



---

# **IFRIC D20 Customer Loyalty Programmes**

Dr. Stefan Schreiber

Frankfurt/Main, 06. Oktober 2006



## Entwicklungsprozess von IFRIC D20

- Erstmalige Diskussion im IFRIC im November 2005
- Veröffentlichung des Entwurfs am 07.09.2006
- Kommentierungsfrist endet am 06.11.2006
- Diskussion der Stellungnahmen im IFRIC voraussichtlich im Januar 2007



## Customer Loyalty Programmes

- Kundenbonusprogramme\*
  - Nur eine Teilmenge ist von IFRIC D20 betroffen
    - Prämienanrechte, die von Kunden erst zu einem späteren Zeitpunkt gegen kostenlose oder preisreduzierte Güter (oder Dienstleistungen) eingelöst werden können
    - Nicht im Anwendungsbereich enthalten sind daher:
      - Gewährung von Kundenbonus und Prämie in derselben Berichtsperiode
      - Bargeldprämien

\* Kundenboni stellen Anrechte auf Prämien dar, die Kunden im Zusammenhang mit getätigten Käufen unter bestimmten Voraussetzungen gewährt werden



## Fragestellung

- Handelt es sich bei Verkäufen mit Prämiengewährung um Mehrkomponentengeschäfte (Anwendung von IAS 18.13)?
  - *Folge:* Aufteilung des Umsatzes auf verkauftes Produkt und Prämie sowie Abgrenzung des auf die Prämie entfallenden Umsatzes bis zu deren Gewährung

### oder

- Handelt es sich um einen einheitlichen Geschäftsvorfall (Anwendung von IAS 18.19)?
  - *Folge:* Die Aufwendungen für die Prämien stellen Marketingaufwand dar, der zum Zeitpunkt des Produktverkaufs in seiner voraussichtlichen Höhe zurückgestellt wird



## Beschlussfassung des IFRIC

- Produktverkauf und Prämien-gewährung stellen separate Umsatzakte und somit Mehrkomponentengeschäfte dar, weil
  - IAS 18 das Ziel hat, nur Erträge zu realisieren, die sich auf bereits gelieferte Produkte beziehen;
  - der Anwendungsbereich von IAS 18.19 auf künftige Aufwendungen beschränkt ist, die sich direkt auf bereits gelieferte Produkte beziehen;
  - der Kunde implizit eine Zahlung für die Prämie leistet.



## Aufteilung des Ertrags auf Produktverkauf und Prämien-gewährung

- Grundsatz
  - Abgrenzung der jeweiligen beizulegenden Zeitwerte
- Ermittlung
  - nicht festgelegt
- IFRIC-Vorschlag
  - (Hypothetischer) Preisnachlass auf das Hauptprodukt
- Abschläge
  - wenn Preisabschläge auch nicht über Kundenboni verfügenden Kunden gewährt werden
  - wegen voraussichtlich nicht eingelöster Kundenboni
  - ggf. wegen Abzinsung
  - Gewichtung, wenn den Kunden verschiedene Prämien zur Auswahl stehen



## Nachteilige Prämien-gewährung

- Sind die unvermeidbaren Kosten im Zusammenhang mit der Prämien-gewährung höher als der erwartete wirtschaftliche Nutzen (i.d.R. der beizulegende Zeitwert der Prämie), ist eine Drohverlustrückstellung zu bilden
- Beispiel:
  - Deutlich weniger Kunden als erwartet lassen ihre Prämienansprüche verfallen



## Diskussion

- Wird die Einordnung als Mehrkomponentengeschäft der wirtschaftlichen Substanz von Kundenbonusprogrammen gerecht? (Stichwort: Marketingaufwendungen)
- Impliziert die Einzelveräußerbarkeit von Prämien deren Zugehörigkeit zu einem Mehrkomponentengeschäft? (Stichwort: EITF Nr. 00-21)
- Haben die Wesentlichkeit oder die Art einer Prämie Einfluss auf die Anwendung von IAS 18.13 oder IAS 18.19? (Stichwort: „Third View“ in D20.BC6)
- Ist die unterschiedliche Bilanzierung der Gewährung von Bargeldprämien und Preisnachlässen gerechtfertigt? (Stichwort: Ähnlichkeit der wirtschaftlichen Substanz)
- Ist der beizulegende Zeitwert von Prämien zuverlässig ermittelbar?



Zimmerstr. 30  
10969 Berlin

Tel. 030 20 64 12 0  
Fax 030 20 64 12 15

[www.drsc.de](http://www.drsc.de)  
[info@drsc.de](mailto:info@drsc.de)