



Institut für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln

Tätigkeitsbericht  
des Instituts für Rundfunkökonomie  
für die Jahre 2007 und 2008

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

**Heft 247**

**Köln, im Februar 2009**

**Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie**

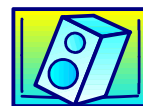
ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 247: 978-3-938933-51-0

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](mailto: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

# Inhalt

	Seite
<b>1. Das Institut für Rundfunkökonomie</b> .....	3
1.1 Zum Stand der Rundfunkökonomie in Deutschland .....	3
1.2. Aufgaben und Organisation des Instituts .....	4
1.3. Die Institutsleitung .....	5
1.4. Der Beirat des Instituts .....	5
1.5. Der Förderverein des Instituts .....	7
1.6. Personelle und sächliche Ausstattung des Instituts .....	8
1.7. Die Institutsbibliothek .....	9
<b>2. Forschungsaktivitäten</b> .....	11
2.1. Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020. - Kurzexpertise 2007 - .....	11
2.2. Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020. - Folgestudie 2008 - .....	12
2.3. Gutachterliche Bewertung von Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung .....	13
2.4. Die Rundfunkordnungen der osteuropäischen EU-Staaten und da- mit verbundene Auswirkungen auf das Europäische Rundfunkrecht ...	13
2.5. Selbstregulierung externer Effekte der Medien? Eine Bewertung auf der Basis des Coase-Theorems .....	15
2.6. Transfer.NRW – Science-to-Business PreSeed: "Vollautomatisches Dokument-Layout-System (DLS) für individualisierte Printprodukte" an der Universität zu Köln .....	17
2.7. Medieninnovation.com .....	18
2.8. Die Einführung des Dualen Rundfunks und das Zuschauerverhalten 1987 - 1996 .....	18
<b>3. Dissertationen und Diplomarbeiten</b> .....	21
3.1. Dissertationen .....	21
3.2. Diplomarbeiten .....	23



<b>4. Veröffentlichungen</b> .....	27
4.1. Monografien .....	27
4.2. Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden .....	27
4.3. Reihe "Schriften zur Rundfunkökonomie" .....	29
4.4. Reihe "Kölner Schriften zur Medienökonomie" .....	29
4.5. Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie" .....	30
4.5.1. Zielsetzung der Reihe Arbeitspapiere .....	30
4.5.2. Verbreitung der Reihe Arbeitspapiere .....	31
4.5.3. Im Berichtszeitraum erschienene Arbeitspapiere .....	34
<b>5. Vortragsveranstaltungen</b> .....	37
5.1. Vortragsveranstaltungen des Instituts .....	37
5.2. Auf Veranstaltungen anderer Einrichtungen gehaltene Vorträge zu rundfunkökonomischen Themen .....	38
<b>6. Lehrveranstaltungen</b> .....	41
<b>7. Das Institut für Rundfunkökonomie im Internet</b> .....	61
7.1. Allgemeines .....	61
7.2. Abruf von Institutsveröffentlichungen über das Internet .....	62
7.3. Nutzungsstatistiken der Web-Seiten des Instituts .....	63

## **Anhang**

Satzung des Vereins zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V. (zugleich Geschäftsordnung des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln) .....	73
--	----

# 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 Löbbecke) eingerichtet wurde (siehe hierzu ausführlicher den Tätigkeitsbericht 2001-2002), bietet die Universität zu Köln seit dem Wintersemester 2002/2003 einen interdisziplinären Studiengang „Medienwissenschaften“ an (siehe <http://www.mfz.uni-koeln.de/index.php?id=52>), der die Medienkulturwissenschaft (Philosophische Fakultät) mit dem Medienmanagement (Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät), der Ökonomie und Soziologie der Medien (Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät), der Medienpsychologie (Philosophische Fakultät) und dem Medienrecht (Rechtswissenschaftliche Fakultät) kombiniert.

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 linearen und nicht-linearen elektronischen Diensten, insbesondere den über das Internet verbreiteten audiovisuellen Diensten (Telemedien), nicht mehr trennscharf abgrenzen lässt, muss sich die Rundfunkökonomie verstärkt mit ökonomischen Fragen dieser neuen Dienste 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 Community of European Management Schools CEMS die Zusammenarbeit mit renommierten ausländischen Hochschulen verstärkt und dabei auch die Medienökonomie in das Lehrangebot einbezogen hat, sind in den letzten Jahren 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).



## 1.2. Aufgaben und Organisation des Instituts

Die frühere "Satzung des Instituts für Rundfunkökonomie" wurde im Jahr 2007 durch die „Satzung des Vereins zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V.“ ersetzt, die zugleich als „Geschäftsordnung des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln“ fungiert.<sup>1,2</sup> Danach besteht der Institutszweck (§ 2) darin, „auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie Grundlagenforschung zu betreiben, die Anwendbarkeit wissenschaftlicher Ergebnisse in der Praxis zu untersuchen, die Ausbildung der Studierenden der Universität zu Köln zu fördern und die Ergebnisse seiner Arbeit der Universität zu Köln, den Mitgliedern des Vereins und ggf. der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen“.

Ferner ist dort geregelt, dass das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln 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 NRW-Hochschulgesetzes vom 31. 10. 2006 geregelt ist: Während Institute *der* Universität Einrichtungen sind, die aus dem Etat des Landes finanziert werden, handelt es sich bei "An-Instituten" um Einrichtungen, die ganz oder zum überwiegenden Teil nicht den Haushaltsmitteln der Universität entstammen.

