³⁸ Vgl. *Böcking/Korn* (2014), Rn. 113; *Baetge et al.* (2012), Rn. 43; *Erb/Eyck/Jonas* (2013), Rn. 39; *Brücks/Kerkhoff/Richter* (2013), Rn. 148; *Deloitte* (2015a), S. 289 und 598; *KPMG* (2014), Rn. 3.10.30.40; *EY* (2015), S. 1406; *PwC* (2014b), Rn. 18.3.

Ermittlung grundsätzlich die Verfahren der Markt-, Kosten- und Kapitalwertmethode in Betracht kommen.¹⁹³⁹ Für ZGE liegen zumeist keine Inputfaktoren vor, die den Einsatz der Marktmethode zulassen, so dass „häufig“ die Kapitalwertmethode herangezogen wird.¹⁹⁴⁰ Unter den vom beizulegenden Zeitwert abzuziehenden Abgangskosten werden „incremental costs directly attributable to the disposal of an asset or cash-generating unit, excluding finance costs and income tax expense“¹⁹⁴¹ verstanden (z. B. Kosten für Anwälte).¹⁹⁴² Gemäß IAS 36 basiert der Nutzungswert auf dem „DCF-Kalkül“¹⁹⁴³, d. h. die erwarteten künftigen Cash Flows der ZGE werden abgezinst.¹⁹⁴⁴ Es ist zu beachten, dass der Nutzungswert aus Sicht des abschlussaufstellenden Unternehmens zu ermitteln ist, wohingegen der beizulegende Zeitwert aus Sicht von Marktteilnehmern zu bemessen ist,¹⁹⁴⁵ weshalb IFRS 13 lediglich für letzteren Wertmaßstab einschlägig ist.¹⁹⁴⁶ Deshalb unterscheiden sich grundsätzlich die vorgenannten Wertmaßstäbe quantitativ voneinander.¹⁹⁴⁷ Dies kann z. B. in der unterschiedlichen Berücksichtigung von unternehmensspezifischen Synergieeffekten begründet liegen.¹⁹⁴⁸

Falls Wertminderungen verbucht werden, ist in den Folgeperioden zu jedem Abschlussstichtag zu prüfen, ob Anzeichen gegeben sind, dass „an impairment loss recognised in prior periods [...] may no longer exist or may have decreased“.¹⁹⁴⁹ In IAS 36 werden – nicht abschließend – Anhaltspunkte genannt, die größtenteils an den Anzeichen für eine Wertminderung („im umgekehrten Sinn“¹⁹⁵⁰) anknüpfen.¹⁹⁵¹ Sofern solche Anhaltspunkte vorliegen, ist der erzielbare Betrag der ZGE zu bestimmen und ggf. eine **Wertaufholung**

¹⁹³⁹ Vgl. IAS 36.6; *HFA des IDW* (2015), Rn. 15 f. i.V.m. Kapitel 4.5.2.1; *Theile/Pawelzik* (2012a), S. 211; *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2016 und 2072; *Erb/Eyck/Jonas* (2013), Rn. 34, 39 und 47; *Linder/Rammert* (2015), S. 179; die Zulässigkeit der Kostenmethode für die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Abgangskosten ist dennoch umstritten: vgl. hierzu *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015b), Rn. 9 m.w.N.

¹⁹⁴⁰ Vgl. *HFA des IDW* (2015), Rn. 16 (auch Zitat); *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2073.

¹⁹⁴¹ IAS 36.6.

¹⁹⁴² Vgl. weiterführend IAS 36.28; *Erb/Eyck/Jonas* (2013), Rn. 42.

¹⁹⁴³ *Linder/Rammert* (2015), S. 180.

¹⁹⁴⁴ Vgl. *Kuhner/Hitz* (2009), Rn. 54; *Böcking/Korn* (2014), Rn. 114; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015b), Rn. 42; ausführlich: IAS 36.74 i.V.m. IAS 36.30–57 und IAS 36.A1–A21; IAS 36.IE23–IE28; *HFA des IDW* (2015), Rn. 18–53; in Bezug auf Facebook: *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 19 f.

¹⁹⁴⁵ Vgl. *Baetge et al.* (2012), Rn. 37; *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2060 und 2071; *Deloitte* (2015a), S. 600.

¹⁹⁴⁶ Vgl. IFRS 13.6(c); *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015b), Rn. 7 und 44; *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2015; *PwC* (2014a), Rn. 5.223; *EY* (2015), S. 1406.

¹⁹⁴⁷ Vgl. IAS 36.53A; *Theile/Pawelzik* (2012a), S. 211; *PwC* (2014a), Rn. 5.229.

¹⁹⁴⁸ Vgl. weiterführend IAS 36.53A; *Erb/Eyck/Jonas* (2013), Rn. 19 und 29; *Kasperzak* (2011), S. 5 und 11; *Theile/Pawelzik* (2012a), S. 211 und 213 f.; *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2060; *HFA des IDW* (2015), Rn. 16 f.; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015b), Rn. 44 f. und 62.

¹⁹⁴⁹ Vgl. IAS 36.110 (auch Zitat).

¹⁹⁵⁰ *Baetge et al.* (2012), Rn. 111.

¹⁹⁵¹ Vgl. hierzu IAS 36.111–112 i.V.m. Kapitel 4.6.2; *Kuhner/Hitz* (2009), Rn. 132; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015b), Rn. 27 und 220; *Baetge et al.* (2012), Rn. 111–113; *Erb/Eyck/Jonas* (2013), Rn. 16 f.; *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2162; *Deloitte* (2015a), S. 651.

vorzunehmen.¹⁹⁵² Es ist zu berücksichtigen, dass für den Geschäfts- oder Firmenwert eine Wertaufholung untersagt ist.¹⁹⁵³

Falls Anzeichen für eine Wertaufholung vorliegen, „this may indicate that the remaining useful life, the depreciation (amortisation) method or the residual value may need to be reviewed and adjusted in accordance with the IFRS applicable to the asset, even if no impairment loss is reversed for the asset“¹⁹⁵⁴.

4.6.4. Angaben im Anhang

In IAS 36 werden verschiedene Angaben im Anhang gefordert bzw. empfohlen.¹⁹⁵⁵ Nachfolgend werden exemplarisch einzelne der grundsätzlich offenzulegenden Informationen genannt: Sowohl die Höhe der erfassten Wertminderungen und Wertaufholungen als auch der korrespondierenden Gesamtergebnisrechnungsposten sind differenziert nach Vermögenswertklassen anzugeben.¹⁹⁵⁶ Die Vermögenswertklassen werden anhand „a grouping of assets of similar nature and use in an entity’s operations“¹⁹⁵⁷ gebildet. Eine solche Klasse kann bspw. die erworbene Hardware (Rechner) darstellen, auf der die Server-Software betrieben wird, insb. wenn diese Rechner in der Bilanz als Unterposten der Sachanlagen ausgewiesen werden.¹⁹⁵⁸ Es sind Angaben über die „events and circumstances“ zu machen, die eine Wertminderung bzw. Wertaufholung verursacht haben.¹⁹⁵⁹ Hierfür bietet sich bspw. die Nennung der vorliegenden Wertminderungsanzeichen an.¹⁹⁶⁰ Es ist der erzielbare Betrag eines von einer Wertminderung bzw. Wertaufholung betroffenen Vermögenswerts (analog für betroffene ZGE) anzugeben und ob dem erzielbaren Betrag der beizulegende Zeitwert abzüglich Abgangskosten oder der Nutzungswert zugrunde liegt.¹⁹⁶¹ In Abhängigkeit davon sind weitere Informationen über die Ermittlung des erzielbaren Betrags offenzulegen (z. B. verwendeter Abzinsungssatz bei der Berechnung des Nutzungswerts).¹⁹⁶² Sofern eine ZGE geschäftswerttragend ist, sind ggf. weitere umfangreiche Angaben vorgeschrieben (z. B. die Schlüsselannahmen der Cash Flow-Prognosen hinsichtlich des Nutzungswerts).¹⁹⁶³

¹⁹⁵² Vgl. hierzu IAS 36.114–123; IAS 36.IE40–IE43; *Baetge et al.* (2012), Rn. 119–121.

¹⁹⁵³ Vgl. hierzu IAS 36.124 f.; IAS 36.BC187–BC191.

¹⁹⁵⁴ IAS 36.113.

¹⁹⁵⁵ Vgl. ausführlich IAS 36.126–137; IAS 36.IE80–IE89; *HFA des IDW* (2015), Rn. 95–101; in Bezug auf Internet-Auftritte: *Schmidt* (2015), S. 131 f.; *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 20; insofern der beizulegende Zeitwert abzüglich Abgangskosten im Rahmen des Wertminderungstests von Bedeutung ist, sind die Angabevorschriften des IFRS 13 nicht einschlägig; IFRS 13.7(c).

¹⁹⁵⁶ Vgl. IAS 36.126; *HFA des IDW* (2015), Rn. 96.

¹⁹⁵⁷ IAS 36.127.

¹⁹⁵⁸ Vgl. Kapitel 4.3.3.1.

¹⁹⁵⁹ Vgl. IAS 36.130(a) (auch Zitat); IAS 36.131(b).

¹⁹⁶⁰ Vgl. Kapitel 4.6.2 und Kapitel 4.6.3.

¹⁹⁶¹ Vgl. IAS 36.130(e).

¹⁹⁶² Vgl. IAS 36.130(f) und (g).

¹⁹⁶³ Vgl. hierzu IAS 36.134–136; IAS 36.IE80–IE89; *HFA des IDW* (2015), Rn. 98–101.

4.6.5. Bedeutung des Geschäftsmodells

Das **Leistungserstellungs-, Ressourcen- und Kundenmodell** können Anhaltspunkte geben, ob der erzielbare Betrag bzw. der Wertminderungsbedarf auf der Ebene des einzelnen Vermögenswerts oder auf der Ebene von ZGE zu bestimmen ist (**Basis für die Prüfung auf Wertminderung**). Denn diese Partialmodelle geben Auskunft darüber, inwiefern die Nutzung des jeweiligen Vermögenswerts im Wertschöpfungsprozess notwendig ist und ob der Vermögenswert hierbei von der zusätzlichen Nutzung anderer Vermögenswerte abhängig ist, um Cash Flows zu generieren.¹⁹⁶⁴ Bei der Zuordnung der Vermögenswerte zu ZGE kann das Leistungserstellungs- und Kundenmodell zwar eine Rolle spielen,¹⁹⁶⁵ falls jedoch ein aktiver Markt für die Leistungen eines Vermögenswerts existiert, ist die tatsächliche Verwendung des Vermögenswerts im Wertschöpfungsprozess nicht von Bedeutung.¹⁹⁶⁶ Für die Zuordnung des derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts auf ZGE wird auf dessen Entstehungsursachen zurückgegriffen, welche sich u. a. anhand des Leistungserstellungs- und Ressourcenmodells ableiten lassen.¹⁹⁶⁷

Das **Marktangebots-, Ressourcen-, Netzwerk- und Erlösmodell** können hilfreich sein, um **Anzeichen für eine Wertminderung** und eine Wertaufholung zu identifizieren und um zu beurteilen, ob diese Anzeichen vorliegen.¹⁹⁶⁸

Welcher Wert dem **erzielbaren Betrag** zugrunde liegt, ist nicht von einem Partialmodell abhängig, weil dieser unabhängig davon ermittelt wird, ob der Vermögenswert bzw. die ZGE veräußert oder weiterhin genutzt werden soll.¹⁹⁶⁹ Für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts einer ZGE kommt zumeist die Kapitalwertmethode zum Einsatz, die – wie auch der Nutzungswert – auf dem DCF-Kalkül basiert. Demzufolge können die Informationen des **Marktangebotsmodells** bspw. bei der Schätzung künftiger Cash Flows und bei der Bildung der Erwartungen über die Unsicherheit dieser Cash Flows einfließen.¹⁹⁷⁰ Das **Kostenmodell** kann Anhaltspunkte hinsichtlich der in der Cash Flow Prognose zu berücksichtigenden Cash

¹⁹⁶⁴ Vgl. Kapitel 4.6.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1, Kapitel 3.7.2.3.5 und Kapitel 3.7.2.2.1; ähnlich: *Kuhner/Hitz* (2009), Rn. 93; *Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg* (2015b), Rn. 100; *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2033; *Brücks/Kerkhoff/Richter* (2013), Rn. 212.

¹⁹⁶⁵ Vgl. ähnlich *Kuhner/Hitz* (2009), Rn. 99; *Erb/Eyck/Jonas* (2013), Rn. 87.

¹⁹⁶⁶ Vgl. Kapitel 4.6.1 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1 und Kapitel 3.7.2.2.1; ähnlich: *Küting/Dawo/Wirth* (2003), S. 178; *Döring* (2005), S. 95; *Kuhner/Hitz* (2009), Rn. 102.

¹⁹⁶⁷ Vgl. Kapitel 4.6.1 i.V.m. Kapitel 4.5.3.2.

¹⁹⁶⁸ Vgl. Kapitel 4.6.2 und Kapitel 4.6.3 i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.3, Kapitel 3.7.2.3.5, Kapitel 3.7.2.3.3 und Kapitel 3.7.2.2.2; allgemeiner: *Erb/Eyck/Jonas* (2013), Rn. 12; *Pawelzik/Dörschell* (2012), Rn. 2059.

¹⁹⁶⁹ Vgl. Kapitel 4.6.3 i.V.m. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.49–51; allgemeiner: *Wagenhofer* (2014a), S. 547.

¹⁹⁷⁰ Vgl. IFRS 13.B13 und IAS 36.33, 36 und 37 i.V.m. Kapitel 3.7.2.2.3; ähnlich: *Mindermann/Schmidt* (2013), S. 20; *Kuhner/Hitz* (2009), Rn. 67; *Baetge et al.* (2012), Rn. 52; *Erb/Eyck/Jonas* (2013), Rn. 64; *PwC* (2014b), Rn. 18.173.2; allgemeiner: *Ronen* (2014), S. 711 und 713.

Outflows geben.¹⁹⁷¹ Die Informationen aus dem **Kapitalmodell** können die Berechnung des Kalkulationszinssatzes unterstützen.¹⁹⁷²

Nach IAS 36 sind einzelne **Angaben im Anhang** anhand von Vermögenswertklassen zu strukturieren, wofür das **Leistungserstellungsmodell** hilfsweise herangezogen werden kann, um Produktions- bzw. Leistungsfaktoren bzw. „assets of similar nature and use in an entity’s operations“¹⁹⁷³ zu identifizieren.¹⁹⁷⁴ Die Informationen des **Marktangebotsmodells** können z. B. unterstützend wirken, um zu erläutern, inwiefern im Rahmen der Ermittlung des Nutzungswerts unternehmenseigene Annahmen bei den Cash Flow Prognosen von unternehmensextern verfügbaren Informationen abweichen.¹⁹⁷⁵

4.6.6. Fazit

Aus der Analyse in den vorausgegangenen Kapiteln ist ersichtlich, dass für die Durchführung des Wertminderungstests nahezu alle Partialmodelle von Bedeutung sind.¹⁹⁷⁶ In Bezug auf die notwendigen Angaben im Anhang ist dies für das Leistungserstellungs- und das Marktangebotsmodell festzustellen.¹⁹⁷⁷ Hierdurch lässt sich attestieren: Wenngleich der Geschäftsmodell-Begriff nicht explizit in IAS 36 genannt wird, spielt das Geschäftsmodell implizit eine Rolle (siehe Tabelle 17 auf S. 196).

IAS 36 i.V.m. IFRS 13	Strategie- komponente			Kunden- und Marktkomponente			Wertschöpfungs- komponente			
	Strategie	Ressourcen	Netzwerk	Kunden	Erlöse	Marktangebot	Leistungs- erstellung	Beschaffung	Finanzen	
									Kosten	Kapital
Wertmin- derungstest		●	●	●	●	●	●		●	●
Angaben im Anhang						●	●			

Tabelle 17: Bedeutung der Geschäftsmodell-Komponenten bzw. -Partialmodelle in Bezug auf IAS 36 (i.V.m. IFRS 13)¹⁹⁷⁸

¹⁹⁷¹ Vgl. IAS 36.39(b), 41 und 49 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.1; ähnlich: Lüdenbach/Hoffmann/Freiberg (2015b), Rn. 57.

¹⁹⁷² Vgl. Kapitel 4.5.2.2, IAS 36.56 f., IAS 36.A16–A19 und HFA des IDW (2015), Rn. 23 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.4.2; KPMG (2014), Rn. 3.10.300.30.

¹⁹⁷³ IAS 36.127.

¹⁹⁷⁴ Vgl. Kapitel 4.6.4 i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.

¹⁹⁷⁵ Vgl. IAS 36.134(d)(ii) i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1 und Kapitel 3.7.2.2.3.

¹⁹⁷⁶ Vgl. Kapitel 4.6.5 i.V.m. Kapitel 4.6.1, Kapitel 4.6.2 und Kapitel 4.6.3.

¹⁹⁷⁷ Vgl. Kapitel 4.6.5 i.V.m. Kapitel 4.6.4.

¹⁹⁷⁸ Quelle: eigene Darstellung.

5. Analyse der Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung

5.1. Aktuelle Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung

5.1.1. Verhältnis der Untersuchungsergebnisse zum Research Paper von *EFRAG* et al.

5.1.1.1. Betrachtete IFRS

Wenngleich der Geschäftsmodell-Begriff in den in Kapitel 4 betrachteten Standards (IAS 16, IAS 38, IFRS 3, IAS 36)¹⁹⁷⁹ nicht explizit genannt wird, spielt das Geschäftsmodell implizit eine Rolle, wie die Analyse anhand der Partialmodelle aufgezeigt hat (siehe auch überblicksartig Tabelle 18 auf S. 200).¹⁹⁸⁰ Zwar kommen *EFRAG* et al. in ihrem Research Paper mit dem Titel „The role of the business model in financial statements“ wie auch die meisten zum Research Paper Stellungnehmenden zu dem Ergebnis,¹⁹⁸¹ dass das Geschäftsmodell implizit von Bedeutung ist.¹⁹⁸² Jedoch beziehen sie sich nur vereinzelt auf Aspekte von IAS 16 und IAS 38. Vornehmlich werden andere Standards wie z. B. IFRS 8 und IAS 39 betrachtet.¹⁹⁸³

EFRAG et al. gehen in dem Research Paper auf IAS 16 ein, wobei lediglich die implizite Bedeutung des Geschäftsmodells für die Abgrenzung des Anwendungsbereichs von IAS 16 erwähnt wird.¹⁹⁸⁴ In den Stellungnahmen zum Research Paper, welche auf diese Aussage Bezug nehmen, wird dieser Ansicht zugestimmt und es werden keine weiteren geschäftsmodell-relevanten Aspekte von IAS 16 aufgezeigt.¹⁹⁸⁵ Im Research Paper wird IAS 38 nicht unter den Standards erwähnt, in denen das Geschäftsmodell implizit von Bedeutung sein soll.¹⁹⁸⁶ Hingegen wird in der Stellungnahme von *Moore Stephens LLP* auf die implizite Bedeutung des Geschäftsmodells für die Abgrenzung des Anwendungsbereichs von IAS 38 hingewiesen.¹⁹⁸⁷ Eine Aussage innerhalb der Stellungnahme des *Instituto de Contabilidad y Auditoria de*

¹⁹⁷⁹ IAS 16 i.V.m. IAS 23, IFRS 13 und IAS 1; IAS 38 i.V.m. SIC-32, IAS 23, IFRS 13, IAS 1 und IAS 8; IFRS 3 i.V.m. IFRS 13 und IAS 1; IAS 36 i.V.m. IFRS 13.

¹⁹⁸⁰ Vgl. Kapitel 4.3.4, Kapitel 4.4.4, Kapitel 4.5.4 und Kapitel 4.6.6.

¹⁹⁸¹ Research Paper: *EFRAG/ANC/FRC* (2013); Liste der Stellungnahmen: *EFRAG* (2014b); Zusammenfassung der Stellungnahmen: *EFRAG/ANC/FRC* (2014).

¹⁹⁸² Selbes Ergebnis, aber ohne Bezug zum Research Paper: *ICAEW* (2010), S. 11; *Singleton-Green* (2014), S. 702 und 704; *IFRS Foundation* (2014a), Rn. 7.

¹⁹⁸³ Unter Bezugnahme auf IFRS 8, IAS 2, IAS 16, IAS 17, IAS 39, IAS 40 und IFRIC 13: *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.30–48; zustimmend: *FEE* (2014), S. 3; *DRSC* (2014), Rn. 1; *DK* (2014), S. 4; *EBF* (2014), S. 1 und 3; *SEAG* (2014), S. 1 und 4; *Insurance Europe* (2014), S. 1; *ICAS* (2014), S. 2; *QCA* (2014), S. 2; *ASBJ* (2014), Rn. 11; ebenso zustimmend sowie erweiternd um IAS 38 und IAS 12: *Moore Stephens LLP* (2014), S. 2; ebenso zustimmend sowie erweiternd um IAS 38 und IAS 11: *ICAC* (2014), S. 1 i.V.m. *EFRAG/ANC/FRC* (2014), Rn. 21(g); ebenso zustimmend sowie erweiternd um IFRS 10: *BUSINESSEUROPE a.i.s.b.l.* (2014), S. 4; allgemeiner zustimmend: *ICAEW* (2013), Par. 7 und 11; eingeschränkt zustimmend sowie erweiternd um IAS 1, IAS 7 und IFRS 10: *DASB* (2014), S. 2.

¹⁹⁸⁴ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.34 und 5.16.

¹⁹⁸⁵ Vgl. Fn. 1983 auf S. 197.

¹⁹⁸⁶ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.35–48.

¹⁹⁸⁷ Vgl. *Moore Stephens LLP* (2014), S. 2.

Cuentas (ICAC) kann in der Weise interpretiert werden,¹⁹⁸⁸ dass die Aktivierungsmöglichkeit von Entwicklungskosten für selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte dem Leistungserstellungsmodell von bestimmten Geschäftsmodellen gerecht wird, weil zukünftiger wirtschaftlicher Nutzen aus diesen Vermögenswerten resultieren kann. In den anderen Stellungnahmen werden keine geschäftsmodell-relevanten Aspekte von IAS 38 dargelegt.¹⁹⁸⁹ IFRS 3 und IAS 36 werden in dem Research Paper nicht unter den Standards genannt, in denen das Geschäftsmodell implizit von Bedeutung sein soll.¹⁹⁹⁰ In Bezug auf IAS 36 wird allein darauf hingewiesen, dass das Geschäftsmodell keinen Einfluss darauf hat, ob der beizulegende Zeitwert abzüglich Abgangskosten oder der Nutzungswert dem erzielbaren Betrag zugrunde gelegt wird.¹⁹⁹¹ Im Gleichklang werden in den Stellungnahmen zum Research Paper keine geschäftsmodell-relevanten Aspekte von IFRS 3 und IAS 36 angesprochen.¹⁹⁹²

Der Fakt, dass nur vereinzelt im Rahmen des Research Paper auf IAS 16 (Sachanlagen) und IAS 38 (Immaterielle Vermögenswerte) sowie IAS 36 (Wertminderung von Vermögenswerten) Bezug genommen wird, kann darin begründet liegen, dass die Gruppe der *EFRAG*-Mitgliedsorganisationen, die keine nationalen Rechnungslegungsorganisationen darstellen, von Verbänden aus der Banken- und Versicherungsbranche dominiert wird.¹⁹⁹³ Die wesentlichen wirtschaftlichen Ressourcen von Banken und Versicherungen fallen in erster Linie in den Anwendungsbereich anderer Standards wie z. B. IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) und IAS 40 (Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien). Dass der Fakt auch für die Stellungnahmen gilt, kann dadurch erklärt werden, dass die von Seiten der Wirtschaft eingereichten Stellungnahmen vornehmlich der Banken- und Versicherungsbranche entstammen.¹⁹⁹⁴ Das starke Interesse dieser Branchen an der Thematik beruht wohl auf der Verwendung des Geschäftsmodell-Begriffs in IFRS 9 (Finanzinstrumente),¹⁹⁹⁵ wobei IFRS 9 der Nachfolgestandard von IAS 39 ist, der aber bisher noch nicht in der EU anzuwenden ist.

5.1.1.2. Umfang der Ergebnisse

Über die im Research Paper und in den korrespondierenden Stellungnahmen aufgezeigten Aspekte zur impliziten Bedeutung des Geschäftsmodells geht die Analyse der vorliegenden Arbeit hinaus.¹⁹⁹⁶ Nachfolgend werden mögliche Gründe hierfür aufgezeigt.

¹⁹⁸⁸ Vgl. *ICAC* (2014), S. 1 i.V.m. *EFRAG/ANC/FRC* (2014), Rn. 21(g).

¹⁹⁸⁹ Vgl. Fn. 1983 auf S. 197.

¹⁹⁹⁰ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.35–48.

¹⁹⁹¹ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.49–51.

¹⁹⁹² Vgl. Fn. 1983 auf S. 197.

¹⁹⁹³ Vgl. *EFRAG* (2014a).

¹⁹⁹⁴ Vgl. *EFRAG* (2014b).

¹⁹⁹⁵ Vgl. Kapitel 3.3.1.

¹⁹⁹⁶ Vgl. Tabelle 18 auf S. 200 i.V.m. Kapitel 5.1.1.1.

Die in dieser Arbeit betrachteten Standards werden im Gegensatz zum Research Paper und den Stellungnahmen nicht isoliert betrachtet. Es werden zusätzlich mit diesen Standards im Zusammenhang stehende Standards (z. B. IAS 23, IFRS 13) in die Analyse einbezogen.¹⁹⁹⁷

Dem Geschäftsmodell wird eine Bedeutung für die Rechnungslegung attestiert, wenn durch die anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften Bezug auf das Geschäftsmodell genommen wird (erster Fall) und/oder das Geschäftsmodell Anhaltspunkte für die Umsetzung der Rechnungslegungsvorschriften geben kann (zweiter Fall).¹⁹⁹⁸ Dementsprechend wird in dieser Arbeit angestrebt, dass beide Fälle gleichberechtigt analysiert werden. Die Stellungnehmenden zum Research Paper scheinen sich vornehmlich auf den ersten Fall fokussiert zu haben,¹⁹⁹⁹ was u. a. dadurch beeinflusst worden sein könnte, dass die im Research Paper genannten Aspekte zum ersten Fall im Vergleich zum zweiten Fall umfangreicher ausgefallen sind.²⁰⁰⁰ Hingegen zeigen die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit, dass der zweite Fall eine wesentlich umfassendere Rolle für die Rechnungslegung spielt.²⁰⁰¹

Die vorgenommene Operationalisierung des Geschäftsmodell-Konzepts anhand der Partialmodelle von *Wirtz* kann als weiterer Erklärungsansatz dienen, weil hierdurch im Vergleich zum allgemeiner gehaltenen Cash Flow Conversion Cycle eine differenziertere und systematischere Analyse ermöglicht wird.²⁰⁰² Zwar ist es kaum möglich zu erkennen, wie die Stellungnehmenden vorgegangen sind, um die Aussagen von *EFRAG* et al. zu verifizieren bzw. weitere Aspekte in Bezug auf die IFRS herauszuarbeiten, die die implizite Bedeutung des Geschäftsmodells ersichtlich machen. Jedoch kann vermutet werden, dass hierfür insb. der Cash Flow Conversion Cycle zur Orientierung gedient hat, weil die Stellungnehmenden grundsätzlich *EFRAG* et al. zustimmen, dass der Cash Flow Conversion Cycle „could be a helpful tool for determining and distinguishing business models for deriving specific accounting treatments“²⁰⁰³.

Die Fokussierung auf ein bestimmtes Geschäftsmodell (Social Networks) im Vergleich zu einer von einem konkreten Geschäftsmodell losgelösten allgemeinen Betrachtung der IFRS ermöglicht eine tiefergehende Analyse der geschäftsmodell-relevanten IFRS. Wegen dieser Fokussierung lässt sich zwar die Allgemeingültigkeit der Untersuchungsergebnisse in Frage stellen, aber der Geltungsbereich der Untersuchungsergebnisse geht vermutlich über Social Networks hinaus. In Anlehnung an die 4C-Net-Business-Model-Typologie von *Wirtz* lässt sich vermuten,²⁰⁰⁴ dass der Geltungsbereich zumindest teilweise auch Geschäftsmodelle der idealtypischen Geschäftsmodell-Variante Intra-Connection (worunter auch Social Networks

¹⁹⁹⁷ Vgl. stellvertretend Kapitel 4.3.2.

¹⁹⁹⁸ Vgl. Kapitel 1.2.

¹⁹⁹⁹ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2014), Rn. 18–21.

²⁰⁰⁰ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.31–48.

²⁰⁰¹ Vgl. stellvertretend Kapitel 4.3.1.3, Kapitel 4.4.2.3 und Kapitel 4.5.3.2.

²⁰⁰² Vgl. Kapitel 3.6.3.

²⁰⁰³ *EFRAG/ANC/FRC* (2014), Rn. 25.

²⁰⁰⁴ Vgl. Kapitel 3.7.1.

subsumiert werden) einschließt,²⁰⁰⁵ welche auf die „Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb des Internet“²⁰⁰⁶ abzielen. Denn u. a. Kunden-, Erlös-, Leistungserstellungs- und Beschaffungsmodell dieser Geschäftsmodelle können ähnlich ausgestaltet sein.²⁰⁰⁷

	Strategiekomponente			Kunden- und Marktkomponente			Wertschöpfungskomponente			
	Strategie	Ressourcen	Netzwerk	Kunden	Erlöse	Marktangebot	Leistungserstellung	Beschaffung	Finanzen	
									Kosten	Kapital
IAS 16		●		●	●	●	●	●	●	●
IAS 38		●	●	●	●	●	●	●	●	●
IFRS 3	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
IAS 36		●	●	●	●	●	●		●	●

Tabelle 18: Relevante Partialmodelle in Bezug auf IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰⁰⁸

5.1.2. Bedeutung der einzelnen Partialmodelle (insb. im Verhältnis zum Cash Flow Conversion Cycle nach EFRAG et al.)

Aus der Perspektive der Rechnungslegung stufen *EFRAG et al.* ‚Cash flow generation and value creation‘ als das bedeutendste Schlüsselcharakteristikum von Geschäftsmodellen ein.²⁰⁰⁹ Hieran anknüpfend schlagen *EFRAG et al.* den Cash Flow Conversion Cycle als Instrument vor, um Geschäftsmodelle voneinander unterscheiden und hierdurch verschiedene Bilanzierungskonsequenzen für ein und denselben Sachverhalt begründen zu können.²⁰¹⁰

Die Analyse des Cash Flow Conversion Cycle anhand des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* hat gezeigt, dass sich im Cash Flow Conversion Cycle das Ressourcen-, Kunden-, Erlös-, Leistungserstellungs-, Beschaffungs-, Kosten- und Kapitalmodell wiederfinden, wohingegen für das Strategie-, Netzwerk- und Marktangebotsmodell dies nicht der Fall ist.²⁰¹¹

²⁰⁰⁵ Vgl. ähnlich *Schmidt* (2015), S. 31.

²⁰⁰⁶ *Wirtz/Loscher* (2001), S. 455.

²⁰⁰⁷ Vgl. *Wirtz* (2013b), S. 358 f. und 371–375.

²⁰⁰⁸ Quelle: eigene Darstellung; IAS 16 i.V.m. IAS 23, IFRS 13 und IAS 1; IAS 38 i.V.m. SIC-32, IAS 23, IFRS 13, IAS 1 und IAS 8; IFRS 3 i.V.m. IFRS 13 und IAS 1; IAS 36 i.V.m. IFRS 13.

²⁰⁰⁹ Vgl. Kapitel 3.6.1.1.

²⁰¹⁰ Vgl. Kapitel 3.6.2.1.

²⁰¹¹ Vgl. Kapitel 3.6.2.2.1; Tabelle 3 auf S. 70.

Betrachtet man die Bedeutung der einzelnen Partialmodelle in Bezug auf die Standards, die für die Bilanzierung und Offenlegung der wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks relevant sind (siehe Tabelle 19 bis Tabelle 28 auf S. 202 bis S. 206), ist zu erkennen, dass die im Cash Flow Conversion Cycle enthaltenen Partialmodelle im Vergleich zum Strategie- und Netzwerkmodell eine wesentlich stärkere Rolle einnehmen. Dahingegen nimmt das Marktangebotsmodell eine ähnlich starke Rolle wie die Partialmodelle ein, die durch den Cash Flow Conversion Cycle repräsentiert werden.

Zum einen zeigen die vorgenannten Ergebnisse auf, dass der Cash Flow Conversion Cycle für die Rechnungslegung von Social Networks bereits von gewichtiger Bedeutung ist. Zum anderen ist aus der Sicht eines ganzheitlichen Geschäftsmodell-Verständnisses festzustellen, dass das Marktangebotsmodell zusätzlich zu den im Cash Flow Conversion Cycle enthaltenen Partialmodellen die Rechnungslegung von Social Networks spürbar beeinflusst. Demzufolge kristallisiert sich das Marktangebotsmodell (welches die Unternehmenssphäre fokussiert) neben dem Cash Flow Conversion Cycle als gewichtig heraus (der auf die Eigenschaften des unternehmensinternen Wertschöpfungsprozesses abzielt), um geschäftsmodell-abhängige Bilanzierungskonsequenzen abzuleiten.

