

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	XV
Symbolverzeichnis .....	XXI
Abbildungsverzeichnis .....	XXIII
Tabellenverzeichnis.....	XXV

## Kapitel I

<b>Einführung.....</b>	<b>1</b>
1 Problemstellung und Ziel der Untersuchung.....	1
2 Gang der Untersuchung.....	3
3 Definitionen.....	5

## Kapitel II

<b>Theorie der Rechnungslegung als Maßrahmen für eine normative Analyse.....</b>	<b>9</b>
1 Ökonomische Begründung für Rechnungslegungspublizität.....	9
1.1 Zielsetzung der Rechnungslegungspublizität .....	9
1.2 Informationsökonomisch geprägte Ansätze.....	12
1.2.1 Private Information.....	12
1.2.2 Öffentliche Information .....	13
1.3 Institutionstheoretisch geprägte Ansätze.....	19
1.4 Evolutorisch geprägte Ansätze.....	23
2 Rechnungslegungstheorien.....	25
2.1 Theorien der Bilanzbewertung .....	25
2.2 Entscheidungsorientierte Theorien.....	31
2.2.1 Modellbildende Ansätze.....	31
2.2.1.1 A Statement of Basic Accounting Theory.....	31
2.2.1.2 Statement on Accounting Theory and Theory Acceptance.....	35
2.2.2 Empirische Forschungen zur Entscheidungsrelevanz.....	37
2.2.2.1 Untersuchungen auf Individualebene.....	37
2.2.2.2 Untersuchungen auf Marktebene.....	38
2.2.2.3 Test der Eignung von Rechnungslegungsdaten zu Prognosezwecken.....	39

3	Theoretische Untersuchungen als normative Entscheidungshilfe?.....	42
3.1	Bestandsaufnahme .....	42
3.2	Skizzierung eines normativen Leitsatzes der Rechnungslegungspublizitätsregulierung .....	44
3.3	Transaktionskostentheoretische Spezifizierung des Leitsatzes.....	47
4	Kapitelfazit.....	50

### **Kapitel III**

#### **Ausgestaltung der Rechnungslegungspublizität im internationalen Vergleich .....**

1	Historische Entwicklung der Publizitätsregulierung.....	51
1.1	Vorgehensweise .....	51
1.2	Merkantilismus.....	52
1.3	Freihandel .....	55
1.4	Dirigismus .....	59
1.5	Industriepolitik .....	65
1.6	Neoliberalismus .....	72
2	Positive Analyse der Rechnungslegungspublizitätsregulierung.....	78
2.1	Vorgehensweise .....	78
2.2	Außerökonomische Motive.....	78
2.3	Positive Erklärungsansätze .....	79
2.3.1	Public Choice .....	79
2.3.2	Krisentheorie .....	81
2.3.3	Follow the Leader Strategie.....	83
3	Kapitelfazit.....	87

### **Kapitel IV**

#### **Eignung der bestehenden Publizitätssysteme zur Generierung von Marktprozessen.87**

1	Charakterisierung der relevanten Rechnungsmärkte.....	87
1.1	Identifikation der Teilmärkte .....	87
1.2	Markt für Rechnungslegungssysteme.....	89
1.3	Markt für die Erstellung von Rechnungslegungsdaten .....	91
1.4	Markt für die Distribution von Rechnungslegungsdaten.....	93
1.5	Markt für die Analyse von Rechnungslegungsdaten .....	94

2	Einfluß des deutschen Rechnungslegungspublizitätssystems auf die identifizierten Teilmärkte.....	96
2.1	Markt für Rechnungslegungssysteme.....	96
2.2	Publizitätsprozeß.....	98
3	Einfluß des US-amerikanischen Rechnungslegungspublizitätssystems auf die identifizierten Teilmärkte.....	102
3.1	Markt für Rechnungslegungssysteme.....	102
3.2	Publizitätsprozeß.....	104
4	Kapitelfazit.....	108

## **Kapitel V**

### **Entwurf eines datenbankbasierten Publizitätssystems..... 111**

1	Theoretische Vorläufer.....	111
1.1	Normative Arbeiten.....	111
1.2	Experimentelle Arbeiten.....	117
1.3	Ergebnisse.....	119
2	Entwicklung der Anforderungsdefinition.....	121
2.1	Datenhaltung im Unternehmensverbund.....	121
2.2	Öffentliches Informationssystem vs. internes Informationssystem.....	123
2.3	Eingliederung des öffentlichen Informationssystems in den Verbund der Unternehmensdaten.....	124
2.4	Spezifikation des Datenflusses.....	126
2.5	Zusammenfassung der Anforderungsdefinition.....	128
3	Datenbankentwurf.....	129
3.1	Konzeptionelles Schema.....	129
3.1.1	Starmodel als Konzeptionsgrundlage.....	129
3.1.2	Definition der Fakten.....	132
3.1.3	Definition der Dimensionen.....	134
3.2	Logisches Schema.....	139
4	Implementierung eines Public-Accounting-Information-System-Server.....	141
4.1	PAIS-Struktur und Verteilung.....	141
4.2	Spezifikation des Datenbankservers.....	143
4.3	Spezifikation des Applikationsservers.....	144
4.4	Generierung der PAIS-Datenbasis.....	145
4.4.1	Schnittstelle zu operationalen Unternehmensdaten.....	145