Die dem Institut für Rundfunkökonomie zufließenden Fördermittel stammen zum überwiegenden Teil vom Westdeutsches Werbefernsehen GmbH (seit 1990) bzw. von der WDR Mediagroup (seit 2002), von der nordrhein-westfälischen Landesanstalt für Medien (seit 2004), von der Deutschen Welle (seit 2005) und vom Deutschlandradio (seit 2007). Weitere Mittel werden von anderen Institutionen und von Einzelpersonen beigesteuert. 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 ausgeschlossen.

---

<sup>1</sup> Zur Entstehungsgeschichte des Instituts siehe den Tätigkeitsbericht 1992/93, S. 5f.

<sup>2</sup> Diese Satzung ersetzt die "Satzung des Instituts für Rundfunkökonomie" vom 24. 8. 1990, notariell geändert am 3. 1. 1995 und am 7. 8. 2000, sowie die "Satzung für den "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V." vom 24. 8. 1990, notariell geändert am 3. 1. 1995 und am 7. 8. 2000. Diese Satzung wurde am 13. 2. 2007 verabschiedet und ist mit dem Eintrag in das Vereinsregister am 19. 04. 2007 in Kraft getreten.

### **1.3. Die Institutsleitung**

Gemäß § 9 der Satzung 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 sowie der Volkswirtschaftslehre, und seit dem 1. 4. 2008 auch der Soziologie sowie der Wirtschaftsinformatik, berücksichtigt die oben bereits erwähnte Einsicht, dass es sich bei der Rundfunkökonomie um eine Disziplin handelt, deren adäquate Untersuchung die Zusammenführung der Erkenntnisse verschiedener Disziplinen erfordert. Derzeitige Direktoren des Instituts für Rundfunkökonomie sind:

Prof. Dr. Heiner Meulemann (seit dem 1. 4. 2008),  
Direktor des Forschungsinstituts für Soziologie

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

Prof. Dr. Detlef Schoder (seit dem 1. 4. 2008),  
Direktor des Seminars für Wirtschaftsinformatik und Informationsmanagement

Prof. Dr. Günter Sieben (seit dem 25. 9. 1990),  
emeritierter Direktor des Seminars für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und  
Wirtschaftsprüfung (bis 31. 12. 2008).

### **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 § 8 der Satzung (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 Vorsitzender der KEF;

Dr. Heinz Bolsenkötter,  
Wibera Wirtschaftsberatung AG, Düsseldorf;

Doris Brocker,  
Justiziarin der Landesanstalt für Medien NRW, Düsseldorf;



Hans Buchholz,  
Geschäftsführer der GEZ, Köln (ab 1. 3. 2008);

Prof. Ernst Elitz,  
Intendant des Deutschlandradios, Köln/Berlin (ab 1. 8. 2007);

Hans W. Färber,  
Verwaltungsdirektor des Westdeutschen Rundfunks, Köln (ab 1. 1. 2008);

Prof. Dr. rer. nat. Axel Freimuth,  
Rektor der Universität zu Köln;

Prof. Dr. Clemens Fuest,  
Direktor des Seminars für Finanzwissenschaft der Universität zu Köln  
(bis 30. 9. 2008);

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

Prof. Dr. Karl-Heinrich Hansmeyer,  
ehemaliger Direktor des Instituts für Rundfunkökonomie († 3. 12. 2007);

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

Prof. Dr. Norbert Herzig  
Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu  
Köln (bis 31. 3. 2007);

Dieter Keller,  
Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, Köln;

Hans-Peter Kreibich,  
Partner PriceWaterhouseCoopers, Köln;

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

Lutz Marmor,  
Intendant des Norddeutschen Rundfunks, Hamburg (bis 31. 3. 2007);

Dr. Holger Niese,  
Justitiar des Deutschen Sportbundes, Frankfurt am Main;

Gottfried Philippi,  
Niederlassungsleiter KPMG, Köln;

Monika Piel,  
Intendantin des Westdeutschen Rundfunks, Köln (ab 1. 4. 2007);

Fritz Pleitgen,  
Intendant des Westdeutschen Rundfunks, Köln (bis 31. 3. 2007);

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



Fritz Schramma,  
Oberbürgermeister der Stadt Köln;

Prof. Dr. Frank Schulz-Nieswandt,  
Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der  
Universität zu Köln (ab 1. 4. 2007);

Prof. Dr. Norbert Seidel,  
Verwaltungs- und Finanzdirektor  
des Westdeutschen Rundfunks, a. D.;

Walter Wössner,  
ehemaliger Leiter der HA Finanzen des WDR.

Der Beirat tritt mindestens einmal jährlich zu einer Sitzung zusammen. Er unterstützt den Vorstand des Fördervereins und des Instituts für Rundfunkökonomie bei seinen Aufgaben, nimmt den Tätigkeits- und Finanzbericht der Institutsdirektoren für das abgelaufene Geschäftsjahr entgegen, 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.

### **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 Rundfunks sowie bei der Abhaltung wissenschaftlicher Veranstaltungen und der Herausgabe einschlägiger Publikationen. 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 § 3 seiner Satzung natürliche und juristische Personen sein. Die Mitgliedschaft wird durch Anmeldung beim Vorstand erworben, der über die Aufnahme entscheidet. Die Mitgliedschaft endet bei natürlichen Personen durch deren Tod, bei juristischen Personen durch Auflösung, Aufhebung oder sonstiger Beendigung der juristischen Person. Sie erlischt auch durch Austritt aus dem Verein, welcher dem Vorstand schriftlich zwölf Monate vor Ablauf des Geschäftsjahres zu erklären ist. Mitglieder, die gegen die Vorschriften der Satzung, Grundsätze oder Beschlüsse des Vereins verstoßen, können ausgeschlossen werden. Der Ausschluss eines Mitglieds kann nur auf Antrag der Mitgliederversammlung des Vereins vom Vorstand beschlossen werden. Über den Ausschluss ist das betroffene Mitglied per eingeschriebenem Brief innerhalb von zehn Kalendertagen zu unterrichten. Die Mitgliedschaft erlischt mit dem Zeitpunkt des Ausschlusses.

