

**Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Tätigkeitsbericht
des Instituts für Rundfunkökonomie
für die Jahre 2005 und 2006

**Arbeitspapiere
des Instituts für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Nr. 221

Köln, im Januar 2007

Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie

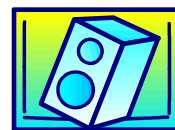
ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 221: 978-3-938933-22-0

Schutzgebühr 10,-- EUR

Die Arbeitspapiere können im Internet eingesehen
und abgerufen werden unter der Adresse
<http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de>

Mitteilungen und Bestellungen richten Sie bitte per E-Mail an:
rundfunk-institut@uni-koeln.de
oder an die u. g. Postanschrift



Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln

Hohenstaufenring 57a
50674 Köln

Telefon: (0221) 23 35 36

Telefax: (0221) 24 11 34

www.rundfunk-institut.uni-koeln.de

Inhalt

	Seite
1. Das Institut für Rundfunkökonomie	1
1.1 Zum Stand der Rundfunkökonomie in Deutschland	1
1.2 Aufgaben und Organisation des Instituts	2
1.3 Die Institutsleitung	3
1.4 Der Beirat des Instituts	4
1.5 Der Förderverein des Instituts	5
1.6 Personelle und sächliche Ausstattung	6
1.7 Die Institutsbibliothek	6
2. Forschungsaktivitäten	8
2.1. Internationalization of the Chinese TV Sector – Economic, Social and Legal Consequences after the WTO Entry	8
2.2. Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020	13
2.3. Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020. - Folgestudie -	14
2.4. Die Rundfunkordnungen der osteuropäischen EU-Staaten und da- mit verbundene Auswirkungen auf das Europäische Rundfunkrecht ...	16
2.5. Optionen einer Nachwuchsförderung für Nationalmannschaften in Mannschaftssportarten	18
3. Dissertationen und Diplomarbeiten	19
3.1. Dissertationen	19
3.2. Diplomarbeiten	21
4. Veröffentlichungen	25
4.1. Monografien	25
4.2. Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden	25
4.3. Reihe "Schriften zur Rundfunkökonomie"	26
4.4. Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie"	26
4.4.1. Zielsetzung der Reihe Arbeitspapiere	26
4.4.2. Verbreitung der Reihe Arbeitspapiere	28
4.4.3. Im Berichtszeitraum erschienene Arbeitspapiere	30



	Seite
5. Vortragsveranstaltungen	35
5.1. Vortragsveranstaltungen des Instituts	35
5.1.1. Vortragsveranstaltung des Instituts im Jahr 2005	35
5.1.2. Vortragsveranstaltung des Instituts im Jahr 2006.....	38
5.2. Vorträge auf Veranstaltungen anderer Einrichtungen.....	39
6. Lehrveranstaltungen	41
7. Das Institut für Rundfunkökonomie im Internet	53
7.1. Neugestaltung und Ausbau der Internet-Seiten des Instituts	53
7.2. Abruf von Institutsveröffentlichungen über das Internet	55
7.3. Nutzungsstatistiken der Web-Seiten des Instituts	57
 Anhang	
Satzung des Instituts für Rundfunkökonomie	65
Satzung des Fördervereins des Instituts für Rundfunkökonomie.....	67

1. Das Institut für Rundfunkökonomie

1.1. Zum Stand der Rundfunkökonomie in Deutschland

Der wissenschaftliche Stand der Rundfunkökonomie in Deutschland wurde bereits in den vorherigen Tätigkeitsberichten ausführlich dargestellt. Wie dort bereits beschrieben, ist der erheblich gestiegene Bedarf nach rundfunkökonomisch ausgebildeten Betriebswirten und Volkswirten erkannt worden und es sind mittlerweile auch, z. T. zusammen mit benachbarten Disziplinen, z. B. der Publizistik, der Mediensoziologie und dem Rundfunkrecht, geeignete Ausbildungsgänge entwickelt worden.

Das gilt auch für die Universität zu Köln. Nachdem hier 1999 ein betriebswirtschaftlicher Lehrstuhl für Medienmanagement (Prof. Dr. Claudia Löbbcke) eingerichtet wurde (siehe hierzu ausführlicher den Tätigkeitsbericht 2001-2002), bietet die Universität zu Köln seit dem Wintersemester 2002/2003 unter der Federführung der Philosophischen Fakultät und unter Mitwirkung der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät, der Rechtswissenschaftlichen Fakultät und der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät erstmalig ein interdisziplinäres Studium der „Medienwissenschaften“ mit dem Studienabschluss Diplom an. Dieses setzt sich zusammen aus Lehrangeboten der Medieninformatik (Philosophische Fakultät), der Medienkulturwissenschaft (Philosophische Fakultät), des Medienmanagements (Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät), der Ökonomie und Soziologie der Medien (Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät), der Medienpsychologie (Philosophische Fakultät) und des Medienrechts (Rechtswissenschaftliche Fakultät).

Die Interdisziplinarität dieses neuen Studienganges bestätigt auch die bereits in früheren Tätigkeitsberichten angedeutete Konsequenz, die sich durch die Veränderungen der Verbreitungstechnik und des Nutzungsverhaltens elektronischer Dienste für die Lehre und Forschung im Bereich der Rundfunkökonomie ergibt: Weil Rundfunk sich dadurch von anderen elektronischen Diensten, insbesondere den über das Internet verbreiteten Audio- und Videodateien („Webcasting“) nicht mehr trennscharf abgrenzen lässt, muss sich die Rundfunkökonomie verstärkt mit ökonomischen Fragen dieser neuen Dienste, insbesondere des Internets, befassen. Sie erweitert sich dadurch hin zu einer Ökonomie der elektronischen Medien oder gar, noch weiter, zu einer allgemeinen Medienökonomie.

Auch der in früheren Tätigkeitsberichten ebenfalls bereits angesprochene Trend zu einer verstärkten Globalisierung der Medienwirtschaft hält an. Die Universität zu Köln hat auch diesen Entwicklungen Rechnung getragen. Nachdem sie bereits seit Jahren im Rahmen der sog. PIM/CEMS-Programme die Zusammenarbeit mit renommierten ausländischen Hochschulen verstärkt und dabei auch die Medienökonomie in das Lehrangebot einbezogen hat, sind in der Amtszeit von Prof. Dr. Schellhaaß als Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät mit verschiedenen ausländischen Hochschulen, darunter auch mit fünf chinesischen, Abkommen zur Kooperation in der Lehre



und Forschung geschlossen worden. Von besonderer Bedeutung für die Medienökonomie ist dabei die Kooperation mit der Communication University of China (CUC, die frühere Beijing Broadcasting University). Auch die Themen der im Berichtszeitraum dieses Berichtes ausgerichteten Vortragsveranstaltungen des Instituts für Rundfunkökonomie haben dieser wachsenden Bedeutung internationaler Fragen der Medienordnung Rechnung getragen. So befasste sich die Tagung 2005 unter Beteiligung chinesischer Teilnehmer mit dem Thema „Deutsch-Chinesischer Programmhandel“, und die Tagung 2006 widmete sich dem Thema "Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwirtschaft" (siehe hierzu auch Abschnitt 2.2.).

1.2. Aufgaben und Organisation des Instituts

In der Satzung des Instituts für Rundfunkökonomie, die am 23. 8. 1990 verabschiedet wurde (zur Entstehungsgeschichte des Instituts siehe den Tätigkeitsbericht 1992/93, S. 5f.), wird der Institutszweck in § 1 wie folgt beschrieben: "Das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln hat die Aufgabe, auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie Grundlagenforschung zu betreiben sowie die Anwendbarkeit wissenschaftlicher Ergebnisse in die Praxis zu untersuchen. Es soll gleichzeitig die Ausbildung der Studenten fördern. Die Ergebnisse stehen der Universität sowie den Mitgliedern des "Vereins zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" und gegebenenfalls der Öffentlichkeit zur Verfügung.

In § 2 der Satzung ist geregelt, dass das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln seinen Sitz in Köln hat und in Lehre und Forschung der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln eingegliedert ist. Der Name als Institut *an der* Universität zu Köln bringt zudem den rechtlichen Unterschied zu Instituten *der* Universität zu Köln zum Ausdruck, wie er in § 29 des Hochschulgesetzes vom 31.10.2006 geregelt ist: Während Institute *der* Universität Einrichtungen sind, deren Etat durch das Land Nordrhein-Westfalen bestritten wird, handelt es sich bei "An-Instituten" um Einrichtungen, die ganz oder zum überwiegenden Teil aus Mitteln finanziert werden, die nicht Haushaltsmitteln der Universität entstammen.

Die dem Institut für Rundfunkökonomie zufließenden Fördermittel werden zum überwiegenden Teil von der WDR Mediagroup sowie (seit dem Jahr 2002) von der nordrhein-westfälischen Landesanstalt für Medien und (seit 2004) von der Deutschen Welle bereitgestellt. Weitere Zuweisungen stammen von anderen Institutionen und von Einzelpersonen. Diese sind Mitglieder im "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" (kurz: Förderverein). Dessen Aufgabe besteht allgemein in der finanziellen Förderung des Instituts und der fachlichen Beratung des Institutsbeirats und der Institutsleitung; seine Einflussnahme auf die wissenschaftliche Arbeit des Instituts ist durch § 6 der Institutssatzung allerdings ausgeschlossen.

1.3. Die Institutsleitung

Gemäß § 3 der Institutssatzung besteht die Institutsleitung aus mindestens zwei Universitätsprofessoren der Betriebs- und/oder Volkswirtschaftslehre der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln, die von der Fakultät zu benennen sind. Die Zusammensetzung des Direktoriums des Rundfunkinstituts mit je einem Professor der Betriebswirtschaftslehre und der Volkswirtschaftslehre berücksichtigt, dass es sich bei der Rundfunkökonomie um eine Disziplin handelt, in der einzel- und gesamtwirtschaftliche Fragen gleichermaßen von Bedeutung sind und deren adäquate Untersuchung die Zusammenführung betriebswirtschaftlicher und volkswirtschaftlicher Erkenntnisse erfordert. Die Aufgaben des Instituts liegen im Zuständigkeitsbereich dieser Direktoren, wobei die Direktoren die Geschäftsführung des Instituts unter sich regeln. Gründungsdirektoren des Instituts für Rundfunkökonomie waren Prof. Dr. Günter Sieben und Prof. Dr. K. H. Hansmeyer. Derzeitige Direktoren des Instituts für Rundfunkökonomie sind:

Prof. Dr. Günter Sieben (seit dem 25. 9. 1990),
emeritierter Direktor des Seminars für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und
Wirtschaftsprüfung,

Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß (seit dem 1. 7. 1997),
Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftliche Staatswissenschaften.

1.4. Der Beirat des Instituts

Dem Institut für Rundfunkökonomie steht ein Beirat zur Seite, der die Arbeit des Instituts in wichtigen Angelegenheiten unterstützt. Er setzt sich gemäß § 4 der Institutssatzung (der vollständige Text dieser Satzung ist im Anhang dieses Tätigkeitsberichts enthalten) zusammen aus:

1. dem Rektor der Universität zu Köln;
2. dem Vorsitzenden des Kuratoriums der Universität zu Köln;
3. dem Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln;
4. weiteren vom Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie benannten Mitgliedern.

Dem Beirat des Instituts gehörten im Berichtszeitraum folgende Personen an:

Horst Bachmann,
Rechtsanwalt und stellvertretender Vorsitzender der KEF;

Dr. Heinz Bolsenkötter,
Wibera Wirtschaftsberatung AG, Düsseldorf;

Dr. Jürgen Brautmeier,
stellvertretender Direktor der Landesanstalt für Medien, NRW;



Prof. Dr. rer. nat. Axel Freimuth,
Rektor der Universität zu Köln (ab 1. 4. 2005);

Prof. Dr. Clemens Fuest,
Direktor des Seminars für Finanzwissenschaft der Universität zu Köln

Reinhard Grätz,
Vorsitzender des Rundfunkrates des Westdeutschen Rundfunks
(Vorsitzender des Beirats des Instituts für Rundfunkökonomie);

Dr. Reinhard Hartstein,
Verwaltungsdirektor der Deutschen Welle, Bonn;

Hans-Peter Kreibich,
PwC, Deutsche Revision AG, Düsseldorf;

Prof. Dr. Karl-Heinrich Hansmeyer,
ehem. Direktor des Instituts für Rundfunkökonomie;

Prof. Dr. Norbert Herzig,
Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Universität zu Köln (ab 1. 4. 2005);

Dieter Keller,
Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, Köln;

Prof. Dr. Tassilo Küpper,
Rektor der Universität zu Köln (bis 31. 3. 2005);

Dr. h.c. Adalbert Leidinger,
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Landkreistages NRW, a. D.;

Dr. Holger Niese,
Justitiar des Deutschen Sportbundes;

Gottfried Philippi,
Niederlassungsleiter KPMG, Köln;

Fritz Pleitgen,
Intendant des Westdeutschen Rundfunks, Köln;

Dr. Karl-Heinz Schaffartzik,
Mitglied des Rundfunkrates des Westdeutschen Rundfunks, Köln;

Fritz Schramma,
Oberbürgermeister der Stadt Köln;

Prof. Dr. Norbert Seidel,
Verwaltungs- und Finanzdirektor des Westdeutschen Rundfunks, Köln.

Der Beirat tritt mindestens einmal jährlich zu einer Sitzung zusammen. Er nimmt den Tätigkeits- und Finanzbericht der Institutsdirektoren für das abgelaufene Geschäftsjahr entgegen, entlastet die Direktoren des Instituts, berät sie und übermittelt Anregungen, Wünsche und Vorschläge für die Tätigkeit des Instituts. Ihm steht das Recht zu, einen Wirtschaftsprüfer zu bestimmen, dem die Kas- senprüfung des Instituts obliegt. Über die Aufnahme neuer Mitglieder entschei- det der Beirat auf Vorschlag des Fördervereins.

1.5. Der Förderverein des Instituts

Das Institut für Rundfunkökonomie wird vom "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V." getragen. Er hat seinen Sitz in Köln. Der Verein verfolgt gemäß § 2 seiner Satzung (siehe Anhang) ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts "steuerbegünstigte Zwecke" der Abgabenordnung. Er hat den Zweck, die Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln zu fördern und insbesondere das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln bei der Durchführung seiner Aufgaben zu unterstützen. Der Satzungszweck wird vor allem verwirklicht durch die Unterstützung des Instituts bei der Durchführung von praxisbezogenen Forschungsprojekten zu aktuellen volks- und betriebswirtschaftlichen Fragen des Rundfunkwesens sowie bei der Abhaltung wissenschaftlicher Veranstaltungen. Die Förderung soll neben der Bereitstellung finanzieller Mittel auch dadurch erfolgen, dass einzelne Vereinsmitglieder dem Institut ihr fachliches Wissen und ihre praktische Erfahrung zur Verfügung stellen. Der Verein ist selbstlos tätig; er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke. Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsgemäßen Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder dürfen keine Gewinnanteile und in ihrer Eigenschaft als Mitglieder auch keine sonstigen Zuwendungen aus Vereinsmitteln erhalten. Der Verein darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck des Vereins fremd sind, oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigen. Das Institut für Rundfunkökonomie bringt den Beiratsmitgliedern die Ergebnisse seiner wissenschaftlichen Arbeit zur Kenntnis.

Mitglieder des Vereins können laut § 4 seiner Satzung öffentlich-rechtliche Körperschaften oder Anstalten, Unternehmen und Verbände sowie Einzelpersonen werden. Die Mitgliedschaft wird durch Anmeldung beim Vorstand erworben, der über die Aufnahme entscheidet. Die Mitgliedschaft erlischt durch schriftliche Abmeldung, die dem Vorstand drei Monate vor Ablauf des Vereinsjahres einzureichen ist.

Die Höhe des jährlichen Mitgliedsbeitrages wird gemäß § 5 der Vereinssatzung durch Vereinbarung mit dem Vorstand festgelegt. Derzeit (Stand 31. 12. 2006) beläuft sich der jährliche Mindestbeitrag auf 15,-- € für Einzelpersonen und auf 50,-- € für Unternehmen und Institutionen. Den Mitgliedern des Fördervereins werden die Programme der vom Rundfunkinstitut durchgeführten Veranstaltungen kostenlos zugesandt; die vom Rundfunkinstitut veröffentlichten wissenschaftlichen Schriften erhalten sie zum Selbstkostenpreis.

Organe des Vereins sind (gem. § 6 der Satzung) der Vorstand und die Mitgliederversammlung. Die Vertretung des Vereins obliegt (gem. § 7 der Satzung) dem Vorstand. Vorsitzender des Vereins war bis zum 31. 1. 2006 Herr Walter Wössner, der im Jahre 2006 als Leiter der HA Finanzen des WDR ausgeschieden ist. Seit dem 1. 2. 2006 ist dessen Nachfolger im Amt, Herr Rainer Kampmann, neuer Vorsitzender des Fördervereins; Herr Wössner bleibt dem Institut als Mitglied des Fördervereins verbunden. Stellvertretende Vorsitzende sind seit



der oben erwähnten Änderung der Beiratssatzung die Herren Professoren Dr. Schellhaaß und Dr. Sieben als Institutsdirektoren.

1.6. Personelle und sächliche Ausstattung des Instituts

Die im Institut beschäftigten wissenschaftlichen und sonstigen Mitarbeiter werden auf Vorschlag der Institutsdirektoren vom "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" angestellt (§ 7 der Satzung des Institutsbeirats). Das wissenschaftliche Personal muss die für vergleichbare Tätigkeiten in der Universität geltenden Anforderungen erfüllen. Die Zahl der am Institut zu beschäftigenden Mitarbeiter hängt von der Höhe der vom Förderverein gewährten laufenden Zuschüsse sowie der Höhe der dem Institut zufließenden Drittmittel für die Bearbeitung von Projekten externer Auftraggeber ab.

Im Berichtszeitraum wurden dauerhaft ein geschäftsführender vollbeschäftigter Mitarbeiter, ein teilzeitbeschäftigter wissenschaftlicher Mitarbeiter sowie vier studentische Hilfskräfte beschäftigt. Daneben waren im Rahmen von Drittmittelprojekten mehrere wissenschaftliche und studentische Mitarbeiter vorübergehend angestellt. Schließlich wurden im Institut vorübergehend Arbeitsplätze für zwei Wissenschaftler/innen chinesischer Partneruniversitäten zur Verfügung gestellt.

Alle Arbeitsplätze des Instituts sind mit vernetzten Personal-Computern ausgestattet, über die auch der Bibliotheksbetrieb abgewickelt wird; ferner steht ein Fotokopiergerät zur Verfügung, das gegen Kostenerstattung auch von den Besuchern des Instituts und der Bibliothek genutzt werden kann, sowie verschiedene Medien zur Abhaltung von Besprechungen, Präsentationen etc. (wie Flip Charts, Magnettafeln u. ä.).

Die Postanschrift, die Öffnungszeiten der Institutsbibliothek, die gültigen Sprechstunden der Institutsdirektoren und -mitarbeiter und sonstige postalische Informationen (Telefon- und Faxnummern, E-Mail-Adressen etc.) sind der Homepage des Instituts (vgl. Abschnitt 7) zu entnehmen.

1.7. Die Institutsbibliothek

Der Aufbau einer Bibliothek mit rundfunkspezifischen Monographien und Fachzeitschriften gehörte in den ersten Jahren seines Bestehens zu den zentralen Aufgaben des Instituts (siehe hierzu die Tätigkeitsberichte 1993/94 und 1995/96). Diese Aufgabe ist mittlerweile weitgehend abgeschlossen: Die Bibliothek umfasst nunmehr (Stand 31. 12. 2006) etwa 21.600 elektronisch erfasste Titel. Davon sind ca. zwei Drittel Einzelbeiträge aus Zeitschriften und Sammelbänden (zu den Titeln siehe den Tätigkeitsbericht 203/04). Außerdem werden Einzelaufsätze aus schwer ausleihbaren Zeitschriften und Sammelbänden aufgenommen. Daneben umfasst der Bestand knapp 4.200 Monographien und 310 Diplomarbeiten. Hinzu kommen diverse Handbücher und Nachschlagewerke (ARD- und ZDF-Jahrbuch, Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen, KEF-Berichte, Geschäftsberichte der privaten Rundfunkveranstalter etc.).



Im Berichtszeitraum wurden ca. 2.600 Neuzugänge verzeichnet, davon ca. 400 Monographien. Von letzteren wurden ca. 300 Titel im Buchhandel erworben, bei den anderen Monographien handelt es sich um Geschenke und Dauerleihgaben von anderen Bibliotheken, Rundfunkanstalten u. ä. Institutionen.

Die Umstellung zu einer Präsenzbibliothek, die aufgrund einer 2003 gewährten bedeutenden Schenkung erforderlich und durch den Umzug in größere Bibliotheksräume möglich wurde, hat sich bewährt. Die Bibliothek steht Studierenden und Mitarbeitern der von den Instituts-Direktoren, Lehrbeauftragten und Institutsmitarbeitern abgehaltenen Lehrveranstaltungen zur Verfügung, wie auch Mitarbeitern und Doktoranden anderer Seminare und Institute der Universität sowie Mitarbeitern von Rundfunk- bzw. Medienunternehmen. Ein Kopierer sowie eine ausreichende Anzahl von Leseplätzen sind in den Räumlichkeiten vorhanden. Diplomanden, Doktoranden sowie Mitarbeitern des Instituts wird nach Absprache die Möglichkeit eingeräumt, abweichend von der Organisation als Präsenzbibliothek Bestände kurzzeitig zu entleihen, wobei Nachschlagewerke, Jahrbücher, Zeitschriften und Diplomarbeiten ausgenommen sind. Für alle Nutzer besteht die Möglichkeit, Anschaffungsvorschläge einzubringen.