4.4.2	Erfassung von Ansatz- und Bewertungswahlrechten .....	148
4.4.3	Erstellung des PAIS-Datenmodells 1. Stufe .....	151
4.4.4	Erstellung des PAIS-Datenmodells 2. Stufe .....	152
4.5	Erstellung eines Abschlusses .....	152
4.5.1	Charakterisierende Daten für den Abschluß .....	152
4.5.2	Ermittlung der Postenbeträge .....	153
4.5.3	Auswahl der Gliederungsebenen .....	156
4.6	Abschlußanforderung durch den Client .....	157
4.6.1	Interaktionsprozeß .....	157
4.6.2	Protokollalternativen .....	157
4.7	Übertragung der Abschlußdaten .....	160
4.7.1	Mögliche Untergliederungen der Posten .....	160
4.7.2	Übertragungsalternativen .....	162
4.7.2.1	HTML .....	162
4.7.2.2	Extensible Markup Language (XML) .....	164
4.7.2.3	Datenbankzugriff über ODBC/SQL .....	169
4.8	Präsentation der Ergebnisse .....	171
4.8.1	Rückgriff auf zentrale Präsentationsschemata .....	171
4.8.2	Lokale Aufbereitungsmöglichkeiten der Daten .....	173
5	Zusammenfassung und mögliche Erweiterungen .....	173

## Kapitel VI

### Marktwirtschaftliche Auswirkungen einer datenbankgestützten

#### Unternehmenspublizität .....

177

1	Marktwirkungsanalysen .....	177
1.1	Zur verwendeten Methodik .....	177
1.2	Zur Auswahl der betrachteten Märkte .....	178
1.3	Markt für PAIS-Implementierungen .....	181
1.3.1	Verbale Analyse .....	181
1.3.2	Modelltheoretische Analyse .....	186
1.3.3	Zusammenfassung .....	194
1.4	Markt für Daten- und Methodenprüfungen .....	194
1.5	Markt für Eigenkapitalhandelsdienstleistungen .....	200
1.6	Markt für Rechnungslegungsregeln .....	202
1.7	Markt für externe Unternehmensanalyse .....	205
2	Auswirkungen auf die gesetzlichen Rahmenbedingungen .....	208

3 Kapitelfazit.....	211
<b>Kapitel VII Zusammenfassung.....</b>	<b>213</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>219</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>225</b>
<b>Verzeichnis der Rechtsquellen, Rechnungslegungspublizitätsnormen, Urteile und technischen Normen .....</b>	<b>283</b>
A. Rechtsquellen.....	283
B. Rechnungslegungspublizitätsnormen.....	286
C. Urteile .....	288
D. Technische Normen.....	288

# Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Vertragsformen bei Transaktionen.....	47
Abb. 2: Rechnungslegungspublizitätsprozeß.....	49
Abb. 3: Regulierungszeitstrahl Deutschland/USA.....	77
Abb. 4: Krisenregulierungszeitstrahl Deutschland/USA .....	85
Abb. 5: Marktsegmentierung im Rechnungslegungsprozeß.....	88
Abb. 6: Marktsegmentierung in der Abschlußerstellung.....	92
Abb. 7: REA Modell nach McCarthy.....	115
Abb. 8: Grobes Datenfluß-Diagramm des PAIS.....	127
Abb. 9: Starmodel im Überblick.....	131
Abb. 10: PAIS-Datenmodell 1. Stufe.....	140
Abb. 11: PAIS-Datenmodell 2. Stufe.....	141
Abb. 12: Client/Server-Datenflußplan des PAIS.....	142
Abb. 13: Screenshot Relation Buchungen.....	146
Abb. 14: Screenshot Herstellungskostenbuchungen .....	149
Abb. 15: PAIS-Starmodel 3. Stufe .....	155
Abb. 16: HTML basierte PAIS-Benutzerschnittstelle .....	159
Abb. 17: Exemplarischer Datenwürfel des Forderungspostens.....	161
Abb. 18: HTML Ausgabe einer GuV.....	163
Abb. 19: Extensive Darstellung des Veröffentlichungsspiels.....	187
Abb. 20: Rechnungslegungspublizitätsprozeß mit PAIS.....	217

# Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Anforderungen an die Konzeption des Publizitätssystems.....	128
Tab. 2: Beispielgeschäftsvorfälle Anlagenbuchungen.....	146
Tab. 3: Beispielgeschäftsvorfall Herstellungskosten .....	149