

Auteursrechterlijke overeenkomst

Opdat de Universiteit Hasselt uw eindverhandeling wereldwijd kan reproduceren, vertalen en distribueren is uw akkoord voor deze overeenkomst noodzakelijk. Gelieve de tijd te nemen om deze overeenkomst door te nemen, de gevraagde informatie in te vullen (en de overeenkomst te ondertekenen en af te geven).

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling met

Titel: Het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren: een vergelijking tussen IAS/IFRS en US GAAP
Richting: master in de toegepaste economische wetenschappen - accountancy en financiering Jaar: 2008

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Ik ga akkoord,

SEGERS, Karolien

Datum: 5.11.2008

Het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren

Een vergelijking tussen IAS/IFRS en US GAAP

Karolien Segers

promotor :
Prof. dr. Nadine LYBAERT

Woord vooraf

Als laatstejaarsstudente aan de faculteit Toegepaste Economische Wetenschappen van de Universiteit Hasselt, draag ik deze masterproef voor tot het behalen van de graad van Master in de Toegepaste Economische Wetenschappen, optie Accountancy en Financiering. Het onderwerp van mijn masterproef is, dankzij mijn aanhoudende interesse voor boekhouden, een onderwerp met een duidelijke boekhoudkundige tint geworden. Het betreft het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren met concentratie op de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving. Het hoofddoel van iedere masterproef in de Toegepaste Economische Wetenschappen bestaat erin om studenten zelfstandig een stuk wetenschappelijk onderzoek uit te laten voeren. In mijn geval gebeurde dit aan de hand van een praktijkonderzoek naar specifieke en tegelijkertijd reële boekhoudkundige uitdagingen betreffende het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren.

Het onderwerp van deze masterproef heeft mij gedurende dit laatste jaar van mijn opleiding enorm geboeid. Dit komt vooral omdat ik niet op de hoogte was van het bestaan van zulke hoeveelheden aan boekhoudkundige uitdagingen betreffende het erkennen van opbrengsten. Daarbij ging het onderzoek in mijn thesis enkel uit naar de telecomsector. Ik kan mij met andere woorden voorstellen dat boekhoudkundige erkenningsproblemen ook nog in vele andere sectoren voorkomen. Maar dat was niet de enige reden voor mijn geboeidheid. Het heeft mij daarnaast ook verrast om bijna dagelijks nieuwsberichten betreffende telecomoperatoren in de actualiteit waar te kunnen nemen. Het is mij immers nooit eerder in zulke mate opgevallen. Het was daarbij een aangename verrassing om achter de meeste artikelen meteen één van mijn geïdentificeerde boekhoudkundige uitdagingen te kunnen plaatsen.

Naast de interesse voor het onderwerp, heb ik echter ook kunnen genieten van een zeer goede begeleiding. Hierbij denk ik meteen in de eerste plaats aan mijn promotor, Prof. dr. N. Lybaert. Ik zou haar oprecht willen bedanken voor de zeer aangename, vlotte en professionele samenwerking. Vervolgens zou ik ook zeer graag een dankwoord willen richten aan Tom

Deckers, Senior Auditor te Ernst & Young Brussel. Als specialist ter zake is hij een enorme steun en externe begeleider geweest betreffende het onderzoek van de boekhoudkundige uitdagingen. Daarbovenop kwam het voorstel van het masterproefonderwerp ook van hem, waarvoor hartelijk dank. Ten slotte zou ik Alice Pollard, Director of Finance-Operations te Ernst & Young Chicago, willen bedanken. Zij heeft mij immers bijgestaan in mijn zoektocht naar Amerikaanse regelgeving betreffende het toepassingsgebied van US GAAP.

Samenvatting

Het onderwerp van deze masterproef handelt over het boekhoudkundig erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren. Dit onderwerp brengt een hedendaags praktijkprobleem met zich mee, daar het voor vele interpretatiediscussies omtrent bestaande wetgeving zorgt en dit vooral tussen telecomoperatoren en hun bedrijfsrevisoren. Dit praktijkprobleem wordt veroorzaakt door het gebrek aan telecomspecifieke regulering betreffende het erkennen van opbrengsten. Opbrengsten-genererende-transacties binnen de telecomsector nemen immers steeds complexere vormen aan, en op de dag van vandaag zijn telecomoperatoren voor de boekhoudkundige verwerking ervan enkel aangewezen op een algemene opbrengstenregelgeving die over sectoren heen reikt. Dit brengt voor telecomoperatoren heel wat boekhoudkundige uitdagingen met zich mee. De centrale onderzoeksvraag die bij dit praktijkprobleem gesteld wordt, luidt dan ook als volgt: “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige uitdagingen waar telecomoperatoren mee geconfronteerd worden?”

Alvorens hier een concreet antwoord op te vinden wordt er gestart met een omschrijving van de telecomsector. Zo wordt er kennis gemaakt met de verschillende producten die er aangeboden worden alsook de grote spelers die haar markt kleuren. Vervolgens wordt er, om de problematiek rond het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren volledig in haar context te kunnen plaatsen, ook aandacht geschonken aan de bestaande regulering. Wat de financiële rapportering betreft, gaat de concentratie, met betrekking tot het erkennen van opbrengsten, naar de IAS 18-, EITF 00-21- en EITF 99-19-standaarden.

Uiteindelijk worden er acht specifieke boekhoudkundige uitdagingen gespecificeerd. Bij elke uitdaging wordt het antwoord gezocht dat IAS/IFRS en US GAAP er voor geven. Dit blijkt voor beide kaders van financiële verslaggeving niet echt te verschillen, met de nuance dat US GAAP bij gebrek aan IAS/IFRS-regelgeving onder IAS 8 toegepast mag worden. Toch blijft er zowel in IAS/IFRS als US GAAP veel interpretatieruimte voor telecomspecifieke opbrengstentransacties.

Inhoudsopgave

Woord vooraf.....	2
Samenvatting.....	4
Inhoudsopgave.....	5
 HOOFDSTUK 1: DE PROBLEEMSTELLING.....	 8
1.1 Het praktijkprobleem	8
1.2 De centrale onderzoeksvraag.....	10
1.3 Het onderzoeksontwerp.....	11
 HOOFDSTUK 2: DE TELECOMSECTOR.....	 13
2.1 De producten.....	16
2.1.1 Vaste telefonie.....	16
2.1.2 Internet.....	18
2.1.3 Mobiele telefonie.....	22
2.1.4 Digitale televisie.....	23
2.1.5 Mobiele televisie.....	24
2.1.6 Bundling.....	24
2.2 De spelers.....	25
2.2.1 Belgische telecomoperatoren.....	28
2.2.1.1 Belgacom.....	28
2.2.1.2 Mobistar.....	30
2.2.1.3 Telenet	30
2.2.2 Niet-Belgische telecomoperatoren	31
 HOOFDSTUK 3: DE REGELGEVING ROND TELECOM EN HET ERKENNEN VAN OPBRENGSTEN.....	 37
3.1 De Europese Unie.....	37
3.1.1 De Europese Commissie	37
3.1.2 De IAS/IFRS-regelgeving.....	39
3.1.2.1 De verkoop van goederen.....	41
3.1.2.2 Het verrichten van diensten.....	42

3.1.3	De spelers die IAS/IFRS moeten volgen	42
3.2	De Verenigde Staten	43
3.2.1	Het FCC	43
3.2.2	De US GAAP-regelgeving	44
3.2.2.1	EITF 00-21	44
3.2.2.2	EITF 99-19	46
3.2.3	De spelers die US GAAP moeten volgen.....	48
3.3	De rest van de wereld.....	49
3.4	Het erkennen van opbrengsten als algemene regelgeving	50
HOOFDSTUK 4: BOEKHOUDKUNDIGE UITDAGINGEN IN HET ERKENNEN VAN OPBRENGSTEN VOOR TELECOMOPERATOREN.....		51
4.1	Aansluitingstoelagen	52
4.2	Gratis minuten bij aansluiting	55
4.3	Rollover minuten.....	57
4.4	De prepaid kaart.....	60
4.4.1	Rechtstreekse verkoop door de telecomoperator	60
4.4.2	Indirecte verkoop via een verdeler	63
4.5	Content opbrengsten.....	66
4.6	Klantenloyaliteitsprogramma's	70
4.7	Convergente aanbiedingen	76
4.8	Aanbod van bundels.....	80
4.8.1	Via directe distributiekkanalen	81
4.8.2	Via indirecte distributiekkanalen.....	84
HOOFDSTUK 5: BESLUIT		90
Literatuurlijst: Lijst van geraadpleegde werken.....		93
Lijst van geraadpleegde boekhoudkundige regelgeving.....		98
Bijlage 1: Verklarende woordenlijst		99
Bijlage 2: Belgacom NV van publiek recht.....		104
Bijlage 3: Mobistar NV.....		109
Bijlage 4: Telenet Group Holding NV.....		112
Bijlage 5: Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie.....		116
Bijlage 6: Het Jaarrekeningbesluit		118

Bijlage 7: Telecomregulerende organen in Zuid-Amerika, Australië, Canada en Azië	120
--	-----

HOOFDSTUK 1: DE PROBLEEMSTELLING

1.1 HET PRAKTIJKPROBLEEM

De telecomsector is sedert de opkomst van het mobiele telefoneren in de jaren '90 met enorme snelheid gegroeid. Bijna iedereen heeft tegenwoordig een gsm en kan zich een leven zonder praktisch niet meer voorstellen. Naast mobiele telefonie, worden er in de telecomsector echter ook nog heel wat andere producten aangeboden zoals vaste telefonie, internet en televisie. Zeker het internet heeft een onmiskenbare bijdrage gehad tot de informatiemaatschappij die de telecomindustrie op de dag van vandaag vertegenwoordigt. Samengevat is de telecomsector een sector die, dankzij de ontwikkeling van enkele revolutionaire communicatieproducten, erin geslaagd is om op zeer korte termijn enorm te groeien en daarmee onze maatschappij tot een heuse informatiemaatschappij om te vormen.

Vermits de telecomsector op korte termijn zo snel gegroeid is (en nog steeds groeit), wordt het voor overheidsinstanties moeilijk om met dezelfde snelheid telecomregulering tot stand te brengen of met dezelfde snelheid reeds bestaande algemene regelgeving ook op de telecomsector af te stemmen. Doordat de regulering niet in dezelfde mate kon (kan) volgen, zijn er een aantal leemten ontstaan. Dit betekent concreet dat er voor heel wat processen in de telecomsector momenteel ofwel geen regulering bestaat, ofwel veel te algemene regulering bestaat die over sectoren heen reikt en voor de telecomsector dus nog heel wat interpretatieruimte laat. Eén van deze processen in de telecomsector waar de regelgeving op deze manier tekort schiet, is het *erkennen van opbrengsten* (in het Engels *revenue recognition*), of met andere woorden de problematiek betreffende welk tijdstip en tegen welke waarde opbrengsten in het resultaat opgenomen dienen te worden.

De wereldwijd meest verplicht te volgen regelgevingen betreffende financiële rapportering, en dus ook het erkennen van opbrengsten, zijn de IAS/IFRS- en US GAAP-raamwerken. Veel grote telecomoperatoren stellen hun financiële verslaggeving met andere woorden volgens één van

deze twee internationale raamwerken op. Vanwege het nogal algemene karakter van deze raamwerken, of met andere woorden hun brede toepassingsgebied over zowat alle sectoren heen, stellen zij voor telecomoperatoren heel wat uitdagingen op bij het erkennen van hun opbrengsten.

Telecomoperatoren bieden hun producten immers volgens de meest creatieve en ingewikkelde formules aan hun klanten aan. De hieruit gegenereerde opbrengsten dienen vervolgens correct in de boekhouding erkend te worden. Hoe kan dit nu echter gebeuren met een IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving die zo goed als niet op de telecomsector afgestemd is? Een antwoord op specifieke boekhoudproblemen is, vanwege de grote ruimte voor interpretatie, nooit een uitsluitend maar enkel een mogelijk antwoord.

De boekhoudkundige verwerking van opbrengsten wordt in beide regelgevingen doorheen verschillende standaarden aangehaald. Enkele van deze standaarden behandelen echter enkel en alleen deze topic. Voor de IAS/IFRS-regelgeving is dit meer bepaald IAS 18 “Opbrengsten”. Voor de US GAAP-regelgeving zijn dit EITF 00-21 “Revenue arrangements with multiple deliverables” en EITF 99-19 “Reporting Revenue Gross as a Principal versus Net as an Agent”. Bij het oplossen van boekhoudkundige uitdagingen betreffende het erkennen van opbrengsten wordt er met andere woorden zeer vaak naar deze drie standaarden gekeken. Dit is dus ook het geval in de telecomsector.

Het praktijkprobleem betreffende het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren brengt heel wat neveneffecten met zich mee. Zo zorgt het in eerste instantie voor interpretatiediscussies van wetgeving tussen telecomoperatoren en hun bedrijfsrevisoren. Vervolgens weten telecomoperatoren soms gewoon echt niet wanneer een bepaalde opbrengst erkend dient te worden. Dit kan daarbij ten slotte tot ‘creatief boekhouden’ leiden waarbij de meest onredelijke boekhoudconstructies tot stand gebracht worden. Deze kunnen vaak niet door de overheid afgestraft worden vanwege hun gebrek aan betreffende regulering.

1.2 DE CENTRALE ONDERZOEKSVRAAG

De centrale onderzoeksvraag die men zich bij dit praktijkprobleem kan stellen luidt als volgt: “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige uitdagingen waar telecomoperatoren mee geconfronteerd worden?”

Na mijn kennismaking met de telecomsector en de verschillende gesprekken die ik met Tom Deckers, Senior Auditor te Ernst & Young Brussel, heb gehad, was ik in staat een achttal boekhoudkundige uitdagingen betreffende het erkennen van opbrengsten in de telecomsector te identificeren. Deze boekhoudkundige uitdagingen vormen meteen ook de acht deelvragen van mijn onderzoek:

1. “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige verwerking van aansluitingstoelagen bij telecomoperatoren?”
2. “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige verwerking van gratis minuten bij aansluiting bij telecomoperatoren?”
3. “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige verwerking van rollover minuten bij telecomoperatoren?”
4. “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige verwerking van de prepaid kaart bij telecomoperatoren?”

5. “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige verwerking van content opbrengsten bij telecomoperatoren?”

6. “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige verwerking van klantenloyaliteitsprogramma's bij telecomoperatoren?”

7. “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige verwerking van convergente aanbiedingen bij telecomoperatoren?”

8. “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige verwerking van het aanbod van bundels bij telecomoperatoren?”

1.3 HET ONDERZOEKSONTWERP

Als start van mijn onderzoek had een literatuurstudie over het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren niet veel nut vermits er zo goed als geen wetenschappelijke artikels over dit onderwerp bestaan. Het is met andere woorden een thema waar geen enkele academische auteur ooit over heeft geschreven. Specialisten ter zake zijn de auditors/bedrijfsrevisoren die ten dienste van telecomoperatoren hun jaarrekeningen controleren. Zij dienen dit immers conform de wetgeving te doen en hebben hier gespecialiseerde kennis voor nodig. Een belangrijk onderdeel van elke controle betreft het erkennen van opbrengsten.

Ten gevolge van het gebrek aan bestaande literatuur werd als exploratief onderzoek voor een omschrijving van de telecomsector en de regulering gekozen. Om de acht boekhoudkundige uitdagingen goed te kunnen plaatsen dient men dienaangaande immers over een zekere kennis te beschikken. De omschrijving van de telecomsector werd ingedeeld in een uiteenzetting over haar producten en haar meest opvallende spelers. Voor de uiteenzetting van de producten werd er vooral gebruik gemaakt van boeken en soms ook van websites. Voor de uiteenzetting van de spelers werd er beroep gedaan op hun jaarverslagen alsook hun websites. Vermits sommige gegevens er echter niet meteen vindbaar waren, werd er in derde instantie zelfs contact opgenomen met de betreffende speler. Dit gebeurde dan via e-mail. De omschrijving van de regulering, enerzijds de regulering voor telecom en anderzijds de regulering voor financiële rapportering betreffende het erkennen van opbrengsten, werd ingedeeld naar de volgende gebieden: de Europese Unie (IAS/IFRS) en de Verenigde Staten (US GAAP). Voor het exploratief onderzoek werd beroep gedaan op secundaire evenals tertiaire bronnen.

Als praktijkonderzoek werden de acht bekomen topics uit de probleemstelling op hun boekhoudkundige verwerking onderzocht. Dit werd gerealiseerd door allereerst een situatieschets van de betreffende topic of boekhoudkundige uitdaging op te stellen. Dit was mogelijk na enkele gesprekken met Senior Auditor Tom Deckers die mij deze toelichtte uit zijn auditervaring bij telecomoperatoren. Vervolgens werd er per boekhoudkundige uitdaging onderzocht welke antwoorden de IAS/IFRS- en US GAAP- regelgevingen hiervoor geven. Zowel bij de IAS/IFRS- als US GAAP-regelgeving werd hiervoor de grootste aandacht geschonken aan de standaarden die volledig over het erkennen van opbrengsten handelen. Omdat deze echter vaak geen volledig antwoord bieden, moesten er bijkomend andere bronnen geraadpleegd worden.

HOOFDSTUK 2: DE TELECOMSECTOR

De telecomsector is een relatief nieuwe sector. Met de opkomst van de gsm in de jaren negentig is de sector wereldwijd uit haar startblokken geschoten. Het is een sector waar bijgevolg ook nog niet veel onderzoek of literatuur over bestaat. Daarbij is de telecommarkt een markt met een zeer beperkte hoeveelheid aanbieders waardoor er een zeer hoge concurrentiestrijd heerst.

Neem bijvoorbeeld in België: "De overname van het telecombedrijf Scarlet door Belgacom, voor 185 miljoen euro, is slecht nieuws in een markt die al zeer weinig concurrentieel is in België". Dat verklaarde consumentenorganisatie Test-Aankoop (Het Belang van Limburg, 2008). "Wanneer de nummer één de nummer drie overneemt, is dat nooit positief voor de markt", aldus woordvoerder Jean-Philippe Ducart. "De telecom in België wordt sowieso al gedomineerd door het duopolie Belgacom en Telenet. Met deze overname wordt deze situatie alleen maar versterkt".

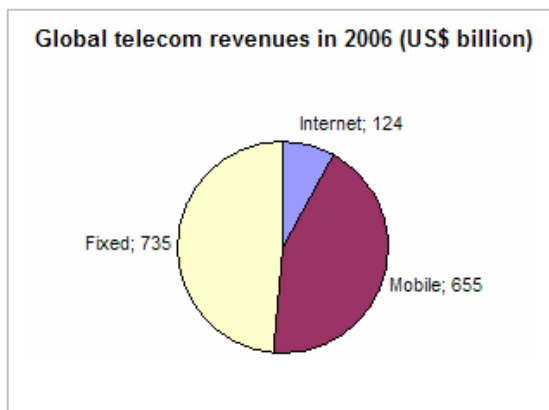
Telecomoperatoren zijn bovendien erg op hun hoede in een sector waar zo weinig spelers in een ware concurrentiestrijd verwickeld zijn. "Bekende accountantkantoren, zoals Ernst & Young, voelen deze zeer confidentiële sfeer sterk aan wanneer er een audit dient te gebeuren", verklaart Tom Deckers, Senior Auditor bij Ernst & Young Brussel (gesprek op 25/02/2008). "Bij een audit zullen wij nooit of toch zeer moeilijk inzage krijgen in materiaal dat niet rechtstreeks in de jaarrekening te vinden is. Er worden op deze manier maximale maatregelen getroffen tegen *information leakage* naar de concurrentie toe. Men staat zelfs op confidentie binnen de betreffende afdelingen van Ernst & Young. Het wantrouwen binnen de telecomsector is alleszins erg hoog."

Wanneer men het over de telecomsector heeft, heeft men het over een sector die zich nog steeds in een staat van groei bevindt. Toch vormt zij reeds een onmiskenbaar gegeven met een belangrijk aandeel in de huidige economie. Enkele globale statistieken op een rij (Ernst & Young, 2007):

- In 2006 bedroegen de totale opbrengsten uit de telecomsector wereldwijd 1 514 biljoen Amerikaanse dollars, jaarlijks nog steeds groeiend met ongeveer 4%;
- Van deze globale opbrengsten wordt 49% vertegenwoordigd door vaste-lijn-diensten, gevolgd door mobiele diensten (43%) en internet (8%);
- Europa is de leidende regio met bijna een derde van de globale opbrengsten;
- Azië volgt Europa echter op steeds kortere voet dankzij haar toenemende marktliberalisering en sterke klantengroei voor mobiel telefoneren.

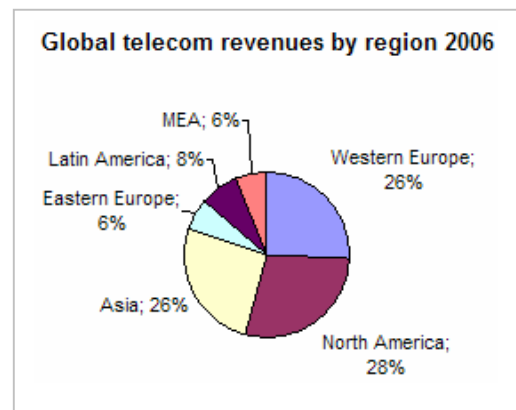
In figuren 1 en 2 kan u de wereldwijde telecomopbrengsten terugvinden voor het jaar 2006, opgesplitst naar product en regio.

Figuur 1. Wereldwijde telecomopbrengsten volgens product in 2006



(Bron: Ernst & Young, 2007)

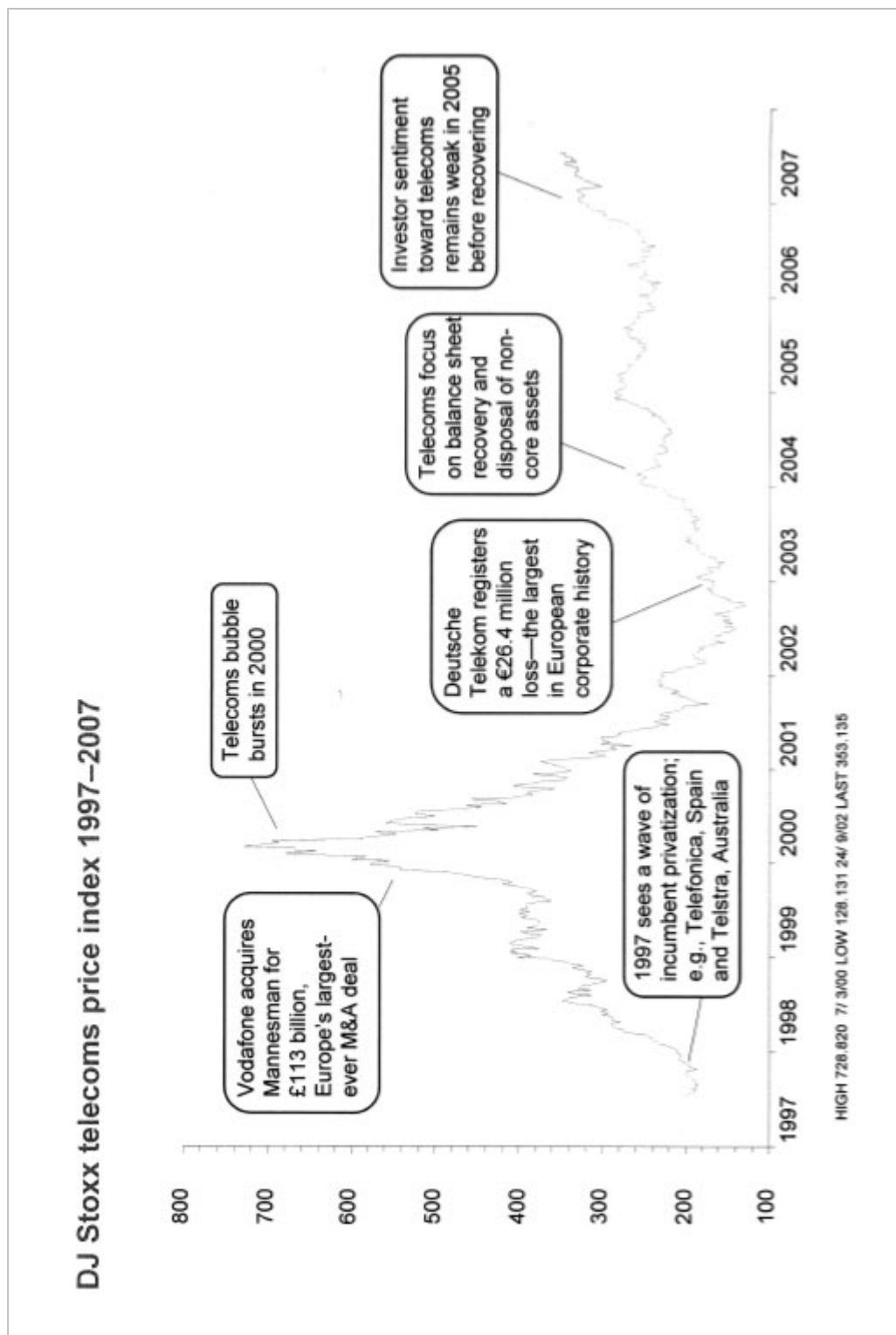
Figuur 2. Wereldwijde telecomopbrengsten volgens regio in 2006



(Bron: Ernst & Young, 2007)

Naarmate haar ontwikkeling, heeft de wereldwijde telecom aandelenprijsindex heel wat pieken en dalen gekend. Volgens de Dow Jones Stoxx behaalde de index enkele ingrijpende momenten tijdens het decennium van 1997 tot 2007, weergegeven in figuur 3.

Figuur 3. Telecom wereldwijd: de historische koersprestatie



(Bron: Thomson Datastream, 2007)

Deze enkele kerngetallen en geschiedkundige momenten vormen uiteraard slechts een oppervlakkige kennismaking met de telecomsector in haar geheel. In dit hoofdstuk zullen we verder ingaan op de verschillende producten die binnen de telecomsector aangeboden of verkocht worden en haar belangrijkste aanbieders of spelers verspreid over de hele wereld.

2.1 DE PRODUCTEN

De producten die in de telecomsector aangeboden worden zijn opsplitsbaar in vijf grote groepen: zijnde vaste telefonie, internet, mobiele telefonie, digitale televisie en mobiele televisie. Om inzicht te verkrijgen in de zeer specifieke opbrengstenboekhouding van telecomoperatoren dient men enige basiskennis te verwerven over de verschillende technologieën die achter de telecomsector schuilen. Daarom zal elk product steeds met een beknopte technische uiteenzetting voorgesteld worden om zich zo uiteindelijk een beter beeld van het betreffende telecomproduct te kunnen vormen. Daarbij wordt het uit deze productenvoorstelling ook reeds duidelijk hoe de verschillende aanbieders van telecomproducten in het kader passen. De voorstelling van de vijf productgroepen zal beëindigd worden met een korte ingang op de rol van *product bundling* binnen de telecomsector.

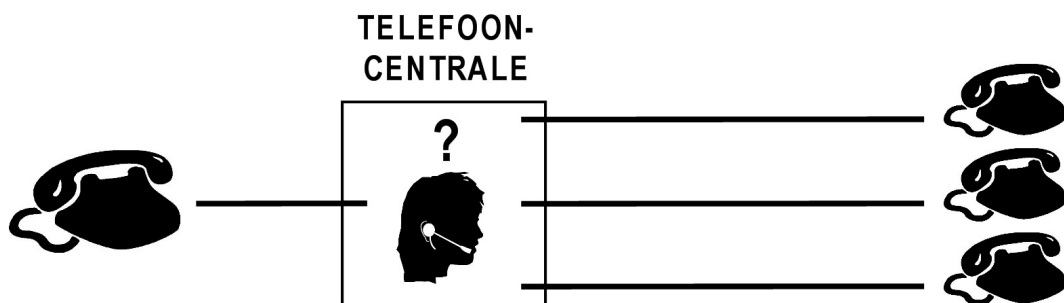
2.1.1 Vaste telefonie

Laten we beginnen met het oudste, meest bekende en nog steeds gebruikte telecomproduct: de vaste telefoon. In feite wordt er in een telefoontoestel geluid, eigenlijk luchttrillingen, door middel van een microfoon omgezet in elektrische stroom. Deze stroom wordt door kabels naar een telefooncentrale gevoerd. Deze telefooncentrales staan verspreid door het hele land. Van daaruit worden ontelbare signalen doorheen het gehele kabelnetwerk gestuurd om zo een verbinding te vinden met de telefoonkabel van de gebelde persoon. De telefoon van de

ontvanger zal vervolgens overgaan, en als deze opgenomen wordt, wordt in de centrale een verbinding gelegd waardoor beide partijen met elkaar kunnen spreken (Kwertie, 2008).