Während der Öffnungszeiten, die der Homepage zu entnehmen sind (vgl. Abschnitt 7), sind eigenständige Literaturrecherchen am PC möglich; die Bibliothekshilfskräfte sind dabei gerne behilflich. Eine Benutzung außerhalb der Öffnungszeiten ist nach vorheriger telefonischer Absprache mit den Institutsmitarbeiter/inne/n möglich. Auswärtigen Benutzern wird vor Anreise eine Terminabsprache empfohlen.

Durch die im Jahr 2004 begonnene und mittlerweile abgeschlossene Integration der Bibliotheksbestände in den Kölner Universitätsgesamtkatalog (KUG) ist eine komfortable Erschließung möglich. Interessierte haben nun auch die Möglichkeit, über das Internet die Literatur der Instituts-Bibliothek zu recherchieren.

2. Forschungsaktivitäten

Der vorliegende Tätigkeitsbericht beschränkt sich auf die Dokumentation von Institutsprojekten, die in den Jahren 2005 und 2006 bearbeitet wurden.

2.1. Internationalization of the Chinese TV Sector – Economic, Social and Legal Consequences after the WTO Entry

Dr. Manfred Kops, Dipl.-Volksw. Stefan Ollig

Das vorliegende Forschungsprojekt wurde bereits im Jahr 2002 begonnen. Es befasste sich mit dem Thema "Broadening Its Television Markets after Joining the WTO – Costs and Benefits for the People's Republic of China." Dieses Projekt wurde unterstützt vom DAAD im Rahmen des „projektbezogenen Personenaustauschs mit China“; es wurde durchgeführt in Zusammenarbeit mit dem Beijing Broadcasting Institute (BBI). Die Entstehungsgeschichte und die ursprünglichen Untersuchungsziele sind im Tätigkeitsbericht 2003-2004 ausführlicher beschrieben worden.

Im Rahmen dieses ursprünglich auf zwei Jahre begrenzten DAAD-Projektes sind eine Reihe von Kontakten zu chinesischen Experten geknüpft worden, aufgrund derer sich eine inhaltlich und zeitlich weitergehende Zusammenarbeit über die Ausgestaltung der chinesischen Rundfunkordnung ergeben hat. Dazu haben auch mehrere Forschungsaufenthalte chinesischer Wissenschaftler/innen beigetragen. Innerhalb des Berichtszeitraums waren dies Frau Prof. Zhenzhi Guo, Professorin für Medienpolitik am Beijing Broadcasting Institute (seit 2004 umbenannt in CUC, Communication University of China), die im Jahr 2004 an die School of Journalism and Communication der renommierten Tsinghua University in Beijing gewechselt ist, Frau Luo Chinq, Forschungsassistentin an der CUC, Herr He Yong, Forschungsassistent an der CUC, Herr Wang Hong, Forschungsassistent und Ph.D-Kandidat an der Tsinghua University und Herr Degan Li, ebenfalls Forschungsassistent und Ph.D-Kandidat an der Tsinghua University.

Während dieser Zusammenarbeit sind vom DAAD auch mehrere Forschungsaufenthalte von Institutsmitarbeiter/inne/n finanziert worden: Im Jahr 2003 wurden ein Aufenthalt von Manfred Kops und von Stefan Ollig bezuschusst, außerdem ein Aufenthalt von Melanie Eickhoff und Bettina Hutt, die die "Gegenwärtige Ausgestaltung und wünschenswerte Fortentwicklung der Fernsehordnung der Volksrepublik China am Beispiel von China Central Television" untersucht haben, und ein Aufenthalt von Frau Doris Fischer, Universität Duisburg, die über die Privatisierung des chinesischen Fernsehens gearbeitet hat. Im Jahr 2004 wurde vom DAAD die Teilnahme von Herrn Kops und Herrn Ollig an einer Abschlusskonferenz bezuschusst. Wie bei deren erstem Aufenthalt in Beijing im Jahr 2003 (siehe hierzu den Tätigkeitsbericht 2003-2004) haben Herr Kops und Herr Ollig auch auf dieser Konferenz Vorträge gehalten. Während des Aufenthaltes im Jahr 2004 hat Herr Kops auf einer wissenschaftlichen Tagung, die die CUC anlässlich ihres 50-jährigen Bestehens ausgerichtet hat zudem einen Vor-

trag zum Deutschen Dualen Rundfunkordnung gehalten (siehe die nachstehende Auflistung von Veröffentlichungen, die in Verbindung mit dem Projekt stehen). Einige dieser Vorträge sind ins Chinesische übersetzt und in verschiedenen chinesischen Fachzeitschriften veröffentlicht worden.

Die ursprünglich primär theoretischen Forschungsschwerpunkte des DAAD-Projektes sind in der Folge auch durch stärker praxisorientierte Fragen ergänzt worden. Im Mittelpunkt standen dabei die Probleme und Möglichkeiten des Programmhandels zwischen deutschen und chinesischen Rundfunkanstalten. Zu diesem Thema hat das Institut für Rundfunkökonomie im Frühjahr 2005 auch seine jährliche Vortragsveranstaltung abgehalten (siehe unten, Abschnitt 6.1.), in Zusammenarbeit mit dem WDR, in dessen Räumen diese Veranstaltung stattfand, und der deutsch-chinesischen Wirtschaftsvereinigung, die an der Ausrichtung eines mit der Vortragsveranstaltung kombinierten praxisorientierten Workshops beteiligt war. Im Zuge dieser Veranstaltung sind weitere Kontakte zu chinesischen Wissenschaftlern, aber auch zu chinesischen Rundfunkveranstaltern und -produzenten geknüpft worden. Zudem ist ein Sammelband mit dem Titel "Internationalization of the Chinese TV Sector – Economic, Social and Legal Consequences after the WTO Entry" entstanden, in dem die vorgetragenen Referate sowie weitere Aufsätze zur Thematik enthalten sind (siehe unten, Abschnitt 4.1.).

Anknüpfend an diese Kontakte sind im Jahr 2005 auch die Versuche intensiviert worden, die in Europa tätigen Medien- und Kommunikationswissenschaftler in einem Netzwerk zu organisieren. Zu diesem Zweck fand am 16. Februar 2006 ein Treffen am Institut für Rundfunkökonomie statt, das den Titel trug: "The Mass Media in China and Europe – Learning From Each Other and Cooperating With Each Other." An diesem Treffen nahmen teil Prof. Guiseppe Richeri und Dr. Chwen-Chwen Chen von der Universität Lugano, Schweiz, Dr. Cinzia Dalzotto von der Jörköping University, Schweden, Prof. Colin Sparks und Dr. Yik-Chan Chin von der Westminster University, Großbritannien sowie Dr. Manfred Kops und Stefan Ollig, von der Universität Köln. Bei diesem Treffen wurde eine intensivere und stärker formalisierte Zusammenarbeit zwischen den Beteiligten vereinbart, u. a. mit dem Austausch von Daten und Forschungsergebnissen, der gemeinsamen Produktion regelmäßiger Berichte zur Entwicklung der chinesischen Rundfunkwirtschaft und -ordnung und der verstärkten Akquise von Forschungsaufträgen für Europäische Institutionen, insbesondere für die Europäische Kommission.

Die Kontakte, die durch diese Veranstaltung sowie durch die Kooperation mit den chinesischen Forschern geknüpft wurden, haben zudem dazu beigetragen, dass auch die Universität zu Köln ihre Beziehungen zu chinesischen Universitäten intensiviert hat. So hat Prof. Schellhaaß als Direktor des Instituts für Rundfunkökonomie während seiner Amtszeit als Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät verschiedene Vereinbarungen mit insgesamt fünf führenden Chinesischen Hochschulen über eine Zusammenarbeit und einen Austausch von Studierenden abgeschlossen.



Bearbeitungsbeginn: Ende 2002
Abschluss: Ende 2006

Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:

Bensinger, Viola: *Co-Operation with China in the TV Sector, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 207, Köln, im September 2005*

Eickhoff, Melanie/Hutt, Bettina: *Gegenwärtige Ausgestaltung und wünschenswerte Fortentwicklung der Fernsehordnung der Volksrepublik China am Beispiel von China Central Television (CCTV), Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 188, im Dezember 2003*

Faber, Tim/Xiaomei, Fu: *Rechtliche Rahmenbedingungen für Film und Fernsehen in China, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 208, Köln, im September 2005*

Fischer, Doris: *Understanding Marketisation Within the Chinese Information Sector – Taking Television as an Example, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 175, Köln, im November 2003, II + 26 Seiten*

Guo, Zhenzhi: *Television Regulation And China's Entry Into WTO; Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 168-E, Köln, im August 2003*

Guo, Zhenzhi: *进入WTO与中国的电视规制, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 168-C, (Chinesische Fassung des Arbeitspapiers 168e), Köln, im August 2003*

Kops, Manfred: *公共广播电视及其经济来源分析? Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 145-sc (Chinesische Fassung des Arbeitspapiers 145se), Köln, im August 2003*

Kops, Manfred: *公共广播电视及其经济来源分析, in: Media Studies, No. 1/2004, pp. 91 -102*

Kops, Manfred: *What Role Can Citizens Play in Ensuring Good Governance and the Principles of Public Service in Broadcasting? Speech presented on behalf of EURALVA, European Association of Listeners' & Viewers' Associations, at the VLV's 10th International Conference, held on 11th February 2005 at the Royal Society London, <http://www.vlv.org.uk/pages/press%202005-International%20Conference%20Report.shtml>*

Kops, Manfred: *Looking into the revenue pots, in: The Channel, The Association for International Broadcasting, Vol. 8/No. 2, March 2005, p. 52ff.*

Kops, Manfred: *媒介市场的全球化? 代价和收益, 受益者和受损者, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 211c, (chinesische Version des Arbeitspapiers Nr. 211e) Cologne, March 2005*

Kops, Manfred: *German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective, Köln, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 200, im April 2005*

- Kops, Manfred: *将德国的电视节目卖给中国？一个政治经济学的分析* (chinesische Version des Arbeitspapiers Nr. 200e), *Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie*, Heft 200c, Köln, im Juli 2005
- Kops, Manfred: *Is Globalization Opposed to Cultural Diversity? The Choices Before Us*, Paper presented at the Asia Media Summit 2005, 9-11 May 2005, Kuala Lumpur, Malaysia, published in: AIBD (ed.): *Promoting Peace and Prosperity in a Globalised World*, Kuala Lumpur 2005, pp. 23 - 32, http://download.aibd.org.my/books/AMS_05_Promoting_Peace_and_Prosperty.pdf
- Kops, Manfred: *媒介市场的全球化？* in: *South China Television Journal*, No. 5/2005, pp. 104 - 108
- Kops, Manfred: *Globalising Media Markets. Costs and Benefits, Winners and Losers*, Vortrag gehalten auf dem *Oriental Television Forum: Media New Economy: A Conversation between China and the World*, Shanghai 2005, Thesis Album, pp. 2 -21, Shanghai 2005
- Kops, Manfred: *Globalisierung der Medienwirtschaft. Nutzen und Kosten, Gewinner und Verlierer*, *Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie*, Heft 211d, Köln, im Mai 2006
- Kops, Manfred: *Globalising Media Markets. Benefits and Costs, Winners and Losers*, *Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics*, No. 211e, Cologne, May 2006
- Kops, Manfred: *The German Broadcasting Order. A Model for China? Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics*, No. 215, Cologne, June 2006
- Kops, Manfred: *The German Broadcasting Order: A Model for China? In Kops, Manfred/Ollig, Stefan (eds.): TV Programme Exchange Between Germany and China*, LIT-Verlag Münster u.a., pp. 117 - 136, im Druck
- Kops, Manfred: *Die Globalisierung der Medien als Herausforderung für den interkulturellen Dialog*, Referat auf der Vortragsveranstaltung des Instituts für Rundfunkökonomie "Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt", Veröffentlichung in Vorbereitung
- Kops, Manfred/Guo, Zhenzhi: *Contingent costs and benefits. China broadens its TV markets after joining WTO*, in: *The Channel, The Association for International Broadcasting*, Vol. 7/No. 4, Sept. 2004, p. 46ff.
- Kops, Manfred/Ollig, Stefan/Zhenzhi, Guo/He, Yong/Luo, Qing: *Broadening Its Television Markets After Joining the World Trade Organization. Costs and Benefits for the People's Republic of China*, Proposal for the DAAD, Cologne/Beijing 2002
- Kops, Manfred/Ollig, Stefan: *Der Handel mit Fernsehprogrammen nach dem WTO-Beitritt Chinas*, Zwischenbericht für den Deutschen Akademischen Austausch Dienst, DAAD, Projekt 423/hk-PPP-r, Köln, im September 2003
- Kops, Manfred/Ollig, Stefan: *Der Handel mit Fernsehprogrammen zwischen China und Deutschland*, in: *Medien Wirtschaft*, Heft 2/2005, S. 100ff.



- Kops, Manfred/Ollig, Stefan: Introduction, in: Kops, Manfred/Ollig, Stefan (eds.): TV Programme Exchange Between Germany and China, LIT-Verlag Münster u. a., im Druck*
- Kops, Manfred Ollig, Stefan (eds.): Internationalization of the Chinese TV Sector – Economic, Social and Legal Consequences after the WTO Entry, LIT-Verlag, Münster u. a. 2007, im Druck)*
- Ollig, Stefan: Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten ausländischer Fernsehprogrammanbieter in der VR China, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 156, Köln, im Februar 2002*
- Ollig, Stefan: Mangel an Akzeptabilität und Renommee? Chinas Fernsehbranche in der Krise, in: Friedrichsen, M./Schenk, T.: Globale Krise der Medienwirtschaft? Dimensionen, Ursachen und Folgen, Baden-Baden, 2004, S. 195ff.*
- Ollig, Stefan: Chinese TV Programmes for Foreign Countries? A Consumer Theory Perspective, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 205e, Cologne, September 2005*
- Ollig, Stefan: 中国电视节目的出口 : 一种消费理论的透视 (chinesische Version des Arbeitspapiers Nr. 205e), Heft 205c, Köln, im September 2005*
- Ollig, Stefan: Chinese TV Programs for Foreign Countries? A Consumer Theory Perspective, in Kops, Manfred/Ollig, Stefan (eds.): TV Programme Exchange Between Germany and China, pp. 137 - 152, LIT-Verlag Münster u.a., im Druck*
- Ollig, Stefan: Wettbewerbsstrategien für den Export chinesischer Fernsehprogramme, Diss. Köln 2006, erscheint als Bd. 11 der Schriften zur Rundfunkökonomie, Vistas Verlag Berlin 2007, in Vorbereitung*
- Schellhaaß, Horst M.: Concluding Notes, presented at the International Symposium and Workshop "TV Programme Exchange between Germany and China", Cologne, Germany, April 28th and 29th 2005*
- Schellhaaß, Horst M: Sport als Ware und Kulturgut: Die Fußballweltmeisterschaft im Programm der Deutschen Welle, Referat auf der Vortragsveranstaltung des Instituts für Rundfunkökonomie "Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt, in Vorbereitung*

2.2. Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020

Dr. Manfred Kops, Benno Winkelmann

In Deutschland ist die Fertilität schon seit langem geringer als in anderen Teilen der Welt. Mit durchschnittlich 1,4 Geburten je Frau liegt Deutschland selbst innerhalb des geburtenschwachen Europas im Hinterfeld. Als Folge davon leben in Deutschland bereits jetzt vergleichsweise viele ältere Menschen, und dieser Alterungsprozess wird sich in Zukunft fortsetzen. Zudem wird die Bevölkerung in den kommenden Jahren schrumpfen, zunächst noch langsam, ab 2010 dann aber mit wachsendem Tempo. Selbst durch expansive Zuwanderungen aus dem Ausland wird diese Entwicklung nicht umgekehrt werden können.

Für die öffentlichen Aufgabenträger in Deutschland ergeben sich aus diesen demographischen Veränderungen gravierende Konsequenzen, zum einen für die Aufgaben- und Ausgabenbelastung, zum anderen für die Entwicklung der künftigen Einnahmen. Vor allem für die Sozialversicherungsträger zeichnet sich ein Auseinanderfallen zwischen ansteigendem Finanzbedarf und rückläufiger Finanzkraft ab. Sie haben deshalb bereits eine Reihe von Studien erstellt, die das Ziel verfolgten, die von den demographischen Faktoren ausgehenden mittel- und langfristigen Veränderungen ihrer Aufgaben und Einnahmen abzuschätzen und rechtzeitig die möglichen und erforderlichen Anpassungen und Gegenmaßnahmen einzuleiten.

Auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten werden von diesen demographischen Entwicklungen betroffen. Zum einen haben sie bei der (im vorliegenden Gutachten nicht zu behandelnden) Aufgaben- und Ausgabenplanung die altersbedingten Veränderungen der Programmpräferenzen von Zuhörern und Zuschauern zu berücksichtigen, zum anderen haben sie sich auf Veränderungen ihrer Einnahmen einzustellen. Vor allem diese letztere Konsequenz des Bevölkerungsrückgangs in Deutschland wird die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erheblich tangieren. Ursache hierfür ist die Dominanz der Rundfunkgebühr als einer Einnahmequelle, deren Ergiebigkeit – neben dem Gebührensatz – vor allem von der Anzahl der gebührenpflichtigen privaten Haushalte abhängt. Diese Anzahl aber wird ihrerseits vor allem von der Zahl der Einwohner bestimmt. Der absehbare Rückgang der Einwohner in Deutschland wird deshalb auch ein rückläufiges Gebührenaufkommen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nach sich ziehen, falls es nicht gelingt, die Einnahmeausfälle durch gegenläufige Maßnahmen, etwa eine Anhebung des Gebührensatzes oder eine Ausweitung anderer Einnahmearten, zu kompensieren.

Vor diesem Hintergrund ist es erforderlich, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, ebenso wie die anderen öffentlich-rechtlichen Aufgabenträger, ihre Einnahmen langfristig planen. Nur dann können sie rechtzeitig Maßnahmen vorbereiten und einleiten, die die bevölkerungsbedingten Gebührenauffälle kompensieren oder – falls eine solche Kompensation nicht vollständig möglich ist – die die Aufgaben und Ausgaben den sich verändernden Einnahmen an-



passen. Solche langfristigen Planungen sind auch möglich, weil sie zum großen Teil von langfristig wirksamen und absehbaren Faktoren abhängen (Stichwort „langer Atem der demographischen Entwicklungen“).

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten führen solche langfristigen Planungen auch bereits seit langem durch, vor allem in Form der Fünfjahrespläne, die die Gebühreneinzugszentrale (im folgenden GEZ) in Zusammenarbeit mit der eingerichteten Arbeitsgruppe „Gemeinsame Planung der Gebührenerträge ARD, ZDF und DLR“ (im folgenden: „AG Gebührenplanung“) jährlich erstellt. Angesichts der Langfristigkeit der Veränderungen und ihrer steigenden quantitativen Bedeutsamkeit erscheint es allerdings sinnvoll, den Zeitraum dieser Planungen zu erweitern und auch die Planungsdichte zu erhöhen.

Hierzu hat die GEZ das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität Anfang 2005 beauftragt, die von der GEZ für den Zeitraum von 2005 bis 2009 erstellte Prognose (im folgenden: „GEZ-Prognose“) der Rundfunkgebührenerträge auf den Zeitraum von 2010 bis 2020 auszuweiten und dabei auch den Unsicherheitskorridor aufzuzeigen, der sich ergibt, wenn die von der GEZ getroffenen Annahmen durch günstigere (Best-Case) bzw. ungünstigere (Worst-Case) Annahmen ersetzt werden.

Das Gutachten ist Anfang 2006 fertig gestellt und der GEZ übermittelt worden. Diese hat es an die Landesrundfunkanstalten der ARD, das ZDF und das Deutschlandradio, später auch an die KEF weitergeleitet. Die Ergebnisse sind die langfristigen Planungen der Anstalten eingeflossen.

Bearbeitungsbeginn:

Mai 2005

Abschluss:

Januar 2006

Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichung:

Kops, Manfred/Benno Winkelmann: Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020, unveröffentlichter Abschlußbericht, Köln, im Januar 2006

2.3. Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020. - Folgestudie -

Dr. Manfred Kops, Benno Winkelmann

Im Januar 2006 hat das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln eine Studie zur Entwicklung des Rundfunkgebührenaufkommens vorgelegt (im folgenden auch als „Erststudie“ bezeichnet, siehe oben, Abschnitt 2.2.). Als Prognosezeitraum umfasste diese Studie die Jahre von 2005 bis 2020. Ist-Zahlen, auf denen die Prognose aufbaute, lagen bis einschließlich 2004 vor.

Anfang 2006 hat die GEZ das Institut mit der Erstellung einer darauf aufbauenden Folgestudie beauftragt, nunmehr für die Jahre 2006 bis 2020. Dahinter standen im wesentlichen zwei Beweggründe. Zum ersten haben sich die Fakto-

ren, anhand derer das Gebührenaufkommen prognostiziert worden ist, im Lauf des Jahres 2005 zum Teil anders entwickelt als vermutet; das gilt vor allem für die Befreiungsquoten und Forderungsausfallquoten, die sich im Jahr 2005 infolge einer veränderten Sozialgesetzgebung, zum Teil auch infolge einer (regional unterschiedlichen) konjunkturellen und strukturellen Veränderung der Wirtschaftskraft anders entwickelt haben, als dies von der GEZ (und in Folge auch von unserer Erststudie) angenommen wurde. Die mittlerweile vorliegenden Ist-Zahlen für das Jahr 2005 erlauben deshalb eine genauere Prognose für 2006 sowie für alle weiteren Jahre des Prognosezeitraums bis 2020.