Die Höhe der jährlichen Mitgliedsbeiträge werden gemäß § 4 der Satzung durch die Mitglieder selbst bestimmt; sie dürfen nicht den von der Mitgliederversammlung auf Vorschlag des Vorstandes festgelegten Mindestbetrag unterschreiten. Derzeit (Stand 31. 12. 2008) beläuft sich der jährliche Mindestbeitrag auf 15,- € für Einzelpersonen und auf 50,- € für Unternehmen und Institutionen.

Organe des Vereins sind (gem. § 5 der Satzung) die Mitgliederversammlung und der Vorstand. Die Vertretung des Vereins obliegt (gem. § 7 der Satzung) dem Vorstand. Vorsitzender des Fördervereins ist Herr Rainer Kampmann, Leiter der HA Finanzen des WDR. Stellvertretende Vorsitzende sind die Herren Professoren Dr. Meulemann, Dr. Schellhaaß, Dr. Schoder und Dr. Sieben (bis 31. 12. 2008) als Institutsdirektoren.

### **1.6. Personelle und sächliche Ausstattung des Instituts**

Die im Institut beschäftigten wissenschaftlichen und sonstigen Mitarbeiter/innen werden auf Vorschlag der Institutsdirektoren vom "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie" angestellt (§ 10 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/innen 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 bzw. vollzeitbeschäftigter wissenschaftlicher Mitarbeiter sowie drei studentische Hilfskräfte beschäftigt. Daneben waren im Rahmen von Drittmittelprojekten mehrere wissenschaftliche und studentische Mitarbeiter vorübergehend angestellt.

Alle Arbeitsplätze des Instituts sind mit vernetzten PCs ausgestattet. Der Bibliotheksbetrieb wird über spezielle Thin-Client-PCs abgewickelt, die über das Internet an den Server der Universitätsbibliothek angeschlossen sind. 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 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. 2008) etwa 21.000 Titel, davon sind ca. 16.100 elektronisch erfasst. Ca. zwei Drittel sind Einzelbeiträge aus Zeitschriften und Sammelbänden (zu den Titeln siehe den Tätigkeitsbericht 2003/04). Außerdem werden Einzelaufsätze aus schwer ausleihbaren Zeitschriften und Sammelbänden aufgenommen. Daneben umfasst der Bestand knapp 4.300 Monographien und knapp 200 Diplomarbeiten. Hinzu kommen diverse Handbücher und Nachschlagewerke (ARD- und ZDF-Jahrbücher, Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen, KEF-Berichte, Geschäftsberichte der privaten Rundfunkveranstalter etc.).

Im Berichtszeitraum wurden ca. 800 Neuzugänge verzeichnet, davon ca. 300 Monographien. Von letzteren wurden ca. 100 Titel im Buchhandel erworben, bei den anderen Monographien handelt es sich um Geschenke und Dauerleihgaben von anderen Bibliotheken, Rundfunkanstalten u. ä. Institutionen. Aus Platzgründen wurden im Berichtszeitraum einige Titel an andere Bibliotheken abgegeben, wie z. B. Programmdrucksachen des Fernsehdienstes für die Jahre 1960 - 2000.

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 Mitarbeiter/inne/n der von den Instituts-Direktoren, Lehrbeauftragten und Institutsmitarbeiter/inne/n abgehaltenen Lehrveranstaltungen zur Verfügung, sowie auch Mitarbeiter/inne/n und Doktoranden anderer Seminare und Institute der Universität sowie Mitarbeiter/inne/n von Rundfunk- bzw. Medienunternehmen. Ein Kopierer sowie eine ausreichende Anzahl von Leseplätzen sind in den Räumlichkeiten vorhanden. Diplomanden, Doktoranden sowie Mitarbeiter/inne/n 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. Die im Jahr 2004 begonnene und mittlerweile abgeschlossene Integration der Bibliotheksbestände in den Kölner Universitätsgesamtkatalog (KUG) erlaubt eine komfortable Erschließung, nunmehr auch über das Internet.

## 2. Forschungsaktivitäten

### 2.1. Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020. - Kurzexpertise 2007 -

Dr. Manfred Kops

Im Januar 2006 hat das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln eine Studie zur Entwicklung des Rundfunkgebührenaufkommens vorgelegt. 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 hatte die GEZ das Institut dann mit der Erstellung einer darauf aufbauenden (ersten) Folgestudie beauftragt, damals für die Jahre 2006 bis 2020 (siehe dazu ausführlich den Tätigkeitsbericht 2005/2006, S. 13ff.).

Im Februar 2007 hat die GEZ das Institut mit der Erstellung einer darauf aufbauenden zweiten Folgestudie (als "Kurzexpertise 2007" bezeichnet) beauftragt, nunmehr für die Jahre 2007 bis 2020. Dies war vor allem deshalb angeraten, weil die Faktoren, anhand derer das Gebührenaufkommen in der Erststudie prognostiziert worden war, sich im Laufe des Jahres 2006 zum Teil anders entwickelt hatten als prognostiziert (vor allem die Zahl der angemeldeten privaten Geräte war innerhalb des Jahres 2006 in Deutschland erstmals und in einem nicht zu erwartenden Maß zurückgegangen). Diese Entwicklung wurde durch die zum Teil erheblichen Anpassungen durch die GEZ in ihrer mittelfristigen Gebührenplanung berücksichtigt.

Im Vergleich zu den beiden früheren Studien wurde der Bearbeitungszeitraum für diese neuerliche Prognose wesentlich kürzer bemessen. Dabei wurden, anders als in den Vorgutachten, die Berechnungen nicht vom Institut für Rundfunkökonomie vorgenommen, sondern in Abstimmung mit dem Institut von der GEZ zugeliefert. Das war auch erforderlich, weil innerhalb des verkürzten Bearbeitungszeitraums die personellen Ressourcen für die Berechnungsarbeiten am Institut für Rundfunkökonomie nicht verfügbar waren.