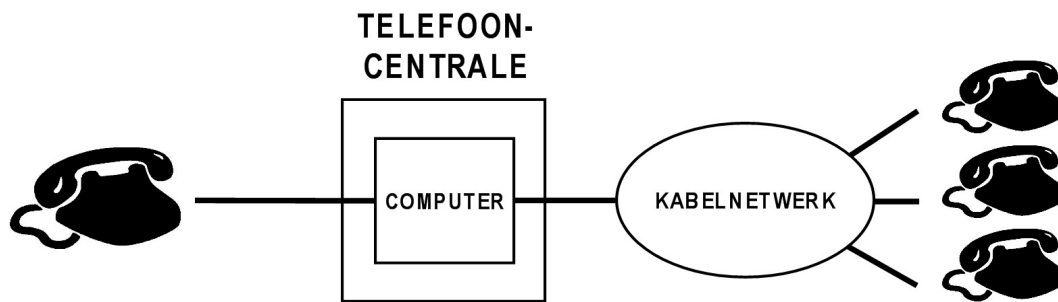
Zoals in figuur 4 te zien is, werd in de beginjaren van de telefonie de verbinding in de telefooncentrale door een telefonist(e) met de hand tot stand gebracht, waarbij de kabel van de beller effectief manueel in het kabelcontact van de ontvanger gestoken werd. Tegenwoordig wordt nagenoeg elke telefoonverbinding door een computergestuurde, elektronische telefooncentrale tot stand gebracht, zoals in figuur 5 afgebeeld. Vandaag de dag is de enige analoge schakel in de verbinding nog het stuk van de microfoon in de hoorn tot de converter in het telefoontoestel zelf. Al de rest gebeurt dus digitaal. De grote voordelen van digitale boven analoge signalen in het telefoonsysteem zijn dat het veel gemakkelijker wordt om een verbinding te schakelen, dat er minder kwaliteitsverlies optreedt en dat meer verbindingen over één kabel gevoerd kunnen worden (Wikipedia, 2008).

Figuur 4. Werking van de vaste telefoon vroeger



(Bron: eigen werk)

Figuur 5. Werking van de vaste telefoon vandaag



(Bron: eigen werk)

2.1.2 Internet

Naast de vaste telefoon is op de dag van vandaag ook het internet reeds een vast begrip geworden in ieders vocabulaire. Maar wat is internet eigenlijk? Internet verbindt honderdduizenden individuele netwerken over de hele wereld, die op hun beurt zeshonderd miljoen individuele pc's of hostcomputers¹ bedienen (Brandt, 2004). Het woord "internet" is afkomstig van het woord "internetworking" ofwel het met elkaar verbinden van afzonderlijke netwerken, die elk hun eigen identiteit hebben, tot één onderling verbonden netwerk: het internet.

Men kan op twee verschillende manieren een verbinding maken met het internet. Allereerst zijn de meeste woningen door een abonnement aangesloten op een internet service provider (ISP). Een ISP is een commerciële organisatie met een permanente internetverbinding die tijdelijke verbindingen aan abonnees verkoopt. Deze verbindingen kunnen worden verzorgd over telefoonlijnen, kabellijnen of draadloze verbindingen. Ten tweede kan men ook een

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

internetaansluiting hebben via hun bedrijf, universiteit of onderzoekscentrum die een eigen internetdomein hebben, zoals bijvoorbeeld “www.nyu.edu” (Laudon en Laudon, 2006).

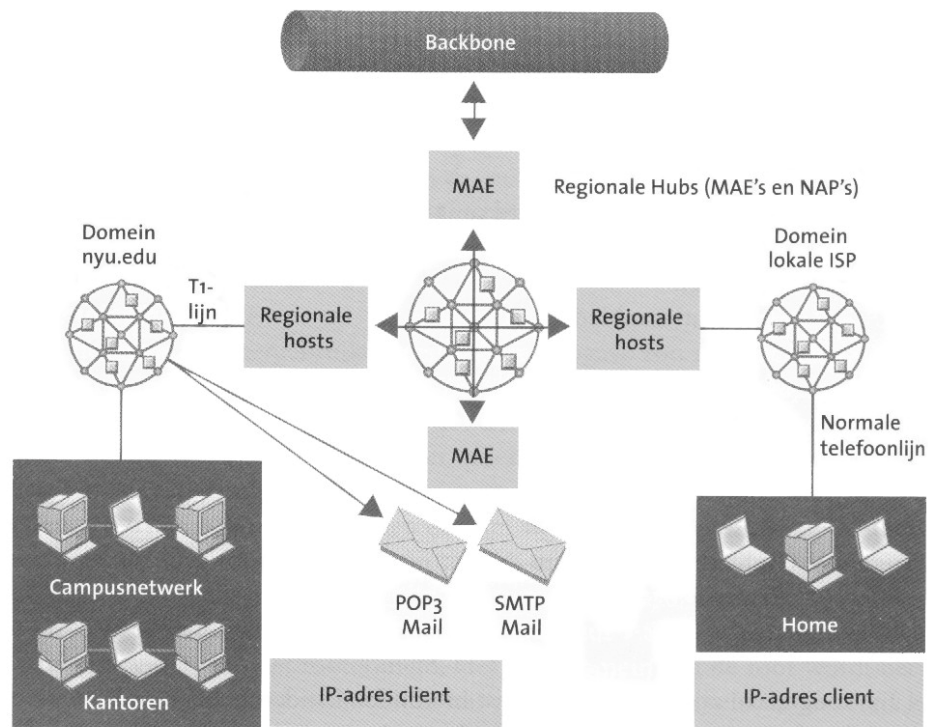
De auteurs vertellen verder dat internet gebaseerd is op de “TCP/IP-netwerk-protocolreeks” waarbij TCP/IP de afkorting is voor “Transmission Control Protocol/Internet Protocol”. Aan iedere computer op internet wordt immers een uniek IP-adres toegewezen, zoals bijvoorbeeld “207.46.250.119”. Wanneer een gebruiker via internet dan een bericht naar een andere gebruiker stuurt, wordt het bericht eerst met behulp van het universeel geaccepteerde TCP-protocol opgesplitst in “packets”. Elke packet bevat zijn bestemmingsadres. De packets worden vervolgens van de PC van de cliënt naar de dichtstbijzijnde router¹ verzonden. Die router stuurt het door naar een volgende router die zo dicht mogelijk bij de geadresseerde staat, die het weer doorstuurt naar de volgende router, net zolang tot de ontvangende PC bereikt wordt. Op het bestemmingsadres worden de packets dan weer gecombineerd tot het oorspronkelijke bericht.

Internetdataverkeer beweegt zich langs “hoge-snelheid-backbone-netwerken”. Deze internet-backbone, gemaakt van glasvezel, is de aansluiting op internet voor de regionale netwerken die op hun beurt toegang tot internet bieden aan internet service providers, grote ondernemingen en overheidsinstellingen. Network Acces Points (NAP's) en Metropolitan Area Exchanges (MAE's) zijn hubs, oftewel schakelstations, waar de backbone de regionale en lokale netwerken ontmoet en waar backbone bezitters met elkaar verbonden worden. Deze backbones zijn meestal eigendom van in een groot gebied opererende telefoonbedrijven of van nationale regeringen. Lokale verbindingen lijnen daarentegen zijn in de Verenigde Staten bijvoorbeeld het eigendom van regionale telefoon- en kabeltelevisiemaatschappijen die de aansluitingen op internet verzorgen voor particuliere en zakelijke abonnees. De regionale netwerken verhuren de toegang tot internet aan ISP's, particuliere ondernemingen en overheidsinstellingen. Figuur 6 toont deze netwerkarchitectuur van internet op een schematische manier. In België is Belgacom het bedrijf

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

dat het alleenrecht heeft om kabels voor telecommunicatie¹ in de grond te leggen en het gebruik ervan te beheren (Ottenhof Automatisering en de Bruyn, 2005).

Figuur 6. De netwerkarchitectuur van internet



(Bron: Laudon en Laudon, 2006)

Een belangrijk productonderdeel van internet is het internetbellen, waarvoor “VoIP” momenteel de meest toegepaste standaard is. VoIP staat voor “Voice over Internet Protocol”. Zoals de naam al doet vermoeden, maakt men gebruik van de eerder besproken TCP/IP-netwerk-protocolreeks: in dit geval wordt geluid opgesplitst in packets die naar het uiteindelijke IP-adres verstuurd zullen worden.

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

De meeste mensen hebben wel eens gehoord van Skype, een kleiner aantal wellicht ook van VoipBuster. Maar Gizmo, WengoPhone, Callserve en Net2Phone CommCenter klinken al heel wat minder vertrouwd in de oren. Het zijn een paar namen uit de tientallen bestaande aanbieders van internetbellen. Maar waarom is internetbellen eigenlijk zo populair? Daar zijn minstens drie redenen voor te noemen (Kuipers, 2007). In de eerste plaats is het een stuk goedkoper dan traditioneel bellen, echter niet gratis. Vervolgens heeft het iets avontuurlijks om langs andere wegen dan via de traditionele telefoon contact te leggen met mensen over de hele wereld; het is een ware trend. Ten slotte is er een onmiskenbaar verband tussen de populariteit van de PC, het internet en de steeds grotere dekkinggraad van breedbandinternet¹.

Om via internet te telefoneren heeft men allereerst een microfoon en een paar speakers of een headset (een hoofdtelefoon met een ingebouwde microfoon) nodig. Verder dient men ook over een programma voor internettelefonie te beschikken. Zulke programma's kan men gratis downloaden via het internet. Indien men reeds over een ADSL¹-abonnement beschikt, dient men zich daarbij ook nog een abonnement van een provider aan te schaffen die dan de mogelijkheid biedt de bestaande telefoon of centrale op die ADSL-verbinding aan te sluiten. Indien men nu met een andere deelnemer wil bellen selecteert men zijn of haar naam uit het telefoonboek en maakt men een verbinding. Omdat die verbinding via internet loopt, hoeft deze verder niets extra te kosten. U betaalt al voor de internetaansluiting; of u nu een e-mail uitwisselt of een telefoongesprek voert maakt in wezen niets uit. Het uiteindelijke resultaat is een rechtstreekse verbinding tussen u en de persoon met wie u belt. Dat heet een "peer-to-peerverbinding", ook wel aangeduid als *p2p*. Programma's als Skype en Messenger rekenen niets aan voor telefoongesprekken naar andere gebruikers van hetzelfde programma. Skype rekent wel iets voor opbellen naar 'echte telefoontoestellen'. Maar dan betaalt u nog steeds minder dan voor een gewoon lokaal telefoongesprek (Ottenhof Automatisering & H. de Bruyn, 2005).

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

Maar de auteurs waarschuwen ook voor de nadelen van internetbellen. TCP/IP, het protocol waarmee internet werkt, is niet echt geschikt voor telefonie. Om met elkaar te kunnen praten moet u een continue verbinding hebben. Het is heel vervelend als u met iemand praat en er vallen steeds gaten in de conversatie, of wat nog erger is: er vallen stukken weg. Dat is nu juist wat bij de overdracht van informatie onder TCP/IP kan voorkomen. De informatie wordt onderverdeeld in packets, die naar internet verzonden worden en op de één of andere manier bij de ontvanger aankomen. Sommige packets gaan verloren en moeten opnieuw verzonden worden. Dat worden 'dropped packets' genoemd. Andere packets komen in de verkeerde volgorde aan. Weer andere komen te laat aan, zodat er een gat in de tijd ontstaat. Dat wordt aangeduid met de term 'latency'. De overdracht via TCP/IP is standaard niet echt betrouwbaar; alles komt wel een keer aan, maar het kan even duren. U kan dit goed zien wanneer u een groot bestand download: de voortgang van de download wordt altijd met een teller aangegeven en die loopt niet altijd even soepel.

2.1.3 Mobiele telefonie

Om ook de technische werking van mobiel telefoneren niet te moeilijk voor te stellen, baseren we ons op de simplistische maar duidelijke uitleg van Schooltv (2008). *Gsm* is een afkorting van de groep mensen die de eerste afspraken maakten over de toekomst van de mobiele telefonie, de 'Groupe Special Mobile'. Tegenwoordig staat het echter voor de omschrijving 'Global System for Mobile Communications'.

Een gsm-toestel heeft een zender en een ontvanger voor elektromagnetische golven. Als het toestel wordt aangezet, gaat de simkaart een unieke code uitzenden die opgevangen wordt door de dichtstbijzijnde gsm-mast. Er wordt met andere woorden contact gemaakt. De gsm zoekt voortdurend naar het dichtstbijzijnde beschikbare signaal. Als hij een sterkere zender heeft gevonden, meldt de gsm zich daar aan. Je hoort dat soms op je radio als zo een typische ratel.

Ook op de gsm-mast zit een ontvanger en een zender. Het signaal dat de gsm uitzendt bevat gegevens over het toestel. De plaats waar het toestel zich bevindt is daarom globaal bekend. Het netwerk waar de gsm gebruik van maakt bestaat uit vaste basisstations die middels een netwerk centraal bestuurd worden. Een basisstation bedient meestal een klein gebied, tot maximaal tien kilometer bij de zeer herkenbare antennemasten vandaan. De masten moeten elkaar kunnen 'zien' om informatie uit te kunnen wisselen. In tegenstelling tot vroegere analoge mobiele netwerken kunnen in de digitale gsm-netwerken meerdere gesprekken op hetzelfde kanaal plaatsvinden. De gedigitaliseerde spraak wordt over kleine pakjes verdeeld, en maximaal acht gsm's kunnen zo hun gegevens over één kanaal versturen, keurig om de beurt. Omdat de pakjes een verschillende frequentie hebben kunnen ze langs eenzelfde draad verstuurd worden zonder in de war te raken.

2.1.4 Digitale televisie

Digitale televisie of DTV is ten opzichte van de voorgaande producten een relatief nieuw product. DTV wil zeggen dat je het televisiesignaal digitaal je huiskamer binnenkrijgt. Digitale televisie is verschillend van de gewone, analoge televisie. Een analoog signaal is een golf die langs de kabel of antenne je televisietoestel binnenkomt. Dit signaal is onderhevig aan storingen. Vandaar moeten de frequenties voldoende uit elkaar liggen en is er dus minder ruimte. Digitale televisie is minder kwetsbaar en heeft geen last van storingen. De kwaliteit is dus veel beter. Het digitale signaal is ook veel compacter: het neemt 8 keer minder plaats in beslag dan het analoge signaal. Er is ruimte voor wel 200 zenders. De geluidskwaliteit komt overeen met die van een CD en de beeldkwaliteit streeft naar die van een DVD. Daarenboven kan je ook digitaal radio luisteren, via je televisietoestel, en dit eveneens in superieure kwaliteit, net zoals bij DAB¹. Vaak is er ook de mogelijkheid programma's op te nemen op een ingebouwde harde schijf, of via een aparte digitale videorecorder (DVR). Ook extra toepassingen kunnen worden aangeboden, zoals

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

de elektronische programmagids. Zo heb je dus een handig en gedetailleerd overzicht van de huidige en toekomstige tv-programma's, op de verschillende netten. Om digitale tv te ontvangen is enkel een settopbox (digitale ontvanger) en eventueel een antenne nodig. DVB is de Europese standaard voor digitale televisie. Hierin kunnen we de volgende meest belangrijke varianten onderscheiden (Digitale TV Website, 2008): DVB-T (dit is DVB via de ether), DVB-C (dit is DVB via de kabel) en DVB-S (dit is DVB via de satelliet).

2.1.5 Mobiele televisie

Tot slot bekijken we de voorstelling van een product dat zo nieuw is dat de meeste mensen er zelfs nog niet eens van gehoord hebben: mobiele televisie. Televisie op de mobiele telefoon staat nog in zijn kinderschoenen. Het is weliswaar al een tijdje mogelijk bij enkele operatoren, maar er wordt zeker nog niet veel gebruik van gemaakt.

Universal Mobile Telecommunication System (UMTS) is de opvolger van de gsm. Het grootste verschil tussen de twee systemen is de snelheid van dataoverdracht. De grootste gelijkenis daarentegen is dat voor beiden de gevraagde informatie direct door de provider naar één individuele gebruiker gestuurd wordt. De beelden worden rechtstreeks naar jouw telefoon verstuurd. De constante UMTS-datastroom en de mediaspeler op je toestel zorgen voor een vloeiende televisieuitzending. Je kiest zelf het programma en het tijdstip waarop je wilt kijken (Televisie op je mobiel, 2008).

2.1.6 Bundling

Tot zover de voorstelling van de producten die in de telecomsector aangeboden worden. Maar de manier waarop ze aangeboden worden is nog een verhaal op zich. *Single play*, *double play*, *triple play* of zelfs *quadruple play* zijn termen die binnen de telecomsector dagelijks gebruikt

worden en al even vaak in de boekhouding van telecomoperatoren voorkomen. *Bundling*, *product bundling* of *multi play* is een marketingstrategie die zowat door alle telecomoperatoren toegepast wordt. Algemeen betekent het de verkoop van verschillende, aan elkaar gerelateerde producten als één product. In de telecomsector betekent dit vaak zoets als: “Neem een abonnement bij ons, en krijg de gsm er gratis bij!”. Maar dit is slechts één van de vele mogelijkheden. Het kan gaan van de gewone aanbieding van een enkel product (single play) tot de aanbieding van vier gebundelde producten als één enkel product voor één gemeenschappelijke prijs (quadruple play). Hoe zou men een gratis gsm-toestel uit zo een aangeboden bundel eigenlijk boekhoudkundig moeten verwerken? Het is alleszins één van de bestaande boekhoudkundige uitdagingen waar we het in hoofdstuk 4 over zullen hebben.

2.2 DE SPELERS

Wanneer je spelers van verschillende sectoren met elkaar gaat vergelijken vallen er betreffende telecomspelers twee punten sterk op. Allereerst lijkt er binnen de telecomsector een typische organisatiestructuur te heersen: een moederonderneming die handel voert via tal van dochterondernemingen met elk hun eigen merk(en). Naar de moederonderneming met haar dochterondernemingen wordt gerefereerd als ‘de groep’. Ten tweede valt op dat er op de markt van de telecommunicatie een uiterst hoge concurrentiestrijd heerst. Vijandige overnames, imperiumuitbreiding, talrijke opkomst van nieuwe spelers, aandelenverwervingen bij de concurrentie, overnamebiedingen, voortdurende acquisities van nieuwe dochterondernemingen, afstotingen van bestaande merken, noem maar op, de actualiteit staat er alleszins vol van. Als voorbeeld worden enkele krantenkoppen van de laatste drie jaren weergegeven:

- “*KDDI set to acquire PoweredCom*” (The Japan Times, 30/07/2005)
- “*Telekom and KPN end O₂ bid talks*” (BBC News, 16/08/2005)
- “*Deutsche Telekom rules out O₂ bid*” (BBC News, 02/11/2005)

- "AT&T koopt BellSouth" (Het Nieuwsblad, 06/03/2006)
- "Verizon Plans to Spin Off Yellow Pages Unit" (The New York Times, 08/07/2006)
- "Vodafone doet belang Proximus over aan Belgacom" (RTL, 25/08/2006)
- "France Telecom Consortium to Acquire Telkom Kenya" (Teleclick, 19/11/2007)
- "Sprint Is Said to Reject Offer by Investors and SK Telecom" (The New York Times, 30/11/2007)
- "China Mobile eyes more overseas acquisitions" (The China Post, 30/01/2008)
- "Belgacom neemt Scarlet over voor 185 miljoen euro" (Het Belang van Limburg, 15/02/2008)
- "KPN neemt meerderheidsbelang in Ortel Mobile" (De Standaard, 05/03/2008)
- "Deutsche Telekom enters into purchase agreement for a 20 percent stake in Greek telecommunications company OTE – Execution conditional upon further agreements" (Webwire, 17/03/2008)
- "France Télécom confirme son intérêt pour le scandinave TeliaSonera" (Le Monde, 19/04/2008)

Verder kan u in tabel 1 een opsomming van de vijftig grootste telecomoperatoren ter wereld terugvinden gerangschikt voor het jaar 2006. Let echter op; zoals net aangehaald heerst er in de telecomsector een hoge concurrentiestrijd waardoor het telecomlandschap voortdurend van zicht veranderd. Deze 2006 ranking kan er momenteel dus alweer anders uitzien.

Tabel 1. Top 50 grootste telecomoperatoren gerangschikt voor 2006

1 NTT	26 TeliaSonera
2 Verizon Communications	27 China Unicom Ltd.
3 AT&T Inc.	28 China Netcom Corporation
4 Deutsche Telekom	29 SK Telecom
5 Telefonica	30 Softbank Telecom
6 France Telecom	31 Portugal Telecom
7 Vodafone Group	32 TDC Denmark
8 NTT DoCoMo	33 Rogers Communications Inc.
9 Sprint Nextel Corporation	34 Telemar Norte Leste
10 Telecom Italia	35 Singapore Telecom
11 China Mobile (HK) Ltd	36 Alltel Corp.
12 BellSouth Corp.	37 Telkom SA
13 BT Group	38 Swisscom
14 KDDI	39 TELUS Corporation
15 China Telecom	40 Belgacom

16 America Telecom SA de CV	41 Tele Norte Leste Participações ON
17 America Movil	42 Telkom
18 Telstra Corporation Limited	43 OTE
19 BCE Inc.	44 MTN Group Ltd
20 Telefonos de Mexico	45 KTF
21 Carso Global Telecom	46 Tele2
22 KPN Telecom	47 Telesp Fixed ON
23 Telenor	48 Embarq Corp
24 Qwest Communications	49 MTS
25 KT Corp.	50 Wind Telecomunicazioni

(Bron: The Eastern Management Group, 2007)

Om ons naast telecomproducten ook een gedetailleerder beeld over telecomspelers te kunnen vormen zullen we verder ingaan op enkele van de grootste spelers, met onderscheid tussen Belgische en niet-Belgische telecomoperatoren. Hiervoor zal er uit tabel 1 verder ingegaan worden op enkele van de 50 opgesomde spelers. U kan deze selectie terugvinden in tabel 2. Deze geselecteerde spelers zullen in de verdere bespreking ook nog aangevuld worden door het Belgische Mobistar en Telenet.

Tabel 2. De spelers uit tabel 1 die in de verdere bespreking opgenomen zullen worden

België
Belgacom
Europa
BT Group Deutsche Telekom France Telecom KPN Telecom Telefonica Vodafone Group
De Verenigde Staten
AT&T Inc. Sprint Nextel Corporation Verizon Communications
Azië
China Mobile (HK) Ltd KDDI NTT

(Bron: eigen werk)

Elke speler biedt hierbij sowieso enkel producten aan die in voorgaande productengroepen ondergebracht kunnen worden; dat maakt hen nu net spelers in de telecomsector. Vanaf nu zal, naast “speler”, daarom ook enkel nog het woord “telecomoperator” gebruikt worden. Per telecomoperator zal er aandacht geschonken worden aan de hoofdzetel, rechtsvorm, dochterondernemingen, aandeelhoudersstructuur, beursnotering, aantal personeelsleden en het nettoresultaat. Bij al deze gegevens dient men steeds in het achterhoofd te houden hoe enorm concurrentieel de telecomsector is: deze gegevens kunnen met andere woorden van het éne op het andere jaar sterk verschillen. Zo kan een negatief nettoresultaat het vorige jaar nog een positief nettoresultaat geweest zijn. Voor het Belgische gedeelte zullen de telecomoperatoren alleszins wat uitgebreider besproken worden, aangevuld door een bijlage. De niet-Belgische telecomoperatoren zullen enkel in tabelvorm voorgesteld worden.

2.2.1 Belgische telecomoperatoren

De volgende besprekingen met gerelateerde bijlagen van de grootste Belgische operatoren zijn, tenzij anders vermeld, gebaseerd op hun jaarrekeningen en jaarverslagen betreffende het boekjaar 2006, alsook hun officiële websites. (Naast deze grote Belgische operatoren bestaan er ook nog heel wat kleinere Belgische operatoren zoals bijvoorbeeld Effortel, Aldi Talk, Ugly Duck, TMF Mobile, Jim Mobile, Base en Turkcell. Sommigen hiervan klinken redelijk vertrouwd in de oren, maar andere zijn dan weer heel wat minder bekend bij het grote publiek.)

2.2.1.1 *Belgacom*

Belgacom, met hoofdzetel in Brussel, is een naamloze vennootschap van publiek recht. Wat houdt dit in? In het Wetboek van Vennootschappen vinden we enkel art. 1012 van toepassing zijnde op publiekrechtelijke rechtspersonen die de rechtsvorm van een handelsvennootschap hebben aangenomen. Het artikel verduidelijkt ons echter niet wat een NV van publiek recht is. Uitleg hiervoor vinden we wel bij de auteurs Baeten, Byttebier e.a. (2000): “In tegenstelling tot

hetgeen zou kunnen worden verwacht, beantwoordt aan de formele aanduiding van een instelling als een NV van publiek recht evenwel geen eenvormig statuut. Uit een vergelijking van de verschillende formele NV's van publiek recht blijkt al gauw dat aan hetgeen de wet- en decreetgever als "NV van publiek recht" benoemt, geenszins een sluitend geheel van rechtsregels betreffende die instelling beantwoordt." [...] "Worden als de enige twee kenmerken weerhouden die noodzakelijk zijn opdat er van een NV van publiek recht sprake zou kunnen zijn: het publiekrechtelijk karakter van de rechtspersoon en de (subsidiare) toepasselijkheid van de gecoördineerde wetten betreffende de handelsvennootschappen met betrekking tot de NV. Naast deze 'wezenskenmerken', treden er bij de NV's van publiek recht evenwel nog een reeks andere kenmerken op de voorgrond die, hoewel zij als een 'plerumque fit' kunnen worden beschouwd, niet of niet in dezelfde mate bij alle NV's van publiek recht terug te vinden zijn."

Naast Belgacom zijn ongetwijfeld andere bekende voorbeelden van NV's van publiek recht in België de NMBS en De Post. De reden waarom Belgacom tot 'NV van publiek recht' is benoemd is wel duidelijk: de Belgische overheid is meerderheidsaandeelhouder, met dus Belgacombestuurders benoemd door de Belgische Staat.

In bijlage 2 ziet u onder andere dat Belgacom NV van publiek recht een heel lijstje aan deelnemingen in andere ondernemingen heeft. Daarom spreekt men over Belgacom NV van publiek recht ook wel als Belgacom Group. Eén van deze deelnemingen, namelijk Belgacom Mobile, is het Belgacomfiliaal dat het welbekende merk Proximus hanteert. Belgacom biedt haar portofolio echter via meerdere merken aan, zoals Belgacom, Proximus, Telindus, Win, Skynet en sinds februari 2008 ook Scarlet. De groep telt 18 000 medewerkers en haalt een nettowinst van 973 miljoen euro. Sinds maart 2005 staat de Belgacom Group (BELG) aan de Euronext Brussel genoteerd.