Davon abgesehen war die Wiederholung bzw. Aktualisierung der Prognose aber auch wegen der Notwendigkeit angeraten, das *Prognoseverfahren* fortzuentwickeln. Zum einen hat die GEZ selbst ihre Berechnungsweise (die wir grundsätzlich für die sog. Ist-Variante übernommen haben) in einigen Details gegenüber dem Vorjahr verändert. Zum anderen hat auch das Institut bei der Erarbeitung der Erststudie und durch die darin vorgenommenen Berechnungen neue Erkenntnisse gewonnen, die es nahe legen, bei denjenigen Bestandteilen des Prognoseverfahrens, bei denen es die GEZ-Methodik nicht übernommen hat (das waren zum einen die über das Jahr 2011 hinausgehenden Prognosen, zum anderen die Berechnungen der sog. Best-Case- und Worst-Case-Variante), die Methodik zu modifizieren.

Die zwischen den Ergebnissen der Erststudie und den hier vorgelegten Ergebnissen der Folgestudie bestehenden Prognoseunterschiede erklären sich deshalb sowohl aus Veränderungen der Vergangenheitsdaten, auf denen die Prognosen basieren, als auch aus Unterschieden in den Prognoseverfahren, die in den beiden Studien angewandt wurden.

Das Gutachten ist Ende 2006 fertiggestellt und der GEZ übermittelt worden. Diese hat es an die Landesrundfunkveranstalter der ARD, das ZDF und das Deutschlandradio weitergeleitet. Auch die Ergebnisse dieser Untersuchung fließen in die langfristigen Planungen der Anstalten ein.

Bearbeitungsbeginn:

Mai 2006

Abschluss:

Dezember 2006

Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichung:

Kops, Manfred/Benno Winkelmann: Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020 - Folgestudie - unveröffentlichter Abschlußbericht, Köln, im Dezember 2006



2.4. Die Rundfunkordnungen der osteuropäischen EU-Staaten und damit verbundene Auswirkungen auf das Europäische Rundfunkrecht

Dr. Manfred Kops, Olexiy Khabyuk

Estland, Lettland, Litauen, Polen, die Slowakei, Slowenien, die Tschechische Republik, Ungarn, und seit dem 1. 1. 2007 auch Rumänien und Bulgarien, sind osteuropäische EU-Mitgliedstaaten, die in ihrer Zeit als kommunistische Planwirtschaften über gänzlich andere Rundfunkordnungen verfügten als die westeuropäischen Gründungsmitglieder. Wie andere Teile ihrer Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung auch, sind die Rundfunkordnungen dieser Staaten in den letzten Jahren – unterschiedlich stark – transformiert worden. Der Staatseinfluss wurde reduziert, und marktwirtschaftliche und zivilgesellschaftliche Elemente wurden eingeführt bzw. verstärkt.

Gleichwohl unterscheiden sich die Rundfunkordnungen der osteuropäischen Mitgliedstaaten auch heute noch erheblich von derjenigen der westeuropäischen Staaten, speziell Großbritanniens und Deutschlands. Es fehlt die zivilgesellschaftliche Tradition, insbesondere das Bewusstsein für den Wert eines staatsfernen Rundfunks, und es fehlen zum Teil auch noch die zivilgesellschaftlichen Strukturen, die für eine gesellschaftliche Legitimation und Kontrolle eines staatsfernen, zugleich aber öffentlich gelenkten Rundfunks erforderlich sind.

Grundsätzlich dient es der angestrebten europäischen Integration, wenn sich diese zwischen den Mitgliedstaaten der Europäischen Union bestehenden Unterschiede der Rundfunkordnungen verringern. Es ist vor allem wichtig für die Schaffung eines europäischen Kommunikationsraums und einer europäischen Identität, und es empfiehlt sich auch aufgrund der grenzüberschreitenden Wirkungen des Rundfunks. Allerdings kann daraus nicht die Forderung nach einer völligen Vereinheitlichung der nationalen Rundfunkordnungen der Mitgliedstaaten gezogen werden. Vielmehr sind, wie in anderen Gesellschaftsbereichen auch, bis zu einem gewissen Ausmaß und für bestimmte Regelungsbereiche unterschiedliche Lösungen sinnvoll, die den nationalen Besonderheiten der Mitgliedstaaten, etwa bezüglich der Präferenzen für bestimmte Programmangebote (Nutzenunterschiede) oder der technischen Verbreitungswegen (Kostenunterschiede) Rechnung tragen. Auch bei der Umgestaltung der europäischen Rundfunkordnung können und sollten die Vorteile föderativer Lösungen genutzt werden.

In den nächsten Jahren werden die Mitgliedstaaten der Europäischen Kommission voraussichtlich die öffentliche Diskussion darüber intensivieren, bis zu welchem Grad die nationalen Rundfunkordnungen harmonisiert werden sollten, welche Merkmale in der Entscheidungskompetenz der Nationalstaaten verbleiben sollen und in welcher Weise die als harmonisierungsbedürftig bewerteten Elemente vereinheitlicht werden sollten. Ein Teil dieser Fragen ist auch bereits im Zuge der anstehenden Novellierung der Europäischen Fernsehrichtlinie diskutiert worden.

Bei diesen Entscheidungen werden auch die – z. T. ebenfalls bereits absehbar – und durch die Erweiterungen der EU zunehmend dringlichen – Fragen nach der Form der kollektiven Willensbildung an Gewicht gewinnen. Langfristig dürfen in immer mehr Politikbereichen, wohl auch in der Rundfunk- und Medienpolitik, die heute für die Europäische Union noch vorherrschende Einstimmigkeitsregel (mit den damit verbundenen Kompensationsgeschäften) durch einfache oder qualifizierte Mehrheitsentscheidungen ersetzt werden.

Der Einfluss der osteuropäischen Mitgliedstaaten wird sich im Zuge dieser veränderten Entscheidungsregeln erhöhen. Dadurch wird es für die Europäische Rundfunkpolitik, aber auch für die nationale Rundfunkpolitik derjenigen Mitgliedstaaten, deren Ziele und Bewertungen sich von denjenigen der osteuropäischen Mitgliedstaaten besonders stark unterscheiden (z. B. für die deutsche Rundfunkpolitik), wichtiger, die in den osteuropäischen Ländern herrschenden, wesentlich historisch geprägten Vorstellungen zu kennen, ggf. auch zu beeinflussen. Das gilt vor allem für den Wert eines zivilgesellschaftlich geleiteten Rundfunks, wie ihn z. B. Deutschland in der Form des öffentlich-rechtlichen Rundfunks präferiert, bzw. für die relative Bedeutsamkeit dieses Modells im Verhältnis zu konkurrierenden Modellen, etwa des Kommerzfunks oder des Staatsrundfunks, wie er in einigen osteuropäischen Ländern (noch) bevorzugt wird.

Im hier beschriebenen Forschungsprojekt sollen die Rundfunkordnungen der osteuropäischen Mitgliedstaaten sowie die dahinter stehenden gesellschaftlichen Vorstellungen dargestellt und mit den in Deutschland vertretenen verglichen werden. Darauf aufbauend sollen die Einflüsse der osteuropäischen Mitgliedstaaten dargestellt werden, die sich bei einer Harmonisierung der europäischen Rundfunkpolitik (unter alternativen Willensbildungsregeln) ergeben, sowohl für diejenigen Bereiche, die einem einheitlichen europäischen Recht unterworfen werden, als auch für diejenigen Bereiche, die die der Gestaltungskompetenz der einzelnen Mitgliedstaaten verbleiben (im Zuge einer verstärkten Integration gleichwohl unter Harmonisierungsdruck geraten könnten).

Bearbeitungsbeginn: November 2006

Abschluss: Dezember 2008

Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:

Khabyuk, Olexiy: Der ukrainische Rundfunk zwischen Staat und Markt. Platz für einen dritten Weg? Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 180 Köln, im Feb. 2004

Kops, Manfred: What Role Can Citizens Play in Ensuring Good Governance and the Principles of Public Service in Broadcasting? Speech presented on behalf of EURALVA, European Association of Listeners´ & Viewers´ Associations, at the VLV's 10th International Conference, held on 11th February 2005 at the Royal Society London, <http://www.vlv.org.uk/pages/press%202005-International%20Conference%20Report.shtml>



2.5. Optionen einer Nachwuchsförderung für Nationalmannschaften in Mannschaftssportarten

Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß, Prof. Dr. Peter Tettinger,
Dipl.-Volksw. Nils Kummer, Wiss. Mitarbeiter Ruben Conzelmann

Die Übertragung von Spitzensportveranstaltungen spielt für die Reputation eines Vollprogrammanbieters eine wachsende Rolle. Abgesehen von der Volkssportart „Fußball“ sind es in den anderen Mannschaftssportarten meist nur die Nationalmannschaften, die im Medium Fernsehen präsent sind. Aufgrund der wechselseitigen Abhängigkeit ist es deshalb sowohl für den Sportverband als auch für den Fernsehsender von großer Bedeutung, dass die Nationalmannschaft erfolgreich ist.

Seit dem Bosman-Urteil 1995 und der Einführung der neuen FIFA-Transferregeln von 2001 hat sich die Anzahl ausländischer Spieler in den großen europäischen Sportligen deutlich erhöht. Da die Zahl der deutschen Spieler, die in ausländischen Ligen unter Vertrag stehen, nicht in gleichem Maße zugenommen hat, hat sich das Reservoir für die deutsche Nationalmannschaft verringert. Die Studie hat sich zur Aufgabe gemacht, unter Berücksichtigung der Rechtsprechung konkrete juristische und ökonomische Lösungsvorschläge zu erarbeiten, wie die Wettbewerbsfähigkeit der Nationalmannschaften von Ligasportarten verbessert werden kann.

In der Studie werden drei Optionen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Nationalmannschaft aus juristischer und ökonomischer Sicht analysiert. Es handelt sich um

- Mindesteinsatzkontingente,
- Flexibilisierung der Ausbildungsentschädigung und
- Abstellungsgebühren für Einsätze in der Nationalmannschaft.

Es wurde gezeigt, dass mit diesen Instrumenten die Funktionsfähigkeit der Arbeitsmärkte in den Mannschaftssportarten auch unter Berücksichtigung der Rechtsprechung des EuGH verbessert werden kann.

Bearbeitungsbeginn: 1. 9. 2004

Abschluss: 1. 6. 2005

Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen

Schellhaaß/Tettinger: "Die neuen FIFA-Regelungen zum Transfer von Spielern: Freizügigkeit versus Förderung einheimischer Talente". 4. Internationaler Hamburg Workshop "Sport und Ökonomie" vom 1. - 2. 8. 2004

3. Dissertationen und Diplomarbeiten

3.1. Dissertationen

Im Berichtszeitraum wurden an den Lehrstühlen der Direktoren des Instituts für Rundfunkökonomie die folgenden Dissertationen bearbeitet.

Dipl.-Volksw. Hasan Alkas:

Preisbündelung auf regulierten Telekommunikationsmärkten

Die Arbeit untersucht, ob Mehrproduktunternehmen aus strategischen Gründen einen Anreiz haben, bei gebündelten Leistungen Preisvorteile nur selektiv auf diejenigen Güter zu gewähren, um die ein intensiver Wettbewerb um Kunden herrscht. Neben der Analyse von Wettbewerbsproblemen erfolgt eine wohlfahrtsökonomische Würdigung, da Bündelungsstrategien nicht nur betriebswirtschaftlich rational sein können, sondern auch, weil sie das Markteinführungsrisiko reduzieren.

Dr. Michael Coenen (abgeschlossen):

Der Handel mit Funkfrequenzen zwischen Wettbewerb und Regulierung

Die Dissertation beschäftigt sich mit der Ablösung administrativer Lizenzierungssysteme durch marktwirtschaftlichen Frequenzhandel. Der Autor zeigt die volkswirtschaftlichen Vorteile marktlicher Frequenzzuordnungsmechanismen auf und analysiert dabei auch die Problematik eines verbleibenden Restregulierungsbedarfs im Bereich der Standardsetzung.

Dipl.-Volksw. Christoph Fritsch:

Ökonomische Analyse des Breitband-Fernsehmarktes

Die Entwicklung von Breitbandnetzen mit hohen Übertragungsraten ermöglicht es, Fernsehprogramme in hoher Qualität über das Internet zu verbreiten. Viele Experten erwarten eine umfassende Neuordnung des Fernsehmarktes durch die Einführung von Internet TV. Das Projekt untersucht, wie sich die Entstehung von Breitband-Fernsehangeboten auf das Programmangebot, die bestehenden Übertragungswege und auf die Finanzierungsform von Programminhalten auswirken wird.

Dipl.-Kff. Kerstin Griesemann:

Sponsoring von Hörfunkanbietern im Profi-Fußball

Bedingt durch eine fortschreitende Kommerzialisierung im professionellen Fußball begründet die Verbindung zwischen Medienunternehmen und Fußball-Club ökonomische Abhängigkeiten der beiden Parteien. Vor diesem Hintergrund schafft die Sponsoringaktivität der privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunkanbieter ein Konfliktpotential. Die Arbeit analysiert die spezifischen Problemfelder und zeigt Lösungsansätze auf, die aus institutionenökonomischer Perspektive effizient erscheinen.



Dipl.-Volksw. Nils Kummer:

Effizientes Marktdesign für Nationalmannschaften

Seit dem Bosman-Urteil Ende 1995 haben sich insbesondere in den finanzstarken Profiligen die Ausländeranteile der Vereinskader massiv erhöht. Die Folge ist eine Verdrängung des einheimischen Nachwuchses, welche auf mittel- bis langfristige Sicht negative Folgen für die Wettbewerbsfähigkeit der entsprechenden Nationalmannschaften erwarten lässt. Die Arbeit entwickelt Instrumente, mit deren Hilfe den Profivereinen effiziente Anreize zur Förderung von Nachwuchsspielern gesetzt werden können.

Dipl.-Volksw. Frank-C. May

Pressefreiheit und Meinungsvielfalt

Das Bundesverfassungsgericht interpretiert die Pressefreiheitsgarantie des Art. 5 GG als Instrument zur Herstellung der gesellschaftlich erwünschten Meinungsvielfalt. Die Arbeit analysiert, ob angesichts des ökonomischen Grundproblems nicht beliebig teilbarer Produktionsfaktoren, das eine Ausnutzung der Fixkostendegression durch Erzielung möglichst hoher Auflagen nahelegt, überhaupt ein vielfältiges privatwirtschaftliches Zeitungsangebot zustande kommt. Es wird untersucht, welche Lösungsstrategien dem Verleger zur Erschließung ausreichender Marktpotentiale offenstehen, welchen Einfluss der ökonomische Wettbewerb auf den publizistischen Wettbewerb nimmt und welche Rolle der Wettbewerbspolitik in diesem Zusammenhang zufällt.

Dr. Stefan Ollig: (abgeschlossen)

Wettbewerbsstrategien für den Export chinesischer Fernsehprogramme

Trotz rasantem Exportwachstum der VR China verläuft die Entwicklung im Medienbereich schleppend. Westliche Importeure chinesischer Fernsehprogramme zeigen sich relativ unbeeindruckt von der aufstrebenden Wirtschaftsnation. Die Arbeit untersucht, wie der Programmexport optimiert werden kann und leitet daraus Strategien ab. Dabei stehen im Mittelpunkt die Fragen, warum Konsumenten chinesische Fernsehprogramme bisher nicht annehmen, ob bisher ungeeignete TV-Programme angeboten wurden und ob eine stärkere Exportorientierung inländisches Know-How im Bereich der Fernsehproduktionen erhöhen kann.

Dipl.-Kfm. Martin Schneider:

Controlling einer Crossmedia-Strategie

Die Medienwelt befindet sich heute in einer Umbruchs- und Aufbruchsstimmung, die durch die Digitalisierung von Inhalten wie beispielsweise Musik, Literatur und Videos ausgelöst wird. Die Anzahl der Wege, über die Kunden Inhalte abrufen können, hat sich innerhalb kürzester Zeit vervielfacht. Dieser Entwicklung begegnen Medienunternehmen mit crossmedialen Strategien, indem vorhandene Inhalte über zusätzliche digitale Vertriebskanäle vermarktet werden. Die Forschungsergebnisse sollen Medienmanagern als Leitfaden zur Implementierung einer Crossmedia-Strategie dienen.

Dipl.-Volksw. Sabine Weiden:

Potential von Video-on-demand (VoD) Diensten aus Perspektive etablierter Unternehmen und neuer Wettbewerber - Eine exploratorische Analyse

Die digitale Revolution ermöglicht die unendliche Vervielfältigung digitaler Inhalte und den weltweiten Vertrieb von Mediengütern über das Internet. Im Zuge der Digitalisierung nutzen dies eine Vielfalt von illegalen P2P-Diensten, während die etablierten Medienunternehmen sich zunächst auf die Sicherung des bestehenden Geschäftsmodells, durch rechtliche Mittel und Digital Rights Management, beschränkten. Jedoch stellt die Digitalisierung nicht nur eine Bedrohung für etablierte Unternehmen dar, sondern bietet auch eine Vielzahl von Chancen. Ziel dieser Arbeit ist es, Unternehmensstrategien und das Potential von legalen VoD-Diensten für etablierte Unternehmen und neue Wettbewerber zu analysieren.

Hong Wang, M.A.:

Organization Design of State-owned TV Stations,
a Case Study of China Central Television

Die Arbeit ist als eine empirische Fallstudie aufgebaut, welche die optimale Organisationsstruktur des chinesischen Zentralfernsehens (CCTV) untersucht. Sie zielt darauf ab, die Bestimmungsfaktoren der Organisationsstruktur bei staatlichen Fernsehsendern in China zu analysieren und das Ausmaß ihrer Korrelation aufzuzeigen. Als theoretische Gerüste dienen dazu Galbraiths „Information-processing Organization Design Model“ und die Kontingenztheorie.

3.2. Diplomarbeiten

Wie bereits in den vorherigen Tätigkeitsberichten dargelegt, betrachtet das Institut es als eine wichtige Aufgabe, zwischen den Anstalten, Unternehmen und Gremien des Rundfunksektors und den an rundfunkökonomischen Themenstellungen interessierten Studierenden der Universität zu Köln Kontakte herzustellen. Damit können sowohl die Interessen der Studierenden gefördert werden, etwa im Rahmen beruflicher Praktika oder zwecks Bearbeitung rundfunkökonomischer Diplomarbeiten und Dissertationen Einblick in die Praxis zu gewinnen, als auch die Interessen der Rundfunkunternehmen, frühzeitig geeignete und fachlich qualifizierte Mitarbeiter zu rekrutieren.

Soweit es sich dabei um Fragestellungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks handelt, ist vor allem der Westdeutsche Rundfunk als in Köln ansässige und zugleich größte Landesrundfunkanstalt Deutschlands traditionell ein dem Institut besonders eng verbundener Ansprechpartner. Mit dieser Anstalt steht das Institut sowohl bezüglich der Untersuchung aktueller Forschungsfragen als auch der Vermittlung von Praktika und Diplomarbeitbetreuungen in dauerndem intensivem Kontakt. Daneben bestehen mittlerweile aber auch zu anderen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern gute Verbindungen. Zu nennen sind hier vor allem der in Köln ansässige größte private Rundfunkveranstalter, RTL; ferner Super RTL, VIVA und VOX als weitere hier ansässige private Ver-



anstalter und die Deutsche Welle und DeutschlandRadio als weitere hier ansässige öffentlich-rechtliche Anstalten, daneben aber auch verschiedene private und öffentlich-rechtliche Rundfunkunternehmen aus anderen Bundesländern. In vielen Fällen, in denen zum Zweck einer von den Studierenden benötigten Beratung und Betreuung von Diplomarbeitsthemen und zur Vermittlung von Praktika Kontakte hergestellt wurden, fanden die Studierenden nach dem Abschluß ihres Studiums bei diesen Unternehmen einen Arbeitsplatz.

Das Institut bemüht sich, die bestehenden Kontakte zu erhalten und zu vertiefen; es würde es begrüßen, wenn weitere öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und private Rundfunkanbieter, die zur Einstellung von Praktikanten und zur Betreuung von Diplomanden/innen und Doktoranden/innen bereit sind, von sich aus Verbindungen zum Institut herstellen würden.

Die im Berichtszeitraum abgeschlossenen Diplomarbeiten, die am Institut für Rundfunkökonomie oder an den Lehrstühlen der Institutsdirektoren betreut wurden – z. T. unterstützt durch die o. g. Medienunternehmen –, werden im folgenden aufgelistet. Sämtliche Arbeiten sind in der Bibliothek des Instituts für Rundfunkökonomie eingestellt.¹

Alt, Christian: Ökonomische Analyse der wirtschaftlichen Situation im europäischen Lizenzfußball, Köln 2006

Benninghaus, Marco: Netzwerke als zentrale Innovationsquellen der Musikindustrie. Ein Vergleich der Musikmärkte Deutschlands und Dänemarks, XXI + 74 S., Köln 2004

Biet, Alexandra: Formatierung – Eine risikoreduzierende Strategie der Programmplanung werbefinanzierter Fernsehsender, V + 88 S., Köln 2005

Bomas, Wiebke: Der duale Rundfunk – Seine Bedeutung für die Entwicklung des Rundfunkmarktes, 70 S., Köln 2005

Brosthaus, Joke: Aufbau und cross-mediale Vermarktung von Stars, Köln 2006

Claren, Roman C.: Determinanten der Meinungsvielfalt auf Zeitungsmärkten, Köln 2005

Dobrzynski, Anja: Strategien für den medialen Erfolg des Radsports, Köln 2006

Frings, Michaela: Der öffentlich-rechtlichen Rundfunk als Auftraggeber und Förderer der Medien- und Kulturwirtschaft – dargestellt am Beispiel des WDR, IX + 143 S., Köln 2006

Haase, Tim Patrick: Der Fall Microsoft, Köln 2005

Huber, Jan: Die Europäische Union – Ökonomische Strategien zur Optimierung der medialen Präsenz, Köln 2006

¹ Diplomarbeiten können nach den Bestimmungen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln eingesehen, nicht aber vervielfältigt werden. Dies gilt auch für die hier aufgelisteten Arbeiten.