Vergleicht man die Bedeutung der vorgenannten Partialmodelle für die Bilanzierungssachverhalte von Social Networks, die unter IAS 16 und IAS 38 fallen, ist zu erkennen, dass die Partialmodelle bei der Bilanzierung nach IAS 38 tendenziell eine gewichtigere Rolle inne haben (siehe Tabelle 20 auf S. 202 und Tabelle 22 bis Tabelle 28 auf S. 203 bis S. 206). Immaterielle Vermögenswerte werden insb. wegen ihrer fehlenden physischen Substanz als „ewige Sorgenkinder des Bilanzrechts“²⁰¹² bezeichnet. Dies äußert sich u. a. darin, dass die Bilanzierung von immateriellen Vermögenswerten (IAS 38) wesentlich komplexer als die Bilanzierung von materiellen Vermögenswerten (IAS 16) ist.²⁰¹³ Im Ergebnis kann vermutet werden, dass die Partialmodelle für die Bilanzierung von komplexen Sachverhalten besonders hilfreich sein können.

²⁰¹² Moxter (1979), S. 1102.

²⁰¹³ Vgl. Schruoff/Haaker (2010), Rn. 5; Baetge/von Keitz (2010), Rn. 2; Bohr (2009), S. 111.

Strategiemodell	IAS 16	IAS 38	IFRS 3	IAS 36
Anwendungsbereich				X
Ansatz				
Definitionskriterien			X	X
Erfassungskriterien ²⁰¹⁴				X
Bewertung				
Zugangsbewertung				X
Folgebewertung			X	
Offenlegung				
Ausweis in der Bilanz				X
Angaben im Anhang			●	

Tabelle 19: Bedeutung des Strategiemodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰¹⁵

Ressourcenmodell	IAS 16	IAS 38	IFRS 3	IAS 36
Anwendungsbereich				X
Ansatz				
Definitionskriterien		●	X	X
Erfassungskriterien ²⁰¹⁶	●	●	●	X
Bewertung				
Zugangsbewertung			●	X
Folgebewertung		●	X	●
Offenlegung				
Ausweis in der Bilanz		●	●	X
Angaben im Anhang		●	●	

Tabelle 20: Bedeutung des Ressourcenmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰¹⁷

²⁰¹⁴ Inklusive Wesentlichkeit.

²⁰¹⁵ Quelle: eigene Darstellung; IAS 16 i.V.m. IAS 23, IFRS 13 und IAS 1; IAS 38 i.V.m. SIC-32, IAS 23, IFRS 13, IAS 1 und IAS 8; IFRS 3 i.V.m. IFRS 13 und IAS 1; IAS 36 i.V.m. IFRS 13.

²⁰¹⁶ Inklusive Wesentlichkeit.

²⁰¹⁷ Quelle: eigene Darstellung; zzgl. Ergänzung in Fn. 2015 auf S. 202.

Netzwerkmodell	IAS 16	IAS 38	IFRS 3	IAS 36
Anwendungsbereich				
Ansatz				
Definitionskriterien				
Erfassungskriterien ²⁰¹⁸		●		
Bewertung				
Zugangsbewertung				
Folgebewertung				●
Offenlegung				
Ausweis in der Bilanz				
Angaben im Anhang			●	

Tabelle 21: Bedeutung des Netzwerkmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰¹⁹

Kundenmodell	IAS 16	IAS 38	IFRS 3	IAS 36
Anwendungsbereich		●		
Ansatz				
Definitionskriterien	●	●		
Erfassungskriterien ²⁰²⁰		●	●	
Bewertung				
Zugangsbewertung			●	
Folgebewertung	●	●		●
Offenlegung				
Ausweis in der Bilanz				
Angaben im Anhang	●		●	

Tabelle 22: Bedeutung des Kundenmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰²¹

²⁰¹⁸ Inklusive Wesentlichkeit.

²⁰¹⁹ Quelle: eigene Darstellung; zzgl. Ergänzung in Fn. 2015 auf S. 202.

²⁰²⁰ Inklusive Wesentlichkeit.

²⁰²¹ Quelle: eigene Darstellung; zzgl. Ergänzung in Fn. 2015 auf S. 202.

Erlösmodell	IAS 16	IAS 38	IFRS 3	IAS 36
Anwendungsbereich		●		
Ansatz				
Definitionskriterien	●	●		
Erfassungskriterien ²⁰²²		●	●	
Bewertung				
Zugangsbewertung			●	
Folgebewertung				●
Offenlegung				
Ausweis in der Bilanz				
Angaben im Anhang			●	

Tabelle 23: Bedeutung des Erlösmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰²³

Marktangebotsmodell	IAS 16	IAS 38	IFRS 3	IAS 36
Anwendungsbereich				
Ansatz				
Definitionskriterien		●		
Erfassungskriterien ²⁰²⁴	●	●	●	
Bewertung				
Zugangsbewertung			●	
Folgebewertung				●
Offenlegung				
Ausweis in der Bilanz				
Angaben im Anhang			●	●

Tabelle 24: Bedeutung des Marktangebotsmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰²⁵

²⁰²² Inklusive Wesentlichkeit.

²⁰²³ Quelle: eigene Darstellung; zzgl. Ergänzung in Fn. 2015 auf S. 202.

²⁰²⁴ Inklusive Wesentlichkeit.

²⁰²⁵ Quelle: eigene Darstellung; zzgl. Ergänzung in Fn. 2015 auf S. 202.

Leistungserstellungsmodell	IAS 16	IAS 38	IFRS 3	IAS 36
Anwendungsbereich	●			
Ansatz				
Definitionskriterien	●	●		
Erfassungskriterien ²⁰²⁶	●	●	●	
Bewertung				
Zugangsbewertung			●	
Folgebewertung	●	●		●
Offenlegung				
Ausweis in der Bilanz	●	●		
Angaben im Anhang	●	●	●	●

Tabelle 25: Bedeutung des Leistungserstellungsmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰²⁷

Beschaffungsmodell	IAS 16	IAS 38	IFRS 3	IAS 36
Anwendungsbereich	●	●	●	
Ansatz				
Definitionskriterien	●	●		
Erfassungskriterien ²⁰²⁸		●	●	
Bewertung				
Zugangsbewertung	●	●	●	
Folgebewertung	●			
Offenlegung				
Ausweis in der Bilanz				
Angaben im Anhang		●	●	

Tabelle 26: Bedeutung des Beschaffungsmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰²⁹

²⁰²⁶ Inklusive Wesentlichkeit.

²⁰²⁷ Quelle: eigene Darstellung; zzgl. Ergänzung in Fn. 2015 auf S. 202.

²⁰²⁸ Inklusive Wesentlichkeit.

²⁰²⁹ Quelle: eigene Darstellung; zzgl. Ergänzung in Fn. 2015 auf S. 202.

Kostenmodell	IAS 16	IAS 38	IFRS 3	IAS 36
Anwendungsbereich				
Ansatz				
Definitionskriterien				
Erfassungskriterien ²⁰³⁰	●	●	●	
Bewertung				
Zugangsbewertung	●	●	●	
Folgebewertung		●		●
Offenlegung				
Ausweis in der Bilanz	●	●		
Angaben im Anhang	●	●	●	

Tabelle 27: Bedeutung des Kostenmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰³¹

Kapitalmodell	IAS 16	IAS 38	IFRS 3	IAS 36
Anwendungsbereich				
Ansatz				
Definitionskriterien				
Erfassungskriterien ²⁰³²		●		
Bewertung				
Zugangsbewertung	●	●	●	
Folgebewertung				●
Offenlegung				
Ausweis in der Bilanz				
Angaben im Anhang	●	●	●	

Tabelle 28: Bedeutung des Kapitalmodells in IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36²⁰³³

²⁰³⁰ Inklusive Wesentlichkeit.

²⁰³¹ Quelle: eigene Darstellung; zzgl. Ergänzung in Fn. 2015 auf S. 202.

²⁰³² Inklusive Wesentlichkeit.

²⁰³³ Quelle: eigene Darstellung; zzgl. Ergänzung in Fn. 2015 auf S. 202.

5.1.3. Bedeutung des Geschäftsmodells im IFRS-Rahmenkonzept

Im Rahmenkonzept wird nicht explizit thematisiert, inwiefern das Geschäftsmodell eines Unternehmens für die Rechnungslegung von Bedeutung ist bzw. sein soll.²⁰³⁴ Es finden sich hingegen vereinzelte Anknüpfungspunkte an das Geschäftsmodell eines Unternehmens, die nachfolgend anhand des Zusammenwirkens des Rahmenkonzepts und der in dieser Arbeit betrachteten Standards aufgezeigt werden.

Das Rahmenkonzept dient dem *IASB* als konzeptionelle Grundlage für die Entwicklung neuer IFRS und der Überarbeitung geltender IFRS (d. h. Standards und Interpretationen).²⁰³⁵ Bezogen auf IAS 16, IAS 38 und IFRS 3 wird dies offensichtlich, wenn man die Definitions- und Erfassungskriterien betrachtet. Diese Kriterien basieren auf den im Rahmenkonzept enthaltenen Definitions- und Erfassungskriterien.²⁰³⁶ Für die Beurteilung, ob die wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks den Definitions- und Erfassungskriterien gemäß den einschlägigen Standards genügen, können teilweise Partialmodelle herangezogen werden (siehe zusammenfassend Tabelle 29).²⁰³⁷

Definitions- und Erfassungskriterien	Strategiekomponente			Kunden- und Marktkomponente			Wertschöpfungskomponente			
	Strategie	Ressourcen	Netzwerk	Kunden	Erlöse	Marktangebot	Leistungserstellung	Beschaffung	Finanzen	
									Kosten	Kapital
IAS 16		●		●	●	●	●	●	●	
IAS 38 ²⁰³⁸		●		●	●	●	●	●	●	
IFRS 3		●		●	●	●	●	●		

Tabelle 29: Bedeutung der Partialmodelle für die Beurteilung der wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks anhand der Definitions- und Erfassungskriterien von IAS 16, IAS 38 und IFRS 3²⁰³⁹

²⁰³⁴ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 4.17; *Abela et al.* (2014), S. 271; *IASB* (2013), S. 226.

²⁰³⁵ Vgl. CF.OB11 und *IASB* (2015f), S. A23 i.V.m. *IASB* (2015f), S. A14, Par. 5 und 6(d); zu weiteren Zwecken des Rahmenkonzepts: *Linder* (2015), S. 4.

²⁰³⁶ Vgl. Kapitel 4.3.1.1.1, Kapitel 4.3.1.2, Kapitel 4.4.1.1.1, Kapitel 4.4.1.2.1 und Kapitel 4.5.1.1.

²⁰³⁷ Vgl. Kapitel 4.3.1.3, Kapitel 4.4.1.3 und Kapitel 4.5.1.3.

²⁰³⁸ Ohne ergänzende Erfassungskriterien.

²⁰³⁹ Quelle: eigene Darstellung.

Laut dem Rahmenkonzept ist Wesentlichkeit „ein unternehmensspezifischer Aspekt der Relevanz“²⁰⁴⁰, der von dem Abschlussaufsteller i.S.d. Informationsbedürfnisse der Abschlussadressaten auszulegen ist,²⁰⁴¹ weshalb der Wesentlichkeitsbegriff in IAS 16, IAS 38 und IFRS 3 nicht konkretisiert wird.²⁰⁴² Im Rahmen der Beurteilung, ob ein Vermögenswert in der Bilanz ansatzfähig ist, ist neben den Erfassungskriterien dessen Wesentlichkeit zu beurteilen.²⁰⁴³ Für die Einschätzung, ob die Vermögenswerte von Social Networks wesentlich sind, kann auf mehrere Partialmodelle (insb. das Leistungserstellungs- und Kostenmodell) zurückgegriffen werden (siehe Tabelle 30).²⁰⁴⁴

Wesentlichkeit	Strategiekomponente			Kunden- und Marktkomponente			Wertschöpfungskomponente			
	Strategie	Ressourcen	Netzwerk	Kunden	Erlöse	Marktangebot	Leistungserstellung	Beschaffung	Finanzen	
									Kosten	Kapital
IAS 16							●		●	
IAS 38		●					●		●	
IFRS 3		●			●		●		●	

Tabelle 30: Bedeutung der Partialmodelle bei der Beurteilung der Wesentlichkeit der ansatzfähigen Vermögenswerte von Social Networks²⁰⁴⁵

Der IASB stellt im Rahmenkonzept fest, dass der künftige wirtschaftliche Nutzen eines Vermögenswerts z. B. „allein oder in Verbindung mit anderen Vermögenswerten bei der Produktion von Gütern oder Dienstleistungen, die vom Unternehmen verkauft werden, genutzt werden“²⁰⁴⁶, einem Unternehmen zufließen kann. Hieraus lässt sich die grundsätzliche Bedeutung des Leistungserstellungsmodells für die Rechnungslegung erkennen.²⁰⁴⁷ Dies äußert sich in einzelnen Standards insb. durch den Rückgriff auf Bilanzierungseinheiten.²⁰⁴⁸ Beispiele in Bezug auf die für Social Networks einschlägigen Standards sind die Bündelung von

²⁰⁴⁰ CF.QC11.

²⁰⁴¹ Vgl. Kapitel 2.2.3.1.

²⁰⁴² Vgl. Kapitel 4.3.1.2, Kapitel 4.4.1.2.5 und Kapitel 4.5.1.2.

²⁰⁴³ Vgl. CF.4.39.

²⁰⁴⁴ Vgl. Kapitel 4.3.1.3, Kapitel 4.4.1.3 und Kapitel 4.5.1.3.

²⁰⁴⁵ Quelle: eigene Darstellung.

²⁰⁴⁶ CF.4.10(a).

²⁰⁴⁷ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1 i.V.m. EFRAG/ANC/FRC (2013), Rn. 4.17.

²⁰⁴⁸ Vgl. EFRAG/ANC/FRC (2013), Rn. 4.19.

Produktions- bzw. Leistungsfaktoren zum Konstrukt Internet-Auftritt (IAS 38 i.V.m. SIC-32; IFRS 3) und die Bestimmung des erzielbaren Betrags auf der Ebene von ZGE (IAS 36).²⁰⁴⁹

Im Rahmenkonzept werden mögliche Bewertungsmaßstäbe für die Rechnungslegung lediglich kurz erläutert. Ferner sind keine Prinzipien oder Vorgaben enthalten, für welche Vermögenswerte welcher Bewertungsmaßstab anzuwenden ist.²⁰⁵⁰ Aufgrund dieser spärlichen Ausführungen im Rahmenkonzept ist es nicht möglich, von den Untersuchungsergebnissen (zur Bedeutung des Geschäftsmodells bei der Bewertung von ansatzfähigen Vermögenswerten von Social Networks) auf die Bedeutung des Geschäftsmodells für die Bewertung gemäß dem Rahmenkonzept zu schließen. Auch eine isolierte Betrachtung der Ausführungen im Rahmenkonzept lässt dies nicht zu.

In Bezug auf den Ausweis von Vermögenswerten in der Bilanz äußert sich das Rahmenkonzept wie folgt: „Die Darstellung dieser Posten [...] erfordert eine Unterteilung. So können beispielsweise Vermögenswerte [...] nach ihrer Art oder Funktion in der Geschäftstätigkeit des Unternehmens eingeteilt werden, damit Informationen bereitgestellt werden, die für die Adressaten bei deren wirtschaftlichen Entscheidungen von größtmöglichem Nutzen sind“²⁰⁵¹. Hieran knüpfen die korrespondierenden Vorschriften des IAS 1 an.²⁰⁵² Für deren Anwendung ist hinsichtlich des Ausweises der ansatzfähigen Vermögenswerte von Social Networks der Rückgriff auf das Leistungserstellungs-, Ressourcen- und Kostenmodell hilfreich.²⁰⁵³

Im Rahmenkonzept wird der Inhalt des Anhangs nicht explizit beschrieben. Bezogen auf Vermögenswerte, die nicht die Erfassungskriterien erfüllen, wird lediglich erwähnt, dass diese Vermögenswerte im Anhang angegeben werden sollten, wenn sie für die Einschätzung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage relevant sind.²⁰⁵⁴ Diese Vorgabe findet sich in IAS 38 und IFRS 3 wieder.²⁰⁵⁵ Zwar ist die Vorgabe nicht in IAS 16 enthalten, aber der zugrunde liegende Sachverhalt wird nicht in dem Standard geregelt.²⁰⁵⁶ Entsprechend dem House of IFRS ist es in diesem Fall sachgerecht, hierfür die Vorgabe im Rahmenkonzept heranzuziehen.²⁰⁵⁷ Für die Beurteilung, ob eine Angabe der nicht ansatzfähigen Vermögenswerte von Social Networks im Anhang für den Abschlussadressaten relevant ist, sind das Leistungserstellungs-, Ressourcen- und Kostenmodell von Bedeutung.²⁰⁵⁸

²⁰⁴⁹ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.5 i.V.m. Kapitel 4.4.1.3; Kapitel 4.5.1.2 i.V.m. Kapitel 4.5.1.3; Kapitel 4.6.1 i.V.m. Kapitel 4.6.5.

²⁰⁵⁰ Vgl. CF.4.54-56; *IASB* (2015a), Par. BC6.3.

²⁰⁵¹ CF.4.3.

²⁰⁵² Vgl. Kapitel 4.3.3.1, Kapitel 4.4.3.1 und Kapitel 4.5.3.1.

²⁰⁵³ Vgl. Kapitel 4.3.3.2, Kapitel 4.4.3.2 und Kapitel 4.5.3.2.

²⁰⁵⁴ Vgl. CF.4.43.

²⁰⁵⁵ Vgl. Kapitel 4.4.3.1 und Kapitel 4.5.3.1 (mit Bezug auf die Bestandteile des Geschäfts- oder Firmenwerts).

²⁰⁵⁶ Vgl. Kapitel 4.3.3.1.

²⁰⁵⁷ Vgl. Kapitel 4.2.1.

²⁰⁵⁸ Vgl. Kapitel 4.3.3.2, Kapitel 4.4.3.2 und Kapitel 4.5.3.2.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass im Rahmenkonzept dem Geschäftsmodell zwar implizit eine Bedeutung zukommt, aber nicht thematisiert wird, welche Bedeutung das Geschäftsmodell in der Rechnungslegung haben sollte. Es wäre denkbar, dass sich der Abschlussaufsteller auf das Geschäftsmodell beruft, um von Vorschriften in den IFRS gemäß dem Gebot der „fair presentation“ abzuweichen,²⁰⁵⁹ welches in der IFRS-Rechnungslegung ein Overriding Principle darstellt.²⁰⁶⁰ Da jedoch im Rahmenkonzept nicht klargestellt wird, welche Bedeutung dem Geschäftsmodell bei der Rechnungslegung bzw. bei der Erreichung der Zielsetzung der IFRS-Rechnungslegung zukommen sollte, ist das Geschäftsmodell als Rechtfertigung zur Abweichung von Vorschriften nicht sachgerecht.²⁰⁶¹

5.2. Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen durch die Bezugnahme auf das Geschäftsmodell

5.2.1. Grundsätzliche Eignung des Geschäftsmodell-Konzepts zur Unterstützung der Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen

Potenzielle Eigenkapitalgeber ziehen u. a. die IFRS-Rechnungslegung und das Geschäftsmodell-Konzept heran, um die Investitionswürdigkeit von Unternehmen zu beurteilen.²⁰⁶² Es wird in Kapitel 3.6.3 i.V.m. Kapitel 2.3 festgestellt, dass sowohl die IFRS-Rechnungslegung als auch die in dieser Arbeit betrachteten Geschäftsmodell-Konzepte an die zentrale Zielgröße von potenziellen Eigenkapitalgebern anknüpfen. Ferner ist die Rechnungslegung „als Darstellung der Unternehmung in Modellform zu interpretieren“²⁰⁶³, wozu ebenso Geschäftsmodelle dienen.²⁰⁶⁴ Deswegen kann vermutet werden, dass die Berücksichtigung des Geschäftsmodells im Rahmen der Rechnungslegung hilfreich ist, um entscheidungsnützliche Informationen (zumindest) an die potenziellen Eigenkapitalgeber zu vermitteln.

Diese Vermutung wird durch die in Kapitel 4.2 bis 4.6 vorgenommene Analyse gestützt: Zum einen wird dort aufgezeigt, dass in den betrachteten Rechnungslegungsvorschriften Bezug auf das Geschäftsmodell (bzw. die Partialmodelle) genommen wird. Zum anderen kann (bzw. können) das Geschäftsmodell (bzw. die Partialmodelle) – auch wenn in den Rechnungslegungsvorschriften kein Bezug auf das Geschäftsmodell (bzw. die Partialmodelle) genommen wird – dieses (bzw. diese) Anhaltspunkte für die Umsetzung der Rechnungs-

²⁰⁵⁹ Vgl. *SEAG* (2014), S. 3–4 i.V.m. IAS 1.19 f. (auch Zitat).

²⁰⁶⁰ Vgl. *Haaker* (2014), S. 140 f.; *Andrä* (2015), S. 34; *Erb/Pelger* (2014), S. 21; *Gebhardt/Mora/Wagenhofer* (2014), S. 109 (dort Fn. 4); weiterführend: *Ballwieser* (2013), S. 159–162.

²⁰⁶¹ Vgl. restriktiver *GDV* (2014), S. 1; als Rechtfertigung grundsätzlich ablehnend: *Insurance Europe* (2014), S. 1.

²⁰⁶² Vgl. Kapitel 1.1.

²⁰⁶³ *Kalantary* (2012), S. 62 m.w.N.

²⁰⁶⁴ Vgl. *Oehrich* (2013), S. 25; *Singleton-Green* (2014), S. 700; Kapitel 3.4.1; *Lambert* (2008), S. 279 und 281 m.w.N.

legungsvorschriften geben. Ferner können diese Ergebnisse zum Teil auf das Rahmenkonzept übertragen werden.²⁰⁶⁵

5.2.2. Anpassungsmöglichkeiten hinsichtlich IAS 16, IAS 38 und IFRS 3

Das Rahmenkonzept dient dem *IASB* als konzeptionelle Grundlage zur Er- und Überarbeitung der IFRS.²⁰⁶⁶ Dort wird nicht darauf eingegangen, welche Stellung bzw. Priorität dem Geschäftsmodell bei der Er- und Überarbeitung von IFRS zukommt.²⁰⁶⁷ Im vorausgegangenen Kapitel wurde attestiert, dass das Geschäftsmodell-Konzept als hilfreich angesehen werden kann, um entscheidungsnützliche Informationen durch die Rechnungslegung zu vermitteln. Vor diesem Hintergrund sollen in diesem und dem nachfolgenden Kapitel Ansatzpunkte innerhalb der für Social Networks einschlägigen IFRS aufgezeigt werden, bei denen ein expliziter Verweis auf das Geschäftsmodell bzw. die Partialmodelle zur Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen führen könnte. Hierbei wird exemplarisch auf das Leistungserstellungsmodell abgestellt, weil zum einem diesem Partialmodell eine Bedeutung für die Rechnungslegung durch das Rahmenkonzept zukommt.²⁰⁶⁸ Zum anderen sind in den im Rahmen dieser Arbeit betrachteten Standards Bezüge zu diesem Partialmodell zu erkennen.²⁰⁶⁹ Außerdem findet sich das Leistungserstellungsmodell im Cash Flow Conversion Cycle wieder.²⁰⁷⁰

Das Leistungserstellungsmodell stellt die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren und den Wertschöpfungsprozess dar, in welchen die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren eingehen, um die angebotenen Dienstleistungen erbringen zu können.²⁰⁷¹ Das Leistungserstellungsmodell dient neben der Darstellung der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren dazu, diese zu gewichten.²⁰⁷² Die Gewichtung kann durch Zuhilfenahme des Ressourcenmodells erfolgen, weil dieses Partialmodell die „bedeutenden tangiblen und intangiblen Input-Faktoren“²⁰⁷³ des Geschäftsmodells aufzeigt.²⁰⁷⁴ Hierfür werden aus den Produktions- bzw. Leistungsfaktoren u. a. Core Assets identifiziert. Core Assets zeichnen sich durch eine besondere Werthaltigkeit, relative Knappheit, schwere Imitierbarkeit und schwere Substituierbarkeit aus.²⁰⁷⁵ Für Rechnungslegungszwecke könnten als gewichtige Produktions- bzw. Leistungsfaktoren z. B. diejenigen eingestuft werden, die zumindest *eine* Eigenschaft von Core Assets aufweisen, was

²⁰⁶⁵ Vgl. Kapitel 5.1.3.

²⁰⁶⁶ Vgl. Kapitel 5.1.3.

²⁰⁶⁷ Vgl. Kapitel 5.1.3.

²⁰⁶⁸ Vgl. Kapitel 5.1.3.

²⁰⁶⁹ Vgl. stellvertretend Kapitel 4.2.3.

²⁰⁷⁰ Vgl. Kapitel 3.6.2.2.1.

²⁰⁷¹ Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 146; Kapitel 3.4.2.2.1.

²⁰⁷² Vgl. *Wirtz* (2013a), S. 147.

²⁰⁷³ *Wirtz* (2013a), S. 129.

²⁰⁷⁴ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

²⁰⁷⁵ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.1.

z. B. für die geschäftsmodell-relevantesten Produktions- bzw. Leistungsfaktoren von Social Networks zutreffen sollte.²⁰⁷⁶

Es lässt sich vermuten, dass potenzielle Eigenkapitalgeber daran interessiert sind, inwiefern ein Social Network Zugriff auf die gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren hat, um seine Dienstleistungen erbringen zu können.²⁰⁷⁷ Hierfür müssen die gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren aus dem Abschluss ersichtlich werden, falls diese wirtschaftliche Ressourcen i.S.d. *IASB* darstellen sollten,²⁰⁷⁸ was bedeutet, dass der Abschlussaufsteller Zugriff auf diese Produktions- bzw. Leistungsfaktoren hat und diese die Fähigkeit besitzen, wirtschaftlichen Nutzen zu stiften.²⁰⁷⁹ Demzufolge ist, falls die Entscheidung über den Ansatz eines gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktors ermessenbehaftet sein sollte, der Ansatz dem Nicht-Ansatz vorzuziehen, um hierdurch den potenziellen Eigenkapitalgebern zu signalisieren, dass ein zukünftiger wirtschaftlicher Nutzenzufluss als wahrscheinlich eingestuft wird.

Vor dem Hintergrund des Rahmenkonzepts und dessen bilanztheoretischer Einordnung ist der Bilanz im Vergleich zum Anhang ein höherer Stellenwert zuzuschreiben.²⁰⁸⁰ Dementsprechend ist der separate Ausweis der (aktivierten) gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren in der Bilanz gegenüber der Angabe im Anhang zu bevorzugen.²⁰⁸¹

Durch die Vorschriften in IAS 16, IAS 38 und IFRS 3 wird ein vollständiger Ansatz und Ausweis sowie eine vollständige Angabe der gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren, die wirtschaftliche Ressourcen i.S.d. *IASB* darstellen, im Abschluss nicht zwingend gewährleistet: Die Beurteilung der Wesentlichkeit von ansatzfähigen Vermögenswerten wird in diesen Standards nicht angesprochen, weshalb sich hierfür der Rückgriff auf die sehr allgemeinen Ausführungen zur Wesentlichkeit im Rahmenkonzept anbietet.²⁰⁸² In IAS 16 wird nicht darauf eingegangen, wie mit Sachanlagen im Anhang zu verfahren ist, die zwar die Definitions- aber nicht die Erfassungskriterien erfüllen.²⁰⁸³ In IAS 38 wird lediglich empfohlen, wesentliche immaterielle Vermögenswerte im Anhang kurz zu beschreiben, die nicht den Erfassungskriterien genügen.²⁰⁸⁴

²⁰⁷⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.5.2; Tabelle 6 auf S. 104.

²⁰⁷⁷ Zwar weist das *IASB* im Rahmenkonzept darauf hin, dass die IFRS-Rechnungslegung nicht darauf abzielt, den Wert eines Unternehmens darzustellen. Jedoch sollen die Rechnungslegungsinformationen die Adressaten bei der Einschätzung des Unternehmenswerts unterstützen: vgl. CF.OB7; bei der (Unternehmens-)Bewertung von Social Networks sind Informationen über die gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren notwendig: vgl. hierzu *Maaß/Pietsch* (2010); *Gneiser et al.* (2012).

²⁰⁷⁸ In Anlehnung an CF.OB14.

²⁰⁷⁹ Vgl. Kapitel 4.1.2; Tabelle 7 auf S. 117.

²⁰⁸⁰ Vgl. Kapitel 2.2.4 und Kapitel 2.3.3 i.V.m. *Linder* (2015), S. 40 f.

²⁰⁸¹ Vgl. ähnlich *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 5.28; allgemeiner mit Bezug auf empirische Ergebnisse: *Wagenhofer/Ewert* (2007), S. 94.

²⁰⁸² Vgl. Kapitel 4.3.1.2, Kapitel 4.4.1.2.5 und Kapitel 4.5.1.2 i.V.m. CF.4.39.

²⁰⁸³ Vgl. Kapitel 4.3.3.1.

²⁰⁸⁴ Vgl. Kapitel 4.4.3.1.

Sofern die gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren die Erfassungskriterien erfüllen, kann deren Ansatz in der Bilanz mit Verweis auf den Wesentlichkeitsgrundsatz verneint werden.²⁰⁸⁵ Hierfür muss der Abschlussaufsteller die Art und die wertmäßige Größe des Postens aus der Sicht der Abschlussadressaten beurteilen.²⁰⁸⁶ Da es sich um gewichtige Produktions- bzw. Leistungsfaktoren handelt, sind diese Vermögenswerte von ihrer Art her als wesentlich einzustufen. Um zu verhindern, dass diese aufgrund ihrer geringen wertmäßigen Größe und aus Kosten-Nutzen-Aspekten nicht durch den Abschlussaufsteller angesetzt werden,²⁰⁸⁷ könnte eine Vorschrift in IAS 16 und IAS 38 eingefügt werden, dass gewichtige Produktions- bzw. Leistungsfaktoren, die die Erfassungskriterien erfüllen, stets anzusetzen sind. Überdies könnte gefordert werden, dass diese Produktions- bzw. Leistungsfaktoren in der Bilanz separat ausgewiesen werden müssen. Dies könnte zwar aktuell bereits durch die allgemeinen Ausweisvorschriften in IAS 1 gewährleistet sein,²⁰⁸⁸ jedoch ist es ermessensbehaftet, in welcher Art und Weise der Abschlussaufsteller diese allgemeinen Regelungen für konkrete Sachverhalte auslegt.²⁰⁸⁹ Analog zu IAS 16 und IAS 38 würde durch IFRS 3 zu einem separaten Ansatz und Ausweis verpflichtet werden, so dass die gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren vom derivativen Geschäfts- oder Firmenwert abgesetzt werden.²⁰⁹⁰

Um das Ziel zu erreichen, die gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren möglichst vollständig im Abschluss aufzuzeigen, wäre es geboten, diejenigen gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren im Anhang anzugeben, die zwar die Definitions- aber (noch) nicht die Erfassungskriterien gemäß IAS 16 und IAS 38 erfüllen. Hierunter könnte z. B. ein sich in der Entwicklung befindlicher Internet-Auftritt fallen, der noch nicht die ergänzenden Erfassungskriterien des IAS 38 kumulativ erfüllt.²⁰⁹¹ Selbiges könnte für gewichtige Produktions- bzw. Leistungsfaktoren vorausgesetzt werden, die zwar wirtschaftliche Ressourcen i.S.d. *IASB* darstellen, aber die Definitionskriterien nicht erfüllen. Aus letzterem würden bspw. Angaben zur Hardware (Rechner) resultieren, die durch Dienstleister zur Verfügung gestellt wird (Cloud Computing).²⁰⁹² In Anlehnung hieran wären nach IFRS 3 die nicht ansatzfähigen gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren entweder bei der Beschreibung der Entstehungsursache des derivativen Geschäfts- oder Firmenwerts zu nennen oder separat anzugeben, sofern sie nicht zu dessen Entstehung beigetragen haben sollten, aber

²⁰⁸⁵ Vgl. CF.4.39.

²⁰⁸⁶ Vgl. Kapitel 2.2.3.1.

²⁰⁸⁷ Vgl. *Rogler/Schmidt/Tettenborn* (2014), S. 580; *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 14.

²⁰⁸⁸ Vgl. Kapitel 4.3.3.1; Kapitel 4.4.3.1.

²⁰⁸⁹ Vgl. allgemeiner *IASB* (2013), Par. 7.13.