2.2.1.2 Mobistar

Mobistar is een naamloze vennootschap met hoofdzetel in Brussel. Zij maakt deel uit van de wereldwijde Orange-groep, die op haar beurt een merk is van France Télécom, marktleider in Europa (later in dit hoofdstuk meer over France Télécom). Mobistar zelf stelt een geconsolideerde jaarrekening op waarbij de consolidatiekring de vennootschap Mobistar NV omvat, evenals 50% van de tijdelijke vereniging Irisnet, die evenredig wordt gevormd door France Télécom NV en de vennootschap Telindus NV, partner van Mobistar. Voor het jaar 2006 noteerde Mobistar een geconsolideerde nettowinst van 299,5 miljoen euro, dit is een stijging met 10,8% tegenover het bedrag van 270,3 miljoen euro dat in het vorige boekjaar werd gerealiseerd. De aandeelhoudersstructuur kan u meer uitgebreid vinden in bijlage 3, alsook de belangrijkste mijlpalen van de vennootschap.

Het Mobistaraandeel sloot 2006 af tegen een koers van 64,65 euro, wat een daling is van 3,5% tegenover eind 2005. De uitoefening van opties door Mobistarwerknemers deed het aantal aandelen licht toenemen: van 63 273 655 eind 2005 tot 63 289 921 eind 2006. Met een koers van 64,65 euro bereikte de beurskapitalisatie 4092 miljoen euro op 31 december 2006. Meer beursinformatie over het Mobistaraandeel vindt u tevens in bijlage 3. Het eigen vermogen van Mobistar steeg in de loop van het boekjaar 2006 met 47,6 miljoen euro van 716,2 naar 763,8 miljoen euro. Mobistar nv stelt zo een 1500 personen tewerk.

2.2.1.3 Telenet

Telenet is een naamloze vennootschap met hoofdzetel in Mechelen en stelt ongeveer 1700 werknemers tewerk. Het kapitaal bedraagt 1 656 645 249,91 euro per 31 december 2006 en is vertegenwoordigd door 101 085 455 aandelen. Alle aandelen zijn gewone aandelen, opgenomen in de notering van Eurolist (Euronext Brussels), met uitzondering van 30 Gouden Aandelen en 2 164 911 Liquidatie Dispreferentie Aandelen waaraan specifieke rechten of verplichtingen verbonden zijn, zoals beschreven in de statuten en het Corporate Governance

Charter. In bijlage 4 vindt u meer gedetailleerde informatie over het Telenetaandeel en het aantal personeelsleden. In diezelfde bijlage kan u ook een overzicht vinden van de aandeelhoudersstructuur en de belangrijkste mijlpalen in de geschiedenis van Telenet.

De opbrengsten uit voortgezette bedrijfsactiviteiten stegen met 80,0 miljoen euro, of 11%, van 733,5 miljoen euro in 2005 naar 813,5 miljoen euro in 2006. De belangrijkste factoren van deze opbrengstgroei waren de stijging van het aantal abonnees voor residentieel breedbandinternet en, in mindere mate, de groei van andere residentiële en bedrijfsdiensten. Het nettoresultaat verbeterde met 82,2 miljoen euro, van een verlies van 76,7 miljoen euro in 2005 naar een winst van 5,5 miljoen euro in 2006, als gevolg van bovengenoemde factoren.

Ten slotte vindt u in bijlage 4 tevens de gegevens van de Vennootschap en haar dochtervennootschappen op 31 december 2006 uit het jaarverslag van 2006. Om de interne vennootschapsstructuur van de Vennootschap te vereenvoudigen en in lijn te brengen met de operationele werking van de Vennootschap, heeft de Vennootschap de fusies van MixICS en PayTVCo met Telenet NV in de loop van juli 2005 voltooid, met inwerkingtreding vanaf 1 januari 2005 en de fusie van Telenet Solutions NV met Telenet NV op 21 december 2005, met inwerkingtreding vanaf 1 januari 2006. Op 31 januari 2006 werd Telenet Holding NV geliquideerd, aangezien het niet langer een functie in de structuur van de groep vervulde.

2.2.2 Niet-Belgische telecomoperatoren

Het volgende overzicht in tabel 3 van grote niet-Belgische telecomoperatoren is gebaseerd op hun jaarverslagen betreffende het boekjaar 2007, alsook hun huidige officiële websites. Het overzicht bestaat uit twaalf spelers. Hierbij zijn de spelers genummerd van 1 tot en met 6 grote Europese spelers, van 7 tot en met 9 grote Amerikaanse spelers en ten slotte van 10 tot en met 12 enkele van de grootstee spelers uit de rest van de wereld (toevallig allemaal uit Azië). Alleszins komen al deze twaalf spelers uit de opsomming van tabel 2.

Voor BT en Vodafone werd ter omrekening van hun nettoresultaten van Britse pond naar euro gebruik gemaakt van de heersende wisselkoers op het einde van hun boekjaar in 2007, zijnde op 31 maart 2007; 1 EUR = 0,6797 GBP. Voor de omrekening van de nettoresultaten van Amerikaanse dollar werd voor AT&T, Sprint en Verizon gebruik gemaakt van de heersende wisselkoers op het einde van hun boekjaren in 2007, zijnde voor alle drie op 31 december 2007; 1 EUR = 1,4603 USD. Voor China Mobile werd ter omrekening van haar nettoresultaat van Chinese yuan naar euro gebruik gemaakt van de heersende wisselkoers op het einde van haar boekjaar in 2007, zijnde op 31 december 2007; 1 EUR = 10,6675 RMB. En voor de Japanse KDDI en NTT werd ten slotte een omrekening gedaan van Japanse yen naar euro, en dit ook tegen de heersende koers op het einde van hun boekjaren in 2007, zijnde voor beiden op 31 maart 2007; 1 EUR = 157,3362 JPY.

Tabel 3. Enkele grote niet-Belgische telecomoperatoren

Nr.	Onderneming	Logo	Hoofdzetel	Aantal dochters	Aandeelhouders-structuur	Beursnotering	Aantal werknemers	Netto-resultaat (in miljoen euro)
1	BT Group plc		Londen (Verenigd Koninkrijk)	26	Institutionele investeerders (87,6%), particuliere investeerders (12,4%)	London Stock Exchange, New York Stock Exchange	106 200	4 196
2	Deutsche Telekom AG		Bonn (Duitsland)	246	Duitse overheid (15%), institutionele investeerders (51%), particuliere investeerders (17%) en KfW Bankengruppe (17%)	New York Stock Exchange, Tokyo Stock Exchange, alle Duitse beurzen	244 000	1 078
3	France Télécom SA		Parijs (Frankrijk)	19	Franse overheid (18,13%), ERAP (9,21%), investeerders (69,33%), werknemers (2,93%), treasury stock (0,40%)	Bourse de Paris, New York Stock Exchange	183 799	6 819
4	Koninklijke KPN NV		Den Haag (Nederland)	22	Institutionele investeerders (92%), particuliere investeerders (8%)	Börse Frankfurt, Euronext Amsterdam, London Stock Exchange, New York Stock Exchange	47 000	2 649

Nr.	Onderneming	Logo	Hoofdzetel	Aantal dochters	Aandeelhouders-structuur	Beursnotering	Aantal werknemers	Netto-resultaat (in miljoen euro)
5	Telefónica S.A.		Madrid (Spanje)	52	Telefónica's belangrijkste aandeelhouders zijn pensioen- en spaarbank La Caixa met 5,5% van de aandelen en bank BBVA met 6,3% van de aandelen.	Bolsa de Comercio de Buenos Aires, Bolsa de Madrid, Bolsa de Valores de Lima, Bolsa de Valores de Sao Paulo, Börse Frankfurt, Bourse de Paris, London Stock Exchange, New York Stock Exchange, Tokyo Stock Exchange	248 487	8 906
6	Vodafone Group Plc		Berkshire (Verenigd Koninkrijk)	33	The Bank of New York is de grootste aandeelhouder met 12,2%. Op de tweede plaats komt Legal & General Investment Management met 4,02%. Het management is ervan overtuigd dat verder geen enkele andere aandeelhouder meer dan 3% van de totale aandelen in zijn bezit heeft.	London Stock Exchange, New York Stock Exchange	66 000	– 7 793

Nr.	Onderneming	Logo	Hoofdzetel	Aantal dochters	Aandeelhouders-structuur	Beursnotering	Aantal werknemers	Netto-resultaat (in miljoen euro)
7	AT&T Inc.		San Antonio (Texas)	(Niet vrijgegeven)	(Niet vrijgegeven)	New York Stock Exchange	300 000	8 184
8	Sprint Nextel Corporation		Overland Park (Kansas)	(Niet vrijgegeven)	(Niet vrijgegeven)	New York Stock Exchange	60 000	– 20 256
9	Verizon Communications Inc.		New York (New York)	(Niet vrijgegeven)	(Niet vrijgegeven)	New York Stock Exchange	240 000	3 781
10	China Mobile Ltd		Hong Kong (China)	32	In eigen handen (74,33%), publieke investeerders (25,67%)	New York Stock Exchange, Hong Kong Exchanges & Clearing Ltd	127 959	8 172
11	KDDI Corporation		Tokyo (Japan)	42	Financiële instituten (22,72%), institutionele fondsen (2,04%), buitenlandse ondernemingen (31,05%), andere ondernemingen (39,34%), individuele investeerders e.a. (4,85%)	Tokyo Stock Exchange, Osaka Securities Exchange, Nagoya Stock Exchange	14 358	1 187

Nr.	Onderneming	Logo	Hoofdzetel	Aantal dochters	Aandeelhouders-structuur	Beursnotering	Aantal werknemers	Netto-resultaat (in miljoen euro)
12	NTT Corporation		Tokyo (Japan)	515	Japanse overheid (33,78%), Japanse financiële instituten (14,75%), Japanse institutionele fondsen (0,89%), andere Japanse ondernemingen (1,28%), buitenlandse ondernemingen (20,56%), Japanse individuele investeerders e.a. (16,51%), treasury stock (12,23%)	Tokyo Stock Exchange, Osaka Securities Exchange, Nagoya Stock Exchange, Fukuoka Stock Exchange, Sapporo Stock Exchange, New York Stock Exchange, London Stock Exchange	199 733	3 031

(Bron: eigen werk)

HOOFDSTUK 3: DE REGELGEVING ROND TELECOM EN HET ERKENNEN VAN OPBRENGSTEN

Om het praktijkprobleem volledig in haar context te kunnen plaatsen dient er, naast een omschrijving van de producten en spelers in de telecomsector, ook aandacht geschonken te worden aan de regelgeving rond telecom en het erkennen van opbrengsten. Hiervoor richten wij ons op de volgende twee gebieden: de Europese Unie en de Verenigde Staten. Voor elk gebied wordt er gestart met uitleg over het orgaan dat de belangrijkste input heeft in de totstandbrenging of integratie van sectorspecifieke regulering voor telecomoperatoren. Vervolgens zal er voor elk gebied ingegaan worden op de algemene regulering betreffende het erkennen van opbrengsten. Hierop verdergaand, zal er ten slotte voor elk gebied aangehaald worden welke van de spelers uit hoofdstuk 2 welke van deze regelgevingen moeten volgen.

3.1 DE EUROPESE UNIE

3.1.1 De Europese Commissie

Het orgaan dat op Europees niveau telecomspecifieke regulering tot stand brengt is de Europese Commissie. De Europese Commissie beschouwt telecomnetwerken en telecomdiensten als de ruggengraat van Europa's ontwikkeling tot informatiemaatschappij. Individuen, ondernemingen evenals publieke organisaties gaan volgens haar steeds afhankelijker worden van deze opkomende technologieën. Om daarom innovatie en efficiëntie in de telecomsector te verbeteren, stimuleert de Europese Unie toenemende concurrentie via een serie van regelgevingen.

Een eerste fase om tot een gemeenschappelijk Europees beleid te komen richtte zich tot de creatie van een gemeenschappelijke technische ontwikkeling. In 1984 streefde het beleid naar een ontwikkeling van:

- gemeenschappelijke standaarden en specificaties;
- gedeelde research programma's tussen operatoren en industrie;
- speciale programma's voor de minst ontwikkelde regio's gebruikmakend van 'structural funds';
- initieel gemeenschappelijke Europese posities voor internationale telecomdebatten.

Sedert 1987 zag een tweede beleidsfase liberalisatie als belangrijkste punt. Deze tweede fase bereikte zijn hoogtepunt dan ook, op 1 januari 1998, met de liberalisatie van alle telecomdiensten en -netwerken. Vervolgens werd in 2002 het regulatieve kader herzien doordat convergentiegroei tussen telecom-, uitzend- en informatietechnologie de noodzakelijkheid ervan aan het licht bracht (European Commission, 2008).

De huidige regelgeving voor de Europese telecomsector werd dus vastgelegd in 2002. Door de snelontwikkellende trend van deze sector diende het regulatieve kader echter snel herzien te worden, om te verzekeren dat zij het belang van de consument, evenals de gehele industrie binnen de hedendaagse economie bleef dienen. Zo werden er in november 2007 voorstellen door de Commissie neergelegd tot herziening van de telecomwetgeving waardoor de EU-regulering snel weer bij zou moeten benen. Deze voorstellen dienen echter nog goedgekeurd te worden. Vanaf 2010 verwacht men alleszins een volledige Europese als nationale integratie van een hernieuwde regelgeving. De voorstellen concentreren zich op vier hoofdgebieden: de stimulering van competitie, een meer nauwgezette regulering, versterking van de interne markten alsook een betere bescherming van de consument. Vandaag, met de nadruk van de EU op groei, competitie en tewerkstelling, staat telecomregulering centraal in het Europese beleid. De herziening in 2007 doelt erop het regulatieve kader aan te passen aan de zich snel ontwikkelende telecomsector binnen een unie die momenteel 27 lidstaten telt. De huidige

Europese wetgeving, evenals de voorstellen, kunnen geraadpleegd worden op de webstek van de Europese Commissie via de volgende link: <http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecom/index_en.htm>.

Samengevat is de Europese telecomsector over de laatste twee decennia van traditionele sterke publieke monopolies (vaak gepaard met nationale posterdiensten) naar een toenemende privatisering en competitieve markt geëvolueerd. Het EU-beleid heeft daarbij steeds met de sector mee proberen te evolueren, met een specifieke aandacht voor algemene ontwikkeling, promotie van competitie en promotie van harmonisatie. De primaire beweegredenen tot deze verschuiving in de telecomsector was de dramatische toename in het gebruik van informatietechnologieën, die vervolgens tot een ware revolutie van de industrie leidde (European Commission, 2008).

Een onmiskenbaar personage binnen dit hele Europees regulatief verhaal is Neelie Kroes, Europees Commissaris voor concurrentie. Zij staat aan de wieg van heel wat regelgevingen op vlak van concurrentie binnen de telecomsector en gaat zo de strijd met telecommonopolies aan (Wikipedia, 2008).

3.1.2 De IAS/IFRS-regelgeving

Wat het erkennen van opbrengsten op Europees niveau betreft, werd in 1993 de IAS¹ 18 standaard uitgevaardigd, zijnde de internationale accounting standaard voor “opbrengsten”. In 2003 werd deze herzien. Het doel van IAS 18 is de verwerkingswijze voor te schrijven voor opbrengsten die resulteren uit de volgende transacties en gebeurtenissen:

- de verkoop van goederen;

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

- het verrichten van diensten;
- het gebruik door anderen van activa van de onderneming die rente, royalty's en dividenden opbrengen.

Deze derde en laatste transactie of gebeurtenis, "het gebruik door anderen van activa in de onderneming die rente, royalty's en dividenden opbrengen", is echter niet relevant voor deze masterproef en zal verder dus ook niet meer besproken worden. De boekhoudkundige moeilijkheden die in hoofdstuk 4 behandeld zullen worden, hebben hier immers geen betrekking op.

IAS 18 definieert opbrengsten als de bruto-instroom van economische voordelen die tijdens de periode ontstaan bij de uitvoering van de normale bedrijfsactiviteiten van een onderneming. Deze bruto-instroom van economische voordelen leidt daarbij tot een toename van het eigen vermogen, zonder de toenames die verband houden met bijdragen van deelhebbers in het eigen vermogen.

De voornaamste kwestie bij de administratieve verwerking van opbrengsten is het bepalen van het moment waarop opbrengsten opgenomen moeten worden: opbrengsten worden opgenomen wanneer het waarschijnlijk is dat toekomstige economische voordelen naar de onderneming zullen vloeien en deze voordelen op betrouwbare wijze gewaardeerd kunnen worden. IAS 18 beschrijft de omstandigheden waarin deze criteria zijn voldaan en verschaft daarbij praktische leidraden voor de toepassing van deze criteria.

Naast de juiste bepaling van het moment waarop opbrengsten opgenomen moeten worden, moeten opbrengsten ook volgens een juiste methode gewaardeerd worden. De waardering van opbrengsten gebeurt volgens IAS 18 tegen de reële waarde van de vergoeding die ontvangen of waarop recht verkregen is. Hierbij is de reële waarde het bedrag waarvoor een actief kan worden verhandeld of een verplichting kan worden afgewikkeld tussen terzake goed geïnformeerde en tot transactie bereid zijnde partijen die onafhankelijk zijn.

Om opbrengsten administratief juist te verwerken, dienen tot slot transacties die tot opbrengsten leiden ook altijd juist geïdentificeerd te worden. Zo worden de opnamecriteria, die in de IAS 18 standaard beschreven worden, gewoonlijk op iedere afzonderlijke transactie toegepast. In bepaalde gevallen is het echter noodzakelijk om deze opnamecriteria toe te passen op de afzonderlijk identificeerbare componenten van een transactie, teneinde de economische realiteit weer te geven.

3.1.2.1 De verkoop van goederen

Het doel van IAS 18 is de verwerkingswijze voor te schrijven voor opbrengsten die resulteren uit drie bepaalde transacties en gebeurtenissen. De eerste betreft de verkoop van goederen. Hiervoor definieert IAS 18 goederen als goederen die door de onderneming geproduceerd zijn om verkocht te worden, evenals goederen die aangekocht zijn om doorverkocht te worden. Opbrengsten uit de verkoop van goederen dienen opgenomen te worden wanneer al de volgende voorwaarden vervuld zijn:

- de onderneming heeft de wezenlijke risico's en voordelen van eigendom van de goederen overgedragen aan de koper;
- de onderneming behoudt niet de feitelijke zeggenschap of betrokkenheid over de verkochte goederen, die gewoonlijk aan de eigenaar toekomt;
- het bedrag van de opbrengst kan op betrouwbare wijze gewaardeerd worden;
- het is waarschijnlijk dat de economische voordelen met betrekking tot de transactie naar de onderneming zullen vloeien;
- de reeds gemaakte of nog te maken kosten met betrekking tot de transactie kunnen op betrouwbare wijze gewaardeerd worden.

3.1.2.2 *Het verrichten van diensten*

De tweede transactie of gebeurtenis waar IAS 18 op ingaat, betreft het verrichten van diensten. Volgens IAS 18 omvat het verrichten van diensten normaliter de prestaties die een onderneming uitvoert binnen een overeengekomen periode krachtens een contractueel overeengekomen taak. De diensten kunnen in één enkele periode worden verricht, of kunnen worden gespreid over meer dan één periode. Opbrengsten die voortvloeien uit dienstverleningscontracten die rechtstreeks verband houden met onderhanden projecten in opdracht van derden, worden hier niet behandeld.

Indien het resultaat van een transactie waarbij diensten worden verricht betrouwbaar kan worden ingeschat, dienen de opbrengsten met betrekking tot die diensten opgenomen te worden a rato van de verrichte prestaties op de balansdatum. Het resultaat van een transactie kan betrouwbaar worden geschat indien alle volgende voorwaarden vervuld zijn:

- het bedrag van de opbrengst kan op betrouwbare wijze gewaardeerd worden;
- het is waarschijnlijk dat de economische voordelen met betrekking tot de transactie naar de onderneming zullen vloeien;
- de mate waarin de diensten op de balansdatum zijn verricht kan op betrouwbare wijze gewaardeerd worden;
- de reeds gemaakte kosten voor de transactie en de kosten om de transactie te voltooien kunnen op betrouwbare wijze gewaardeerd worden.

3.1.3 De spelers die IAS/IFRS moeten volgen

Inzake de toepassing van IAS/IFRS verplicht de Europese verordening van 19 juli 2002 alle ondernemingen die onder het recht van een Europese lidstaat vallen hun geconsolideerde jaarrekening conform IAS/IFRS en de interpretaties ervan op te stellen. Dit dient daarbij enkel

te gebeuren indien hun effecten op balansdatum toegelaten zijn tot de handel op een gereguleerde markt van een Europese lidstaat. De toepassing geldt voor elk boekjaar beginnend op of na 1 januari 2005. De besproken telecomspelers uit hoofdstuk 2 die onder deze verordening vallen zijn:

- Belgacom NV van publiek recht, Mobistar NV en Telenet Group Holding NV voor België (dit zijn met andere woorden alle besproken Belgische spelers);
- BT Group plc, Deutsche Telekom AG, France Télécom SA, Koninklijke KPN NV, Telefónica S.A. en Vodafone Group Plc voor Europa (dit zijn met andere woorden alle besproken Europese spelers).

Naast deze spelers is echter ook de besproken Japanse NTT Corporation aan een Europese beurs genoteerd (zijnde de London Stock Exchange). Vermits zij echter niet onder het recht van een Europese lidstaat valt, valt zij ook niet onder deze verordening. Zij is met andere woorden niet verplicht haar jaarrekening volgens IAS/IFRS op te stellen.

3.2 DE VERENIGDE STATEN

3.2.1 Het FCC

Het orgaan dat in de Verenigde Staten de belangrijkste input heeft in de totstandbrenging of integratie van sectorspecifieke regulering voor telecomoperatoren is de "Federal Communications Commission". The Federal Communications Commission of FCC is een onafhankelijk Amerikaans overheidsorgaan opgericht naar aanleiding van de Communications Act van 1934, ingevoerd door de toenmalige president Roosevelt. Deze Communications Act werd geamendeerd in 1996 en vormt nu de grootste overkoepelende wet betreffende telecommunicatieregulering in de Verenigde Staten. Het doel van deze wet is aan iedereen de

mogelijkheid te geven om in gelijk welke telecom business toe te treden. Hierbij speelt het FCC de rol van ontwikkelaar van eerlijke regelgeving voor dit nieuwe concurrentiegebied.

Algemeen draagt het FCC de verantwoordelijkheid voor alle regelgeving met betrekking tot telecommunicatie, waaronder radio-, televisie-, kabel- en satellietcommunicatie. Zij regelt ook het gebruik van radiofrequenties, bijvoorbeeld de frequenties die door mobiele telefoons en draadloze netwerken gebruikt worden. Zij doet dit om interferentie en andere vormen van storing tussen verschillende toepassingen te voorkomen. De jurisdictie van het FCC strekt zich uit over de 50 Verenigde Amerikaanse staten, het District van Columbia en de eilanden in bezit van de Verenigde Staten, of de zogenaamde “U.S. possessions” (FCC, 2008).

Telecomspecifieke regelgeving van het FCC is echter niet de enige regelgeving die van belang is voor Amerikaanse telecomoperatoren. Net zoals Europa hanteren de Verenigde Staten ook hun eigen algemeen aanvaarde boekhoudprincipes, met name US GAAP. Twee van deze principes of standaarden betreffen het erkennen van opbrengsten zullen nu besproken worden.

3.2.2 De US GAAP-regelgeving

3.2.2.1 *EITF 00-21*

Om optimaal aan de behoeften van hun klanten te kunnen voldoen, bieden ondernemingen vaak meerdere oplossingen voor dezelfde behoeften aan. Deze oplossingen kunnen de levering of de prestatie van meerdere producten, diensten of gebruiksrechten op vaste activa omvatten, waarbij de prestaties op verschillend tijdstippen of over verschillende periodes plaats kunnen vinden. Het zijn de opbrengsten uit deze aanbiedingen bestaande uit meerdere elementen waar

onze eerste standaard, EITF¹ 00-21 “Revenue arrangements with multiple deliverables”, of vertaald; *opbrengsten van aanbiedingen bestaande uit meerdere elementen*, het over heeft.

De EITF 00-21 standaard richt zich allereerst op de uitdaging hoe ondernemingen (of met andere woorden verkopers) kunnen bepalen of een aanbieding die uit meerdere elementen bestaat tevens uit meerdere boekhoudtransacties bestaat. Hiervoor veronderstelt de standaard dat afzonderlijke contracten met dezelfde inhoud of met dezelfde contractuele partijen, die deze afzonderlijke contracten ongeveer tegelijkertijd zijn aangegaan, behandeld moeten worden als één enkel pakket. Omwille van deze veronderstelling dienen deze contracten daarbij geëvalueerd te worden als één enkele aanbieding met de overweging dat deze aanbieding uit één of meerdere boekhoudtransacties kan bestaan. Deze veronderstelling mag echter verworpen worden in geval van voldoende bewijs van het tegendeel. De EITF 00-21 standaard richt zich vervolgens ook op de uitdaging hoe verkopers de verschillende boekhoudtransacties van een aanbieding die uit meerdere elementen bestaat moeten waarderen en alloceren.

De standaard is van toepassing op alle producten, diensten of gebruiksrechten op vaste activa die onder bindende contractuele voorwaarden vastgelegd zijn (of die nu geschreven, verbaal of geïmpliceerd zijn), om het even in welke sector en onder dewelke een verkoper activiteiten bestaande uit meerdere opbrengsten-genererende-elementen zal uitvoeren, met uitzondering van:

- aanbiedingen bestaande uit meerdere elementen of elementen van aanbiedingen bestaande uit meerdere elementen die onder een regulering van hogere rang dan deze standaard vallen;
- aanbiedingen bestaande uit gratis of afgeprijsde elementen die op een toekomstig tijdstip geleverd zullen worden op voorwaarde dat de klant een bepaald gecumuleerd niveau van aangegane opbrengsten-genererende-transacties met de verkoper heeft behaald of een gegarandeerde klant blijft tijdens een in de toekomst vastgelegde periode;

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

- aanbiedingen bestaande uit meerdere elementen die kortingen of terugbetalingen van de verkoper aan de klant omvatten op voorwaarde dat de klant een bepaald gecumuleerd niveau van aangegane opbrengsten-genererende-transacties met de verkoper heeft behaald of een gegarandeerde klant blijft tijdens een in de toekomst vastgelegde periode;
- aanbiedingen bestaande uit elementen die bonuskredieten opleveren op basis van klantenloyaliteitsprogramma's.

3.2.2.2 EITF 99-19

Een tweede belangrijke US GAAP-standaard die zich volledig op het erkennen van opbrengsten concentreert is de EITF 99-19 “Reporting Revenue Gross as a Principal versus Net as an Agent”, of vertaald; *het rapporteren van opbrengsten met de bruto-opbrengst als principaal versus de netto-opbrengst als agent* (volgens de bekende Principal Agent Theorie¹). De standaard behandelt met andere woorden niet wannéér opbrengsten erkend moeten worden, maar wélke opbrengsten erkend moeten worden. De boekhoudkundige uitdaging die de standaard aangaat hanteert over de verscheidenheid die er bestaat betreffende het feit dat een onderneming opbrengsten zou moeten rapporteren op basis van (a) het gefactureerde brutobedrag aan de klant, omdat de onderneming opbrengsten heeft vergaard uit de verkoop van de goederen of diensten, of (b) het overgehouden nettobedrag (dat wil zeggen het gefactureerde bedrag aan de klant minus het bedrag betaald aan de verdeler), omdat de onderneming uiteindelijk een commissie of toeslag aan de transacties overgehouden heeft. Deze boekhoudkundige uitdaging doet zich meestal voor bij ondernemingen die zelf geen voorraden aanhouden maar die via derde partijen in hun naam goederen aan de klant laten leveren. Zulke ondernemingen kunnen zo naast goederen ook diensten via derde partijen aanbieden.

Het bruto/netto onderwerp van deze standaard is een probleem waar een zekere mate van eigen oordeel bij komt kijken. Bij de beoordeling van bruto- versus nettobedragen spelen immers

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

verschillende factoren en omstandigheden mee. Op aanraden van The Emerging Issues Task Force zouden de volgende indicatoren echter overwogen moeten worden:

A. Indicatoren voor brutorapportering

- De onderneming is de primaire schuldenaar in de vervulling van klantenbehoeftes binnen de overeenkomst;
- De onderneming draagt een algemeen voorraadrisico door de opslag van voorraden die nog verkocht moeten worden;
- De onderneming is vrij in de prijszetting;
- De onderneming bewerkt het product of levert een deel van de bestelde dienst;
- De onderneming selecteert zijn leveranciers zuinig;
- De onderneming is betrokken bij product- of dienstspecificaties;
- De onderneming draagt het risico voorraad te verliezen (nadat een klant een bestelling heeft geplaatst of tijdens verscheeping);
- De onderneming draagt het kredietrisico.