- Klewe, Nils: Vermarktung von Randsportarten durch einen Sportpartensender? Köln 2005
- Knipping, Guy: Der Schutz geistigen Eigentums bei digitalen Innovationen, Köln 2005
- Kolonko, Sonja: Die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Nutzung und Auswertung von Spielfilmen, VII + 104 S., Köln 2005
- Kretschmer, Nina: Risikodiversifikation im TV-Sektor – Eine analytische Betrachtung des Nachrichtensenders n-tv, VI + 101 S., Köln 2006
- Mardak, Adrian: Effizienz von Fernsehproduktionen unter besonderer Berücksichtigung von Musiksendungen, VI + 95 S., Köln 2005
- Markisic, Sanel: Ökonomische Analyse der Vergabe der Fernsehrechte an der Fußball-Bundesliga, Köln 2006
- Müller, Alexander Tobias: Elektronischer Sport als neuer Bestandteil und Ergänzung des klassischen Rundfunks, 77 S., Köln 2005
- Obuz, Ayhan: Wettbewerbsstrategien im Pay TV, Köln 2006
- Porz, Tobias Ch.: Olympische Spiele 2008: Strategien zum Reputationsaufbau der Marke Volkswagen in China, Köln 2006
- Säckel, Christian: Innovation in der Musikindustrie, Köln 2005
- Satzer, Marco: Informationsgüter im Internet – Das Angebot auf Märkten ohne definierte Verfügungsrechte, Köln 2006
- Schäpers, Tanja: Unterschiedliches Rezipientenverhalten bei ausländischen Filmproduktionen im TV, VIII + 136 S., Köln 2006
- Schmitz, Simon: Barter – Neue Wege der Finanzierung im Medienbereich, IX + 70 S., Köln 2005
- Spanka, Markus: Beachvolleyball auf RTL – ein joint venture von Sportverband und Fernsehsender? Köln 2006
- Tegge, Svenja: Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Markt für Fernsehprogramme, Köln 2006
- To, Xuan-Yen: Erfolgsfaktoren chinesischer TV-Produktionen, IV+77 S., Köln 2005
- Trefzger, Jochen: Mobile TV-Launch in Germany - Challenges and Implications VI + 90 S., Köln 2005
- Weber, Lena: Die Markteinführung fiktionaler TV-Formate, Köln 2006
- Westebbe, Carsten: Bedarfsanalysen von Käufertypen als Grundlage eines Showplanungskonzepts im Tele-Shopping, IV + 88 S., Köln 2005

4. Veröffentlichungen

4.1. Monografien

Kops, Manfred (Hrsg.): Der Kulturauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, LIT-Verlag, Münster 2005

Kops, Manfred Ollig, Stefan (eds.): Internationalization of the Chinese TV Sector – Economic, Social and Legal Consequences after the WTO Entry, LIT-Verlag, Münster u.a. 2007 (in print)

4.2. Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden

Kops, Manfred: Globalising Media Markets. Costs and Benefits, Winners and Losers, Vortrag gehalten auf dem Oriental Television Forum: Media New Economy: A Conversation between China and the World, Shanghai 2005, Thesis Album, pp. 2 -21, Shanghai 2005

Kops, Manfred: Is Globalization Opposed to Cultural Diversity? The Choices Before Us., Paper presented at the Asia Media Summit 2005, 9-11 May 2005, Kuala Lumpur, Malaysia, published in: AIBD (ed.): Promoting Peace and Prosperity in a Globalised World, Kuala Lumpur 2005, pp. 23 - 32, http://download.aibd.org.my/books/AMS_05_Promoting_Peace_and_Prosperty.pdf

Kops, Manfred: Looking into the revenue pots, in: The Channel, The Association for International Broadcasting, Vol. 8/No. 2, March 2005, p.52ff.

Kops, Manfred: Soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Nachfrage seiner Zuhörer und Zuschauer korrigieren? In: Ridder, Christa-Maria u. a. (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Wiesbaden 2005, S. 341 - 366

Kops, Manfred: Vorwort, in ders.: Der Kulturauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, LIT-Verlag, Münster 2005, S. 11 – 14

Kops, Manfred: 个政治经济学的分析 in Media Studies, No. 1/2004, S. 91 – 102

Kops, Manfred: 公共广播电视及其经济来源分析 , 中国传媒大学广播电视研究中心 <<媒介研究>> , 2004 年1月 (卷 2 - 1) , 91

Kops, Manfred: 全球化的媒介市场 ? 成本与收益 , 成功者与失败者 , “传媒新经济中国与世界对话” 论文集 , 2005 年6月 , 2页 (Conference Proceedings, Shanghai 2005, S. 2ff.)

Kops, Manfred: 将德国的电视节目卖给中国 : 从政治经济学上的考量 , <南方电视学刊> , 2005 年5期 , 104 (South China Television Journal, No. 5/2005, S. 104ff.)

Kops, Manfred: The German Broadcasting Order: A Model for China? In Kops, Manfred/Ollig, Stefan (eds.): TV Programme Exchange Between Germany and China, LIT-Verlag Münster et al., pp. 117 - 136, im Druck



- Kops, Manfred/Ollig, Stefan: Der Handel mit Fernsehprogrammen zwischen China und Deutschland beinhaltet große Chancen – aber auch Risiken, in: Zeitschrift für die Medienwirtschaft, Heft 2/2005, Baden-Baden, S. 99ff.
- Kops, Manfred/Ollig, Stefan: Introduction, in: Kops, Manfred/Ollig, Stefan (eds.): TV Programme Exchange Between Germany and China, LIT-Verlag Münster et al., im Druck
- Ollig, Stefan: 中国电视节目的出口 : 一种消费理论的透视, in: Press Circles (Xinwenjie), Vol. 4, 2005, Chengdu, Sichuan Province, p. 10 - 15
- Ollig, Stefan: Rezension zu: Christa-Maria Ridder, Wolfgang R. Langenbacher, Ulrich Saxer, Christian Steininger (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, in: Zeitschrift für die Medienwirtschaft, Heft 4/2005, S. 210f.
- Ollig, Stefan: Chinese TV Programs for Foreign Countries? A Consumer Theory Perspective, in Kops, Manfred/Ollig, Stefan (eds.): TV Programme Exchange Between Germany and China, pp. 137 - 152, LIT-Verlag Münster et al., im Druck
- Ollig, Stefan: Wettbewerbsstrategien für den Export chinesischer Fernsehprogramme, Diss. Köln 2006, erscheint als Bd. 11 der Schriften zur Rundfunkökonomie, Vistas Verlag Berlin 2007, in Vorbereitung
- Schellhaass, Horst M.: Besprechung: Antje Weihs: Zentrale Vermarktung von Sportübertragungsrechten. Sportwissenschaft 3. Verlag Karl Hofmann, Schorndorf 2005, S. 348 - 352
- Seidel, Norbert/Schwartzel, Uwe: Finanzierung - Formen, Modelle und Perspektiven, in: Scholz, Christian (Hrsg.): Handbuch Medienmanagement, Berlin/Heidelberg 2006, Seite 859

4.3. Reihe "Schriften zur Rundfunkökonomie"

Seit 1995 gibt das Institut im Vistas Verlag, Berlin, die Reihe "Schriften zur Rundfunkökonomie" heraus. Bisher sind in der Reihe insgesamt neun Titel erschienen, im Berichtszeitraum ist kein Band erschienen.

4.4. Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie"

4.4.1. Zielsetzung der Reihe Arbeitspapiere

Die ursprüngliche und primäre Zielsetzung der 1993 begründeten Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie" besteht darin, am Institut oder im Zusammenhang mit der Arbeit des Instituts entstandene schriftliche Ausarbeitungen zu publizieren. Dazu gehören vor allem wissenschaftliche Veröffentlichungen der Institutsdirektoren und -mitarbeiter, die anschließend in Fachzeitschriften publiziert werden, und für die rundfunkökonomischen Lehrveranstaltungen erstellte Ausarbeitungen, die den Studierenden zur Vorbereitung auf

diese Veranstaltungen oder die anschließenden Klausuren zur Verfügung gestellt werden sollen.

Mittlerweile werden in der Reihe aber auch vermehrt Arbeiten von nicht am Institut beschäftigten Autoren veröffentlicht. Dazu gehören gute und mit interessanten Themenstellungen befasste Diplomarbeiten, die am Institut betreut wurden, sowie Referate, die in Lehrveranstaltungen vorgetragen wurden, z B. in den von Prof. Dr. Norbert Seidel abgehaltenen Seminaren zu aktuellen rundfunkökonomischen Themen. Schließlich treten infolge des im Zeitablauf gewachsenen Bekanntheitsgrades der Arbeitspapiere auch zunehmend Autoren mit dem Wunsch an das Institut heran, in dieser Reihe von der Forschungs- und Lehrtätigkeit unabhängige Arbeiten zur Rundfunkökonomie zu veröffentlichen.

Dadurch hat sich die Zahl der Arbeitspapiere mittlerweile auf über 220 erhöht (die im Berichtszeitraum erschienenen Titel sind in Abschnitt 4.4.3. aufgeführt), und auch die Zielsetzung der Reihe hat sich verändert. Sie ist nicht mehr nur Mittel zur schnellen und kostengünstigen Verbreitung vorläufiger Ausarbeitungen, die auf einen engen Kreis von Lesern begrenzt sind, sondern in ihr werden infolge des gestiegenen Bekanntheits- und Verbreitungsgrades zunehmend "endgültige" Arbeiten für ein größeres Publikum veröffentlicht. Hierzu beigetragen hat auch die Aufnahme in die Bestände mehrerer Fachbibliotheken, die Ausstattung der Reihe mit einer ISSN/ISBN-Klassifikation, die die Verbreitung über den Buchhandel fördert, und ihre Einstellung in das Internet, eine Verbreitungsform, die sowohl den unmittelbaren Zugriff "online" als auch die Rezeption und Diskussion der Arbeiten ermöglicht (siehe Abschnitt 7.2.).

Die Arbeitspapiere erreichen dadurch mittlerweile mehrere Ziele:

- Sie erlauben die schnelle und unbürokratische Verbreitung von Publikationen, ein Vorteil, der vor allem bei Themen wichtig ist, die einem raschen Wandel unterliegen und bei denen die Verfasser an einer schnellen Verbreitung und Diskussion vorläufiger Ergebnisse interessiert sind.
- Die Veröffentlichungen sind kostengünstig, weil die Formatierung der Texte und die Drucklegung am Institut für Rundfunkökonomie vorgenommen wird und den Autoren damit lediglich die reinen Druck- und Bindekosten zzgl. einer Verwaltungspauschale in Rechnung gestellt werden.
- Weil kaum Fixkosten anfallen, lassen sich auch kleine Auflagen zu günstigen Stückkosten erstellen; die Auflagenhöhe kann damit – abhängig von der behandelten Thematik und der mit der Veröffentlichung primär verfolgten Zielsetzung (s. o.) – ohne den üblichen Fixkostendruck flexibel gewählt werden.
- Weil die Schriftenreihe über eine eigene ISSN-Nr. verfügt und jedes einzelne Arbeitspapier eine eigene ISBN-Nummer besitzt, handelt es sich auch formal um vollwertige, wissenschaftliche Publikationen, die über den Buchhandel ausgewiesen und bezogen werden können.
- Die Einstellung im Internet fördert die schnelle Verbreitung und Diskussion der Arbeitspapiere.



- Daneben ist die "traditionelle" Verbreitung durch eine Reihe von Bibliotheken gewährleistet; deren Zahl ist in den letzten Jahren sukzessive gestiegen (siehe unten, Abschnitt 4.4.2.), ein weiterer Anstieg ist abzusehen.

Wie bereits im letzten Tätigkeitsbericht angesprochen wurden, ist zu prüfen, ob die Online-Dateien der Reihe Arbeitspapiere künftig nur noch gegen Entgelt bereit gestellt werden sollen. Innerhalb des Berichtszeitraums ist die Einführung eines Bezahlsystems technisch vorbereitet worden (siehe unten, Abschnitt 7). Allerdings sollte dies erst nach einer Abwägung der damit verbundenen Vor- und Nachteile und nach sorgfältiger rechtlicher Vorbereitung entschieden werden, ob und in welcher Form eine solche Entgeltfinanzierung installiert werden sollte.

4.4.2. Verbreitung der Reihe Arbeitspapiere

Die Arbeitspapiere stehen Interessenten in unterschiedlicher Form zur Verfügung. Ein erster herkömmlicher Zugriff ergibt sich aus ihrer Verfügbarkeit in öffentlichen Bibliotheken. Deren Anzahl steigt mit zunehmender Bekanntheit und zunehmendem Umfang der Reihe kontinuierlich an. Abbildung 1 führt die Bibliotheken auf, in denen die Arbeitspapiere nach unserer Kenntnis derzeit verfügbar sind.

Die Reihe besitzt eine ISSN-Nr. (0945-8999) und die einzelnen Arbeitspapiere der Reihe besitzen jeweils eine eigene ISBN-Nr. Dadurch ist ihr Nachweis und Bezug durch den Buchhandel möglich. Ausgenommen sind diejenigen Arbeitspapiere, die nach der ursprünglichen Veröffentlichung in der Reihe in wissenschaftlichen Zeitschriften oder Sammelbänden veröffentlicht worden sind und bei denen die Autoren im Interesse der Verlage auf die weitere Verbreitung als Arbeitspapier verzichten.

1996 wurde damit begonnen, unter der URL des Instituts für Rundfunkökonomie:

<http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de>

Arbeitspapiere ins Internet einzustellen, zunächst im html-Format. Mittlerweile werden alle Arbeitspapiere im neuen Standardformat pdf eingestellt; auch die älteren Arbeitspapiere sind mittlerweile komplett in dieses Format konvertiert worden. Damit ist es den Nutzern des Internet möglich, alle Arbeitspapiere a) direkt über die URL des Instituts oder b) durch die in den Web-Seiten anderer Anbieter vorhandenen Links zum Institut oder c) durch die von verschiedenen Hosts angebotenen Suchprogramme zu lesen und bei Bedarf auch im Originalformat auf den eigenen Rechner zu übernehmen ("downzuloaden").

Abbildung 1:
Verbreitung der Arbeitspapiere des Instituts in Fachbibliotheken

Name	Ort	Bestand
Universitäts- und Landesbibliothek	Bonn	komplett
Staats- und Universitätsbibliothek	Bremen	komplett
Landesanstalt für Medien NRW	Düsseldorf	komplett
Mediaperspektiven	Frankfurt a. M.	komplett
Hans-Bredow-Institut	Hamburg	komplett
Bibliothek der Technischen Universität	Ilmenau	teilweise
Universitäts- und Stadtbibliothek	Köln	komplett
Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln	Köln	komplett
Institut für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln	Köln	komplett
Seminar für Wirtschaftsprüfung der Universität zu Köln	Köln	komplett
Staatswissenschaftliches Seminar der Universität zu Köln	Köln	komplett
Bibliothek des Westdeutschen Rundfunks	Köln	komplett
WDR Mediagroup	Köln	komplett
Deutsche Bücherei	Leipzig	komplett
Universitätsbibliothek	Leipzig	komplett
Johannes-Gutenberg-Universität	Mainz	teilweise
Hochschule für Fernsehen und Film	München	komplett
Lehrstuhl für Finanzwissenschaft der Universität Rostock	Rostock	teilweise
Universitätsbibliothek	Siegen	teilweise
Hochschule der Medien	Stuttgart	teilweise

Beim explosionsartigen Anstieg der Internet-Nutzer wird durch diese Form der Verbreitung eine wesentlich höhere Zahl von Interessenten erreicht als durch die traditionellen Verbreitungsformen des Ausleihverkehrs und des Buchhandels. Dies gilt vor allem für ausländische Nutzer, die im Internet, unabhängig von ihrem geographischen Standort, die gleichen schnellen und unkomplizierten Such- und Zugriffsmöglichkeiten haben wie inländische Nutzer, während



ihnen die traditionellen Zugriffsformen wegen des damit verbundenen Aufwands, der höheren Kosten und der wesentlich längeren Zugriffszeiten weitgehend verschlossen waren. Mittlerweile werden im Durchschnitt pro Arbeitspapier und Monat etwa 100 Zugriffe im Internet registriert; in der Spitze wurden Arbeitspapiere aber auch mehr als 10.000 mal pro Monat heruntergeladen.

Ein anderer Vorteil dieser Verbreitungsform besteht darin, dass Anregungen, Rückfragen und sonstige Reaktionen der Rezipienten durch die einfache und kostengünstige Form der elektronischen Kommunikation (E-Mail) gefördert werden. Dies ist gerade für Autoren von Vorteil, die in der Reihe vorläufige Arbeiten publizieren und daran geäußerte Kritik vor der endgültigen Veröffentlichung in Fachzeitschriften oder Sammelbänden einarbeiten wollen.

Die E-Mails können entweder unter der Adresse rundfunk-institut@uni-koeln.de direkt an das Institut für Rundfunkökonomie gerichtet werden, von wo sie dann als Printouts oder durch die Weiterleitung an eine andere E-Mail-Adresse dem Autoren kenntlich gemacht werden, oder sie können durch einen entsprechenden Link direkt an eine E-Mail-Adresse des Autoren geschickt werden.

Die inhaltlichen und formalen Anforderungen an die eingereichten Manuskripte werden im Einzelnen in Heft 50 der Reihe „Arbeitspapiere“ beschrieben, das im Dezember 2006 in 5. Auflage erschienen ist.

4.4.3. Im Berichtszeitraum erschienene Arbeitspapiere

Im Berichtszeitraum wurden 31 Arbeitspapiere veröffentlicht, darunter einige in mehreren Sprachen. Diese werden im folgenden aufgelistet. Sie können, ebenso wie die in den vorherigen Jahren erschienenen Arbeitspapiere, im Buchhandel oder direkt über die Bibliothek des Instituts für Rundfunkökonomie bezogen werden; im letzteren Fall kann auf das im Anhang dieses Tätigkeitsberichts enthaltene Bestellformular zurückgegriffen werden.