²⁰⁹⁰ Dieser Vorschlag kann als Eingabe für das Forschungsprojekt „Goodwill and Impairment“ des *IASB* dienen. Das Forschungsprojekt ist aus dem im Jahr 2015 abgeschlossenen Post-implementation Review des IFRS 3 hervorgegangen. Das Forschungsprojekt befasst sich u. a. damit, ob gewisse immaterielle Vermögenswerte, die aktuell im Rahmen von IFRS 3 separat anzusetzen sind, zukünftig in den derivativen Geschäfts- oder Firmenwert eingehen sollten: vgl. hierzu *IASB* (2015e), Rn. 3.

²⁰⁹¹ Vgl. Kapitel 4.4.1.2.4.2.

²⁰⁹² Vgl. Kapitel 4.3.1.1.1; in Anlehnung an *SASB* (2014), S. 6.

dem Unternehmenszusammenschluss zuzurechnen sind (wie z. B. ggf. die Daten der Nutzer).²⁰⁹³

Entsprechend dem im Rahmenkonzept enthaltenen Schema zur Anwendung der qualitativen Anforderungen auf konkrete Sachverhalte würden die oben dargestellten ergänzenden Vorschriften für IAS 16, IAS 38 und IFRS 3 dazu dienen, dass die für die potenziellen Eigenkapitalgeber relevanten Sachverhalte i.S.v. gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren im Abschluss enthalten sind, sofern sie wirtschaftliche Ressourcen i.S.d. *IASB* darstellen.²⁰⁹⁴ Aufgrund des verpflichtenden *separaten* Ausweises in der Bilanz bzw. der *obligatorischen* Angabe im Anhang wären für potenzielle Eigenkapitalgeber hinsichtlich eines einzelnen Social Network vollständigere Informationen vorhanden.²⁰⁹⁵ Ferner könnten potenzielle Eigenkapitalgeber beim Vergleich mehrerer Social Networks besser einschätzen, inwiefern sich die Social Networks in Bezug auf die Zugriffsmöglichkeiten und den erwarteten zukünftigen Nutzenzufluss hinsichtlich der gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren unterscheiden.²⁰⁹⁶

5.2.3. Anpassungsmöglichkeiten hinsichtlich IAS 36

Der erzielbare Betrag wird gemäß IAS 36 grundsätzlich aus dem höheren Betrag aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Abgangskosten und Nutzungswert bestimmt.²⁰⁹⁷ Dies gilt unabhängig davon, wie der bzw. die auf Wertminderung zu prüfende Vermögenswert bzw. ZGE im Unternehmen eingesetzt wird.²⁰⁹⁸ Dementsprechend ist das Leistungserstellungsmodell an dieser Stelle nicht von Bedeutung. Dies ist nachvollziehbar, wenn man die Grundlage für Schlussfolgerungen des IAS 36 betrachtet. Dort wird ausgeführt, dass der erzielbare Betrag eines Vermögenswerts „should reflect the likely behaviour of a rational management“ und „no preference should be given to the market’s expectation of the recoverable amount of an asset (basis for net selling price) over a reasonable estimate performed by the individual enterprise which owns the asset (basis for value in use) or vice versa“.²⁰⁹⁹

Würde man dem Leistungserstellungsmodell eine Bedeutung bei der Bestimmung des erzielbaren Betrags beimessen wollen, wäre es naheliegend, die Vorschrift anzupassen. Der

²⁰⁹³ Vgl. Kapitel 4.5.1.2.

²⁰⁹⁴ Vgl. zum Schema Kapitel 2.2.3.2.

²⁰⁹⁵ In Anlehnung an *Hoogervorst* (2012), S. 4: „If our standards were to provide too much room for recognition of intangible assets, the potential for mistakes or abuse would be immense. In such circumstances, it is better for our standards to require more qualitative reporting than pseudo-exact quantitative reporting“.

²⁰⁹⁶ Vgl. ähnlich *EFRAG* et al. (2013), Rn. 36; dies wäre wohl auch i.S.v. *ICAEW* (2010), S. 10: „Many – perhaps most – businesses are not differentiated by their broad business model, but by their ability to execute better than their competitors. Execution ability is not something that will be shown by disclosure of the business model. It is something that can only be demonstrated by performance – that is, by financial reporting“.

²⁰⁹⁷ Vgl. Kapitel 4.6.3.

²⁰⁹⁸ Vgl. Kapitel 4.6.5.

²⁰⁹⁹ Vgl. IAS 36.BCZ23 (auch Zitate).

Umfang der Anpassung wäre jedoch davon abhängig, welchen Stellenwert dem Leistungserstellungsmodell eingeräumt werden würde.

Sofern ein Verweis auf das Leistungserstellungsmodell die geltende Vorschrift lediglich ergänzen sollte, wäre es denkbar, dass für Vermögenswerte (wie auch ZGE), die Bestandteil des Wertschöpfungsprozesses sind, der Nutzungswert verpflichtend zu ermitteln wäre. Der beizulegende Zeitwert abzüglich Abgangskosten wäre nur zu bestimmen, wenn der Nutzungswert den Buchwert unterschreiten würde. Falls der beizulegende Zeitwert abzüglich Abgangskosten im Gegensatz zum Nutzungswert den Buchwert übersteigen würde und somit keine Wertminderung erfasst werden würde, wäre die Angabe des Nutzungswerts und des Buchwerts im Anhang obligatorisch. Hierdurch wäre es potenziellen Eigenkapitalgebern möglich, die Information aus dem Anhang in ihre Entscheidung einfließen zu lassen, falls sie dem geschäftsmodell-relevanten Wert eine höhere Aussagekraft beimessen sollten. Zwar lässt sich das geschilderte Vorgehen zur Ermittlung des erzielbaren Betrags auch durch den geltenden IAS 36 nachbilden, weil nicht vorgeschrieben ist, welcher Wert zuerst zu berechnen ist.²¹⁰⁰ Jedoch würde es sich im oben beschriebenen Fall bei der Anhangangabe des Nutzungswerts um eine freiwillige Angabe durch den Abschlussaufsteller handeln, die im geltenden IAS 36 nicht thematisiert wird.²¹⁰¹

Falls dem Leistungserstellungsmodell oberste Priorität eingeräumt werden sollte, wäre für Vermögenswerte (wie auch ZGE), die Bestandteil des Wertschöpfungsprozesses sind, lediglich der Nutzungswert als erzielbarer Betrag anzuerkennen und somit dieser Wert stets dem Wertminderungstest zugrunde zu legen.²¹⁰²

Für beide oben dargestellte Anpassungsvarianten – wie auch für die bestehende Vorschrift – könnte unter Bezugnahme auf die grundlegenden qualitativen Anforderungen des Rahmenkonzepts argumentiert werden,²¹⁰³ dass diese Vorschriften relevante Informationen generieren würden und diese glaubwürdig darstellbar wären, wobei die jeweils eingenommene Position vornehmlich davon abhängig ist, welche Bedeutung dem Geschäftsmodell in der Rechnungslegung beigemessen wird.²¹⁰⁴

5.3. Zukünftige Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung

5.3.1. Bedeutung des Geschäftsmodells vor dem Hintergrund des laufenden Projekts zur Überarbeitung des IFRS-Rahmenkonzepts

Das aktuelle Rahmenkonzept wurde im Jahr 2010 durch den *IASB* verabschiedet.²¹⁰⁵ Dieses besteht einerseits aus den Ergebnissen des Rahmenkonzept-Projekts aus dem Jahr 2010,

²¹⁰⁰ Vgl. IAS 36.19.

²¹⁰¹ Vgl. IAS 36.126–136.

²¹⁰² Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.51.

²¹⁰³ Vgl. zu den grundlegenden qualitativen Anforderungen Kapitel 2.2.3.1.

²¹⁰⁴ Vgl. allgemeiner *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.51.

²¹⁰⁵ Vgl. *IASB* (2015f), S. A21.

welches die Überarbeitung der Zielsetzung der Rechnungslegung und der qualitativen Anforderungen an entscheidungsnützliche Informationen zum Gegenstand hatte.²¹⁰⁶ Andererseits wurden die Inhalte des von 1989 bis 2010 einschlägigen Rahmenkonzepts übernommen,²¹⁰⁷ die nicht Gegenstand des Rahmenkonzept-Projekts gewesen sind.²¹⁰⁸ Es wird weiterhin Überarbeitungsbedarf hinsichtlich des Rahmenkonzepts gesehen,²¹⁰⁹ so dass zunächst im Jahr 2013 ein Diskussionspapier (DP/2013/1) durch den *IASB* veröffentlicht wurde.²¹¹⁰ Nach den Rückmeldungen zum DP/2013/1 hat der *IASB* ein Entwurfspapier (ED/2015/3) im Mai 2015 publiziert und bis Ende November 2015 um Stellungnahmen gebeten.²¹¹¹ Es wird vom *IASB* anvisiert, das Projekt zur Überarbeitung des Rahmenkonzepts im Jahr 2016 abzuschließen.²¹¹²

Im aktuellen Rahmenkonzept wird nicht darauf eingegangen, welche Bedeutung dem Geschäftsmodell in Bezug auf die Rechnungslegung zukommen sollte.²¹¹³ Im **DP/2013/1** wird zwar darauf hingewiesen, dass das Geschäftsmodell direkt oder indirekt in mehreren Standards von Bedeutung ist, wobei von den in dieser Untersuchung betrachteten Standards lediglich IAS 16 genannt wird.²¹¹⁴ Trotz des vorhandenen Bewusstseins über die Bedeutung des Geschäftsmodells in geltenden Standards wird es als nicht notwendig erachtet, „hierzu im Rahmenkonzept Stellung zu nehmen“²¹¹⁵ und dort den Begriff Geschäftsmodell zu definieren.²¹¹⁶ Ersteres bleibt unbegründet.²¹¹⁷ Letzteres wird mit dem Verweis auf unterschiedliche Auffassungen über den Geschäftsmodell-Begriff gerechtfertigt.²¹¹⁸

Es wird im DP/2013/1 lediglich angemerkt, dass „financial statements can be made more relevant if the IASB considers, when it develops or revises particular Standards, how an entity conducts its business activities“²¹¹⁹. Anschließend wird darauf hingewiesen, dass dies bei den vorgeschlagenen Änderungen des Rahmenkonzepts in den folgenden Bereichen Berücksichtigung gefunden hat: Auswahl des Bewertungsmaßstabs, Aggregationsgrad beim Ausweis von Informationen im Abschluss, Ausweis von Erträgen und Aufwendungen in der Gesamtergebnisrechnung.²¹²⁰

²¹⁰⁶ Vgl. *IASB* (2010), S. 1–66.

²¹⁰⁷ Vgl. *Kommission der europäischen Gemeinschaften* (2003), S. 15–39.

²¹⁰⁸ Vgl. *IASB* (2015f), S. A21.

²¹⁰⁹ Vgl. *IASB* (2015b), S. 6; zur Historie des Projekts zur Überarbeitung des Rahmenkonzepts ausführlich: *IASB* (2015a), Par. BCIN.3–BCIN.7.

²¹¹⁰ Vgl. *IASB* (2013), Par. 1.5.

²¹¹¹ Vgl. *IASB* (2015b), S. 6 und 8 f. i. V. m. *IASB* (2015d), S. 8; *IASB* (2015a).

²¹¹² Vgl. *Lüdenbach/Freiberg* (2015), S. 3116; *Erb/Pelger* (2015b), S. 1064.

²¹¹³ Vgl. Kapitel 5.1.3.

²¹¹⁴ Vgl. *IASB* (2013), Par. 9.24–28.

²¹¹⁵ *Erb/Pelger* (2013), S. 522; so auch: *Wagenhofer* (2014a), S. 546; *Gebhardt/Mora/Wagenhofer* (2014), S. 114.

²¹¹⁶ Vgl. *IASB* (2013), Par. 9.32.

²¹¹⁷ Vgl. *Wagenhofer* (2014a), S. 546.

²¹¹⁸ Vgl. *IASB* (2013), Par. 9.29.

²¹¹⁹ *IASB* (2013), Par. 9.32.

²¹²⁰ Vgl. *IASB* (2013), Par. 9.33 f.

Die Auswahl des Bewertungsmaßstabs für die Folgebewertung von Vermögenswerten soll davon abhängig gemacht werden, wie der Vermögenswert zu künftigen Cash Flows beiträgt.²¹²¹ Hierbei werden vier mögliche Varianten genannt: „using it in business operations to generate revenues or income“, „selling it“, „holding it for collection according to terms“ und „charging others for rights to use it“.²¹²² Bei der Entscheidung über die Aggregation und Disaggregation von Informationen in der Bilanz und im Anhang soll bspw. „the function of the item – that is, the primary activities (and assets and liabilities used in those activities) in which the entity is engaged, such as selling goods, providing services, manufacturing, advertising, marketing, business development or administration“ beachtet werden.²¹²³

Die Mehrzahl der Stellungnehmenden, die auf die Ausführungen zum Geschäftsmodell im DP/2013/1 Bezug genommen haben, kritisieren, dass im zukünftigen Rahmenkonzept eine Definition des Geschäftsmodell-Begriffs unterbleiben bzw. nicht explizit auf die Bedeutung des Geschäftsmodells für die Rechnungslegung eingegangen werden soll.²¹²⁴ Dennoch wird im **ED/2015/3** weiterhin davon abgesehen.²¹²⁵ Zum einen wird der Geschäftsmodell-Begriff im ED/2015/3 weder verwendet noch definiert, weil laut dem *IASB* kein einheitliches Begriffsverständnis unter den Unternehmensberichterstattungsorganisationen (u. a. *IIRC*, *EFRAG*) herrschen soll.²¹²⁶ Zum anderen wird das Geschäftsmodell analog zum DP/2013/1 nur partiell als relevant für die Rechnungslegung angesehen. Dieser Wertung soll nur implizit im Rahmenkonzept Rechnung getragen werden. Neben den im DP/2013/1 genannten relevanten Bereichen wird zusätzlich die Bildung von Bilanzierungseinheiten aufgelistet.²¹²⁷

Gemäß dem ED/2015/3 kann als Begründung für die Verwendung von Bilanzierungseinheiten bspw. angeführt werden, dass „rights and obligations [...] are used together in the context of the business activities conducted by the entity to produce cash flows and are measured by reference to the estimates of their interdependent future cash flows“²¹²⁸. Hinsichtlich der Auswahl von Bewertungsmaßstäben wird festgestellt, dass „how that asset [...] contributes to future cash flows [...] will depend in part on the nature of the business activities conducted by the entity“²¹²⁹. Laut dem ED/2015/3 bedingen die Klassifizierung und Aggregation bzw. Disaggregation von Posten einander. Hierbei ist in Bezug auf den jeweiligen Posten „its role (function) within the business activities conducted by the entity“ zu berücksichtigen.²¹³⁰

²¹²¹ Vgl. *IASB* (2013), Par. 6.73.

²¹²² Vgl. *IASB* (2013), Par. 6.74 (auch Zitate).

²¹²³ Vgl. *IASB* (2013), Par. 7.26 (auch Zitat) und 7.41 (dort Tabelle 7.1).

²¹²⁴ Vgl. *Sorrentino/Smarra* (2015), S. 15; *IFRS Foundation* (2014b), Rn. 3(b) und 14.

²¹²⁵ Vgl. *IASB* (2015a), Par. BCIN.31 und BCIN.33.

²¹²⁶ Vgl. *IASB* (2015a), Par. BCIN.31.

²¹²⁷ Vgl. *IASB* (2015a), Par. BCIN.33 f.

²¹²⁸ *IASB* (2015b), Par. 4.62(a).

²¹²⁹ *IASB* (2015b), Par. 6.54(a); *IASB* (2015b), Par. 6.76 und 6.30.

²¹³⁰ Vgl. *IASB* (2015b), Par. 7.10 (auch Zitat) i.V.m. 7.14.

Zieht man die Partialmodelle von *Wirtz* heran, lässt sich in den Ausführungen des DP/2013/1 und ED/2015/3 zur Bedeutung des Geschäftsmodells und dessen partielle Implementierung erkennen, dass das Kunden- und Leistungserstellungsmodell als relevant für bestimmte Teilbereiche der Rechnungslegung eingestuft werden. Denn aus diesen Partialmodellen geht u. a. hervor, was die angebotenen Produkte bzw. Dienstleistungen des Unternehmens sind und mit welchen wesentlichen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren die angebotenen Produkte bzw. Dienstleistungen generiert werden.²¹³¹

Im ED/2015/3 werden in einzelnen Teilbereichen der Rechnungslegung das Kunden- und Leistungserstellungsmodell als bedeutend für die Rechnungslegung angeführt, aber diese Partialmodelle werden dort lediglich als einer von mehreren (potenziell) zu berücksichtigenden bzw. abzuwägenden Faktoren bzw. Kriterien genannt.²¹³² Deswegen ist es vor dem Hintergrund des ED/2015/3 nicht möglich, fundiert abzuschätzen, in welcher Weise sich die Bedeutung des Geschäftsmodells bzw. der vorgenannten Partialmodelle auf die künftige Er- und Überarbeitung von Standards auswirken könnte. Dies gilt auch für den Aspekt, diese Partialmodelle als Rechtfertigung verwenden zu können, um von Vorschriften in Standards aufgrund des Gebots der Fair Presentation abzuweichen.²¹³³ Demzufolge bleibt abzuwarten, inwiefern die vorgenannten Partialmodelle in die abschließend überarbeitete Version des Rahmenkonzepts Eingang finden werden.

Zumindest lässt sich festhalten, dass die in den Kapiteln 5.2.2 und 5.2.3 für einzelne IFRS aufgezeigten Anpassungsmöglichkeiten, die aufgrund der impliziten Bedeutung des Leistungserstellungsmodells im aktuellen Rahmenkonzept hergeleitet wurden,²¹³⁴ auch vor dem Hintergrund des ED/2015/3 (und ggf. des künftigen Rahmenkonzepts) weiterhin in Betracht kommen könnten. Dies lässt sich damit begründen, dass von einer prominenten Rolle des Leistungserstellungsmodells für die Herleitung der Anpassungsmöglichkeiten ausgegangen wird und sich die Anpassungsmöglichkeiten u. a. auf den Ausweis in der Bilanz und im Anhang sowie die Auswahl des Bewertungsmaßstabs beziehen.²¹³⁵ Dies deckt sich mit den Bereichen, in denen laut dem ED/2015/3 die Berücksichtigung des Leistungserstellungsmodells zu relevanteren Informationen führen könnte.

5.3.2. Würdigung des ED/2015/3

Das *IASB* sieht im ED/2015/3 von einer Definition des Geschäftsmodell-Begriffs ab.²¹³⁶ Die diesbezüglich vom *IASB* angeführte Begründung, die sich auf das Fehlen einer einheitlichen Definition des Geschäftsmodell-Begriffs bezieht, ist nachvollziehbar. Zum einen

²¹³¹ Vgl. Kapitel 3.4.2.2.1.

²¹³² Vgl. stellvertretend in Bezug auf die Auswahl der Bewertungsmethode *IASB* (2015b), Par. 6.49 i.V.m. 6.53–63.

²¹³³ Vgl. Kapitel 5.1.3.

²¹³⁴ Vgl. Kapitel 5.1.3.

²¹³⁵ Vgl. Kapitel 5.2.2 und Kapitel 5.2.3.

²¹³⁶ Vgl. Kapitel 5.3.1.

steht die Begründung im Einklang mit der Literaturmeinung, dass noch keine allgemein akzeptierte Definition des Geschäftsmodell-Begriffs existiert. Diese Aussage gilt sowohl für die Betriebswirtschaftslehre im Allgemeinen als auch die Finanzberichterstattung im Speziellen.²¹³⁷ Zum anderen wird die angeführte Begründung des *IASB* durch das Ergebnis des Vergleichs der Begriffsdefinition des *IIRC* mit der Begriffsdefinition von *Wirtz* gestützt.²¹³⁸ Folglich ist das Weglassen einer Geschäftsmodell-Definition im Rahmenkonzept gerechtfertigt.²¹³⁹

Dahingegen ist das Vorgehen des *IASB* im ED/2015/3 zu kritisieren, weiterhin davon abzusehen, sich im Rahmenkonzept explizit zur Bedeutung des Geschäftsmodells für die Rechnungslegung zu äußern.²¹⁴⁰ Stattdessen wird nur in der Grundlage für Schlussfolgerungen (Basis for Conclusions) darauf eingegangen,²¹⁴¹ die kein integraler Bestandteil des Rahmenkonzepts ist.²¹⁴² Folgende Gründe sprechen gegen dieses Vorgehen: In verschiedenen Standards wird der Geschäftsmodell-Begriff verwendet.²¹⁴³ Sowohl im DP/2013/1 als auch im ED/2015/3 wird festgestellt, dass die Berücksichtigung des Geschäftsmodells in verschiedenen Teilbereichen der Rechnungslegung zu entscheidungsnützlicheren Informationen führen kann.²¹⁴⁴ Des Weiteren wurde zwischen dem *IASB* und dem *IIRC* vereinbart, dass die IFRS-Rechnungslegung ein bedeutender Bestandteil der integrierten Unternehmensberichterstattung ist. Ferner war das *IASB* bei der Erarbeitung des IR-Rahmenkonzepts des *IIRC* involviert, in welchem dem Geschäftsmodell eine gewichtige Rolle bei der integrierten Unternehmensberichterstattung beigemessen wird.²¹⁴⁵ Deswegen wäre es zu erwarten gewesen, dass dies eine deutliche Ausstrahlung auf das überarbeitete IFRS-Rahmenkonzept haben würde.²¹⁴⁶ Überdies wird von einigen Stakeholders der IFRS-Rechnungslegung das Geschäftsmodell aus konzeptioneller Sicht als relevant für die Rechnungslegung eingestuft.²¹⁴⁷ Dies kann u. a. damit

²¹³⁷ Vgl. Kapitel 3.3.1.

²¹³⁸ Vgl. Kapitel 3.5.3.2.

²¹³⁹ „It does not matter that there is no agreed definition of the term ‚business model‘. [...] Defining, or agreeing a definition of, the term ‚business model‘ will not advance our understanding of the financial reporting issues“: *Singleton-Green* (2014), S. 702; so auch: *Sorrentino/Smarrà* (2015), S. 20; *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 4.3; *IFRS Foundation* (2014c), Rn. 66; *Insurance Europe* (2014), S. 1; kritisch: *QCA* (2014), S. 4 f.

²¹⁴⁰ So auch *Kleinmanns* (2016), S. 1270.

²¹⁴¹ Vgl. *IASB* (2015a), Par. BCIN.28–34.

²¹⁴² In Anlehnung an den Stellenwert der Grundlage für Schlussfolgerungen in Bezug auf Standards und Interpretationen: vgl. hierzu Kapitel 4.2.1.

²¹⁴³ Vgl. z. B. IFRS 9.4.1.1, IFRS 7.12B, IAS 12.51C; ferner wird der Begriff auch in der Grundlage für Schlussfolgerungen von einzelnen Standards gebraucht, in denen der Begriff nicht verwendet wird: z. B. IFRS 10.BC226; IFRS 15.BC89; so auch: *ICAS* (2013), S. 11; *Kleinmanns* (2016), S. 1267.

²¹⁴⁴ Vgl. Kapitel 5.3.1.

²¹⁴⁵ Vgl. Kapitel 3.3.2; Kapitel 3.5.2.

²¹⁴⁶ Vgl. ähnlich *Haller/Zellner* (2014), S. 257 f.; *EFRAG et al.* (2013), Rn. 19.

²¹⁴⁷ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), S. 8; *EFRAG et al.* (2013), Rn. 4 f. und 41; *IFRS Foundation* (2014a), Rn. 12–14; *IFRS Foundation* (2014c), Rn. 66 i.V.m. *IFRS Foundation* (2014a), S. 12–27; *ESMA* (2014), S. 1; *AFRAC* (2013b), S. 6; *ICAC* (2013), S. 1; *DASB* (2014), S. 5 und 7; *SFRB* (2014), S. 1; *ICAS* (2013), S. 11; *ICAEW* (2010), S. 3; *FEE* (2014), S. 6; *BUSINESSEUROPE a.i.s.b.l.* (2014), S. 3; *QCA* (2014), S. 4; *ACTEO/AFEP/MEDEF* (2014), S. 3 f.; *Insurance Europe* (2014), S. 1; *FFSA* (2014), S. 1; *GDV* (2014), S. 1; *EBF* (2013), S. 4; *DK* (2014), S. 2; *EACB* (2014), S. 1; *HSBC* (2013), S. 2 f.; *Singleton-Green* (2014), S. 701

begründet werden, dass das Geschäftsmodell-Konzept wie auch die IFRS-Rechnungslegung an die zentrale Zielgröße der potenziellen Eigenkapitalgeber anknüpfen und zur modellhaften Abbildung eines Unternehmens dienen.²¹⁴⁸

5.3.3. Empfehlungen an den IASB

Vor dem Hintergrund der im vorangegangenen Kapitel angeführten Argumente wird hier die Meinung vertreten, dass im überarbeiteten Rahmenkonzept explizit auf die Bedeutung des Geschäftsmodells für die Rechnungslegung eingegangen werden sollte.²¹⁴⁹ Hierfür würde sich anbieten, dass im Rahmenkonzept darauf hingewiesen wird, dass das Geschäftsmodell grundsätzlich für die Rechnungslegung von Bedeutung *sein kann*, wie dies in ähnlicher Weise in den Basis for Conclusions zum ED/2015/3 erfolgt. Ergänzend wäre zu konkretisieren, welche Aspekte eines Geschäftsmodells für die Rechnungslegung von Bedeutung *sein können* (Schlüsselcharakteristika),²¹⁵⁰ sofern ein ganzheitliches Geschäftsmodell-Verständnis dem Rahmenkonzept zugrunde gelegt werden würde. Das ganzheitliche Verständnis stünde mit dem Geschäftsmodell-Verständnis von *Wirtz* im Einklang, welches auf einer breiten und interdisziplinären betriebswirtschaftlichen Literaturanalyse basiert.²¹⁵¹ Ferner findet sich das ganzheitliche Verständnis auch im Cash Flow Conversion Cycle von *EFRAG* et al. wieder.²¹⁵² Darüber hinaus würde die Ganzheitlichkeit mit der Grundausrichtung der integrierten Unternehmensberichterstattung gemäß dem *IIRC* im Einklang stehen.²¹⁵³

Im ED/2015/3 werden nur das Kunden- und Leistungserstellungsmodell als potenzielle Schlüsselcharakteristika angeführt.²¹⁵⁴ Verglichen mit der Auffassung von *EFRAG* et al. werden diese Partialmodelle zwar auch als bedeutend für die Rechnungslegung eingestuft, jedoch wird diese Rolle durch *EFRAG* et al. auch weiteren Partialmodellen zugeschrieben.²¹⁵⁵ Diese Auffassung von *EFRAG* et al. wird durch die Untersuchungsergebnisse zur Bilanzierung und Offenlegung der wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks gestützt und erweitert.²¹⁵⁶ Ferner decken sich die im Cash Flow Conversion Cycle enthaltenen Aspekte mit dem Geschäftsmodell-Verständnis des *IIRC*.²¹⁵⁷ Infolgedessen könnte sich an den Cash Flow

f. und 704; *Tokar* (2015), S. 440 f.; *Novak* (2014), S. 80 und 107 f.; a. A. *Page* (2014), S. 686 und 692–694; *Ronen* (2014), S. 710 f. und 713.

²¹⁴⁸ Vgl. Kapitel 5.2.1.

²¹⁴⁹ So auch *EFRAG* et al. (2013), Rn. 53; *EFRAG/ANC/FRC* (2013), S. 8; *Novak* (2014), S. 109 und 111; *Abela* et al. (2014), S. 267; *ESMA* (2014), S. 1; *AFRAC* (2013b), S. 6; *DASB* (2014), S. 5 und 7; *SFRB* (2014), S. 2; *ICAS/IFAC* (2014), S. 10; *BUSINESSEUROPE a.i.s.b.l.* (2014), S. 3; *QCA* (2014), S. 1; *ACTEO/AFEP/MEDEF* (2014), S. 4; *Insurance Europe* (2014), S. 1; *FFSA* (2014), S. 1; *EBF* (2013), S. 4; *DK* (2014), S. 2; *EACB* (2014), S. 1; kritisch: *SEAG* (2014), S. 3 f.; a. A. *NASB* (2014), S. 1; *ICAEW* (2014), S. 3.

²¹⁵⁰ Vgl. *EFRAG* et al. (2013), Rn. 57.

²¹⁵¹ Vgl. Kapitel 3.4.2.1.

²¹⁵² Vgl. Kapitel 3.6.3; Kapitel 3.6.2.2.2.

²¹⁵³ Vgl. Kapitel 3.5.3.2.

²¹⁵⁴ Vgl. Kapitel 5.3.1.

²¹⁵⁵ Vgl. Kapitel 3.6.2.2.1; Tabelle 3 auf S. 70.

²¹⁵⁶ Vgl. Kapitel 5.1.2.

²¹⁵⁷ Vgl. Kapitel 3.6.2.2.2.

Conversion Cycle von *EFRAG* et al. im Rahmenkonzept angelehnt werden, um die wesentlichen Aspekte (Schlüsselcharakteristika) des Geschäftsmodells für die Rechnungslegung hervorzuheben. Da der Cash Flow Conversion Cycle sehr allgemein gehalten ist, könnte dieser durch die Partialmodelle von *Wirtz* konkretisiert und systematisiert werden.²¹⁵⁸ Überdies könnte der Cash Flow Conversion Cycle vor dem Hintergrund der Untersuchungsergebnisse des Kapitels 5.1.2 um das Marktangebotsmodell ergänzt werden.

Die Integration eines ganzheitlichen Geschäftsmodell-Verständnisses und die Differenzierung des Geschäftsmodell-Verständnisses anhand von Partialmodellen im künftigen Rahmenkonzept würde dem *IASB* ermöglichen, bei Bedarf neben dem Kunden- und Leistungserstellungsmodell auf weitere durch das Rahmenkonzept fundierte und konkretisierte Aspekte (bzw. Partialmodelle) des Geschäftsmodells im Rahmenkonzept und in den Standards zurückgreifen zu können.²¹⁵⁹

Die vorgenannten Vorschläge verhelfen dazu, dass eine Definition des Geschäftsmodell-Begriffs vermieden wird und dennoch Klarheit über das Geschäftsmodell-Verständnis durch das Rahmenkonzept geschaffen werden würde. Des Weiteren könnte durch den Bezug auf die Partialmodelle differenzierter, präziser und verständlicher die Bedeutung des Geschäftsmodells für die Rechnungslegung sowohl im Rahmenkonzept als auch in den Standards verdeutlicht werden.²¹⁶⁰ Da im Rahmenkonzept gemäß den obigen Vorschlägen lediglich festgestellt werden würde, dass die Geschäftsmodell-Schlüsselcharakteristika für die Rechnungslegung von Bedeutung *sein können*, wäre auf Standardebene zu konkretisieren, welche Schlüsselcharakteristika bei spezifischen Rechnungslegungssachverhalten tatsächlich von Bedeutung *sein sollen*.²¹⁶¹

²¹⁵⁸ Vgl. sowohl begründend als auch einschränkend Kapitel 3.6.3.

²¹⁵⁹ Dies könnte z. B. dabei unterstützen, die sehr abstrakt gehaltenen qualitativen Anforderungen auslegen und anwenden zu können: vgl. *Abela* et al. (2014), S. 267 und *Cabrera* (2014), S. 3 i.V.m. Kapitel 2.2.3.1 und Kapitel 2.2.3.2; zur Problematik der Anwendung der qualitativen Anforderungen: *Hoffmann/Detzen* (2013); *Erb/Pelger* (2015a), S. 15 m.w.N.; empirische Untersuchung zur Rolle der qualitativen Anforderungen bei Rechnungslegungsentscheidungen von Abschlussaufstellern: *Nobes/Stadler* (2015); zur Bedeutung der qualitativen Anforderungen (einer nicht mehr aktuellen Version) des *FASB*-Rahmenkonzepts für Geschäftsmodell-Konzepte: *Lambert* (2008), S. 283.

²¹⁶⁰ In Anlehnung an *Fieft* (2013), S. 86; *DASB* (2014), S. 5; „[T]he business model concept adopted at the accounting standards level would need to be properly defined and explained in order to provide the necessary robust discriminating validity, which I believe is an essential condition for the increased role of the business model in the context of financial statements“ *Novak* (2014), S. 111.

²¹⁶¹ Vgl. ähnlich *EFRAG* et al. (2013), Rn. 53 f. und 56; *EFRAG/ANC/FRC* (2013), S. 8; *ESMA* (2014), S. 2; *Novak* (2014), S. 111; *BUSINESSEUROPE a.i.s.b.l.* (2014), S. 4; *ACTEO/AFEP/MEDEF* (2014), S. 5; *FFSA* (2014), S. 1 f.; zu möglichen Richtlinien, um solche Rechnungslegungssachverhalte zu identifizieren: vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 5.1 und 5.7 f.; es wäre auch auf Standardebene zu klären, welche Auswirkungen ein vom Geschäftsmodell abweichendes Verhalten bzw. abweichende Absichten des Managements auf die Abbildung von Rechnungslegungssachverhalten haben würde: vgl. hierzu bzgl. IFRS 9 insb. IFRS 9.B4.1.2 f., IFRS 9.B4.1.3B und IFRS 9.B4.1.5; allgemein zum Verhältnis zwischen dem Geschäftsmodell und dem sog. „Management Intent“: *EFRAG* et al. (2013), Rn. 42–51 (auch Zitat); *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 3.1–3.8; *Leisenring* et al. (2012), S. 330 f.; *Kleinmanns* (2016), S. 1271 f.

