



Wiederholungsklausur
Einführung in die Medienwirtschaft
20.12.2001

Name:

Vorname:

Matrikelnummer:

Studiengang:

Aufgabe	a	b	c	d	S
1 (20%)					
2 (35%)					
3 (20%)					
4 (25%)					

Note :

Hinweise:

- Die Klausur umfasst einschl. Deckblatt 8 Seiten. Bitte prüfen Sie die Vollständigkeit, und tragen Sie Ihren Namen und Ihre Matrikelnummer auf dem Deckblatt ein.
- Die Bearbeitungszeit beträgt 120 Minuten. Als Hilfsmittel sind Taschenrechner zugelassen. Zusätzliches Papier ist nicht erforderlich. Es können auch die Rückseiten beschrieben werden.

Aufgabe 1 (20%): Grundbegriffe

- a) Es gibt Güter, deren Wert mit zunehmender Anzahl an Konsumenten steigt. Welcher Effekt ist in diesem Zusammenhang relevant? Erläutern Sie diesen Effekt und nennen Sie zwei Beispiele.
- b) Welches sind charakteristische Erlösquellen für Medienprodukte? Geben Sie einen Überblick und erläutern Sie drei ausgewählte Erlösquellen näher.
- c) Erläutern Sie produktions- und kostentheoretischen Spezifika bei der Erstellung von Inhalten für eine Zeitschrift (Tipp: Betrachten Sie als Ausgangspunkt die Abhängigkeit des Faktoreinsatzes von der Auflage). Verdeutlichen Sie ihre Erläuterung mit einer Grafik.
- d) Erläutern Sie grundlegende Unterschiede zwischen Eigenkapital- und Fremdkapitalfinanzierung. Nennen Sie je 2 Beispiele für Eigenkapital- und Fremdkapitalfinanzierungsformen.

Aufgabe 2 (35%): Preisfestlegung beim Angebotsmonopol

Gegeben sei ein japanischer Zeitschriftenverlag, der plant, im deutschen Markt eine Zeitschrift ‚Japanisch Kochen‘ übersetzt in die deutsche Sprache anzubieten. Mit diesem Angebot würde der Verlag eine monopolartige Stellung im deutschen Markt einnehmen. Zur Festlegung des Verkaufspreises (p) für die Zeitschrift wird der Markt hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen dem Verkaufspreis (p) und der absetzbaren Menge (x) analysiert. Aus den Analysen ergibt sich, dass bei einem Preis von $p=0$ Euro eine Menge von $x=5.000$ Zeitschriften einer Ausgabe abgesetzt werden kann und bei einem Preis von $p=25$ Euro die Absatzmenge auf $x=0$ sinkt. Werbeerlöse werden dabei nicht berücksichtigt.

- a) Stellen Sie für den beschriebenen Zusammenhang rechnerisch die Preis-Absatz-Funktion auf. Skizzieren Sie dann graphisch die hergeleitete Preis-Absatz-Funktion. Es wird eine lineare Preis-Absatz-Funktion unterstellt.
- b) Leiten Sie für die Preis-Absatz-Funktion aus a) rechnerisch und graphisch die zugehörige Umsatzfunktion her. (Wenn Sie die Preis-Absatz-Funktion in a) nicht ermitteln konnten, gehen Sie im Weiteren von folgender Preis-Absatz-Funktion aus: $p = -0,004x + 23$ bzw. $x = 5.750 - 250p$).
- c) Gegeben ist nun auch die Kostenfunktion $K(x) = 25.000 + 3x$. Stellen Sie jetzt die Gewinnfunktion für den Zeitschriftenverlag auf und bestimmen Sie graphisch die gewinnmaximale Absatzmenge x , den gewinnmaximalen Preis sowie den zugehörigen maximalen Gewinn.
- d) Erläutern Sie den Ansatz der Preisdifferenzierung am Beispiel der Zeitschrift ‚Japanisch Kochen‘.

Aufgabe 3 (20%): Kostenträgerrechnung

Betrachtet wird die Kalkulation eines Wohnmagazins. Der Preis des Wohnmagazins beträgt 6,00 Euro, von diesem Verkaufspreis gehen 0,42 Euro als Mehrwertsteuer an das Finanzamt. Anteilige Anzeigenerlöse werden pro Magazin auf 3,00 Euro beziffert sowie anteilige Sponsoringenerlöse pro Magazin auf 0,50 Euro veranschlagt. Für die technische Herstellung eines Magazins fallen variable Herstellkosten in Höhe von 2,50 Euro und Vertriebskosten in Höhe von 0,50 Euro an. Fixe Kosten für Redaktion, Marketing sowie sonstige Kosten werden einem Magazin in Höhe von 3,88 Euro zugerechnet.

- a) Ermitteln Sie den Deckungsbeitrag für ein Heft des Wohnmagazins. Berücksichtigen dabei mindestens 2 Deckungsbeitragsstufen.
- b) Nennen und erläutern Sie (kurz) zwei Verfahren der Kostenträgerstückrechnung.

Aufgabe 4 (25 %): Investitionsrechnung

Gegeben sei ein Börseninformationsanbieter im Internet. Das Börseninformationsangebot richtet sich an Abonnenten, die sowohl Geschäfts- als auch Privatkunden sein können. Der Preis für ein Abonnement beträgt pro Jahr 120 Euro. Durchschnittlich nutzt ein Abonnent das Online-Angebot 2 Jahre. Ein Abonnent verursacht durchschnittlich im ersten Jahr 45 Euro und im zweiten Jahr 35 Euro Verwaltungs- und Betreuungskosten.

Der Geschäftsführer des Online-Angebots plant, Ende des Geschäftsjahres 2001 eine Werbekampagne über 300.000 Euro in einer Börsenzeitschrift zu starten. Diese Werbekampagne zielt auf die Gewinnung neuer Abonnenten zu Beginn des Geschäftsjahres 2002. Aus ersten Marktanalysen wird geschätzt, dass mit der Marketingkampagne 2.000 neue Abonnenten gewonnen werden.

Gehen Sie von einem kapitalmarktüblichen Kalkulationszinssatz von 5 % aus.

- a) Stellen Sie aus den gegebenen Informationen die Zahlungsreihe auf. Prüfen Sie mit der Kapitalwertmethode die Vorteilhaftigkeit der Marketingkampagne.
- b) Welche weiteren Aspekte, die in der Kapitalwertmethode nicht berücksichtigt werden, können die Entscheidung aus b) verändern? Erläutern Sie diese bitte.