Heft 194

Martin Gomolka: Content Management im öffentlich-rechtlichen Rundfunk – Grundlagen, rundfunkökonomische Einordnung und Fallbeispiel, Köln, im Mai 2005, ISBN 3-934156-88-6, II + 49 S., Preis 9,- €

Heft 195

Institut für Rundfunkökonomie: Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 2003 und 2004, Köln, im Jan. 2005, ISBN 3-934156-89-4, II + 60 S., Preis 5,- €

Heft 196

Manfred Kops: Soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Nachfrage seiner Zuhörer und Zuschauer korrigieren? Köln, im März 2005, ISBN 3-934156-90-8, II + 33 S., Preis 8,- €

Heft 197

Henk Erik Meier: „Für ein paar Cent weniger“? Ein Beitrag zur aktuellen Rundfunkgebührenpolitik, Köln, im April 2005, ISBN 3-934156-91-6, 67 S., Preis 14,- €

Heft 198

Peter Niepalla: Selbstverpflichtungserklärungen als Instrument der Qualitätssicherung - Positionen und Erfahrungen der Deutschen Welle, Köln, im April 2005, ISBN 3-934156-92-4, 13 S., Preis 5,- €

Heft 199

Ulrich Blanke: Entscheidungs- und marktorientierte Kosten- und Leistungsrechnung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, Köln, im Juni 2005, ISBN 3-934156-93-2, 22 S., Preis 6,- €

Heft 200e

Manfred Kops: German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective, Köln, im April 2005, ISBN: 3-934156-94-0, 22 S., Preis 7,- €

Heft 200c

Manfred Kops: 将德国的电视节目卖给中国？一个政治经济学的分析, (chinesische Version des Arbeitspapiers Nr. 200e), Köln, im Juli 2005, ISBN 3-938933-01-1, II + 15 S., Preis 7,- €

Heft 201

Helge Rossen-Stadtfeld: Funktion und Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Kulturauftrags im dualen Rundfunksystem, Köln, im Juli 2005, ISBN 3-934156-95-9, 30 S., Preis 7,50 €

Heft 202

Josef Eckhardt: Wie erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag? Empirische Langzeitbetrachtungen, Köln, im Juli 2005, ISBN 3-934156-96-7, 15 S., Preis 5,50 €

Heft 203

Dirk Slama: Das Schwarzseher-Problem beim Pay-TV, Köln, im Juli 2005, ISBN 3-934156-97-5, VI + 119 S., Preis 19,- €

Heft 204

Martin Stock: Zum Reformbedarf im dualen Rundfunksystem: Public-Service-Rundfunk und kommerzieller Rundfunk – wie können sie koexistieren? Köln, im September 2005, ISBN 3-934156-98-3, 35 S., Preis 8,- €

Heft 205e

Stefan Ollig: Chinese TV Programmes for Foreign Countries? A Consumer Theory Perspective, Köln, im September 2005, ISBN 3-934156-99-1, III + 16 S., Preis 6,- €

Heft 205c

Stefan Ollig: 中国电视节目的出口：一种消费理论的透视 (chinesische Version des Arbeitspapiers Nr. 205e), Köln, im September 2005, ISBN 3-934156-04-6, III + 12 S., Preis 6,- €



Heft 206

Wiebke Bomas: Der duale Rundfunk. Seine Bedeutung für die Entwicklung des Rundfunkmarktes, Köln, im September 2005, ISBN 3-938933-00-3, 81 S., Preis 14,- €

Heft 207

Viola Bensinger: Co-Operation with China in the TV Sector, Köln, im September 2005, ISBN 3-938933-05-4, I + 8 S., Preis 8,- €

Heft 208

Tim Faber, Fu Xiaomei: Rechtliche Rahmenbedingungen für Film und Fernsehen in China, Köln, im September 2005, ISBN 3-938933-03-8, I + 14 S., Preis 8,- €

Heft 209

Jochen Trefzger: Mobile TV-Launch in Germany – Challenges and Implications, Köln, im November 2005, ISBN 3-938933-07-0, VI + 88 S., Preis 16,- €

Heft 210

Carsten Westebbe: Bedarfsanalysen von Käufertypen als Grundlage eines Showplanungskonzepts im Tele-Shopping, Köln, im November 2005, ISBN 3-938933-08-9, IV + 84 S., Preis 14,- €

Heft 211c

Manfred Kops: 媒介市场的全球化？代价和收益，受益者和受损者 (gekürzte chinesische Fassung des Arbeitspapiers 211d), Köln, im März 2005, ISBN 3-938933-10-0, 20 S., Preis 6,- €

Heft 211d

Manfred Kops: Globalisierung der Medienwirtschaft. Nutzen und Kosten, Gewinner und Verlierer, Köln, im Mai 2006, ISBN 3-938933-09-7, 73 S., Preis 17,- €

Heft 211e

Manfred Kops: Globalising Media Markets. Benefits and Costs, Winners and Losers, Köln, im Mai 2006, ISBN 3-938933-14-3, 49 S., Preis 12,- €

Heft 212

Verena Metze-Mangold: Zwischen Welthandel und kultureller Vielfalt; Welchen Spielraum lassen WTO und UNESCO für die Regulierung der audiovisuellen Medien? Köln, im März 2006, ISBN 3-938933-11-9, 9 S., Preis 5,- €

Heft 213

Dominik Eggert: Cross-Channel-Konzeptionen für TV-Formate. Möglichkeiten und Grenzen einer integrierten Vermarktung, Köln, im Juni 2006, ISBN 3-938933-12-7, II+117 S., Preis 17,- €

Heft 214

Ernst Elitz: Quality Management: Untapped Economic Potential of German Broadcasting Services, Köln, im Juni 2006, ISBN 3-938933-13-5, 18 S., Preis 6,- €

Heft 215

Manfred Kops: The German Broadcasting Order. A Model for China? Köln, im Juni 2006, ISBN 3-938933-16-X, II+53 S., Preis 13,- €



Heft 216

Martin Gläser: Programm-Marketing öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten, Köln, im Nov. 2006, ISBN 3-938933-17-8, 28 S., Preis: 7,50 €

Heft 217

Ernst Elitz, Dieter Stammler: Programmliche Selbstverpflichtungen und Medienqualität. Ein Projekt zur Sicherung der Qualität i. d. elektronischen Medien, Köln, im Nov. 2006, ISBN 3-938933-18-3, I+14 S., Preis 6,- €

Heft 218

Fritz Pleitgen: Kooperation zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und der Deutschen Welle, Köln, im Nov. 2006, ISBN 3-938933-19-0, 12 S., Preis 5,- €

Heft 219

Beat Wischi: Die programmlichen und finanziellen Konsequenzen neuer Verbreitungswege für den Auslandsrundfunk am Beispiel von swissinfo, Köln, im Nov. 2006, ISBN 3-938933-20-6, 11 S., Preis 4,50 €

Heft 220

Svenja Tegge: Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Markt für Fernsehprogramme, Köln, im Nov. 2006, ISBN 3-938933-21-3, 61 S., Preis 14,- €

5. Vortragsveranstaltungen

5.1. Vortragsveranstaltungen des Instituts

5.1.1. Vortragsveranstaltung des Instituts im Jahr 2005

Die jährliche Vortragsveranstaltung im Jahr 2005 des Instituts für Rundfunkökonomie hat am 28. und 29. April 2005 im Rahmen einer zweitägigen internationalen Konferenz stattgefunden. Sie wurde in Zusammenarbeit mit der Deutsch-Chinesischen Wirtschaftsvereinigung (DCW) ausgerichtet. Das am 28. April in Räumen des WDR Köln veranstaltete, stärker auf wissenschaftliche Fragen ausgerichtete Symposium beleuchtete die Chancen und Risiken des Programmhandels zwischen China und Deutschland. Dazu referierten Experten aus beiden Ländern. Auf dem am 29. April in den Räumen der Industrie- und Handelskammer zu Köln veranstalteten "Workshop und Exchange Forum" stand die Anbahnung von Geschäftskontakten zwischen deutschen und chinesischen Medienunternehmen im Mittelpunkt. An der Veranstaltung an beiden Tagen nahmen über 160 Personen teil, darunter ca. 30 aus der VR China.

Einige Referate sind in der Reihe Arbeitspapiere sowohl in Printform als auch als pdf-Dateien veröffentlicht worden. Ferner wurde eine Tagungsmappe herausgegeben, welche sämtliche Präsentationen bzw. Zusammenfassungen der Referate des 1. Tages in Englisch sowie Chinesisch enthält.

SYMPOSIUM – April 28th 2005: TV PROGRAMME EXCHANGE WITH CHINA. PROBLEMS AND PROSPECTS

10.00 h	WELCOME NOTE Ulrich Deppendorf, <i>Director Television, WDR</i>
10.10 h	WELCOME NOTE Fritz Schramma, <i>Lord Mayor, City of Cologne</i>
PART A 10.20 h - 12.10 h	THE CHANGING MEDIA REGIME OF THE PEOPLES REPUBLIC OF CHINA. A NEW MARKET FOR BROADCASTERS?

Dr. Wang Feng
Secretary General, China Television Artists Association:
The Chinese Media Regime under Reform

Prof. Hu Zhengrong
Director RIRT; Dean, Communication University of China:
The Demand for Foreign TV Programmes after Chinas' WTO Entry

Dr. Manfred Kops
Institute for Broadcasting Economics:
German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective



Stefan Ollig

Institute for Broadcasting Economics:

Chinese TV Programmes for Germany? A Consumer Theory Perspective

11.40 h DISCUSSION

12.10 h LUNCH

PART B

13.10 h - 14.50 h

TV-PROGRAMME EXCHANGE BETWEEN GERMANY AND CHINA – EXPERIENCES AND EXPECTATIONS FROM A GERMAN PERSPECTIVE

Anne Hufnagel, *Manager, International Sales, German United Distributors:*

TV Programme Exchange with China.

The Experiences and Expectations of the ARD

Alexander Coridaß, *Director, ZDF.enterprises:*

TV Programme Exchange with China. The Experiences and Expectations of ZDF.enterprises (with a Focus on Co-Productions)

Heinz Pianka, *Director Intl. Relations China & Southeast Asia, Deutsche Welle:*

TV Programme Exchange with China.

The Experiences and Expectations of the Deutsche Welle

Peter Hille, *Head of International Sales, RTL:*

TV Programme Exchange with China.

The Experiences and Expectations of RTL

14.20 h DISCUSSION

14.50 h BREAK

PART C

15.10 h - 17.00 h

TV-PROGRAMME EXCHANGE BETWEEN CHINA AND GERMANY – EXPERIENCES AND EXPECTATIONS FROM A CHINESE PERSPECTIVE

Dr. Wen-Guang Shao, *Director, Phoenix CNE Ltd:*

Chinese TV Programmes for Europe? Opportunities and Challenges

Wang Jianping, *President, Guanhua Century:*

Digital TV: Opportunities and Challenges for the Chinese Media Market

Thomas Luzar, *Managing Director, Spin TV:*

TV Programme Production for China.

A Programme Producers' Experiences and Expectations

16.10 h DISCUSSION

CONCLUDING NOTE

16.40 h

Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß, *Vice-Rector, Cologne University, Director, Institute for Broadcasting Economics*

17:30 h

Dinner Cruise on the Rhine River

Ship: "Jan von Werth"

**WORKSHOP – APRIL 29TH 2005: PROGRAMME**

- 9.30 h** **Welcome Note**
Roland Klein, German-Chinese Business Association
- 9.40 h** Representative of **Chinese Embassy**
- 10.00 h** Ms. Zhang Dongxia, Vice Chief Editor
State Council of the Peoples' Republic of China
- 10.15 - 12.10 h** **Presentation and Co-Operation Wishes
of Chinese and German TV Broadcasters (I)**
Wang Jianping
Guanhua Century, PR China
Huang Lingping
TV Station of Guangxi Province, PR China
Chen Qirong
TV Station of Hubei Province, PR China
Anne Hufnagel
German United Distributers (ARD), Germany
Zhou Lei
Canton TV Station, PR China
- 12.10 h** **Buffet-Lunch and Bilateral Negotiations**
- 14.00 h** „**Legal Aspects of Co-Operation with China
in the TV Sector**“
Dr. Viola Bensinger, Linklaters, Oppenhoff & Rädler
- 14.20 h** „**The European Satellite Communication
Provider Eutelsat**“
Volker Steiner, General Manager,
Eutelsat Services und Beteiligungen GmbH
- 14.40 - 16.00 h** **Presentation and Co-Operation Wishes
of Chinese and German TV Broadcasters (II)**
Mr. Chagdar
TV Station of Inner Mongolia, PR China
Thomas Luzar, Managing Director
Spin TV, Germany
Heinz Pianka, Head of Programme Distribution Asia
Deutsche Welle, Germany
- 16.00 h** **Concluding Note**
Dr. Manfred Kops, Institute for Broadcasting Economics
- 16:45 – 18.00 h** **Guided Tour: “4711, Cologne Water”**
The most typical perfume manufacturer in Cologne



5.1.2. Vortragsveranstaltung des Instituts im Jahr 2006

Die Vortragsveranstaltung im Jahre 2006 hat am 14. 11. 2006 im Gremiensaal der Deutschen Welle in Bonn zum Thema "Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt" stattgefunden. Ca. 130 Teilnehmer, darunter viele im Auslandsrundfunk tätige Journalisten, verfolgten die Redebeiträge und die anschließenden Diskussionsrunden. Einige Referate sind bereits in der Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie" veröffentlicht worden, andere werden in Kürze nachkommen. Alle Beiträge sowie die Diskussionen dazu werden überdies in einem Tagungsband in der Institutsreihe "Schriften zur Rundfunkökonomie", Vistas Verlag Berlin, publiziert.

Programm der Vortragsveranstaltung am 14. November 2006: Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt

- 10.15 Uhr **Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß**, Institut für Rundfunkökonomie:
Begrüßung
- Erik Bettermann**, Deutsche Welle:
Grußwort

Teil A: 10.30 – 12.00 Uhr

Die Globalisierung der Medien als Chance und Herausforderung
des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks

- 10.30 Uhr **Dr. Peter Niepalla**, Deutsche Welle,
unter Einbeziehung von Überlegungen von Prof. Dr. Martin Stock,
Universität Bielefeld (erkrankt):
Der öffentlich-rechtliche Auslandsrundfunk
als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation
- 11.00 Uhr **Dr. Manfred Kops**, Institut für Rundfunkökonomie:
Die Globalisierung der Medien als Herausforderung für den inter-
kulturellen Dialog
- 11.30 Uhr Diskussion
- 12.00 Uhr Mittagspause

Teil B: 13.00 – 14.30 Uhr

Die Angebote der Deutschen Welle in einer globalisierten Medienwelt

- 13.00 Uhr **Dr. Reinhard Hartstein**, Deutsche Welle:
Die Optimierung der Angebote der Deutschen Welle als strategi-
sche Aufgabe



- 13.30 Uhr **Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß**, Institut für Rundfunkökonomie:
Sport als Ware und Kulturgut: Die Fußballweltmeisterschaft
im Programm der Deutschen Welle
- 14.00 Uhr Diskussion
- 14.30 Uhr Kaffeepause

Teil C: 15.00 – 16.45 Uhr

Aktuelle Fragen der Organisation und Finanzierung des Auslandsrundfunks

- 15.00 Uhr **Beat Witschi**, swissinfo:
Die programmlichen und finanziellen Konsequenzen
neuer Verbreitungswege für den Auslandsrundfunk
- 15.30 Uhr **Fritz Pleitgen**, Westdeutscher Rundfunk:
Kooperation zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD,
dem ZDF und der Deutschen Welle
- 16.00 Uhr Diskussion
- 16.30 Uhr **Prof. Dr. Hans J. Kleinsteuber**,
Universität Hamburg, ehem. Mitglied des Rundfunkrats
der Deutschen Welle:
Schlusswort

5.2. Auf Veranstaltungen anderer Einrichtungen gehaltene Vorträge zu rundfunkökonomischen Themen

Von den Institutsdirektoren und -mitarbeitern und den Lehrbeauftragten für Rundfunkökonomie wurden im Berichtszeitraum verschiedene Vorträge zu rundfunkökonomischen Themen gehalten. Im Folgenden sind diese – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – zusammengestellt.

Kops, Manfred: What Role Can Citizens Play in Ensuring Good Governance and the Principles of Public Service in Broadcasting? Speech presented on behalf of EURALVA, European Association of Listeners' & Viewers' Associations, at the VLV's 10th International Conference, held on 11th February 2005 at the Royal Society London, <http://www.vlv.org.uk/pages/press%202005-International%20Conference%20Report.shtml>

Kops, Manfred: German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective, Speech Presented at the International Conference of the Institute for Broadcasting Economics "TV Programme Exchange with China, Problems and Prospects, Cologne, 28th April 2005

Kops, Manfred: Is Globalization Opposed to Cultural Diversity? The Choices Before Us, Paper presented at the Asia Media Summit 2005, 9. - 11. May 2005, Kuala Lumpur, Malaysia, published in: AIBD (ed.): Promoting Peace



and Prosperity in a Globalised World, Kuala Lumpur 2005, pp. 23 - 32, http://download.aibd.org.my/books/AMS_05_Promoting_Peace_and_Prosperty.pdf

Kops, Manfred: Globalising Media Markets. Costs and Benefits, Winners and Losers, Paper presented at the Oriental Television Forum 2005: Media New Economy: A Conversation between China and the World, Shanghai, 12th June 2005

Kops, Manfred: Die Finanzierung öffentlich-rechtlicher Online-Angebote, Vortrag gehalten auf der Tagung "Neue Technik, Neue Medien, Neue Gesellschaft? Ökonomische Herausforderungen der Online-Kommunikation" der DGPK-Fachgruppen "Medienökonomie" und "Computervermittelte Kommunikation" am 10. November 2005 an der Humboldt-Universität Berlin

Kops, Manfred: Die Globalisierung der Medien als Herausforderung für den interkulturellen Dialog, Referat auf der Vortragsveranstaltung des Instituts für Rundfunkökonomie "Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt, am 14. November 2006 in Bonn

Ollig, Stefan: German TV Programmes for China? A Consumer Theory Perspective, Speech presented at the International Conference of the Institute for Broadcasting Economics "TV Programme Exchange with China, Problems and Prospects, April 28th 2005

Ollig, Stefan: Chinese TV Programmes for Foreign Countries. A Consumer Theory Perspective, Paper presented at the Oriental Television Forum 2005: Media New Economy: A Conversation between China and the World, Shanghai, 12th June 2005

Schellhaaß, Horst M.: Concluding Notes, presented at the International Symposium and Workshop "TV Programme Exchange between Germany and China", Cologne, Germany, 28th April 2005

Schellhaaß, Horst M.: „Das Fernsehen, die Politik und der Sport“, Symposium „Sport und Politik“, Nürnberg, 29. April 2006

Schellhaaß, Horst M.: „Wettbewerbsstrategien für die mediale Präsenz des Sports im Fernsehen“, AK Sportökonomie, Gottlieben/CH, 16. Sept. 2006

Schellhaaß, Horst M.: Sport als Ware und Kulturgut: Die Fußballweltmeisterschaft im Programm der Deutschen Welle, Referat auf der Vortragsveranstaltung des Instituts für Rundfunkökonomie "Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt, am 14. November 2006 in Bonn

6. Lehrveranstaltungen

Das Institut für Rundfunkökonomie hat von Anfang an seinen satzungsgemäßen Auftrag, "Forschungen auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie zu fördern", weit interpretiert. Deshalb hat es sich auch frühzeitig an der Entwicklung und Abhaltung von Lehrveranstaltungen beteiligt und damit eine zukunftssträchtige und im Rückblick auch standortpolitisch wichtige Spezialisierung der WiSo-Fakultät der Universität zu Köln mit angestoßen (siehe hierzu im einzelnen die Ausführungen in den früheren Tätigkeitsberichten). Diese Funktion konnte in den letzten Jahren in dem Umfang aufgegeben werden, in dem es gelungen ist, rundfunk- und medienökonomische Lehrinhalte sukzessive in die spezielle Betriebswirtschaftslehre und die spezielle Volkswirtschaftslehre der Universität zu Köln zu integrieren, was mit dem Auslaufen des Wahlbereichs Rundfunkökonomie (bzw. ab 1999 Medienökonomie) auch formal deutlich wurde.

Innerhalb des Berichtszeitraums wurden die folgenden Veranstaltungen angeboten, deren Inhalte hier im einzelnen dokumentiert werden:

WS 2004/2005

Übung zur Medienökonomie II

Prof. Dr. H. M. Schellhaaß / Dipl.-Volksw. 'e M. Coenen und N. Kummer
Montags, 13:30 – 15:00 Uhr in HS F

Die Veranstaltung richtet sich an Studierende im Hauptstudium, die in der speziellen Volkswirtschaftslehre zum Prüfungstermin 1/2005 oder 2/2005 ihr Examen ablegen möchten. Die Veranstaltung ermöglicht eine Prüfung im Rahmen des SVWL-Wahlgebietes 4 „Märkte und Wettbewerb“. Die erste Sitzung findet am 11. 10. 2004 statt.

In der Übung werden ausgewählte Fragen der Medienökonomie behandelt. Im Blickpunkt stehen vor allen Dingen Inhalte von Medien – Spielfilme, Game-shows, Sportberichterstattungen, politische Talks usw. – ihre Wirkungen und die Möglichkeiten zu ihrer Optimierung. Lernziel der Veranstaltung ist die Anwendung theoretischer Modelle auf reale Probleme der Medien, die anhand von Übungsaufgaben dargestellt und gemeinsam erarbeitet werden. Eine aktive Beteiligung ist erwünscht!

Gliederung der Veranstaltung:

- A. Reputationsaufbau im Fernsehen
- B. Die Ökonomie der Superstars
- C. Aspekte der Bündelung von Ausstrahlungsrechten
- D. Strategische Positionierung von Fernsehsendern
- E. Die Optimierung der Programmqualität am Beispiel des Sports



Hauptseminar zur Rundfunkökonomie

Blockseminar mit Exkursion "Ausgewählte Aspekte
des Managements von Rundfunkunternehmen"

Prof. Dr. Norbert Seidel

Termine: 13.10.2004 / 15.11.2004 / 13.01.2005 / 20.01.2005

A. Sammelsprechstunde zu den Referatsthemen am 13.10.04, Raum 64 Seminar für Produktionswirtschaft, 17.00 Uhr s. t.

B. Abgabe der Referate bis Montag, 15.11.04, Themen:

1. Betriebswirtschaftliche Aspekte der " Make or Buy"-Entscheidung im Fernseh-Programmbereich
2. Organisations- und Finanzierungsstruktur privater Rundfunkunternehmen in Deutschland/Europa
3. Gemeinkostencontrolling in Rundfunkunternehmen
4. Produktionssteuerungsverfahren für Fernsehunternehmen
5. Programmcontrolling für private Hörfunk- und Fernsehveranstalter
6. Programmcontrolling in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
7. Target Costing als Instrument zur Steuerung der Programm- und Produktionsplanung in Rundfunkunternehmen
8. Balanced Scorecards als Steuerungsinstrument im Medienbereich
9. Risikomanagement-Instrumente für Fernseh-Unternehmen

C. Blockseminar im Westdeutschen Rundfunk

Tag 1: Veranstaltungsdauer von 9 bis ca. 18 Uhr; am Donnerstag,
13. Januar 2005, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.

I. Allgemeiner Teil

1. Rechtliche und ökonomische Grundlagen des Rundfunks
 - a) Ökonomische Grundlagen des Rundfunks
 - b) Rechtliche Grundlagen des Rundfunks in Deutschland
2. Finanzierung von Rundfunkveranstaltern
 - a) Finanzierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter
 - b) Finanzierung privater Rundfunkveranstalter
3. Struktur des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks

II. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 1

III. WDR-Besichtigung, 20. Januar 2005, WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.

IV. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 2



SS 2005

Medienökonomie I

Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß

Di. 13:30-15:00 in F

Gliederung:

- A. Die Rundfunkordnung im Wandel
- B. Marktmäßige Programmviefalt im Fernsehen
- C. Verfassungsrechtliche Meinungsviefalt im Fernsehen
- D. Sicherung der Meinungsfreiheit im Fernsehen
- E. Ökonomische Analyse der Rundfunkgebühr
- F. Ökonomische Analyse des Buchmarktes
- G. Ökonomische Analyse des Marktes für Gratiszeitungen

Übung zur Medienökonomie I

M. Coenen/N. Kummer (für Schellhaaß)

Mo. 13:30-15:00 in S 91

Inhalt:

Die Veranstaltung begleitet die Vorlesung "Medienökonomie I" und vertieft den behandelten Stoff durch die gemeinsame Bearbeitung von Übungsaufgaben.