Würde den Vorschlägen gefolgt werden, hätte dies für die Standards, in denen aktuell der Geschäftsmodell-Begriff verwendet wird, zur Folge, dass das äquivalente Partialmodell anstatt dem allgemeinen Geschäftsmodell-Begriff zu benutzen wäre. Betrachtet man IFRS 9, IFRS 7 und IAS 12, wäre das Leistungserstellungsmodell als Substitut zu verwenden, da in diesen Standards der Geschäftsmodell-Begriff i.S.d. Leistungserstellungsmodells verwendet wird, weil die einschlägigen Vorschriften sich darauf beziehen, wie die Produktions- bzw. Leistungsfaktoren (d. h. finanzielle Vermögenswerte und als Investition gehaltene Immobilien) im Wertschöpfungsprozess eingesetzt werden.²¹⁶²

5.4. Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für ausgewählte Interessengruppen der IFRS-Rechnungslegung

5.4.1. Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für potenzielle Eigenkapitalgeber

Der *IASB* setzt laut dem Rahmenkonzept voraus, dass die Rechnungslegungsadressaten „eine angemessene Kenntnis über geschäftliche und wirtschaftliche Aktivitäten besitzen“²¹⁶³. Solche Kenntnisse können sich potenzielle Eigenkapitalgeber unter Zuhilfenahme des Geschäftsmodell-Konzepts aneignen, weil dieses u. a. dazu dient, sich die Konzeption eines Unternehmens modellhaft zu vergegenwärtigen.²¹⁶⁴ Konkret bietet sich z. B. das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* an, welches in Kapitel 3.7 für die Analyse von Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Social Networks angewendet wurde.²¹⁶⁵ Aus solch einer Analyse gehen u. a. die gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren eines Unternehmens hervor,²¹⁶⁶ wodurch sich die potenziellen Eigenkapitalgeber über diese Produktions- bzw. Leistungsfaktoren bewusst werden.²¹⁶⁷ Mithilfe dieser Kenntnis können die potenziellen Eigenkapitalgeber den Abschluss eines Unternehmens speziell nach Informationen zu diesen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren durchsehen.²¹⁶⁸

Vor der Analyse des Abschlusses ist es den potenziellen Eigenkapitalgebern zu empfehlen, zu betrachten, ob bzw. wie die gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren grundsätzlich im Abschluss abgebildet sein können und was die Voraussetzungen dafür sind. Eine mögliche Vorgehensweise hierfür ergibt sich aus der in Kapitel 4 angewandten Untersuchungskonzeption. Die Vergegenwärtigung der *potenziellen* Abbildung(smöglichkeiten) der gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren kann die Beurteilung deren *tatsächlichen* Abbildung im Abschluss unterstützen, weil dies die Analyse

²¹⁶² Vgl. insb. IFRS 9.4.1.2 f., IFRS 9.B4.1.2A und IFRS 9.B4.1.5 i.V.m. IFRS 9.BC4.160; IFRS 7.12B i.V.m. IFRS 9.4.4.1; IAS 12.51C i.V.m. IAS 12.BC23; jeweils i.V.m. Kapitel 3.4.2.2.1; ähnlich *Kleinmanns* (2016), S. 1267.

²¹⁶³ CF.QC32.

²¹⁶⁴ Vgl. *Oehlich* (2013), S. 25; *Singleton-Green* (2014), S. 700; Kapitel 5.2.1.

²¹⁶⁵ Vgl. begründend Kapitel 3.3.2 und Kapitel 3.6.3.

²¹⁶⁶ Vgl. Kapitel 3.7.2.3.1.2.

²¹⁶⁷ Vgl. allgemeiner *EFRAG et al.* (2013), Rn. 18.

²¹⁶⁸ Vgl. *Peñarrubia Fraguas* (2015), S. 597 f. und 605 f.; allgemeiner: *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 9.

der Zugriffsmöglichkeiten und des erwarteten künftigen Nutzenzuflusses hinsichtlich der gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren erleichtern kann.

5.4.2. Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für Abschlussaufsteller

In Kapitel 4 wurde aufgezeigt, dass durch die dort betrachteten Rechnungslegungsvorschriften teilweise auf die Ausgestaltung der Partialmodelle Bezug genommen wird. Überdies wurde festgestellt, dass unabhängig davon die Partialmodelle zum Teil Anhaltspunkte für die Anwendung der Rechnungslegungsvorschriften geben können. Demzufolge kann es nützlich sein, dass sich der Abschlussaufsteller das Geschäftsmodell seines Unternehmens durch die Anwendung des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* veranschaulicht, um hierauf bei Bedarf im Rahmen der Rechnungslegung zurückgreifen zu können. Sofern die Ausgestaltung der Partialmodelle kontinuierlich vom Abschlussaufsteller betrachtet wird, können Änderungen in ihrer Ausgestaltung erkannt werden und diese als Indikator dienen, um die Bilanzierung und Offenlegung von Bilanzierungssachverhalten zu überprüfen, bei denen diese Partialmodelle von Bedeutung sind.

Im Rahmen der Kaufpreisallokation nach IFRS 3 wird die Analyse des Geschäftsmodells als hilfreich angesehen, um die Werttreiber des erworbenen Unternehmens zu identifizieren, die dahingehend zu prüfen sind, ob sie als Vermögenswerte gemäß IFRS 3 anzusetzen sind.²¹⁶⁹ Diese Ansicht wird durch die Vorgehensweise in der vorliegenden Arbeit gestützt, weil die für das Geschäftsmodell gewichtigen Produktions- bzw. Leistungsfaktoren zunächst anhand des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* identifiziert wurden und anschließend u. a. über deren Ansatz nach IFRS 3 befunden wurde.²¹⁷⁰

In Kapitel 5.4.1 wurde aufgezeigt, dass das Geschäftsmodell-Konzept potenzielle Eigenkapitalgeber dabei unterstützen kann, die wesentlichen Charakteristika eines rechnungslegenden Unternehmens zu erkennen. Dementsprechend kann der Abschlussaufsteller Hinweise erhalten, welche Informationen für potenzielle Eigenkapitalgeber für ihre Investitionsentscheidung nützlich sein können, indem er das Geschäftsmodell-Konzept auf sein Unternehmen anwendet. Aufgrund dessen kann sich der Abschlussaufsteller bspw. für eine freiwillige Veröffentlichung von Informationen entscheiden, wenn diese entscheidungsnützlich für potenzielle Eigenkapitalgeber sein können, aber diese Informationen nicht verpflichtend im Abschluss ausgewiesen werden müssen.

²¹⁶⁹ Vgl. *Rogler/Schmidt/Tettenborn* (2014), S. 577; *Baetge/Hayn/Ströher* (2012), Rn. 169; *Graf von Kanitz* (2014), S. 564; *AK Immaterielle Werte* (2009), S. 9 f.; *Mackenedt/Fladung/Himmel* (2006), S. 1038; *HFA des IDW* (2005), Rn. 43 f. (diese IDW-Verlautbarung wurde im Mai 2015 aufgehoben).

²¹⁷⁰ Vgl. Kapitel 4.1.2 i.V.m. Kapitel 4.5.1.1 und Kapitel 4.5.1.2; *Rogler et al.* verweisen u. a. auf die Wertkette von *Porter* als Instrument für die Identifizierung von immateriellen Vermögenswerten im Rahmen der Kaufpreisallokation. Im Rahmen des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* erfolgt die Beschreibung der realen Wertschöpfungskette in Anlehnung an die Wertkette von *Porter*, die neben der elektronischen Wertschöpfungskette zur Ableitung der Produktions- bzw. Leistungsfaktoren herangezogen wird: *Rogler/Schmidt/Tettenborn* (2014), S. 577 f. i.V.m. Kapitel 3.7.2.3.1.1.2 und Kapitel 3.7.2.3.1.2.

5.4.3. Potenziale des Geschäftsmodell-Konzepts für die Rechnungslegungsforschung

Die positive Rechnungslegungsforschung setzt sich mit „der Beschreibung und Erklärung des Ist-Zustands“ auseinander, während die normative Rechnungslegungsforschung „nach verbesserten Bilanzierungsvorschriften sucht und dem Gesetzgeber Gestaltungsvorschläge zur Reform des Bilanzrechts unterbreitet“.²¹⁷¹ Beide Vorgehensweisen finden sich in dieser Arbeit wieder. Zum einen wurde die Bedeutung des Geschäftsmodells in geltenden Standards und dem aktuellen Rahmenkonzept analysiert.²¹⁷² Zum anderen wurden Anpassungsmöglichkeiten von Rechnungslegungsvorschriften thematisiert.²¹⁷³ Hierbei war der Rückgriff auf das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* hilfreich. Demzufolge wäre es denkbar, das international beachtete Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* als Bezugssystem in Stellungnahmen zu Projekten des *IASB* zu verwenden,²¹⁷⁴ wenn geschäftsmodell-spezifische Aspekte in die Argumentationen der Stellungnahmen einfließen sollten. Dies könnte den Effekt haben, dass für Dritte die Argumentationen nachvollziehbarer wären. Hieran mangelt es laut *EFRAG* et al. einigen Stellungnahmen (zu vergangenen Projekten des *IASB*), in denen auf geschäftsmodell-spezifische Aspekte eingegangen wurde.²¹⁷⁵

In dieser Arbeit wird die Bilanzierung und Offenlegung von wirtschaftlichen Ressourcen im Kontext eines exemplarischen Geschäftsmodells untersucht.²¹⁷⁶ Diese Vorgehensweise ermöglicht, dass spezifischere Aussagen (z. B. in Bezug auf die Bildung von Bilanzierungs- und Bewertungseinheiten) im Vergleich zu einer vom Geschäftsmodell losgelösten Betrachtung getroffen werden können.²¹⁷⁷ Diese Vorgehensweise ist somit als Ergänzung zu den allgemein gehaltenen Kommentierungen zu sehen. Zwar wird dort teilweise auf branchenspezifische Aspekte eingegangen (z. B. Pharma- und Automobil-Branche).²¹⁷⁸ Jedoch ist eine geschäftsmodell-spezifische Betrachtung feinkörniger, da innerhalb einer Branche eine Vielzahl von unterschiedlichen Geschäftsmodellen und vielfältige Ausgestaltungsmöglichkeiten von Partialmodellen bestehen,²¹⁷⁹ wie dies aus Kapitel 3.7 für den E-Business-Bereich (i.V.m. Social Networks) ersichtlich wird. Hierdurch können eine Vielzahl unterschiedlicher Fallkonstellationen betrachtet werden, um zu analysieren, ob diese Auswirkungen auf die Abbildung der Bilanzierungssachverhalte haben.²¹⁸⁰ Dies kann auch

²¹⁷¹ Vgl. *Fülbier* (2004), S. 267 f. (auch Zitate).

²¹⁷² Vgl. Kapitel 4 und Kapitel 5.1.

²¹⁷³ Vgl. Kapitel 5.2.2 und Kapitel 5.2.3.

²¹⁷⁴ Das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* ist in englischer Sprache verfügbar und findet in internationalen Publikationen Beachtung; vgl. Kapitel 3.3.2.

²¹⁷⁵ Vgl. *EFRAG/ANC/FRC* (2013), Rn. 2.21 und 2.26–28.

²¹⁷⁶ Vgl. Kapitel 4; ähnliche Vorgehensweise: *Schmidt* (2015); *Mindermann/Schmidt* (2013).

²¹⁷⁷ Vgl. stellvertretend Kapitel 4.5.1.2 und 4.6.1.

²¹⁷⁸ Vgl. stellvertretend *Baetge/von Keitz* (2010), Rn. 62; *Theile* (2012c), Rn. 1051.

²¹⁷⁹ Vgl. *Page* (2014), S. 686; ähnlich: *Novak* (2014), S. 90.

²¹⁸⁰ „[H]aving different business models does not automatically lead to different accounting“: *DRSC* (2014), Rn. 19.

dazu dienen, dem *IASB* Auswirkungen der von ihm vorgeschlagenen Standardneuerungen differenzierter aufzuzeigen.

Die vorgenannten Ausführungen beziehen sich auf Potenziale innerhalb einer sachlich-analytischen Forschungsstrategie, wie sie in dieser Arbeit verfolgt wird. In Bezug auf empirische Forschungsstrategien der Rechnungslegungsforschung können folgende Potenziale bestehen: Es ist denkbar, dass die Fokussierung auf Geschäftsmodelle im Vergleich zu einer Branchenbetrachtung ermöglichen könnte, dass bspw. anhand bestimmter Geschäftsmodell-Typologien eine spezifischere Auswahl der Datengrundlage vorgenommen und die Ergebnisse der Datenauswertung feiner differenziert werden könnten. Dies könnte ggf. zu einer besseren Vergleichbarkeit der Ergebnisse empirischer Untersuchungen untereinander führen, wenn diese Untersuchungen die selbe Geschäftsmodell-Typologie heranziehen würden.²¹⁸¹ Es ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich noch keine allgemeingültigen Geschäftsmodell-Typologien herauskristallisiert haben.²¹⁸² Zumindest für Untersuchungen im E-Business-Bereich würde sich die 4C-Net-Business-Model-Typologie von *Wirtz* anbieten, weil sich hierauf bei Forschungsarbeiten zum E-Business-Bereich häufig bezogen wird.²¹⁸³

²¹⁸¹ Vgl. ähnlich *Novak* (2014), S. 93 m.w.N.

²¹⁸² Vgl. Kapitel 3.7.1; *Novak* (2014), S. 107.

²¹⁸³ Vgl. Kapitel 3.7.1.

6. Thesenförmige Zusammenfassung

- Das Geschäftsmodell-Konzept hat seine Wurzeln in der Wirtschaftsinformatik und findet u. a. im E-Business-Bereich Anwendung. Ein Teilbereich des E-Business ist das Social Media Business, welches durch den Einsatz von Web 2.0-Anwendungen gekennzeichnet ist. Eine Web 2.0-Anwendung ist Social Networking, welche von Unternehmen mit dem Geschäftsmodell Social Networks kommerziell eingesetzt wird.
- Die Diskussion über die Bedeutung von Geschäftsmodellen in der IFRS-Rechnungslegung wurde durch die Verwendung des Geschäftsmodell-Begriffs in einzelnen Standards entfacht und durch die Reaktivierung des Projekts zur Überarbeitung des Rahmenkonzepts intensiviert. Dies ist nachvollziehbar, weil die IFRS-Rechnungslegung wie auch das Geschäftsmodell-Konzept dazu dienen, Informationsbedürfnisse von potenziellen Eigenkapitalgebern zu befriedigen.
- Es gestaltet sich schwierig festzustellen, in welchem Ausmaß das Geschäftsmodell bei der IFRS-Rechnungslegung von Bedeutung ist, da sich als Beurteilungskriterium weder eine allgemein akzeptierte Definition des Geschäftsmodell-Begriffs noch eine bestimmte Art der Ausgestaltung des Geschäftsmodell-Konzepts in der Betriebswirtschaftslehre hat etablieren können. Dies gilt auch in Bezug auf die externe Rechnungslegung als Teilbereich der Betriebswirtschaftslehre – sowohl im allgemeinen Rechnungslegungskontext als auch in Bezug auf die IFRS-Rechnungslegung im Speziellen.
- Potenziell bieten sich die Geschäftsmodell-Konzepte von *Wirtz* (allgemeine Betriebswirtschaftslehre), dem *IIRC* (integrierte Unternehmensberichterstattung) und von *EFRAG* et al. (IFRS-Rechnungslegung) an, um die Bedeutung des Geschäftsmodells in der IFRS-Rechnungslegung zu untersuchen. Denn diesen Geschäftsmodell-Konzepten ist allen eine Orientierung an der zentralen Zielgröße von potenziellen Eigenkapitalgebern zu attestieren, was auch für die IFRS-Rechnungslegung gilt.
- Der Vergleich der drei Geschäftsmodell-Konzepte zeigt, dass sich das Verständnis über die bedeutenden Charakteristika eines Geschäftsmodells innerhalb der Betriebswirtschaftslehre stark anzunähern scheint. Das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* ist im Vergleich zu den Geschäftsmodell-Konzepten des *IIRC* und von *EFRAG* et al. konkreter ausgestaltet und wird bereits auf Social Networks angewendet, so dass sich dieses Geschäftsmodell-Konzept anbietet, um die Bedeutung des Geschäftsmodells für die Bilanzierung und Offenlegung der wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks zu analysieren.

- *Wirtz* stellt eine Definition des Geschäftsmodell-Begriffs auf, aus welcher Partialmodelle des Geschäftsmodells abgeleitet werden, die zur Ausgestaltung seines Geschäftsmodell-Konzepts dienen. Die Partialmodelle werden von *Wirtz* in Strategie-, Kunden- und Marktkomponente sowie Wertschöpfungskomponente kategorisiert. Die Strategiekomponente setzt sich aus dem Strategie-, Ressourcen- und Netzwerkmodell zusammen. Die Kunden- und Marktkomponente beinhaltet das Kunden-, Marktangebots- und Erlösmodell. Die Wertschöpfungskomponente setzt sich aus dem Leistungserstellungs-, Beschaffungs- und Finanzmodell zusammen, wobei letzteres sich in Kapital- und Kostenmodell aufspaltet.
- Ausgehend von den Produktions- bzw. Leistungsfaktoren von Social Networks stellen das Hardware-System, der Domänenname, die nativen Apps, die Server-Software, die Daten der Nutzer der Kernleistung, die Nutzer der Nebenleistung und die Mitarbeiter wirtschaftliche Ressourcen i.S.d. *IASB* dar. In Bezug auf den Webbrowser, die Nutzer der Kernleistung und die Daten der Nutzer der Nebenleistung trifft dies nur u. U. zu.
- Die Bilanzierung und Offenlegung der wirtschaftlichen Ressourcen von Social Networks fallen vornehmlich in den Anwendungsbereich von IAS 16, IAS 38, IFRS 3 und IAS 36. Wenngleich der Geschäftsmodell-Begriff in diesen Standards (zzgl. weiteren mit diesen Standards verbundenen Standards) nicht explizit genannt wird, spielt das Geschäftsmodell implizit eine Rolle. Bezogen auf IAS 16 (i.V.m. IAS 23, IFRS 13 und IAS 1) sind die Partialmodelle der Wertschöpfungskomponente (insb. das Leistungserstellungs- und Beschaffungsmodell) von Gewicht. Hinsichtlich IAS 38 (i.V.m. SIC-32, IAS 23, IFRS 13, IAS 1 und IAS 8) nehmen die Partialmodelle der Wertschöpfungskomponente und das Ressourcenmodell der Strategiekomponente eine gewichtige Rolle ein. In Bezug auf IFRS 3 (i.V.m. IFRS 13 und IAS 1) stechen das Ressourcenmodell der Strategiekomponente und das Beschaffungsmodell der Wertschöpfungskomponente heraus. Im Rahmen von IAS 36 (i.V.m. IFRS 13) sind auch Partialmodelle von Bedeutung, wobei hierbei eine Dominanz einzelner Partialmodelle nicht festzustellen ist.
- Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit gehen über diejenigen im Research Paper von *EFRAG* et al. und in den korrespondierenden Stellungnahmen aufgezeigten Aspekte zur impliziten Bedeutung des Geschäftsmodells hinaus, die sich auf die in der Arbeit betrachteten Standards beziehen. Dies kann u. a. in der Fokussierung auf ein bestimmtes Geschäftsmodell (Social Networks) und in dem Rückgriff auf das differenziert ausgestaltete Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* begründet liegen.

- *EFRAG* et al. schlagen den Cash Flow Conversion Cycle für die IFRS-Rechnungslegung als Instrument vor, um Geschäftsmodelle voneinander unterscheiden und hierdurch verschiedene Bilanzierungskonsequenzen für ein und denselben Sachverhalt begründen zu können. Aus der vorliegenden Untersuchung wird ersichtlich, dass der Cash Flow Conversion Cycle für die Rechnungslegung von Social Networks bereits von gewichtiger Bedeutung ist. Überdies ist aus der Sicht eines ganzheitlichen Geschäftsmodell-Verständnisses festzustellen, dass das Marktangebotsmodell zusätzlich zu den im Cash Flow Conversion Cycle enthaltenen Partialmodellen die Rechnungslegung von Social Networks spürbar beeinflusst. Demzufolge kristallisiert sich das Marktangebotsmodell neben dem Cash Flow Conversion Cycle als gewichtig heraus, um geschäftsmodell-abhängige Bilanzierungskonsequenzen abzuleiten.
- Dem Geschäftsmodell kommt im IFRS-Rahmenkonzept implizit eine Bedeutung zu. Im Rahmenkonzept wird nicht thematisiert, welche Bedeutung das Geschäftsmodell in der Rechnungslegung haben sollte. Dementsprechend ist das Geschäftsmodell als Rechtfertigung zur Abweichung von Vorschriften der IFRS nicht sachgerecht.
- Es gibt Ansatzpunkte innerhalb der für Social Networks einschlägigen Standards, bei denen ein expliziter Verweis auf das Leistungserstellungsmodell zur Vermittlung von entscheidungsnützlich(er)en Informationen führen könnte. Der Verweis auf das Leistungserstellungsmodell wäre gerechtfertigt, weil diesem Partialmodell durch das Rahmenkonzept implizit eine Bedeutung für die Rechnungslegung zukommt. Des Weiteren sind in den für Social Networks einschlägigen Standards Bezüge zum Leistungserstellungsmodell zu erkennen. Ferner findet sich das Leistungserstellungsmodell im Cash Flow Conversion Cycle wieder.
- Zieht man die Partialmodelle von *Wirtz* heran, lässt sich in den Ausführungen des DP/2013/1 und ED/2015/3 erkennen, dass das Kunden- und Leistungserstellungsmodell für bestimmte Teilbereiche der Rechnungslegung als relevant eingestuft werden. Dennoch soll im zukünftigen Rahmenkonzept sowohl nach dem DP/2013/1 als auch nach dem ED/2015/3 weiterhin weder der Geschäftsmodell-Begriff definiert werden, noch explizit auf die Bedeutung des Geschäftsmodells für die Rechnungslegung eingegangen werden.
- Das Weglassen einer Geschäftsmodell-Definition im Rahmenkonzept ist gerechtfertigt, weil es insb. an einer allgemein akzeptierten Definition des Geschäftsmodell-Begriffs mangelt.

- Es sollte im Rahmenkonzept festgestellt werden, dass das Geschäftsmodell für die Rechnungslegung von Bedeutung sein *kann*. Infolgedessen wäre auf Standardebene zu konkretisieren, bei welchen Rechnungslegungssachverhalten das Geschäftsmodell tatsächlich von Bedeutung sein *soll*. Hierfür sollten im Rahmenkonzept die Schlüsselcharakteristika von Geschäftsmodellen für die Rechnungslegung aufgezeigt und beschrieben werden. Der Cash Flow Conversion Cycle könnte hierfür als Ausgangspunkt und das Geschäftsmodell-Konzept von *Wirtz* zur weiteren Konkretisierung dienen.
- Das Geschäftsmodell-Konzept kann potenzielle Eigenkapitalgeber dabei unterstützen, sich angemessene Kenntnisse über die wirtschaftlichen Aktivitäten eines möglichen Investitionsobjekts anzueignen. Dies kann u. a. für die Analyse der Rechnungslegungsinformationen des Investitionsobjekts nützlich sein.
- Für Abschlussaufsteller kann es hilfreich sein, sich das Geschäftsmodell eines Unternehmens durch die Anwendung des Geschäftsmodell-Konzepts von *Wirtz* zu veranschaulichen, um hierauf bei Bedarf im Rahmen des Rechnungslegungsprozesses zurückgreifen zu können.
- Das Geschäftsmodell-Konzept kann für die Rechnungslegungsforschung von Nutzen sein. Im Rahmen von sachlich-analytischen Forschungsstrategien können aus dem Rückgriff auf das Geschäftsmodell-Konzept bspw. feinkörnigere Kommentierungen und für Dritte besser nachvollziehbare Stellungnahmen resultieren. Bezogen auf empirische Forschungsstrategien könnte das Heranziehen des Geschäftsmodell-Konzepts insb. differenziertere Auswertungen unterstützen.

Literaturverzeichnis

Abela, Mario/Barker, Richard/Sommer, Rasmus/Teixeira, Alan/André, Paul (2014):

Towards a New Conceptual Framework: Presentations at the Accounting in Europe and European Accounting Association Financial Reporting Standards Committee Symposium, in: Accounting in Europe, 11. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 259–271.

Accounting Standards Board of Japan (ASBJ) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL19), URL:

http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL19_-_Comment_Letter_-_Accounting_Standards_Board_of_Japan.pdf (20.11.2015).

Achleitner, Ann-Kristin/Breuer, Claudia/Breuer, Wolfgang (2015): Stichwort:

Wagniskapital, URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/16036/wagniskapital-v8.html> (30.07.2015).

Adler, Hans/Düring, Walther/Schmaltz, Kurt (2006): Abschnitt 8: Immaterielle

Vermögenswerte (Intangible Assets) (IAS 38, IAS 23, IAS 36, IFRS 3), in: Adler, Hans/Düring, Walther/Schmaltz, Kurt (Hrsg.), Rechnungslegung nach Internationalen Standards, Stuttgart.

Akerkar, Rajendra/Vega-Gorgojo, Guillermo/Løvoll, Grunde/Grumbach, Stéphane/Faravelon, Aurelien/Finn, Rachel/Wadhwa, Kush/Donovan, Anna/Bigagli, Lorenzo (2015): Deliverable D1.1: Understanding and mapping big data, URL: <http://byte-project.eu/wp-content/uploads/2015/04/BYTE-D1.1-FINAL-compressed.pdf> (20.11.2015).

Alpar, Paul/Blaschke, Steffen/Keßler, Steffen (2007): Web 2.0. Neue erfolgreiche Kommunikationsstrategien für kleine und mittlere Unternehmen, Wiesbaden.

American Accounting Association (AAA) (1968): A statement of basic accounting theory, 2. Auflage, Evanston.

Amit, Raphael/Schoemaker, Paul J. H. (1993): Strategic Assets and Organizational Rent, in: Strategic Management Journal, 14. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 33–46.

Andrä, Patrick A. (2015): Bilanzierung von Immaterialgüterrechten nach HGB und IFRS, Frankfurt am Main.

Andrejevic, Mark (2011): Facebook als neue Produktionsweise, in: Leistert, Oliver/Röhle, Theo (Hrsg.), Generation Facebook: Über das Leben im Social Net, Bielefeld, S. 31–49.

Andriole, Stephen J. (2010): Business Impact of Web 2.0 Technologies. What do wikis, blogs, podcasts, social networks, virtual worlds, and the rest do for corporate productivity

and management? in: Communications of the Association for Computer Machinery (ACM), 53. Jg. (Heft-Nr. 12), S. 67–79, DOI: 10.1145/1859204.1859225.

Appelhoff, Heinz-W. (2010): Rechtsbeziehungen und Bilanzierung von Geschäftsvorfällen in Second Life, in: Die Wirtschaftsprüfung, 63. Jg. (Heft-Nr. 18), S. 929–936.

Aral, Sinan/Dellarocas, Chrysanthos/Godes, David (2013): Social Media and Business Transformation: A Framework for Research, in: Information Systems Research, 24. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 3–13, DOI: 10.1287/isre.1120.0470.

Arbeitskreis "Immaterielle Werte im Rechnungswesen" der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaftslehre e.V. (AK Immaterielle Werte) (2009): Immaterielle Werte im Rahmen der Purchase Price Allocation bei Unternehmenszusammenschlüssen nach IFRS. Ein Beitrag zur Best Practice, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 61. Jg. (Sonderheft 60/09).

Armstrong, Arthur/Hagel III, John (1996): The Real Value of On-Line Communities, in: Harvard Business Review, 74. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 134–141.

Asdemir, Kursad/Kumar, Nanda/Jacob, Varghese S. (2012): Pricing Models for Online Advertising: CPM vs. CPC, in: Information Systems Research, 23. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 804–822, DOI: 10.1287/isre.1110.0391.

Association pour la participation des entreprises françaises à l'harmonisation comptable internationale (ACTEO)/Association française des entreprises privées (AFEP)/Mouvement des entreprises de France (MEDEF) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL21), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL21_-_Comment_Letter_-_ACTEO_AFEP_MEDEF.pdf (20.11.2015).

Auray, Nicolas (2014): Der Mensch im Netz, in: Spektrum der Wissenschaft, 37. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 88–93.

Austria Financial Reporting and Auditing Committee (AFRAC) (2013a): Comment Letter zu den EFRAG-Bulletins "The Asset/Liability Approach" und "Accountability and the Objective of Financial Reporting", URL: http://www.efrag.org/files/Conceptual%20Framework%202013/Comment%20letters%20received/Asset%20liability/CL03_-_AFRAC.pdf (20.11.2015).

Austria Financial Reporting and Auditing Committee (AFRAC) (2013b): The role of the business model in financial reporting. Comment Letter (CL2), URL: http://www.efrag.org/files/Conceptual%20Framework%202013/Comment%20letters%20received/Business%20Model/CL2_AFRAC.pdf (20.11.2015).

- Bächle, Michael/Lehmann, Frank R. (2010):** E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse im Web 2.0, München.
- Baden-Fuller, Charles/Haefliger, Stefan (2013):** Business Models and Technological Innovation, in: Long Range Planning, 46. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 419–426, DOI: 10.1016/j.lrp.2013.08.023.
- Baden-Fuller, Charles/Morgan, Mary S. (2010):** Business Models as Models, in: Long Range Planning, 43. Jg. (Heft-Nr. 2–3), S. 156–171, DOI: 10.1016/j.lrp.2010.02.005.
- Bader, Axel/Pickl, Hubert (2006):** Bilanzielle Würdigung von Internetauftritten nach IFRS, in: Praxis der internationalen Rechnungslegung, 2. Jg. (Heft-Nr. 8), S. 141–145.
- Baetge, Jörg/Dittmar, Peter/Klönne, Henner (2014):** Der impairment only approach vor den Grundsätzen der internationalen Rechnungslegung, in: Dobler, Michael/Hachmeister, Dirk/Kuhner, Christoph/Rammert, Stefan (Hrsg.), Rechnungslegung, Prüfung und Unternehmensbewertung: Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. Wolfgang Ballwieser, Stuttgart, S. 1–22.
- Baetge, Jörg/Hayn, Sven/Ströher, Thomas (2012):** IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse (Business Combinations), in: Baetge, Jörg/Wollmert, Peter/Kirsch, Hans-Jürgen/Oser, Peter/Bischof, Stefan (Hrsg.), Rechnungslegung nach IFRS: Kommentar auf der Grundlage des deutschen Bilanzrechts, 2. Auflage, Stuttgart.
- Baetge, Jörg/Krolak, Thomas/Thiele, Stefan/Hain, Thorsten (2012):** IAS 36 Wertminderung von Vermögenswerten (Impairment of Assets), in: Baetge, Jörg/Wollmert, Peter/Kirsch, Hans-Jürgen/Oser, Peter/Bischof, Stefan (Hrsg.), Rechnungslegung nach IFRS: Kommentar auf der Grundlage des deutschen Bilanzrechts, 2. Auflage, Stuttgart.
- Baetge, Jörg/von Keitz, Isabel (2010):** IAS 38 Immaterielle Vermögenswerte (Intangible Assets), in: Baetge, Jörg/Wollmert, Peter/Kirsch, Hans-Jürgen/Oser, Peter/Bischof, Stefan (Hrsg.), Rechnungslegung nach IFRS: Kommentar auf der Grundlage des deutschen Bilanzrechts, 2. Auflage, Stuttgart.
- Balci, Ismail/Bülbül, Inan (2007):** Web Content Management und Cross-Media Publishing im Web 2.0, in: Kollmann, Tobias/Häsel, Matthias (Hrsg.), Web 2.0: Trends und Technologien im Kontext der Net Economy, Wiesbaden, S. 69–90.
- Ball, Ray/Shivakumar, Lakshmanan (2008):** How Much New Information Is There in Earnings? in: Journal of Accounting Research, 46. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 975–1016.
- Ballwieser, Wolfgang (2015):** IAS 16 Sachanlagen (Property, Plant and Equipment), in: Baetge, Jörg/Wollmert, Peter/Kirsch, Hans-Jürgen/Oser, Peter/Bischof, Stefan (Hrsg.),

Rechnungslegung nach IFRS: Kommentar auf der Grundlage des deutschen Bilanzrechts, 2. Auflage, Stuttgart.

Ballwieser, Wolfgang (1982): Zur Begründbarkeit informationsorientierter Jahresabschlußverbesserungen, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 34. Jg. (Heft-Nr. 8/9), S. 772–793.