B. Indicatoren voor nettorapportering

- De verdeler (niet de onderneming) is de primaire schuldenaar in de vervulling van klantenbehoeftes binnen de overeenkomst (de onderneming draagt hiermee geen risico);
- Het bedrag dat de onderneming verdient is vast;
- De verdeler (niet de onderneming) draagt het kredietrisico.

Bij brutorapportering acteert de onderneming als principaal en de verdeler als agent. Bij nettorapportering zijn deze rollen omgekeerd. In praktijk betekent dit meestal dat degene waar de klant zijn aankoop bij dént te doen de principaal is. Indien een klant bijvoorbeeld een beltoon koopt van een actie op televisie, dan gaat de klant denken dat hij deze beltoon effectief van het televisiestation koopt. Indien de televisiereclame voor de beltoon echter het merk van een bepaalde telecomoperator zou vertegenwoordigen, dan zou de klant wel denken zijn aankoop rechtstreeks bij deze operator te doen. Een ander voorbeeld is de aankoop van een

gsm-toestel. Indien dit toestel enkel het merk van de gsm-producent draagt, zal deze hoogstwaarschijnlijk de rol van principaal vervullen. Indien de gsm-producent echter één of ander contract heeft met een telecomoperator waarbij het logo van de telecomoperator ook op het gsm-toestel gedrukt wordt, dan zal de telecomoperator hoogstwaarschijnlijk de rol van principaal vervullen.

3.2.3 De spelers die US GAAP moeten volgen

Volgens *Regulation S-X*¹ dienen in het algemeen alle ondernemingen die aan een beurs in de VS genoteerd staan, hun jaarrekening neer te leggen bij de SEC¹ en dit volgens US GAAP. Er bestaan echter uitzonderingen en zo wordt er bij deze statement een onderscheid gemaakt tussen een *Domestic Registrant (DR)* en een *Foreign Private Issuer (FPI)*. DR's kunnen zowel binnen als buiten de grenzen van de VS gevestigd zijn. Het criterium dat een onderneming tot DR classificeert is niet waar de onderneming gevestigd is, maar waar het ingeschreven is. Andersom kan een onderneming ingeschreven zijn buiten de grenzen van de VS maar toch aan een Amerikaanse beurs genoteerd zijn. Zulke ondernemingen worden als FPI's geclassificeerd. FPI's dienen hun jaarrekening niet volgens US GAAP op te stellen indien zij volgens IAS/IFRS zijn opgesteld. Dit laatste is een uiterst nieuwe regelgeving, ingevoerd op 4 januari 2008, onder de volgende titel; "*Federal Register - 17 CFR Parts 210, 230, 239 and 249: Acceptance From Foreign Private Issuers of Financial Statements Prepared in Accordance With International Financial Reporting Standards Without Reconciliation to U.S. GAAP; Final Rule*". Voor DR's echter wordt rapportering volgens IAS/IFRS nog steeds niet toegelaten!

Dit betekent concreet dat van de besproken telecomoperatoren uit hoofdstuk 2 de volgende telecomoperatoren verplicht zijn volgens US GAAP te rapporteren: AT&T Inc., Sprint Nextel

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

Corporation en Verizon Communications Inc. (of met andere woorden, de drie besproken Amerikaanse spelers).

Wat de Aziatische spelers betreft stelt enkel NTT Corporation haar jaarrekening conform US GAAP op, hoewel ook China Mobile Ltd aan een Amerikaanse beurs genoteerd staat. Wanneer men echter het jaarverslag van China Mobile van 2007 bekijkt, of meer concreet het verslag van auditor KPMG, dan kan men er het volgende lezen: *“The directors of the Company are responsible for the preparation and the true and fair presentation of these financial statements in accordance with International Financial Reporting Standards issued by the International Accounting Standards Board, Hong Kong Financial Reporting Standards issued by the Hong Kong Institute of Certified Public Accountants and the Hong Kong Companies Ordinance.”* China Mobile stelt haar jaarrekening met andere woorden volgens IAS/IFRS op, wat wil zeggen dat dit, conform de nieuwe SEC-regelgeving van 4 januari 2008, een volwaardige rapporteringsmethode is voor haar notering aan de New York Stock Exchange. NTT stelde haar jaarrekening van 2007 wel volgens US GAAP op waardoor zij, naast China Mobile, ook een voor haar wettelijke rapporteringsmethode hanteert om aan de New York Stock Exchange genoteerd te staan. Maar concreet zijn beide telecomoperatoren dus niet verplicht om aan de hand van US GAAP te rapporteren. NTT doet dit vrijwillig maar zij zou evengoed, net als China Mobile, dankzij de nieuwe SEC-regelgeving van 4 januari 2008, met een IAS/IFRS-rapportering aan de New York Stock Exchange toegelaten worden.

3.3 DE REST VAN DE WERELD

De centrale onderzoeksvraag die in hoofdstuk 1 geformuleerd wordt concentreert zich op de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving. Bijgevolg wordt, om methodologisch correct te zijn, de bespreking van dit hoofdstuk over regulering dan ook tot deze twee gebieden beperkt. Niettemin is het echter wel interessant om daarnaast ook te weten hoe bijvoorbeeld de situatie in België

gereguleerd wordt. Daarom kan u in bijlage 5 een voorstelling terugvinden van het overheidsorgaan dat in België de telecomspecifieke regulering voor haar rekening neemt (zijnde het BIPT) en in bijlage 6 een bespreking terugvinden van wat de Belgische wetgeving over het erkennen van opbrengsten schrijft. Niet enkel België, de Europese Unie en de Verenigde Staten hebben echter een apart orgaan opgericht dat zich met telecomregulering bezighoudt. Ook vele andere gebieden hanteren zulke organen. U kan er ter voorbeeld enkelen van terugvinden in bijlage 7.

3.4 HET ERKENNEN VAN OPBRENGSTEN ALS ALGEMENE REGELGEVING

Zoals merkbaar uit dit hoofdstuk, bestaat er wat betreft het erkennen van opbrengsten geen telecomspecifieke regulering. Er wordt al heel wat in de telecomsector gereguleerd vanuit speciaal hiervoor opgerichte telecomoverheidsinstanties, maar de financiële rapportering betreffende het erkennen van opbrengsten valt hier niet onder. Telecomoperatoren over de hele wereld dienen zich met andere woorden voor de boekhoudkundige verwerking van hun opbrengsten te baseren op algemene regulering die over sectoren heen reikt. Dit brengt voor telecomoperatoren een hele reeks van boekhoudkundige uitdagingen met zich mee, veroorzaakt door de ruimte aan interpretatie bij algemene regelgeving. De in de wereld meest toegepaste financiële rapporteringsregelgeving is de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving. De besprekingen in het volgende hoofdstuk van de acht boekhoudkundige uitdagingen betreffende het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren, zullen daarom ook aan de hand van deze twee regelgevingen gebeuren.

HOOFDSTUK 4: BOEKHOUDKUNDIGE UITDAGINGEN IN HET ERKENNEN VAN OPBRENGSTEN VOOR TELECOMOPERATOREN

Dit hoofdstuk richt zich op acht reële boekhoudkundige uitdagingen betreffende het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren. Reëel wil zeggen dat telecomoperatoren er op de dag van vandaag mee geconfronteerd worden. Deze acht boekhoudkundige uitdagingen zorgen met andere woorden voor effectieve hedendaagse interpretatiediscussies van regelgeving tussen telecomoperatoren en hun stakeholders.

De acht boekhoudkundige uitdagingen zullen telkens gestart worden met een schets en situering van het probleem. Vervolgens zal er een vergelijkend overzicht gegeven worden van de antwoorden die IAS/IFRS en US GAAP voor de betreffende boekhoudkundige uitdaging geven. Deze antwoorden komen meestal uit de standaarden die in hoofdstuk 3 inhoudelijk besproken zijn. Naast deze reeds besproken standaarden wordt er echter ook regelmatig voor de IAS/IFRS-regelgeving naar IAS 8 en IFRIC¹ 13 en voor de US GAAP-regelgeving naar SAB¹ 104, CON¹ 5 en EITF 01-9 verwezen. Het erkennen van opbrengsten beperkt zich immers niet tot de drie besproken standaarden uit hoofdstuk 3, maar wordt ook nog in heel wat andere standaarden en interpretaties aangehaald. Het verschil met de besproken standaarden uit hoofdstuk 3 is dat IAS 8, IFRIC 13, SAB 104, CON 5 en EITF 01-9 ofwel een onderwerp behandelen dat niet uitsluitend opbrengstengerelateerd is, ofwel een interpretatie zijn bij de besproken standaarden. Ten slotte zullen alle boekhoudkundige uitdagingen aan de hand van een voorbeeld verduidelijkt worden, zij het met een numeriek voorbeeld of niet. Hierbij dient er alleszins telkens de assumptie van een belastingvrij klimaat genomen te worden. Deze masterproef handelt immers enkel over de problematiek rond het erkennen van opbrengsten: de toevoeging van consumentenbelasting, zoals BTW, werd buiten beschouwing gelaten. Daarbij zijn de gehanteerde percentages verschillend van staat tot staat.

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

Voor de situering van de acht boekhoudkundige uitdagingen evenals de antwoorden die IAS/IFRS en US GAAP voor de acht boekhoudkundige uitdagingen bieden werd ik bijgestaan door Senior Auditor Tom Deckers van Ernst & Young Brussel. Tom Deckers heeft reeds heel wat auditervaring bij grote telecomoperatoren op zijn palmares staan. De problematiek rond het erkennen van opbrengsten behoort tot zijn specialisatie.

4.1 AANSLUITINGSTOELAGEN

Een eerste boekhoudkundige uitdaging bij het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren is die betreffende de aansluitingstoelagen. Telecomoperatoren rekenen altijd een extra kost aan om een nieuwe klant aan hun netwerk te koppelen. Klanten die een contract met een telecomoperator aangaan, dienen deze activeringsdienst altijd automatisch te aanvaarden. Apart bieden telecomoperatoren deze activeringsdienst niet aan. Deze aansluitingstoelagen zijn daarbij meestal ook niet terugbetaalbaar. De regeling die de telecomoperator met de klant aangaat omvat algemeen de activering of aansluiting plus de aanhoudende telecommunicatiedienst. Kosten geassocieerd aan de aansluiting worden opgelopen op de datum dat de aansluitingsdienst geleverd is en bestaan voornamelijk uit het salaris van de technicus plus nog enkele gerelateerde toelagen.

De boekhoudkundige uitdaging voor de telecomoperator bestaat er nu uit wanneer zulke opbrengsten uit aansluitingstoelagen te boeken? Dient hij deze meteen volledig te erkennen na installatie van de aansluiting? Of dient hij de erkenning van deze opbrengsten over een zekere periode te spreiden? Dit is het antwoord dat US GAAP en IAS/IFRS hierop geven:

	IAS / IFRS	US GAAP
Regelgeving	- IAS 18	- EITF 00-21 - SAB 104
Opbrengsten	Opbrengsten worden gespreid erkend over de geschatte looptijd van de relatie met de klant: - Het activeringsproces geeft de klant toegang tot de aangeboden dienst en laat toe om vanaf dit moment de aangeboden dienst ook te gebruiken; en dit gebaseerd op een relatie met een gedefinieerde termijn. - Omwille van deze reden is de activering op de datum dat ze zich voltrekt geen volledig afgeronde verkoopstransactie.	Opbrengsten worden gespreid erkend over de geschatte looptijd van de relatie met de klant: - Het activeringsproces geeft de klant toegang tot de aangeboden dienst en laat toe om vanaf dit moment de aangeboden dienst ook te gebruiken; en dit gebaseerd op een relatie met een gedefinieerde termijn. - Omwille van deze reden is de activering op de datum dat ze zich voltrekt geen volledig afgeronde verkoopstransactie. De activeringsdienst heeft geen enkele afzonderlijke waarde voor de klant. De operator verkoopt namelijk geen connectiedienst maar wel gebruikerstijd.
Bijkomende kosten*	- Ineens als kost boeken - OF spreiden over de geschatte looptijd van de relatie met de klant via activering**.	Bijkomende kosten worden, in het verlengde van de opbrengsten, eveneens verspreid erkend over de geschatte looptijd van de relatie met de klant. Deze verspreiding van de kosten gebeurt aan de hand van hun activering.
Besluit	- Algemeen is er geen verschil tussen IAS/IFRS en US GAAP wat de allocatie van aansluitingstoelagen betreft. - Het spreiden van bijkomende kosten is aanvaard onder IAS/IFRS maar verplicht onder US GAAP.	

* Bijkomende kosten zoals diverse installatiekosten, ...

** Kosten kunnen volgens IAS 38 “Immateriële vaste activa” geactiveerd worden op voorwaarde dat ze:

- apart geïdentificeerd kunnen worden;
- betrouwbaar gemeten kunnen worden;
- meer dan waarschijnlijk gerecupereerd zullen worden door toekomstige inkomsten uit de klantenrelatie.

Neem als voorbeeld een klant die een contract van 15 maanden met een telecomoperator aangaat om thuis over internet te beschikken. De telecomoperator stuurt meteen een technicus die de internetconnectie tot stand brengt en vraagt hier een aansluitingstoelage van 15 euro voor. De bijkomende kosten gerelateerd aan de installatie bedragen 12 euro. De telecomoperator zal (in geval hij beslist zijn kosten te spreiden) zijn opbrengsten en kosten dan als volgt erkennen:

	1 ^e maand	2 ^e maand	3 ^e maand	...	15 ^e maand	Σ
Opbrengsten	€1	€1	€1		€1	€15
Kosten	€0,8	€0,8	€0,8		€0,8	€12

In realiteit hebben klanten echter steeds de mogelijkheid uit hun contract te stappen, op voorwaarde dat zij hier een verbrekingsvergoeding voor betalen. Wanneer telecomoperatoren aansluitingskosten boekhoudkundig gaan verwerken en deze met andere woorden over een bepaalde periode gaan spreiden, gaan zij rekening houden met deze contractverbrekingsmogelijkheid. Telecomoperatoren bestuderen zo hun historische data betreffende klanten die dit contract reeds eerder bij hen aangegaan waren. Uit deze data berekenen zij de gemiddelde historische uitstap- of verbrekingstermijn waarbij er vervolgens door de telecomoperator vanuit gegaan wordt dat een nieuwe klant zijn contract hoogstwaarschijnlijk ook na deze termijn zal willen verbreken. Een telecomoperator zal aansluitingskosten daarom niet over de volledige contractsduur spreiden, maar wel over de gemiddelde historische verbrekingstermijn. Indien hij de aansluitingskosten immers over de volledige contractsduur zou spreiden, zou hij na eventuele verbreking gedwongen zijn de overige kosten nog verder te boeken ondanks het feit dat deze kosten geen opbrengsten meer zullen veroorzaken. Deze laatste situatie is een situatie die telecomoperatoren absoluut willen vermijden! In praktijk worden naast de kosten, meestal ook de opbrengsten over de gemiddelde verbrekingstermijn verspreid.

Hernemen wij het voorbeeld: stel nu dat de gemiddelde historische verbrekingstermijn 10 maanden bedraagt, dan zou de spreiding van opbrengsten en kosten er als volgt uitzien:

	1 ^e maand	...	10 ^e maand	11 ^e maand	...	15 ^e maand	Σ
Opbrengsten	€1,5		€1,5	-		-	€15
Kosten	€1,2		€1,2	-		-	€12

Vermits IAS/IFRS en US GAAP het beiden over de spreiding over de *geschatte* looptijd van de relatie met de klant hebben, is deze boekhoudkundige verwerking eveneens correct.

4.2 GRATIS MINUTEN BIJ AANSLUITING

Telecomoperatoren bieden hun klanten, in de vorm van een onannuleerbaar contract van bepaalde duur, een vaste hoeveelheid communicatieminuten per maand aan in ruil voor een vast maandelijks te betalen bedrag, en dit vaak gepaard met gratis communicatieminuten in de eerste maand(en). Zo kan een telecomoperator bijvoorbeeld een contract voor een periode van twaalf maanden met een klant aangaan waarbij de klant voor de eerste twee maanden telkens 60 minuten gratis communicatie worden aangeboden, terwijl voor de volgende 10 maanden van het contract de klant een vast bedrag zal moeten betalen van 30 euro per maand voor een maximum van 60 minuten van communicatie per maand. Hoe dient de telecomoperator deze gratis minuten te boeken? Meer nog, over welke periode zou de opbrengst van het vaste bedrag (zijnde 10 maanden x 30 euro per maand = 300 euro) erkend moeten worden? Om deze vragen te kunnen beantwoorden kijken we naar wat US GAAP en IAS/IFRS hierover schrijven:

	IAS / IFRS	US GAAP
Regelgeving	- IAS 18	- EITF 00-21 - SAB 104
Waardering en timing bij het erkennen van opbrengsten	Opbrengsten dienen op een evenredige manier over de contractperiode heen erkend te worden.	Opbrengsten dienen op een evenredige manier over de contractperiode heen erkend te worden, vermits opbrengsten pas erkend dienen te worden naarmate de betreffende diensten geleverd zijn.
Besluit	Algemeen is er geen verschil tussen IAS/IFRS en US GAAP.	

Veronderstel dat de klant uit het voorbeeld zijn 60 minuten elke maand netjes opbelt en deze ook niet overschrijdt (waarvoor hij dan bij zou moeten betalen). Volgens IAS/IFRS en US GAAP zou de erkenning van de opbrengsten dan als volgt moeten verlopen:

	1 ^e maand	2 ^e maand	3 ^e maand	...	12 ^e maand
Aantal gebruikte minuten	60 min	60 min	60 min		60 min
Ontvangsten	-	-	€30		€30
Opbrengsten	€25	€25	€25		€25

Boeking in de eerste en tweede maand:

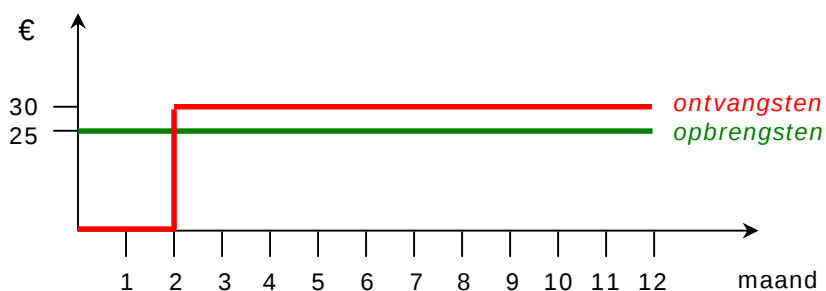
Rek.	D	C
Verkregen opbrengsten (<i>actiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	25	25

Boeking in de derde tot en met de twaalfde maand:

Rek.	D	C
Bank rekening courant (<i>actiefrekening</i>) aan Verkregen opbrengsten (<i>actiefrekening</i>) Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	30	5 25

Deze boekhoudkundige verwerking zal er uiteindelijk voor zorgen dat de overlopende rekening “Verkregen Opbrengsten” aan het einde van het dienstencontract terug een nulsaldo zal

vertonen. Wanneer we in de volgende grafiek de evenwichtige spreiding van opbrengsten vergelijken met de onevenwichtige verspreiding van ontvangsten, voelt de evenwichtige spreiding van opbrengsten intuïtief ook meteen als een meer logische rapporteringsmethode aan. Investeerders zien daarbij stabiele getallen altijd graag boven onstabiele getallen.



4.3 ROLLOVER MINUTEN

Vaak bieden telecomoperatoren hun klanten een eindig aantal belminuten per maand tegen een vast bedrag aan, met de optie om enige ongebruikte minuten naar de volgende maand of volgende twee maanden over te nemen. In realiteit hebben klanten binnen dit soort contracten inderdaad vaak maandelijks ongebruikte belminuten over. De telecomoperator is niet verplicht om de ongebruikte minuten aan de klant terug te betalen maar is wel verplicht de equivalente dienst voor de ongebruikte minuten te verlenen. Daarbij mogen in Europa ongebruikte minuten algemeen overgenomen worden voor een maximum van twee maanden (in de VS is dit twaalf maanden) voordat zij vervallen. Hoe zou een telecomoperator zulke ongebruikte minuten boekhoudkundig moeten verwerken? IAS/IFRS en US GAAP geven hier het volgende voor:

	IAS / IFRS	US GAAP
Regelgeving	- IAS 18	- CON 5 - SAB 104
Timing bij het erkennen van opbrengsten	Opbrengsten dienen erkend te worden naar rato van de verrichte prestaties, of met andere woorden aan het ritme van het belminutenverbruik. Wanneer de geldigheidsperiode van ongebruikte belminuten vervalt dienen de hieraan gerelateerde opbrengsten dan ook meteen volledig erkend te worden.	Er bestaat geen specifieke regelgeving voor rollover minuten. Een mogelijke interpretatie uit bestaande regelgeving is wel de volgende: - In sommige gevallen beschikt de operator over het bewijs (zoals historische data) dat een deel van de beschikbare belminuten waarschijnlijk ongebruikt zal blijven tot aan het einde van hun geldigheidsperiode. - In dat geval zou de operator bij het erkennen van zijn opbrengsten rekening kunnen houden met de waarschijnlijkheid op ongebruikte belminuten aan het einde van hun geldigheidsperiode. Dit zou resulteren in het alloceren van een hogere vaste opbrengst per gebruikte minuut.
Besluit	Algemeen is er geen verschil tussen IAS/IFRS en US GAAP.	

Veronderstel bijvoorbeeld dat een klant een contract van bepaalde duur met een telecomoperator aangaat waarbij de klant elke maand een maximum van 60 minuten beltijd krijgt in ruil voor een vaste maandelijkse vergoeding van 30 euro. Het contract voorziet een rollover van twee maanden. In de eerste maand belt de klant slechts 30 minuten, net zoals in de tweede maand. In de derde maand belt hij er 120. Zowel volgens US GAAP als IAS/IFRS zou de erkenning van opbrengsten er in de eerste drie maanden van het contract dan als volgt uitzien:

	1 ^e maand	2 ^e maand	3 ^e maand
Aantal gebruikte minuten	30 min	30 min	120 min
Ontvangsten	€30	€30	€30
Opbrengsten	€15	€15	€60

Een opbrengstenerkenning volgens het ritme van verbruik aan belminuten zou in dit geval immers een opbrengst van 30 euro gedeeld door 60 minuten betekenen. Dit geeft een halve euro aan opbrengst per gebelde minuut.

De maandelijkse winst voor de telecomoperator zal, ondanks de verschillende hoeveelheid aan opbrengsten per maand, een evenwichtig patroon vertonen. Dit komt omdat een frequenter gebruik van zijn netwerk gepaard zal gaan met hogere werkingskosten. De maanden waarin de telecomoperator met andere woorden hoge opbrengsten verdient zullen simultaan gepaard gaan met hoge kosten. De uiteindelijke winstmarge zal met andere woorden niet vaak extreme waarden vertonen.

Laten we ter verduidelijking van deze boekhoudkundige uitdaging nog een tweede voorbeeld bekijken. Neem hiervoor dezelfde gegevens als in het eerste voorbeeld met als verschil een rollover van slechts één maand in plaats van twee maanden. Daarbij pleegt de klant nu ook geen énkeltje in de eerste drie maanden. De erkenning van opbrengsten zou er dan als volgt uitzien:

	1 ^e maand	2 ^e maand	3 ^e maand
Aantal gebruikte minuten	0 min	0 min	0 min
Ontvangsten	€30	€30	€30
Opbrengsten	-	€30	€30

Er dienen geen opbrengsten erkend te worden voor verbruikte belminuten, omdat deze er gewoon niet zijn. De geldigheidsperiode van ongebruikte belminuten is echter steeds op het einde van de volgende maand vervallen waardoor de hieraan gerelateerde opbrengsten op de vervaldatum meteen volledig erkend moeten worden.

In de eerste maand boekt men een toename van de rekening courant met 30 euro. Deze ontvangst mag echter nog niet als opbrengst erkend worden omdat er nog geen belminuten door de klant gebruikt zijn. De ontvangst wordt dus voorlopig tegengeboekt met de rekening

over te dragen opbrengsten. Een maand later herhaalt deze boeking zich voor maand twee evenals nog een maand later voor maand drie. Er wordt echter een extra boeking toegevoegd ter erkenning van de opbrengsten uit de vorige maand vermits deze resterende belminuten ondertussen hun vervaldatum bereikt hebben.

Eerste maand:

Rek.	D	C
Bank rekening courant (<i>actiefrekening</i>) aan Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>)	30	30

Tweede evenals derde maand:

Rek.	D	C
Bank rekening courant (<i>actiefrekening</i>) aan Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>)	30	30

Rek.	D	C
Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	30	30

4.4 DE PREPAID KAART

4.4.1 Rechtstreekse verkoop door de telecomoperator

Wanneer je een prepaid kaart koopt, koop je een beltegoed om met je gsm-toestel te kunnen bellen. Dat beltegoed vertegenwoordigt de waarde en de verkoopprijs van de gekochte prepaid kaart. Deze verkoopprijs staat daarbij ook effectief op de prepaid kaart gedrukt. Na activering van de prepaid kaart zal het beltegoed of de belwaarde die de kaart vertegenwoordigt slechts gedurende een beperkte periode geldig blijven. Belwaarde verkocht met prepaid kaarten heeft met andere woorden een vervaldatum die kan variëren van de éne tot de andere telecomoperator. Stel bijvoorbeeld dat prepaid kaarten verkocht zouden worden tegen een belwaarde van 50 euro in ruil voor 50 minuten beltijd. Daarbovenop zou deze belwaarde een

geldigheidsperiode hebben van 60 dagen vanaf activeringsdatum. Indien binnen deze periode niet opgebruikt, gaat enige ongebruikte belwaarde dus verloren. De boekhoudkundige uitdaging voor de telecomoperator bestaat er nu in wanneer de opbrengst uit de verkoop van een prepaid kaart te boeken. Meteen bij de verkoop van de kaart? Of gedurende de dienstverlening zelf (met andere woorden wanneer er gebeld wordt en belwaarde dus geconsumeerd wordt)? US GAAP en IAS/IFRS geven het volgende antwoord:

	IAS/IFRS	US GAAP
Regelgeving	- IAS 18	- EITF 00-21 - EITF 01-9 - SAB 104 - CON 5
Timing bij het erkennen van opbrengsten	Opbrengsten dienen erkend te worden naarmate de dienst verleend wordt. Op de vervaldatum van de belwaarde dienen enige nog niet erkende opbrengsten meteen volledig in erkenning genomen te worden.	Opbrengsten dienen erkend te worden naarmate de dienst verleend wordt. Op de vervaldatum van de belwaarde dienen enige nog niet erkende opbrengsten meteen volledig in erkenning genomen te worden.
Besluit	Er is geen verschil tussen IAS/IFRS en US GAAP.	

Veronderstel dat de klant uit ons voorbeeld het volgende belpatroon zou vertonen waarbij de eerste dag zowel de dag van aankoop als de dag van activering van de prepaid kaart betekent:

	1 ^e dag	2 ^e dag	3 ^e dag	4 ^e dag	...	59 ^e dag	60 ^e dag
Resterende belwaarde	50	47	46	40		10	10
Ontvangsten	50	-	-	-		-	-
Opbrengsten	-	3	1	6		-	10

Dan zou de boekhoudkundige verwerking voor de telecomoperator er als volgt uitzien:

Dag 1: De klant koopt een prepaid kaart en activeert die. De volledige opbrengst wordt uitgesteld omdat er nog geen dienstverlening heeft plaatsgevonden. De klant heeft immers nog niet gebeld of met andere woorden het netwerk van de telecomoperator nog niet gebruikt. De dienstverlening van de operator bestaat uit het verlenen van beltijd en niet het verkopen van een prepaid kaart.