WS 2005/06

Medienökonomie II

H. Schellhaaß

Di. 10:15-11:45 in F

A. Der Reputationsaufbau im Fernsehen

- 1. Das Grundmodell des Reputationswettbewerbs
- 2. Übertragung von Reputation auf neue Märkte

B. Die Ökonomie der Superstars

- 1. Superstars als Nutznießer medialer Hebeleffekte
- 2. Superstars auf Märkten mit Informationsasymmetrien
- 3. Informationsasymmetrien über Qualitäten als Marktzutrittsschranken

C. Strategien für den Einkauf von Sportprogrammen

- 1. Der Erwerb zeitversetzter Spiele
- 2. Der Erwerb zeitgleicher Spiele

D. Die Absicherung des Risikos im Fernsehvertrag

- 1. Die Governance-Struktur langfristiger Verträge
- 2. Die Governance-Struktur bei der Zentralvermarktung durch die Liga
- 3. Die Governance-Struktur bei der Einzelvermarktung durch die Clubs



4. Die Modalitäten des Vertrages
 - 4.1 Die Wahl der Vertragslaufzeit
 - 4.2 Die Aufteilung der Gewinne auf die Vertragspartner
 - 4.3 Fixe Lizenzsumme oder variable Gewinnbeteiligung?
 - 4.4 Die Supervermarktung zur Abstützung des Reputationsaufbaus

E. Erfolgsbedingungen für die Medienpräsenz von Spitzensportarten

1. Überblick über die Fernsehvermarktung der Bundesliga
2. Ligavermarktung als Schutz des Liga-Goodwills.
3. Ligavermarktung als Kernelement eines ligainternen Finanzausgleichs
 - 3.1 Der sportliche Wettbewerb unter dem Primat des wirtschaftlichen Wettbewerbs
 - 3.2 Der wirtschaftliche Wettbewerb unter dem Primat des sportlichen Wettbewerbs
 - 3.3 Wettbewerbspolitische Modifikationen der Zentralvermarktung
4. Wettbewerbsrechtliche Aspekte der Zentralvermarktung

F. Die zentrale Vermarktung von Sportligen: Kartellvereinbarung versus Kartellwirkungen

1. Kartellwirkungen im Falle der UEFA-Cup-Spiele
2. Kartellwirkungen im Falle der Bundesliga

G. Erfolgsbedingungen für die Medienpräsenz von Randsportarten

1. Der Aufbau von Konsumkapital bei den Zuschauern
2. Die Optimierung der Medienpräsenz
 - 2.1 Aktives Zuschauerverhalten
 - 2.2 Passives Zuschauerverhalten
 - 2.3 Die Auswahl des Senders
 - 2.4 Die Auswahl des Sendeformats
3. Die Präsentation von Mannschaftssportarten
4. Die Präsentation von Individualsportarten

Übung Medienökonomie II

N. Kummer/F. Dittrich (für Schellhaaß)
Mo. 13:30-15:00 in F

Hauptseminar zur Rundfunkökonomie

Prof. Dr. Norbert Seidel

Blockseminar mit Exkursion

Ausgewählte Aspekte des Managements von Rundfunkunternehmen

A. Sammelsprechstunde zu den Referatsthemen

am 20.10.05 in der Uni Köln,
Raum 64 Industrieseminar, 17.00 Uhr s. t.

B. Abgabe der Referate bis Mittwoch, 30.11.05, Themen:

1. Betriebswirtschaftliche Aspekte der "Make or Buy"-Entscheidung im Fernseh-Programmbereich
2. Organisations- und Finanzierungsstruktur privater Rundfunkunternehmen in Deutschland/Europa
3. Gemeinkostencontrolling in Rundfunkunternehmen
4. Produktionssteuerungsverfahren für Fernsehunternehmen
5. Programmcontrolling für private Hörfunk- und Fernsehveranstalter
6. Programmcontrolling in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
7. Target Costing als Instrument zur Steuerung der Programm- und Produktionsplanung in Rundfunkunternehmen
8. Balanced Scorecards als Steuerungsinstrument im Medienbereich
9. Risikomanagement-Instrumente für Fernseh-Unternehmen

C. Blockseminar im Westdeutschen Rundfunk

Tag 1: Veranstaltungsdauer von 9 bis ca. 18 Uhr

am 12. Januar 2006, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.

I. Allgemeiner Teil

1. Rechtliche und ökonomische Grundlagen des Rundfunks
 - a) Ökonomische Grundlagen des Rundfunks
 - b) Rechtliche Grundlagen des Rundfunks in Deutschland
2. Finanzierung von Rundfunkveranstaltern
 - a) Finanzierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter
 - b) Finanzierung privater Rundfunkveranstalter
3. Struktur des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks

II. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 1

III. WDR-Besichtigung

Tag 2: Veranstaltungsdauer von 9 bis ca. 15 Uhr

am 19. Januar 2006, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.

IV. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 2

Die Teilnehmerzahl ist auf 20 begrenzt.

Erwerb eines SN-Scheines in ABWL möglich durch Teilnahme und Abgabe eines Referates zu einem der unter B genannten Themen. Eine verbindliche Anmeldung ist ab 10. August 2005 ausschließlich online möglich.



Vorlesung

Lecture for International Students "The German Media Order"

Dr. Manfred Kops

2 h/weekly, Fridays 11 - 13 h, Room XIa

- 21. 10. 2005 Constitutional meeting
- 4. 11. 2005 1. The History of the German Media Order
- 18. 11. 2005 2. The Media as Economic and/or Cultural Goods
- 25. 11. 2005 3. The Print Media in Germany
- 2. 12. 2005 4. Broadcasting in Germany
- 9. 12. 2005
- 16. 12. 2005
- 13. 1. 2006 5. Films in Germany
- 20. 1. 2006 6. Online Services in Germany
- 27. 1. 2006 7. Perspectives for the German Media Order
- 3. 2. 2006 8. Perspectives of the International Media Order

SS 2006

Medienökonomie I

Prof. Dr. Horst Schellhaaß

Di. 13:30-15:00 in F

A. Die Rundfunkordnung im Wandel

- 1. Die Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
- 2. Die Organisationsstruktur der öffentlich-rechtlichen Anstalten
- 3. Rahmenbedingungen für private Anbieter

B. Marktmäßige Programmvielfalt im Fernsehen

- 1. Programmwahl bei exklusiven Programmpräferenzen:
Das Steiner-Modell
- 2. Programmwahl bei substituierbaren Programmpräferenzen:
Das Beebe-Modell
- 3. Programmvielfalt im Pay-TV
- 4. Programmvielfalt im Pay-TV
 - 4.1 Monopol
 - 4.2 Multikanal-Fernsehen

C. Verfassungsrechtliche Meinungsvielfalt im Fernsehen

- 1. Die externe Subventionierung von Minderheitenprogrammen
- 2. Programmstrukturauflagen
- 3. Die Subvention der Institution

**D. Sicherung der Meinungsfreiheit im Fernsehen**

1. Rundfunkfreiheit als institutionelle Freiheit
2. Sicherung der Rundfunkfreiheit durch Kontrolle des Marktergebnisses
3. Die Sicherung der Rundfunkfreiheit durch Kontrolle des Marktzutritts
 - 3.1 Missbrauchsaufsicht gegenüber den gesellschaftlichen Kräften

E. Ökonomische Analyse der Rundfunkgebühr

1. Die Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts
2. Die Vorgaben des europäischen Wettbewerbsrechts
3. Die wettbewerbskonforme Ausgestaltung der Rundfunkgebühr
4. Behinderungsmissbrauch aufgrund einer Überkompensation
5. Die Finanzierung neuer Spartenkanäle als Wettbewerbsbehinderung?
6. Organisatorische Vorkehrungen

F. Ökonomische Analyse des Buchmarktes

1. Charakteristika des Wirtschaftsgutes „Buch“
2. Historische Entwicklung der Buchpreisbindung
3. Wettbewerbspolitische Analyse der Buchpreisbindung

G. Wettbewerbspolitische Analyse des Angebots an Gratiszeitungen

1. Gratiszeitungen als Behinderungsmissbrauch?
2. Gratiszeitungen als unlauterer Wettbewerb?

Übung zur Medienökonomie I

N. Kummer / F. Dittrich (für Schellhaaß)
Mo. 13:30-15:00 in S 58

Hauptseminar zur Medienökonomie**„Medienökonomische Aspekte der Programmgestaltung im Fernsehen“**

N. Seidel, H. Schellhaaß

Das Hauptseminar zur Medienökonomie im SS 2006 wird als dreiteilige Blockveranstaltung im WDR Studio Köln stattfinden. Treffpunkt für alle Seminartermine ist der WDR-Eingang Arkaden in der Elstergasse. (*WDR Arkaden, Elstergasse 1; 50600 Köln*). Dort werden wir jeweils um 13.30 Uhr abgeholt und zum Seminarraum begleitet. Um pünktliches Erscheinen wird gebeten.


Seminartermin 1: 17.05.2006, Ort: WDR Arkaden, Raum 5040

Zeit	Vortrag	Referenten
13:30 – 14:30	Die Sicherung der Meinungsvielfalt im Fernsehen	T. Wollnik, D. Li
14:30 – 15:30	Der öffentlich-rechtliche Rundfunk zwischen Anstaltsschutz und Wettbewerb	M.-L. Hauswirth, B. Paffen
15:30 – 15:45	<i>Pause</i>	
15:45 – 16:45	Auswirkungen der Digitalisierung auf das Programmangebot im Fernsehen	M. Evans, L. Ning
16:45 – 17:45	Technische Aspekte der Digitalisierung von Fernsehsignalen	Dr. Oliver Werner (Chefingenieur des WDR)
17:45 – 18:00	<i>Pause</i>	
18:00 – 19:00	Internet-Fernsehen als Substitut für klassische Fernsehangebote	A.-K. Barth, C. Sturm

Seminartermin 2: 24.05.2006, Ort: WDR Arkaden, Raum 5040

Zeit	Vortrag	Referenten
13:30 – 14:30	Pay-TV in Deutschland - Entwicklungschancen des privaten Fernsehangebotes	A. Busch, D. Motzkau
14:30 – 15:30	„Flat-fee“ vs. „Revenue-Sharing“ im Markt für Kinofilme	D. Dudzik, F. Wipperfeld
15:30 – 15:45	<i>Pause</i>	
15:45 – 16:45	Stars und Medien: Medialer Hebel als Begründung hoher Stareinkommen	K. Schmidt, C. Zawodniak
16:45 – 17:45	Werbung im Fernsehen aus Sicht der Programmanbieter	D. Begovic, N. Zhang
17:45 – 18:00	<i>Pause</i>	
18:00 – 19:00	Controlling einer Cross Media Strategie	Martin Schneider (Super RTL)

Seminartermin 3: 21.06.2006, Ort: WDR Arkaden, Raum 5040

Zeit	Vortrag	Referenten
13:30 – 15:45	Rundgang durch den WDR	
15:45 – 16:45	Gehört die Fußball-WM 2006 ins Free-TV?	L. Petersen, H. Wilke
16:45 – 17:45	Analyse der Vergabemodalitäten der Bundesliga Übertragungsrechte im Fernsehen	C. Kienzle, B. Revers
17:45 – 18:00	<i>Pause</i>	
18:00 – 19:00	Die Kurzberichterstattung im Fernsehen aus ökonomischer und juristischer Sicht	K. Kalka, R. Wetzel
19:00	Schlusswort	



WS 2006/07

Medienökonomie II

Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß

Di. 10:15-11:45 in F

- A. Der Reputationsaufbau im Fernsehen
- B. Die Ökonomie der Superstars
- C. Konsumkapital als Erfolgsbedingung für Medienpräsenz
- D. Die Vermarktung von Sportligen im Fernsehen
- E. Die Vermarktung von Sportligen aus unternehmerischer Sicht
- F. Die Vermarktung von Sportligen aus kartellrechtlicher Sicht
- G. Die Absicherung des Risikos im Fernsehvertrag

Hauptseminar zur Rundfunkökonomie

Blockseminar mit Exkursion

„Ausgewählte Aspekte des Managements von Rundfunkunternehmen“

Prof. Dr. N. Seidel

A. Sammelsprechstunde zu den Referatsthemen

am Donnerstag, 19. Oktober 2006 in der Uni Köln, Raum 64, 17.00 Uhr s. t.

B. Abgabe der Referate bis Donnerstag, 30.11.2006, Themen:

- 1. Betriebswirtschaftliche Aspekte der "Make or Buy"-Entscheidung im Fernseh-Programmbereich
- 2. Organisations- und Finanzierungsstruktur privater Rundfunkunternehmen in Deutschland/Europa
- 3. Programmcontrolling für private Hörfunk- und Fernsehveranstalter
- 4. Programmcontrolling in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
- 5. Gemeinkostencontrolling in Rundfunkunternehmen
- 6. Produktionssteuerungsverfahren für Fernsehunternehmen
- 7. Target Costing als Instrument zur Steuerung der Programm- und Produktionsplanung in Rundfunkunternehmen
- 8. Balanced Scorecards als Steuerungsinstrument im Medienbereich
- 9. Risikomanagement-Instrumente für Fernseh-Unternehmen

C. Blockseminar im Westdeutschen Rundfunk

Tag 1: am 11. Januar 2007, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr

I. Allgemeiner Teil

- 1. Rechtliche und ökonomische Grundlagen des Rundfunks
 - a) Ökonomische Grundlagen des Rundfunks
 - b) Rechtliche Grundlagen des Rundfunks in Deutschland
- 2. Finanzierung von Rundfunkveranstaltern
 - a) Finanzierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter
 - b) Finanzierung privater Rundfunkveranstalter
- 3. Struktur des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks

II. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 1

III. WDR-Besichtigung

Tag 2: am 18. Januar 2007, Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.

IV. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 2



National and International Mass Media Orders (CEMS)

Dr. Manfred Kops

2 h/weekly, Fridays 11 – 13 h, Room VIIa

CEMS Core Course, mainly addressed to International Students of the CEMS Master's in International Management (CEMS MIM). Other students may participate on request. The number of participants is limited, prior registration is obligatory via the websites of the Institute for Broadcasting Economics.

Participants that have taken part regularly, have written and presented a paper (if appropriate, this is possible as team work), and have passed a final written examination will be granted 6 ECTS-points for this CEMS Course (non-CEMS students may gain certificates according to prior consultations with the International Relations Center).

1. The Mass Media as an Important and Expanding Industry (27. 10. 2006)

- 1.1. The Media as Economic Goods
- 1.2. Types of Mass Media
- 1.3. The Market, the State, and the Civil Society as Providers of the Media
- 1.4. The Economic Importance of the Mass Media

2. The Mass Media as a Key Institution of Public Communication (3. 11. 2006)

- 1.1. The Cultural Importance of the Mass Media
- 1.2. The Political Importance of the Mass Media
- 1.3. The Mass Media and Public Communication
- 1.4. The German Mass Media Order
- 1.5. International Mass Media Orders

3. The Print Media (10. 11. 2006)

- 3.1. The Structure of Private Print Media Provision in Germany
- 3.2. The Regulation of the Print Media in Germany
- 3.3. Print Media Orders – internationally compared

Case Study I: German Antitrust Commission prohibits sale of Berliner Zeitung

4. Broadcasting (17. 11. 2006 + 24. 11. 2006 + 1. 12. 2006)

- 4.1. The Structure of Private Broadcasting in Germany

Case Study II: Evaluating the private value of merging commercial broadcasters

Case Study III: Pay TV in Germany: Past and Future

Case Study IV: A Satellite Fee for TV Programmes in Germany?

- 4.2. The Structure of Public Service Broadcasting in Germany

Case Study V: Evaluating the public value of Public Service Broadcasters

- 4.3. Voluntary Broadcasting in Germany

Case Study VI: Organisation, funding, and programming of the German "Bürgerfunk"

- 4.4. Regulation of Broadcasting in Germany

Case Study VII: Revision of the European TV-Directive

- 4.5. The German Broadcasting Order - internationally compared

Case Study VIII: The Future of Chinese Broadcasting

Case Study IX: Antitrust Policy in India

**5. Films (8. 12. 2006)**

5.1. The Structure of the Private German Film Industry

5.2. Economic Peculiarities of Films

*Case Study X: Calculating the Costs and Returns of Films**Case Study XI: State Aids for the German Film Industry*

5.3. The Regulation of the Private German Film Industry

*Case Study XII: "FSK" - Voluntary self-control of the German Film Industry***6. Online Services (15. 12. 2006)**

6.1. The Structure of Private Online Services in Germany

6.2. The Structure of Public Service Online Services in Germany

*Case Study XIII: Online Services as a new element of public communication?**Case Study XIV: The Legal Limits for Online Services of German PSB**Case Study XV: Audiovisual Media Services and the European TV Directive*

6.3. National and International Regulation of Online Services

7. Perspectives for the German Mass Media Order (12. 1. 2007)

7.1. The Importance of the Different Media over Time

7.2. The Market as the Dominant Provider of the Media?

Case Study XVI: The Future of Public Service Broadcasting in Germany

7.3. Regulated Self-Regulation of the Media?

*Case Study XVII: Ethic standards of journalism and economic constraints***8. Perspectives of the International Mass Media Order (19. 1. 2007)**

8.1. The Economic and Political Consequences of Globalization for the Media

*Case Study XVIII: Do the Mass Media Promote the Dialogue between Cultures?**Case Study XIX: The UNESCO Convention on Cultural Diversity*

8.2. The Market, the State, and the Civil Society as Providers of the Media

Case Study XX: Perspectives for the Media Orders of Selected Countries

8.3. National and International Regulation of the Media

Final Test (26. 1. 2007)

7. Das Institut für Rundfunkökonomie im Internet

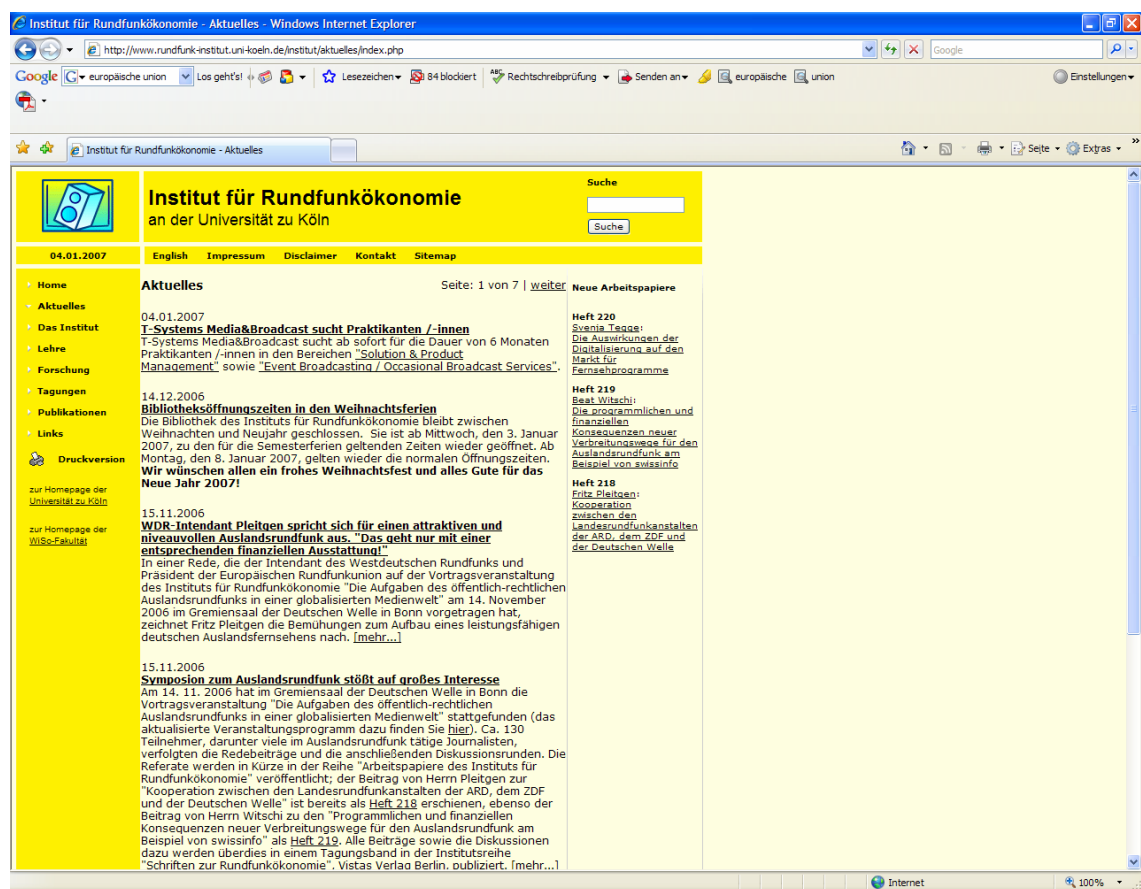
7.1. Neugestaltung und Ausbau der Internet-Seiten des Instituts

Wie im letzten Tätigkeitsbericht bereits ausführlicher dargestellt wurde, ist es aufgrund der sich rasch verändernden Web-Technologie erforderlich, die graphische Gestaltung der Webseiten permanent zu verbessern. Nach dem im Jahr 2004 vorgenommenen Umstieg auf eine andere Software und der grundlegenden Überarbeitung des Layouts und der Strukturierung der Inhalte, die überwiegend von Herrn stud. rer. pol. Bastian Keller durchgeführt worden war, sind auch innerhalb des Berichtszeitraums dieses Tätigkeitsberichts das Layout unserer Websites weiter verbessert und die Inhalte weiter ausgeweitet worden, im Wesentlichen von den Herrn stud. rer. pol. Tim Rutte und Arne Giese.

