



Klausur
Ökonomie der Medien
04.07.2000

Name:

Vorname:

Matrikelnummer:

Studiengang:

Aufgabe	a	b	c	Σ
1 (30%)				
2 (30%)				
3 (20%)				
4 (20%)			x	

Note :

Hinweise:

- Die Klausur umfasst einschl. Deckblatt 6 Seiten. Bitte prüfen Sie die Vollständigkeit, und tragen Sie Ihren Namen und Ihre Matrikelnummer auf dem Deckblatt ein.
- Die Bearbeitungszeit beträgt 120 Minuten. Hilfsmittel sind nicht zugelassen. Zusätzliches Papier ist nicht erforderlich. Es können auch die Rückseiten beschrieben werden.

Aufgabe 1 (30%)

Ein Zeitungsverlag hat in seinem Produktprogramm derzeit ausschließlich eine Regionalzeitung für die Region Schwarzwald. Der Geschäftsführer des Verlages entscheidet sich für die Ausweitung des klassischen Produktprogramms um ein neues Angebot. Er denkt dabei an ein Online-Angebot für Tauchbegeisterte. Das Online-Angebot soll redaktionelle Inhalte über den Tauchsport und zielgruppenfokussierte Werbung beinhalten sowie durch interaktive Dienste wie z.B. Chat ergänzt werden.

Der kaufmännische Leiter macht sich erste Gedanken zum Markt.

- a) Massenmedien verfügen i.d.R. über einen sog. „doppelten Markt“. Erläutern Sie diesen Begriff allgemein und diskutieren Sie, ob dieser „doppelte Markt“ für beide Angebote des Verlages im genannten Fall vorhanden ist.
- b) Bei einigen Gütern der Medienbranche erhöht sich der Wert für den Einzelnen mit zunehmender Verbreitung dieser Güter. Welcher Effekt wird damit beschrieben? Ist dieser Effekt im Angebot des oben dargestellten Zeitungsverlages (Regionalzeitung und Tauch-Online-Angebot) anzutreffen? Begründen Sie Ihre Antwort.
- c) Erläutern Sie am Beispiel des Zeitungsverlages den Effekt der Anzeigen-Auflagen-Spirale.

Aufgabe 2 (30%)

Als nächstes entwirft der Marketing-Leiter des in Aufgabe 1 vorgestellten Zeitungsverlags für das neue Tauch-Online-Angebot eine Vermarktungsstrategie.

- a) Welche Erlösquellen soll er einbeziehen? Nennen Sie alle Ihnen bekannten Erlösquellen und prüfen Sie ihre Anwendbarkeit für das konkrete Tauch-Online-Angebot.
- b) Beim Versuch, eine Kostenfunktion für die Herstellung des Online-Angebots aufzustellen, fallen einige Besonderheiten auf. Beschreiben Sie diese Besonderheiten und zeichnen Sie zur Veranschaulichung Ihrer Argumentation eine aussagekräftige Kostenfunktion für das Tauch-Online-Angebot.
- c) Sind die Kostenfunktionen für die bewährte Regionalzeitung und das neue Tauch-Online-Angebot identisch? Begründen Sie Ihre Antwort.

Aufgabe 3 (20%)

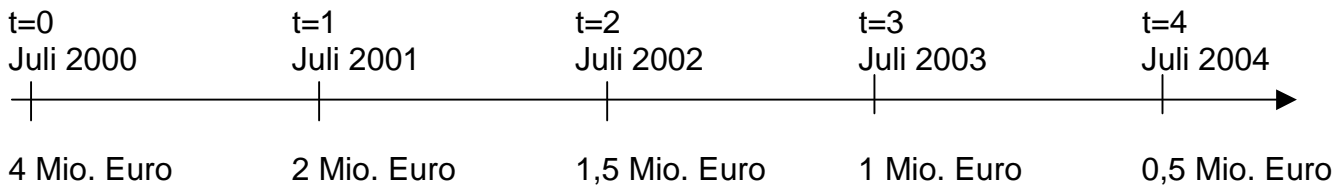
Für einen Buchverlag stellt sich am Ende des Geschäftsjahres 1999 die Bilanz wie folgt dar (Werte in Euro):

Aktiva		Bilanz		Passiva	
• Sachanlagen	7.333.000	• Gezeichnetes Kapital	5.000.000		
• Finanzanlagen	239.000	• Kapital-/Gewinnrücklagen	1.525.000		
• Vorräte	2.284.000	• Rückstellungen	2.834.000		
• Forderungen	2.000.000	• Verbindlichkeiten	4.497.000		
• Wertpapiere	0				
• Liquide Mittel	2.000.000				
	13.856.000				13.856.000

- Erläutern Sie am dargestellten Beispiel den grundsätzlichen Aufbau einer Bilanz. Gruppieren Sie dazu die oben angegebenen Positionen entsprechend des allgemeinen Gliederungsschemas für Bilanzen.
- Warum sind auf beiden Seiten der Bilanz die Beträge in der letzten Zeile gleich?
- Warum ist die Aussagekraft einer Bilanz gerade in Medienunternehmen gering? Gehen Sie speziell auf zwei typische Probleme bei Buchverlagen ein.

Aufgabe 4 (20%)

Für den Kauf eines regionalen Fernsehsenders erstellt die Finanzabteilung eines regionalen Zeitungsverlag eine Finanzierungsplanung. Verteilt über 4 Jahre benötigt der Zeitungsverlag zur Finanzierung des regionalen Fernsehsenders 9 Mio. Euro. Die erforderlichen 9 Mio. Euro werden wie folgt benötigt:



- Welche Möglichkeiten der Finanzierung gibt es generell?
- Welche der generell denkbaren Finanzierungsformen (siehe a)) bzw. welche Kombination von Finanzierungsformen erscheint Ihnen aus welchen Gründen für das beschriebene Beispiel besonders sinnvoll?