Ballwieser, Wolfgang (1986): Ergebnisse der Informationsökonomie zur Informationsfunktion der Rechnungslegung, in: Stöppler, Siegmund (Hrsg.), Information und Produktion: Festschrift zum 60. Geburtstag von Prof. Dr. Waldemar Wittmann, Stuttgart, S. 21–40.

Ballwieser, Wolfgang (1993): Die Entwicklung der Theorie der Rechnungslegung in den USA, in: Wagner, Franz W. (Hrsg.), Ökonomische Analyse des Bilanzrechts: Entwicklungslinien und Perspektiven. Tagung des Ausschusses Unternehmensrechnung im Verein für Socialpolitik am 12. u. 13. März 1993 in München, Düsseldorf, S. 107–138.

Ballwieser, Wolfgang (1997): Grenzen des Vergleichs von Rechnungslegungssystemen – dargestellt anhand von HGB, US-GAAP und IAS, in: Forster, Karl-Heinz/Grunewald, Barbara/Lutter, Marcus/Semler, Johannes (Hrsg.), Festschrift für Bruno Kropff: Aktien- und Bilanzrecht, Düsseldorf, S. 317–391.

Ballwieser, Wolfgang (2002): Informations-GoB – auch im Lichte von IAS und US-GAAP, in: Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 2. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 115–121.

Ballwieser, Wolfgang (2004): The Limitations of Financial Reporting, in: Leuz, Christian/Pfaff, Dieter/Hopwood, Anthony (Hrsg.), The Economics and Politics of Accounting: International Perspectives on Research Trends, Policy, and Practice, Oxford, S. 58–77.

Ballwieser, Wolfgang (2005): Die Konzeptionslosigkeit des International Accounting Standards Board (IASB), in: Crezelius, Georg/Hirte, Heribert/Vieweg, Klaus (Hrsg.), Festschrift für Volker Röhrich zum 65. Geburtstag: Gesellschaftsrecht – Rechnungslegung – Sportrecht, Köln, S. 727–745.

Ballwieser, Wolfgang (2013): IFRS-Rechnungslegung. Konzept, Regeln und Wirkungen, 3. Auflage, München.

Ballwieser, Wolfgang (2014): Ansätze und Ergebnisse einer ökonomischen Analyse des Rahmenkonzepts zur Rechnungslegung, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 66. Jg. (Heft-Nr. 8), S. 451–476.

- Bamberg, Günter/Coenenberg, Adolf Gerhard/Krapp, Michael (2012):** Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, 15. Auflage, München.
- Bamberger, Ingolf/Wrona, Thomas (1996):** Der Ressourcenansatz und seine Bedeutung für die Strategische Unternehmensführung, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 48. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 130–153.
- Barckow, Andreas (2015):** Die Zukunft der IFRS-Rechnungslegung, in: Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung, 10. Jg. (Heft-Nr. 7/8), S. 265–266.
- Barney, Jay B. (1991):** Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, in: Journal of Management, 17. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 99–120, DOI: 10.1177/014920639101700108.
- Barney, Jay B. (1995):** Looking inside for competitive advantage, in: Academy of Management Executive, 9. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 49–61.
- Barth, Mary E. (2006):** Including estimates of the future in today's financial statements, URL: <http://www.bis.org/publ/work208.pdf> (20.08.2015).
- Barth, Mary E./Beaver, William H./Landsman, Wayne R. (2001):** The relevance of the value relevance literature for financial accounting standard setting: another view, in: Journal of Accounting and Economics, 31. Jg. (Heft-Nr. 1–3), S. 77–104, DOI: 10.1016/S0165-4101(01)00019-2.
- Bauer, Christian A. (2010):** User Generated Content – Urheberrechtliche Zulässigkeit nutzergenerierter Medieninhalte, in: Große Ruse-Khan, Henning/Klass, Nadine/Lewinski, Silke von (Hrsg.), Nutzergenerierte Inhalte als Gegenstand des Privatrechts: Aktuelle Probleme des Web 2.0, Berlin/Heidelberg, S. 1–42.
- Baur, Gisela/Ristau, Oliver (2015):** Warren Buffett Superstar, in: Euro (Heft-Nr. 5), S. 36–59.
- Beattie, Vivien/Smith, Sarah Jane (2013):** Value creation and business models: Refocusing the intellectual capital debate, in: The British Accounting Review, 45. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 243–254, DOI: 10.1016/j.bar.2013.06.001.
- Beaver, William H. (1998):** Financial reporting. An accounting revolution, 3. Auflage, Upper Saddle River, New Jersey.
- Beaver, William H./Demski, Joel S. (1974):** The Nature of Financial Accounting Objectives: A Summary and Synthesis, in: Journal of Accounting Research, 12. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 170–187.

- Becker, Daniel R. (2005):** Ressourcen-Fit bei M&A-Transaktionen. Konzeptionalisierung, Operationalisierung und Erfolgswirkung auf Basis des Resource-based View, Wiesbaden.
- Behncke, Nicolette/Wulf, Inge (2015):** Ziele und Instrumente des Integrated Reportings, in: Freidank, Carl-Christian/Müller, Stefan/Velte, Patrick (Hrsg.), Handbuch Integrated Reporting: Herausforderung für Steuerung, Überwachung und Berichterstattung, Berlin, S. 487–516.
- Behr, Giorgio/Leibfried, Peter (2001):** Rechnungslegung in der New Economy. Die Krise an den Neuen Märkten ist auch eine Krise der Berichterstattung, in: Der Schweizer Treuhänder, 75. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 1127–1132.
- Bentele, Martina (2004):** Immaterielle Vermögenswerte in der Unternehmensberichterstattung. Eine kritische Analyse, Frankfurt am Main u. a.
- Berberich, Matthias (2010):** Der Content „gehört“ nicht Facebook! AGB-Kontrolle der Rechteeinräumung an nutzergenerierten Inhalten, in: Multimedia und Recht, 13. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 736–741.
- Berens, Wolfgang/Schmitting, Walter/Strauch, Joachim (2002):** Funktionen, Terminierung und rechtliche Einordnung der Due Diligence, in: Berens, Wolfgang (Hrsg.), Due Diligence bei Unternehmensakquisitionen, 3. Auflage, Stuttgart, S. 77–119.
- Berge, Stefan/Buesching, Arne (2008):** Strategien von Communities im Web 2.0, in: Hass, Berthold/Walsh, Gianfranco/Kilian, Thomas (Hrsg.), Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien, 2. Auflage, Berlin/Heidelberg.
- Berman, Jules J. (2013):** Principles of Big Data. Preparing, Sharing, and Analyzing Complex Information, Amsterdam.
- Berndt, Thomas/Gutsche, Robert (2013):** IFRS 3. Unternehmenszusammenschlüsse (rev 2008) (Business Combinations), in: Hennrichs, Joachim/Kleindiek, Detlef/Watrin, Christoph (Hrsg.), Münchener Kommentar zum Bilanzrecht: Band 1: IFRS, München.
- Beyer, Bettina (2015):** Die Bilanzierung des Goodwills nach IFRS. Eine konzeptionelle Betrachtung von Ansatz, Erst- und Folgebewertung, Wiesbaden, DOI: 10.1007/978-3-658-10671-3.
- Beyer, Sven/Mackenstedt, Andreas (2008):** Grundsätze zur Bewertung immaterieller Vermögenswerte (IDW S 5), in: Die Wirtschaftsprüfung, 61. Jg. (Heft-Nr. 8), S. 338–349.
- Beyer, Sven/Zwirner, Christian (2014):** Fair Value-Bewertung von Vermögenswerten und Schulden, in: Ballwieser, Wolfgang/Beyer, Sven/Zelger, Hansjörg (Hrsg.),

Unternehmenskauf nach IFRS und HGB: Purchase Price Allocation, Goodwill und Impairment-Test, 3. Auflage, Stuttgart, S. 187–249.

Bezold, Andreas (2009): The Subject Matter of Financial Reporting: The Conflict between Cash Conversion Cycles and Fair Value in the Measurement of Income, URL: <http://hdl.handle.net/10022/AC:P:8591> (20.11.2015).

Bhimani, Alnoor/Bromwich, Michael (2010): Management Accounting. Retrospect and prospect, Amsterdam u. a.

Bhimani, Alnoor/Willcocks, Leslie (2014): Digitisation, 'Big Data' and the transformation of accounting information, in: Accounting & Business Research, 44. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 469–490.

Bilstein, John (2014): Happy birthday www@25, in: Read On, 61. Jg. (Ausgabe-Nr. 7), Juli 2014, S. 7.

Binder, Peter M./Lanz, Rudolf (1993): 'Due-diligence': Systematisches und professionelles Instrument für erfolgreichere Firmen-Akquisitionen, in: INDEX (Heft-Nr. 4–5), S. 15–20.

Birke, Daniel (2013): Social networks and their economics. Influencing consumer choice, Hoboken, New Jersey.

Bisges, Marcel (2012): Bilanzierung und Bewertung von Websites und Domains, in: Der Steuerberater, 63. Jg. (Heft-Nr. 9), S. 309–315.

Bissinger, Daniel/Dornauer, Benjamin/Schneemann, Ingo (2010): Intangible Assets – Bewertung von immateriellen Vermögensgegenständen, in: Corporate Finance biz, 1. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 240–256.

Böcking, Hans-Joachim/Korn, Christian (2014): B 164 Beizulegender (Zeit-)Wert, in: Böcking, Hans-Joachim/Castan, Edgar/Heymann, Gerd/Pfitzer, Norbert/Scheffler, Eberhard (Hrsg.), Beck'sches Handbuch der Rechnungslegung: HGB und IFRS, München.

Böcking, Hans-Joachim/Wiederhold, Philipp (2010): IAS 38. Immaterielle Vermögenswerte (Intangible Assets), in: Hennrichs, Joachim/Kleindiek, Detlef/Watrin, Christoph (Hrsg.), Münchener Kommentar zum Bilanzrecht: Band 1: IFRS, München.

Bodle, Robert (2011): Regime des Austauschs. Offene APIs, Interoperabilität und Facebook, in: Leistert, Oliver/Röhle, Theo (Hrsg.), Generation Facebook: Über das Leben im Social Net, Bielefeld, S. 79–99.

Bohr, Kurt (1984): Produktionsfaktorsysteme, in: Kern, Werner (Hrsg.), Handwörterbuch der Produktionswirtschaft, Stuttgart, Sp. 1481–1493.

- Bohr, Oliver (2009):** Bilanzierung von Kundenbeziehungen nach IFRS. Eine Analyse am Beispiel von Kundenakquisitionskosten in der internationalen Mobilfunkindustrie, Wiesbaden.
- Boris, Elizabeth T./Steuerle, C. Eugene (2006):** Scope and Dimensions of the Nonprofit Sector, in: Powell, Walter W./Steinberg, Richard (Hrsg.), *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*, 2. Auflage, New Haven/London, S. 66–88.
- Boyd, Danah M./Ellison, Nicole B. (2007):** Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, in: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 210–230, DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- Braun, Robert (2009):** Die Neuregelung des Firmenwerts nach International Financial Reporting Standards. Bilanzpolitische Möglichkeiten und empirische Befunde, München.
- Bretzke, Wolf-Ruediger (1980):** Der Problembezug von Entscheidungsmodellen, Tübingen.
- Brousseau, Eric/Penard, Thierry (2007):** The Economics of Digital Business Models: A Framework for Analyzing the Economics of Platforms, in: *Review of Network Economics*, 6. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 81–114, DOI: 10.2202/1446-9022.1112.
- Brouwer, Arjan/Faramarzi, Arshia/Hoogendoorn, Martin (2014):** Does the New Conceptual Framework Provide Adequate Concepts for Reporting Relevant Information about Performance?, in: *Accounting in Europe*, 11. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 235–257.
- Brücks, Michael/Kerkhoff, Guido/Richter, Michael (2013):** IAS 36 Wertminderung von Vermögenswerten, in: Thiele, Stefan/von Keitz, Isabel/Brücks, Michael (Hrsg.), *Internationales Bilanzrecht: Rechnungslegung nach IFRS*, Bonn.
- Brune, Jens W. (2015):** Erlöse aus Lizenzen nach IFRS 15. Grundsätze und praktische Anwendungsfragen, in: *Die Wirtschaftsprüfung*, 68. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 114–120.
- Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) (2008):** Sicheres Bereitstellen von Web-Angeboten (ISi-Web-Server). BSI-Studie zur Internet-Sicherheit (ISi-S), URL: https://www.bsi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/BSI/Internetsicherheit/isi_web_server_studie_pdf.pdf?__blob=publicationFile (20.11.2015).
- Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) (2011):** Soziale Netzwerke. Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet, URL: <https://www.bitkom.org/Publikationen/2012/Studie/Soziale-Netzwerke-zweite-erweiterte-Studie/SozialeNetzwerke.pdf> (20.11.2015).

Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.

(BITKOM) (2013): Soziale Netzwerke 2013. Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet, URL:

https://www.bitkom.org/Publikationen/2013/Studien/Soziale-Netzwerke-dritte-erweiterte-Studie/SozialeNetzwerke_2013.pdf (20.11.2015).

Bürki, Daniel Marc (1997): Der 'resource-based view'-Ansatz als neues Denkmodell des strategischen Managements, Bamberg.

Busch, Alexander (2011): Kontrolliert radikal, in: WirtschaftsWoche, 65. Jg. (Heft-Nr. 35), S. 68–69.

Busch, Julia/Zwirner, Christian (2014): Planmäßige Abschreibung materieller und immaterieller Vermögenswerte. Änderungen von IAS 16 und IAS 38, in: Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung, 9. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 415–418.

Büschgen, Hans E. (1973): Grundlagen betrieblicher Finanzwirtschaft, Frankfurt am Main.

Buschhüter, Michael (2011): IFRS 3 – Business Combinations, in: Buschhüter, Michael/Striegel, Andreas (Hrsg.), Kommentar Internationale Rechnungslegung IFRS, Wiesbaden, S. 137–205.

Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph (2012): Web 2.0: Habitualisierung der Social Communitys. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012, in: Media Perspektiven, 43. Jg. (Heft-Nr. 7–8), S. 380–390.

BUSINESSEUROPE a.i.s.b.l. (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL11), URL:
http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL11_-_Comment_Letter_-_BUSINESSEUROPE.pdf (20.11.2015).

Buss, Anna/Strauss, Nancy (2009): Online Communities Handbook. Building your business and brand on the web, Berkeley, California.

Cabrera, Héctor (2014): Business model – should it affect accounting?, URL:
<https://pwcplus.pwc.de> (05.05.2015).

Cairns, David (1999): Applying International Accounting Standards, 2. Auflage, London.

Cascino, Stefano/Clatworthy, Mark/Osma, Beatriz García/Gassen, Joachim/Imam, Shahed/Jeanjean, Thomas (2013): The use of information by capital providers. Academic literature review, URL:

http://www.efrag.org/files/Academic%20Research/EFRAG_ICAS_27-12-17.pdf
(20.11.2015).

Cascino, Stefano/Clatworthy, Mark/Osma, Beatriz García/Gassen, Joachim/Imam, Shahed/Jeanjean, Thomas (2014): Who Uses Financial Reports and for What Purpose? Evidence from Capital Providers, in: *Accounting in Europe*, 11. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 185–209.

Castedello, Marc (2014): Fair Value-Bewertung ausgewählter immaterieller Vermögenswerte, in: Ballwieser, Wolfgang/Beyer, Sven/Zelger, Hansjörg (Hrsg.), *Unternehmenskauf nach IFRS und HGB: Purchase Price Allocation, Goodwill und Impairment-Test*, 3. Auflage, Stuttgart, S. 251–280.

Castedello, Marc/Klingbeil, Christian (2012): IFRS 13: Anwendungsfragen bei nicht-finanziellen Vermögenswerten in der Praxis, in: *Die Wirtschaftsprüfung*, 65. Jg. (Heft-Nr. 9), S. 482–488.

Castedello, Marc/Klingbeil, Christian/Schröder, Jakob (2006): IDW RS HFA 16: Bewertungen bei der Abbildung von Unternehmenserwerben und bei Werthaltigkeitsprüfungen nach IFRS, in: *Die Wirtschaftsprüfung*, 59. Jg. (Heft-Nr. 16), S. 1028–1036.

Centre for Economics and Business Research Ltd. (Cebr) (2013): Data on the Balance Sheet, URL: http://www.cebr.com/wp-content/uploads/2013/06/730397_Cebr_DataBalanceSheet_PBL5.pdf (20.11.2015).

Chesbrough, Henry/Rosenbloom, Richard S. (2002): The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies, in: *Industrial and Corporate Change*, 11. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 529–555, DOI: 10.1093/icc/11.3.529.

Christensen, John A. (2010): Conceptual frameworks of accounting from an information perspective, in: *Accounting & Business Research*, 40. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 287–299.

Christensen, John A./Demski, Joel S. (2003): *Accounting theory. An information content perspective*, Boston.

Christian, Dieter/Kern, Veronika (2014): Aktivierung von Entwicklungskosten und Phasentrennung nach IAS 38, in: *Praxis der internationalen Rechnungslegung*, 10. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 168–174.

Chwallek, Constanze (1999): *Bewertungsrelevanz veröffentlichter Kapitalflußrechnungen börsennotierter deutscher Unternehmen*, Frankfurt am Main.

- Cinquini, Lino/Tenucci, Andrea (2011):** Business model in management commentary and the links with management accounting, in: *Financial Reporting*, 3. Jg. (Heft-Nr. 3 (Special Issue)), S. 41–59, DOI: 10.3280/FR2011-SU003003.
- Claussen, Jörg/Kretschmer, Tobias/Mayrhofer, Philip (2013):** The Effects of Rewarding User Engagement: The Case of Facebook Apps, in: *Information Systems Research*, 24. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 186–200, DOI: 10.1287/isre.1120.0467.
- Clement, Reiner/Schreiber, Dirk (2010):** *Internet-Ökonomie. Grundlagen und Fallbeispiele der vernetzten Wirtschaft*, Berlin/Heidelberg.
- Climate Disclosure Standards Board (CDSB) (2015):** CDSB Framework for reporting environmental information & natural capital. Advancing and aligning disclosure of environmental information in mainstream reports, URL: http://www.cdsb.net/sites/cdsbnet/files/cdsb_framework_for_reporting_environmental_information_natural_capital.pdf (18.06.2015).
- Coenenberg, Adolf G. (1971):** Beurteilungskriterien unternehmensexterner Informationssysteme, in: Grochla, Erwin/Szyperski, Norbert (Hrsg.), *Management-Informationssysteme: Eine Herausforderung an Forschung und Entwicklung*, Wiesbaden, S. 735–759.
- Coenenberg, Adolf G. (1993):** Ziele, Wirkungen und Gestaltungen der Unternehmenspublizität: Was lehrt die empirische Forschung? in: Baetge, Jörg (Hrsg.), *Rechnungslegung und Prüfung: Perspektiven für die neunziger Jahre*, Düsseldorf, S. 73–100.
- Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel/Schultze, Wolfgang (2014):** *Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS*, 23. Auflage, Stuttgart.
- Coenenberg, Adolf G./Straub, Barbara (2008):** Rechenschaft versus Entscheidungsunterstützung: Harmonie oder Disharmonie der Rechnungszwecke? in: *Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung*, 8. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 17–26.
- Constantinides, Efthymios/Fountain, Stefan J. (2008):** Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues, in: *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 231–244, DOI: 10.1057/palgrave.ddmp.4350098.
- Corporate Reporting Dialogue (CRD) (2015):** The Landscape Map – Scope, URL: <http://corporatereportingdialogue.com/landscape-map/#scope> (07.05.2015).

- Cortizo, José Carlos/Carrero, Francisco M./Gómez, José María (2011):** Introduction to the Special Issue: Mining Social Media, in: International Journal of Electronic Commerce, 15. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 5–7, DOI: 10.2753/JEC1086-4415150301.
- Cushing, Barry E. (1977):** On the Possibility of Optimal Accounting Principles, in: The Accounting Review, 52. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 308–321.
- Davenport, Thomas H. (2014):** big data @ work. Chancen erkennen, Risiken verstehen, München.
- Dehmel, Inga (2015):** Aktuelle Entwicklungen bei den Definitions- und Ansatzkriterien für Vermögenswerte im Conceptual-Framework-Projekt des IASB, in: Betriebs-Berater, 70. Jg. (Heft-Nr. 30), S. 1770–1775.
- Deichkind (2012):** Bück dich hoch, Befehl von ganz unten, Berlin.
- Deloitte LLP (Deloitte) (2015a):** iGAAP 2015. A guide to IFRS reporting – Volume A – Part 1, Kingston upon Thames.
- Deloitte LLP (Deloitte) (2015b):** iGAAP 2015. A guide to IFRS reporting – Volume A – Part 2, Kingston upon Thames.
- Demil, Benoît/Lecocq, Xavier (2010):** Business Model Evolution: In Search of Dynamic Consistency, in: Long Range Planning, 43. Jg. (Heft-Nr. 2–3), S. 227–246, DOI: 10.1016/j.lrp.2010.02.004.
- Demski, Joel S. (1973):** The General Impossibility of Normative Accounting Standards, in: The Accounting Review, 48. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 718–723.
- Demski, Joel S. (1980):** Information analysis, 2. Auflage, Reading, Massachusetts u. a.
- Deutsches Institut für Marketing (DIM) (2010):** Social Media Marketing (SMM). DIM - Expertenpanel Marketing 2010, URL: http://www.huss-mediasales.de/sites/default/files/media-sales/2012/dim_studie_social_media_marketing_smm__10686.pdf (20.11.2015).
- Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee e.V. (DRSC) (2014):** The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL05), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL05_-_Comment_Letter_-_Accounting_Standards_Committee_of_Germany.pdf (20.11.2015).

- Di Pietra, Roberto/Gebhardt, Günther/McLeay, Stuart/Ronen, Joshua (2014):** Special issue in governance and accounting regulation, in: *Journal of Management & Governance*, 18. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 675–681, DOI: 10.1007/s10997-012-9238-1.
- Dichev, Ilia D. (2008):** On the Balance Sheet-Based Model of Financial Reporting, in: *Accounting Horizons*, 22. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 453–470, DOI: 10.2308/acch.2008.22.4.453.
- Die Deutsche Kreditwirtschaft (DK) (2014):** The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL06), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL06_-_Comment_Letter_-_German_Banking_Industry_Committee.pdf (20.11.2015).
- Diederich, Helmut (1992):** *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*, 7. Auflage, Stuttgart u.a.
- Dobler, Michael (2007):** Bilanzierung von selbst entwickelten Websites, in: *Praxis der internationalen Rechnungslegung*, 3. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 113–115.
- Dobler, Michael/Hettich, Silvia (2007):** Geplante Änderungen der Rahmenkonzepte von IASB und FASB. Konzeption, Vergleich, Würdigung, in: *Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung*, 2. Jg., S. 29–36.
- Donovan, Anna/Finn, Rachel/Wadhwa, Kush/Oruc, Sertac/Werker, Claudia/Cunningham, Scott W./Vega-Gorgojo, Guillermo/Soylu, Ahmet/Roman, Dumitru/Akerkar, Rajendra/García, José María/Lammerant, Hans/Galetta, Antonella/de Hert, Paul/Grumbach, Stéphane/Faravelon, Aurelien/Ramirez, Alejandro (2014):** Deliverable D2.1: Report on legal, economic, social, ethical and political issues, URL: http://byte-project.eu/wp-content/uploads/2014/10/BYTE-D2.1_Final_Compressed.pdf (20.11.2015).
- Döring, Ingo (2005):** Die Bilanzierung von Webseiten im Anlagevermögen nach HGB und IFRS, Blaubeuren/Ulm.
- Dürr, Ulrike L. (2007):** Mezzanine-Kapital in der HGB- und IFRS-Rechnungslegung. Ausprägungsformen, Bilanzierung, Rating, Berlin.
- Dutch Accounting Standards Board (DASB) (2014):** The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL18), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL18_-_Comment_Letter_-_Dutch_Accounting_Standards_Board.pdf (20.11.2015).
- Edlich, Stefan/Friedland, Achim/Hampe, Jens/Brauer, Benjamin/Brückner, Markus (2011):** *NoSQL. Einstieg in die Welt nichtrelationaler Web 2.0-Datenbanken*, 2. Auflage, München.

- Eisenführ, Franz/Weber, Martin/Langer, Thomas (2010):** Rationales Entscheiden, 5. Auflage, Berlin u. a.
- Elsner, Mark (2012):** Information Propagation on the Web 2.0. Two Essays on the Propagation of User-Generated Content and How It Is Affected by Social Networks, Frankfurt am Main u. a.
- Enderle, Martin/Wirtz, Bernd W. (2008):** Weitreichende Veränderungen, in: Absatzwirtschaft - Zeitschrift für Marketing, 51. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 36–39.
- Enders, Albrecht/Hungenberg, Harald/Denker, Hans-Peter/Mauch, Sebastian (2008):** The long tail of social networking. Revenue models of social networking sites, in: European Management Journal, 26. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 199–211, DOI: 10.1016/j.emj.2008.02.002.
- Engel, Hans-Ulrich (2013):** Chancen nutzen mit sozialen Netzwerken, in: Die Wirtschaftsprüfung, 66. Jg. (Heft-Nr. 3), 1.
- Engelken, Julia/Müller, Martin/Spiller, Achim/Schneidewind, Uwe (2003):** Betreiberbefragung virtueller Communities - eine empirische Untersuchung, Oldenburg.
- Erb, Carsten/Pelger, Christoph (2013):** Auf dem Weg zum neuen Rahmenkonzept der IFRS-Rechnungslegung. Darstellung und Würdigung des Diskussionspapiers DP/2013/1 des IASB, in: Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 13. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 517–524.
- Erb, Carsten/Pelger, Christoph (2014):** Potenzielle Praxisimplikationen des Diskussionspapiers zum künftigen IFRS-Rahmenkonzept, in: Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung, 9. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 21–25.
- Erb, Carsten/Pelger, Christoph (2015a):** “Twisting words”? A study of the construction and reconstruction of reliability in financial reporting standard-setting, in: Accounting, Organizations and Society, 40. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 13–40, DOI: 10.1016/j.aos.2014.11.001.
- Erb, Carsten/Pelger, Christoph (2015b):** Welche Vorstellungen hat der IASB vom neuen Rahmenkonzept?, in: Die Wirtschaftsprüfung, 68. Jg. (Heft-Nr. 20), S. 1058–1064.
- Erb, Thoralf/Eyck, Karen/Jonas, Martin (2013):** § 27. Wertminderung und Wertaufholung, in: Bohl, Werner/Riese, Joachim/Schlüter, Jörg (Hrsg.), Beck'sches IFRS-Handbuch: Kommentierung der IFRS/IAS, 4. Auflage, München/Bern, S. 1167–1215.
- Ernst & Young LLP (EY) (2015):** International GAAP 2015. Generally Accepted Accounting Principles under International Financial Reporting Standards - Volume 1, Chichester.

Euler, Roland (2014): Zur wirtschaftlichen Betrachtungsweise bei Wirtschaftsgütern des immateriellen Anlagevermögens, in: Dobler, Michael/Hachmeister, Dirk/Kuhner, Christoph/Rammert, Stefan (Hrsg.), Rechnungslegung, Prüfung und Unternehmensbewertung: Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. Wolfgang Ballwieser, Stuttgart, S. 143–157.

Europäische Kommission (2012): How will the data protection reform affect social networks?, URL: http://ec.europa.eu/justice/data-protection/document/review2012/factsheets/3_en.pdf (30.12.2015).

Europäische Kommission (2015): Einigung über die EU-Datenschutzreform der Kommission wird digitalen Binnenmarkt voranbringen, URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6321_de.htm (30.12.2015).

Europäische Vereinigung der Genossenschaftsbanken (EACB) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL08), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL08_-_Comment_Letter_-_European_Association_of_Co-operative_Banks.pdf (20.11.2015).

European Banking Federation (EBF) (2013): The role of the business model in financial reporting. Comment Letter (CL1), URL: http://www.efrag.org/files/Conceptual%20Framework%202013/Comment%20letters%20received/Business%20Model/CL1_EBF.pdf (20.11.2015).

European Banking Federation (EBF) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL07), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL07_-_Comment_Letter_-_European_Banking_Federation.pdf (20.11.2015).

European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) (2014a): EFRAG General Assembly and EFRAG Member Organisations, URL: <http://www.efrag.org/Front/c1-266/EFRAG-General-Assembly-and-EFRAG-Member-Organisations.aspx> (30.12.2015).

European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) (2014b): Proactive - The Role of the Business Model in Financial Statements, URL: <http://www.efrag.org/Front/p206-2-272/Proactive---The-Role-of-the-Business-Model-in-Financial-Statements.aspx> (30.12.2015).

European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) (2014c): The Use of Information by Capital Providers. Implications for Standard Setting, URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20Output/Implications_for_standard_setting.pdf (20.11.2015).

European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) (2015): Getting a Better Framework. Profit or Loss versus OCI Bulletin, URL:
http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Conceptual%20Framework/Bulletin%20Profit%20or%20loss%20versus%20OCI/EFRAG_Bulletin_Profit_or_loss_versus_OCI.pdf (20.11.2015).

European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)/Autorité des Normes Comptables (ANC)/UK Financial Reporting Council (FRC) (2014): The role of the business model in financial statements. Feedback statement on research paper, URL:
http://www.efrag.org/files/EFRAG%20Output/Business%20model/140922_EFR_CF_BUSINESSMODEL PUBLICATION_FB.pdf (22.11.2015).

European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)/French Autorité des Normes Comptables (ANC)/Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee e.V. (DRSC)/Organismo Italiano di Contabilità (OIC)/UK Financial Reporting Council (FRC) (2013): Getting a Better Framework. The Role of the Business Model in Financial Accounting Bulletin, URL:
http://www.drsc.de/docs/qb/2013_q3/EFRaEG_Bulletin_BusinessModel.pdf (20.11.2015).

European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)/French Autorité des Normes Comptables (ANC)/UK Financial Reporting Council (FRC) (2013): The role of the business model in financial statements. Research Paper, URL:
http://www.efrag.org/files/EFRAG%20Output/131218_Business_Model_Research_Paper.pdf (20.11.2015).

European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)/The European Federation of Financial Analysts Societies (EFFAS)/The Belgium Association of Financial Analysts/International Accounting Standards Board (IASB) (2014): Joint Outreach Event. Round Table. Investors and Advisers: What Role can you play in Ensuring Quality Financial Reporting? URL:
http://www.efrag.org/files/News%20related%20documents/140625_-_User_Outreach_Event_-_Summary_Report.pdf (20.11.2015).

European Securities and Markets Authority (ESMA) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL20), URL:
http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL20_-_Comment_Letter_-_European_Securities_and_Markets_Authority.pdf (20.11.2015).

European Securities and Markets Authority (ESMA) (2015): Leitlinien Alternative Leistungskennzahlen (APM), URL:

https://www.esma.europa.eu/system/files_force/library/2015/10/2015-esma-1415de.pdf?download=1 (20.11.2015).

Evans, David S. (2011): Platform Economics: Essays on Multi-Sided Businesses, URL: <http://ssrn.com/abstract=1974020> (20.11.2015).

Fachausschuss für Unternehmensbewertung und Betriebswirtschaft des IDW (FAUB des IDW) (2011): Bewertung von Technologien (Fortsetzung des IDW S 5), in: IDW Fachnachrichten (Heft-Nr. 7), S. 467–484.

Fahy, John/Smithee, Alan (1999): Strategic Marketing and the Resource Based View of the Firm, in: Academy of Marketing Science Review, 3. Jg. (Heft-Nr. 10), S. 1–20.

Fasselt, Martin/Radde, Jens (2013): B 211 Immaterielle Vermögensgegenstände, in: Böcking, Hans-Joachim/Castan, Edgar/Heymann, Gerd/Pfitzer, Norbert/Scheffler, Eberhard (Hrsg.), Beck'sches Handbuch der Rechnungslegung: HGB und IFRS, München.

Fédération Française des Sociétés d'Assurances (FFSA) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL14), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL14_-_Comment_Letter_-_French_Insurance_Federation_-_FFSA.pdf (20.11.2015).

Federation of European Accountants (FEE) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL02), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/02_-_Comment_Letter_-_Federation_of_European_Accountants.pdf (20.11.2015).

Ferstl, Otto K./Sinz, Elmar J. (2013): Grundlagen der Wirtschaftsinformatik, 7. Auflage, München.

Fielt, Erwin (2013): Conceptualising Business Models: Definitions, Frameworks and Classifications, in: Journal of Business Models, 1. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 85–105.

Fischer, Thomas M./Vielmeyer, Uwe (2001): Bilanzierung der Aufwendungen für die Erstellung von Internetauftritten nach US-GAAP, IAS und HGB, in: Betriebs-Berater, 56. Jg. (Heft-Nr. 25), S. 1294–1301.

Fließ, Sabine/Völker-Albert, Jan-Hendrik (2002): Going Virtual - Blueprinting als Basis des Prozessmanagements von E-Service-Anbietern, in: Bruhn, Manfred/Stauss, Bernd (Hrsg.), Electronic Services: Dienstleistungsmanagement. Jahrbuch 2002, Wiesbaden, S. 263–291.