Abbildung 2 zeigt den Aufbau der neu gestalteten Websites des Instituts, die unter der URL <http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de> von einem Rechner des Rechenzentrums der Universität zu Köln abgerufen werden können.

Abbildung 2:

Aktuelle Startseite des Instituts für Rundfunkökonomie im World Wide Web





Im Einzelnen können von der Homepage aus die folgenden Rubriken abgerufen werden:

1. Die Rubrik „*Aktuelles*“ enthält aktuelle Informationen zur Arbeit des Instituts.
2. Unter „*Das Institut*“ können Angaben zu den Öffnungszeiten, zur Lage und zu den Aufgaben des Instituts abgerufen werden, ferner die Inhalte des aktuellen Tätigkeitsberichts wie auch aller früheren Tätigkeitsberichte.
3. Unter „*Lehre*“ finden sich Angaben zu den Lehrveranstaltungen des aktuellen Semesters wie auch früherer Semester. Hier werden auch aktuelle Meldungen, Literaturhinweise, Informationen über Klausuren und Benotungen u. ä. veröffentlicht.
4. Die Rubrik „*Forschung*“ beinhaltet Informationen zu aktuellen und abgeschlossenen Forschungsarbeiten des Instituts.
4. Unter „*Tagungen*“ finden sich Informationen und Dokumente zu den vom Institut ausgerichteten Vortragsveranstaltungen.
6. Die Rubrik „*Publikationen*“ enthält alle Veröffentlichungen des Instituts; ein Großteil dieser Veröffentlichungen (alle Arbeitspapiere, neuerdings auch die Schriften zur Rundfunkökonomie) kann von hier aus auch als Volltexte eingesehen und im pdf-Format aus dem Internet heruntergeladen werden (vgl. unten, Abschnitt 7.2.).
7. Die Rubrik „*Links*“ enthält rundfunk- und medienökonomisch interessante Internet-Adressen, z. B. von Rundfunkveranstaltern, Medienbehörden und Medien- und Bildungseinrichtungen. Im Berichtszeitraum ist die Linkliste aktualisiert und erweitert worden.

Außerdem enthält die Homepage des Instituts einen Uplink zur Homepage der Universität zu Köln, über die bspw. zentrale Universitätsdienste oder andere Universitätsinstitute angesteuert werden können, einen Link zur E-Mail-Adresse des Instituts, über den die Benutzer dem Institut elektronische Nachrichten (z. B. Bestellungen oder Kommentare zu den Veröffentlichungen des Instituts oder Anfragen zu den Veranstaltungen) übermitteln können, sowie einen Suchalgorithmus, mit dessen Hilfe die Webseiten des Instituts nach Stichworten durchsucht werden können.

Aufgrund des steigenden Anteils ausländischer Nutzer (siehe unten, Abschnitt 7.2.) ist im Berichtszeitraum auch die Zahl der englischsprachigen Informationen erhöht worden. So werden jetzt die Anleitung zum Download der Arbeitspapiere, die Beschreibung des Instituts mit Bibliotheksöffnungszeiten und Lageplan, der Haftungsausschluss und die Linkliste auch in englischer Sprache angeboten. Aus dem gleichen Grund wurde für die Reihe Arbeitspapiere die zusätzliche Kategorie "fremdsprachige Arbeitspapiere" eingefügt.

7.2. Abruf von Institutsveröffentlichungen über das Internet

Unter der Rubrik "Publikationen" können die Volltexte aller Arbeitspapiere des Instituts eingesehen und im pdf-Format auf den eigenen Rechner heruntergeladen werden (siehe Abbildung 3). Dadurch stehen diese Texte interessierten Lesern praktisch weltweit auf Knopfdruck zur Verfügung. Vorteilhaft ist hierbei auch, dass es den Internet-Usern mit Hilfe der neueren "Suchmaschinen", die eine Volltextrecherche aller im Internet vorhandenen Texte vornehmen können, möglich ist, die ein bestimmtes Suchwort enthaltenden Arbeitspapiere ohne größeren Aufwand und innerhalb kürzester Suchzeiten zu finden.

Abbildung 3:
Der Abruf von Arbeitspapieren über die Websites des Instituts

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://rundfunkoek.uni-koeln.de/institut/publikationen/ap.php>. The page title is "Institut für Rundfunkökonomie - Arbeitspapiere". The main content area is titled "Themenbereiche" and "Arbeitspapiere aller Themenbereiche". It lists several publications, including "Die nationale Rundfunkordnung Deutschlands" and "Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Markt für Fernsehprogramme". The page also features a search bar and a navigation menu.

Um eine gezielte Abfrage der wachsenden Anzahl von Arbeitspapieren zu ermöglichen, sind diese im Zuge der Umstrukturierung der Webseiten in verschiedene Kategorien unterteilt worden. Im einzelnen wurden die folgenden Kategorien gebildet:

1. Die nationale Rundfunkordnung Deutschlands
2. Die internationale Rundfunkordnung
3. Betriebswirtschaftslehre des Rundfunks
4. Ordnungstheorie und Finanzwissenschaft des Rundfunks
5. Rundfunkfinanzierung
6. Die Beziehungen zwischen dem Rundfunk und anderen Medien



7. Interna des Instituts für Rundfunkökonomie

8. Fremdsprachige Arbeitspapiere

Im Jahr 2006 wurde zudem ein Algorithmus eingefügt, mit dem die Nutzer der (kostenlos bereitgestellten) Reihe "Arbeitspapiere" gebeten werden, die Arbeit des Instituts mit einer Spende zu unterstützen. Dieser Aufruf wird automatisch eingeblendet, wenn Arbeitspapier elektronisch heruntergeladen wird (siehe Abbildung 4). Über den Transaktionsdienst "PayPal", der dann über einen Button aktiviert werden kann, oder per klassischer Banküberweisung, zu der die erforderlichen Informationen ebenfalls eingeblendet werden, können geneigte Nutzer dann vor dem Download eine Spende vornehmen; auch eine Spendenquittung kann dann per E-Mail angefordert werden. Über die Schaltfläche "Weiter zum gewünschten Arbeitspapier" kann dann das Arbeitspapier heruntergeladen werden, auch wenn keine Spende gemacht wurde. Auch dieser Spendenaufruf wird sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache eingeblendet. Damit sind die technischen Voraussetzungen für eine ggf. einzuführende Entgeltfinanzierung der Arbeitspapiere (vgl. oben, Abschnitt 4.4.1.) geschaffen.

Abbildung 4:
Spendenaufruf an die Nutzer der kostenlosen Reihe "Arbeitspapiere"

Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln

Suche

04.01.2007 English Impressum Disclaimer Kontakt Sitemap

Home
Aktuelles
Das Institut
Lehre
Forschung
Tagungen
Publikationen
Links
Druckversion

Unterstützen Sie uns mit Ihrer Spende!

» [Display in English](#)

Die Ergebnisse unserer wissenschaftlichen Arbeit sollen möglichst allen Interessierten, insbesondere den Studierenden der Rundfunk- und Medienökonomie, zugänglich sein. Deshalb verzichten wir darauf, für unsere Vielzahl elektronisch abrufbarer Publikationen ein Entgelt zu verlangen. Wir freuen uns aber sehr über Spenden, mit denen Sie einen Teil der Kosten der redaktionellen und technischen Bearbeitung unserer Publikationen decken und dazu beitragen können, dass Sie diese auch in Zukunft unentgeltlich nutzen können.

Spenden Sie schnell und unkompliziert über Paypal oder per klassischer Überweisung:

Kontoinhaber: Institut für Rundfunkökonomie
Kontonummer: 20 30 21 70
BLZ: 370 501 98
Kreditinstitut: Stadtparkasse Köln
IBAN: DE03 3705 0198 0020 3021 70
BIC-CODE: COLSDE33

Wir danken Ihnen im Voraus für die Unterstützung unserer Arbeit.

» [Weiter zum gewünschten Arbeitspapier](#)

Hinweis: Damit Sie Ihre Spende an den gemeinnützigen Trägerverein "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e.V." steuerlich absetzen können, übersenden wir Ihnen, wenn Sie das wünschen, eine Spendenbescheinigung. Bitte senden Sie uns dafür eine E-Mail an rundfunk-institut@uni-koeln.de mit dem Betreff "Spendenbescheinigung" und Ihrer Adresse. Bei **Spenden unter 100 EUR** reicht der Kontoauszug als Spendenbeleg zur Vorlage beim Finanzamt.

Aktuelles

04.01.2007
T-Systems
MediaRoadcast sucht
Praktikanten /innen

14.12.2006
Bibliotheksöffnungszeiten
in den Weihnachtstagen

15.11.2006
WDR-Intendant Pleibgen
spricht sich für einen
attraktiven und
niveauvollen
Auslandsrundfunk aus

15.11.2006
Symposium zum
Auslandsrundfunk stoßt
auf großes Interesse

09.11.2006
Deutschlandradio
empfiehlt Arbeitsverbund
zur Sicherung der
Medienqualität

Neue Arbeitspapiere

Heft 220
Svenja Tegass:
Die Auswirkungen der
Digitalisierung auf den
Markt für
Fernsehprogramme

Heft 219
Beat Witschi:
Die programmlichen und
finanziellen
Konsequenzen neuer
Verbreitungswege für den
Auslandsrundfunk am
Beispiel von swissinfo

Heft 218
Fritz Pleibgen:
Kooperation
zwischen den
Landesrundfunkanstalten
der ARD, dem ZDF und
der Deutschen Welle

Fertig Internet 100%

7.3. Nutzungsstatistiken der Web-Seiten des Instituts

Die Zugriffe auf die Internetseiten des Instituts sind seit dem erstmaligen Angebot im Jahr 1996 ständig gestiegen (vgl. hierzu die letzten drei Tätigkeitsberichte). Sie haben sich auch im Berichtszeitraum weiter erhöht haben (siehe Abbildung 5).

Abbildung 5:

Page Impressions und Visits, Webseiten des Instituts; Jan. 2005 – Dez. 2006

	Page Impressions	Visits
Jan 05	92733	2863
Feb 05	53294	2543
Mrz 05	72917	3029
Apr 05	91321	3863
Mai 05	84185	2148
Jun 05	87744	3294
Jul 05	96423	3697
Aug 05	96190	3974
Sep 05	112237	3368
Okt 05	99743	3163
Nov 05	88902	2763
Dez 05	72994	2295
Summe 2005	1048683	37000
Jan 06	92623	3116
Feb 06	67565	2313
Mrz 06	107406	3812
Apr 06	84919	2982
Mai 06	115879	3262
Jun 06	100540	3027
Jul 06	88714	3531
Aug 06	77801	2840
Sep 06	127704	5261
Okt 06	125776	4415
Nov 06	223676	5719
Dez 06	145064	4044
Summe 2006	1357667	44322

Im November 2006 wurde mit 5.719 Visits der höchste Monatswert innerhalb des Berichtszeitraums erreicht. In diesem Monat haben auch die meisten Seitenaufrufe (Page Impressions) stattgefunden (223.676). Das in diesem Monat besonders große Interesse erklärt sich aus der Vortragsveranstaltung des Instituts, die am 14. 11. 2006 stattfand (vgl. Abschnitt 5.1.) und auf die über verschiedene Links, z. B. auch der Deutschen Welle, hingewiesen worden ist.



Insgesamt gab es im Jahr 2005 1.048.683 Page Impressions und im Jahr 2006 1.357.667 Page Impressions. Ein langfristiger Vergleich wird allerdings dadurch erschwert, dass die Bemessungsmethodik der Zugriffe vom Rechenzentrum der Universität zu Köln im Frühjahr 2005 umgestellt wurde. Dies hatte zur Folge, dass die Page Impressions sich gegenüber dem Vorjahr verdoppelten, die Anzahl der Visits aber um ein ca. Vierfaches absank. Betrachtet man aber die Entwicklung der Zugriffe während des Betrachtungszeitraums, so stellt man fest, dass die bisherige Tendenz sich weiter fortsetzt hat. Hierbei sind insbesondere die Zugriffszahlen im Zeitraum von Juni bis Dezember 2006 hervorzuheben.

Ein besonderes Interesse galt den Volltexten der Arbeitspapiere, die mittlerweile, bis auf ganz wenige Ausnahmen, im Internet eingestellt worden sind und dort im pdf-Format eingesehen oder heruntergeladen werden können. Im Betrachtungszeitraum wurde von dieser Möglichkeit 660.021 Mal Gebrauch gemacht. Im Zeitraum 2003 - 2004 waren es 492.027 abgerufene Arbeitspapiere. Abbildung 6 zeigt die Zahl der Zugriffe (hits) und deren prozentuale Anteile an der Summe aller Zugriffe für die am häufigsten eingesehenen bzw. heruntergeladenen Arbeitspapiere.

Abbildung 6:

Nutzungsstatistiken der Reihe Arbeitspapiere, Januar 2005 bis Dezember 2006

AP	Abrufe	in %	Autor	Thema
203	108.491	0,16	Slama	Das Schwarzseher-Problem beim Pay-TV
179	48.806	0,07	Knappe	Die deutsche Fernsehindustrie
184	26.065	0,04	Bornemann	Das digitale Programmangebot werbefin. Fernsehveranstalter
155	19.209	0,03	Usadel	Target Costing für TV-Produktionsunternehmen
190	15.168	0,02	Petersen	"Serien-Spin-Off" als Strategie der Programmentwicklung
164	15.062	0,02	Jäger	Ursachen verändernder Mediennutzung
210	15.053	0,02	Westebbe	Bedarfsanalysen von Käufertypen im Tele-Shopping
188	14.117	0,02	Eickhoff/ Hutt	Fernsehordnung der Volksrepublik China
153	13.807	0,02	Bauder	Der deutsche Free-TV-Markt: Chancen...
209	12.351	0,02	Trefzger	Mobile TV-Launch in Germany - Challenges and Implications
159	10.747	0,02	Meier	Von d. Sendeplatzverwaltung z. kompetitiven "programming"
171	10.640	0,02	Gehring	Aufstieg und Fall der Kirch-Gruppe. Eine institutionenökonomische Erklärung
181	10.537	0,02	Meyer	Die Qualität der Online-Angebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender im Vergleich
206	10.110	0,02	Bomas	Der duale Rundfunk. Seine Bedeutung für die Entwicklung des Rundfunkmarktes
69	10.052	0,02	Friedrich	Planung der Programmbeschaffung
194	7.511	0,01	Gomolka	Content Management im ö.-r. Rundfunk – Grundlagen, rundfunkökonomische Einordnung und Fallbeispiel
154	7.462	0,01	Kroh	Marktchancen von Internet-Radioanbietern
191	7.297	0,01	Türker	The Optimal Design of a Search Engine from an Agency Theory Perspective
180	7.104	0,01	Khabyuk	Der ukrainische Rundfunk zwischen Staat und Markt.
213	6.906	0,01	Eggert	Cross-Channel-Konzeptionen für TV Formate.



172	6.597	0,01	Schellhaaß	Strategien zur Vermarktung des Sports im Fernsehen
195	6.446	0,01	IRÖ	Tätigkeitsbericht des Instituts 2003 - 2004
56	5.519	0,01	Nafziger/ Schwertzel	Kennziffern
70	5.263	0,01	Bergmann	Erfolgsindikatoren für Fernsehprogrammangebote
156	5.130	0,01	Ollig	Rahmenbed. ausländ. TV-Programmanbieter in d. VR China
204	5.040	0,01	Stock	Zum Reformbedarf im dualen Rundfunksystem ...
186	5.012	0,01	Frisch	"Soccer?" - "Futból!": Zielgruppenorientierte Strategien zur Fernsehvermarktung von Fussball ...
187	4.862	0,01	Rohn	Media Companies and Their Strategies in Foreign Television Markets
61	4.278	0,01	Fuchs	Projektcontrolling bei TV-Spielfilmen
193	4.245	0,01	Libertus	The Regulation of the German Broadcasting System
78	4.208	0,01	IRÖ	Tätigkeitsbericht 1995 – 1996
162	4.137	0,01	IRÖ	Tätigkeitsbericht 2001-2002
131	3.781	0,01	Loseff-Till- manns/Kops	Public Communications and the New Media
122	3.731	0,01	Schössler	Konsequenzen der Digitalisierung für werbefinanzierte TV-Veranstalter
196	3.586	0,01	Kops	Soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Nachfrage seiner Zuhörer und Zuschauer korrigieren?
165	3.579	0,01	Jäger	Die Folgen einer sich verändernden Mediennutzung ...
7	3.551	0,01	IRÖ	Controlling für öffentlich-rechtliche Fernsehunternehmen
178	3.473	0,01	Eberle	Formen der Finanzierung öffentl.-rechtl. Online-Angebote
183	3.443	0,01	Loebbecke/ Niedermey- er/Kaplan/ Kurucu	Betriebswirtschaftliche Betrachtung öffentlich-rechtlicher TV-Online-Aktivitäten
208	3.421	0,01	Faber/ Xiaomei	Rechtliche Rahmenbedingungen für Film und Fernsehen in China
142	3.376	0,01	Spallek	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Information...
67	3.373	0,01	Michaelsen	Marktstrategien für Pay-per-view-Veranstalter
28	3.298	0,00	IRÖ	Tätigkeitsbericht für die Jahre 1993 und 1994
104	3.274	0,00	Susallek	Management Informationssysteme in der ARD
16	3.191	0,00	Fahle	Vermarktung von Werbezeiten
201	3.168	0,00	Rossen- Stadtfeld	Funktion und Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Kulturauftrags im dualen Rundfunksystem
189e	3.103	0,00	Guo	WTO, "Chanye Hua" of the Media and Chinese Television
5	2.943	0,00	Droste	Komplementäre oder substitutive Beziehungen
146	2.874	0,00	Esser	Wirtschaftlichkeitsanalyse werbefinanzierter ...
126	2.790	0,00	Olschewski	Die Sicht des deutschen und europäischen Kartellrechts
108	2.752	0,00	IRÖ	Tätigkeitsbericht 1997 und 1998
175	2.751	0,00	Fischer	Understanding Marketisation - the Chinese Information Sector
197	2.715	0,00	Meier	„Für ein paar Cent weniger“? Ein Beitrag zur aktuellen Rundfunkgebührenpolitik
64	2.693	0,00	IRÖ	Seminar- und Diplomarbeiten
138	2.673	0,00	Ricken	Risikomanagement für Fernsehunternehmen
75	2.666	0,00	Demmer	Europäische Rundfunkstrukturpolitik
163	2.633	0,00	Schellhaaß	Die Rundfunkordnung aus institutionenökonomischer Sicht
132	2.592	0,00	May	Der gebundene Buchpreis. Eine ökonomische Betrachtung
100	2.522	0,00	Kops	Prinzipien der Gestaltung von Rundfunkordnungen
3	2.451	0,00	IRÖ	Tätigkeitsbericht für die Jahre 1991 und 1992
166	2.446	0,00	Eckhardt	Klassische Musik und das Kulturradio- Stand der Forschung
15	2.429	0,00	Wurth	Programmstruktureffekte alternativer Formen ...



205e	2.292	0,00	Ollig	Chinese TV Programmes for Foreign Countries? A Consumer Theory Perspective
14	2.242	0,00	Kantimm	Spartenrundfunkveranstalter
107	2.217	0,00	Eckhardt	Strukturen, Aufgaben und Perspektiven
199	2.126	0,00	Blanke	Entscheidungs- und marktorientierte Kosten- und Leistungsrechnung in ö.-r. Rundfunkanstalten
63	2.100	0,00	Schneider	Kennzahlen für rundfunkspezifisches Controlling
12	2.098	0,00	Holtmann	Kommunikationspolitik
89	2.032	0,00	Schaarmann	Hörer- und Kundenbindung im Hörfunk
106	2.012	0,00	Holtmann	Programmbeschaffung und –entwicklung
116	1.930	0,00	Geschwandtner-Andreß	Medienwirtschaft in Köln
65	1.869	0,00	Sieben/Schwertzel	Management für Rundfunkunternehmen I
88	1.848	0,00	Luxenburger	Strategische Reorganisation der ARD
192	1.794	0,00	Metze-Mangold	Zur Begleitung der Entstehung einer UNESCO-Konvention zur kulturellen Vielfalt
24	1.779	0,00	Kleine-Erkamp	Szenario-Analyse für die Programmverbreitung
185	1.774	0,00	Eckhardt	Qualität der Hörfunkangebots aus der Sicht der Zielgruppen - Elitenbefragung des DeutschlandRadio
144	1.725	0,00	Kops (Hrsg.)	Produktionssteuerung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk
200	1.724	0,00	Kops	German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective
113	1.666	0,00	Sieben/Sieben/Holland	NDR-Steuerungsmodell für Fernsehproduktionen
115	1.636	0,00	Kops	Nationale Konzentrationskontrolle und internationale Wettbewerbsfähigkeit von Fernsehveranstaltern
2	1.572	0,00	Kops/Hansmeyer	Ökonomische Begründung und Ausgestaltung einer föderalen Rundfunkordnung
86	1.552	0,00	Horstmann	Programmcontrolling bei RTLplus und WDR
202	1.508	0,00	Eckhardt	Wie erfüllt der ö.-r. Rundfunk seinen Kulturauftrag?
130	1.498	0,00	Duvinage	Der Sport im Fernsehen. Die Sicht der Rechteagenturen
143	1.476	0,00	IRÖ	Tätigkeitsbericht des Instituts 1999 und 2000
54	1.475	0,00	Drees	Controlling für werbefinanzierte Musikfernseher.
98	1.457	0,00	Schöneberger	Ökonomische Grundfragen des Fernsehens
174	1.450	0,00	Schellhaaß	Sport als Teil des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags
220	1.429	0,00	Tegge	Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Markt für Fernsehprogramme
205c	1.408	0,00	Ollig	中国电视节目的出口: 一种消费理论的透视
13	1.405	0,00	Muck	Einführung von DAB
170	1.373	0,00	Michel	Die Bedeutung von WTO u. GATS für d. öff.-rechtl. Rundfunk
189c	1.359	0,00	Guo	WTO,媒介“产业化”与中国电视
66	1.357	0,00	Sieben/Schwertzel	Controlling für Rundfunkanbieter
120	1.329	0,00	Bauder	Die Medienkonzerne Time Warner und News Corp.
212	1.287	0,00	Metze-Mangold	Zwischen Welthandel und kultureller Vielfalt - Welchen Spielraum lassen WTO und UNESCO ...
157	1.274	0,00	Brem	Merchandising und Licensing für Rundfunkunternehmen
119	1.270	0,00	Kops	Nationale Konzentrationsschranken und für TV-Veranstalter...
127	1.231	0,00	Pleitgen	Der Sport im Fernsehen
145se	1.191	0,00	Kops	What is Public Service Broadcasting ...