Diese zweite Folgestudie wurde in Juli 2007 fertig gestellt und der GEZ übermittelt. Diese hat es u. a. an die KEF, die Landesrundfunkveranstalter der ARD, das ZDF und das Deutschlandradio weitergeleitet. Ihre Ergebnisse sind in die langfristigen Planungen der Anstalten eingeflossen.

*Bearbeitungsbeginn:*

*Februar 2007*

*Abschluss:*

*Juli 2007*

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichung:*

*Kops, Manfred: Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020 – Kurzexpertise 2007 – unveröffentlichter Abschlußbericht, Köln, im Juli 2007*



## **2.2. Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020. - Folgestudie 2008 -**

Dr. Manfred Kops, Olexiy Khabyuk

Durch die im Juli 2008 beim Institut beauftragte neuerliche Folgestudie wurde die bisherige Gutachtenserie (siehe vorherigen Unterabschnitt 2.1. sowie den Tätigkeitsbericht 2005/2006, S. 13ff.) auf Basis der Ist-Daten aus dem Jahre 2007 aktualisiert. Dabei wurden neue, für die Prognose von Gebührenerträgen aus neuartigen Rundfunkempfangsgeräten relevante Informationen berücksichtigt. Auch die mit der zum 1. 1. 2009 beschlossenen Erhöhung des Gebührensatzes von 17,03 € auf 17,98 € verbundenen Wirkungen wurden einbezogen.

Wie schon bei der Kurzexpertise 2007 wurden die Berechnungen zu dieser Folgestudie in Abstimmung mit dem Institut von der GEZ zugeliefert. Die GEZ legte bei diesen Berechnungen für die Realvarianten die Methodik und Annahmen zugrunde, die sie selbst für die Erstellung ihrer mittelfristigen Planung (hier bis einschließlich 2012) verwendet. Das entsprach der auch in den früheren Gutachten praktizierten Vorgehensweise. Für den Zeitraum zwischen 2013 und 2020 wurden diese Annahmen von der GEZ nach den Vorgaben des Instituts fortgeschrieben, dabei wurden wiederum Best-Case- und Worst-Case-Varianten berechnet.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Erträge aus der Rundfunkgebühr bei unverändertem Gebührensatz in Zukunft kontinuierlich abnehmen werden, und zwar in stärkerem Umfang, als nach den Ergebnissen der früheren Studien zu erwarten war. Das erklärt sich vor allem daraus, dass neben dem Rückgang der Einwohnerzahl und (wegen der weiter abnehmenden Haushaltsgröße zeitlich verzögert) der Zahl der privaten Haushalte seit 2006 erstmals auch die Haushaltsdichten rückläufig sind. Eine weitere Hauptursache für den Rückgang des Gebührenaufkommens ergibt sich daraus, dass die Befreiungsquoten und Forderungsausfallquoten, zumindest mittelfristig, weiter ansteigen.

*Bearbeitungsbeginn:*

*Juli 2008*

*Abschluss:*

*Dezember 2008*

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichung:*

*Kops, Manfred, Khabyuk, Olexiy: Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2020 – Folgestudie 2008 –, unveröffentlichter Abschlußbericht, Köln, im Dezember 2008*

### **2.3. Gutachterliche Bewertung von Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung**

Dr. Manfred Kops, Olexiy Khabyuk

Im Juli 2008 wurde das Institut für Rundfunkökonomie von der GEZ beauftragt, Berechnungen gutachterlich zu bewerten, die die GEZ für die Vorbereitung der für 2013 geplanten Reform der Gebührenfinanzierung erstellt hat. Hierzu hat das Institut über einen Zeitraum von drei Monaten (September bis November 2008) 13 Modelle und Modellvarianten untersucht, in denen die GEZ die mit alternativen Reformen verbundenen Aufkommens- und Verteilungswirkungen berechnet hat. Die Ergebnisse unserer gutachterlichen Stellungnahme zu diesen Berechnungen sind in die Unterlagen eingeflossen, die die GEZ insbesondere den Staatskanzleien und Rundfunkreferenten der Länder für die Willensbildung zur Neuordnung der Gebührenfinanzierung zur Verfügung gestellt hat.

*Bearbeitungsbeginn:* August 2008

*Abschluss:* November 2008

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:*

*Gutachterliche Bewertung der Berechnungen der GEZ zu diskutierten Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung unveröffentlichter Abschlußbericht, Version 1.1 vom 14. Oktober 2008*

*Gutachterliche Bewertung der Berechnungen der GEZ zu diskutierten Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung unveröffentlichter Abschlußbericht, Version 2.0 vom 3. November 2008*

### **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 zivilgesellschaft-





lichen 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 die 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 abgeleitet 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 Verbreitungswege (Kostenunterschiede) Rechnung tragen. Auch bei der Umgestaltung der europäischen Rundfunkordnung können und sollten diese 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 sollten 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 absehbaren und durch die Erweiterungen der EU zunehmend dringlichen – Fragen nach der Form der kollektiven Willensbildung an Gewicht gewinnen. Langfristig dürfte 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:* laufend

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:*

Kops, Manfred: A Revenue-Based Methodology for the Classification and Comparison of Broadcasting Systems, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 2, Lit-Verlag Berlin, 2007

Kops, Manfred/Khabyuk, Olexiy: A Methodology for the Graphical Exposition of Broadcasting Systems, No. 231e of the Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, Cologne 2007

Khabyuk, Olexiy: Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Ukraine: Voraussetzungen und verpasste Gelegenheiten, Heft 227 der Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Köln 2007