Fox, Alexander (2010): Die Bewertung von Content-Anbietern unter besonderer Berücksichtigung von Web 2.0, Wiesbaden.

Franke, Florian/Hommel, Michael (2012): Fall 8: Sachanlagevermögen, in: Hommel, Michael/Rammert, Stefan (Hrsg.), IFRS-Bilanzanalyse case by case, 3. Auflage, Frankfurt am Main, S. 173–195.

Freiberg, Jens (2012): Abstrakte und konkrete Bilanzierungsfähigkeit immaterieller Werte, in: Praxis der internationalen Rechnungslegung, 8. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 194–197.

Freiberg, Jens/Hoffmann, Wolf-Dieter (2015): Die abstrakte Bilanzierungsfähigkeit von Abschlusselementen. Änderungen nach dem Entwurf zum Rahmenkonzept, in: Praxis der internationalen Rechnungslegung, 11. Jg. (Heft-Nr. 10), S. 284–289.

Freidank, Carl-Christian/Hinze, Anne-Kathrin (2015): Einordnung des Integrated Reportings in das System der unternehmerischen Berichterstattung, in: Freidank, Carl-Christian/Müller, Stefan/Velte, Patrick (Hrsg.), Handbuch Integrated Reporting: Herausforderung für Steuerung, Überwachung und Berichterstattung, Berlin, S. 55–90.

Freiherr von dem Bussche, Axel/Schelinski, Tobias (2013): Teil 1. IT-Vertragsrecht, in: Leupold, Andreas/Glossner, Silke/Braun, Jens-Daniel (Hrsg.), Münchener Anwaltshandbuch IT-Recht, 3. Auflage, München.

Freiling, Jörg (2001): Resource-based view und ökonomische Theorie. Grundlagen und Positionierung des Ressourcenansatzes, Wiesbaden.

Fritz, Wolfgang (2004): Internet-Marketing und Electronic Commerce. Grundlagen - Rahmenbedingungen - Instrumente, 3. Auflage, Wiesbaden.

Fuchs, Jana C. (2015): Personenbezogene Daten zwischen der EU und den USA. Ein Rückblick auf das sog. "Safe-Harbor-Urteil" des EuGH und ein Ausblick auf dessen Auswirkungen auf den transatlantischen Datenaustausch, in: Betriebs-Berater, 70. Jg. (51–52), S. 3074–3079.

Fuchs, Markus (2011): IAS 38 - Intangible Assets, in: Buschhüter, Michael/Striegel, Andreas (Hrsg.), Kommentar Internationale Rechnungslegung IFRS, Wiesbaden, S. 975–1019.

Fülbier, Rolf Uwe (2004): Wissenschaftstheorie und Betriebswirtschaftslehre, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 33. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 266–271.

Fülbier, Rolf Uwe/Hitz, Jörg-Markus/Sellhorn, Thorsten (2009): Relevance of Academic Research and Researchers' Role in the IASB's Financial Reporting Standard Setting, in: Abacus, 45. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 455–492, DOI: 10.1111/j.1467-6281.2009.00300.x.

- Fülbier, Rolf Uwe/Honold, Dirk/Klar, Alexander (2000):** Bilanzierung immaterieller Vermögenswerte, in: *Recht der Internationalen Wirtschaft*, 46. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 833–844.
- Ganzert, Siegfried/Lutz, Kramer (1995):** Due Diligence Review – eine Inhaltsbestimmung, in: *Die Wirtschaftsprüfung*, 48. Jg. (Heft-Nr. 17), S. 576–581.
- Gassen, Joachim/Fischkin, Michael/Hill, Verena (2008):** Das Rahmenkonzeptprojekt des IASB und des FASB – Entscheidungsnützlichkeit über alles? in: Küting, Karlheinz/Pfitzer, Norbert/Weber, Claus-Peter (Hrsg.), *Bilanz als Informations- und Kontrollinstrument: Kapitalmarktorientierte Rechnungslegung und integrierte Unternehmenssteuerung*, Stuttgart, S. 31–49.
- Gebauer, Lysann/Gierczak, Michael Marcin/Söllner, Matthias/Leimeister, Jan Marco (2015):** Einflussfaktoren auf die Nutzung von Cloud-Speicherdiensten, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 67. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 367–407.
- Gebhardt, Günther/Mora, Araceli/Wagenhofer, Alfred (2014):** Revisiting the Fundamental Concepts of IFRS, in: *Abacus*, 50. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 107–116, DOI: 10.1111/abac.12024.
- Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) (2014):** The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL04), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL04_-_Comment_Letter_-_German_Insurance_Association.pdf (20.11.2015).
- Ghaziani, Amin/Ventresca, Marc J. (2005):** Keywords and Cultural Change: Frame Analysis of Business Model Public Talk, 1975–2000, in: *Sociological Forum*, 20. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 523–559, DOI: 10.1007/s11206-005-9057-0.
- Gneiser, Martin/Heidemann, Julia/Klier, Mathias/Landherr, Andrea/Probst, Florian (2012):** Valuation of online social networks taking into account users' interconnectedness, in: *Information Systems and e-Business Management*, 10. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 61–84, DOI: 10.1007/s10257-010-0153-1.
- Graf, Nicco F. S./Rothlauf, Franz (2012):** Firm-NGO collaborations, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 82. Jg. (Heft-Nr. 6 (Special Issue)), S. 103–125, DOI: 10.1007/s11573-012-0628-2.
- Graf von Kanitz, Friedrich (2014):** Purchase Price Allocation und Impairment-Test in der Abschlussprüfung, in: Ballwieser, Wolfgang/Beyer, Sven/Zelger, Hansjörg (Hrsg.), *Unternehmenskauf nach IFRS und HGB: Purchase Price Allocation, Goodwill und Impairment-Test*, 3. Auflage, Stuttgart, S. 529–576.

- Grahl, Jörn/Rothlauf, Franz/Hinz, Oliver (2013):** How do social recommendations influence shopping behaviour? A field experiment. Working Paper – April 2013, URL: http://www.emarkets.tu-darmstadt.de/fileadmin/user_upload/download/Working_Papers/Value-of-Social-Recommendation-2013-04-30-Working-Paper.pdf (22.11.2015).
- Grüber, Stephan (2015):** Intangible Values in Financial Accounting and Reporting. An Analysis from the Perspective of Financial Analysts, Wiesbaden, DOI: 10.1007/978-3-658-06550-8.
- Grüner, Tanja (2006):** Behandlung der immateriellen Vermögenswerte im Rahmen der Erstkonsolidierung nach IAS/IFRS, München.
- Günzel, Franziska/Krause, Juliane (2013):** Die Rolle von Geschäftsmodellen im Gründungsprozess – Eine Systematische Literaturanalyse, 65. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 176–193.
- Gurses, Seda/Rizk, Ramzi/Gunther, Oliver (2008):** Privacy Design in Online Social Networks: Learning from Privacy Breaches and Community Feedback, in: Association for Information Systems (Hrsg.), ICIS 2008 Proceedings, URL: <http://aisel.aisnet.org/icis2008/90> (20.11.2015).
- Gutenberg, Erich (1979):** Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. Die Produktion, 23. Auflage, Berlin u. a.
- Gutenberg, Erich (1980):** Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. Die Finanzen, 8. Auflage, Berlin u. a.
- Haaker, Andreas (2008):** Potential der Goodwill-Bilanzierung nach IFRS für eine Konvergenz im wertorientierten Rechnungswesen. Eine messtheoretische Analyse, Wiesbaden, DOI: 10.1007/978-3-8349-9709-8.
- Haaker, Andreas (2014):** IFRS - Irrtümer, Widersprüche und unerwünschte Konsequenzen. Ein Lehrbuch zur kritischen Analyse der internationalen Rechnungslegung, Herne.
- Hachmeister, Dirk/Schwarzkopf, Ann-Sophie (2015):** C 403 Kapitalkonsolidierung nach der Erwerbsmethode: Grundlagen, Erst- und Folgebewertung, in: Böcking, Hans-Joachim/Castan, Edgar/Heymann, Gerd/Pfitzer, Norbert/Scheffler, Eberhard (Hrsg.), Beck'sches Handbuch der Rechnungslegung: HGB und IFRS, München.
- Häcker, Joachim/Riffner, Saki (2001):** New Economy – Quo vadis (3), in: Finanz-Betrieb, 3. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 345–348.

- Hagemeister, Christina (2004):** Bilanzierung von Sachanlagevermögen nach dem Komponentenansatz des IAS 16, Düsseldorf.
- Hajek, Stefan/Hohensee, Matthias (2016):** Der Kampf um den Datenschatz tobt, in: WirtschaftsWoche, 70. Jg. (Heft-Nr. 25), S. 84–86.
- Hajek, Stefan/Hohensee, Matthias/Hoyer, Niklas/Kirsch, Sebastian (2014):** Spatz in der Hand oder Millionen auf dem Dach?, in: WirtschaftsWoche, 68. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 88–95.
- Haller, Axel/Zellner, Paul (2013):** Das Integrated Reporting Framework – kurz vor der Zielgeraden, in: Der Betrieb, 66. Jg. (Heft-Nr. 21), S. 1125–1132.
- Haller, Axel/Zellner, Paul (2014):** Integrated Reporting Framework – eine neue Basis für die Weiterentwicklung der Unternehmensberichterstattung, in: Der Betrieb, 67. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 253–258.
- Hammer, Christoph/Schmoecker, Marco (2004):** Navigation als Instrument der Kundenführung und -bindung, in: Gentsch, Peter/Lee, Sun (Hrsg.), Praxishandbuch Portalmanagement: Profitable Strategien für Internetportale, Wiesbaden, S. 157–168.
- Han, Jiawei/Kamber, Micheline/Pei, Jian (2012):** Data mining. Concepts and techniques, 3. Auflage, Amsterdam u. a.
- Hanafizadeh, Payam/Ravasan, Ahad Zare/Nabavi, Ali/Mehrabioun, Mohammad (2012):** A Literature Review on the Business Impacts of Social Network Sites, in: International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 4. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 46–60, DOI: 10.4018/jvcsn.2012010104.
- Haslam, Colin/Andersson, Tord/Tsitsianis, Nick/Yin, Ya Ping (2013):** Redefining Business Models. Strategies for a financialized world, London/New York.
- Haslam, Colin/Tsitsianis, Nick/Andersson, Tord/Gleadle, Pauline (2015):** Accounting for Business Models: Increasing the Visibility of Stakeholders, in: Journal of Business Models, 3. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 62–80.
- Hauptfachausschuss des IDW (HFA des IDW) (2005):** IDW Stellungnahme zur Rechnungslegung: Bewertung von Unternehmenserwerben und bei Werthaltigkeitsprüfungen nach IFRS (IDW RS HFA 16), in: Die Wirtschaftsprüfung, 58. Jg. (Heft-Nr. 24), S. 1415–1426.
- Hauptfachausschuss des IDW (HFA des IDW) (2009):** IDW Rechnungslegungshinweis: Handelsrechtliche Zulässigkeit einer komponentenweisen

planmäßigen Abschreibung von Sachanlagen (IDW RH HFA 1.016), in: IDW Fachnachrichten (Heft-Nr. 7), S. 362–363.

Hauptfachausschuss des IDW (HFA des IDW) (2011): Bewertung von Technologien (Fortsetzung des IDW S 5), in: IDW Fachnachrichten (Heft-Nr. 7), S. 467–484.

Hauptfachausschuss des IDW (HFA des IDW) (2014): IDW Stellungnahme zur Rechnungslegung: Einzelfragen zur Ermittlung des Fair Value nach IFRS 13 (IDW RS HFA 47), in: IDW Fachnachrichten (Heft-Nr. 1), S. 84–100.

Hauptfachausschuss des IDW (HFA des IDW) (2015): IDW Stellungnahme zur Rechnungslegung: Einzelfragen zu Wertminderungen von Vermögenswerten nach IAS 36 (IDW RS HFA 40), in: IDW Fachnachrichten (Heft-Nr. 6), S. 335–360.

Häusler, Sascha (2009): Soziale Netzwerke im Internet. Entwicklung, Formen und Potenziale zu kommerzieller Nutzung, Saarbrücken.

Hayn, Sven/Hold, Christiane (2011): Abschnitt 3: Bilanz, in: Ballwieser, Wolfgang/Beine, Frank/Hayn, Sven/Peemöller, Volker H./Schruff, Lothar/Weber, Claus-Peter (Hrsg.), Handbuch International Financial Reporting Standards 2011, 7. Auflage, Weinheim, S. 67–93.

Heggmair, Maik/Riedl, Andreas/Wutschke, Christopher (2014): Ermittlung von angemessenen Verrechnungspreisen für Unternehmen der Digital Economy, in: Internationales Steuerrecht, 23. Jg. (Heft-Nr. 9), S. 323–330.

Heidemann, Julia (2010): Online Social Networks. Ein sozialer und technischer Überblick, in: Informatik-Spektrum, 33. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 262–271, DOI: 10.1007/s00287-009-0367-0.

Henry, Theresa F./Rosenthal, David A./Weitz, Rob R. (2014): Socially Awkward. Social media companies' nonfinancial metrics can send a mixed message, in: Journal of Accountancy, 218. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 52–58.

Hepers, Lars (2005): Entscheidungsnützlichkeit der Bilanzierung von Intangible Assets in den IFRS. Analyse der Regelungen des IAS 38 unter besonderer Berücksichtigung der ergänzenden Regelungen des IAS 36 sowie des IFRS 3, Lohmar/Köln.

Herstatt, Cornelius/Sander, Jan G. (2004): Einführung: virtuelle Communities, in: Herstatt, Cornelius/Sander, Jan G. (Hrsg.), Produktentwicklung mit virtuellen Communities: Kundenwünsche erfahren und Innovationen realisieren, Wiesbaden, S. 1–16.

- Heßler, Armin/Mosebach, Petra (2013):** Web Analytics in der Abschlussprüfung, in: Die Wirtschaftsprüfung, 66. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 162–176.
- Hettler, Uwe (2010):** Social Media Marketing. Marketing mit Blogs, sozialen Netzwerken und weiteren Anwendungen des Web 2.0, München.
- Heyd, Reinhard/Lutz-Ingold, Martin (2005):** Immaterielle Vermögenswerte und Goodwill nach IFRS. Bewertung, Bilanzierung und Berichterstattung, München.
- Hippner, Hajo (2006):** Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotenziale von Social Software, in: Hildebrand, Knut/Hofmann, Josephine (Hrsg.), Social Software, Heidelberg, S. 6–16.
- Hitz, Jörg-Markus (2005):** Rechnungslegung zum fair value, Frankfurt am Main u. a.
- Hitz, Markus-Jörg/Zachow, Jannis (2011):** Vereinheitlichung des Wertmaßstabs "beizulegender Zeitwert" durch IFRS 13 "Fair Value Measurement", in: Die Wirtschaftsprüfung, 64. Jg. (Heft-Nr. 20), S. 964–972.
- Hoegg, Roman/Martignoni, Robert/Meckel, Miriam/Stanoevska-Slabeva, Katarina (2006):** Overview of business models for Web 2.0 communities, URL: <https://www.alexandria.unisg.ch/publications/31411> (20.11.2015).
- Hoffmann, Sebastian/Detzen, Dominic (2013):** The Conceptual Framework's (In)Adequacy for Standard Setting, in: Detzen, Dominic (Hrsg.), Conceptual and Historical Underpinnings of Accounting, Leipzig, S. 77–132, URN: urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-119374, URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-119374> (20.11.2015).
- Hoffmann, Wolf-Dieter (2012):** Vorfürswagen, in: Praxis der internationalen Rechnungslegung, 8. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 370.
- Hohensee, Matthias/Hoyer, Niklas/Stölzel, Thomas/Kroker, Michael (2011):** Das Web-2.0-Monopoly, in: WirtschaftsWoche, 65. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 44–50.
- Hohensee, Matthias/Kuhn, Thomas (2015):** Die Jagd nach dem digitalen Meister, in: WirtschaftsWoche, 69. Jg. (Heft-Nr. 47), S. 46–48.
- Holl, Friedrich-L./Witt, Andreas (2012):** Web-basierte Erlösmodelle und deren Einflussfaktoren am Beispiel eines Online-Portals, URL: <http://www.andreas-witt.net/publikationen/webbasierte-erloesmodelle-und-einflussfaktoren-witt-holl.pdf> (18.06.2015).
- Holznagel, Bernd (2015):** Teil 3 Rundfunk und Telemedien, in: Hoeren, Thomas/Sieber, Ulrich/Holznagel, Bernd (Hrsg.), Handbuch Multimedia-Recht: Rechtsfragen des elektronischen Geschäftsverkehrs, München.

- Hommel, Michael/Rößler, Bettina (2009):** Komponentenansatz des IDW RH HFA 1.016 – eine GoB-konforme Konkretisierung der planmäßigen Abschreibungen?, in: BetriebsBerater, 64. Jg. (Heft-Nr. 47), S. 2526–2530.
- Hoogervorst, Hans (2012):** The imprecise world of accounting, URL: <http://www.ifrs.org/Alerts/Conference/Pages/HH-speech-Amsterdam-June-2012.aspx> (07.09.2015).
- Hoogervorst, Hans (2015):** The big question of measurement. Joint IFRS Foundation and HKICPA conference, Hong Kong, 12. Oktober 2015, URL: <http://www.ifrs.org/Alerts/Conference/Documents/2015/Hans-Hoogervorst-speech-HK-Oct-2015.pdf> (17.10.2015).
- Howard, Bill (2008):** Analyzing Online Social Networks, in: Communications of the ACM, 51. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 14–16, DOI: 10.1145/1400214.1400220.
- HSBC Holdings plc (HSBC) (2013):** The role of the business model in financial reporting. Comment Letter (CL3), URL: http://www.efrag.org/files/Conceptual%20Framework%202013/Comment%20letters%20received/Business%20Model/CL3_HSBC.pdf (20.11.2015).
- Huber, Frank/Meyer, Frederik/Gluth, Oliver (2012):** Mitgliederbindung an Social Network Sites. Eine empirische Analyse zur Aufdeckung von Nutzermotiven, Lohmar.
- IFRS Foundation (2014a):** Project: Conceptual Framework. Paper topic: Business model. ASAF Meeting June 2014. Staff Paper, URL: <http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/ASAF/2014/May/08A%20Conceptual%20Framework.pdf> (23.12.2015).
- IFRS Foundation (2014b):** Project: Conceptual Framework. Paper topic: Feedback summary: business model. IASB Meeting March 2014. Staff Paper, URL: <http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/IASB/2014/March/10K-CF%20feedback%20summary%20Business%20model.pdf> (23.12.2015).
- IFRS Foundation (2014c):** Summary note of the Accounting Standards Advisory Forum. ASAF Meeting June 2014, URL: <http://www.ifrs.org/About-us/IASB/Advisory-bodies/ASAF/Documents/ASAF-summary-notes-June-2014.pdf> (23.12.2015).
- IFRS Foundation/International Accounting Standards Board (IASB) (2015):** IFRS application around the world – Analysis of the IFRS jurisdiction profiles, URL: <http://www.ifrs.org/Use-around-the-world/Pages/Analysis-of-the-IFRS-jurisdictional-profiles.aspx> (07.05.2015).

Institute of Chartered Accountants of Scotland (ICAS) (2013): Response to the IASB Discussion Paper: A Review of the Conceptual Framework for Financial Reporting, URL: http://eifrs.ifrs.org/eifrs/comment_letters/27/27_3103_AmyHutchinsonICAS_0_20140113_RespondetoIASBDPCConceptualFrameworkFINAL.pdf (30.12.2015).

Institute of Chartered Accountants of Scotland (ICAS) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL12), URL: http://www.efrag.org/files/EFrag%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL12_-_Comment_Letter_-_Institute_of_Chartered_Accountants_of_Scotland.pdf (20.11.2015).

Instituto de Contabilidad y Auditoria de Cuentas (ICAC) (2013): The role of the business model in financial reporting. Comment Letter (CL7), URL: http://www.efrag.org/files/Conceptual%20Framework%202013/Comment%20letters%20received/Business%20Model/CL7_ICAC.pdf (20.11.2015).

Instituto de Contabilidad y Auditoria de Cuentas (ICAC) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL16), URL: http://www.efrag.org/files/EFrag%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL16_-_Comment_Letter_-_ICAC.pdf (20.11.2015).

Insurance Europe (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL10), URL: http://www.efrag.org/files/EFrag%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL10_-_Comment_Letter_-_Insurance_Europe.pdf (20.11.2015).

International Accounting Standards Board (IASB) (2010): Conceptual Framework for Financial Reporting 2010, URL: <http://www.ifrs.org/News/Press-Releases/Documents/ConceptualFW2010vb.pdf> (22.11.2015).

International Accounting Standards Board (IASB) (2013): A Review of the Conceptual Framework for Financial Reporting. Discussion Paper DP/2013/1, URL: <http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Conceptual-Framework/Discussion-Paper-July-2013/Documents/Discussion-Paper-Conceptual-Framework-July-2013.pdf> (20.11.2015).

International Accounting Standards Board (IASB) (2015a): Conceptual Framework for Financial Reporting. Basis for Conclusions. Exposure Draft ED/2015/3, URL: http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Conceptual-Framework/Documents/May%202015/Basis-to-ED_CF_MAY%202015.pdf (20.11.2015).

- International Accounting Standards Board (IASB) (2015b)***: Conceptual Framework for Financial Reporting. Exposure Draft ED/2015/3, URL: http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Conceptual-Framework/Documents/May%202015/ED_CF_MAY%202015.pdf (20.11.2015).
- International Accounting Standards Board (IASB) (2015c)***: Feedback statement. How we responded to feedback on the 2013 Discussion Paper, URL: <http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Conceptual-Framework/Documents/May%202015/Conceptual-Framework-Feedback-Statement-May2015.pdf> (20.11.2015).
- International Accounting Standards Board (IASB) (2015d)***: IASB Update. September 2015, URL: <http://media.ifrs.org/2015/IASB/September/IASB-Update-September2015.pdf> (22.11.2015).
- International Accounting Standards Board (IASB) (2015e)***: Identification and measurement of intangible assets acquired in a business combination. Staff Paper. Goodwill and impairment project, URL: <http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/IASB/2015/November/AP18A-Goodwill-and-impairment-project.pdf> (30.12.2015).
- International Accounting Standards Board (IASB) (2015f)***: International Financial Reporting Standards. Part A. The Conceptual Framework and requirements. As issued at 1 January 2015, London.
- International Accounting Standards Board (IASB) (2015g)***: International Financial Reporting Standards. Part B. The accompanying documents. As issued at 1 January 2015, London.
- International Integrated Reporting Council (IIRC) (2013a)***: Basis for Conclusions. International <IR> Framework, URL: <http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/12/13-12-08-Basis-for-conclusions-IR.pdf> (20.11.2015).
- International Integrated Reporting Council (IIRC) (2013b)***: The International <IR> Framework, URL: <http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/12/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-2-1.pdf> (20.11.2015).
- International Integrated Reporting Council (IIRC)/IFRS Foundation (2013)***: Memorandum of Understanding, URL: <http://www.ifrs.org/Use-around-the-world/Documents/MoU-IIRC-and-IFRS-Foundation-February-2013.pdf> (18.04.2015).
- Jaccottet, Beat (1997)***: Client/Server-Architekturen: Konzepte und Bedeutung, Frankfurt am Main u. a.

- Jäger, Rainer/Himmel, Holger (2003):** Die Fair Value-Bewertung immaterieller Vermögenswerte vor dem Hintergrund der Umsetzung internationaler Rechnungslegungsstandards, in: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, 55. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 417–440.
- Jensen, Anders Bille (2013):** Do we need one business model definition? in: Journal of Business Models, 1. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 61–84.
- Kajüter, Peter (2016):** Neuerungen in der Lageberichterstattung nach dem Referentenentwurf des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes, in: Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 16. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 230–238.
- Kajüter, Peter/Hannen, Stefan (2014):** Integrated Reporting nach dem Rahmenkonzept des IIRC. Anforderungen, Anwendung und offene Fragen, in: Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 14. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 75–81.
- Kalantary, Ashkan (2012):** Fair Value-Bewertung immaterieller Vermögenswerte nach IFRS. Objektivierungsmöglichkeiten und -grenzen, Frankfurt am Main.
- Kämpfer, Georg/Hoffmann, Tim (2014):** Integrated Reporting – Quo vairs? in: Dobler, Michael/Hachmeister, Dirk/Kuhner, Christoph/Rammert, Stefan (Hrsg.), Rechnungslegung, Prüfung und Unternehmensbewertung: Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. Wolfgang Ballwieser, Stuttgart, S. 387–404.
- Karla, Jürgen (2007):** Implementierung von Regelkreisen in Geschäftsmodellen für Web 2.0-Publikumsdienste, in: Praxis der Wirtschaftsinformatik, 44. Jg. (Heft-Nr. 255), S. 17–26.
- Kasperzak, Rainer (2011):** Wertminderungstest nach IAS 36 – Ein Plädoyer für die Abschaffung des Konzepts des erzielbaren Betrages, in: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, 63. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 1–17.
- Kasperzak, Rainer/Nestler, Anke (2010):** Bewertung von immateriellem Vermögen. Anlässe, Methoden und Gestaltungsmöglichkeiten, Weinheim.
- Kay, John (1995):** Foundations of Corporate Success. How Business Strategies Add Value, Oxford u. a., DOI: 10.1093/019828988X.001.0001.
- Kessler, Wolfgang (1998):** Bilanzielle Behandlung von Internet-Auftritten, in: Der Betrieb, 51. Jg. (Heft-Nr. 27/28), S. 1341–1353.
- Kim, Myungsun/Kross, William (2005):** The Ability of Earnings to Predict Future Operating Cash Flows Has Been Increasing – Not Decreasing, in: Journal of Accounting Research, 43. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 753–780, DOI: 10.1111/j.1475-679X.2005.00189.x.

- Kirsch, Hanno (2011):** Conceptual Framework für Phase A – Zielsetzung der Finanzberichterstattung und qualitative Anforderungen an die Rechnungslegung, in: Deutsche Steuer-Zeitung, 99. Jg. (Heft-Nr. 1–2), S. 26–35.
- Kirsch, Hanno (2013):** Rechnungslegungsinstrumente in der internationalen Rechnungslegung, in: Hofbauer, Max A./Kupsch, Peter/Grewe, Wolfgang/Kirsch, Hanno/Scherrer, Gerhard (Hrsg.), Bonner Handbuch Rechnungslegung, 2. Auflage, Bonn.
- Kirsch, Hanno (2015):** Der Exposure Draft zum Conceptual Framework (ED/2015/3). Mögliche Implikationen für die künftige IFRS-Rechnungslegung, in: Praxis der internationalen Rechnungslegung, 11. Jg. (Heft-Nr. 9), S. 233–240.
- Kirsch, Hans-Jürgen/Köhling, Kathrin/Dettenrieder, Dominik/Gallasch, Florian (2014):** IFRS 13 Bewertung zum beizulegenden Zeitwert (Fair Value Measurement), in: Baetge, Jörg/Wollmert, Peter/Kirsch, Hans-Jürgen/Oser, Peter/Bischof, Stefan (Hrsg.), Rechnungslegung nach IFRS: Kommentar auf der Grundlage des deutschen Bilanzrechts, 2. Auflage, Stuttgart.
- Kirsch, Hans-Jürgen/Schoo, Lena/Kraft, Ariane (2014):** Das Discussion Paper zum Conceptual Framework des IASB. Ein Überblick über Inhalte und Neuerungen, in: Die Wirtschaftsprüfung, 67. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 301–310.
- Kirsch, Sebastian (2014):** Nachgefragt: Greg Becker. "Bis zum Börsengang und darüber hinaus", in: WirtschaftsWoche, 68. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 99.
- Kleemann, Frank/Voß, G. Günter/Rieder, Kerstin (2008):** Un(der)paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing, in: Science, Technology & Innovation Studies, 4. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 5–26.
- Kleinmanns, Hermann (2014):** Die "offene Gesellschaft der IFRS-Interpreten", in: Der Betrieb, 67. Jg. (Heft-Nr. 24), S. 1325–1333.
- Kleinmanns, Hermann (2016):** Die Rolle des Business Model in der Finanzberichterstattung nach IFRS – vernachlässigt oder überschätzt?, in: Der Betrieb, 69. Jg. (Heft-Nr. 22), S. 1265–1272.
- Kluge, Andreas (2012):** Zielorientierte Unternehmenssteuerung mit Hilfe verknüpfter Informationsgrundlagen aus Jahresabschlussanalyse und Marktforschung, Karlsruhe.
- Knaese, Birgit (1996):** Kernkompetenzen im strategischen Management von Banken. Der "Resource-based-view" in Kreditinstituten, Wiesbaden.

- Koch, Matthias (2014):** Recht, in: Vögele, Alexander (Hrsg.), Geistiges Eigentum – Intellectual Property: Recht, Bilanzierung, Steuerrecht, Bewertung, München, S. 1–66.
- Koch, Michael/Richter, Alexander/Schlosser, Andreas (2007):** Produkte zum IT-gestützten Social Networking in Unternehmen, in: Wirtschaftsinformatik, 49. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 448–455.
- Koch, Philip (2008):** Teil 2: Vertragsrecht und Vertragsgestaltung. Domains, in: Kilian, Wolfgang/Heussen, Benno (Hrsg.), Computerrechts-Handbuch: Informationstechnologie in der Rechts- und Wirtschaftspraxis, München.
- Koch, Simone (2011):** Bilanzierung von Nutzungsrechten nach GoB und IFRS, Düsseldorf.
- Kolbitsch, Josef/Maurer, Hermann (2006):** The Transformation of the Web: How Emerging Communities Shape the Information we Consume, in: Journal of Universal Computer Science, 12. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 187–213, DOI: 10.3217/jucs-012-02-0187.
- Kollmann, Tobias (1998):** The Information Triple Jump as the Measure of Success in Electronic Commerce, in: Electronic Markets, 8. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 44–49.
- Kollmann, Tobias (2011):** E-Entrepreneurship. Grundlagen der Unternehmensgründung in der Net Economy, 4. Auflage, Wiesbaden.
- Kollmann, Tobias (2013):** E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, 5. Auflage, Wiesbaden.
- Kollmann, Tobias (2014):** E-Entrepreneurship. Grundlagen der Unternehmensgründung in der Net Economy, 5. Auflage, Wiesbaden.
- Kollmann, Tobias/Stöckmann, Christoph (2011):** Diffusion von Web 2.0-Plattformen, in: Walsh, Gianfranco/Hass, Berthold H./Kilian, Thomas (Hrsg.), Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien, 2. Auflage, Berlin/Heidelberg, S. 33–47.
- Kommission der europäischen Gemeinschaften (2003):** Kommentare zu bestimmten Artikeln der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juli 2002 betreffend die Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards und zur Vierten Richtlinie 78/660/EWG des Rates vom 25. Juli 1978 sowie zur Siebenten Richtlinie 83/349/EWG des Rates vom 13. Juni 1983 über Rechnungslegung, URL: http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/docs/ias/200311-comments/ias-200311-comments_de.pdf (20.11.2015).

- Köster, Oliver (2008):** IAS 8 Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Änderungen von Schätzungen und Fehler, in: Thiele, Stefan/von Keitz, Isabel/Brücks, Michael (Hrsg.), Internationales Bilanzrecht: Rechnungslegung nach IFRS, Bonn.
- KPMG International Standards Group (KPMG) (2014):** Insights into IFRS. KPMG's practical guide to International Financial Reporting Standards – Volume 1, 11. Auflage, London.
- Kroker, Michael (2014):** Aktive Nutzung von Social Media: Facebook & Instagram vorn, YouTube & Google+ schwächeln, URL: <http://blog.wiwo.de/look-at-it/2014/02/13/aktive-nutzung-von-social-media-facebook-instagram-vorn-youtube-google-schwacheln/> (18.06.2015).
- Kuhn, Thomas (2015):** Was habe ich gesagt? in: WirtschaftsWoche, 69. Jg. (Heft-Nr. 31), S. 50–52.
- Kühnberger, Manfred/Thurmann, Philipp (2015):** Zur Bedeutung von Gewinnen und Cashflows in der empirischen Rechnungslegungsforschung, in: Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 15. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 30–43.
- Kuhner, Christoph/Hitz, Jörg-Markus (2009):** IAS 36. Wertminderung von Vermögenswerten (Impairment of Assets), in: Henrichs, Joachim/Kleindiek, Detlef/Watrin, Christoph (Hrsg.), Münchener Kommentar zum Bilanzrecht: Band 1: IFRS, München.
- Küpper, Hans-Ulrich/Friedel, Gunther/Hofmann, Christian/Hofmann, Yvette/Pedell, Burkhard (2013):** Controlling. Konzeption, Aufgaben, Instrumente, 6. Auflage, Stuttgart.
- Küting, Karlheinz (2000a):** Möglichkeiten und Grenzen der Bilanzanalyse am Neuen Markt (Teil I). Auf der Suche nach neuen Wegen der Unternehmensbeurteilung, in: Finanz-Betrieb, 2. Jg. (Heft-Nr. 10), S. 597–605.
- Küting, Karlheinz (2000b):** Möglichkeiten und Grenzen der Bilanzanalyse am Neuen Markt (Teil II). Auf der Suche nach neuen Wegen der Unternehmensbeurteilung, in: Finanz-Betrieb, 2. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 674–683.
- Küting, Karlheinz (2001):** Bilanzierung und Bilanzanalyse am Neuen Markt. Wege zur umfassenden Unternehmensanalyse, Stuttgart.
- Küting, Karlheinz (2012):** Zur Komplexität der Rechnungslegungssysteme nach HGB und IFRS, in: Der Betrieb, 65. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 297–304.

