

1 Aufgaben zu Kapitel 1

1. Was charakterisiert ein Medienunternehmen?

Antwort: Medienunternehmen werden über ihren Leistungsprozess, durch das Erzeugen, Bündeln und Distribuieren von Informationen und Unterhaltung (=Inhalten), charakterisiert. Medienunternehmen nutzen für die Bereitstellung dieser Inhalte Massenmedien, bspw. Druckformate, Rundfunksignale oder Onlinedienste.

2. Bilden Sie Typen von Medienunternehmen und grenzen Sie diese voneinander ab.

Antwort: Medienunternehmen können einerseits anhand der jeweils fokussierten Wertschöpfungsstufe in erzeugungsorientierte Unternehmensbereiche (bspw. Redaktionen, Content Provider, etc.), bündelungsorientierte Unternehmensbereiche (bspw. Verlage, Rundfunksender, Content Broker etc.) und distributionsorientierte Unternehmensbereiche (bspw. Druckerei, CD-Presswerk, Netzbetreiber, Internet Service Provider) typisiert werden. Andererseits kann eine Klassifikation von Unternehmen auf der Grundlage der jeweils erzeugten Produkte bzw. ihren materiellen Trägern, bspw. in Zeitungs-, Zeitschriften-, Hörfunk-, Fernseh- oder Onlineunternehmen erfolgen (vgl. Abbildung 1).

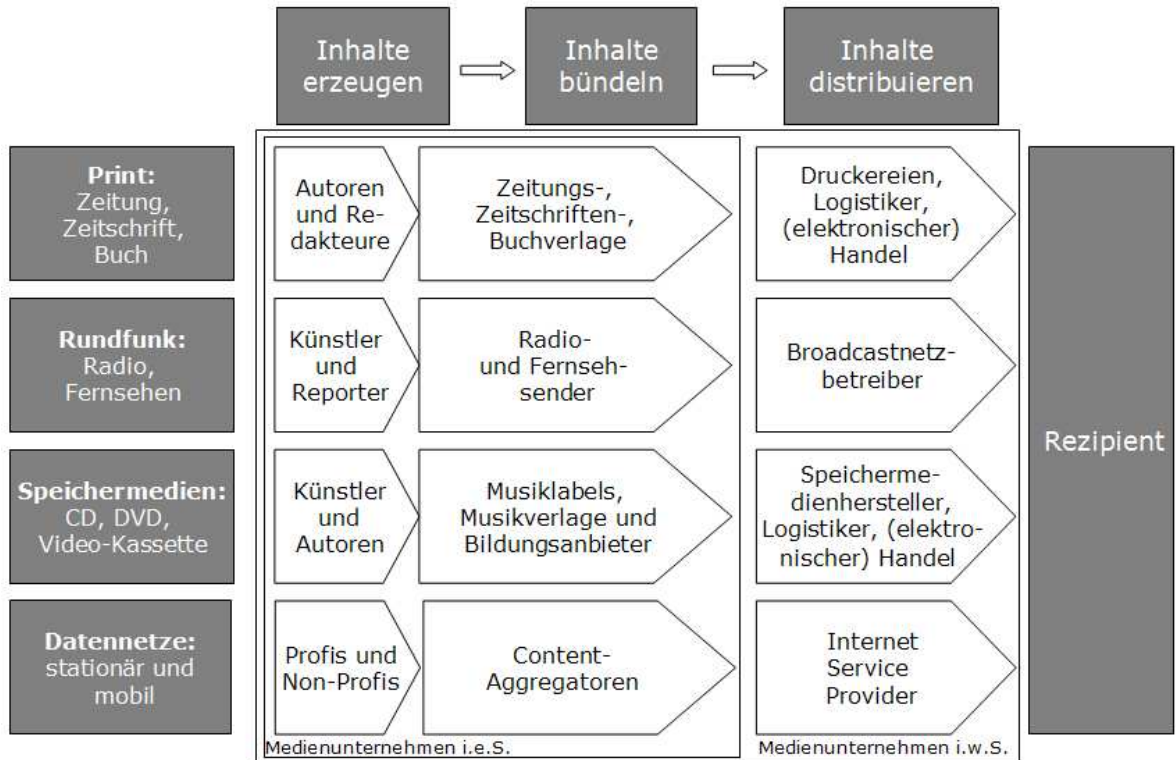


Abbildung 1: Einfache Typologie von Medienunternehmen

3. Was besagt der Begriff des Wirtschaftens?

Antwort: Wirtschaften ist das (rationale) Entscheiden über knappe Güter in Betrieben. Ziel des Wirtschaftens ist dabei das Befriedigen von Bedürfnissen (bspw. von Konsumenten).

4. Welche Bedeutung haben öffentlich-rechtliche Rechtsformen in der Medienbranche?

Antwort: Im Vergleich zu anderen Wirtschaftssektoren besitzen öffentlich-rechtliche Rechtsformen einen überdurchschnittlichen Anteil an den Unternehmen der Medienbranche. Zu unterscheiden sind öffentlich-rechtliche Medienbetriebe ohne (bspw. Stadttheater, Arbeitsgemeinschaften der ARD, etc.) und mit eigener Rechtspersönlichkeit (bspw. Stiftung Preuß. Kulturbesitz, Landesrundfunkanstalten, etc.).