Rek.	D	C
Kas (<i>actiefrekening</i>) aan Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>)	50	50

Dag 2: De klant belt drie minuten. De overeenkomstige opbrengsten kunnen nu erkend worden met een opbrengst van (50 euro gedeeld door 50 minuten beltijd is) 1 euro per minuut.

Rek.	D	C
Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	3	3

Dag 3: De klant belt één minuut.

Rek.	D	C
Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	1	1

Dag 4: De klant belt zes minuten.

Rek.	D	C
Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	6	6

Dag 60: De klant belt niet. Daarbij is dit de vervaldatum van enig overgebleven beltegoed, zijnde in dit geval tien euro. Er zal voor dit beltegoed geen dienst meer verleend moeten worden waardoor het resterende saldo aan opbrengsten meteen volledig erkend kan worden.

Rek.	D	C
Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	10	10

4.4.2 Indirecte verkoop via een verdeler

Wanneer een telecomoperator zijn prepaid kaarten via verdelers aan de klant gaat brengen, zal hij deze sowieso steeds met zijn logo bedrukken en daarbij een gratis lijn voor klantenservice ter beschikking stellen. De verdeler is verplicht de prepaid kaarten aan klanten door te verkopen tegen de originele belwaarde die de kaart waard is. De klant betaalt met andere woorden, net zoals in het geval van directe distributiekkanalen, het bedrag dat op de kaart zelf gedrukt staat. Na uiteindelijke verkoop van een prepaid kaart aan de klant betaalt de verdeler de hiervoor ontvangen inkomsten terug aan de telecomoperator minus een commissie. Daarbij heeft de verdeler na de verkoop van de prepaid kaarten en de doorstorting van de gerelateerde ontvangsten geen verdere verplichtingen meer ten opzichte van de telecomoperator. De boekhoudkundige uitdaging die zich aan de telecomoperator presenteert kan aan de hand van volgende vragen omschreven worden:

- Wanneer zou de telecomoperator de opbrengst uit de verkoop van een prepaid kaart moeten boeken? Meteen bij de verkoop van de kaart? Of weer gelijklopend met de eigenlijke dienstverlening?
- Moet de opbrengst daarbij erkend worden als een brutobedrag (zijnde het ontvangen bedrag bij de verkoop van de prepaid kaart) met de betaalde commissie aan de verdeler dus als een aparte kost beschouwd, of als een nettobedrag (zijnde het ontvangen bedrag bij de verkoop van de prepaid kaart minus de commissie)?

US GAAP en IAS/IFRS geven het volgende antwoord:

	IAS / IFRS	US GAAP
Regelgeving	- IAS 18 - IAS 8	- EITF 99-19 - EITF 01-9 - SAB 104 - CON 5
Bruto- versus netto-opbrengst	Er bestaat geen specifieke regelgeving voor bruto- versus nettorapportering, noch hoe de relatie tussen principaal en agent geanalyseerd dient te worden. EITF 99-19 en EITF 01-19, die deze specifieke onderwerpen wel behandelen, mogen echter ook onder IAS 8 toegepast worden*.	Bruto-opbrengst, behalve wanneer de commissies in werkelijkheid volumekortingen of handelskortingen zijn. EITF 99-19 definieert bruto-opbrengst als het geval wanneer de dealer als principaal acteert**.
Besluit	Algemeen is er geen verschil tussen IAS/IFRS en US GAAP vermits EITF 99-19 en EITF 01-19 onder IAS 8 toegepast mogen worden.	

* Bij het ontbreken van een IAS/IFRS-standaard of -interpretatie die specifiek van toepassing is op een bepaalde transactie kan men volgens IAS 8 op oordeelkundige wijze een andere grondslag voor financiële verslaggeving toepassen die tot informatie leidt die:

- a. relevant is voor de economische besluitvormingsbehoeften van gebruikers;
- b. betrouwbaar is.

** Alle indicatoren die wijzen op een rolvervulling van principaal versus agent of met andere woorden een bruto- versus nettoboeking werden eerder besproken onder paragraaf 3.2.2.2.

Veronderstel dat een klant gebruik maakt van prepaid kaarten om met zijn gsm te bellen. Hij koopt deze prepaid kaarten steeds bij zijn lokale supermarkt. In het begin van de maand kocht hij er een prepaid kaart ter waarde van 50 euro (in ruil voor 50 minuten beltijd). Hij heeft er gedurende deze maand meteen voor 20 euro mee gebeld. Op de verkoop van elke prepaid kaart ter waarde van 50 euro, verdient de 'supermarkt' een commissie van 5 euro. De prepaid kaarten zijn telkens twaalf maanden geldig vanaf hun activering.

Indien de supermarkt, volgens de criteria van EITF 99-19, als agent zou acteren en de telecomoperator met andere woorden de principaal zou zijn, dan zouden voor afgelopen maand de volgende brutoboeking bij de telecomoperator plaatsvinden:

Rek.	D	C
Kas (<i>actiefrekening</i>)	45	
Over te dragen kosten (<i>actiefrekening</i>) aan Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>)	5	50

Rek.	D	C
Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	20	20

Rek.	D	C
Commissies aan derden (<i>kostenrekening</i>) aan Over te dragen kosten (<i>actiefrekening</i>)	2	2

Indien de supermarkt, volgens de criteria van EITF 99-19, echter als principaal zou acteren en de telecomoperator met andere woorden de agent zou zijn, dan zouden voor afgelopen maand de volgende nettoboeking bij de telecomoperator plaatsvinden:

Rek.	D	C
Kas (<i>actiefrekening</i>)	45	
Over te dragen kosten (<i>actiefrekening</i>) aan Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>)	5	50

Rek.	D	C
Over te dragen opbrengsten (<i>passiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	20	20

Rek.	D	C
Commissies (<i>opbrengstenrekening</i>) aan Over te dragen kosten (<i>actiefrekening</i>)	2	2

Hier brengt de rekening “Commissies” de rekening “Verkopen” in mindering. De opbrengstenrekening vertoont nu gecumuleerd slechts 18 euro (tegenover 20 euro bij brutorapportering); de kostenrekening vertoont geen saldo. De cash flow is echter meestal netto. De ‘supermarkt’ zal immers niet eerst het volledige ontvangen bedrag naar de telecomoperator overschrijven, om vervolgens een commissie teruggestort te krijgen. Zij zal de commissie zelf reeds inhouden en het resterende bedrag overschrijven.

Het verschil tussen bruto- en nettorapportering van opbrengsten mag niet onderschat worden. In deze voorbeelden gaat het telkens maar over kleine bedragen. Maar in werkelijkheid geven de bruto- en nettomethode een enorm verschil in grootte van de omzet of met andere woorden de verkopenrekening.

4.5 CONTENT OPBRENGSTEN

De verkoop van content, of letterlijk vertaald '*gebruikers-gegenereerde inhoud*', via digitale kanalen wordt voor steeds meer bedrijven en in steeds meer sectoren een belangrijke activiteit. Zo groeide bijvoorbeeld de online muziekservice iTunes de afgelopen twee jaar met meer dan 200 procent. Ook de verkoop van beltonen voor mobiele telefoons is inmiddels een volwassen markt: nu al besteedt een gemiddelde mobiele gebruiker meer dan 6 euro aan mobiele content, en de verwachting is dat de omzet uit mobiele content kan verdriedubbelen naar 37,6 miljard euro wereldwijd. De ontwikkeling in de verkoop van digitale content roept nieuwe issues op ten aanzien van de omzetbeheersing of *revenue assurance*¹ van deze inkomstenstroom (KPMG, 2006).

Operatoren bieden allerlei content diensten aan. Het betreft hier vooral zogenaamde '*premium rate services*'; diensten waarvoor een hoog tarief aan de klant doorgefactureerd kan worden. Voorbeelden hiervan zijn 0900-nummers, beltonen, screensavers, beelden, live nieuws streaming, enzovoort. Een contract tussen een telecomoperator en een content provider bestaat uit verschillende elementen die de opbrengstenboekhouding van een telecomoperator sterk beïnvloeden. Men dient alleszins rekening te houden met de volgende factoren uit EITF 99-19:

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

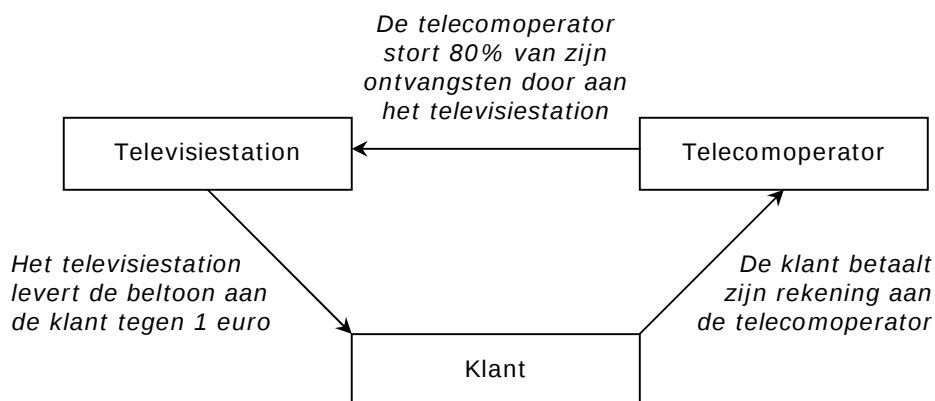
- Wie is de primaire schuldenaar, wie is met andere woorden verantwoordelijk voor het leveren van de dienst en het creëren van de vordering ten opzichte van de klant?
- Wie bepaalt de uiteindelijke prijs die de klant moet betalen?
- Wie bezit de macht om de content provider uit te kiezen?
- Wie draagt het kredietrisico?

Voor de telecomoperator doet er zich met andere woorden weer een bruto versus netto boekhoudmoeilijkheid voor. Moet de content opbrengst op brutobasis erkend worden (met de betaling aan de leverancier als een aparte kost), of eerder op nettobasis? US GAAP en IAS/IFRS bieden het volgende antwoord:

	US GAAP	IAS / IFRS
Regelgeving	- IAS 18 - IAS 8	- EITF 99-19
Bruto- versus netto-opbrengst	Er bestaat geen specifieke regelgeving voor bruto- versus nettorapportering, noch hoe de relatie tussen principaal en agent geanalyseerd dient te worden. EITF 99-19 en EITF 01-19, die deze specifieke onderwerpen wel behandelen, mogen echter ook onder IAS 8 toegepast worden.	De analyse van de EITF 99-19 indicatoren* dient voor elk contract apart te gebeuren. EITF 99-19 beschouwt geen enkele van de indicatoren belangrijker dan de andere; toch wordt er in de praktijk meer nadruk gelegd op volgende indicatoren: - Wie is de primaire schuldenaar? (Dit is de indicator die in het algemeen het zwaarst doorweegt.) Hoe is de overeenkomst met de content leverancier opgesteld en wordt de wettelijke verantwoordelijkheid gedeeld? - Heeft de operator beslissingsmacht over de prijs of krijgt zij een vast percentage op de transactieprijs zoals die bepaald is door de content leverancier? - Is de operator degene die de productspecificaties kan wijzigen?

Besluit	Algemeen is er geen verschil tussen IAS/IFRS en US GAAP vermits EITF 99-19 onder IAS 8 toegepast mag worden.
* Alle indicatoren die wijzen op een rolvulling van principaal versus agent of met andere woorden een bruto- versus nettoboeking werden eerder besproken onder paragraaf 3.2.2.2.	

Veronderstel dat een klant van een bepaalde telecomoperator reclame ziet over de nieuwste beltoon op zijn favoriete televisiestation. Hij wil deze graag hebben en stuurt daarom een sms naar het nummer dat hij ziet op het televisiescherm. De beltoon wordt door het televisiestation aan de klant geleverd tegen een bedrag van 1 euro. Dit gebeurt echter via het netwerk van de betreffende telecomoperator. De klant betaalt zijn rekening ook aan de telecomoperator en niet aan het televisiestation. Het televisiestation heeft echter een contract met de telecomoperator afgesloten waarin staat geschreven dat voor elke aangekochte beltoon de operator 80% van zijn ontvangen bedrag over dient te maken aan het televisiestation. Schematisch ziet dit er als volgt uit:



Indien het televisiestation, volgens de criteria van EITF 99-19, als agent zou acteren en de telecomoperator met andere woorden de principaal zou zijn, dan zouden betreffende de verkoop van de beltoon de volgende brutoboeking bij de telecomoperator plaatsvinden:

Rek.	D	C
Bank rekening courant (<i>actiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	1	1

Rek.	D	C
Commissies aan derden (<i>kostenrekening</i>) aan Leveranciers (<i>passiefrekening</i>)	0,80	0,80

In dit geval vertoont de omzetrekening een saldo van 1 euro en de kosten/commissierekening een saldo van 0,8 euro. Dit geeft een winstmarge van 0,20 euro.

Indien het televisiestation, volgens de criteria van EITF 99-19, echter als principaal zou acteren en de telecomoperator met andere woorden de agent zou zijn, dan zouden betreffende de verkoop van de beltoon de volgende nettoboeking bij de telecomoperator plaatsvinden:

Rek.	D	C
Bank rekening courant (<i>actiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	1	1

Rek.	D	C
Commissies (<i>opbrengstenrekening</i>) aan Handelsschulden (<i>passiefrekening</i>)	0,80	0,80

In dit geval vertoont de omzetrekening een saldo van 0,20 euro en de commissiekostenrekening een saldo van 0 euro. Ook dit geeft een winstmarge van 0,20 euro. Bij het erkennen van opbrengsten draait het met andere woorden niet om de winstmarge. Er is echter vooral een grote impact op het omzetcijfer. Telecomoperatoren zullen daar waar regelgeving ruimte laat voor interpretatie, steeds willen rapporteren met een zo hoog mogelijke omzet naar investeerders toe.

4.6 KLANTENLOYALITEITSPROGRAMMA'S

Heel wat ondernemingen maken gebruik van klantenloyaliteitsprogramma's om bestaande klanten te behouden. Pioniers op dit vlak zijn vliegmaatschappijen met de introductie van hun *frequent flyer miles programs*¹. Ondertussen vinden zulke klantenloyaliteitsprogramma's echter ook hun gading in heel wat andere sectoren, waaronder de telecomsector. Verschillen in de voorwaarden van klantenloyaliteitsprogramma's vragen om verschillende boekhoudbenaderingen, afhankelijk van hun inhoud en condities. Deze programma's betreffen, omwille van het gebrek aan gepaste regelgeving, alleszins één van de grotere boekhoudkundige uitdagingen voor telecomoperatoren.

Maar wat moet men zich juist voorstellen bij zulke klantenloyaliteitsprogramma's van telecomoperatoren? Veronderstel bijvoorbeeld dat een telecomoperator op 01/10/20X1 een klantenloyaliteitsprogramma lanceert waarbij alle postpaid klanten op elke euro die zij bellen een beloning van 0,03 euro krijgen. Deze beloning van 0,03 euro vertegenwoordigt daarbij één punt. Aan de hand van zulke beloningen kunnen klanten dus punten opsparen. Deze punten kunnen bij vernieuwing van een contract vrijwillig gebruikt worden als korting bij de aankoop van een nieuw gsm-toestel bij diezelfde telecomoperator.

Veronderstel hiervoor bijvoorbeeld dat een nieuwe klant een dienstencontract met een bepaald belplan bij de telecomoperator aangaat en er meteen ook de mogelijkheid bij krijgt een nieuw gsm-toestel te kopen tegen de voordelige prijs van 50 euro. Bestaande klanten van deze telecomoperator hebben dan weer de mogelijkheid tot de voordelige aankoop van zo een nieuw gsm-toestel bij vernieuwing van hun contract; een bestaande klant kan zich deze zelfde gsm dan bijvoorbeeld aanschaffen tegen de prijs van 80 euro. Op het eerste zich lijkt het nu alsof bestaande klanten benadeeld zijn ten opzichte van nieuwe klanten; net alsof zij in dezelfde situatie 30 euro meer moeten betalen. Maar het tegengestelde is waar. Elk verzameld

¹ Zie bijlage 1: Verklarende woordenlijst

gecumuleerd punt zal bij de aankoop van deze gsm immers een korting van 0,03 euro vertegenwoordigen (i.e. de nominale waarde). Als een bestaande klant dan meer dan 1 000 punten heeft verzameld, dan zal hij deze gsm uiteindelijk aan een voordeligere prijs kunnen kopen dan een nieuwe klant. Indien hij deze grens van 1 000 punten echter niet bereikt dan zal een bestaande klant voor de aankoop van de gsm wel van een lagere korting genieten dan de korting voor nieuwe klanten. Maar een bestaande klant heeft alleszins de mogelijkheid tot een bijkomend voordeel ten opzichte van een nieuwe klant. Dit is ook het doel van klantenloyaliteitsprogramma's; om bestaande klanten te behouden via een aanbod van extra voordelen.

Klantenloyaliteitsprogramma's werden tot voor kort niet door IAS/IFRS behandeld. Hier kwam verandering in toen er in juni 2007 een nieuwe IFRIC werd goedgekeurd. Het betreft IFRIC 13: "Customer Loyalty Programmes". IFRIC 13 is bindend voor boekjaren beginnende op of na 1 juli 2008. Vroegere toepassing is echter steeds toegelaten. (International Accounting Standards Board, 2008)

De IFRIC-13-interpretatie benadert de boeking van loyaliteitspunten als een geschonken deel van een verkoopstransactie. Klanten kunnen dit geschenk in de toekomst gratis innen, of wanneer bepaalde condities bereikt zijn, als afprijzing gebruiken op de aankoop van andere goederen en diensten. Om verder te gaan op deze interpretatie zou een loyaliteitspunt daarom:

- uit een voorbije transactie moeten voortvloeien;
- in staat zijn de beloofde schenking aan de klant in de toekomst te vervullen, of omgekeerd, een verplichting voor de schenker moeten induceren.

Algemeen beschrijft IFRIC 13 een model van uitgestelde omzet. Toegekende punten worden er als een aparte component van een verkoopstransactie beschouwd. De opbrengst volgend uit deze component wordt volgens IFRIC 13 uitgesteld totdat er aan één van de volgende voorwaarden voldaan is:

- de punten zijn door de klant gebruikt/omgezet;
- de verplichting om bij de toekomstige omzet van punten de gerelateerde schenking te leveren heeft zich naar een andere entiteit verplaatst;
- het is zeer onwaarschijnlijk dat de punten nog gebruikt zullen worden;
- de punten zijn vervallen.

De punten dienen daarbij steeds tegen hun reële waarde gewaardeerd te worden. Of met andere woorden, de waarde waartegen de punten apart verkocht *zouden* kunnen worden. IFRIC 13 specificeert verder dat de reële waarde steeds geschat moet worden, zelfs indien zij niet rechtstreeks bepaald kan worden. Indien dit laatste effectief het geval is, dan zou deze schatting kunnen gebeuren op basis van de tegenwaarde van het goed waarvoor de punten omgeruild kunnen worden. Maar op welke manier zij ook bepaald wordt, de reële waarde moet steeds verminderd worden met:

- kortingen die toegestaan worden aan klanten die geen loyaliteitspunten verzamelen;
- de reële waarde van de proportie aan punten die naar alle waarschijnlijkheid nooit uitgeoefend zal worden.

Samengevat schrijft IAS/IFRS dus het volgende betreffende de boekhoudkundige verwerking van klantenloyaliteitsprogramma's:

	IAS / IFRS	US GAAP
Regelgeving	- IFRIC 13	/
Opbrengsten uit toegekende punten	Toegekende punten worden als een aparte component van een verkoopstransactie beschouwd. De opbrengst volgend uit deze component wordt uitgesteld tenzij er aan bepaalde criteria voldaan is.	/

	De punten dienen daarbij steeds tegen hun reële waarde gewaardeerd te worden.	
Besluit	Er bestaat een verschil tussen IAS/IFRS en US GAAP daar US GAAP, in tegenstelling tot IAS/IFRS, deze topic niet behandelt.	

Herneem nu het voorbeeld en veronderstel dat, ter berekening van de reële waarde van zo een punt, sedert de lancering van de telecomoperator zijn klantenloyaliteitsprogramma op 01/10/20X1, de volgende punten op de volgende tijdstippen toegekend en gebruikt zijn geweest:

31/12/20X1	31/03/20X2	30/06/20X2
Er zijn 75 000 000 punten toegekend, maar deze werden nog niet omgezet.	In het eerste kwartaal van 20X2 werden 40 000 000 punten toegekend. Hiervan werden 11 000 000 punten meteen ook in hetzelfde kwartaal omgezet. In dit kwartaal werden tevens 25 750 000 punten, van de punten die in het vierde kwartaal van 20X1 toegekend werden, omgezet.	In het tweede kwartaal van 20X2 werden 50 000 000 punten omgezet. Hiervan werden 10 000 000 punten meteen ook in hetzelfde kwartaal omgezet. In dit kwartaal werden tevens 25 000 000 punten, van de punten die in het vierde kwartaal van 20X1 toegekend werden, omgezet. Evenals 15 000 000 punten, van de punten die in het eerste kwartaal van 20X2 werden toegekend.
Toegekende punten hebben daarbij een geldigheidsperiode van 3 jaar.		

In de telecomsector splitst de moeilijkheid zich nu toe op het bepalen van de reductie die er geboekt moet worden op de nominale waarde van een punt (in ons voorbeeld dus 0,03 euro). Er moet namelijk bepaald worden hoeveel extra korting het loyaliteitsprogramma aanbrengt aan

bestaande klanten in vergelijking met nieuwe klanten die hetzelfde contract aangaan en met andere woorden (nog) geen deel uitmaken van het klantenloyaliteitsprogramma. Deze extra korting zal dan niet als uitgestelde opbrengst behandeld moeten worden.

Stel nu dat de operator uit het voorbeeld op 31/03/20X2 de reële waarde van zijn toegekende punten gaat berekenen. Daarbij wordt ook nog de volgende informatie gegeven:

Het aantal klanten dat zijn punten op dat moment heeft omgezet (er wordt met andere woorden verondersteld dat klanten al hun punten ineens omzetten!)	25 000
Het aantal klanten hieruit dat bij de aankoop van het gsm-toestel van een lagere korting heeft genoten dan nieuwe klanten	1 800
Het aantal klanten hieruit dat bij de aankoop van het gsm-toestel van een hogere korting heeft genoten dan nieuwe klanten	23 200
Het totale aantal punten omgezet door deze 23 200 klanten	35 000 000
Het aantal punten omgezet door de 1800 klanten	1 750 000
Het aantal benodigde punten om een hogere korting te bekomen dan nieuwe klanten bij de aankoop van het gsm-toestel	> 1 000

Om te beginnen zal de telecomoperator de meerwaarde moeten berekenen die klanten halen uit het volgen van het klantenloyaliteitsprogramma. Dit bedrag is volgens IFRIC 13 het bedrag dat als uitgestelde opbrengst geboekt dient te worden. Om dit bedrag te berekenen, berekent men de korting voor reeds bestaande klanten en vergelijkt men dit met de tegenwaarde die nieuwe klanten voor deze korting zouden moeten krijgen. Het verschil tussen beiden is de reële waarde van het loyaliteitsprogramma. In het voorbeeld ziet deze berekening er concreet als volgt uit:

De totale korting toegestaan aan bestaande klanten die een hogere korting zijn gekomen dan nieuwe klanten, of met andere woorden de totale waarde van het loyaliteitsprogramma voor de bestaande klanten is gelijk aan:	$35\,000\,000 * 0,03 \text{ euro}$ $= 1\,050\,000 \text{ euro}$
Indien deze klanten echter allemaal nieuw waren, wat zou dan een inschatting zijn van de korting die ze zouden moeten bekomen om eenzelfde tegenwaarde als de bestaande klanten te krijgen? Of met andere woorden, indien deze klanten echter allemaal nieuw waren en dus van de korting voor nieuwe klanten zouden genieten, dan zou deze totale korting gelijk zijn aan:	$23\,200 * 1\,000 * 0,03 \text{ euro}$ $= 696\,000 \text{ euro}$
De reële waarde van het extra voordeel voor de bestaande klanten, of de extra korting die bestaande klanten met het loyaliteitsprogramma behalen is dan gelijk aan:	$1\,050\,000 \text{ euro}$ $- 696\,000 \text{ euro}$ $= 354\,000 \text{ euro}$

Wanneer deze reële waarde door het totale aantal toegekende punten van de periode gedeeld wordt, dan bekomt men de reële waarde van één punt (weliswaar met de assumptie dat 100 procent van de punten omgezet wordt). Dit geeft een reële waarde van $354\,000 \text{ euro} / (11\,000\,000 + 25\,750\,000)$, of $354\,000 \text{ euro} / (35\,000\,000 + 1\,750\,000) = 354\,000 \text{ euro} / 36\,750\,000 = 0,010 \text{ euro per punt}$.

Het gebeurt natuurlijk ook vaak dat houders van loyaliteitspunten deze punten niet uitoefenen of dat het aantal verzamelde punten te laag blijft om er iets mee te kunnen doen. IFRIC 13 vereist een afzonderlijke aandacht voor zulke loyaliteitspunten. Volgens IFRIC 13 dient het bedrag van de uitgestelde opbrengst hieraan aangepast te worden. Stel dat de operator uit ons voorbeeld vanuit historische data heeft kunnen berekenen dat 10 procent van de toegekende punten nooit omgezet zal worden. Dit betekent dat de reële waarde per punt dan tot 0,009 euro zou dalen. Vermits de operator tijdens het eerste kwartaal van 20X2 $40\,000\,000$ punten heeft toegekend, bedraagt de uitgestelde opbrengst $40\,000\,000 * 0,009 \text{ euro} = 360\,000 \text{ euro}$.

Het is duidelijk dat klantenloyaliteitsprogramma's een heel ingewikkelde boekhouding met zich meebrengen. Voor het ontstaan van IFRIC 13 bestond er hier géén begeleiding in. Hoewel het EITF de topics "punten" en "loyaliteitsprogramma's" wel in sommige van haar standaarden

oppervlakkig aanraakt, bestaan er binnen US GAAP geen specifieke bindende regels betreffende de boekhoudkundige verwerking van zulke programma's.

4.7 CONVERGENTE AANBIEDINGEN

Een convergente aanbieding is een aanbieding die uit meerdere producten bestaat. Het verschil met bundling bestaat erin dat bij het aanbod van een bundel verschillende elementen binnen één productgroep aangeboden worden, zoals bijvoorbeeld een gsm-toestel plus mobiele internetverbinding op dit gsm-toestel, plus extra beltonen. Bij convergente aanbiedingen gaat het eerder om het aanbod van pakketten bestaande uit meerdere elementen die de verschillende productgroepen uit hoofdstuk 2 overschrijden. Zo is het aanbod van een vaste telefoonlijn plus breedbandinternet, plus televisie, plus mobiele telefonie (quadruple play) een convergente aanbieding.

Convergente aanbiedingen vormen een nieuwe trend binnen de telecomsector. In ons land is de convergente telecomaanbieding nog maar een zeer recent gegeven. Deze nieuwe manier van diensten aanbieden geschiedt vaak tussen meerdere entiteiten binnen eenzelfde groep of holding en stelt weer heel nieuwe boekhoudkundige problemen open. Stel bijvoorbeeld dat telecomoperator M een moederonderneming is die zelf enkel vaste telefonie en breedbandinternet aanbiedt. Haar dochteronderneming D daarentegen, is een gsm-operator die op alleenstaande basis gsm-diensten aanbiedt. De commerciële strategie van M bestaat er nu in om, naast haar eigen producten, ook een convergent pakket van internet- en gsm-diensten aan haar klanten aan te bieden. De gsm-belminuten over het netwerk van de dochter worden daarbij door M tegen groothandelsprijs van D gekocht. De contractuele eindverplichting ten opzichte van de klant, evenals het debiteurenrisico, liggen bij M. M koopt de capaciteit op het netwerk tegen een vaste prijs van D aan, maar verkoopt deze dan tegen een zelf bepaalde prijs verder.

