

BEITRÄGE
DES FACHBEREICHS
RECHNUNGSWESEN
UND CONTROLLING
DER UNIVERSITÄT
ZÜRICH

EHEMALS «MITTEILUNGEN AUS DEM
HANDELSWISSENSCHAFTLICHEN
SEMINAR DER UNIVERSITÄT ZÜRICH»

HERAUSGEBER

PROF. DR. CONRAD MEYER
PROF. DR. DIETER PFAFF
PROF. DR. PETER FIECHTER

CORRADO MENGhini
MA UZH in Wirtschaftswissenschaften

TRANSAKTIONS-
ENTSCHEIDE ODER
DAS AUSNUTZEN
VON WAHLRECHTEN
UND ERMESSENS-
SPIELRÄUMEN IN
DER RECHNUNGS-
LEGUNG

EIN EXPERIMENT ZU EARNINGS
MANAGEMENT

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XI
Abkürzungsverzeichnis	XIII
Teil I: Grundlagen	1
1. Einleitung.....	3
1.1 Problemstellung	3
1.2 Zielsetzung	5
1.3 Vorgehen	6
1.4 Aufbau der Arbeit.....	7
2. Grundlagen des Earnings Management.....	9
2.1 Hintergrund der Informationsasymmetrie	9
2.2 Definition und Abgrenzung	9
2.3 Ursachen von Earnings Management	11
2.3.1 Verhaltenstheoretischer Ansatz	11
2.3.2 Vertragliche Bedingungen	13
2.3.2.1 Variable Vergütungsbestandteile	13
2.3.2.2 CEO-Wechsel.....	14
2.3.2.3 Bedingungen durch Fremdkapitalgeber.....	14
2.3.3 Der Einfluss des Kapitalmarkts	15
2.3.4 Regulierungen	16
2.4 Ausprägungen des Earnings Management.....	17
2.4.1 Erklärung durch die Wertfunktion.....	17
2.4.2 Target Accounting.....	18
2.4.3 Earnings Smoothing	20
2.4.4 Big Bath Accounting.....	21
3. Techniken des Earnings Management.....	23
3.1 Operative und buchhalterische Massnahmen.....	23
3.2 Real Earnings Management	23
3.3 Accounting Earnings Management	25
3.3.1 Formen des Accounting Earnings Management	25
3.3.2 Das Prinzip der Periodenabgrenzung	27

3.4 Konfrontation der beiden Techniken	29
3.4.1 Bedingungen für Real Earnings Management.....	30
3.4.2 Bedingungen für Accounting Earnings Management.....	30
3.4.3 Konsequenzen von Real Earnings Management.....	31
3.4.4 Konsequenzen von Accounting Earnings Management	32
3.5 Erwartungsmanagement	34
Teil II: Herleitung der Untersuchungsmethode	37
4. Bisherige Untersuchungsmethoden	39
4.1 Überblick	39
4.2 Quantitative Modelle	42
4.2.1 Analyse von Accounting Earnings Management durch aggregierte Accruals	42
4.2.1.1 Healy (1985).....	43
4.2.1.2 DeAngelo (1986).....	44
4.2.1.3 Jones (1991)	44
4.2.2 Analyse von Accounting Earnings Management durch spezifische Accruals	45
4.2.2.1 Marquardt/Wiedman (2004).....	45
4.2.2.2 Ramanna/Watts (2012).....	46
4.2.3 Analyse von Earnings Management durch Verteilungsfunktionen	47
4.2.4 Analyse von Real Earnings Management.....	49
4.2.4.1 Roychowdhury (2006).....	49
4.2.4.2 Gunny (2010)	50
4.2.5 Analyse beider Earnings Management Techniken.....	51
4.2.5.1 Cohen/Dey/Lys (2008).....	51
4.2.5.2 Zang (2012)	52
4.3 Analytisches Modell von Ewert/Wagenhofer (2005)	52
4.4 Befragungen	53
4.4.1 Merchant/Rockness (1994)	53
4.4.2 Clikeman/Geiger/O’Connell (2001).....	54
4.4.3 Graham/Harvey/Rajgopal (2005).....	54
4.5 Experimente	56
4.5.1 Kaplan (2001)	56
4.5.2 Bhojraj/Libby (2005).....	57
4.5.3 Hunton/Libby/Mazza (2006).....	57

4.6 Fazit	58
5. Aufbau der Untersuchung.....	63
5.1 Eigene Untersuchungsmethode.....	63
5.1.1 Der Ursache-Wirkungs-Zusammenhang.....	63
5.1.2 Gütekriterien eines Experiments.....	64
5.1.3 Störfaktoren des Experimentierens.....	64
5.2 Forschungsprozess des Experiments.....	65
5.3 Vorbereitung	67
5.3.1 Forschungsfrage	67
5.3.2 Formulierung der Hypothesen	67
5.3.2.1 Earnings Management in Abhängigkeit der Vergütung ..	67
5.3.2.2 Earnings Management zur kurzfristigen Erfolgsoptimierung	68
5.3.2.3 Earnings Management in Abhängigkeit der Steuerungsrichtung.....	69
5.3.2.4 Earnings Management in Abhängigkeit zum Rechnungslegungsstandard.....	70
5.3.3 Planung des Experiments.....	71
5.3.3.1 Pretests des Experiments.....	71
5.3.3.2 Design des Experiments.....	72
5.3.3.3 Randomisierung	77
5.3.3.4 Stichprobenauswahl	78
5.4 Durchführung.....	79
Teil III: Empirische Analyse	81
6. Ergebnisse des Experiments.....	83
6.1 Datenselektion	83
6.1.1 Rücklauf.....	83
6.1.2 Vergütung	84
6.1.3 Bereinigung fehlerhafter Daten	85
6.1.4 Angaben zu den Probanden	87
6.2 Analyse der vergüteten Entscheidungen.....	89
6.2.1 Earnings Management in Abhängigkeit der Vergütung	89
6.2.2 Earnings Management zur kurzfristigen Erfolgsoptimierung	91
6.2.3 Die Auswahl der Technik des Earnings Management.....	94