55	1.182	0,00	Mattke	Rundfunkangebote und Clubgütertheorie
176	1.135	0,00	Grimm	Anforderungen an künftige Medienordnungen
160	1.061	0,00	Klee	Afrikas Medien im Griff der Global Player ...
177	1.057	0,00	Voß	Online-Dienste als unverzichtbare Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
182	1.048	0,00	Rebmann	Online-Dienste als wettbewerbswidrige Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
44	1.047	0,00	Holthaus	Realisationschancen für Lokales Fernsehen
60	1.039	0,00	Sieben/ Schwertzel	Finanzierung lokaler Fernsehveranstalter
167	1.033	0,00	Katz	Erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag?
123	1.015	0,00	Kops	Diversifizierte Verfahren zur Bereitstellung von Informationsgütern
109	1.011	0,00	Schellhaaß	Zentrale Vermarktung von Europapokalspielen
168e	1.000	0,00	Guo	Television Regulation and China's entry into the WTO
169	957	0,00	Schneider	Profile des (Zu-)Schauens im 20.Jhd
145sc	954	0,00		公共广播电视及其经济来源分析?
94	949	0,00	Dörr	Die ö.-r. Rundfunkfinanzierung und der EG-Vertrag
111	922	0,00	Walter	Der Erwerb von Sportsenderechten
19	916	0,00	Kops	Indexierung der Rundfunkgebühr
110	877	0,00	Walter	Preispolitik von Pay-TV-Anbietern
147	877	0,00	Hoff	Technische Konvergenz - Fakten und Perspektiven
200c	858	0,00	Kops	将德国的电视节目卖给中国？一个政治经济学的分析
168c	851	0,00	Guo	进入WTO与中国的电视规制
211c	845	0,00	Kops	媒介市场的全球化？代价和收益，受益者和受损者
211d	837	0,00	Kops	Globalisierung der Medienwirtschaft. Nutzen und Kosten...
207	835	0,00	Bensinger	Co-Operation with China in the TV Sector
125	832	0,00	Wolf	Zentrale Vermarktung oder Einzelvermarktung von Mannschaftssport im Fernsehen?
82	807	0,00	Kops	Regulierungsinhalte ... von Finanzverfassungen
105	807	0,00	Simon	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und EG-Wettbewerbspolitik
149	807	0,00	Lauff	Neue Inhalte u. Nutzungsformen infolge techn. Konvergenz
128	801	0,00	Haucap	Warum manche Spielfilme erfolgreich sind, ...
141	798	0,00	Hoff	Aktuelle u. zukünftige. rundfunktechn. Entwickl.
114	788	0,00	Scheuch	Eine Bewertung des Marktanteilsmodells ...
32	774	0,00	Groth/ Pagenstedt	Neue Formen der Finanzierung privater Anbieter
216	762	0,00	Gläser	Programm-Marketing ö.-r. Rundfunkanstalten
148	751	0,00	Dörr	Supranationale Deregulierung
76	746	0,00	Grätz/ Bohnsack	Regionalberichterstattung des WDR
91	728	0,00	Hansmeyer/ Kops	Rundfunkprogramme als Klubgüter
72	708	0,00	Kops	Rechtfertigen Nachfragemängel eine Regulierung
30	696	0,00	Kamps	Prozesskostenrechnung im WDR
59	689	0,00	Sauer	Lokaler Rundfunk aus Sicht der Werbetreibenden
139	689	0,00	Schellhaaß	Vermarktungsrechte im Sport
198	689	0,00	Niepalla	Selbstverpflichtungserklärungen als Instrument der Qualitätssicherung - Positionen und Erfahrungen der DW -
118	685	0,00	Kops	Combating Media Concentration and Globalisation
135	675	0,00	Große- Holtforth	Öffentlicher Rundfunk im digitalen Zeitalter
58	674	0,00	Bormann	Lokaler Rundfunk aus Sicht des WDR
136	674	0,00	Enderle	Die Vermarktung d. Senderechte professioneller Sportligen



140	673	0,00	Kops	Ist der Markt ein geeignetes Verfahren zur Bestimmung der Einkommen von Fußballspielern?
161	665	0,00	Grätz	Gremien in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
26	648	0,00	Kresse	Öffentlich-rechtliche Werbefinanzierung ...
112	642	0,00	Kübler	Die Konzentration im Medienbereich und ihre Kontrolle
152	639	0,00	Ring	Nationalstaatliche Deregulierung
50	634	0,00	IRÖ	Hinweise für Veröffentlichungen
133	630	0,00	Selmer	Kurzberichterstattung und Schutzlisten für Sportübertragungen aus juristischer Sicht
129	617	0,00	Conrad	Rundfunkfreiheit, Geld und Politik – 25 Jahre KEF –
80	611	0,00	Danilenko	Künftige Vertriebswege für multimediale Inhalte
23	594	0,00	Seidel	Eine ökonomische Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung
29	593	0,00	Kops	Darstellung und Systematisierung der Vorschläge zur Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
103	592	0,00	Hoffmann	Verteilung der Gebühren zwischen ARD-Anstalten
121	576	0,00	Kops	Financing Public Service Broadcasting
117	572	0,00	Schneider/ Schössler	Personalarbeit privater Fernsehveranstalter
87	560	0,00	Kleine- Erfkamp	Rolle der Marktakteure bei der Entwicklung
83	556	0,00	Kops	Rundfunkregulierung in den Zeiten von Multimedia
96	546	0,00	Michel	Rechtliche und ökonomische Fragen der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ...
119r	545	0,00	Kops	Nationale Konzentrationsschranken und ... (rus. Version)
81	541	0,00	Schulz	Regulierung computervermittelter Kommunikation
71	538	0,00	Schusser	Einführung des digitalen Fernsehens
90	537	0,00	Schellhaaß	Ist die Rundfunkgebühr eine unzulässige Beihilfe?
95	517	0,00	Schellhaaß/ Enderle	Sportlicher versus ökonomischer Wettbewerb
211e	513	0,00	Kops	Globalising Media Markets. Benefits and Costs ...
151	509	0,00	Bullinger	Deregulierung – rechtswissenschaftliche Sicht
40	507	0,00	IRÖ	Das Studium der Rundfunkökonomie
84	506	0,00	Hartstein	Gesetzgebungszuständigkeiten für Neue Medien
49	499	0,00	Föll	Corporate Identity bei Rundfunkanstalten
73	491	0,00	Grätz	Willensbildung in der ARD
93	490	0,00	Rüter	Föderalismus als Organisationsprinzip
74	489	0,00	Struve	(De-)Zentralität von Entscheidungszuständigkeiten
10	488	0,00	Dörr	Das Verfahren zur Bemessung der Rundfunkgebühr
18	485	0,00	Conrad	Die bisherige Praxis der Bemessung der Rundfunkgebühren
25	478	0,00	Adelt	Die künftige Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts
215e	475	0,00	Kops	The German Broadcasting Order. A Model for China?
102	465	0,00	Mustapa	Public Service Broadcasting in the Asia-Pacific
92	463	0,00	Elitz	Nationale Programme - regionale Programme
137	454	0,00	Enderle	La commercialisation de droits de retransmission télévisée...
85	442	0,00	Große- Holtfort	Zwischen Pressefreiheit und Propaganda
42	439	0,00	Hieronymi	Brauchen wir ARD und ZDF? Positionen der CDU zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
68	436	0,00	IRÖ	Kurzfassung Kennziffern
22	434	0,00	Dörr	Eine rundfunkrechtliche Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung
27	433	0,00	Grätz	Möglichkeiten und Probleme einer politischen Umsetzung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung



214	406	0,00	Elitz	Quality Management: Untapped Economic Potential of German Broadcasting Services
97	394	0,00	Metze-Mangold	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk aus Sicht der UNESCO
99	385	0,00	Stöpfgeshoff	Führungsstrukturen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk
46	380	0,00	Grätz	Zur regionalen Abgrenzung der Landesrundfunkanstalten in Deutschland
79	378	0,00	Honal	Programmgestaltung in der ARD: Intuition oder regelgebundene Absatzplanung?
218	377	0,00	Pleitgen	Kooperation zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und der Deutschen Welle
217	361	0,00	Elitz/ Stammler	Programmliche Selbstverpflichtungen und Medienqualität. Ein Projekt zur Sicherung der Qualität in den elek. Medien
101	354	0,00	Walter	Der Euro: Chancen und Herausforderungen
6	344	0,00	Oltmanns	Das öffentlich-rechtliche TV-Angebot
37	338	0,00	Grätz	Die Willensbildung in der ARD
57	328	0,00	Struve	Vision ARD 2010
45	304	0,00	Klimmt	Brauchen wir ARD und ZDF?
17	292	0,00	Marmor	Kooperation in der ARD
8	281	0,00	Pagenstedt/ Schwertzel	Controlling für öffentlich-rechtliche und private Fernsehanbieter
47	281	0,00	Fünfgeld	Ein Zwischenruf zur Neuordnungsdiskussion im Südwesten
53	275	0,00	Rütten	Überlegungen lokaler Rundfunkanbieter
52	264	0,00	Groth	Zielsetzungen privater Fernsehanbieter
34	262	0,00	Elitz	Chancen und Probleme einer Fusionierung von Rundfunkanstalten - Das Beispiel DeutschlandRadio
51	258	0,00	Hadamer	Planungs- und Rechnungslegungsinstrumentarien
1	250	0,00	Grätz	Zur Zahl und Abgrenzung der ARD-Rundfunkanstalten
11	247	0,00	Grätz	Aufgaben der Rundfunkräte
20	209	0,00	Kops	Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
41	205	0,00	Kops	Perspektiven e. rundfunkspez. Theorie d. Finanzausgleichs
36	202	0,00	Struve	Verbesserung der Organisationsstruktur der ARD
4	193	0,00	Heimlich	Begründung und Ausgestaltung des nationalen Rundfunks
35	188	0,00	Buchwald	Die Fusion von Landesrundfunkanstalten - eine Bewertung aus Sicht des Saarländischen Rundfunks
39	159	0,00	Gläser	Modelle zur Neuordnung des Rundfunks im Südwesten
31	153	0,00	Kops	Ökonomische Beurteilung einer Strukturreform
48	146	0,00	Hansmeyer	Der Wandel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ...
219	124	0,00	Witschi	Die programmlichen und finanziellen Konsequenzen ...

Anhang

Satzung des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln

Vom 25. 9. 1990, notariell geändert am 3. 1. 1995 und am 7. 8. 2000

§ 1 Institutszweck

Das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln hat die Aufgabe, auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie Grundlagenforschung zu betreiben sowie die Anwendbarkeit wissenschaftlicher Ergebnisse in der Praxis zu untersuchen. Es soll gleichzeitig die Ausbildung der Studenten fördern. Die Ergebnisse stehen der Universität sowie den Mitgliedern des "Vereins zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" und gegebenenfalls der Öffentlichkeit zur Verfügung.

§ 2 Sitz, Stellung

Das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln hat seinen Sitz in Köln und ist in Lehre und Forschung der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät eingegliedert.

§ 3 Institutsleitung

Die Direktoren des Instituts sind mindestens zwei von der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät zu benennende Universitätsprofessoren der Betriebs- und/oder Volkswirtschaftslehre der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln, in deren Zuständigkeitsbereich die Aufgaben des Instituts liegen. Die Direktoren regeln unter sich die Geschäftsführung des Instituts.

§ 4 Institutsbeirat

Dem Institut für Rundfunkökonomie steht ein Beirat zur Seite. Er setzt sich zusammen aus:

1. dem Rektor der Universität zu Köln;
2. dem Vorsitzenden des Kuratoriums der Universität zu Köln;
3. dem Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln;
4. weiteren vom Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie benannten Mitgliedern.

Der Beirat hat die Arbeit des Instituts in allen wichtigen Angelegenheiten zu unterstützen.

§ 5 Tätigkeit des Beirats

Der Beirat tritt mindestens einmal jährlich zu einer Sitzung zusammen. Er nimmt den Tätigkeits- und Finanzbericht der Institutsdirektoren für das abgelaufene Geschäftsjahr entgegen, entlastet die Direktoren des Instituts, berät sie und übermittelt Anregungen, Wünsche und Vorschläge für die Tätigkeit des Instituts. Ihm steht das Recht zu, einen Wirtschaftsprüfer zu bestimmen, dem die Kassenprüfung des Instituts obliegt.



§ 6 Förderverein

Das Institut für Rundfunkökonomie wird vom "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" getragen. Eine Einflußnahme des Vereins auf die wissenschaftliche Arbeit des Instituts ist ausgeschlossen.

§ 7 Institutspersonal

Die im Institut beschäftigten wissenschaftlichen und sonstigen Mitarbeiter werden auf Vorschlag der Institutsdirektoren vom "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" angestellt. Das wissenschaftliche Personal muß den für vergleichbare Tätigkeiten in der Universität geltenden Anforderungen entsprechen.

§ 8 Institutsauflösung

Bei Auflösung des Instituts für Rundfunkökonomie fällt das gesamte Vermögen an die Universität zu Köln, die die Bücher-, Archiv- und Sammlungsbestände der weiteren Benutzung zugänglich zu machen hat.

§ 9 Mitgliederversammlung

Die Mitgliederversammlung findet mindestens einmal jährlich statt. Auf schriftlichen Antrag von mindestens fünf Mitgliedern hat der Vorstand jedoch innerhalb von vier Wochen eine außerordentliche Mitgliederversammlung einzuberufen. Die Einladung zur Mitgliederversammlung erfolgt durch den Vorstand mindestens 14 Tage vor dem Termin der Versammlung. Die Beschlüsse der Mitgliederversammlung werden mit einfacher Mehrheit, Beschlüsse über Satzungsänderungen mit 2/3 Mehrheit gefaßt. Auch ohne Versammlung der Mitglieder ist ein Beschluß gefaßt, wenn 2/3 aller Mitglieder ihre Zustimmung schriftlich erteilen. Die Beschlüsse der Mitgliederversammlung werden in einfacher Schriftform protokolliert und vom Vorsitzenden und von einem von der Mitgliederversammlung zu bestimmenden Schriftführer unterzeichnet. Bei Beschlußfassung im Umlaufverfahren ist das Ergebnis den Mitgliedern mitzuteilen.

§ 10 Auflösung des Vereins

Über die Auflösung des Vereins beschließt eine ordnungsgemäß einberufene Mitgliederversammlung mit 2/3 Mehrheit sämtlicher Mitglieder. Sind weniger als 2/3 der Mitglieder anwesend, so kann erneut eine Mitgliederversammlung einberufen werden, die die Auflösung dann auch durch eine einfache Mehrheit der erschienenen Mitglieder beschließen kann. Das Vermögen des Vereins und die etwaigen Stiftungsmittel gehen im Fall der Auflösung des Vereins an die Universität zu Köln über, die diese Mittel unmittelbar und ausschließlich für gemeinnützige Zwecke zu verwenden hat.

**Satzung für den
"Verein zur Förderung der Forschung
auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V."**

vom 25. 9. 1990, notariell geändert am 3. 1. 1995 und am 7. 8. 2000

§ 1 Name, Sitz

Der Verein führt den Namen "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie", nach Eintragung in das Vereinsregister, die alsbald erwirkt werden soll, mit dem Zusatz "eingetragener Verein (e.V.)". Er hat seinen Sitz in Köln.*

§ 2 Vereinszweck

Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts "steuernbegünstigte Zwecke" der Abgabenordnung. Er hat den Zweck, die Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln zu fördern und insbesondere das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln bei der Durchführung seiner Aufgaben zu unterstützen. Der Satzungszweck wird vor allem verwirklicht durch die Unterstützung des Instituts bei der Durchführung von praxisbezogenen Forschungsobjekten zu aktuellen volks- und betriebswirtschaftlichen Fragen des Rundfunkwesens sowie bei der Abhaltung wissenschaftlicher Veranstaltungen. Die Förderung soll neben der Bereitstellung finanzieller Mittel auch dadurch erfolgen, daß einzelne Vereinsmitglieder dem Institut ihr fachliches Wissen und ihre praktische Erfahrung zur Verfügung stellen. Der Verein ist selbstlos tätig; er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke. Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsgemäßen Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder dürfen keine Gewinnanteile und in ihrer Eigenschaft als Mitglieder auch keine sonstigen Zuwendungen aus Vereinsmitteln erhalten. Der Verein darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck des Vereins fremd sind, oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigen. Das Institut für Rundfunkökonomie wird den Mitgliedern die Ergebnisse seiner wissenschaftlichen Arbeit zur Kenntnis bringen.

§ 3 Geschäftsjahr

Das Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr.

§ 4 Erwerb und Beendigung der Mitgliedschaft

Mitglieder des Vereins können öffentlich-rechtliche Körperschaften oder Anstalten, Unternehmen und Verbände sowie Einzelpersonen werden. Die Mitgliedschaft wird durch Anmeldung beim Vorstand erworben, der über die Aufnahme entscheidet. Die Mitgliedschaft erlischt durch schriftliche Abmeldung, die dem Vorstand drei Monate vor Ablauf des Vereinsjahres einzureichen ist.

§ 5 Beiträge

Die Höhe des jährlichen Mitgliedsbeitrages wird durch Vereinbarung mit dem Vorstand festgelegt. Der Mindestbeitrag wird durch die Mitgliederversammlung im Einvernehmen mit dem Vorstand festgelegt. Die Einzahlung des Mitgliedsbeitrages ist bis zum 15. April jeden Jahres vorzunehmen. Im laufenden Jahr nicht verausgabte Beiträge werden zur Erfüllung des Vereinszweckes auf neue Rechnung vorgetragen.

* Die Eintragung ins Vereinsregister ist erfolgt beim Amtsgericht Köln unter der Nr. 10457



§ 6 Organe des Vereins

Organe des Vereins sind der Vorstand und die Mitgliederversammlung.

§ 7 Vorstand

Die Vertretung des Vereins obliegt dem Vorstand, der aus dem Vorsitzenden und bis zu fünf Mitgliedern besteht und alle drei Jahre von der Mitgliederversammlung gewählt wird. Je zwei Vorstandsmitglieder sind zur Vertretung des Vereins berechtigt.

§ 8 Beirat

Dem Institut für Rundfunkökonomie steht ein Beirat zur Seite. Er setzt sich zusammen aus:

1. dem Rektor der Universität zu Köln;
2. dem Vorsitzenden des Kuratoriums der Universität zu Köln;
3. dem Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln;
4. weiteren vom Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie benannten Mitgliedern.

Der Beirat soll mindestens einmal jährlich zusammentreten. Er hat den Vorstand in allen wichtigen Angelegenheiten zu unterstützen.

§ 9 Mitgliederversammlung

Die Mitgliederversammlung findet mindestens einmal jährlich statt. Auf schriftlichen Antrag von mindestens 25 % der Mitglieder hat der Vorstand jedoch innerhalb von vier Wochen eine außerordentliche Mitgliederversammlung einzuberufen. Die Einladung zur Mitgliederversammlung erfolgt schriftlich durch den Vorstand mindestens 14 Tage vor dem Termin der Versammlung. Die Beschlüsse der Mitgliederversammlung werden mit einfacher Mehrheit, Beschlüsse über Satzungsänderungen mit 2/3 Mehrheit gefaßt. Auch ohne Versammlung der Mitglieder ist ein Beschluß gefaßt, wenn 2/3 aller Mitglieder ihre Zustimmung schriftlich erteilen. Die Beschlüsse der Mitgliederversammlung werden in einfacher Schriftform protokolliert und vom Vorsitzenden und von einem von der Mitgliederversammlung zu bestimmenden Schriftführer unterzeichnet. Bei Beschlußfassung im Umlaufverfahren ist das Ergebnis den Mitgliedern mitzuteilen.

§ 10 Auflösung des Vereins

Über die Auflösung des Vereins beschließt eine ordnungsgemäß einberufene Mitgliederversammlung mit 2/3 Mehrheit sämtlicher Mitglieder. Sind weniger als 2/3 der Mitglieder anwesend, so kann erneut eine Mitgliederversammlung einberufen werden, die die Auflösung dann auch durch eine einfache Mehrheit der erschienenen Mitglieder beschließen kann. Das Vermögen des Vereins und die etwaigen Stiftungsmittel gehen im Fall der Auflösung des Vereins oder bei Wegfall steuerbegünstigter Zwecke an die Universität zu Köln über, die diese Mittel unmittelbar und ausschließlich für gemeinnützige Zwecke zu verwenden hat.

ISSN 0945-8999
ISBN 978-3-938933-22-0