

Thema 01 (Betreuerin: M.Sc. Christa Bosch)

Die Wertrelevanz von Segmentangaben – Stand der Forschung

Die Zielsetzung der Segmentberichterstattung ist die Bereitstellung von entscheidungsrelevanten Informationen über Teilbereiche (Segmente) des berichtenden Unternehmens bzw. Konzerns. Gerade in diversifizierten Unternehmen, vor allem aber bei global agierenden Konzernen, spiegeln die Daten von Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung und Eigenkapitalveränderungsrechnung ausschließlich aggregierte Informationen über das gesamte Unternehmen wider. Die Bereitstellung disaggregierter Informationen soll den Abschlussadressaten primär helfen, die Ertragskraft des Konzerns bzw. Unternehmens besser beurteilen zu können, die Risiken und Chancen des Konzerns bzw. Unternehmens besser einzuschätzen und die Generierung zukünftiger Erträge und Cashflows besser beurteilen zu können. Inwiefern die Offenlegung von Segmentangaben wertrelevant ist, also einen Einfluss auf den Unternehmenswert hat, wurde vor allem im US-amerikanischen Raum im Rahmen von Studien untersucht.

Ziel der zu erstellenden Seminararbeit ist es, einen Überblick über die bestehende Literatur zu der Wertrelevanz von der Offenlegung segmentierter Daten zu geben. Zunächst ist der aktuelle Rechtsstand zur Segmentberichterstattung für den deutschen und US-amerikanischen Rechtsraum zu erläutern. Darüber hinaus sind mindestens die angeführten Studien der Einstiegsliteratur sinnvoll zu gliedern und darzustellen. Dabei ist auf das Forschungsdesign, die wesentlichen Ergebnisse und eventuelle Einschränkungen einzugehen. Schließlich sind die Ergebnisse der Studien zusammenzufassen und einer kritischen Würdigung zu unterziehen.

Einstiegsliteratur:

Boatsman, J. R./Behn, B. K./Patz, D. H. (1993): A Test of the Use of Geographical Segment Disclosures, in: Journal of Accounting Research, Jg. 31, Heft 3 Beilage, S. 46-64.

Chen, P. F./Zhang, G. (2003): Heterogeneous Investment Opportunities in Multiple-Segment Firms and the Incremental Value Relevance of Segment Accounting Data, in: The Accounting Review, Jg. 78, Heft 2, S. 397-428.

Financial Accounting Standards Board (FASB) (1997): Financial Accounting Standards No. 131 „Disclosures about Segments of an Enterprise and Related Information“, Norwalk.

- Fink, C./Hütten, C.* (2015): § 36 Segmentberichterstattung (Operating Segments), in: Lüdenbach, N./Hoffmann, W.-D./Freiberg, J. (Hrsg.), *Haufe IFRS-Kommentar*, 13. Aufl., Freiburg.
- Horwitz, B./Kolodny, R.* (1977): Line of business reporting and security prices: an analysis of an SEC disclosure rule, in: *The Bell Journal of Economics*, Jg. 8, Heft 1, S. 234-249.
- Hossain, M.* (2008): Change in value-relevance of quarterly foreign sales data of U.S. multinational corporations after adopting SFAS 131, in: *Review of Quantitative Finance and Accounting*, Jg. 30, Heft 1, S.1-23.
- IFRS 8* (2015): International Financial Reporting Standard 8 „Operating Segments“, zuletzt geändert durch ÄndVO (EU) 2015/28 vom 17. Dezember 2014, in ABl. Nr. L 5 S. 1, London.
- Kajüter, P./Nienhaus, M.* (2012): Value relevance of segment reporting – Evidence from German companies, Working paper, University of Münster.
- Kochanek, R. F.* (1974): Segmental Financial Disclosure by Diversified Firms and Security Prices, in: *The Accounting Review*, Jg. 49, Heft 2, S. 245-258.
- KPMG (Hrsg.)* (2006): US-GAAP: Rechnungslegung nach US-amerikanischen Grundsätzen; Grundlagen der US-GAAP und SEC-Vorschriften, 4., überarbeitete Aufl., Berlin.
- Ronen J./Livnat, J.* (1981): Incentives for Segment Reporting, in: *Journal of Accounting Research*, Jg. 19, Heft 2, S. 459-481.
- Schulz-Danso, M.* (2016): § 21 Segmentberichterstattung, in: Driesch, D./Riese, J./Schlüter, J./Senger, T. (Hrsg.), *Beck'sches IFRS-Handbuch – Kommentierung der IFRS/IAS*, 5., überarbeitete Aufl., München.
- Swaminathan, S.* (1991): The impact of SEC Mandated Segment Data on Price Variability and Divergence of Beliefs, in: *The Accounting Review*, Jg. 66, Heft 1, S. 23-41.
- Thomas, W. B.* (2000): The Value-relevance of Geographic Segment Earnings Disclosures Under SFAS 14, in: *Journal of International Financial Management and Accounting*, Jg. 11, Heft 3, S. 133-155.