Khabyuk, Olexiy: Establishing Public Service Broadcasting in Ukraine: Preconditions and Missed Opportunities, Vortrag auf der Konferenz "Comparing Media Systems: West Meets East", am 23. - 25. 4. 2007 in Wroczalw/Zamek Kliczków, im Druck

## **2.5. Selbstregulierung externer Effekte der Medien? Eine Bewertung auf der Basis des Coase-Theorems**

Dr. Manfred Kops

Wie andere Güter lassen sich auch die Medien über den Markt bereitstellen. Art und Umfang der Medieninhalte bestimmen sich dann aus der Höhe des Nutzens (und der dadurch bestimmten Zahlungsbereitschaft), die sie den Rezipienten stiften. Regulative Eingriffe des Staates sind in einem solchen Marktregime nicht erforderlich und auch nicht zulässig. Dem entgegen stehen allerdings möglicherweise Marktmängel, die verhindern, dass sich die Auswahl der Medieninhalte nach dem Nutzen richtet, den sie den einzelnen Rezipienten – und damit im Konzept des methodologischen Individualismus auch: der „Gesellschaft“ (als der Summe aller Rezipienten) – stiften. Zu erwähnen sind vor allem die mangelnde Ausschließbarkeit der Medieninhalte (und deren Begrenzbarkeit auf individuelle Zahler), die fehlende Rivalität im Konsum (als Form subadditiver



Kostenverläufe), zwischen Anbietern und Nachfragern asymmetrisch verteilte Informationen zur Produktqualität und die Existenz negativer und positiver externer Effekte. Letztere stehen im Mittelpunkt des hier beschriebenen Forschungsprojekts.

Dass die Medien Externalitäten verursachen, ist grundsätzlich unbestritten. Schon im Begriff der „Breitenwirkung“, einem konstitutiven Merkmal der (Massen-)Medien, klingt dies an, und die Publizistik hat die verschiedenen Formen und Wege aufgezeigt, wie Medieninhalte ihre gesellschaftlichen Wirkungen entfalten, weit über den Kreis derjenigen hinaus, die sie produziert und rezipiert haben. Eine Unterscheidung und Systematisierung der verschiedenen Formen solcher Externalitäten fehlt für die externen Effekte von Medien bisher allerdings noch weitgehend. Überträgt man die von der Umweltökonomik erstellten Typisierungen, so lassen sich aus der Kombination des Bereichs, in dem die Externalitäten entstehen, und des Bereichs, in dem sie sich niederschlagen, aus der Unterscheidung eines Produktionsbereichs und eines Konsumbereichs und aus der Entscheidung zwischen positiven und negativen Externalitäten acht Grundformen bilden, für die jeweils auch materielle Beispiele aus dem Medienbereich genannt werden können.

Eine solche Betrachtungsweise erlaubt es, die innerhalb der Ökonomie (hier vor allem, aber nicht ausschließlich, innerhalb der Umweltökonomie) geführte Diskussion über die Möglichkeiten und Grenzen einer Selbststeuerung des Marktes auf die Medien zu übertragen. Ausgangspunkt dieser Diskussion war der von Ronald Coase in seinem grundlegenden Aufsatz von 1960 (am Beispiel negativer Externalitäten landwirtschaftlicher Produktion) geführte Nachweis, dass sich Externalitätsverursacher und potentiell Geschädigte unter bestimmten Umständen durch horizontale Verhandlungen über die Vermeidung oder Kompensation („Internalisierung“) externer Effekte einigen, es insofern keiner staatlichen Regulierung bedarf.

Die als Coase-Theorem bezeichnete Allokationsoptimalität einer horizontal-kooperativen Kompensation externer Effekte gilt allerdings nur, wenn eine Reihe von (von Coase selbst z. T. nicht erkannten) Voraussetzungen erfüllt sind: 1. müssen die Eigentumsrechte bzw. die Haftungsregeln spezifiziert sein, 2. dürfen bei der Kompensation der Externalitäten keine übermäßig hohen Transaktionskosten anfallen, 3. müssen sich die Externalitäten auf wenige Personen beschränken, und 4. müssen diese Personen über vollständige Informationen (hier insbesondere: über die Art und dem Umfang der auftretenden Externalitäten) verfügen.

Diese Bedingungen sind, wie vor allem die ausführliche Diskussion über die Anwendbarkeit des Coase-Theorems auf die Allokation von Umweltressourcen gezeigt hat, häufig nicht erfüllt. Im Medienbereich fehlen sie – wie das hier Projekt zu verdeutlichen versucht – in besonderem Maße. So sind z. B. die Eigentumsrechte und Haftungspflichten im Medienbereich noch wesentlich weniger präzise als im Umweltsektor oder in anderen Sektoren, in denen gravierende Externalitäten auftreten (z. B. im Handel, Straßenverkehr, Bauwesen). Auch die

Annahme geringer Transaktionskosten ist realitätsfern, gerade was die horizontalen Verhandlungen über externe Effekte der Medien betrifft: In der Regel fallen ganz erhebliche Transaktionskosten an, weil die Beteiligten die Art und den Umfang der Externalitäten feststellen müssen (Informationskosten) und weil sie bei voneinander abweichenden Bewertungen eine Übereinkunft erreichen müssen (Verhandlungskosten).

Die intensive Diskussion des Coase-Theorems in der Umweltpolitik hat allerdings auch gezeigt, dass die Fremdregulierung nicht die einzige Alternative zu einer nicht funktionierenden Selbstregulierung ist. Vielmehr kann der Staat unter bestimmten Bedingungen die Voraussetzungen für eine Selbstregulierung schaffen. Im deutschsprachigen rechtswissenschaftlichen Schrifttum wird dieser Ansatz als „regulierte Selbstregulierung“ bezeichnet.