- Küting, Karlheinz/Dawo, Sascha/Wirth, Johannes (2003):** Konzeption der außerplanmäßigen Abschreibung im Reformprojekt des IASB, in: Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 3. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 177–190.
- Küting, Karlheinz/Pfitzer, Norbert/Weber, Claus-Peter (2011):** IFRS oder HGB? Systemvergleich und Beurteilung, Stuttgart.
- Küting, Karlheinz/Pilhofer, Jochen/Kirchhof, Jürgen (2002):** Die Bilanzierung von Software aus der Sicht des Herstellers nach US-GAAP und IAS, in: Die Wirtschaftsprüfung, 55. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 73–85.
- Küting, Karlheinz/Weber, Claus-Peter/Wirth, Johannes (2008):** Die Goodwillbilanzierung im finalisierten Business Combinations Project Phase II. Erstkonsolidierung, Werthaltigkeitstest und Endkonsolidierung, in: Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 8. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 139–152.
- Kwon, Ohbyung/Wen, Yixing (2010):** An empirical study of the factors affecting social network service use, in: Computers in Human Behavior, 26. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 254–263, DOI: 10.1016/j.chb.2009.04.011.
- Lackes, Richard/Siepermann, Markus (2015):** Stichwort: Künstliche Intelligenz (KI), URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/74650/kuenstliche-intelligenz-ki-v10.html> (26.10.2015).
- Lambert, Susan C. (2008):** A Conceptual Framework for Business Model Research. 21st Bled eConference eCollaboration: Overcoming Boundaries through Multi-Channel Interaction, URL: [https://domino.fov.uni-mb.si/proceedings.nsf/0/1e893ee544d680fec12574810042ac2d/\\$file/22lambert.pdf](https://domino.fov.uni-mb.si/proceedings.nsf/0/1e893ee544d680fec12574810042ac2d/$file/22lambert.pdf) (20.11.2015).
- Lambert, Susan C. (2015):** The Importance of Classification to Business Model Research, in: Journal of Business Models, 3. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 49–61.
- Lammerant, Hans/Galetta, Antonella/de Hert, Paul/Bigagli, Lorenzo/Mazzetti, Paolo/Grumbach, Stéphane (2014):** Deliverable D1.2: Big Data Policies, URL: <http://byte-project.eu/wp-content/uploads/2014/09/D1.2-Big-Data-Policies-FINAL.pdf> (20.11.2015).
- Lassini, Ugo/Lionzo, Andrea/Rossignoli, Francesca (2016):** Does business model affect accounting choices? An empirical analysis of European listed companies, in: Journal of Management & Governance, 20. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 229–260, DOI: 10.1007/s10997-015-9321-5.

- Laudon, Kenneth C./Laudon, Jane P./Schoder, Detlef (2010):** Wirtschaftsinformatik. Eine Einführung, 2. Auflage, München u. a.
- Laux, Helmut/Gillenkirch, Robert M./Schenk-Mathes, Heike Yasmin (2012):** Entscheidungstheorie, 8. Auflage, Berlin.
- Leffson, Ulrich (1987):** Die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, 7. Auflage, Düsseldorf.
- Leimeister, Jan Marco/Krcmar, Helmut (2004):** Das Geschäftsmodell "Virtual Community" - Revisited, in: Herstatt, Cornelius/Sander, Jan G. (Hrsg.), Produktentwicklung mit virtuellen Communities: Kundenwünsche erfahren und Innovationen realisieren, Wiesbaden, S. 45–67.
- Leisenring, James/Linsmeier, Thomas/Schipper, Katherine/Trott, Edward (2012):** Business-model (intent)-based accounting, in: Accounting & Business Research, 42. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 329–344, DOI: 10.1080/00014788.2012.681860.
- Lev, Baruch (2001):** Intangibles. Management, Measurement, and Reporting, Washington, D.C.
- Li, Yung-Ming/Lee, Yi-Lin/Lien, Nine-Jun (2012):** Online Social Advertising via Influential Endorsers, in: International Journal of Electronic Commerce, 16. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 119–153, DOI: 10.2753/JEC1086-4415160305.
- Li, Yung-Ming/Lin, Lienfa/Chiu, Shih-Wen (2014):** Enhancing Targeted Advertising with Social Context Endorsement, in: International Journal of Electronic Commerce, 19. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 99–128, DOI: 10.2753/JEC1086-4415190103.
- Linder, Jane/Cantrell, Susan (2000):** Changing Business Models: Surveying the Landscape. A Working Paper from the Accenture Institute for Strategic Change, URL: <http://course.shufe.edu.cn/jpkc/zhanlue/upfiles/edit/201002/20100224120954.pdf> (20.11.2015).
- Linder, Thomas A. (2011):** Großreparaturen i. S. des § 249 Abs. 2 HGB a. F. – doch ein Anwendungsfall des Komponentenansatzes nach IDW RH HFA 1.016?, in: Deutsches Steuerrecht, 49. Jg. (Heft-Nr. 26), S. 1238–1243.
- Linder, Thomas A. (2015):** Bilanztheoretische Einordnung des Rahmenkonzepts der International Financial Reporting Standards (IFRS). Eine Analyse des Conceptual Framework, des DP/2013/1 und ED/2015/3 anhand des Revenue-Expense-Approach und des Asset-Liability-Approach, URN: urn:nbn:de:hebis:77-publ-525235, URL:

https://publications.ub.uni-mainz.de/opus/frontdoor.php?source_opus=52523
(08.12.2015).

Linder, Thomas A./Rammert, Stefan (2015): Fall 5: Kapitalkonsolidierung von Tochterunternehmen – Folgekonsolidierung, in: Hommel, Michael/Rammert, Stefan/Wüstemann, Jens (Hrsg.), Konzernbilanzierung case by case: Lösungen nach HGB und IFRS, 5. Auflage, Frankfurt am Main, S. 161–190.

Link, Linda/Oldewurtel, Christoph/Kümpel, Katharina (2014): Die Bilanzierung von Entwicklungskosten nach IAS 38. Vermittlung entscheidungsnützlicher Informationen i.S.d. IFRS-Framework? in: Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 14. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 233–240.

Lipsman, Andrew/Mudd, Graham/Rich, Mike/Bruich, Sean (2012): The Power of "Like": How Brands Reach (and Influence) Fans Through Social-Media Marketing, in: Journal of Advertising Research, 52. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 40–52, DOI: 10.2501/JAR-52-1-040-052.

Liu, Bing (2007): Web Data Mining. Exploring Hyperlinks, Contents, and Usage Data, Berlin/Heidelberg.

Loiacono, Eleanor T. (2014): Self-Disclosure Behavior on Social Networking Web Sites, in: International Journal of Electronic Commerce, 19. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 66–94, DOI: 10.1080/10864415.2015.979479.

Lorson, Peter/Müller, Stefan/Schmidt, Walter (2015): "Kapitalarten" des International Integrated Reporting Council – Anmerkungen zur Operationalisierung aus Sicht des ICV-Fachkreises IFRS & Controlling, in: Der Betrieb, 68. Jg. (Heft-Nr. 12), S. 625–631.

Lorson, Peter/Paschke, Richard (2015): Worum geht es beim integrated thinking? – Ansätze zur Begriffsbestimmung und Umsetzung, in: Die Wirtschaftsprüfung, 68. Jg. (Heft-Nr. 18), S. 939–948.

Loureiro, Sandra M./Miranda, F. Javier/Pires, Ana R. (2012): Driving Forces Behind Participation and Satisfaction with Social Networking Sites, in: International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 4. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 33–51, DOI: 10.4018/jvcsn.2012100103.

Lüdenbach, Norbert (2012): Verzicht auf einen Anlagespiegel aus materiality-Gründen, in: Praxis der internationalen Rechnungslegung, 8. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 32.

Lüdenbach, Norbert/Freiberg, Jens (2015): BB-IFRS-Report 2015, in: Betriebs-Berater, 70. Jg. (51-52), S. 3115–3120.

- Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (2015a):** § 1 Rahmenkonzept (Framework), in: Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (Hrsg.), Haufe-IFRS-Kommentar, 13. Auflage, Freiburg/München, S. 27–84.
- Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (2015b):** § 11 Außerplanmäßige Abschreibungen, Wertaufholung, in: Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (Hrsg.), Haufe-IFRS-Kommentar, 13. Auflage, Freiburg/München, S. 503–628.
- Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (2015c):** § 13 Immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens, in: Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (Hrsg.), Haufe-IFRS-Kommentar, 13. Auflage, Freiburg/München, S. 657–724.
- Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (2015d):** § 14 Sachanlagen, in: Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (Hrsg.), Haufe-IFRS-Kommentar, 13. Auflage, Freiburg/München, S. 725–740.
- Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (2015e):** § 21 Rückstellungen, Verbindlichkeiten, in: Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (Hrsg.), Haufe-IFRS-Kommentar, 13. Auflage, Freiburg/München, S. 1054–1154.
- Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (2015f):** § 31 Unternehmenszusammenschlüsse, in: Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (Hrsg.), Haufe-IFRS-Kommentar, 13. Auflage, Freiburg/München, S. 1973–2128.
- Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (2015g):** § 8 Anschaffungs- und Herstellungskosten, Neubewertung, in: Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (Hrsg.), Haufe-IFRS-Kommentar, 13. Auflage, Freiburg/München, S. 355–401.
- Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (2015h):** § 8a Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert (fair value measurement), in: Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter/Freiberg, Jens (Hrsg.), Haufe-IFRS-Kommentar, 13. Auflage, Freiburg/München, S. 402–458.
- Lüdenbach, Norbert/Prusaczyk, Peter (2004):** Bilanzierung von Kundenbeziehungen in der Abgrenzung zu Marken und Goodwill, in: Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 4. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 204–214.
- Lunt, Christopher/Galbreath, Nicholas/Winner, Jeffrey (2011):** Ranking Search Results Based on the Frequency of Access on the Search Results by Users of a Social-Networking

System, URL: <http://appft.uspto.gov/netacgi/nph-Parser?Sect1=PTO2&Sect2=HITOFF&u=/netahtml/PTO/search-adv.html&r=21&f=G&l=50&d=PG01&p=1&S1=%2820110414.PD.+AND+%28%22search+engine%22.BIS.%29%29&OS=pd/20110414+and+spec/%22search+engine%22&RS=%28PD/20110414+AND+SPEC/%22search+engine%22%29> (20.11.2015).

- Lutz-Ingold, Martin (2005):** Immaterielle Güter in der externen Rechnungslegung. Grundsätze und Vorschriften zur Bilanzierung nach HGB, DRS und IAS/IFRS, Wiesbaden.
- Maas, Jörg/Back, Christian/Singer, Klaus (2011):** IAS 16 – Property, Plant and Equipment, in: Buschhüter, Michael/Striegel, Andreas (Hrsg.), Kommentar Internationale Rechnungslegung IFRS, Wiesbaden, S. 454–480.
- Maaß, Christian (2008):** E-Business-Management. Gestaltung von Geschäftsmodellen in der vernetzten Wirtschaft, Stuttgart.
- Maaß, Christian/Pietsch, Gotthard (2010):** Investitionscontrolling im Web 2.0-Business: Eine Fallstudie zur Weiterentwicklung von Wert- und Kostentreibermodellen der Discounted-Cashflow-Methoden, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 62. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 563–594.
- Mackenstedt, Andreas/Fladung, Hans-Dieter/Himmel, Holger (2006):** Ausgewählte Aspekte bei der Bestimmung beizulegender Zeitwerte nach IFRS 3. Anmerkungen zu IDW RS HFA 16, in: Die Wirtschaftsprüfung, 59. Jg. (Heft-Nr. 16), S. 1037–1084.
- Magretta, Joan (2002):** Why Business Models Matter, in: Harvard Business Review, 80. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 86–92.
- Mahadeva, B. (2000):** Business Models for Internet-Based E-Commerce: An Anatomy, in: California Management Review, 42. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 55–69.
- Markl, Volker/Löser, Alexander/Hoeren, Thomas/Krcmar, Helmut/Hemsen, Holmer/Schermann, Michael/Gottlieb, Matthias/Buchmüller, Christoph/Uecker, Philip/Bitter, Till (2013):** Innovationspotenzialanalyse für die neuen Technologien für das Verwalten und Analysieren von großen Datenmengen (Big Data Management), URL: http://www.dima.tu-berlin.de/fileadmin/fg131/Publikation/BDM_Studie/StudieBiDaMa-online-v2.pdf (20.11.2015).
- Markus, Ursula (2002):** Integration der virtuellen Community in das CRM. Konzeption, Rahmenmodell, Realisierung, Lohmar.

- Marshall, Roger/Lennard, Andrew (2014):** The reporting of income and expense and the choice of measurement bases, URL:
<http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/ASAF/2014/May/06%20Conceptual%20Framework.pdf> (25.11.2015).
- McGrath, Rita G. (2010):** Business Models: A Discovery Driven Approach, in: Long Range Planning, 43. Jg. (Heft-Nr. 2–3), S. 247–261, DOI: 10.1016/j.lrp.2009.07.005.
- Meckel, Miriam (2015):** Kernschmelze, in: WirtschaftsWoche, 69. Jg. (Heft-Nr. 32), S. 3.
- Meinhövel, Harald (2002):** E-Business und Bilanz(steuern)recht, in: Dangelmaier, Wilhelm/Emmrich, Andreas/Kaschula, Daniel (Hrsg.), Modelle im E-Business, Paderborn, S. 641–657.
- Melville, Nigel/Kraemer, Kenneth/Gurbaxani, Vijay (2004):** Review: Information Technology and Organizational Performance: An Integrative Model of IT Business Value, in: MIS Quarterly, 28. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 283–322.
- Menon, Aravind (2012):** Big Data @ Facebook, in: Schwan, Karsten/Talwar, Vanish (Hrsg.), Proceedings of the 2012 workshop on Management of big data systems, New York, S. 31–32.
- Meyer, Hannes (2010):** Benutzermodellierung in adaptiven Web-Anwendungen, in: Thies, Peter (Hrsg.), Advanced Web Technology – Effektive Bereitstellung von Information im World Wide Web: Eine synoptische Darstellung zum Stand ausgewählter Techniken, Berlin, S. 107–138.
- Meyer, Jörg (2000):** Der Einsatz Virtueller Gemeinschaften im Marketing. Eine netzwerkanalytische Betrachtung von Virtual Communities, Trier.
- Meyer, Marco (2015):** IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse, in: Thiele, Stefan/von Keitz, Isabel/Brücks, Michael (Hrsg.), Internationales Bilanzrecht: Rechnungslegung nach IFRS, Bonn.
- Mildenberger, Udo/Mack, Oliver (2002):** Funktionsmechanismen und Erfolgsfaktoren der New Economy, in: Dangelmaier, Wilhelm/Emmrich, Andreas/Kaschula, Daniel (Hrsg.), Modelle im E-Business, Paderborn, S. 39–59.
- Miller, Kent D./Fabian, Frances/Lin, Shu-Jou (2009):** Strategies for online communities, in: Strategic Management Journal, 30. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 305–322, DOI: 10.1002/smj.735.
- Mindermann, Torsten (2009):** Zum Aktivierungsverbot von Weiterbildungsmaßnahmen nach IFRS, in: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, 61. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 172–189.

- Mindermann, Torsten/Schmidt, Felix (2013):** Ausgewählte Probleme bei der Bilanzierung von Facebook.com, in: Business + Innovation, 4. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 14–23, DOI: 10.1365/s35789-013-0097-0.
- Mindermann, Torsten/Zwirner, Christian/Künkele, Kai Peter (2013):** 8. Bewertung immaterieller Vermögensgegenstände – Anwendungsbeispiele zu IDW S 5, in: Petersen, Karl/Zwirner, Christian/Brösel, Gerrit (Hrsg.), Handbuch Unternehmensbewertung: Funktionen, moderne Verfahren, Branchen, Rechnungslegung, Köln, S. 602–626.
- Möller, Hans Peter/Hüfner, Bernd (2002):** Zur Bedeutung der Rechnungslegung für den deutschen Aktienmarkt – Begründung, Messprobleme und Erkenntnisse empirischer Forschung, in: Seicht, Gerhard (Hrsg.), Jahrbuch für Controlling und Rechnungswesen 2002: Dynamische Stückkostenrechnung, Controlling-Einsatzbereiche, US-GAAP und IAS, Rechnungslegung und Rechnungspolitik, Unternehmensbewertung, Wien, S. 405–463.
- Moore Stephens LLP (2014):** The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL03), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/03_-_Comment_Letter_-_Moore_Stephens_LL.pdf (20.11.2015).
- Moritz, Hans-Werner (2008):** Teil 3: Leistungsstörungen bei Hardware- und Softwareverträgen. Mängelansprüche bei Hardware- und Softwareverträgen, in: Kilian, Wolfgang/Heussen, Benno (Hrsg.), Computerrechts-Handbuch: Informationstechnologie in der Rechts- und Wirtschaftspraxis, München.
- Mörl, Christoph/Groß, Mathias (2008):** Soziale Netzwerke im Internet. Analyse der Monetarisierungsmöglichkeiten und Entwicklung eines integrierten Geschäftsmodells, Boizenburg.
- Morris, Michael/Schindehutte, Minet/Allen, Jeffrey (2005):** The entrepreneur's business model: toward a unified perspective, in: Journal of Business Research, 58. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 726–735, DOI: 10.1016/j.jbusres.2003.11.001.
- Moser, Ulrich (2011):** Bewertung immaterieller Vermögenswerte. Grundlagen, Anwendung, Bilanzierung und Goodwill, Stuttgart.
- Moser, Ulrich (2013):** Bewertung immaterieller Vermögenswerte: Teil 2 – Anwendung der Goodwill-Analyse, in: Corporate Finance biz, 4. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 355–373.
- Moxter, Adolf (1966):** Die Grundsätze ordnungsmäßiger Bilanzierung und der Stand der Bilanztheorie, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 18. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 28–59.

- Moxter, Adolf (1976):** Fundamentalgrundsätze ordnungsmäßiger Rechenschaft, in: Baetge, Jörg/Moxter, Adolf/Schneider, Dieter (Hrsg.), Bilanzfragen: Festschrift zum 65. Geburtstag von Ulrich Leffson, Düsseldorf, S. 87–100.
- Moxter, Adolf (1979):** Immaterielle Anlagewerte im neuen Bilanzrecht, in: Betriebs-Berater, 34. Jg. (Heft-Nr. 22), S. 1102–1109.
- Moxter, Adolf (1984):** Bilanzlehre. 1. Einführung in die Bilanztheorie, 3. Auflage, Wiesbaden.
- Moxter, Adolf (1985):** Anlegerschutz durch Rechnungslegung bei Kapitalgesellschaften, in: Gebauer, Wolfgang (Hrsg.), Öffentliche Finanzen und monetäre Ökonomie: Festschrift für Karl Häuser zur Vollendung des 65. Lebensjahres, Frankfurt am Main, S. 257–272.
- Moxter, Adolf (2000):** Rechnungslegungsmythen, in: Betriebs-Berater, 55. Jg. (Heft-Nr. 42), S. 2143–2149.
- Mühlenbeck, Frank/Skibicki, Klemens (2008):** Community Marketing Management. Wie man Online-Communities im Internet-Zeitalter des Web 2.0 zum Erfolg führt, 2. Auflage, Norderstedt.
- Mujkanovic, Robin (2013a):** Softwarebilanzierung nach HGB und IFRS. Anschaffung dauerhaft genutzter Software beim Anwender, in: Praxis der internationalen Rechnungslegung, 9. Jg. (Heft-Nr. 10), S. 301–306.
- Mujkanovic, Robin (2013b):** Softwarebilanzierung nach HGB und IFRS. Selbsterstellung, Erweiterung und Verbesserung von dauerhaft genutzter Software beim Anwender, in: Praxis der internationalen Rechnungslegung, 9. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 331–337.
- Müller, Heinrich (2002):** Controlling in der New Economy, in: Seicht, Gerhard (Hrsg.), Jahrbuch für Controlling und Rechnungswesen 2002: Dynamische Stückkostenrechnung, Controlling-Einsatzbereiche, US-GAAP und IAS, Rechnungslegung und Rechnungspolitik, Unternehmensbewertung, Wien, S. 105–127.
- Müller, Stefan/Stawinoga, Martin (2015):** Entwicklungslinien des Integrated Reportings, in: Freidank, Carl-Christian/Müller, Stefan/Velte, Patrick (Hrsg.), Handbuch Integrated Reporting: Herausforderung für Steuerung, Überwachung und Berichterstattung, Berlin, S. 3–28.
- Müller-Stewens, Günter (2015):** Stichwort: Unternehmensleitbild, URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/16056/unternehmensleitbild-v8.html> (09.04.2015).

- Müller-Stewens, Günter/Lechner, Christoph (2011):** Strategisches Management. Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 4. Auflage, Stuttgart.
- Naumann, Klaus-Peter/Schmidt, Matthias (2015):** Integrierte Berichterstattung aus der Perspektive der Abschlussprüfung, in: Freidank, Carl-Christian/Müller, Stefan/Velte, Patrick (Hrsg.), Handbuch Integrated Reporting: Herausforderung für Steuerung, Überwachung und Berichterstattung, Berlin, S. 387–419.
- Neumann, Günter (2010):** Kapitel 5.3 Text-basiertes Informationsmanagement, in: Carstensen, Kai-Uwe/Ebert, Christian/Ebert, Cornelia/Jekat, Susanne J./Klabunde, Ralf/Langer, Hagen (Hrsg.), Computerlinguistik und Sprachtechnologie: Eine Einführung, 3. Auflage, Heidelberg, S. 576–615.
- Nielsen, Christian/Bukh, Per Nikolaj (2011):** What constitutes a business model: the perception of financial analysts, in: International Journal of Learning and Intellectual Capital, 8. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 256–271.
- Nielsen, Christian/Haslam, Colin/Turcan, Romeo V. (2013):** We give you the Journal of Business Models (for free): The inaugural editorial, in: Journal of Business Models, 1. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 3–12, DOI: 10.5278/ojs.jbm.v1i1.616.
- Nielsen, Christian/Roslender, Robin (2015):** Enhancing financial reporting: The contribution of business models, in: The British Accounting Review, 47. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 262–274, DOI: 10.1016/j.bar.2015.04.003.
- Noack, Jörg/Mehmanesh, Hamariz/Mehmaneche, Homayoun/Zendler, Andreas (2000):** Architekturen für Network Computing, in: Wirtschaftsinformatik, 42. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 5–14.
- Nobes, Christopher W./Stadler, Christian (2015):** The qualitative characteristics of financial information, and managers' accounting decisions: evidence from IFRS policy changes, in: Accounting & Business Research, 45. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 572–601, DOI: 10.1080/00014788.2015.1044495.
- Nordmeyer, Andreas/Göbel, Reimund (2011):** B 212 Sachanlagen, in: Böcking, Hans-Joachim/Castan, Edgar/Heymann, Gerd/Pfitzer, Norbert/Scheffler, Eberhard (Hrsg.), Beck'sches Handbuch der Rechnungslegung: HGB und IFRS, München.
- Novak, Aleš (2014):** Business Model Literature Overview, in: Financial Reporting, 6. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 79–130, DOI: 10.3280/FR2014-001004.
- O'Brien, Patricia C. (2009):** Changing the Concepts to Justify the Standards, in: Accounting Perspectives, 8. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 263–275, DOI: 10.1506/ap.8.4.1.

- Oehlrich, Marcus (2013):** Betriebswirtschaftslehre. Eine Einführung am Businessplan-Prozess, 3. Auflage, München.
- Olbrich, Rainer/Holsing, Christian (2014):** Facebook Ads. Potenziale, Problembereiche und Prozess, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 43. Jg. (Heft-Nr. 10), S. 557–560.
- Ordelheide, Dieter (1988a):** Kaufmännischer Periodengewinn als ökonomischer Gewinn, in: Domsch, Michel/Eisenführ, Franz/Ordelheide, Dieter/Perlitz, Manfred (Hrsg.), Unternehmenserfolg: Planung – Ermittlung – Kontrolle – Walther Busse von Colbe zum 60. Geburtstag, Wiesbaden, S. 275–302.
- Ordelheide, Dieter (1988b):** Zu einer neoinstitutionalistischen Theorie der Rechnungslegung, in: Budäus, Dietrich/Gerum, Elmar/Zimmermann, Gebhard (Hrsg.), Betriebswirtschaftslehre und Theorie der Verfügungsrechte, Wiesbaden, S. 269–295.
- Ordemann, Detmar/Haegler, Olaf (2002):** Kapitel II Rechnungslegung, in: Pfitzer, Norbert/Ordemann, Detmar (Hrsg.), Praktikerbuch E-Business: Steuern, Recht und Bilanzierung, Düsseldorf, S. 37–126.
- O'Reilly, Tim (2005):** What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, URL: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (20.11.2015).
- Orth, Sebastian/Rammert, Stefan (2015):** Fall 4: Kapitalkonsolidierung von Tochterunternehmen – Erstkonsolidierung, in: Hommel, Michael/Rammert, Stefan/Wüstemann, Jens (Hrsg.), Konzernbilanzierung case by case: Lösungen nach HGB und IFRS, 5. Auflage, Frankfurt am Main, S. 124–160.
- Osterwalder, Alexander/Pigneur, Yves (2011):** Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt am Main u. a.
- Ott, Christian (2014a):** Kalkulation von Kuppelprodukten. Der praktische Anwendungsfall des sozialen Netzwerks Connected – Teil 1: Aufgaben, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 43. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 56–58.
- Ott, Christian (2014b):** Kalkulation von Kuppelprodukten. Der praktische Anwendungsfall des sozialen Netzwerks Connected – Teil 2: Lösung, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 43. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 116–117.
- Pagani, Margherita/Hofacker, Charles (2010):** Use and Participation in Virtual Social Networks: A Theoretical Model, in: International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 2. Jg. (Heft-Nr. 1), S. 1–17, DOI: 10.4018/jvcsn.2010010101.

- Page, Michael (2014):** Business models as a basis for regulation of financial reporting, in: Journal of Management & Governance, 18. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 683–695, DOI: 10.1007/s10997-012-9239-0.
- Panten, Gregor (2005):** Internet-Geschäftsmodell Virtuelle Community. Analyse zentraler Erfolgsfaktoren unter Verwendung des Partial-Least-Squares (PLS)-Ansatzes, Wiesbaden.
- Pateli, Adamantia G./Giaglis, George M. (2004):** A research framework for analysing eBusiness models, in: European Journal of Information Systems, 13. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 302–314.
- Paton, William A./Littleton, Ananias C. (1970):** An Introduction to Corporate Accounting Standards, 14. Auflage, Evanston.
- Pauly-Grundmann, Denise/Hommel, Michael (2012):** Fall 6: Immaterielle Vermögenswerte am Beispiel der Forschungs- und Entwicklungskosten, in: Hommel, Michael/Rammert, Stefan (Hrsg.), IFRS-Bilanzanalyse case by case, 3. Auflage, Frankfurt am Main, S. 127–147.
- Pawelzik, Kai Udo (2012):** Kapitel E. Berichtsinstrumente und Angabepflichten. VI. Kapitalflussrechnung (IAS 7), in: Heuser, Paul J./Theile, Carsten (Hrsg.), IFRS-Handbuch: Einzel- und Konzernabschluss, 5. Auflage, Köln, S. 1103–1139.
- Pawelzik, Kai Udo/Dörschell, Andreas (2012):** Kapitel C. Bilanzierung. VII. Wertminderungen im Anlagevermögen (IAS 36), in: Heuser, Paul J./Theile, Carsten (Hrsg.), IFRS-Handbuch: Einzel- und Konzernabschluss, 5. Auflage, Köln, S. 363–426.
- Pawelzik, Kai Udo/Theile, Carsten (2012):** Kapitel E. Berichtsinstrumente und Angabepflichten. V. Eigenkapitalspiegel (IAS 1), in: Heuser, Paul J./Theile, Carsten (Hrsg.), IFRS-Handbuch: Einzel- und Konzernabschluss, 5. Auflage, Köln, S. 1097–1103.
- Peemöller, Volker H. (2010):** Abschnitt 10: Sachanlagevermögen, in: Ballwieser, Wolfgang/Beine, Frank/Hayn, Sven/Peemöller, Volker H./Schruff, Lothar/Weber, Claus-Peter (Hrsg.), Handbuch International Financial Reporting Standards 2010, 6. Auflage, Weinheim, S. 375–437.
- Pelger, Christoph (2011):** Rechnungslegungszweck und qualitative Anforderungen im Conceptual Framework for Financial Reporting (2010) – Der erste Stein im Fundament der internationalen Rechnungslegung, in: Die Wirtschaftsprüfung, 64. Jg. (Heft-Nr. 19), S. 908–916.
- Pellens, Bernhard/Fülbier, Rolf Uwe/Gassen, Joachim/Sellhorn, Thorsten (2014):** Internationale Rechnungslegung, 9. Auflage, Stuttgart.

- Peñarrubia Fraguas, Susana (2015):** Bedeutung der integrierten Berichterstattung für Finanzanlageentscheidungen, in: Freidank, Carl-Christian/Müller, Stefan/Velte, Patrick (Hrsg.), Handbuch Integrated Reporting: Herausforderung für Steuerung, Überwachung und Berichterstattung, Berlin, S. 591–622.
- Peters, Sönke/Brühl, Rolf/Stelling, Johannes N. (2005):** Betriebswirtschaftslehre. Einführung, 12. Auflage, München/Wien.
- Petersen, Karl/Busch, Julia/Mugler, Jörg (2013):** 5. Rechnungslegung und Unternehmensbewertung (Goodwillbilanzierung nach IFRS inkl. Kaufpreisallokation), in: Petersen, Karl/Zwirner, Christian/Brösel, Gerrit (Hrsg.), Handbuch Unternehmensbewertung: Funktionen, moderne Verfahren, Branchen, Rechnungslegung, Köln, S. 538–555.
- Pfitzer, Norbert/Schwenzer, Regine (2003):** B 765 Rechnungslegung im Umfeld neuer Informations- und Kommunikationstechnologien, in: Böcking, Hans-Joachim/Castan, Edgar/Heymann, Gerd/Pfitzer, Norbert/Scheffler, Eberhard (Hrsg.), Beck'sches Handbuch der Rechnungslegung: HGB und IFRS, München.
- Porter, Michael E. (1986):** Wettbewerbsvorteile (Competitive Advantage). Spitzenleistungen erreichen und behaupten, Frankfurt am Main.
- PricewaterhouseCoopers LLP (PwC) (2014a):** Manual of accounting – IFRS 2015. Volume 1, Haywards Heath.
- PricewaterhouseCoopers LLP (PwC) (2014b):** Manual of accounting – IFRS 2015. Volume 2, Haywards Heath.
- PricewaterhouseCoopers LLP (PwC) (2015):** Three surprising digital bets for 2015, URL: http://www.pwc.de/de_DE/de/digitale-transformation/assets/tech-trends-three-surprising-digital-bets.pdf (20.11.2015).
- Quick, Reiner (2014):** IAS 16. Sachanlagen (Property, Plant and Equipment), in: Hennrichs, Joachim/Kleindiek, Detlef/Watrin, Christoph (Hrsg.), Münchener Kommentar zum Bilanzrecht: Band 1: IFRS, München.
- Quoted Companies Alliance (QCA) (2014):** The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL13), URL: http://www.efrag.org/files/EFrag%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL13_-_Comment_Letter_-_Quoted_Companies_Alliance.pdf (20.11.2015).
- Rajaraman, Anand/Ullman, Jeffrey D. (2012):** Mining of Massive Datasets, Cambridge u. a.