Thema 02 (Betreuer: Matthias Hezler, M.Sc.)

Die Positive Accounting Theory als ein Erklärungsansatz für Mitwirkung im Standardsetting-Prozess

Die Entwicklung eines Rechnungslegungsstandards kann als ein politischer Prozess mit mehreren Akteuren betrachtet werden. Bereits Ende der 1970-er Jahre wurde damit begonnen, Erklärungsansätze zu entwickeln, die Aussagen über die Determinanten der Motivation der Beteiligten an einem Standardsetting-Prozess (sog. Due Process) ermöglichen. Einer dieser Erklärungsansätze wird als *Positive Accounting Theory* bezeichnet.

Die Positive Accounting Theory versucht anhand der Beziehungen zwischen Unternehmen auf der einen Seite und einem Regulierer resp. Standardsetter auf der anderen Seite zu erklären, warum Unternehmen an einem Due Process teilnehmen und warum von Unternehmen bestimmte Rechnungslegungsmethoden bei existierenden Wahlmöglichkeiten bevorzugt werden. Ziel der Positiven Accounting Theory ist es folglich, Vorhersagen über mögliche Verhaltensweisen der am Entwicklungsprozess beteiligten Interessengruppen zu treffen und deren Motivation zu erläutern.

Gegenstand der zu erstellenden Seminararbeit ist es, die Positive Accounting Theory nach *Watts/Zimmerman* mit den drei dort genannten Hypothesen (*Bonus-Plan-Hypothese*, *Debt/Equity-Hypothese* und *Size-Hypothese*) darzustellen und kritisch zu würdigen. Hierbei ist insbesondere auf die Eignung der Positive Accounting Theory als Erklärungsansatz zur Mitwirkung an einem Standardsetting-Prozess einzugehen.

Einstiegsliteratur:

Avelé, D. (2014): Positive Accounting Theory: theoretical and critical perspectives, in: *International Journal of critical accounting*, Ausgabe 5, Heft 4, S. 396-415.

Deegan, C. M./Unerman, J. (2011): *Financial Accounting Theory*, 2. Aufl., Maidenhead.

Kelly, L. (1983): The Development of a Positive Accounting Theory of Corporate Management's Role in External Financial Reporting, in: *Journal of Accounting Literature*, Ausgabe 2, Heft 2, S. 111-150.

Watts, R. L./Zimmerman, J. L. (1986): *Positive Accounting Theory*, Englewood Cliffs.

Watts, R. L./Zimmerman, J. L. (1990): Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective, in: *Accounting Review*, Ausgabe 65, Heft 1, S. 131-156.

Thema 03 (Betreuer: Ramona Otte, M.Sc.)**Prüfungsqualität vor dem Hintergrund der Entwicklung von Rahmenkonzepten und Audit Quality Indicators**

Die Sicherung der Qualität der Abschlussprüfung ist nicht nur Gegenstand verschiedener Forschungsarbeiten, sondern auch stets das Ziel von Standardsetzern und Gesetzesinitiativen. Auch wenn hierfür in der Regel auf verschiedene Definitionen von Prüfungsqualität zurückgegriffen wird, erreichte keine dieser Definitionen allgemeine Gültigkeit. Eine einheitliche Interpretation des Begriffs und der Einflussfaktoren scheint jedoch unerlässlich, um zielführende Entwicklungen in Zukunft vorantreiben zu können. Vor diesem Hintergrund rückte die Thematik in den vergangenen Jahren wieder verstärkt in den Vordergrund und führte zu einer Weiterentwicklung der Sichtweise auf das Konstrukt der Prüfungsqualität und somit zu einer Abkehr von reinen Definitionen hin zur Entwicklung unterschiedlicher Rahmenkonzepte. Eine der jüngsten Initiativen stellt die Identifizierung sog. Audit Quality Indicators (Indikatoren für die Bestimmung von Prüfungsqualität) dar, mit deren Hilfe neue Erkenntnisse hinsichtlich der Beurteilung und Sicherstellung von Prüfungsqualität gewonnen werden sollen.