Im hier vorgeschlagenen Projekt werden die in der deutschen Medienpolitik existierenden Formen solcher „regulierter Selbstregulierung“ dargestellt, in die Systematik des Coase-Theorems eingeordnet und hinsichtlich ihres Nutzens und ihrer Kosten beurteilt, die mit der dahinter stehenden Strategie der „Regulierung als Voraussetzung der Selbstregulierung“ verbunden sind.

*Bearbeitungsbeginn:*

*November 2007*

*Abschluss:*

*laufend*

**2.6. Transfer.NRW – Science-to-Business PreSeed:  
"Vollautomatisches Dokument-Layout-System (DLS)  
für individualisierte Printprodukte" an der Universität zu Köln**

Prof. Dr. Detlef Schoder, Dipl.-Winf. René Keller

Zurzeit erfolgt printbasierte Informationsversorgung fast ausschließlich nicht individualisiert. Ein Grund hierfür ist, dass die Anfertigung individualisierter oder auf Kundensegmente zugeschnittener Printprodukte zeit- und kostenintensiv ist. Das seitens des Landes NRW / Innovationsministerium im Zuge des Wettbewerbes "Transfer.NRW – Science-to-Business PreSeed" geförderte Vorhaben "Vollautomatisches Dokument-Layout-System (DLS) für individualisierte Printprodukte" setzt einen Impuls für den Wandel des Printmedienmarkts hin zur Individualkommunikation. Im Rahmen des geförderten Projektes werden bereits vorhandene Forschungsarbeiten dazu genutzt, ein Softwaresystem zur intuitiven und einfachen Anfertigung von individualisierten Printmedien zu entwickeln.

Die in Vorarbeiten entwickelten Verfahren und Softwarekomponenten überführen vollautomatisch beliebige Inhaltselemente in ein ästhetisches, konfigurierbares Printlayout. Im vorliegenden Projekt werden diese Vorarbeiten genutzt und um eine intuitive Benutzeroberfläche ergänzt. Das Resultat ist eine Software mittels derer Benutzer interaktiv und intuitiv Printmedien gestalten können, ohne über besondere Kenntnis spezieller Programme oder Designkompetenz im Printwesen zu verfügen. Aufgaben des Satzes, Layouts oder der Integration dynamischer, kundenindividueller Inhaltselemente werden dem Benutzer abgenom-



men. Die Ausgabe kann zur direkten Weiterverarbeitung an einen Digitaldruckdienstleister weitergeleitet werden.

*Bearbeitungsbeginn:* Juli 2008

*Abschluss:* offen

## **2.7. Medieninnovation.com**

Prof. Dr. Detlef Schoder, Dipl.-Winf. René Keller

Die medieninnovation.com GmbH ist ein Spin-Off des Seminars für Wirtschaftsinformatik und Informationsmanagement an der Universität zu Köln. Die Kernkompetenz in der generischen Verarbeitung von Informationen, deren interessensspezifische Filterung und ästhetischen, ausgabemedienoptimierte Ausgabe ermöglichen eine Reihe neuartiger Informationsprodukte der Individualkommunikation. Modulare Softwareprodukte können individuell auf die Kundenbedürfnisse angepasst werden, um so die Informationsversorgung von Kunden und Mitarbeitern zu optimieren und durch neuartige Produkte die Aufmerksamkeit zu erhöhen. Die Referenzprodukte NILTER.COM und BLOG2PAPER.NET demonstrieren anschaulich die Fähigkeiten der medieninnovation.com-Technologie. NILTER ist ein Nachrichtenportal mit umfassender Individualisierungsoption und Community-Integration, BLOG2PAPER erstellt vollautomatisch eine Zeitung aus beliebigen Blog- und Newsfeed-Beiträgen.

*Bearbeitungsbeginn/Abschluss:* laufend

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:*

Piller, F.; Schoder, D.: Mass Customization und Electronic Commerce – Eine empirische Einschätzung zur Umsetzung in deutschen Unternehmen, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft (ZfB), 69. Jg. (1999), H. 10, S. 1111-1136

Schoder, D./Sick, S./Putzke, J./Kaplan, A. M.: Mass customization in the newspaper industry: Consumer's attitude towards individualized media innovations, International Journal on Media Management, 8(1), 9-18.

Projektwebseite: [www.medieninnovation.com](http://www.medieninnovation.com)

## **2.8. Die Einführung des Dualen Rundfunks und das Zuschauerverhalten 1987-1996**

Prof. Dr. Heiner Meulemann, Dr. Jörg Hagenah,  
stud. rer. pol. David Gilles, cand. rer. pol. Cristiana Puleri

Durch das Auftreten der privaten Sender musste der Marktanteil der öffentlich-rechtlichen Veranstalter zwangsläufig zurückgehen. Die Frage ist, wie schnell und wie weit. Die Frage ist weiterhin, ob nach der Durchsetzung der privaten Sender die Nachfrage nach beiden Senderarten aufgrund des breiteren Angebots in allen Sparten ansteigt. Beide Fragen werden in einer Sekundäranalyse

der Media-Analyse (MA) 1987 - 1996 (danach wird die Fernsehnutzung in den MA leider nicht mehr zeitlich detailliert erhoben) untersucht, die Freizeitverhalten, die Mediennutzung und die Sozialdemographie erheben und es damit erlauben, den Übergang zu den privaten Sendern und unter Kontrolle von sozialer Schicht zu betrachten. Das Alter wird dabei als Indikator von Gewohnheiten in einer Kohortenanalyse verwendet. Weiterhin wird die Nutzung nicht nur global, sondern für spezifische Sendersparten betrachtet, indem inhaltsanalytische Klassifikationen des Senderangebots, die durch das Institut für empirische Medienforschung, Köln (IFEM), Herrn Dr. Krüger, erstellt wurden, den viertelstündlich erhobenen Nutzungszeiten der MA zugespielt werden.