Volgens welke methode zouden de opbrengsten uit zulke convergente aanbiedingen nu opgenomen moeten worden in de geconsolideerde boekhouding van operator M?

Bij de moeder doet er zich allereerst een bruto- versus nettoprobleem voor betreffende de aangeboden gsm-diensten. Dienen de hieruit volgende opbrengsten bruto (met de aankoop van de netwerkcapaciteit van D als een kost) of netto (met de aankoop van de netwerkcapaciteit van D als een vermindering van de opbrengst) te worden gerapporteerd? Volgens EITF 99-19 dienen hiervoor onder andere de volgende drie factoren onderzocht te worden, als indicatoren voor brutorapportering:

- Identificatie van de primaire schuldenaar: het feit dat de contractuele relatie met de eindconsument tot stand komt bij M en het feit dat de klantenservice door M verleend wordt zijn sterke indicatoren dat M de primaire schuldenaar is in de transactie.
- Vrijheid in prijszetting: M koopt netwerkcapaciteit van D tegen een vaste prijs, maar heeft vervolgens vrijheid in de prijszetting van de convergente aanbieding naar haar klanten toe.
- Drager van het kredietrisico: het kredietrisico voor de convergente aanbieding wordt gedragen door M.

Hieruit kan besloten worden dat M de opbrengsten volgend uit de aangeboden gsm-diensten volgens de brutomethode dient te verwerken. Maar de convergente aanbieding bestaat natuurlijk niet enkel uit deze gsm-diensten, maar ook deels uit de internetdiensten van de moederonderneming zelf. Hoe zou de totale opbrengst van de convergente aanbieding over deze twee elementen gealloceerd moeten worden? Welk deel van de totale opbrengst moet met andere woorden als opbrengst uit internetdiensten verwerkt worden en welk deel als opbrengst uit gsm-diensten? Het enige wat wij voorlopig met zekerheid kunnen zeggen is dat opbrengsten volgend uit aangeboden gsm-diensten alleszins volgens de brutomethode verwerkt dienen te worden.

Allereerst dienen, ter oplossing van deze tweede vraag, volgens EITF 00-21 aanbiedingen bestaande uit meerdere elementen in aparte boekhoudkundige transacties verwerkt te worden wanneer alle verschillende elementen uit de aanbieding afzonderlijk aan drie bepaalde criteria voldoen, waar in ons voorbeeld inderdaad aan voldaan is:

- beide producten uit het voorbeeld hebben een afzonderlijke waarde voor de klant omdat ze ook apart aangeboden worden (door M en D);
- daardoor bestaat er een objectieve en betrouwbare manier om een reële waarde aan beide producten toe te kennen;
- de erkenning van de opbrengsten voor elk van de twee producten zal op deze reële waarde gebaseerd kunnen worden.

In ons voorbeeld zijn de aparte transacties relatief gemakkelijk te bepalen: namelijk de gsm-dienst ten opzichte van de internetdienst. Concreet betekent dit dat de moeder opbrengsten zal moeten verwerken alsof er twee producten verkocht worden in plaats van één convergent product.

Eens bepaald dat een aanbieding bestaande uit meerdere elementen effectief in aparte boekhoudkundige transacties verwerkt dient te worden, dienen, volgens EITF 00-21, de totale ontvangsten over deze boekhoudkundige transacties verdeeld te worden op basis van de afzonderlijke waarde van deze boekhoudkundige transacties. In ons voorbeeld betekent dit concreet dat de totale opbrengst van de convergente aanbieding over de gsm-dienst en internetdienst verdeeld zal worden op een manier die evenredig is met hun afzonderlijke reële waarde.

Bijgevolg is onze vraag welke methode gevolgd moet worden in de spreiding van de totale opbrengsten over de gsm-dienst en de internetdienst in de geconsolideerde boekhouding van de moeder, volledig beantwoord. Samengevat dient dit dus evenredig met de afzonderlijke reële verkoopwaarde van de twee producten te gebeuren waarbij voor het product 'gsm-dienst' de

brutomethode gevolgd dient te worden. U vindt hier een kort overzicht van de aangeboden oplossing:

	IAS / IFRS	US GAAP
Regelgeving	- IAS 8	- EITF 99-19 - EITF 00-21
Bruto- versus netto-opbrengst	Er bestaat geen specifieke regelgeving voor bruto- versus nettorapportering. EITF 99-19, die dit onderwerp wel behandelt, mag echter volgens IAS 8, ook onder IAS/IFRS gebruikt worden.	Bruto-opbrengst vanwege de voldoening aan meerdere indicatoren voor brutorapportering.
Waardering en timing bij het erkennen van opbrengsten	IAS/IFRS geeft geen adviezen met betrekking tot het identificeren van contracten bestaande uit meerdere elementen en het alloceren van hun monetaire vergoeding. EITF 00-21 kan dan echter, volgens IAS 8, ook onder IAS/IFRS worden gebruikt.	De opbrengsten uit de verkoop van de convergente aanbieding dienen over afzonderlijke boekhoudkundige transacties verdeeld te worden omdat voldaan is aan de criteria van EITF 00-21: - Beide producten hebben een afzonderlijke waarde voor de klant (de klant zou ze bij wijze van spreken kunnen wederverkopen). - Er bestaat objectieve en betrouwbare informatie omtrent de reële waarde van beide producten. - De erkenning van de opbrengsten zal voor elk van de twee producten op deze reële waarde gebaseerd kunnen worden. De van de klant ontvangen monetaire vergoedingen worden afzonderlijk over de twee producten gealloceerd; en dit gebaseerd op de reële waarde van beiden.
Besluit	Algemeen is er geen verschil tussen IAS/IFRS en US GAAP vermits EITF 99-19 en EITF 00-21 onder IAS 8 toegepast mogen worden.	

Een concreet cijfervoorbeeld wordt hier achterwege gelaten omdat de problematiek van de convergente aanbieding zich enkel beperkt tot de kennis van welke rapporteringsmethode te gebruiken. Deze problematiek wordt daarbij niet in IAS/IFRS behandeld. Er mag met andere woorden dus weer onder IAS 8 naar US GAAP gegrepen worden.

4.8 AANBOD VAN BUNDELS

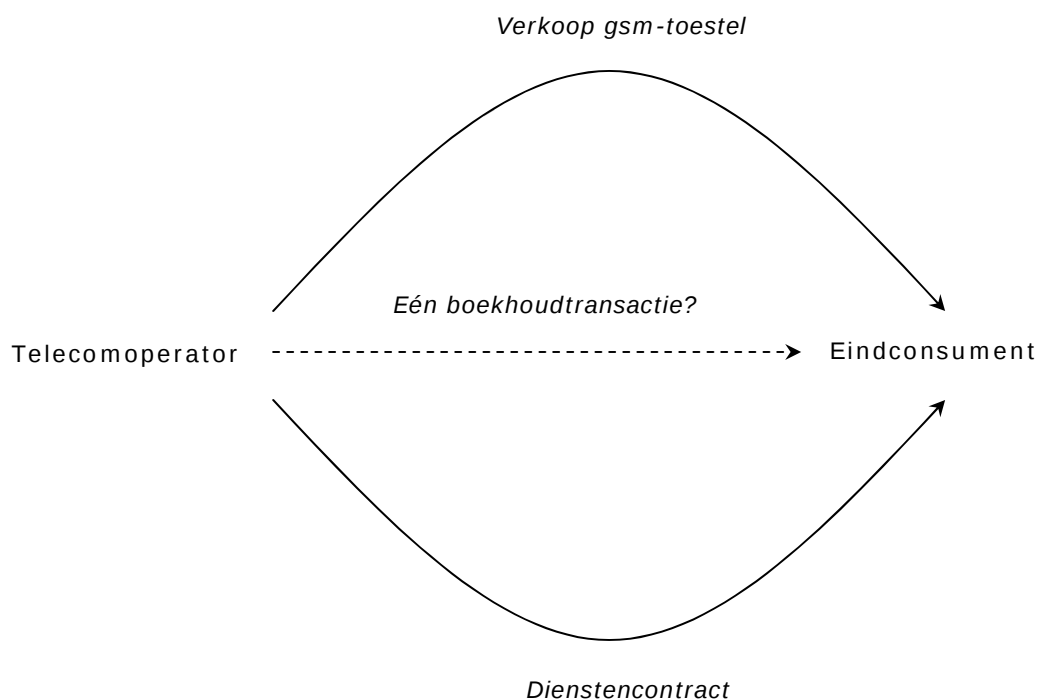
In normale omstandigheden worden de erkenningscriteria van IAS 18 toegepast op de afzonderlijke eenheden van een transactie. In bepaalde omstandigheden is het echter nodig om transacties ook te beschouwen in het licht van de gehele operatie, dit om de economische substantie van de transactie te weerspiegelen. Met andere woorden, transacties dienen in het licht van hun economische substantie beschouwd te worden om te bepalen of ze gecombineerd dan wel gescheiden behandeld dienen te worden voor erkenningsdoeleinden.

Wanneer de verkoopprijs van een product bijvoorbeeld een apart identificeerbaar bedrag inhoudt voor toekomstige diensten, dan wordt dit bedrag op de balans geboekt, zo uitgesteld en pas in opbrengst genomen over de normale geschatte levensduur van het contract met de klant. Wanneer twee transacties echter op een zodanige manier zijn opgebouwd dat de economische substantie van elk van hen niet apart kan worden beschouwd dan worden de erkenningscriteria toegepast op de transacties samen als een geheel.

Gezien het feit dat IAS 18, buiten het voorgaande algemene principe, geen specifieke toelichting geeft over dit onderwerp zouden ondernemingen onder IAS 8 hiërarchie naar US GAAP kunnen verwijzen. Het moet wel gesteld worden dat ondanks het feit dat US GAAP betekenisvolle informatie of richtlijnen zou kunnen verschaffen dit geen vereiste is onder IFRS.

4.8.1 Via directe distributiekanaal

Wanneer men het over bundling via directe distributiekanaal heeft dan bedoelt men telecomoperatoren die via eigen winkels productbundels aan hun klanten aanbieden. Deze kunnen bijvoorbeeld een gratis gsm-toestel plus een dienstencontract met gebruikerstijd op het netwerk van de operator omvatten. De handel in gsm-toestellen door telecomoperatoren wordt hoofdzakelijk gedreven door het objectief nieuwe klanten te verwerven en bestaande klanten te behouden als deel van hun acquisitie-/behoudstrategie. Hoe zouden telecomoperatoren zulke productbundels nu echter boekhoudkundig moeten verwerken? Zijn de verkoop van het gsm-toestel en de voorziene dienst in zulke mate gerelateerd dat hun commercieel effect niet gescheiden kan worden? Of vormen zij een meerdere elementen regeling waarbij de gratis gsm en het dienstencontract als aparte boekhoudtransacties geboekt zouden moeten worden? Schematisch ziet deze boekhoudkundige uitdaging er als volgt uit:



Dit is wat de bestaande IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving erover schrijft:

	IAS/ IFRS	US GAAP
Regelgeving	- IAS 18 - IAS 8	- EITF 00-21
Opbrengsten van het gsm-toestel en het contract met de klant	Volgens IAS 18 dient de manier van boekhoudkundige verwerking de commerciële substantie van de transactie te weerspiegelen. De erkenningscriteria dienen op twee of meer transacties samen toegepast te worden wanneer ze op een zodanige manier gelinkt zijn dat het commerciële effect van de transactie niet kan worden begrepen zonder naar de serie transacties in zijn geheel te verwijzen. Verder geeft IAS/IFRS geen adviezen met betrekking tot het identificeren van contracten bestaande uit meerdere elementen en het alloceren van hun monetaire vergoeding. EITF 00-21 kan dan echter, volgens IAS 8, gebruikt worden onder IAS/IFRS.	De opbrengsten uit de verkoop van de bundel dienen over afzonderlijke boekhoudkundige transacties verdeeld te worden (zijnde een aparte transactie betreffende het gsm-toestel en een aparte transactie betreffende het dienstencontract) omdat voldaan is aan de criteria van EITF 00-21: - Het geleverde toestel heeft afzonderlijke waarde voor de klant (de klant zou het kunnen wederverkopen). - Er bestaat objectieve en betrouwbare informatie omtrent de reële waarde van de nog niet geleverde eenheid uit het dienstencontract, zijnde de gebruikerstijd. - De levering van de nog niet geleverde gebruikerstijd wordt als waarschijnlijk beschouwd en valt hoofdzakelijk onder de leiding en de controle van de verkoper. - Normaal gezien is er geen mogelijkheid om het toestel terug in te leveren. De van de klant ontvangen monetaire vergoedingen worden afzonderlijk aan het gsm-toestel en het dienstencontract gealloceerd; en dit gebaseerd op de reële waarde van beiden.
Besluit	In het algemeen is er geen verschil tussen IAS/IFRS en US GAAP vermits EITF 00-21 onder IAS/IFRS gebruikt kan worden.	

Volgens US GAAP zijn alle voorwaarden voldaan om de gratis gsm en het abonnement als aparte boekhoudtransacties te verwerken. Dit wil zeggen dat de opbrengst van het gratis gsm-toestel gelijk is aan nul en de kost ervan gelijk is aan de aankoopprijs voor de telecomoperator die bijvoorbeeld 60 euro is. Daarbij veronderstellen we ook dat de verkoopprijs van het contract bijvoorbeeld 150 is maar haar reële waarde gelijk is aan 120. Er zullen dan ten tijde van de verkoop van de bundel betreffende het gsm-toestel twee éénmalige boekingen plaatsvinden, waarbij 50 euro van de opbrengst van de bundel naar de gratis gsm zal gaan (en dus 130 euro naar het dienstencontract):

Rek.	D	C
Te innen opbrengsten (<i>actiefrekening</i>) aan Verkopen (<i>opbrengstenrekening</i>)	50	50

Rek.	D	C
Voorraadwijzigingen van handelsgoederen (<i>kostenrekening</i>) aan Voorraad handelsgoederen (<i>actiefrekening</i>)	60	60

waarbij 50 als volgt berekend wordt:

$$= [\text{reële waarde gsm-toestel} / (\text{reële waarde gsm-toestel} + \text{reële waarde dienstencontract})] * \text{verkoopprijs bundel}$$

$$= [60 / (60 + 120)] * 150$$

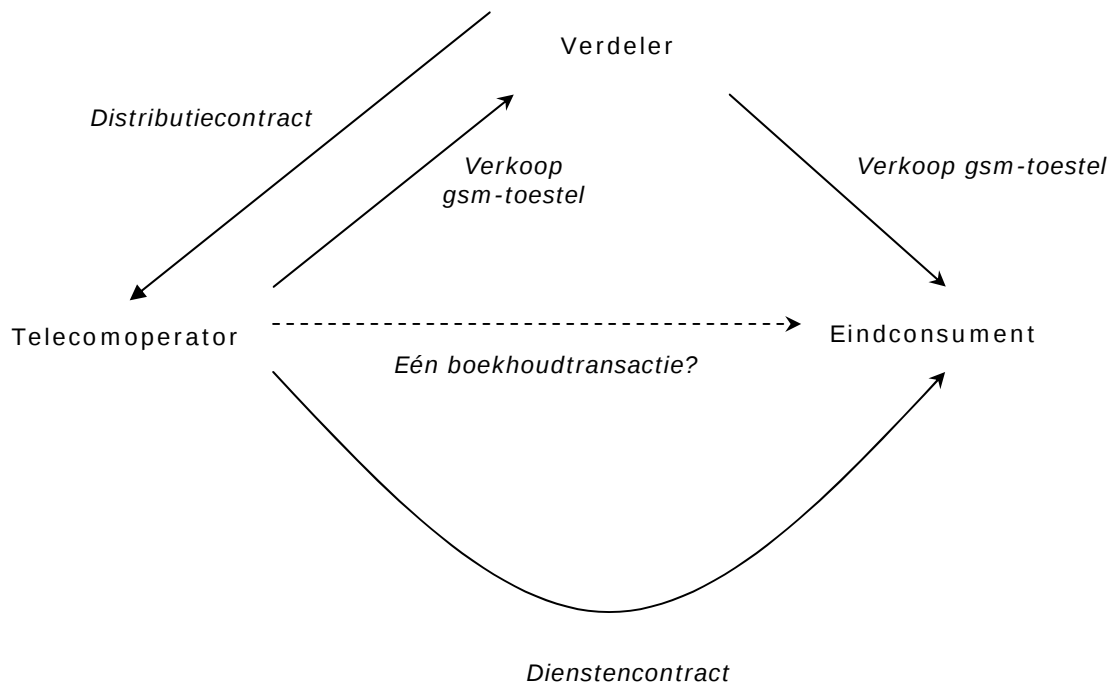
Bij de verkoop van het gratis gsm-toestel wordt er met andere woorden géén rekening handelsdebiteuren geboekt. De klant dient immers niets voor deze gsm te betalen. In de plaats daarvan wordt de aan de gratis gsm gerelateerde opbrengst van 50 euro geactiveerd. De hiervoor gebruikte “Te innen opbrengsten”-rekening zal dan geleidelijk aan naar rato van de opbrengstenerkenning uit het dienstencontract afgeboekt worden, tot zij weer een saldo van nul vertoont. Het dienstencontract of gsm-abonnement wordt immers, net zoals we reeds een aantal keer in de voorbeelden uit de vorige boekhoudkundige uitdagingen zijn tegengekomen, wel gespreid geboekt, en dit uiteraard weer zowel voor haar kosten als opbrengsten.

4.8.2 Via indirecte distributiekkanalen

Wanneer telecomoperatoren bundels via verdelers aanbieden dan doen zij dit met het motief nieuwe klanten te verwerven evenals bestaande klanten te behouden. Zulke bundels bestaan meestal uit een gratis of een zeer voordelig gsm-toestel plus een belplan of belcontract bij de betreffende telecomoperator. Deze formule van gebundelde verkopen kan daarbij nog variëren. Zo zullen bundels steeds onder verschillende soorten belplannen aangeboden worden, telkens gepaard met een eerder geavanceerd of eerder eenvoudig gsm-toestel naargelang de waarde van het aangeboden belplan.

Voor de verkoop van zo een bundel worden verdelers door telecomoperatoren op commissie betaald. Deze commissies kunnen gebaseerd zijn op het verkochte type van gsm-toestel, het belplan waarvoor de klant gekozen heeft, de contractsduur van dit belplan en/of nog andere bijkomende factoren zoals bijvoorbeeld seizoenspromoties. Daarbovenop kunnen telecomoperatoren eventueel nog bepaalde subsidies aan hun verdelers betalen om opgelopen verliezen uit de verkoop van gsm-toestellen te compenseren.

De boekhoudkundige uitdaging voor telecomoperatoren bestaat er nu in te bepalen of de verkoop van het gsm-toestel als een aparte transactie beschouwd dient te worden, of dat het gsm-toestel en het belplan als samengestelde elementen van één enkele transactie beschouwd dienen te worden. Schematisch ziet deze boekhoudkundige uitdaging er als volgt uit:



In veel gevallen is het distributiecontract gekoppeld aan een verkoopcontract waarbij de telecomoperator merk-gsm's dan wel niet-merk-gsm's aan de verdeler levert. Met het merk van de telecomoperator wordt effectief haar gedrukte logo op het gsm-toestel bedoeld. De boekhoudkundige uitdaging voor de telecomoperator bestaat er nu in wanneer en volgens welke methode de opbrengsten voortvloeiend uit de verkoop van de gsm en de opbrengsten voortvloeiend uit het dienstencontract in de boekhouding te erkennen. Vragen die daarbij opkomen zijn bijvoorbeeld:

- Dient de verkoop van de gsm als een aparte boekhoudtransactie beschouwd te worden?
- Of dienen de verkoop van de gsm en het dienstencontract als onafscheidbare elementen binnen één gehele boekhoudtransactie beschouwd te worden?

Betreffende deze boekhoudkundige uitdaging kan men het volgende uit de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving afleiden:

	IAS / IFRS	US GAAP
Regelgeving	- IAS 18 - IAS 8	- EITF 00-21 - SAB 104 - EITF 01-9
Timingprobleem		
Wanneer de verkoop van de gsm boeken?	Indien de verkoop van het gsm-toestel op het moment dat het toestel aan de verdeler wordt verkocht een volledig afgeronde verkoopstransactie is, dan worden de opbrengsten uit deze verkoop meteen volledig erkend. Volgens US GAAP is de verkoop van het toestel aan de verdeler geen volledig afgeronde verkoops-transactie indien de volgende feiten en omstandigheden waargenomen kunnen worden: - De uiteindelijke verkoopprijs van het toestel is niet bepaald; er is geen vaste prijs*. (Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer de prijs varieert al naargelang het belcontract dat de klant kiest.) - Er is een contractuele verplichting voor de verdeler om aan klanten die over het netwerk van de operator bellen enkel gsm-toestellen met het logo van de operator te verkopen. - Het betreft gsm-toestellen met SimBlock. Dit zijn gsm-toestellen die enkel functioneren met simkaarten van één bepaalde telecomoperator. - Een deel van de commissie betaald aan de verdeler omvat een subsidie op het toestel. Indien er aan deze voorwaarden voldaan is, en de verkoop van het gsm-toestel op het moment dat het toestel aan de verdeler verkocht wordt met andere woorden geen volledig afgeronde verkoops-transactie is, dan dient de boeking van de verkoop van de gsm	Indien de verkoop van het gsm-toestel op het moment dat het toestel aan de verdeler wordt verkocht een volledig afgeronde verkoopstransactie is, dan worden de opbrengsten uit deze verkoop meteen volledig erkend. Volgens US GAAP is de verkoop van het toestel aan de verdeler geen volledig afgeronde verkoops-transactie indien de volgende feiten en omstandigheden waargenomen kunnen worden: - De uiteindelijke verkoopprijs van het toestel is niet bepaald; er is geen vaste prijs*. (Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer de prijs varieert al naargelang het belcontract dat de klant kiest.) - Er is een contractuele verplichting voor de verdeler om aan klanten die over het netwerk van de operator bellen enkel gsm-toestellen met het logo van de operator te verkopen. - Het betreft gsm-toestellen met SimBlock. Dit zijn gsm-toestellen die enkel functioneren met simkaarten van één bepaalde telecomoperator. - Een deel van de commissie betaald aan de verdeler omvat een subsidie op het toestel. Indien er aan deze voorwaarden voldaan is, en de verkoop van het gsm-toestel op het moment dat het toestel aan de verdeler verkocht wordt met andere woorden geen volledig afgeronde verkoops-transactie is, dan dient de boeking van de verkoop van de gsm

	uitgesteld te worden: - De verkoops- en kostenboekingen worden omgedraaid alsof nooit een transactie heeft plaatsgevonden. - OF het effect van de omdraaiing wordt als uitgestelde opbrengst op de balans geboekt.	uitgesteld te worden. US GAAP schrijft echter wel verschillend dan IAS/IFRS betreffende de boekhoudkundige effecten van deze uitgestelde verkoop: - De verkoops- en kostenboekingen worden omgedraaid alsof nooit een transactie heeft plaatsgevonden. - De kosten van het toestel blijven zo in de voorraad aanwezig. - Elke monetaire vergoeding die van de verdeler ontvangen wordt, wordt daarbij als een ontvangen voorschot geboekt.
Besluit	Zowel onder IAS/IFRS als US GAAP worden de verkoop van de gsm aan de verdeler en de met deze verkoop gerelateerde kosten uitgesteld tot het moment van verkoop aan de eindgebruiker. Kosten worden met andere woorden pas geboekt als het product naar de klant gaat. US GAAP en IAS/IFRS schrijven echter wel verschillend betreffende de boekhoudkundige effecten van deze uitgestelde verkoop.	
Voorraadprobleem		
Voorraad gsm-toestellen	De laagste waarde tussen de kost en marktwaarde is de geschatte verkoopprijs.	De laagste waarde tussen de kost en marktwaarde is de geschatte verkoopprijs.
Besluit	Algemeen is er geen verschil tussen IAS/IFRS en US GAAP.	
* Wanneer er geen vaste, bepaalde prijs bestaat is er geen transfer van de risico's en voordelen van het toestel omdat: - De operator aan de verdeler garandeert dat deze geen verlies zal lijden op het aan de man brengen van het toestel; - De prijs pas op het moment van de verkoop aan de eindklant bepaald wordt. Als gevolg hiervan wordt de boeking van de verkoop van het toestel aan de verdeler uitgesteld tot op het moment van verkoop aan de eindgebruiker.		

De voorwaarden bij het timingprobleem gaan over het feit of men de verkoop apart dan wel samen met het dienstencontract boekt. Als men ze samen zou boeken dan gaat men kosten en opbrengsten over de duur van het contract met de klant spreiden; als men ze apart boekt dan erkent men kosten en opbrengsten per afgeronde transactie.

Het voorraadprobleem betreft de vraag hoe men de voorraad gsm-toestellen dient te waarderen. Dit kan uiteraard niet zomaar aan eender welke waarde. Een bijkomend probleem is dat men de gsm misschien gratis geeft; zou die dan een waarde van nul moeten hebben? Een waarde van nul houdt niet veel steek. Daarom zullen IAS/IFRS en US GAAP naar de markt kijken.

Indien de gsm en het dienstencontract volgens IAS/IFRS en/of US GAAP als twee aparte boekhoudtransacties beschouwd dienen te worden, dan dienen de hieraan gerelateerde opbrengsten ook zo behandeld te worden. Indien de verkoop van de gsm en het dienstencontract echter als meerdere elementen van één gezamenlijke boekhoudtransactie beschouwd dienen te worden, dan dient daarbij een finaal moment van verkoop bepaald te worden zodat de hieruit vloeiende opbrengsten over een bepaalde periode uitgesteld kunnen worden. Wanneer dit finale verkoopsmoment bepaald wordt als zijnde het moment wanneer een nieuwe klant voor het eerst met het netwerk van de betreffende telecomoperator verbonden wordt, dan dienen de gsm-toestellen die aan de verdelers werden verkocht tot op dat moment nog steeds als effectieve voorraad van de telecomoperator beschouwd te worden. Zij zouden met andere woorden als voorraad op de balans van de telecomoperator aanwezig moeten blijven tot op het moment dat deze gsm-toestellen voor de eerste keer aan het netwerk verbonden zijn. Eventuele opbrengsten uit de verkoop van de gsm dienen dan simultaan als uitgestelde opbrengst opgenomen te worden tot op dit moment van eerste verbinding met het netwerk.

Naast deze boekhoudkundige benadering betreffende het gsm-toestel, dient het dienstencontract gespreid geboekt te worden, volgens de methoden die we reeds een aantal keer in de vorige boekhoudkundige uitdagingen zijn tegengekomen. Ter illustratie van de boekhoudkundige uitdaging waarbij telecomoperatoren bundels via verdelers aanbieden, bekijken we het volgende voorbeeld:

Een gsm-operator verkoopt een dienstencontract tegen een prijs van 100 euro terwijl de reële waarde ervan 80 euro bedraagt. Hij biedt dit via zijn verdelers in de vorm van een bundel aan waarbij er, naast het dienstencontract, een gratis gsm-toestel gegeven wordt. De reële waarde

van deze gsm bedraagt 50 euro. Dat wil zeggen dat de totale reële waarde van de bundel gelijk is aan 130 euro.

Dit bedrag zal bij de boekhoudkundige verwerking steeds, dit wil zeggen onder iedere methode, als basis of noemer fungeren ter verdeling van de opbrengsten tussen de gsm en het dienstencontract. Bij de methode van de afgeronde boekhoudtransactie zal $(50/130)*100$ of afgerond 38,46 euro van de omzet meteen erkend worden. Bij de methode van de niet afgeronde boekhoudtransactie (er zijn bijvoorbeeld nog voorwaarden waaraan de klant moet voldoen om de GSM te mogen houden) zal deze 38,46 euro over de looptijd van het dienstencontract gespreid worden. Welk van de twee gevallen het ook is, $(80/130)*100$ of afgerond 61,54 euro zal sowieso over de contractsduur gespreid moeten worden.

