

VERORDNUNG (EG) Nr. 1262/2008 DER KOMMISSION

vom 16. Dezember 2008

zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1126/2008 betreffend die Übernahme bestimmter internationaler Rechnungslegungsstandards gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates im Hinblick auf Interpretation 13 des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC)

(Text von Bedeutung für den EWR)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juli 2002 betreffend die Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards⁽¹⁾, insbesondere auf Artikel 3 Absatz 1,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Mit der Verordnung (EG) Nr. 1126/2008 der Kommission⁽²⁾ wurden bestimmte internationale Rechnungslegungsstandards und Interpretationen, die am 15. Oktober 2008 vorlagen, übernommen.
- (2) Am 5. Juli 2007 veröffentlichte das International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) die „IFRIC Interpretation 13“ — „Kundenbindungsprogramme“, nachfolgend „IFRIC 13“. Mit IFRIC 13 werden die in der Praxis derzeit bestehenden Inkongruenzen bei der Rechnungslegung von freien oder diskontierten Gütern oder Dienstleistungen beseitigt, die im Rahmen von Kundenbindungsprogrammen angeboten bzw. erbracht werden, mit denen Unternehmen ihre Kunden in Form von Sammelpunkten, Flugmeilen oder sonstigen Vergünstigungen beim Verkauf von Gütern oder Dienstleistungen belohnen.
- (3) Die Anhörung der Sachverständigengruppe (Technical Expert Group, TEG) der European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) hat bestätigt, dass IFRIC 13 die in Artikel 3 Absatz 2 der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 genannten Kriterien für eine Übernahme erfüllt. Gemäß der Entscheidung 2006/505/EG der Kommission vom 14. Juli 2006 zur Einsetzung einer Prüfgruppe für Stan-

dardübernahmeempfehlungen zur Beratung der Kommission hinsichtlich der Objektivität und Neutralität der von der Europäischen Beratergruppe für Rechnungslegung (EFRAG) abgegebenen Stellungnahmen⁽³⁾ analysierte die Prüfgruppe für Standardübernahmeempfehlungen die Stellungnahme der EFRAG zur Standardübernahme und unterrichtete die Kommission dahingehend, dass diese sehr ausgeglichen und objektiv ist.

- (4) Die Verordnung (EG) Nr. 1126/2008 sollte daher entsprechend geändert werden.
- (5) Die in dieser Verordnung vorgesehenen Maßnahmen entsprechen der Stellungnahme des Regelungsausschusses für Rechnungslegung —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Im Anhang zur Verordnung (EG) Nr. 1126/2008 wird die Interpretation 13 „Kundenbindungsprogramme“ des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) dem Anhang der vorliegenden Verordnung entsprechend eingefügt.

Artikel 2

Dem Anhang der vorliegenden Verordnung entsprechend wendet jedes Unternehmen IFRIC 13 spätestens mit Beginn seines ersten Geschäftsjahres nach dem 31. Dezember 2008 an.

Artikel 3

Diese Verordnung tritt am dritten Tag nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Union* in Kraft.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Brüssel, den 16. Dezember 2008

Für die Kommission

Charlie MCCREEVY

Mitglied der Kommission⁽¹⁾ ABl. L 243 vom 11.9.2002, S. 1.⁽²⁾ ABl. L 320 vom 29.11.2008, S. 1.⁽³⁾ ABl. L 199 vom 21.7.2006, S. 33.

ANHANG

INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS (IFRS)

IFRIC 13	IFRIC Interpretation 13 — „Kundenbindungsprogramme“
----------	---

IFRIC INTERPRETATION 13**Kundenbindungsprogramme**

VERWEISE

- IAS 8 *Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Änderungen von Schätzungen und Fehler*
- IAS 18 *Erträge*
- IAS 37 *Rückstellungen, Eventualschulden und Eventualforderungen*

HINTERGRUND

- 1 Kundenbindungsprogramme werden von Unternehmen verwendet, um Kunden Anreize zum Kauf ihrer Güter oder Dienstleistungen zu bieten. Jedes Mal, wenn ein Kunde Güter oder Dienstleistungen erwirbt, gewährt das Unternehmen dem Kunden eine Prämiegutschrift (häufig als „Treuepunkte“ bezeichnet). Der Kunde kann die Prämiegutschrift gegen Prämien wie etwa kostenlose oder preisreduzierte Güter oder Dienstleistungen einlösen.
- 2 Es gibt eine Vielzahl von Kundenbindungsprogrammen. Bei manchen muss der Kunde eine bestimmte Mindestanzahl oder einen bestimmten Mindestwert von Prämiegutschriften ansammeln, bevor er in der Lage ist, diese einzulösen. Die Prämiegutschriften können an Einzel- oder Gruppenkäufe oder die Loyalität des Kunden über einen festgelegten Zeitraum geknüpft sein. Das Unternehmen kann das Kundenbindungsprogramm selbst durchführen oder sich dem Programm eines Dritten anschließen. Die angebotenen Prämien können Güter oder Dienstleistungen umfassen, die das Unternehmen selbst liefert, und/oder den Anspruch auf Güter oder Dienstleistungen von Dritten beinhalten.