Regressionsanalysen zeigen, dass die Kohorten zwar als Indikator von Gewohnheiten verwendet werden können, aber der Übergang durch Gewohnheiten nur zu einem Teil erklärt wird und zum größeren Teil der Residualgröße Zeit zugerechnet werden muss. Weitere Analysen zeigen, dass nach der Etablierung der privaten Sender alle Sender aufgrund des verbreiterten Angebots mehr gesehen werden. Dies gilt nicht nur für die Nutzung der beiden Programmarten, sondern auch für die Nutzung spezifischer Programmsparten jeder der beiden Anbieter, also für Nachrichten, nichtfiktionale Unterhaltung und Sport.

*Bearbeitungsbeginn/Abschluss:* *laufend*

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Arbeiten/Veröffentlichungen:*

Gilles, David/Hagenah, Jörg/Meulemann, Heiner: Freizeit zunehmend durch Fernsehen bestimmt. Freizeit und Fernsehnutzung in Deutschland 1987 - 2005. Informationsdienst Soziale Indikatoren (ISI), 40/2008, S. 11 – 14

Meulemann, Heiner/Hagenah, Jörg/Gilles, David: Neue Angebote und alte Gewohnheiten: Wie und warum das deutsche Publikum zwischen 1987 und 1996 vom öffentlich-rechtlichen auf das private Fernsehen gewechselt hat, erscheint in: Publizistik, 2009

Puleri, Cristiana: Diffusion öffentlich-rechtlicher und privater Informations- und Unterhaltungssendungen nach der Einführung des dualen Rundfunks in Deutschland. Eine Untersuchung der Media-Analyse von 1987 bis 1996, Diplomarbeit, Köln 2009



### 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 (abgeschlossen)

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 reduzierten.

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:

Beurteilung des Sponsorings von deutschen Hörfunkanbietern im Profi-Fußball aus institutionenökonomischer Perspektive

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.-Wirt.-Inf. René Keller:

Automatisierte Layouterstellung für Printmedien

Das Promotionsvorhaben widmet sich der Konzeption und Implementierung eines Systems zur automatisierten Anfertigung von Printmedienlayouts zum Zwecke des Nachweises der Machbarkeit. Ziel ist es, ein lauffähiges System zu entwerfen, das die Anfertigung von unterschiedlichen Printmedienklassen ermöglicht. Ein derartiges System liefert einen wichtigen Beitrag auf dem Weg zu neuartigen Printprodukten wie individualisierten Zeitungen oder Katalogen.



Dipl.-Volksw. Nils Kummer:

Spielermarktdesign für Nationalmannschaften (abgeschlossen)

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 die Profivereine zur Förderung von Nachwuchsspielern angereizt werden können.

Dipl.-Volksw. Frank-C. May

Pressefreiheit und Meinungsvielfalt (abgeschlossen)

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.

Dipl.-Volksw. Stefan Radtke:

Strategien für den digitalen TV-Markt

Innerhalb des Promotionsvorhabens mit dem Arbeitstitel "Strategien für den digitalen TV-Markt" werden mithilfe des ressourcenbasierten Ansatzes Strategien für TV-Programmanbieter entwickelt. Nach einer Analyse des digitalen TV-Marktes hinsichtlich der Voraussetzungen ressourcenbasierter Wettbewerbsvorteile werden unter Betrachtung der Ressourcenbasis etablierter TV-Programmanbieter mit einem als auch mit mehreren Sendern Strategien für diese Unternehmen abgeleitet. Darüber hinaus werden anhand eines Fallbeispiels mögliche Markteintrittsstrategien für TV-Distributoren entwickelt.

Dipl.-Kfm. Martin Schneider:

Crossmedia-Management. Implementierung einer Crossmedia Strategie bei einem TV Sender (abgeschlossen)

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.



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 die Zusammenhänge zwischen ihnen aufzuzeigen. Als theoretische Gerüste dienen dazu Galbraiths „Information-processing Organization Design Model“ und die Kontingenztheorie.

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.

### 3.2. Diplomarbeiten

Wie bereits in den vorherigen Tätigkeitsberichten dargelegt, betrachtet das Institut es als eine wichtige Aufgabe, Kontakte herzustellen zwischen den Anstalten, Unternehmen und Gremien des Rundfunksektors und den an rundfunkökonomischen Themenstellungen interessierten Studierenden der Universität zu Köln. 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/innen 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 Diplomarbeitsbetreuungen 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 das DeutschlandRadio als weitere hier ansässige öffentlich-rechtliche Anstalten, schließlich 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, zu diesem Zweck die Verbindung zum Institut suchen 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 am Institut für Rundfunkökonomie betreute Arbeiten sind in der Bibliothek des Instituts eingestellt.<sup>3</sup>

Analyse des Zusammenschlusses von T-Mobil Austria und Tele.ring, Köln 2007

Auswirkungen von "Basel II" auf den Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland, 72 S., Köln 2008

Ball im Netz? – Eine ökonomisch Analyse der Bundesligaübertragung im Internet, 75 S., Köln 2007

Beeinflusst die Globalisierung die Produktionskosten von Spielfilmen? 71 S., Köln 2008

Betrachtung des Beschwerdemanagements im privaten Rundfunk am Beispiel der Internetplattform [www.programmbeschwerde.de](http://www.programmbeschwerde.de), 88 S., Köln 2008

Das neue Vermarktungsmodell der Fußball-Bundesliga – eine ökonomische Analyse, Köln 2008

Das Rundfunksystem in Spanien, 111 S., Köln 2008

Datenschutzrechtliche Grundlagen bei der Auswertung elektronischer Kommunikationsmedien im Rahmen unternehmensbezogener Analysen sozialer Netzwerke im deutschen Rechtsraum, Köln 2008

Der Weblogger als Homo oeconomicus, 70 S., Köln 2007

Die "Allesfresser-Hypothese" im Test: Gibt es den Typus des omnivoren Radiohörers? Köln 2008

Die Diffusion des Mobile Internet in Deutschland, Köln 2008

---

<sup>3</sup> 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.