HOOFDSTUK 5: BESLUIT

Het praktijkprobleem uit deze masterproef betreft het bestaande tekort aan telecomspecifieke regulering voor het erkennen van opbrengsten. Telecomoperatoren dienen zich voor het erkennen van hun opbrengsten immers te baseren op algemene regelgeving die over sectoren heen reikt. Deze algemene regelgeving laat veel ruimte voor interpretatie waardoor er geen eenduidigheid bestaat over de manier waarop telecomoperatoren hun opbrengsten boekhoudkundig correct dienen te verwerken. Uit deze algemene regelgeving zijn de regels van het IAS/IFRS- en US GAAP-raamwerk wereldwijd de meest verplicht te volgen regels voor financiële rapportering bij ondernemingen. Dit geldt met andere woorden ook voor telecomoperatoren.

Om dit praktijkprobleem te onderzoeken werden er acht reële boekhoudkundige uitdagingen betreffende het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren geïdentificeerd. De centrale onderzoeksvraag die hierbij gesteld werd luidde als volgt: “Welk antwoord betreffende het erkennen van opbrengsten geven de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving voor de boekhoudkundige uitdagingen waar telecomoperatoren mee geconfronteerd worden?” Deze centrale onderzoeksvraag leidde vervolgens dus tot een onderzoek naar de antwoorden die de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgevingen op de acht boekhoudkundige uitdagingen geven. Binnen deze regelgevingen werden de IAS 18-standaard evenals EITF 00-21 en EITF 99-19 uit US GAAP inhoudelijk besproken. Het zijn immers drie standaarden binnen de IAS/IFRS- en US GAAP-regelgeving die volledig over het erkennen van opbrengsten handelen. Naast deze standaarden werd er, om voor de acht boekhoudkundige uitdagingen een oplossing te formuleren, echter ook frequent gebruik gemaakt van IAS 8, IFRIC 13, SAB 104, CON 5 en EITF 01-9.

Na onderzoek van de acht boekhoudkundige uitdagingen bleek er uiteindelijk, voor het oplossen vanuit IAS/IFRS en US GAAP, geen groot verschil te bestaan tussen beide regelgevingen. Dit is echter vooral te wijten aan het feit dat men onder IAS 8, bij het ontbreken van een standaard of interpretatie die specifiek van toepassing is op een bepaalde transactie, beroep mag doen op

financiële verslaggeving die een gelijksoortig conceptueel raamwerk hanteert. Men kan met andere woorden bij veel boekhoudkundige uitdagingen vanuit IAS/IFRS naar US GAAP grijpen. Andersom gaat dit niet!

Opvallend is dat US GAAP, wat de bespreking van het erkennen van opbrengsten betreft, in heel wat specifieke situaties voorziet. Zo wordt er bijvoorbeeld ingegaan op netto- versus brutorapportering, de principaal/agent-relatie en het bundlingfenomeen (of zoals US GAAP het algemeen noemt: 'contracten bestaande uit meerdere elementen'). IAS/IFRS, of meer specifiek IAS 18, behandelt het erkennen van opbrengsten in meer beperkte mate, zijnde op een algemeen niveau van verkoop van goederen en het verrichten van diensten. De IAS/IFRS-regelgeving laat met andere woorden nog heel wat interpretatieruimte of vrijheid in de boekhoudkundige verwerking van opbrengsten. Maar niet enkel IAS/IFRS laat veel ruimte voor de manier van opbrengstenboekhouding. Ondanks dat het zo op het eerste zicht misschien niet lijkt, vertoont ook US GAAP nog heel wat ruimte. US GAAP bespreekt wel meer specifieke situaties of transacties dan IAS/IFRS, maar vaak zijn deze besprekingen gedeeltelijk op advies of niet verplicht te volgen indicatoren gebaseerd. Denk bijvoorbeeld maar aan EITF 99-19 waarin 'The Task Force' indicatoren suggereert ter identificatie van de principal/agent-relatie. Het betreft advies en dus geen bindende regelgeving. US GAAP behandelt met andere woorden meer specifieke situaties dan IAS/IFRS betreffende het erkennen van opbrengsten, maar houdt het vaak bij advies.

De oplossingen die voor elk van de acht boekhoudkundige uitdagingen geformuleerd werden zijn mogelijke oplossingen. Het zijn met andere woorden niet de enige juiste oplossingen om deze boekhoudkundige uitdagingen te benaderen. Die bestaan gewoonweg niet. Het gaat er in de praktijk eigenlijk vooral om welke methode de onderneming zelf kiest en of zijn bedrijfsrevisor ermee akkoord gaat. Daarbij is de keuze van een rapporteringsmethode voor het erkennen van opbrengsten een fenomeen dat van land tot land of van cultuur tot cultuur kan verschillen: mensen met verschillende achtergronden zullen dezelfde zaken (die in IAS/IFRS of US GAAP geschreven staan) immers vaak anders benaderen of interpreteren.

De acht boekhoudkundige uitdagingen waarvoor een oplossing gegeven werd zijn slechts enkele van de uitdagingen die telecomoperatoren betreffende het erkennen van opbrengsten ervaren. Er bestaan nog heel wat meer uitdagingen, zoals bijvoorbeeld de verkoop van capaciteit: hoe dienen de opbrengsten verwerkt te worden die voortvloeien uit het toestaan van de éne telecomoperator aan de andere om van zijn glasvezelnetwerk gebruik te maken? Zoals in hoofdstuk 2 aangehaald, is in België immers telecomoperator Belgacom degene die het alleenrecht heeft om kabels voor telecommunicatie in de grond te leggen en het gebruik ervan te beheren. De acht besproken boekhoudkundige uitdagingen betreffende het erkennen van opbrengsten zijn met andere woorden niet uniek.

De ruimte aan interpretatie die IAS/IFRS en US GAAP voor het erkennen van opbrengsten vertonen, heeft een groot effect op de boekhouding van telecomoperatoren daar zij spelers van een nieuwe, oprukkende sector zijn waar verkoop aan de hand van de meest innovatieve en ingewikkelde constructies gebeurt. Denk maar aan de besproken quadruple play bij bundling en convergente aanbiedingen, de verkoop van contentproducten via verdelers, de gratis gsm-politiek om nieuwe klanten aan te trekken en te behouden, enzoverder. Telecomoperatoren zullen in de toekomst ongetwijfeld nóg origineler worden in hun manier van aanbieden om zo de hoge concurrentiestrijd te kunnen weerstaan. Simultaan zullen de boekhoudconstructies voor het erkennen van opbrengsten nog ingewikkelder worden dan ze momenteel al zijn.

Alvorens te eindigen dient er zeker nog vermeld te worden dat de problematiek rond het erkennen van opbrengsten voor telecomoperatoren een zeer moeilijke problematiek is. De acht besproken boekhoudkundige uitdagingen lijken dit niet meteen weer te geven, maar dit komt enkel en alleen door het feit dat de aangeboden oplossingen aan de hand van zeer vereenvoudigde voorbeelden geïllustreerd werden. In werkelijkheid overstijgt de complexiteit van het onderwerp alle grenzen. Daarbij zijn er in de hele wereld slechts enkelen die in deze opbrengstenproblematiek voor telecomoperatoren gespecialiseerd zijn: namelijk de kleine groep specialisten binnen grote boekhoudkantoren zoals Ernst & Young.

Literatuurlijst: Lijst van geraadpleegde werken

Around the Globe (2008) 'Frequent flyers Miles' (online) (geraadpleegd op 29 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.aroundtheglobe.nl/allesover/informatie/voorbereidingen/35/425/>>

At&t (2008) 'Investor Relations' (online) (geraadpleegd op 17 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.att.com/gen/investor-relations?pid=9186>>

Baeten, S., Byttebier, K. en Leus, K. (2000) *Onderneming van publiek recht*, Antwerpen-Apeldoorn, Maklu-Uitgevers nv

Base (online) (geraadpleegd op 18 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.base.be/BASE/nl/Home/page.aspx/941>>

Base NV (2006) *Neergelegde jaarrekening bij de Nationale Bank van België*

Belgacom (2008) 'over de Groep' (online) (geraadpleegd op 18 maart 2008). Beschikbaar op <URL:http://www.belgacom.com/group/8/grp_belgazcomgroup/nl/Lorem-ipsum-dolor-sit-amet-consectet-uer-adipiscing-elit--Phasellus-imper-diet--ipsum-.html>

Belgacom NV van publiek recht (2006) *Neergelegde jaarrekening bij de Nationale Bank van België*

Belgacom NV van publiek recht (2006) *"Voorbij de complexiteit ligt de eenvoud!" Jaarverslag 2006*

Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (online) (geraadpleegd op 25 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.bipt.be>>

Brandt, R. (2004) 'Net Assets', *Stanford Magazine*, november-december

BT (2008) 'BT Group' (online) (geraadpleegd op 15 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.btplc.com>>

BT Group plc (2007) *Annual Report & Form 20-F 2007*

China Mobile Limited (2008) (online) (geraadpleegd op 20 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.chinamobileltd.com>>

Deutsche Telekom (2008) (online) (geraadpleegd op 16 maart 2008). Beschikbaar op <URL: <http://www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/en/6908;jsessionid=4CAA5455605E2570464BEEED72D41B66>>

Deutsche Telekom AG (2007) *Annual Report 2007*

Digitale TV Website (2008) 'Wat houdt DTV in?' (online) (geraadpleegd op 5 maart 2008). Beschikbaar op <URL: <http://www.digitale-televisie.be/modules/dtv/index.php?id=3>>

Digitale TV Website (2008) 'Woordenboek' (online) (geraadpleegd op 5 maart 2008). Beschikbaar op <URL: <http://www.digitale-televisie.be/modules/woordenboek/entry.php?entryID=14>>

Ernst & Young (2006) *Revenue processes in telecom*, Brussel

Ernst & Young (2007) *Advanced Telecom Training*, Madrid

European Commission (2008) 'Information Society' (online) (geraadpleegd op 31 maart 2008). Beschikbaar op <URL: http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecom/index_en.htm>

FCC (2008) 'About the FCC' (online) (geraadpleegd op 29 april 2008). Beschikbaar op <URL: <http://www.fcc.gov/aboutus.html>, 29/04/2008>

FCC (2008) 'Telecommunications Act of 1996' (online) (geraadpleegd op 29 april 2008). Beschikbaar op <URL: <http://www.fcc.gov/telecom.html>>

Financial Accounting Standards Board (2008) 'Emerging Issues Task Force (EITF)' (online) (geraadpleegd op 10 mei 2008). Beschikbaar op <URL: http://www.fasb.org/eitf/about_eitf.shtml>

Financial Accounting Standards Board (2008) 'Status of Concepts Statement No. 6' (online) (geraadpleegd op 10 mei 2008). Beschikbaar op <URL: <http://www.fasb.org/st/status/statpg-con6.shtml>>

France Télécom - Orange (2008) 'hello, welcome to the group' (online) (geraadpleegd op 19 maart 2008). Beschikbaar op <URL: <http://www.francetelecom.com>>

France Télécom SA (2007) *2007 annual financial report France Télécom*

Het Belang van Limburg (2008) 'Overname Scarlet door Belgacom slecht voor concurrentie', *Het Belang van Limburg*, Hasselt, 15 februari

International Accounting Standards Board (2008) 'IFRIC 13 Customer Loyalty Programmes' (online) (geraadpleegd op 13 mei 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.iasb.org/Current+Projects/IFRIC+Projects/IFRIC+13+Customer+Loyalty+Programmes/IFRIC+13+Customer+Loyalty+Programmes.htm>>

Jacobs, D. (2005) *Strategie, leve de diversiteit: een inleiding in strategisch denken vanuit een veelvoud van invalshoeken*, Amsterdam, Pearson Education Benelux

KDDI (2008) 'Investor Relations' (online) (geraadpleegd op 20 maart 2008). Beschikbaar op <URL: <http://www.kddi.com/english/corporate/ir/index.html>>

KDDI Corporation (2007) *Annual Report 2007 – Results for the year ended March 31, 2007*

Koninklijke KPN NV (2007) *Annual Report and Form 20-F 2007*

KPMG Accountants N.V. (2006) *Revenue Assurance for digital content – Adequate controls for optimal performance – Information, communication & entertainment*, Amstelveen, Reijnen Offset

KPN (2008) 'Corporate Informatie' (online) (geraadpleegd op 16 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.kpn.com/kpn/show/id=796373>>

Kuipers, S. (2007) *Internetbellen – Wat is het? Hoe werkt het? Hoe doe ik het?* (1^e druk), Utrecht, A.W. Bruna Uitgevers B.V.

Kwertie.nl (2008) 'Werking van een vaste telefoon' (online) (geraadpleegd op 1 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://kwertie.nl/telecom/werking.asp>>

Laudon, K.C. en Laudon J.P. (2006) *Bedrijfsinformatiesystemen* (9^e editie), Amsterdam, Pearson Education Benelux

London Stock Exchange (2008) *Company Profile for BT Group plc ORD 5P*, London

Mobistar (online) (geraadpleegd op 13 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://corporate.mobistar.be>>

Mobistar NV (2006) *Jaarverslag 2006*

Mobistar NV (2006) *Neergelegde geconsolideerde jaarrekening bij de Nationale Bank van België*

NTT (2008) 'Investor Relations' (online) (geraadpleegd op 21 maart 2008). Beschikbaar op <URL:http://www.ntt.co.jp/ir/index_e.html>

NTT Corporation (2007) *2007 Annual Report for the year ended March 31, 2007*

O'Brien, J.A. (2003) *Leerboek ICT-toepassingen – Het bedrijfsleven en internet, intra-extranetten en e-commerce* (11^e druk), Schoonhoven, Academic Service

Ottenhof Automatisering en H. de Bruyn (2005) *Telefoneren via internet –VOIP-* (1^e druk), Brussel-Haarlem, Easy Computing NV-Easy Computing BV

Schooltv (2008) 'Mobiel bellen' (online) (geraadpleegd op 3 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.schooltv.nl/eigenwijzer/infoblok.jsp?infoblok=1158170>>

Sprint ahead (2008) 'Investor Relations' (online) (geraadpleegd op 18 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://investors.sprint.com>>

Sprint Nextel Corporation (2006) *2006 Annual Report on Form 10-K*

Telecommunications Regulation Links (2001) 'National Regulatory Authorities' (online) (geraadpleegd op 2 mei 2008). Beschikbaar op <URL:<http://webpages.charter.net/rmccauley/reglinks.htm>>

Telefonica (2008) 'Shareholders and Investors Telefonía S.A.' (online) (geraadpleegd op 26 april 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.telefonica.es/investors>>

Telefonica S.A. (2007) *Annual Report 2007*

Telenet (2008) (online) (geraadpleegd op 18 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://telenet.be/5/0/1/nl/thuis.html>>

Telenet Group Holding NV (2006) *Geconsolideerd jaarverslag van de Raad van Bestuur voor 2006 aan de aandeelhouders van Telenet Group Holding NV*

Telenet Group Holding NV (2006) *Neergelegde geconsolideerde jaarrekening bij de Nationale Bank van België*

Televisie op je mobiel (2008) 'Hoe werkt het' (online) (geraadpleegd op 5 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.televisieopjemobiel.nl/hoewerkthet.htm>>

The Eastern Management Group (2007) '50 Largest Telecommunications Service Providers for 2006 Ranked by The Eastern Management Group' (online) (geraadpleegd op 21 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.easternmanagement.com/pdfs/50.pdf>>

Thomson Datastream (2007) *DJ Stoxx telecoms price index 1997-2007*, New York, Thomson Reuters

U.S. Securities and Exchange Commission (2008) 'Selected Staff Accounting Bulletins' (online) (geraadpleegd op 10 mei 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.sec.gov/about/whatwedo.shtml>>

U.S. Securities and Exchange Commission (2008) 'The Investor's Advocate: How the SEC Protects Investors, Maintains Market Integrity, and Facilitates Capital Formation' (online) (geraadpleegd op 10 mei 2008). Beschikbaar op <URL:<http://www.sec.gov/interps/account.shtml>>

Van Hulle, K. en Lybaert, N. (2005) *Boekhoud- en jaarrekeningrecht*, Brugge, die Keure

Verizon (2008) 'Investor Relations' (online) (geraadpleegd op 18 maart 2008). Beschikbaar op <URL :<http://investor.verizon.com/index.aspx>>

Verizon Communications Inc. (2007) *Verizon Communications 2007 Annual Report*

Vodafone (2008) (online) (geraadpleegd op 16 maart 2008). Beschikbaar op <http://www.vodafone.com/hub_page.html>

Vodafone Group Plc (2007) *Delivering on our strategic objectives – Annual Report for the year ended 31 March 2007*, Addison Corporate Marketing

Wikipedia (2008) 'BASE (telecommunicatie)' (online) (geraadpleegd op 13 maart 2008). Beschikbaar op <URL:http://nl.wikipedia.org/wiki/BASE_%28telecommunicatie%29>

Wikipedia (2008) 'Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie' (online) (geraadpleegd op 25 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://nl.wikipedia.org/wiki/BIPT>>

Wikipedia (2008) 'Frequent flyer program' (online) (geraadpleegd op 29 maart 2008). Beschikbaar op <URL:http://nl.wikipedia.org/wiki/Frequent_flyer_program>

Wikipedia (2008) 'Neelie Kroes' (online) (geraadpleegd op 31 maart 2008). Beschikbaar op <URL:http://nl.wikipedia.org/wiki/Neelie_Kroes>

Wikipedia (2008) 'Telefoon' (online) (geraadpleegd op 1 maart 2008). Beschikbaar op <URL:<http://nl.wikipedia.org/wiki/Telefoon>>

Lijst van geraadpleegde boekhoudkundige regelgeving

CON 5, Statement of Financial Accounting Concepts No. 5: *Recognition and Measurement in Financial Statements of Business Enterprises*

EITF Abstracts, Issue No. 00-21: *Revenue Arrangements with Multiple Deliverables*

EITF Abstracts, Issue No. 01-9: *Accounting for Consideration Given by a Vendor to a Customer (Including a Reseller of the Vendor's Products)*

EITF Abstracts, Issue No. 99-19: *Reporting Revenue Gross as a Principal versus Net as an Agent*

Federal Register – Friday, January 4, 2008 – Part III – Securities and Exchange Commission – 17 CFR Parts 210, 230, 239 and 249: *Acceptance From Foreign Private Issuers of Financial Statements Prepared in Accordance With International Financial Reporting Standards Without Reconciliation to U.S. GAAP; Final Rule*

IAS 8, International Accounting Standard 8: *Grondslagen voor financiële verslaggeving, schattingswijzigingen en fouten*

IAS 18, International Accounting Standard 18 (herziene versie van 1993): *Opbrengsten*

IAS 38, International Accounting Standard 16 (herziene versie van 1998): *Immateriële vaste activa*

IFRIC 13, IFRIC Interpretation 13: *Customer Loyalty Programs*

Koninklijk Besluit van 30 januari 2001 tot uitvoering van het Wetboek van Vennootschappen of het 'Jaarrekeningbesluit'

Regulation S-X, Title 17: Commodity and Securities Exchanges, Part 210: *Form and content of and requirements for financial statements, securities act of 1933, securities exchange act of 1934, public utility holding company act of 1935, investment company act of 1940, investment advisers act of 1940, and energy policy and conservation act of 1975*

SAB 104, Staff Accounting Bulletin No. 104: *Revenue Recognition*

Verordening (EG) nr. 1606/2002 van het Europees Parlement en de Raad van 19 juli 2002 betreffende de toepassing van internationale standaarden voor jaarrekeningen, PB L 243 van 11.9.2002

Bijlage 1: Verklarende woordenlijst

ADSL

ADSL of “Asymmetric Digital Subscriber Lines” is een internationale standaard die spraak-, data-, foto- en videodiensten in één aansluiting combineert en dit allemaal in een uiterst hoge transmissiesnelheid. ADSL's ondersteunen een transmissiesnelheid van 1,5 tot 9 Mbps bij het ontvangen van gegevens en tot 640 Kbps bij het versturen ervan (Laudon & Laudon, 2006).

Breedband

De communicatiesnelheid en capaciteit van datacommunicatienetwerken kunnen naar bandbreedte worden ingedeeld. De bandbreedte is het frequentiebereik van een datacommunicatiekanaal en bepaalt de maximale transmissiesnelheid van het kanaal. De transmissiesnelheid en capaciteit van een kanaal worden gewoonlijk gemeten in bits per seconde (bps). Breedbandkanalen ondersteunen hoge snelheden tussen de 256 kbps en enkele miljarden bps. Hierbij worden microgolven, glasvezelkabels of satelliettransmissie gebruikt (O'Brien, 2003).

CON

CON staat voor *Statement of Financial Accounting Concepts*, of algemeen; *concept statements* van de Financial Accounting Standards Board (FASB) (Financial Accounting Standards Board, 2008).

DAB

DAB staat voor Digital Audio Broadcasting. Dit systeem maakt digitale radio-uitzendingen mogelijk. DAB-uitzendingen hebben absoluut geen ruis en muziek heeft bijna CD-kwaliteit. Daarnaast kan met de radiosignalen aanvullende informatie worden

meegestuurd. Wie DAB wil ontvangen heeft echter wel een DAB-radio nodig (Digitale TV Website, 2005).

EITF

EITF staat voor *Emerging Issues Task Force* en zijn financiële rapporteringstandaarden tot stand gebracht door het orgaan met dezelfde naam; het EITF. Het EITF werd in 1984 opgericht door de Financial Accounting Standards Board (FASB) om haar bij te staan in het tot stand brengen van tijdloze financiële rapporteringregelgeving. Deze twee Amerikaanse organen zetelen in hetzelfde kantoor te Connecticut (Financial Accounting Standards Board, 2008).

Frequent flyer miles

Een frequent flyer program is een manier van de luchtvaartmaatschappijen om vaak vliegende klanten (*frequent flyers*) aan zich te binden. Deelnemers kunnen doorgaans punten of *miles* sparen door met de specifieke luchtvaartmaatschappij te vliegen. Bij een bepaald aantal krijgt men een gratis vlucht. Voor een enkele reis binnen Europa heb je bijvoorbeeld 20 000 miles nodig onafhankelijk van de bestemming. Wil je verder weg heb je meer miles nodig. Je miles blijven meestal geldig zolang je maar één keer in de drie jaar een vlucht maakt waarmee je extra miles verdient. Je hebt dus wel even de tijd zoveel miles te verdienen. Je kunt eventueel ook een deel van de vlucht met gratis miles betalen en de rest gewoon betalen. Je kunt ook besluiten je miles niet uit te geven aan een gratis vlucht maar aan een upgrade naar bijvoorbeeld business class of aan een luxe hotel overnachting. Als je een bepaald aantal miles binnen één jaar hebt verzameld kan je silver of gold member (of welke naam ze dan ook gebruiken) worden. Dit geeft je dan weer andere voordelen, zoals gratis gebruik van lounges op bepaalde vliegvelden, voorrang bij stoel keuze en op stand-by lijsten, extra bagagevrijstelling enzovoort (Wikipedia & Around the Globe, 2008).

Hostcomputer

Een meestal grote centrale computer die de belangrijkste gegevensverwerkende taken in een computernetwerk uitvoert (O'Brien, 2003).

IAS

IAS staat voor *International Accounting Standard*. International Accounting Standards zijn internationale verslaggevingnormen die tot stand zijn gebracht door de International Accounting Standards Committee (IASC). In 2001 zijn haar taken echter overgenomen door de International Accounting Standards Board (IASB) (Van Hulle en Lybaert, 2005). Zie verder ook de woordverklaring van "IFRS".

IFRIC

IFRIC staat voor het *International Financial Reporting Interpretations Committee* alsook voor haar interpretaties betreffende IFRS-standaarden. Deze interpretaties maken deel uit van de IAS/IFRS regelgeving.

IFRS

IFRS staat voor *International Financial Reporting Standard*. International Financial Reporting Standards zijn internationale verslaggevingnormen die tot stand zijn gebracht door de International Accounting Standards Board (IASB). Het IASB is de opvolger van het IASC. Zij bestaat uit 14 leden en is gevestigd in het Verenigd Koninkrijk te Londen. Het IASB besloot alle IAS-standaarden ontwikkeld door zijn voorganger, het IASC, over te nemen maar de nieuwe standaarden een andere naam te geven: IFRS. Dit betekent dat voortaan IAS en IFRS samen de internationale verslaggevingsnormen uitmaken (Van Hulle en Lybaert, 2005).

Principal Agent Theory

De principaal/agent-benadering (ook wel kort *agency theory* genoemd) houdt zich vooral met die vraag bezig hoe een opdrachtgever (*principal*) ervoor kan zorgen dat zijn

uitvoerder (de *agent*) doet wat van hem verwacht wordt. Sterker, hoe kan die principaal zijn agent motiveren om zijn werk zo goed mogelijk te doen? Bij principaal/agent-verhoudingen gaat het niet enkel om de verhouding tussen werkgever en werknemer of tussen uitbesteder en toeleverancier, het kan ook gaan om die tussen aandeelhouder(s) en management (Jacobs, 2005) of in het geval van deze masterproef tussen telecomoperator en verdeler.

Regulation S-X

Regulation S-X is een Amerikaanse regelgeving die algemeen de vereisten behandelt waaraan jaarrekeningen moeten voldoen, en dit onder de Securities Act van 1933 en de Securities Exchange Act van 1934.

Revenue Assurance

Het mislopen van opbrengsten in de telecomsector kan van significant belang zijn. Winstgevendheid kan reeds substantieel verbeterd worden dankzij een minimale investering in de implementatie van een proactieve revenue assurance strategie. Revenue assurance pakt de gehele opbrengstencycclus aan en verzekert dat alle legitiem vastgelegde voorziene diensten gefactureerd worden, dat de inning van cashflows geoptimaliseerd wordt en dat de toepasselijke regulering nageleefd wordt. Revenue assurance zou geïntegreerd moeten worden tot in het hart van de organisatie. Revenue assurance omvat kort gezegd alle activiteiten die een organisatie uitvoert om te verzekeren dat systemen, processen, toepassingen en procedures opbrengstenlekkage minimaliseren en opbrengstenopportuniteiten maximaliseren. Revenue assurance is een combinatie van mensen, processen en technologie ter begrip en controle van de gehele opbrengstencycclus (Ernst & Young, 2006).

Router

Een intelligente communicatieprocessor die verschillende regels of protocollen gebruikt om een bericht langs een geschikte route naar zijn bestelling te leiden (O'Brien, 2003).

SAB

SAB staat voor *Staff Accounting Bulletin*. Staff Accounting Bulletins reflecteren de interpretaties en het beleid van de U.S. Securities and Exchange Commission (SEC) betreffende financiële rapportering. Het SEC houdt zich voornamelijk bezig met het toezicht op de centrale spelers in de effectenwereld zoals beurzen, effectenmakelaars, adviseurs in investeringen en investeringsfondsen (U.S. Securities and Exchange Commission, 2008).

SEC

Zie SAB.

Telecommunicatie

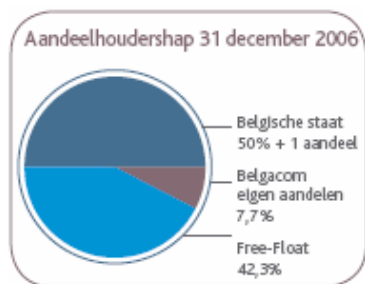
De transmissie van signalen over grote afstand. Dit betreft niet alleen datacommunicatie, maar ook de transmissie van beeld of geluid door bijvoorbeeld televisie- en radiozenders (O'Brien, 2003).

Bijlage 2: Belgacom NV van publiek recht

Het logo

belgacom

Aandeelhoudersstructuur



Belgacom aandeelhoudersstructuur	Aandelen	% totaal aandelen	% stem- rechten	% dividend- rechten
Belgische staat	180.887.569	50,0%	54,2%	52,5%
Belgacom eigen aandelen	27.813.657	7,7%	0,0%	3,1%
Free-Float	153.073.909	42,3%	45,8%	44,4%
Total	361.775.135	100,0%	100,0%	100,0%

De merken



Opmerking: Deze gegevens komen uit het jaarverslag van 2006. U ziet tussen de merken onder andere het Vodafonemerk staan. Ondertussen heeft Belgacom in 2007 echter het 25%-belang van Vodafone in Proximus overgenomen waardoor Proximus nu een 100% merk/dochter van Belgacom is. Daarbij is Scarlet sinds dit jaar ook een merk van Belgacom geworden.