6.3 Analyse der Fragen ohne Einfluss auf die Vergütung.....	97
6.3.1 Deskriptive Analyse	97
6.3.1.1 Verzicht auf langfristige Gewinne	97
6.3.1.2 Verzicht auf kurzfristige Gewinne	98
6.3.1.3 Fragen zu Ausprägungen und Techniken des Earnings Management	99
6.3.2 Multivariate Regressionsanalysen	101
6.4 Robustheitsanalyse.....	104
6.4.1 Annahmen der OLS-Schätzer	104
6.4.1.1 Normalverteilung der Residuen	104
6.4.1.2 Multikollinearität.....	104
6.4.1.3 Heteroskedastizität	106
6.4.1.4 Autokorrelation	106
6.4.2 Ausreisser und einflussreiche Beobachtungen	107
6.4.2.1 Ausreisser-Analyse.....	107
6.4.2.2 Sensitivität gegenüber einflussreichen Beobachtungen.	109
7. Schlussbetrachtung	111
7.1 Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse.....	111
7.1.1 Zentrale Resultate des vergüteten Experiments	111
7.1.2 Zentrale Resultate der Befragung ohne Einfluss auf die Vergütung	112
7.2 Kritische Würdigung.....	113
7.3 Ausblick.....	116
Literaturverzeichnis	119
Anhang	137

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1-1: Vorgehen empirische Analyse.....	7
Abbildung 1-2: Aufbau der Arbeit.....	7
Abbildung 2-1: Wertfunktion zur Prospect Theory	12
Abbildung 2-2: Wertfunktion und Ausprägungen des Earnings Management ...	17
Abbildung 2-3: Erfolgsschwellen des Target Accounting.....	18
Abbildung 3-1: Mögliche Techniken des Earnings Management	23
Abbildung 3-2: Formen des Accounting Earnings Management	26
Abbildung 3-3: Bedingungen und Konsequenzen	29
Abbildung 3-4: Zusammenfassende Charakteristika der beiden Techniken	34
Abbildung 4-1: Überblick der Untersuchungsmethoden	39
Abbildung 4-2: Häufigkeitsverteilung der Erfolge	48
Abbildung 4-3: Häufigkeitsverteilung der Erfolgsveränderungen	49
Abbildung 4-4: Übersicht über die bisherige Literatur.....	61
Abbildung 5-1: Forschungsprozess des Experiments.....	66
Abbildung 5-2: Aufbau des Experiments	72
Abbildung 5-3: Codierung der Szenarien	76
Abbildung 5-4: Codierung der Fragen ohne Einfluss auf die Vergütung.....	76
Abbildung 5-5: Codierung der Informationen zu den Probanden	77
Abbildung 6-1: Überprüfung der Zufälligkeit des Datenausfalls	86
Abbildung 6-2: Rückwärtsregression zur Ermittlung der fehlenden Werte für die Anzahl Vorlesungen	87
Abbildung 6-3: Verteilung metrisch skaliertes Eigenschaften (n=315)	88
Abbildung 6-4: Verteilung nominaler Eigenschaften (n=315).....	88
Abbildung 6-5: Resultat für Bonus- und Kontrollgruppe.....	90
Abbildung 6-6: Test für Bonus- und Kontrollgruppe	90
Abbildung 6-7: Investition in Abhängigkeit der Erfolgserwartungen (n=315)...	91
Abbildung 6-8: Test der Investitionsentscheidungen	92
Abbildung 6-9: Earnings Management zur Varianzreduktion (n=315).....	93
Abbildung 6-10: Test der Auswahl der Erfolgsverteilung.....	93
Abbildung 6-11: Auswertung der Begründungen.....	94
Abbildung 6-12: Test der Earnings Management Technik.....	95
Abbildung 6-13: Grafische Analyse der Earnings Management Technik (n=315)	96

Abbildung 6-14: Verzicht auf langfristige Gewinne, um kurzfristige Gewinnziele zu erreichen (n=315)	98
Abbildung 6-15: Verzicht auf kurzfristige Gewinne, um die Varianz zu reduzieren (n=315)	99
Abbildung 6-16: Ausprägungen des Earnings Management (n=315)	100
Abbildung 6-17: Techniken des Earnings Management (n=315).....	101
Abbildung 6-18: Modelle zu den Fragen ohne Einfluss auf die Vergütung.....	102
Abbildung 6-19: Korrelationsmatrix nach Pearson	105
Abbildung 6-20: Modelle bereinigt um Ausreisser.....	108