5. Beschreiben Sie das ökonomische Prinzip mit seinen beiden Ausprägungen. Illustrieren Sie am Beispiel der Herstellung einer Lern-CD die beiden Ausprägungen dieses Prinzips.

Antwort: Rationales wirtschaftliches Handeln erfordert die Wahrung des sog. „Wirtschaftlichkeitsprinzips“. Das Wirtschaftlichkeitsprinzip besitzt zwei Ausprägungen: Nach dem Maximalprinzip, soll bei gegebenem Güterverbrauch maximale Güterentstehung erreicht werden (bspw. Mehrfachverwertung einmalig erzeugter Lernunterlagen in einer Lern-CD, einem Onlinekurs und einer Zeitschrift). Nach dem Minimalprinzip wird dagegen bei gegebener Güterentstehung minimaler Ressourcenverbrauch angestrebt (bspw. Stellenkürzung in der Redaktion und ggf. Reduktion des Inhalteumfangs der CD unter Beibehaltung der CD-Auflage).

6. Warum muss z. B. ein Rundfunk-Sender auf Absatz- und Kapitalmärkten gleichermaßen agieren?

Antwort: Eine Rundfunksendung, bspw. die Sendungen „TV-Total“ oder „Wetten-Dass“, erzielen Erlöse, indem gegenüber Werbekunden Werberaum verkauft wird. Unabhängig von diesen Werbeeinnahmen hat eine Produktionsfirma laufende fixe Kosten, bspw. für Mieten und Gehälter. Um Produktionen trotz dieser Kosten ggf. vorfinanzieren zu können, muss das Unternehmen Kapital unabhängig vom Absatzmarkt aufbringen können.

7. Grenzen Sie Massen- und Individualmedien voneinander ab, nennen Sie je zwei Beispiele.

Antwort: Medien sind Zeichentransportsysteme die als vermittelnde Instanz zwischen kommunizierenden Parteien fungieren. Medien können dabei anhand der Empfängerzahl des Kommunikationsvorgangs in Individualmedien (1:1-Kommunikation, bspw. Telefon, Postbrief, etc.) und Massenmedien (1:N- bzw. N:M-Kommunikation bspw. Zeitung, Fernsehen, www, etc.) unterschieden werden.

8. Skizzieren Sie die gegenseitigen Abhängigkeiten von Medien-, Telekom- und IT-Unternehmen am Beispiel des vernetzten Haushalts.

Antwort: *Nachrichten werden heute nicht mehr nur morgens in der Zeitung oder abends in den Fernsehnachrichten konsumiert, sondern zunehmend über Onlineformate, bspw. über Nachrichtenportale wie www.sueddeutsche.de, abgerufen. Damit ein Nachrichtenleser das Nachrichtenportal eines Medienunternehmens abrufen kann, benötigt er einerseits einen Onlineanschluss, über den er den Datenstrom empfangen kann, und andererseits ein Endgerät (bspw. einen Computer oder ein Handy), das ihm diese Daten in lesbarer Form darstellt. Abhängigkeiten bestehen bspw. in Form von Kompatibilitätsanforderungen zwischen den Endgeräten eines IT- oder Elektronikherstellers (bspw. Computer, Modem und Browsersoftware), dem verwendeten Datenprotokoll (bspw. TCP/IP) des Online-Service-Providers und der Inthalttekodierung des Medienunternehmens (bspw. HTML, mp3, etc.).*

9. Beschreiben Sie mögliche Formal- und Sachziele für einen Musiklabel.

Antwort: *Sachziele rekurren auf den Gegenstandsbereich des Wirtschaftens. Bei Medienunternehmen kann der Gegenstandsbereich anhand der Wertschöpfungsprozesse (Erzeugen, Bündeln, Distribuieren) hergeleitet werden. Im Falle eines Musiklabels sind denkbare Formalziele bspw. das Auffinden und Fördern neuer Musikgruppen oder Einzelinterpreten (Erzeugen) und das Produzieren neuer Langspieler oder Titel (Bündeln). Formalziele dokumentieren die vom Unternehmen mit seinen Sachzielen verfolgten Zwecke. Ein Musikverlag wie BMG besitzt in erster Linie gewinnorientierte Ziele, kann jedoch auch (wie bspw. die Deutsche Grammophon) dem Zweck der Kulturerhaltung dienen.*

10. Klassifizieren Sie die wichtigsten Rechtsformen und charakterisieren Sie die Einzelunternehmen, die OHG, die KG, die GmbH und die AG anhand der wichtigsten Merkmale.