Deelnemingen

Naam	Maatschappelijke zetel	Land	Aandeel van de Groep		
			2004	2005	2006
Belgacom NV van Publiek Recht	Koning Albert-II-laan 27 1030 Brussels BTW BE 0202.239.951	België		Moeder maatschappij	
Belgacom Mobile NV	Vooruitgangsstraat 55 1210 Brussels BTW BE 0453.918.428	België	75%	75%	100%
Belgacom Finance SA	Rue de Merl 74 2146 Luxemburg	Luxemburg	100%	100%	100%
Belgacom Group International Services NV	Geldenaaksebaan 335 3001 Heverlee BTW BE 0466.917.220	België	100%	100%	100%
Finbel Re SA	Rue de Merl 74 2146 Luxemburg	Luxemburg	100%	100%	100%
Connectimmo NV	Koning Albert-II-laan 27 1030 Brussels BTW BE 0477.931.965	België	100%	100%	100%
Citius Belgium NV	Koning Albert-II-laan 27 1030 Brussels BTW BE 0458.333.512	België	100%	100%	100%
Belgacom Skynet NV	Carlstraat 2 1140 Evere BTW BE 0460.102.672	België	100%	100%	100%
Skynet iMotion Activities NV	Carlstraat 2 1140 Evere BTW BE 0875.092.626	België	-	100%	100%
WIN NV	Rue Marie-Henriette 60 5000 Namur BTW BE 0464.163.014	België	100%	100%	100%
Belgacom Invest SARL	Rue de Merl 74 2146 Luxemburg	Luxemburg	100%	100%	100%
Extenseo SPRL	Louis Marcxstraat 23 1160 Brussels BTW BE 0464.699.779	België	-	-	100%
Telindus Group SA	Geldenaaksebaan 335 3001 Heverlee BTW BE 0422.674.035	België	-	-	100%
Telindus NV ⁽⁴⁾	Geldenaaksebaan 335 3001 Heverlee BTW BE 0442.257.642	België	-	-	100%
Telindus Sourcing NV ⁽⁴⁾	Parc Scientifique - Bld Initialis 1 7000 Mons BTW BE 0457.839.802	België	-	-	100%
Telindus BV ⁽⁴⁾	Savannahweg 19 3542 AW Utrecht	Nederland	-	-	100%
Telindus International BV ⁽⁴⁾	Savannahweg 19 3542 AW Utrecht	Nederland	-	-	100%
Telindus Networks SA ⁽⁴⁾	Chemin des Primevères 45 1701 Fribourg	Zwitserland	-	-	100%
Telindus SA ⁽⁴⁾	Chemin des Primevères 45 1701 Fribourg	Zwitserland	-	-	100%
Telindus SPA ⁽⁴⁾	Via della Maglianella 65/D 00166 Roma	Italië	-	-	100%
Telindus G.m.b.H. ⁽⁴⁾	Sylvesterallee 2 22525 Hamburg	Duitsland	-	-	100%

Naam	Maatschappelijke zetel	Land	Aandeel van de Groep		
			2004	2005	2006
Netconcept G.m.b.H. ⁽⁴⁾	Wilhelm-Theodor-Römheld-Strasse 14 55130 Mainz	Duitsland	-	-	100%
Telindus SA ⁽⁴⁾	Plaza Ciudad de Viena 6 28040 Madrid	Spanje	-	-	100%
Telindus SA ⁽⁴⁾	Route d'Arlon 81- 83 8009 Strassen	Luxemburg	-	-	65%
Telectronics SA ⁽⁴⁾	Rue de l'Industrie 1 4823 Rodange	Luxemburg	-	-	65%
Beim Weissenkreuz SA ⁽⁴⁾	Allée Marconi 16 2120 Luxemburg	Luxemburg	-	-	65%
Telindus PSF SA ⁽⁴⁾	2 Rue des Mines 4244 Esch sur Alzette	Luxemburg	-	-	65%
Telindus Ltd ⁽⁴⁾	Hatchwood Place - Farnham Road Odiham. Hants RG29 1AB	Verenigd Koninkrijk	-	-	100%
Telindus Surveillance Solutions Ltd ⁽⁴⁾	Brookmount Court, Unit D - Kirkwood Road CB4 2QH Cambridge	Verenigd Koninkrijk	-	-	100%
Telindus France SA ⁽⁴⁾	ZA de Courtaboeuf- 10, Avenue de Norvège 91962 Les Ulis	Frankrijk	-	-	100%
Groupe Telindus France SA ⁽⁴⁾	ZA de Courtaboeuf- 10, Avenue de Norvège 91962 Les Ulis	Frankrijk	-	-	100%
Telindus Ltd (Thailand) ⁽⁴⁾	Bond Street 473 - Muang Thong Thani 3 Pakkred. Nonthaburi 11120 Bangkok	Thailand	-	-	100%
Telindus Comunicacoes e Servicos SA ⁽⁴⁾	Torre de Monsanto - Rua Alfonso Praça 30 1495-061 Algés	Portugal	-	-	100%
Telindus Ltd ⁽⁴⁾	Three Exchange Square 9th floor Central Hong Kong	China	-	-	100%
Yunnan Telindus Technology Co Ltd ⁽⁴⁾	Room C22-23 Innovation Park - Jinkai Road 3 Kunming Nation-class Economic & Technological Development Zone Kunming. Yunnan	China	-	-	100%
Telindus Hungary Ltd ⁽⁴⁾	Záhony U. 7 - Graphisoft Park 1031 Budapest	Hongarij	-	-	75%
Infrasystems Sverige AB	Svetsarvägen 8 171 41 Solna	Zweden	-	-	100%
Infrasystems Solutions Stockholm AB	Svetsarvägen 8 171 41 Solna	Zweden	-	-	100%
Infrasystems Solutions Väst AB	Ringögatan 12 417 07 Göteborg	Zweden	-	-	100%
Euremis NV	Chaussée de Nivelles 81 1420 Braine-l'Alleud BTW BE 0477.133.397	België	-	-	56%
Belgacom Directory Services NV	-	België	100%	-	-
Expercom NV	-	België	100%	-	-
Digital Age Design NV	-	België	85%	-	-
Streamcase NV	-	België	100%	-	-
Infosources SA en filialen ⁽¹⁾	-	⁽²⁾	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services NV ⁽³⁾	-	België	100%	-	-
Belgacom Deutschland G.m.b.H. ⁽³⁾	-	Duitsland	100%	-	-
Belgacom UK Ltd ⁽³⁾	-	Verenigd Koninkrijk	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services Nederland BV ⁽³⁾	-	Nederland	100%	-	-
Belgacom Incorporated ⁽³⁾	-	Verenigde Staten van Amerika	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services Asia Pte Ltd ⁽³⁾	-	Singapore	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services (Portugal) SA ⁽³⁾	-	Portugal	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services Italia Srl ⁽³⁾	-	Italië	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services Spain SL ⁽³⁾	-	Spanje	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services Switzerland AG ⁽³⁾	-	Zwitserland	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services Austria G.m.b.H. ⁽³⁾	-	Oostenrijk	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services Sweden AB ⁽³⁾	-	Zweden	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services Japan KK ⁽³⁾	-	Japan	100%	-	-
Belgacom International Carrier Services China Ltd ⁽³⁾	-	China	100%	-	-
Belgacom Présence SA ⁽³⁾	-	Frankrijk	100%	-	-

(1) Hierna "Groep Infosources" genoemd.

(2) België, Frankrijk, Duitsland en Zwitserland.

(3) Deze dochterondernemingen worden beschouwd als joint ventures vanaf tweede semester 2005 (zie bijlagen 6.2 en 6.3).

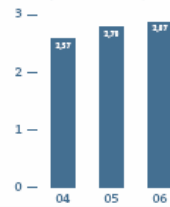
(4) Dochterondernemingen van Group Telindus die begin 2006 werden verworven.

Het Belgacomtaandeel

Winst per aandeel

De winst per aandeel is met 3,2% toegenomen tot 2,87 EUR.

Winst per aandeel (in EUR)



	2004 (22 March - 31 Dec)	2005 (1 Jan - 31 Dec)	2006 (1 Jan - 31 Dec)
Slotkoersen (in EUR)			
Slotkoers op de laatste beursdag van het jaar	31,80	27,55	33,37
Hoogste koers van het jaar	32,49	33,62	33,80
Laagste koers van het jaar	24,34	26,94	24,60
Jaarlijks verhandeld volume (aantal aandelen)	191.111.739	217.819.245	241.516.832
Gemiddeld verhandeld volume per dag (aantal aandelen)	941.437	847.546	947.125
Marktkapitalisatie op 31 dec. (in miljard EUR)	11,15	9,38	11,14
Belangrijkste cijfers			
Winst per aandeel (in EUR)	2,57	2,78	2,87
Gewoon dividend per aandeel, bruto (in EUR)	1,38	1,52	1,60
Buitengewoon dividend per aandeel, bruto (in EUR)	0,55	-	-
Interimdividend per aandeel, bruto (in EUR)	-	-	0,29
Prijs/winst ratio op 31 december	12,36	9,93	11,62

Bijlage 3: Mobistar NV

Het logo



Aandeelhoudersstructuur van de onderneming op 31 december 2006

Aandeelhouders van Mobistar	Aantal aandelen	Percentage van het Kapitaal
Wirefree Services Belgium ⁽¹⁾	31.753.100	50,17%
Telindus Group ⁽¹⁾	2.921.182	4,62%
Andere (vlottend)	28.615.639	45,21%
Totaal aantal aandelen⁽²⁾	63.289.921	100%

(1) Cijfers zijn gebaseerd op de transparantieverklaring van 30 december 2003.

(2) Eind 2006 waren in totaal nog 1.831 warrants in circulatie; elke warrant geeft recht op de intekening op een Mobistar-aandeel tegen betaling van een uitoefenprijs van 32,55 EUR.

Het Mobistaraandeel

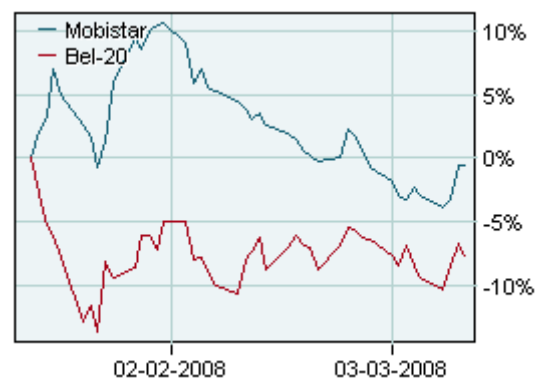
Name: Mobistar

Exchange: Bru

Beurskoers over de laatste 10 jaar



Koersvergelijking met de Bel-20



Mijlpalen in de ontwikkeling van Mobistar

Nov 1995	Mobistar krijgt zijn licentie toegewezen.
Aug 1996	Commerciële lancering van het netwerk. Netwerkbereik van 97% van de Belgische bevolking.
Nov 1996	Lancering van Tempo, de eerste voorafbetaalde kaart in Europa.
Jan 1998	Lancering van het Mobistar Center-distributiekanaal.
Apr 1998	Eerste ISO 9001-certificaat voor een Belgische telecomoperator.
Aug 1998	Door de lancering van de 1595-dienst biedt Mobistar ook vaste telefonie aan.
Sept 1998	Op de Belgische aandelenbeurs. Eerste notering op 6 oktober 1998.
Aug 1999	Lancering van MCS (Mobistar Corporate Solutions).
Dec 1999	Mobistar heeft meer dan 1 miljoen klanten.
Jun 2000	Belgische première op de TM@B-telecombeurs: Mobistar-gprs-test.
Jan 2001	Mobistar wordt deel van de Orange-groep.
Mar 2001	Mobistar koopt de 3G-licentie bij de Belgische overheid voor 150 miljoen euro.
Mei 2001	Lancering van diensten via gprs: Pocket Office en Office Access.
Dec 2001	Mobistar haalt de kaap van 2 miljoen klanten.
Okt 2002	Belgische mobiele nummers (Mobile Number Portability of MNP) zijn vanaf nu overdraagbaar.
Dec 2002	Voor de eerste maal in zijn korte bestaan realiseert Mobistar een nettowinst, met een positieve operating cashflow en een aanzienlijke daling van de schuldenlast.
Feb 2003	Mobistar biedt al zijn klanten toegang tot mms (Multimedia Messaging Services) in België en in het buitenland. Mms voegt een multimediadimensie toe aan sms omdat gebruikers ook beelden en klankgeluiden kunnen doorsturen.
Mei 2003	Mobistar ondertekent met Proximus en Base een gedragscode voor sms en mms.
Jun 2003	Mobistar is pionier op het vlak van gsm-recyclage.
Okt 2003	Eén jaar na de introductie van MNP is Mobistar de enige mobiele operator die profiteert van de overdraagbaarheid en 56.890 nieuwe klanten wint.
Dec 2003	Mobistar lanceert samen met 'De Vrienden der Blinden' braillehandleidingen.
Jul 2004	Blackberry Wireless Solution is beschikbaar voor businessklanten. De oplossing biedt hen toegang tot het e-mailsysteem van hun bedrijf. Mobistar is de eerste operator die een dergelijke oplossing lanceert met een nationale simkaart. Mobistar lanceert Orange World, de multimedia-ervaring, in België. Dankzij Orange World kunnen klanten hun mobiele toestel gebruiken om toegang te

	krijgen tot een gamma diensten en informatie. Bernard Ghillebaert ruilt na 8 jaar Mobistar in voor een uitdaging bij de Orange Group. Bernard Moschéni wordt de nieuwe CEO van Mobistar.
Aug 2004	Tempo Tribe, de club en website voor jongeren, wordt gelanceerd.
Feb 2005	Mobistar introduceert de edge-technologie op zijn netwerk.
Jul 2005	Mobistar lanceert de eerste mobiele tv-dienst met Kanaal Z/Canal Z. Gebruikers kunnen ook video-items downloaden met nationaal en internationaal, sport- en cultureel nieuws.
Okt 2005	Mobistar bevestigt zijn positie als convergente operator door 3 aanbiedingen voor internet tegen hoge snelheid te lanceren.
Jan 2006	Mobistar en Universal Mobile Belgium creëren samen Tempo Music. Een nieuw concept voor jongeren waarbij mobiele telefonie, muziek en multimedia met elkaar verweven zijn.
Feb 2006	Mobistar gaat een partnership aan met Telenet dat televisie, internet en vaste telefonie aanbiedt.
Mei 2006	Euphony en Mobistar halen de banden tussen beide bedrijven nog wat nauwer aan.
Aug 2006	Mobistar sluit een partnership met Delhaize. Op 31 augustus 2006 lanceren ze samen 'Mobile Plus powered by Mobistar': de goedkoopste prepaid starterskit op de markt. Mobistar viert zijn 10de verjaardag op 27 augustus 2006.
Feb 2007	Mobistar lanceert AtHome. Mobistar AtHome maakt van thuis uit bellen met een gsm naar vaste lijnen in binnen- en buitenland goedkoper dan met een vast toestel. Klanten hebben dus geen vaste lijn meer nodig en genieten van een beter gebruikscomfort.
Mar 2007	Lancering van m-banxafe, een dienst waarmee onze klanten een Tempo-kaart kunnen herladen, het saldo van hun bankrekening kunnen consulteren en kunnen betalen. Met m-banxafe is de gsm verbonden met de bankrekening van de klant.
Mei 2007	Mobistar lanceert als eerste telefoonoperator One Office Voice Pack, een flexibele telefonieformule voor KMO's en zelfstandigen. Door vast en mobiel te bundelen, kan Mobistar een voordeliger tarief per minuut, gratis gesprekken tussen werknemers en een efficiënt beheer om oproepen door te schakelen aanbieden. De klant bespaart hiermee tot 25 % op zijn telecomfactuur.

Bijlage 4: Telenet Group Holding NV

Het logo



Aandeelhoudersstructuur per 17 december 2007

Aandeel- houders	Bestaande aandelen	%	Winst- bewijzen	Totaal	%
Liberty Global Consortium	56.911.314(*)	52,06		56.911.314(*)	51,05
Gemengde (financierings-) Inter-communales en Electrabel	3.561.760	3,26		3.561.760	3,19
Financieel Consortium	4.321.488	3,95		4.321.488	3,88
Interkabel Vlaanderen CVBA (Zuivere Inter-communales)	1.655.619	1,51		1.655.619	1,49
GIMV	1.615.344	1,48		1.615.344	1,45
Fortis Investment Management NV	3.545.862	3,24		3.545.862	3,18
Centaurus Capital	2.895.164	2,65		2.895.164	2,60
Personeel	300.033	0,27	2.166.707	2.466.740	2,21
Publiek	34.506.955	31,57		34.506.955	30,95
Totaal	109.313.539	100	2.166.707	111.480.246	100

(*) Hierin zijn 94.827 Liquidatie Dispreferentie Aandelen inbegrepen, die omgezet kunnen worden in Gewone Aandelen in een 1,04 op 1 verhouding. Dit aantal bevat ook de aandelen gehouden door CDP Capital Communications Belgique.

Het Telenetaandeel

Profiel

• ISIN-code : BE0003826436

• Plaats van notering : Brussels

Januari tem februari 2008

Hoogste koers	19.98€
Laagste koers	13.90€
Verandering	-29.86% 

Aankoop	13.97€	Aantal : 1,157
Verkoop	14.00€	Aantal : 1,404
Verandering ()	-40.80% 	

Beste limieten

A A N K O O P	Categorieën	Aantal	Prijs	Prijs	Aantal	Categorieën	V E R K O O P
	3	1,157	13.97€	14.00€	1,404	3	
	1	271	13.94€	14.02€	564	2	
	1	1,242	13.92€	14.03€	69	1	
	1	200	13.91€	14.04€	4	2	
	2	500	13.90€	14.05€	201	1	



"Bron Hugin SAS: De beursgegevens worden geleverd door EURONEXT NV © en ter informatie verdeeld door Hugin SAS. Deze verspreiding mag in geen geval worden gebruikt voor de onmiddellijke uitvoering van transacties. Wij vragen u om vóór elke verrichting uw financieel tussenpersoon te raadplegen."

Mijlpalen in de ontwikkeling van Telenet

Sept 1996	Telenet wordt opgericht.
Aug 1997	Telenet voltooit bouw glasvezelnetwerk in Vlaanderen.
Jan 1998	Telenet biedt internet- en telefoniediensten aan aan het publiek.
Aug 2002	Telenet verwerft 1,6 miljoen analoge kabeltelevisiediensten. Het bedrijf start met de levering van kabeltelevisiediensten na de overname van de activiteiten van de gemengde intercommunales.
Dec 2002	Het aantal internet- en telefonieabonnees overschrijdt de kaap van 500 000, waaronder een 200 000-tal internetklanten.
Dec 2003	Telenet neemt Codenet over, een Belgische aanbieder van professionele telecomdiensten. Meteen legt Telenet de basis van het huidige Telenet Solutions. In dezelfde maand neemt het bedrijf de Vlaamse activiteiten van betaaltelevisiezender CANAL+ over, de intrede van Telenet in de betaaltelevisiemarkt..
Oct 2004	Telenet beschikt over een gedifferentieerd internetaanbod: ComfortNet, ExpressNet en ExpressNet Plus. Het aantal breedbandinternetklanten overschrijdt de kaap van 500 000..
Mar 2005	Telenet telt 1 miljoen internet-, telefonie- en betaaltelevisieklanten.
Sep 2005	Telenet lanceert Telenet Digital TV, de interactieve digitale televisie (iDTV) en PRIME, de opvolger van CANAL+..
Oct 2005	Telenet gaat naar de beurs (Euronext Brussels).
Jan 2006	100 000 digiboxen verkocht. 1 000 000 internet- en telefonieklanten.
Feb 2006	Telenet neemt activiteiten Hypertrust over.
Jul 2006	Lancering Telenet Mobile.
Aug 2006	Telenet lanceert quadruple bundel.
Jan 2007	Telenet neemt UPC Belgium NV over.

Dochterondernemingen per eind 2006

Vennootschap	Nationaal nummer	Adres	% in bezit	Consolidatiemethode
Telenet Group Holding NV	477.702.333	Liersesteenweg 4, 2800 Mechelen, België	-	Moedermaatschappij
Telenet Communications NV	473.416.814	Liersesteenweg 4, 2800 Mechelen, België	100%	Volledig geconsolideerd
Telenet Bidco NV	473.416.418	Liersesteenweg 4, 2800 Mechelen, België	100%	Volledig geconsolideerd
Telenet NV	439.840.857	Liersesteenweg 4, 2800 Mechelen, België	100%	Volledig geconsolideerd
Telenet Vlaanderen NV	458.840.088	Liersesteenweg 4, 2800 Mechelen, België	100%	Volledig geconsolideerd
UPC Belgium	455.620.381	Chazallaan 140, 1030, België	100%	Volledig geconsolideerd
Merrion Communications	6378934T	62, Merrion Square, Dublin 2, Ireland	100%	Volledig geconsolideerd
Telenet Solutions Luxembourg SA	1.999.223.4426	Rue de Neudorf 595, 2220 Luxembourg, Luxembourg	100%	Volledig geconsolideerd

Bijlage 5: Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie

In België is de telecommarkt sedert 1 januari 1998 volledig geliberaliseerd. Hierop volgde de oprichting van het “Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie”, afgekort het BIPT. Het BIPT is voornamelijk belast met de regelgeving en controle op de telecomoperatoren alsook de postbedrijven. Het organisme moet er voor zorgen dat deze markten concurrentieel blijven. Het Instituut werd op 21 maart 1991 bij wet opgericht. De activiteiten startten in 1993 (Wikipedia, 2008).

De bevoegdheid van het BIPT splitst zich in het bijzonder op in twee soorten activiteiten. De eerste activiteit slaat op de nieuwe regulerende opdrachten op de geliberaliseerde telecommunicatiemarkten: het BIPT neemt de nodige maatregelen opdat het regelgevingkader wordt nageleefd, de concurrentie zich ten volle en billijk ontplooiën kan, sommige opdrachten van openbaar nut vervuld worden en de consumentenbelangen worden gevrijwaard. De tweede activiteit heeft betrekking op de uitoefening van een soeverein gezag op specifieke technische gebieden. Sommige hulpmiddelen, zoals het elektromagnetisch spectrum of de nummervoorraad, zijn schaars: er is een regulator nodig om het gebruik nauwkeurig te verdelen, te reglementeren en te controleren.

Het Instituut vervult nog andere technische opdrachten van openbaar belang. Naast haar opdrachten inzake regulering en controle is het BIPT ook belast met het voorbereidende werk voor de Belgische regelgeving die van toepassing is op de post- en de telecommunicatiesector. Het Instituut draagt in het bijzonder bij tot de omzetting van de Europese richtlijnen. De telecomregulering kan u terugvinden op de webstek van het BIPT (www.bipt.be).

De toegang tot de telecommarkt is vrij. Een nieuwkomer op de markt kan zijn activiteiten aanvatten na een eenvoudige kennisgeving hiervan aan het BIPT. Door een dergelijke kennisgeving te doen, krijgt men het statuut van operator. Operatoren dienen erover te waken

dat hun activiteiten voldoen aan de verplichtingen die hen in het reglementair kader opgelegd worden (Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie, 2008).

Bijlage 6: Het Jaarrekeningbesluit

Wat in België de regelgeving over het erkennen van opbrengsten betreft, vindt men in het Jaarrekeningbesluit (dit is het Koninklijk Besluit van 30 januari 2001 tot uitvoering van het Wetboek van Vennootschappen) een onderscheid terug tussen bedrijfsopbrengsten, financiële opbrengsten en uitzonderlijke opbrengsten. Het zijn echter enkel de bedrijfsopbrengsten die relevant zijn voor ons praktijkprobleem. Van Hulle en Lybaert (2005) definiëren bedrijfsopbrengsten, van welke aard ook, als opbrengsten die voortvloeien uit de courante bedrijfsactiviteit van de onderneming. Het Jaarrekeningbesluit bevat immers geen definitie van de bedrijfsopbrengsten, maar geeft er enkel een opsomming van. In het volledige schema van de resultatenrekening (artikel 89 Jaarrekeningbesluit), wordt een onderscheid gemaakt tussen de volgende vier categorieën van bedrijfsopbrengsten:

- A. Omzet;
- B. Wijziging in de voorraad goederen in bewerking en gereed product en in de bestellingen in uitvoering (toename +, afname –);
- C. Geproduceerde vaste activa;
- D. Andere bedrijfsopbrengsten.

Wat deze opsplitsing betreft, hebben de topics uit deze masterproef enkel betrekking op punt A: de omzet. Volgens artikel 96 Jaarrekeningbesluit wordt onder omzet het bedrag van de verkoop van goederen en de levering van diensten aan derden verstaan, in het kader van de gewone bedrijfsuitoefening van de onderneming. Dit onder aftrek van de op de verkoopprijs in de handel toegestane kortingen (afslag, ristorno, rabat). Dit bedrag omvat niet de belasting over de toegevoegde waarde, noch enige andere rechtstreeks met de omzet verbonden belasting. Onder die post moeten eveneens de tegemoetkomingen van de overheid opgenomen worden, in het kader van een tarifieringspolitiek als compensatie van lagere ontvangsten. Voor de natuurlijke personen die koopman zijn, omvat de omzet ook de onttrekkingen in natura anders dan ten behoeve van hun bedrijf. (Van Hulle en Lybaert, 2005) Het verkorte schema van de

resultatenrekening is niet relevant voor deze masterproef vermits geen van de besproken spelers het verkorte schema volgt.

Het toepassingsgebied van het Jaarrekeningbesluit kan worden afgeleid uit de artikelen 92 en 93 van het Wetboek van Vennootschappen en artikel 10 van de Boekhoudwet. Hierbij zijn alle ondernemingen onderworpen aan het Jaarrekeningbesluit met uitzondering van enkele expliciet vrijgestelde ondernemingen waar onze drie besproken Belgische telecomoperatoren echter niet onder vallen. Belgacom, Mobistar en Telenet dienen met andere woorden het Jaarrekeningbesluit te volgen en hun jaarrekening conform deze wetgeving op te stellen. Hun jaarrekeningen worden volgens het volledige schema opgemaakt en jaarlijks bij de Nationale Bank van België neergelegd.

Bijlage 7: Telecomregulerende organen in Zuid-Amerika, Australië, Canada en Azië

Net zoals het BIPT in België, de Europese Commissie in de Europese Unie en het FCC in de Verenigde Staten, bestaan er ook heel wat telecomregulerende organen in de rest van de wereld. Enkele voorbeelden van zulke telecomregulerende organen vindt u terug in tabel 4.

Tabel 4. Enkele regulerende autoriteiten in Zuid-Amerika, Australië, Canada en Azië

Gebied	Regulerende autoriteit(en)
Argentinië	Comision Nacional de Comunicaciones
Australië	Australian Communications Authority
Brazilië	Agencia Nacional de Telecomunicacoes + Ministerio das Comunicacoes
Canada	Canadian Radio-television Telecommunications Commission
Colombia	Comision de Regulacion de Telecomunicaciones + Ministerio de Comunicaciones
Guatemala	Superintendencia de Telecomunicaciones
Honduras	Comisión Nacional de Telecomunicaciones Honduras
Hong Kong	Office of the Telecommunications Authority
India	Department of Telecommunications
Japan	Ministry of Posts and Telecommunications
Korea	Ministry of Information and Communication
Mexico	Comision Federal de Telecomunicaciones
Panama	Ente Regulador de los Servicios Publicos
Peru	Ministerio de Transportes y Comunicaciones + Organismo Supervisor de Inversion Privada Telecomunicaciones
Singapore	Info-communications Authority of Singapore
Uruguay	Dirección Nacional de Comunicaciones
Venezuela	Comision Nacional de Telecomunicaciones República Bolivariana de Venezuela

(Bron: Telecommunications Regulation Links, 2001)