Ziel der zu erstellenden Seminararbeit ist es, einen Überblick über die Problematik sowie die verschiedenen Erklärungsansätze für Prüfungsqualität zu geben. Dabei soll neben der Darstellung vielfach zitierter Definitionen und Rahmenkonzepte das Hauptaugenmerk auf den jüngsten Entwicklungen zu Audit Quality Indicators liegen. Hierfür bedarf es einer näheren Darstellung der Ansätze ausgewählter Institutionen und einer Ausarbeitung etwaiger Unterschiede. Ergänzend kann darüber hinaus ein Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten der Operationalisierung von Prüfungsqualität in der Prüfungsmarktforschung gegeben werden. Die gewonnenen Erkenntnisse sind abschließend einer kritischen Würdigung zu unterziehen.

Einstiegsliteratur:

DeAngelo, L.E. (1981): Auditor Size and Audit Quality, in: *Journal of Accounting and Economics*, Jg. 3, Heft 3, S. 183-199.

FEE (Hrsg.) (2016): Overview of Audit Quality Indicators Initiatives: Update to December 2015 edition (Information Paper), abzurufen im Internet unter URL: http://www.fee.be/images/publications/auditing/1607_Update_of_Overview_of_AQIs.pdf (Stand: 30.11.2016).

IAASB (Hrsg.) (2013): A Framework for Audit Quality, abzurufen im Internet unter:
<http://www.ifac.org/sites/default/files/publications/files/A%20Framework%20for%20Audit%20Quality.pdf> (Stand: 30.11.2016).

Köhler, A.G./Marten, K.-U./Meuwissen, R./Quick, R. (2013): Research on Audit Quality, in:
Die Betriebswirtschaft, Jg. 73, Heft 4, S. 241-253.

Maccari-Peukert, D./Ratzinger-Sakel, N. V. S. (2014): Prüfungsqualität: Eine aktuelle Bestandsaufnahme vor dem Hintergrund internationaler Entwicklungen, in: Die Wirtschaftsprüfung, Jg. 67, Heft 5, S. 249-257.

Martin, R.D. (2013): Audit Quality Indicators: Audit Practice Meets Audit Research, in: Current Issues in Auditing, Jg. 7, Heft 2, S. A17-A23.

Thema 04 (Betreuer: Philipp Schönfeld, Dipl.-WiWi)

Glaubwürdigkeit und Vertrauen im Rahmen der Unternehmenskommunikation

Die zunehmende Komplexität sowie der Umfang eines Jahres- bzw. Konzernabschlusses macht es Stakeholdern immer schwieriger, die für sie relevanten Informationen zu filtern, wodurch ihr Entscheidungsverhalten beeinflusst wird. Da die Finanzberichterstattung eines großen Unternehmens häufig mittels eines Geschäftsberichtes erfolgt und dieser nicht nur die relevanten Pflichtbestandteile enthält, stellt er für diese Unternehmen ein überaus wichtiges Kommunikationsmittel zur Schaffung von Vertrauen und Glaubwürdigkeit in einer sich überproportional schnell ändernden Unternehmenswelt dar.

Gegenstand der zu erstellenden Seminararbeit ist es, zunächst das Konstrukt des Vertrauens und der Glaubwürdigkeit im Allgemeinen näher zu beleuchten, um darauf aufbauend, die Bedeutung für die Unternehmenskommunikation hervorzuheben. Anschließend sollen Determinanten herausgearbeitet werden, anhand derer im Rahmen des Behavioral Financial Accounting in Bezug auf den Geschäftsbericht die zu untersuchenden Konstrukte objektiviert werden können. Neben einer kritischen Würdigung der Erkenntnisse soll die Seminararbeit mit mögliche Konsequenzen für die Praxis schließen.

Einstiegsliteratur:

Cohen, J. R./Holder-Webb, L./Zamora V. L. (2015): Nonfinancial Information Preferences of Professional Investors, in: Behavioral Research in Accounting: Jg. 27, Heft 2, S. 127-153.

Knapp, M. L./Comadena, M. E. (1979): Telling It Like It Isn't: A Review of Theory and Research on Deceptive Communications, in: Human Communication Research, Heft 5, S. 270-285.

Keller, R. (2006): Der Geschäftsbericht. Überzeugende Unternehmenskommunikation durch klare Sprache und gutes Deutsch, Wiesbaden.

Reinmuth, M. (2006): Vertrauen schaffen durch glaubwürdige Unternehmenskommunikation, Monografie, Düsseldorf.

Küting, K.-H./Hütten, C. (1996): Der Geschäftsbericht als Publizitätsinstrument, in: BetriebsBerater, Heft 51/52, S. 2671.

Lahno, B. (2002): Der Begriff des Vertrauens, Paderborn.