Antwort: *Generell sind Personengesellschaften (Einzelunternehmen, OHG, KG), Kapitalgesellschaften (GmbH, AG) und ggf. Genossenschaften zu unterscheiden. Wichtige Unterscheidungsmerkmale bilden bspw. die Mindestzahl der Gründer, die verbindliche Regelung der Leitungsbefugnis, die Haftung der Gesellschafter und die Finanzierungsmöglichkeiten des Unternehmens. Abbildung 2 gibt einen Überblick über die jeweiligen Merkmalsausprägungen.*

Rechtsform Merkmale		Einzel- unternehmen	Personengesellschaften		Kapitalgesellschaften	
			OHG	KG	GmbH	AG
(1) Bezeichnung der (Mit-)Eigentümer		Inhaber	Gesellschafter	Komplementäre, Kommanditisten	Gesellschafter	Aktionäre
(2) Mindestanzahl bei Gründung		1	2	2 (je 1 Komplementär und Kommanditist)	1	1
(3) Leitungsbefugnis		liegt allein beim Inhaber	je nach Vertrag bei allen oder einzelnen Gesellschaftern	liegt beim Komplementär (i.Allg.nicht bei Kommanditisten)	je nach Vertrag bei allen oder einzelnen Gesellschaftern	Vorstand, Aufsichtsrat, Hauptversammlung
(4) Haftung		unbeschränkt persönlich	unbeschränkt persönlich und solidarisch	Komplementäre: unbeschränkt persönlich Kommanditisten: beschränkt auf Kapitaleinlage	beschränkt auf die Kapitaleinlage; es kann aber eine Nachschusspflicht vereinbart sein	beschränkt auf die Kapitaleinlage
(5) Finanzierungsmöglichkeiten	Zuführung von Haftungs-kapital	begrenzt durch Privatvermögen, allenfalls Aufnahme stiller Gesellschafter	begrenzt durch die (notwendigerweise geringe) Zahl der Gesellschafter und ihr Privatvermögen	begünstigt durch Haftungsbeschränkung beim Kommanditkapital	vergleichsweise wie bei der KG; teilweise etwas besser wegen der stärkeren Rechtsstellung der Gesellschafter	relativ die günstigsten Voraussetzungen durch Emmissionsfähigkeit der AG, hoher Fungibilität
	Kreditaufnahme	Kreditwürdigkeit relativ groß durch die unbeschränkte Haftung der (Mit-)Eigentümer		Kreditwürdigkeit relativ gering aufgrund der beschränkten Haftung (bei KG abhängig vom Privatvermögen des Komplementärs)		Kreditwürdigkeit größer wegen des verbesserten Gläubigerschutzes

Abbildung 2: Privatrechtliche Unternehmensformen und ihre Merkmale in Deutschland

11. Auf einem Markt besteht für ein bestimmtes Video ein Nachfrageüberschuss. Erklären Sie an diesem Beispiel den grundlegenden Mechanismus der Preisbildung. Veranschaulichen Sie Ihre Erläuterungen mittels einer Abbildung.

Antwort: Bei einem vom Videovertreiber festgesetzten Preis p würden x_1 Videos nachgefragt werden. Diese Nachfragemenge übersteigt jedoch die für das Unternehmen optimale Produktionsmenge x_2 , es entsteht ein Nachfrageüberschuss. Das Unternehmen reagiert, indem es den Preis und die produzierte Menge anhebt, solange, bis beim Preis p^* die nachgefragte der angebotenen Menge an Videokassetten x^* entspricht (vgl. Abbildung 3).

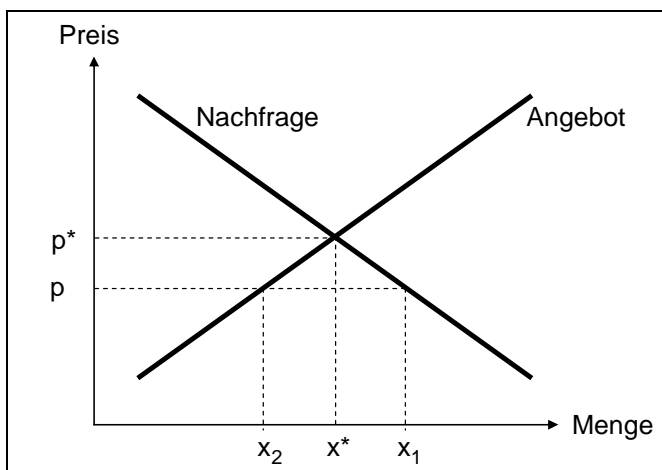


Abbildung 3: Grundmechanismus der Preisbildung

12. Mit Kapitel 1.3.3 haben Sie eine einfache Systematik zur Abgrenzung von Medienunternehmen kennen gelernt. Warum reichen die Symbole für die Unternehmen der zweiten Wertschöpfungsstufe zu einem kleinen Teil in die erste Spalte für die erste Wertschöpfungsstufe herein?

Antwort: *Überschneidungen ergeben sich bspw. durch Eigenproduktionen von Rundfunk- oder Fernsehsendern und eigenen Artikeln von Zeitungsredakteuren oder Herausgebern.*