- Rammert, Stefan (2009):** § 51 Bilanzpolitik und Bilanzanalyse, in: Lüdenbach, Norbert/Hoffmann, Wolf-Dieter (Hrsg.), Haufe IFRS-Kommentar, 7. Auflage, Freiburg.
- Rammert, Stefan (2014):** Der Kalkulationszinssatz bei der Bewertung von immateriellen Vermögenswerten zum fair value nach IFRS 13, in: Dobler, Michael/Hachmeister, Dirk/Kuhner, Christoph/Rammert, Stefan (Hrsg.), Rechnungslegung, Prüfung und Unternehmensbewertung: Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. Wolfgang Ballwieser, Stuttgart, S. 639–663.
- Ramscheid, Marcel (2013):** § 4. Immaterielle Vermögenswerte, in: Bohl, Werner/Riese, Joachim/Schlüter, Jörg (Hrsg.), Beck'sches IFRS-Handbuch: Kommentierung der IFRS/IAS, 4. Auflage, München/Bern, S. 283–321.
- Rana, Omer/Caton, Simon (2010):** Business Models for On-line Social Networks: Challenges and Opportunities, in: International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 2. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 31–41, DOI: 10.4018/jvcsn.2010070103.
- Rauch, Sandra (2014):** Raus aus dem Silo, in: WirtschaftsWoche, 68. Jg. (Heft-Nr. 50), S. 68–73.
- Rayport, Jeffrey F./Sviokla, John J. (1996):** Die virtuelle Wertschöpfungskette – kein fauler Zauber, in: Harvard Business Manager, 18. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 104–113.
- Redeker, Helmut (2012):** IT-Recht, 5. Auflage, München.
- Redeker, Helmut (2015):** Teil 12 Vertragsrecht für Internetdienste, in: Hoeren, Thomas/Sieber, Ulrich/Holzengel, Bernd (Hrsg.), Handbuch Multimedia-Recht: Rechtsfragen des elektronischen Geschäftsverkehrs, München.
- Reichert, Ramón (2014):** Big Data: Medienkultur im Umbruch, in: Ortner, Heike/Pfurtscheller, Daniel/Rizzolli, Michaela/Wiesinger, Andreas (Hrsg.), Datenflut und Informationskanäle, Innsbruck, S. 37–54.
- Rogler, Silvia/Schmidt, Marco/Tettenborn, Martin (2014):** Ansatz immaterieller Vermögenswerte bei Unternehmenszusammenschlüssen. Diskussion bestehender Probleme anhand eines Fallbeispiels, in: Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 14. Jg. (Heft-Nr. 12), S. 577–585.
- Ronen, Joshua (2014):** On the invariance of accounting principles to business models: a discussion of the Singleton-Green and Page articles, in: Journal of Management & Governance, 18. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 707–716, DOI: 10.1007/s10997-012-9241-6.

- Rother, Philip (2010):** Web 2.0 Communities. Geschäftsmodellanalyse und Erfolgsfaktoren, Hamburg.
- RTL interactive GmbH (2014):** werkenntwen, URL: <http://wer-kennt-wen.de/> (26.10.2015).
- Russell, Matthew A. (2014):** Mining the Social Web. Data Mining Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Github, and more, 2. Auflage, Beijing u. a.
- Saake, Gunter/Sattler, Kai-Uwe/Heuer, Andreas (2013):** Datenbanken. Konzepte und Sprachen, 5. Auflage, Heidelberg u. a.
- Schallmo, Daniel (2013):** Geschäftsmodell-Innovation, Wiesbaden, DOI: 10.1007/978-3-658-00245-9.
- Schallmo, Daniel (2014):** Theoretische Grundlagen der Geschäftsmodell-Innovation – Definitionen, Ansätze, Beschreibungsraster und Leitfragen, in: Schallmo, Daniel (Hrsg.), Kompendium Geschäftsmodell-Innovation: Grundlagen, aktuelle Ansätze und Fallbeispiele zur erfolgreichen Geschäftsmodell-Innovation, Wiesbaden, S. 1–30.
- Scharfenberg, Astrid (2013):** § 5. Sachanlagen, in: Bohl, Werner/Riese, Joachim/Schlüter, Jörg (Hrsg.), Beck'sches IFRS-Handbuch: Kommentierung der IFRS/IAS, 4. Auflage, München/Bern, S. 323–382.
- Scheer, Christian/Loos, Peter (2002):** Internetbasierte Geschäftsmodelle. Neue Möglichkeiten der Wertschöpfungsorganisation in der Internet-Ökonomie, in: Dangelmaier, Wilhelm/Emmrich, Andreas/Kaschula, Daniel (Hrsg.), Modelle im E-Business, Paderborn, S. 27–38.
- Schiller, Benjamin/Heimbach, Irina/Strufe, Thorsten/Hinz, Oliver (2014):** Development of the Social Network Usage in Germany since 2012. Working Paper – Januar 2014, URL: http://www.emarkets.tu-darmstadt.de/fileadmin/user_upload/download/Development_of_the_Social_Network_Usage_in_Germany_2013-2014-02-13.pdf (20.11.2015).
- Schmidt, Andreas (2012):** Die Kaufpreisallokation im handelsrechtlichen Konzernabschluss. Eine kritische Untersuchung des Ansatzes und der Bewertung nach dem BilMoG unter Bezugnahme auf die IFRS, Düsseldorf.
- Schmidt, Felix (2015):** Die Bilanzierung von Web-2.0-Anwendungen, Hamburg.
- Schmittmann, Jens M. (2002):** Rechtsfragen bei der Bilanzierung und Bewertung einer Domain nach HGB, IAS und US-GAAP, in: Steuern und Bilanzen, 4. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 105–114.

- Schmitz, Peter (2015):** Teil 16.2. Datenschutz im Internet, in: Hoeren, Thomas/Sieber, Ulrich/Holznagel, Bernd (Hrsg.), Handbuch Multimedia-Recht: Rechtsfragen des elektronischen Geschäftsverkehrs, München.
- Schmitz, Stefanie (2012):** Bilanztheorie in der US-amerikanischen und internationalen Standardsetzung. Eine historische und wissenschaftstheoretische Analyse, Wiesbaden, DOI: 10.1007/978-3-8349-6762-6_3.
- Schneider, Dieter (1995):** Informations- und Entscheidungstheorie, München/Wien.
- Schneider, Gary P. (2011):** E-Business, 9. Auflage, Boston, Massachusetts.
- Schneider, Stefan (2006):** Die Auslegung der International Financial Reporting Standards am Bilanzierungsobjekt Softwareentwicklung, Wiesbaden.
- Schruff, Lothar/Haaker, Andreas (2010):** Abschnitt 11: Immaterielle Vermögenswerte, in: Ballwieser, Wolfgang/Beine, Frank/Hayn, Sven/Peemöller, Volker H./Schruff, Lothar/Weber, Claus-Peter (Hrsg.), Handbuch International Financial Reporting Standards 2010, 6. Auflage, Weinheim, S. 439–478.
- Schruff, Wienand (2011):** Die IFRS-Rechnungslegung im Spannungsfeld zwischen Cashflow-Prognose und Rechenschaft, in: Die Wirtschaftsprüfung, 64. Jg. (Heft-Nr. 18), S. 855–860.
- Schulte, Christof (2006):** Corporate Finance. Die aktuellen Konzepte und Instrumente im Finanzmanagement, München.
- Schulte, Jörn (2011):** Kaufpreisallokation, in: Busse von Colbe, Walther/Crasselt, Nils/Pellens, Bernhard (Hrsg.), Lexikon des Rechnungswesens: Handbuch der Bilanzierung und Prüfung, der Erlös-, Finanz-, Investitions- und Kostenrechnung, 5. Auflage, München, S. 453–458.
- Schumacher, Anja (1994):** Unvollkommene Information in der neoklassischen Informationsökonomik und im evolutionsökonomischen Ansatz, Frankfurt am Main.
- Schüppen, Matthias/Walz, Susanne (2014):** Ablauf und Formen eines Unternehmenskaufs, in: Ballwieser, Wolfgang/Beyer, Sven/Zelger, Hansjörg (Hrsg.), Unternehmenskauf nach IFRS und HGB: Purchase Price Allocation, Goodwill und Impairment-Test, 3. Auflage, Stuttgart, S. 41–96.
- Senger, Thomas (2014):** Kapitel C. Bilanzierung von Intellectual Property, in: Vögele, Alexander (Hrsg.), Geistiges Eigentum – Intellectual Property: Recht, Bilanzierung, Steuerrecht, Bewertung, München, S. 125–174.

- Senger, Thomas/Brune, Jens W. (2013):** § 34. Unternehmenszusammenschlüsse, in: Bohl, Werner/Riese, Joachim/Schlüter, Jörg (Hrsg.), Beck'sches IFRS-Handbuch: Kommentierung der IFRS/IAS, 4. Auflage, München/Bern, S. 1389–1477.
- Shafer, Scott M./Smith, H. Jeff/Linder, Jane C. (2005):** The power of business models, in: Business Horizons, 48. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 199–207, DOI: 10.1016/j.bushor.2004.10.014.
- Shapiro, Carl/Varian, Hal R. (1999):** Information Rules. A strategic guide to the network economy, Boston, Massachusetts.
- Siebenhaar, Hans-Peter (2009):** RTL wagt neues Abenteuer, in: Handelsblatt (Ausgabe-Nr. 23), 3. Februar 2009, S. 11.
- Siegler, Jan (2001):** Bilanzierung von Webdateien. Internet, Extranet und Intranet, Düsseldorf.
- Sievers, Soenke/Mokwa, Christopher F./Keienburg, Georg (2013):** The Relevance of Financial versus Non-Financial Information for the Valuation of Venture Capital-Backed Firms, in: European Accounting Review, 22. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 467–511.
- Singleton-Green, Brian (2014):** Should financial reporting reflect firms' business models? What accounting can learn from the economic theory of the firm, in: Journal of Management & Governance, 18. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 697–706, DOI: 10.1007/s10997-012-9240-7.
- Solmecke, Christian/Wahlers, Jakob (2012):** Rechtliche Situation von Social Media Monitoring-Diensten, in: Zeitschrift für Datenschutz, 2. Jg. (Heft-Nr. 12), S. 550–555.
- Sommerhoff, Dominic (2010):** Die handelsrechtliche Berichterstattung über das selbsterstellte immaterielle Anlagevermögen im Vergleich zu internationalen Rechnungslegungsnormen. Eine theoretische und empirische Analyse, Düsseldorf.
- Sorrentino, Marco/Smarra, Margherita (2015):** The Term “Business Model” in Financial Reporting: Does It Need a Proper Definition? in: Open Journal of Accounting, 4. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 11–22, DOI: 10.4236/ojacct.2015.42002.
- Spiecker gen. Döhmman, Indra (2015):** Zur Architektonik des europäischen und deutschen Datenschutzes im Zeitalter von Vorratsdatenspeicherung, Big Data und IT-Enhancement im Lichte der Google-Spain-Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs, in: Institut für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln (Hrsg.), Datenschutz im digitalen Zeitalter – global, europäisch, national: Vortragsveranstaltung des Instituts für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln vom 16. Mai 2014, München, S. 61–105.

- Spieth, Patrick/Schneckenberg, Dirk/Ricart, Joan E. (2014)***: Business model innovation – state of the art and future challenges for the field, in: *R&D Management*, 44. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 237–247.
- Sprouse, Robert T./Moonitz, Maurice (1962)***: A tentative set of broad accounting principles for business enterprises, New York.
- Stadler, Niklaus (2010)***: Mobile Tagging im Marketing. Ein Überblickswerk mit Schwerpunkten Near Field Communication (NFC) und QR-Code, München.
- Stähler, Patrick (2002)***: Geschäftsmodelle in der digitalen Ökonomie. Merkmale, Strategien und Auswirkungen, 2. Auflage, Lohmar.
- Stawinoga, Martin (2015)***: Stakeholder als Informationsadressaten des Integrated Reportings, in: Freidank, Carl-Christian/Müller, Stefan/Velte, Patrick (Hrsg.), *Handbuch Integrated Reporting: Herausforderung für Steuerung, Überwachung und Berichterstattung*, Berlin, S. 183–213.
- Steinkirchner, Peter (2013)***: Banker bevorzugt, in: *WirtschaftsWoche*, 67. Jg. (Heft-Nr. 20), S. 58.
- Stölzel, Thomas (2011)***: Die Grenzen fallen, in: *WirtschaftsWoche*, 65. Jg. (Heft-Nr. 10), S. 100–101.
- Stölzel, Thomas (2012)***: "Krieg um Daten", in: *WirtschaftsWoche*, 66. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 72–73.
- Streim, Hannes (1994)***: Die Generalnorm des § 264 Abs. 2 HGB – Eine kritische Analyse, in: Ballwieser, Wolfgang/Böcking, Hans-Joachim/Drukarczyk, Jochen/Schmidt, Reinhard H. (Hrsg.), *Bilanzrecht und Kapitalmarkt: Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Adolf Moxter*, Düsseldorf, S. 390–406.
- Streim, Hannes (2000)***: Die Vermittlung von entscheidungsnützlichen Informationen durch Bilanz und GuV – Ein nicht lösbares Versprechen der internationalen Standardsetter, in: *Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis*, 52. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 111–131.
- Sturm, Philipp (2013)***: Rechnungslegung über schwebende Geschäfte. Analyse gegenwärtiger Konzeptionen zur Erfassung synallagmatischer Ansprüche und Verpflichtungen vor dem Hintergrund der Funktionen der externen Rechnungslegung sowie ein Reformvorschlag, Aachen.

Suermann, Jan-Christoph (2006): Bilanzierung von Software nach HGB, US-GAAP und IFRS – Integrative Analyse der Regelungen zu Ansatz, Bewertung und Umsatzrealisation von Software aus Hersteller- und Anwendersicht.

Sustainability Accounting Standards Board (SASB) (2014): Internet Media & Services. Sustainability Accounting Standard, URL: <http://www.sasb.org/techcomm-standards-download/> (20.11.2015).

Swedish Enterprise Accounting Group (SEAG) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL09), URL: http://www.efrag.org/files/EFrag%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL09_-_Comment_Letter_-_Swedish_Enterprise_Accounting_Group.pdf (20.11.2015).

Teece, David J. (2010): Business Models, Business Strategy and Innovation, in: Long Range Planning, 43. Jg. (Heft-Nr. 2–3), S. 172–194, DOI: 10.1016/j.lrp.2009.07.003.

Teece, David J./Pisano, Gary/Shuen, Amy (1997): Dynamic Capabilities and Strategic Management, in: Strategic Management Journal, 18. Jg. (Heft-Nr. 7), S. 509–533.

Tettenborn, Martin (2015): Abbildung immaterieller Vermögenswerte im Zusammenhang mit Unternehmenszusammenschlüssen. Kritische Würdigung und Weiterentwicklung der betreffenden internationalen Rechnungslegungsvorschriften, Hamburg.

Tettenborn, Martin/Straub, Sandro/Rogler, Silvia (2013a): Bestimmung der Cashflows für im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbene immaterielle Vermögenswerte, in: Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung, 8. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 245–251.

Tettenborn, Martin/Straub, Sandro/Rogler, Silvia (2013b): Bestimmung der Nutzungsdauer für im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbene immaterielle Vermögenswerte, in: Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung, 8. Jg. (Heft-Nr. 5), S. 185–190.

The Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW) (2010): Business Models in Accounting: The Theory of the Firm and Financial Reporting. Information for better Markets Initiative, URL: <http://www.icaew.com/~media/Files/Technical/Financial-reporting/Information%20for%20better%20markets/BMIA%20published%20report.pdf> (20.11.2015).

The Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW) (2013): ICAEW Rep 130/13. Getting a Better Framework: The Role of the Business Model in Financial Reporting, URL: <http://www.icaew.com/~media/corporate/archive/files/technical/icaew%20representations>

/2013/icaew%20rep%20130%2013%20the%20role%20of%20the%20business%20model%20in%20f%20reporting.ashx (20.11.2015).

The Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL01), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/01_-_Comment_Letter_-_Institute_of_Chartered_Accountants_in_England_and_Wales.pdf (20.11.2015).

The Institute of Chartered Accountants of Scotland (ICAS)/The International Federation of Accountants (IFAC) (2014): Do We Need A Roadmap For Financial Reporting? Developing the IASB's Conceptual Framework, URL: <http://www.ifac.org/publications-resources/do-we-need-roadmap-financial-reporting> (20.11.2015).

The Institute of Chartered Accountants of Scotland (ICAS)/The New Zealand Institute of Chartered Accountants (NZICA) (2011): Losing the excess baggage. Reducing disclosures in financial statements to what's important, URL: https://www.nzica.com/~/_media/NZICA/Docs/Tech%20and%20Bus/Financial%20reporting/Losing%20the%20excess%20baggage%20-%20reducing%20disclosures%20in%20financial%20statements%20to%20whats%20important%20-%202011.ashx (19.11.2015).

The Norwegian Accounting Standards Board (NASB) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL15), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL15_-_Comment_Letter_-_Norwegian_Accounting_Standards_Board.pdf (20.11.2015).

The Swedish Financial Reporting Board (SFRB) (2014): The role of the business model in financial statements. Comment Letter (CL17), URL: http://www.efrag.org/files/EFRAG%20public%20letters/Business%20Model%20RP/CL17_-_Comment_Letter_-_Swedish_Financial_Reporting_Board.pdf (20.11.2015).

Theile, Carsten (2012a): Kapitel B. Rechnungslegungsmethoden für den IFRS-Abschluss. II. Abschlussgrundsätze (Conceptual Framework, IAS 1), in: Heuser, Paul J./Theile, Carsten (Hrsg.), IFRS-Handbuch: Einzel- und Konzernabschluss, 5. Auflage, Köln, S. 81–96.

Theile, Carsten (2012b): Kapitel B. Rechnungslegungsmethoden für den IFRS-Abschluss. III. Bilanzansatz (Conceptual Framework), in: Heuser, Paul J./Theile, Carsten (Hrsg.), IFRS-Handbuch: Einzel- und Konzernabschluss, 5. Auflage, Köln, S. 96–108.

- Theile, Carsten (2012c):** Kapitel C. Bilanzierung. I. Immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens (IAS 38), in: Heuser, Paul J./Theile, Carsten (Hrsg.), IFRS-Handbuch: Einzel- und Konzernabschluss, 5. Auflage, Köln, S. 205–251.
- Theile, Carsten (2012d):** Kapitel C. Bilanzierung. II. Sachanlagen (IAS 16), in: Heuser, Paul J./Theile, Carsten (Hrsg.), IFRS-Handbuch: Einzel- und Konzernabschluss, 5. Auflage, Köln, S. 251–288.
- Theile, Carsten/Pawelzik, Kai Udo (2012a):** Auswirkungen von IFRS 13 auf den impairment-Test nach IAS 36. Konsequenzen des Fair Value Measurement, in: Praxis der internationalen Rechnungslegung, 8. Jg. (Heft-Nr. 7), S. 210–214.
- Theile, Carsten/Pawelzik, Kai Udo (2012b):** Kapitel D. Konsolidierung. VI. Unternehmenserwerb und Kapitalkonsolidierung (IFRS 3), in: Heuser, Paul J./Theile, Carsten (Hrsg.), IFRS-Handbuch: Einzel- und Konzernabschluss, 5. Auflage, Köln, S. 870–974.
- Thiele, Stefan/Eckert, Tim (2008):** IAS 16 Sachanlagen, in: Thiele, Stefan/von Keitz, Isabel/Brücks, Michael (Hrsg.), Internationales Bilanzrecht: Rechnungslegung nach IFRS, Bonn.
- Thiele, Stefan/Kühle, Ulf (2008):** IAS 38 Immaterielle Vermögenswerte, in: Thiele, Stefan/von Keitz, Isabel/Brücks, Michael (Hrsg.), Internationales Bilanzrecht: Rechnungslegung nach IFRS, Bonn.
- Thies, Peter (2010):** Informationslogistik im Web 2.0, in: Thies, Peter (Hrsg.), Advanced Web Technology – Effektive Bereitstellung von Information im World Wide Web: Eine synoptische Darstellung zum Stand ausgewählter Techniken, Berlin, S. 19–40.
- Turner, Bernd (2002):** Einbindung von Zusatzinformationen – Nutzerregistrierung und Online-Umfragen, in: Hippner, Hajo/Merzenich, Melanie/Wilde, Klaus D. (Hrsg.), Handbuch Web Mining im Marketing: Konzepte, Systeme, Fallstudien, Braunschweig u. a., S. 54–74.
- Tikkanen, Henrikki/Lamberg, Juha-Antti/Parvinen, Petri/Kallunki, Juha-Pekka (2005):** Managerial cognition, action and the business model of the firm, in: Management Decision, 43. Jg. (Heft-Nr. 5/6), S. 789–809.
- Timmers, Paul (1998):** Business Models for Electronic Markets, in: Electronic Markets, 8. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 3–8.
- Tokar, Mary (2015):** What kind of accounting standards should the IASB write?, in: Accounting and Management Information Systems, 14. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 439–452.

- Truscheit, Anke (2000):** Virtuelle soziale Netzwerke: Communities im Cyberspace, in: Schneidewind, Uwe/Truscheit, Anke/Steingräber, Gerriet (Hrsg.), Nachhaltige Informationsgesellschaft: Analyse und Gestaltungsempfehlungen aus Management- und institutioneller Sicht, Marburg, S. 287–298.
- Tutt, Cordula (2015):** Bis später, Baby!, in: WirtschaftsWoche, 69. Jg. (Heft-Nr. 32), S. 64–67.
- van Mourik, Carien (2014):** The Equity Theories and the IASB Conceptual Framework, in: Accounting in Europe, 11. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 219–233.
- Velte, Patrick (2008):** Intangible Assets und Goodwill im Spannungsfeld zwischen Entscheidungsrelevanz und Verlässlichkeit. Eine normative, entscheidungsorientierte und empirische Analyse vor dem Hintergrund internationaler und nationaler Rechnungslegungs- und Prüfungsstandards, Wiesbaden.
- Velthuis, Louis/Wesner, Peter (2005):** Value Based Management. Bewertung, Performancemessung und Managemententlohnung mit ERIC, Stuttgart.
- Verstraete, Thierry/Jouison, Estèle (2006):** Three Theories to frame the Concept of Business Model in Context of Firm Foundation. Working Paper, URL: http://www.businessmodelcommunity.com/#Working_Papers.B (20.11.2015).
- Volk, Gerrit (1987):** Das Informationsinteresse der Jahresabschlußadressaten, in: BetriebsBerater, 42. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 723–728.
- Voss, Oliver (2014):** Die Jagd nach der Milliardenidee, in: WirtschaftsWoche, 68. Jg. (Heft-Nr. 22), S. 58–63.
- Wagenhofer, Alfred (2014a):** Die Zukunft der internationalen Rechnungslegung. Perspektiven im geplanten neuen Rahmenkonzept, in: Der Schweizer Treuhänder, 88. Jg. (Heft-Nr. 6-7), S. 539–550.
- Wagenhofer, Alfred (2014b):** Ökonomische Forschung in der Rechnungslegung: eine Zwischenbilanz, in: Dobler, Michael/Hachmeister, Dirk/Kuhner, Christoph/Rammert, Stefan (Hrsg.), Rechnungslegung, Prüfung und Unternehmensbewertung: Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. Wolfgang Ballwieser, Stuttgart, S. 897–915.
- Wagenhofer, Alfred/Ewert, Ralf (2007):** Externe Unternehmensrechnung, 2. Auflage, Berlin.
- Wagner, Franz W. (1982):** Zur Informations- und Ausschüttungsbemessungsfunktion des Jahresabschlusses auf einem organisierten Kapitalmarkt, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 34. Jg. (Heft-Nr. 8/9), S. 749–771.

- Wagner, Franz W. (1994):** Periodenabgrenzung als Prognoseverfahren – Konzeption und Anwendungsbereich der "einkommensapproximativen Bilanzierung", in: Ballwieser, Wolfgang/Böcking, Hans-Joachim/Drukarczyk, Jochen/Schmidt, Reinhard H. (Hrsg.), Bilanzrecht und Kapitalmarkt: Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Adolf Moxter, Düsseldorf, S. 1175–1197.
- Wawrzinek, Wolfgang (2013):** § 2. Ansatz, Bewertung und Ausweis sowie zugrunde liegende Prinzipien der IFRS, in: Bohl, Werner/Riese, Joachim/Schlüter, Jörg (Hrsg.), Beck'sches IFRS-Handbuch: Kommentierung der IFRS/IAS, 4. Auflage, München/Bern.
- Weber, Claus-Peter (2010):** Abschnitt 13: Unternehmenszusammenschlüsse und Konzernabschlüsse, in: Ballwieser, Wolfgang/Beine, Frank/Hayn, Sven/Peemöller, Volker H./Schruff, Lothar/Weber, Claus-Peter (Hrsg.), Handbuch International Financial Reporting Standards 2010, 6. Auflage, Weinheim, S. 593–628.
- Weber, Thorsten (2006):** Software-Referenzarchitekturen für Geschäftsmodelle des e-Business unter besonderer Beachtung ihrer Erlösmodelle, URN: urn:nbn:de:swb:15-20070118-093845-9, URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:swb:15-20070118-093845-9> (20.11.2015).
- Wehrum, Konstantin (2011):** Ansatz und Bewertung immaterieller Wirtschaftsgüter beim Unternehmenserwerb, Berlin.
- Wei, Zelong/Yang, Dong/Sun, Biao/Gu, Meng (2014):** The fit between technological innovation and business model design for firm growth: evidence from China, in: R&D Management, 44. Jg. (Heft-Nr. 3), S. 288–305.
- Weiber, Rolf/Kollmann, Tobias (1997):** Wettbewerbsvorteile auf virtuellen Märkten – vom Market Place zum Market Space, in: Link, Jörg/Brändli, Dieter/Schleunig, Christian/Kehl, Roger E. (Hrsg.), Handbuch Database Marketing, Ettlingen, S. 513–530.
- Weiber, Rolf/Kollmann, Tobias (1998):** Competitive advantages in virtual markets – perspectives of “information-based marketing” in cyberspace, in: European Journal of Marketing, 32. Jg. (Heft-Nr. 7/8), S. 603–615, DOI: 10.1108/03090569810224010.
- Weichert, Thilo (2013):** Big Data und Datenschutz. Chancen und Risiken einer neuen Form der Datenanalyse, in: Zeitschrift für Datenschutz, 3. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 251–259.
- Wells, Michael J.C./Tarca, Ann (2014a):** Stage 2 – Property, plant and equipment with other non-financial assets. IFRS Foundation: Framework-based IFRS Teaching Material, URL: http://www.ifrs.org/Use-around-the-world/Education/Documents/Framework-based%20teaching%20materials/2014%20Stage2%20FBT_PPE_final.pdf (20.11.2015).

Wells, Michael J.C./Tarca, Ann (2014b): Stage 3 – Teaching notes that accompany the Open Safari case study. IFRS Foundation: Framework-based IFRS Teaching Material, URL: <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/education/restricted/2014%20Stage%203%20teaching%20notes%20accompanying%20Open%20Safari%20case%20study%20final.pdf> (11.11.2015).

Wernerfelt, Birger (1984): A Resource-based View of the Firm, in: Strategic Management Journal, 5. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 171–180, DOI: 10.1002/smj.4250050207.

Wieland-Blöse, Heike/André, Julius (2013): IFRS 13 Bemessung des beizulegenden Zeitwerts, in: Thiele, Stefan/von Keitz, Isabel/Brücks, Michael (Hrsg.), Internationales Bilanzrecht: Rechnungslegung nach IFRS, Bonn.

Wikipedia (2015a): VZ Netzwerke, URL: https://de.wikipedia.org/wiki/VZ_Netzwerke (30.12.2015).

Wikipedia (2015b): Facebook Inc., URL: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?oldid=144118026> (29.07.2015).

Wikipedia (2015c): werkenntwen, URL: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?oldid=143174525> (29.07.2015).

Wikle, Thomas A./Comer, Jonathan C. (2012): Facebook's Rise to the Top: Exploring Social Networking Registrations by Country, in: International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 4. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 46–60, DOI: 10.4018/jvcsn.2012040104.

Winnefeld, Robert (2015a): Kapitel D: Ansatz der Aktiva und Passiva in Handels- und Steuerbilanz sowie IAS/IFRS-Rechnungslegung, in: Winnefeld, Robert (Hrsg.), Bilanz-Handbuch: Handels- und Steuerbilanz, rechtsformspezifisches Bilanzrecht, bilanzielle Sonderfragen, Sonderbilanzen, IAS, 5. Auflage, München, S. 413–954.

Winnefeld, Robert (2015b): Kapitel E: Bewertung der Aktiva und Passiva in der Handels- und Steuerbilanz sowie in der IAS/IFRS-Rechnungslegung, in: Winnefeld, Robert (Hrsg.), Bilanz-Handbuch: Handels- und Steuerbilanz, rechtsformspezifisches Bilanzrecht, bilanzielle Sonderfragen, Sonderbilanzen, IAS, 5. Auflage, München, S. 955–1427.

wirDesign communications AG (2014): 10 Thesen zur Wirkung des Geschäftsberichts. Eine Studie zur Nutzung und Bedeutung von Geschäftsberichten börsennotierter Unternehmen in Deutschland, URL: <http://www.wirdesign.de/downloads/> (20.11.2015).

Wirtz, Bernd W. (2011a): Business Model Management. Design – Instruments – Success Factors, Wiesbaden.

- Wirtz, Bernd W. (2011b):** Marketing im Web 2.0, in: Wagner, Udo/Wiedmann, Klaus-Peter/von der Oelsnitz, Dietrich (Hrsg.), Das Internet der Zukunft: Bewährte Erfolgstreiber und neue Chancen, Wiesbaden, S. 62–76.
- Wirtz, Bernd W. (2013a):** Business Model Management. Design – Instrumente – Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, 3. Auflage, Wiesbaden.
- Wirtz, Bernd W. (2013b):** Electronic Business, 4. Auflage, Wiesbaden, DOI: 10.1007/978-3-8349-4240-1.
- Wirtz, Bernd W./Becker, Daniel R. (2002):** Geschäftsmodellansätze und Geschäftsmodellvarianten im Electronic Business. Eine Analyse zu Erscheinungsformen von Geschäftsmodellen, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 31. Jg. (Heft-Nr. 2), S. 85–90.
- Wirtz, Bernd W./Elsäßer, Marc (2012):** Social Media: Erscheinungsformen, Nutzung und Internationale Entwicklungen, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 41. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 288–294.
- Wirtz, Bernd W./Kleineicken, Andreas (2000):** Geschäftsmodelltypologien im Internet, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 29. Jg. (Heft-Nr. 11), S. 628–635.
- Wirtz, Bernd W./Lihotzky, Nikolai (2003):** Customer Retention Management in the B2C Electronic Business, in: Long Range Planning, 36. Jg. (Heft-Nr. 6), S. 517–532.
- Wirtz, Bernd W./Loscher, Bernhard (2001):** ZP-Stichwort: Geschäftsmodelle in der Internetökonomie, in: Zeitschrift für Planung, 12. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 451–458.
- Wirtz, Bernd W./Schilke, Oliver/Ullrich, Sebastian (2010):** Strategic Development of Business Models. Implications of the Web 2.0 for Creating Value on the Internet, in: Long Range Planning, 43. Jg. (Heft-Nr. 2–3), S. 272–290, DOI: 10.1016/j.lrp.2010.01.005.
- Wirtz, Bernd W./Ullrich, Sebastian (2008):** Geschäftsmodelle im Web 2.0 – Erscheinungsformen, Ausgestaltung und Erfolgsfaktoren, in: Praxis der Wirtschaftsinformatik, 45. Jg. (Heft-Nr. 261), S. 20–31.
- Witzleben, Annette (2013):** Anreiz- und Entscheidungsnützlichkeit der bedingten Vorsicht, Frankfurt am Main u. a.
- Wöhe, Günter/Bilstein, Jürgen/Ernst, Dietmar/Häcker, Joachim (2013):** Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, 11. Auflage, München.
- Wolfensberger, Thomas (2002):** Virtual Communities. Unternehmungspolitik und Erfolgsmessung, Wiesbaden.

World Federation of Exchanges (WFE) (2013): 2012 WFE Market Highlights, URL: <http://www.world-exchanges.org/home/index.php/files/18/Studies%20-%20Reports/11/2012%20WFE%20Market%20Highlights.pdf> (20.11.2015).

Wünsch, Martin (2010): Die indikative Kaufpreisallokation nach IFRS 3. Funktionen, Methoden und Bedeutung der Pre-Deal-PPA, Weinheim.

Wüstemann, Jens/Wüstemann, Sonja (2012): The Asset/Liability Theory – A Contribution to the revived Debate on normative Accounting Theory. Working Paper, Frankfurt (Oder)/Mannheim.

Zarella, Dan (2012): Das Social Media Marketing-Buch, 2. Auflage, Beijing u. a.

Zelger, Hansjörg (2014): Purchase Price Allocation nach IFRS und HGB, in: Ballwieser, Wolfgang/Beyer, Sven/Zelger, Hansjörg (Hrsg.), Unternehmenskauf nach IFRS und HGB: Purchase Price Allocation, Goodwill und Impairment-Test, 3. Auflage, Stuttgart, S. 139–186.

Zott, Christoph/Amit, Raphael/Massa, Lorenzo (2011): The Business Model: Recent Developments and Future Research, in: Journal of Management, 37. Jg. (Heft-Nr. 4), S. 1019–1042, DOI: 10.1177/0149206311406265.

Zülch, Henning/Teuteberg, Torben (2014): Änderungen an IAS 16 und IAS 38 zur Angemessenheit von Abschreibungsmethoden – Kein striktes Verbot der Umsatzbasierung, in: Der Betrieb, 67. Jg. (Heft-Nr. 30), S. 1629–1632.

Zwirner, Christian/Ranker, Daniel/Wohlgemuth, Frank (2001): Rechnungslegung am Neuen Markt. Grundlagen, Anforderungen und Auswertung, in: Steuern und Bilanzen, 3. Jg. (Heft-Nr. 10), S. 473–483.