ANWENDUNGSBEREICH

- 3 Diese Interpretation ist anzuwenden auf Prämiegutschriften im Rahmen von Kundenbindungsprogrammen,
 - (a) die ein Unternehmen seinen Kunden als Teil eines Verkaufsgeschäfts, d. h. des Verkaufs von Gütern, der Erbringung von Dienstleistungen oder der Nutzung von Vermögenswerten des Unternehmens durch den Kunden, gewährt; und
 - (b) die der Kunde vorbehaltlich der Erfüllung weiterer Voraussetzungen künftig gegen kostenlose oder vergünstigte Güter oder Dienstleistungen einlösen kann.

Die Interpretation regelt die Bilanzierung von Unternehmen, die Prämiegutschriften an Kunden vergeben.

FRAGESTELLUNG

- 4 Folgende Fragen werden in dieser Interpretation behandelt:
 - (a) Sollte die Verpflichtung eines Unternehmens zur künftigen Bereitstellung von kostenlosen oder reduzierten Gütern oder Dienstleistungen („Prämien“) wie folgt erfasst und bewertet werden:
 - (i) Zurechnung eines Teils der aus dem Verkaufsgeschäft erhaltenen oder zu erhaltenden Gegenleistung zu den Prämiegutschriften und Verschiebung der Ertragerfassung (Anwendung von Paragraph 13 des IAS 18); oder
 - (ii) Ansatz einer Rückstellung für die geschätzten künftigen Aufwendungen für die Bereitstellung der Prämien (Anwendung von Paragraph 19 des IAS 18); und
 - (b) wenn ein Teil der Gegenleistung den Prämiegutschriften zugerechnet wird:
 - (i) in welcher Höhe sollte die Zurechnung erfolgen;
 - (ii) wann sollte der Ertrag erfasst werden; und
 - (iii) wie sollte der Ertrag bewertet werden, wenn die Prämien durch Dritte geliefert werden?

BESCHLUSS

- 5 Ein Unternehmen hat Paragraph 13 von IAS 18 anzuwenden und Prämiegutschriften als einzelne abgrenzbare Bestandteile des bzw. der Verkaufsgeschäft(e) zu bilanzieren, bei dem bzw. denen sie gewährt wurden („ursprünglicher Verkauf“). Der beizulegende Zeitwert der erhaltenen oder zu erhaltenden Gegenleistung aus dem ursprünglichen Verkauf ist zwischen den Prämiegutschriften und den anderen Bestandteilen des Geschäftsvorfalles aufzuteilen.
- 6 Der Teil der Gegenleistung, der den Prämiegutschriften zugeordnet wird, ist zu ihrem beizulegenden Zeitwert zu bewerten, d. h. mit dem Betrag, für den die Prämiegutschriften separat hätten verkauft werden können.
- 7 Stellt das Unternehmen die Prämien selbst bereit, ist der den Prämiegutschriften zugerechnete Teil der Gegenleistung erst dann als Ertrag zu erfassen, wenn die Gutschriften eingelöst werden und das Unternehmen seine Verpflichtung zur Aushändigung der Prämien erfüllt hat. Die Höhe des erfassten Ertrags richtet sich nach der Anzahl der Prämiegutschriften, die gegen Prämien eingelöst wurden, in Relation zur Gesamtzahl der voraussichtlich einzulösenden Gutschriften.

