



Klausur
Ökonomie der Medien
08.07.1999

Name:

Vorname:

Matrikelnummer:

Studiengang:

Aufgabe	a	b	c	S
1 (20%)				
2 (20%)				
3 (20%)				
4 (20%)				
5 (20%)				

Note :

Hinweise:

- Die Klausur umfaßt einschl. Deckblatt 7 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.

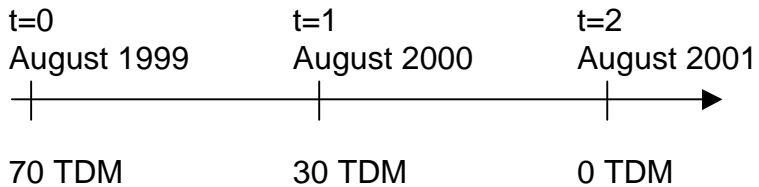
Aufgabe 1 (20%)

Nach dem 3. Rundfunkurteil von 1981 wurde der Wettbewerb auf dem deutschen Fernsehmarkt geöffnet. Bis 1981 gab es nur die öffentlich-rechtlichen Anbieter ARD und ZDF. Mittlerweile konkurrieren insgesamt über 30 Anbieter (öffentlich-rechtliche und private Anbieter) auf dem deutschen Fernsehmarkt.

- a) Welche Marktform lag bis 1981 auf dem deutschen Fernsehmarkt vor? Wie hat sich diese Marktform bis heute verändert?
- b) Durch die neue Konkurrenz hat sich der Marktanteil von ARD und ZDF reduziert. Hat dies kurzfristig Auswirkungen auf die Kosten dieser Anbieter?
- c) Große Anbieter, wie z.B. Europas größtes Fernseh- und Hörfunkunternehmen CLT-UFA, planen zur Zeit den Aufbau von Sendefamilien, deren Programm abgestimmt werden soll. Welchen konkreten Vorteil hätte dies für die Kosten und Erlöse der Anbieter?

Aufgabe 2 (20%)

Der Zeitungsverlag „Alex Ringer GmbH“ benötigt ab August 1999 für eine Werbekampagne 100 TDM verteilt über 2 Jahre. Für die Werbekampagne wird folgende Verteilung des Kapitalbedarfs erwartet:



Der Sachbearbeiter im Bereich Finanzen schlägt dem Geschäftsführer vor, den benötigten Kapitalbedarf mittels Kontokorrentkredit zu finanzieren.

- Diskutieren Sie Vor- und Nachteile der Kapitalbeschaffung mittels Kontokorrentkredit.
- Beschreiben und bewerten Sie drei weitere wichtige Finanzierungsmöglichkeiten.
- Welche weitere Art der Kapitalbeschaffung kommt in Betracht, wenn der Zeitungsverlag seine Rechtsform in eine AG ändern würde?

Aufgabe 3 (20%)

Für einen Zeitungsverlag ist eine Kostenstellenrechnung durchzuführen. Es wird vereinfacht davon ausgegangen, daß der Verlag nur eine Hilfskostenstelle, die Kostenstelle Fuhrpark, und zwei Endkostenstellen, die Kostenstellen Redaktion und Vertrieb, hat. Der Controller des Zeitungsverlags hat den unten abgebildeten Betriebsabrechnungsbogen (BAB) erstellt.

Plan-BAB	Verteilungs- grundlage	Hilfskosten- stelle	Endkostenstellen	
		Fuhrpark	Redaktion	Vertrieb
Stelleneinzelkosten: Gehälter Hilfslöhne	Gehaltsliste Lohnscheine	12.000	100.000	30.000
Stellengemeinkosten: Abschreibungen	gebundenes Kapital	24.000	44.000	4.000
gesamte Primärkosten		36.000	144.000	34.000
Umlage Fuhrpark	Anzahl Mitarbeiter	-36.000	+12.000	+24.000
Gesamte Sekundärkosten			12.000	24.000
Summe der Gemeinkosten			156.000	58.000

- Ordnen Sie – am konkreten Beispiel – die Kostenstellenrechnung in die Kostenrechnung ein und erläutern Sie insbesondere die Aufgaben der Kostenstellenrechnung.
- Entwickeln und begründen Sie eine sinnvolle Alternative zur vorgeschlagenen Verteilung der Kosten der Hilfskostenstelle Fuhrpark.
- Werden in der Kostenstellenrechnung auch dem einzelnen Kostenträger direkt zurechenbare Kosten, wie z.B. das Papier einer Zeitung, verrechnet?

Aufgabe 4 (20 %)

Die höhere Reichweite einer Zeitung führt zu höheren Einnahmen (mengen- und preisbezogen) aus Anzeigen, diese wiederum können zur Erschließung neuer Kundengruppen genutzt werden. Dieser Zusammenhang wird als „Anzeigen-Auflagen-Spirale“ bezeichnet.

- a) Illustrieren Sie die Wirkungszusammenhänge der „Anzeigen-Auflagen-Spirale“ anhand einer Abbildung in detaillierteren – als den oben genannten – Schritten an einem von Ihnen gewählten Beispiel.
- b) Ist die „Anzeigen-Auflagen-Spirale“ im übertragenen Sinn auch für einen Free-TV Fernsehsender gültig?

Aufgabe 5 (20 %)

Ein national tätiger Zeitschriftenverlag verfügt über 23 Zeitschriftentitel, die in den Divisionen „Fachzeitschriften“ und „Boulevardzeitschriften“ zusammengefaßt werden.

- a) Warum hat sich der Verlag nicht für eine funktionsorientierte Aufbauorganisation entschieden?
- b) Der Verlag plant, im Online-Geschäft aktiv zu werden. Was spricht für eine dritte Division „Online“, was für eine Einbindung der Online-Aktivitäten in die zwei bestehenden Divisionen?
- c) Auch überlegt der Verlag, sein Online-Geschäft zusammen mit einem Software-Unternehmen zu betreiben. Was wäre dafür aus rechtlicher Sicht zu tun?

