

Springer-Lehrbuch

# Grundfragen der Medienwirtschaft

Eine betriebswirtschaftliche Einführung

von

Matthias Schumann, Thomas Hess

4., überarb. Aufl. 2009

Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2009

Verlag C.H. Beck im Internet:

[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 540 89870 2

# Inhaltsverzeichnis

<b>Grundlagen.....</b>	<b>1</b>
.1 Beispiele für betriebswirtschaftliche Fragestellungen in Medienunternehmen .....	1
.2 Unternehmen in einer Marktwirtschaft.....	2
.3 Medienunternehmen .....	6
1.3.1 Inhalte .....	6
1.3.2 Massenmedien .....	8
1.3.3 Eine Typologisierung von Medienunternehmen .....	12
1.3.4 Medienunternehmen als Betrachtungsgegenstand der Betriebswirtschaftslehre .....	15
.4 Rahmenentscheidungen in Medienunternehmen .....	17
1.4.1 Festlegen der Unternehmensziele.....	17
1.4.2 Wahl der Rechtsform.....	20
1.4.2.1 Privatrechtliche Formen .....	20
1.4.2.2 Öffentlich-rechtliche Formen .....	23
.5 Aufbau dieses Lehrbuches .....	23
.6 Aufgaben zu Kapitel 1 .....	25
<b>Die produktorientierte Perspektive.....</b>	<b>26</b>

2.1.3	Märkte für Medienprodukte .....	44
2.1.3.1	Struktur der deutschen Medienmärkte .....	44
2.1.3.2	Regulierung deutscher Medienmärkte .....	49
2.2	Absatz in Medienunternehmen .....	51
2.2.1	Produktpolitik.....	51
2.2.1.1	Gestaltung des Produkts .....	51
2.2.1.2	Analyse des Marktes .....	55
2.2.2	Distributionspolitik.....	58
2.2.3	Preispolitik.....	63
2.2.3.1	Erlösquellen für Medienprodukte.....	63
2.2.3.2	Preisdifferenzierung .....	70
2.2.3.3	Mehrfachnutzung von Inhalten .....	72
2.2.4	Kommunikationspolitik.....	76
2.2.4.1	Absatzfördernde Kommunikationsinstrumente.....	77
2.2.4.2	Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen.....	79
2.3	Produktion in Medienunternehmen .....	81
2.3.1	Produktionsprozess und Produktionsfaktoren .....	81
2.3.2	Analyse der Produktionskosten .....	83
2.3.2.1	Produktions- und Kostenfunktionen.....	83
2.3.2.2	Skalenökonomien in Medienunternehmen.....	85
2.3.3	Lagerhaltung und ihre Kosten .....	86
2.4	Aufgaben zu Kapitel 2 .....	89

	<b>Die ressourcenorientierte Perspektive .....</b>	<b>91</b>
3.1	Die Ressource „Personal“ in Medienunternehmen.....	91
3.1.1	Grundlagen des Personalmanagements in Medienunternehmen .....	92
3.1.1.1	Theoretische Anknüpfungspunkte.....	92
3.1.1.2	Arbeitsrechtlicher und ressourcenorientierter Rahmen.....	95

3.2.2.1	IT-Strategie und IT-Architektur .....	118
3.2.2.2	IT-Projektportfolios, IT-Projekte und IT-Betreuung...	121
3.3	Aufgaben zu Kapitel 3 .....	125
<b>Die kaufmännische Perspektive.....</b>		<b>127</b>
4.1	Rechnungswesen in Medienunternehmen .....	127
4.1.1	Grundlagen des Rechnungswesens.....	127
4.1.1.1	Aufbau und Systematik .....	127
4.1.1.2	Doppelte Buchführung als Basis .....	128
4.1.2	Externes Rechnungswesen .....	132
4.1.2.1	Jahresabschluss .....	132
4.1.2.2	Jahresabschlussanalyse.....	141
4.1.3	Internes Rechnungswesen .....	146
4.1.3.1	Aufbau der Kostenrechnung.....	146
4.1.3.2	Kostenartenrechnung.....	149
4.1.3.3	Kostenstellenrechnung .....	153
4.1.3.4	Kostenträgerrechnung .....	157
4.2	Finanzwirtschaft in Medienunternehmen .....	165
4.2.1	Grundfragen der Finanzwirtschaft.....	165
4.2.2	Finanzierungsformen .....	166
4.2.2.1	Finanzierungsformen im Überblick .....	166
4.2.2.2	Einlagen-/Beteiligungsfinanzierung.....	169
4.2.2.3	Kreditaufnahme.....	172
4.2.3	Investitionsrechnung.....	175
4.2.3.1	Statische Verfahren .....	176
4.2.3.2	Dynamische Verfahren.....	180
4.2.3.3	Portfoliomethodik .....	184
4.3	Aufgaben zu Kapitel 4 .....	188

5.2.1.2	Operative Ebene .....	218
5.2.2	Organisationssysteme .....	221
5.2.2.1	Innerbetriebliche Perspektive .....	221
5.2.2.2	Zwischenbetriebliche Perspektive .....	226
5.3	Aufgaben zu Kapitel 5 .....	235

## **Beispiele**

Beispiel 1:	Online-Distribution bei Amazon.com .....	60
Beispiel 2:	Cross-Media-Konzept in „Deutschland sucht den Superstar“ .....	62
Beispiel 3:	Erlösquellen des iTunes Music Store .....	65
Beispiel 4:	Verwertungskette der Frankfurter Allgemeinen Zeitung .....	74
Beispiel 5:	Führungsinstrumente der Bertelsmann AG .....	102
Beispiel 6:	Der Microsoft Windows Media Player als Digital Rights Management System .....	116
Beispiel 7:	Immaterielle Vermögensgegenstände bei EM.TV & Merchandising AG .....	139
Beispiel 8:	Jahresabschlussanalyse der ProSiebenSat.1 Media AG .....	144
Beispiel 9:	Lebenszyklusrechnung bei der AOL Deutschland GmbH & Co KG .....	162
Beispiel 10:	Googles Ambitionen für ein crossmediales Werbenetzwerk – Von der Suchmaschine zum Werbekonzern .....	228
Beispiel 11:	Projektnetzwerke in der Produktion von Fernsehserien .....	232
Beispiel 12:	Konzernstruktur der Bertelsmann AG .....	234

<b>Sachwortverzeichnis .....</b>	<b>237</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>240</b>
<b>Sachwortverzeichnis .....</b>	<b>253</b>