- 8 Werden die Prämien durch Dritte bereitgestellt, hat das Unternehmen zu prüfen, ob es die den Prämiegutschriften zugeordnete Gegenleistung auf eigene Rechnung (d. h. Auftraggeber) oder im Auftrag der anderen Partei (d. h. als Vermittler für diese Partei) vereinnahmt.
- (a) Wenn das Unternehmen die Gegenleistung im Auftrag eines Dritten vereinnahmt,
- (i) bestimmt es seinen Ertrag als den ihm verbleibenden Nettobetrag, d. h. die Differenz zwischen der den Prämiegutschriften zugeordneten Gegenleistung und dem Betrag, den es an den Dritten für die Bereitstellung der Prämien zahlen muss; und
 - (ii) erfasst es diesen Nettobetrag dann als Ertrag, wenn beim Dritten die Verpflichtung zur Lieferung der Prämien und der Anspruch auf eine entsprechende Gegenleistung entstanden ist. Dies kann zeitgleich mit der Gewährung der Prämiegutschriften geschehen. Steht es dem Kunden frei, die Prämiegutschriften beim Unternehmen oder beim Dritten einzulösen, ist dies unter Umständen nur dann der Fall, wenn der Kunde sich für eine Einlösung bei einem Dritten entscheidet.
- (b) Vereinnahmt das Unternehmen die Gegenleistung auf eigene Rechnung, bestimmt es seinen Ertrag als Bruttobetrag der den Prämiegutschriften zugeordneten Gegenleistung und erfasst diesen Ertrag, wenn es seine Verpflichtungen in Bezug auf die Prämien erfüllt hat.
- 9 Wenn erwartet wird, dass zu irgendeinem Zeitpunkt die unvermeidbaren Kosten für die Erfüllung der Verpflichtungen zur Lieferung der Prämien die erhaltene oder zu erhaltende Gegenleistung übersteigen (d. h. die Gegenleistung, die den Prämiegutschriften beim ursprünglichen Verkauf zugerechnet wurde, aber noch nicht als Ertrag erfasst wurde, zuzüglich einer etwaigen weiteren zu erhaltenden Gegenleistung bei Einlösung der Prämiegutschriften durch den Kunden), liegt für das Unternehmen ein belastender Vertrag vor. Für den Unterschiedsbetrag ist eine Verbindlichkeit gemäß IAS 37 anzusetzen. Der Ansatz einer solchen Verbindlichkeit kann notwendig werden, wenn die voraussichtlichen Kosten für die Bereitstellung der Prämien steigen, etwa weil das Unternehmen seine Erwartungen hinsichtlich der Anzahl künftig einzulösender Prämiegutschriften revidiert.

ZEITPUNKT DES INKRAFTTRETENS UND ÜBERGANGSVORSCHRIFTEN

- 10 Diese Interpretation ist erstmals in der ersten Berichtsperiode eines am 1. Juli 2008 oder danach beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden. Eine frühere Anwendung ist zulässig. Wenn ein Unternehmen diese Interpretation für Berichtsperioden anwendet, die vor dem 1. Juli 2008 beginnen, so ist diese Tatsache anzugeben.
- 11 Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind gemäß IAS 8 zu berücksichtigen.

Anhang

Anleitungen zur Anwendung

Dieser Anhang ist Bestandteil der Interpretation.

Bestimmung des beizulegenden Zeitwertes von Prämiegutschriften

- A1 Paragraph 6 des Beschlusses schreibt vor, dass der Teil der Gegenleistung, der den Prämiegutschriften zugeordnet wird, zu deren beizulegenden Zeitwert zu bewerten ist, d. h. mit dem Betrag, für den die Prämiegutschriften separat hätten verkauft werden können. Wenn der beizulegende Zeitwert nicht direkt beobachtbar ist, muss er geschätzt werden.
- A2 Ein Unternehmen kann den beizulegenden Zeitwert von Prämiegutschriften anhand des beizulegenden Zeitwertes der Prämien schätzen, gegen die sie eingelöst werden können. Der beizulegende Zeitwert dieser Prämien wird verringert, um Folgendes zu berücksichtigen:
- (a) den beizulegenden Zeitwert der Prämien, die Kunden angeboten würden, die keine Prämiegutschriften aus einem ursprünglichen Verkauf erworben haben; und
 - (b) den Anteil der Prämiegutschriften, die von Kunden voraussichtlich nicht eingelöst werden.

Wenn Kunden verschiedene Prämien zur Auswahl stehen, spiegelt der beizulegende Zeitwert der Prämiegutschriften die beizulegenden Zeitwerte der angebotenen Prämien wider, die im Verhältnis zur erwarteten Häufigkeit gewichtet werden, mit der Kunden die einzelnen Prämien wählen.

- A3 In einigen Fällen können andere Schätzmethoden verfügbar sein. Wenn beispielsweise ein Dritter die Prämien liefert und vom Unternehmen für jede gewährte Prämiegutschrift bezahlt wird, könnte der beizulegende Zeitwert der Prämiegutschriften anhand des an den Dritten gezahlten Betrags zuzüglich einer angemessenen Gewinnmarge geschätzt werden. Die Auswahl und Anwendung einer Schätzmethode, die den Anforderungen von Paragraph 6 des Beschlusses genügt und unter den jeweiligen Umständen am angemessensten ist, erfordert eine Ermessensentscheidung.