- Die Digitalisierung des deutschen Kabelnetzes : Chancen und Risiken der Kabelnetzbetreiber der dritten Ebene, 96 S., Köln 2007
- Die Entproletarisierung des Fußballpublikums im Kontext des gesellschaftlichen Wandels. Eine empirische Längsschnittanalyse zur Ursächlichkeit der schichtungshierarchischen Veränderung des Fußballpublikums, exemplifiziert an der Leserschaft des Kicker-Sportmagazins von 1954 bis 2005, Köln 2008
- Die Finanzierung von TV-Spartenkanälen, 91 S., Köln 2008
- Die Markteinführung der Funkübertragungstechnologie Wimax, Köln 2008
- Die mediale und kommerzielle Vermarktung von Sportveranstaltungen, Köln 2008
- Die mediale Vermarktung von Schwellensportarten am Beispiel der Handball-Bundesliga, Köln 2008
- Die Programmgestaltung privater Fernsehsender unter dem Einfluss der Werbewirtschaft, Köln 2008
- Die strategische Positionierung eines Auslandsrundfunks am Beispiel der Deutschen Welle, Köln 2007
- Die Verjüngung der Zuschauer durch geeignete Online-Maßnahmen, 145 S., Köln 2008
- Die Verschlüsselung von Fernsehprogrammen – eine ökonomische Analyse, Köln 2007
- Digital Media Content Provision without Copy Protection as an Alternative Business Model, 82 S., Köln 2007
- Dynamische Analyse sozialer Netzwerke, Köln 2008
- Eine medienökonomische Analyse der Auswirkungen von IPTV, Köln 2007
- Eine ökonomische Analyse der europäischen Filmwirtschaft, Köln 2008
- Eine ökonomische Analyse der Markteinführung eines IP-basierten Fernsehangebotes, Köln 2007
- Elektronischer Sport – Eine ökonomische Analyse der medialen Vermarktung, Köln 2008
- Erfolgsstrategien von Unternehmensauftritten in Second Life, Köln 2008
- Ethnomarketing am Beispiel eines werbefinanzierten russischsprachigen Fernsehspartenkanals in der Bundesrepublik Deutschland, V + 61 S., Köln 2007
- Finanzierungsoptionen im digitalen Fernsehmarkt, Köln 2008
- Geschäftsmodell- und Prozessinnovationen bei Mobilnetzbetreibern mit Hilfe der Analyse sozialer Netzwerke, Köln 2008
- Geschäftsmodelle für kontextbasierte, mobile Services, Köln 2008
- Internet-basierte Strategien für Computer- und Videospiele-Publisher, Köln 2007



- Internetnutzung und Alter. Faktoren der (Nicht-)Nutzung. Eine Sekundäranalyse der Media Analyse 2005, Köln 2008
- Konvergenz von Mobilfunk- und Internetdiensten: Auswirkungen auf Wertschöpfungskette und Geschäftsmodelle des Mobilfunks, VIII + 157 S., Köln 2007
- Konzeption und Implementierung eines Bewertungssystems für automatisch erstellte Zeitungslayouts, Köln 2008
- Marktzutrittsschranken und Wettbewerb auf lokalen Pressemärkten, Köln 2007
- Mehrwertdienste als Finanzquelle für Fernsehveranstalter, 94 S., Köln 2007
- Nutzergenerierte Inhalte als Erlösquelle für Medienunternehmen, VI + 121 S., Köln 2007
- Nutzerverhalten auf Social Bookmarking Plattformen, Köln 2008
- Ökonomische Analyse neuer Übertragungsstandards im Rundfunk, Köln 2008
- Ökonomische Perspektiven des digitalen Radios in Deutschland, Köln 2008
- Outsourcing als Mittel zur Effizienzsteigerung bei Rundfunkanstalten, 60 S., Köln 2008
- Potenziale von Web 2.0 für Unternehmen, Köln 2008
- Pressefreiheit im Spannungsfeld zwischen äußerer und innerer Meinungsvielfalt, Köln 2007
- Private Nutzung von Social Network sites – Eine empirische Untersuchung des Nutzungszwecks und der Faktoren, die die Wahl einer Social Network Site beeinflussen, Köln 2008
- Strategien für Buchverlage im digitalen Zeitalter, Köln 2008
- Theoretische Grundlagen und Erfolgsfaktoren von besonderer Berücksichtigung des Schülernetzwerkes spickmich.de, 101 S., Köln 2008
- Traditionelle und moderne Frauenzeitschriften, Köln 2008
- Verschlüsselung im digitalen Fernsehmarkt in Deutschland, Köln 2007
- Virales Marketing zur Etablierung von Netzwerken im Internet, Köln 2007
- Wettbewerbsstrategien überregionaler Tageszeitungen auf rückläufigen Märkten, Köln 2007
- Wie verzichtbar wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch die Digitalisierung? V+ 119 S., 2007

## **4. Veröffentlichungen**

### **4.1. Monografien**

- Hagenah, Jörg./Meulemann, Heiner (Hrsg.): Alte und neue Medien – Zum Wandel der Medienpublika in Deutschland seit den 1950er Jahren. LIT Verlag: Berlin 2008
- Kops, Manfred/Ollig, Stefan (eds.): Internationalization of the Chinese TV Sector – Economic, Social and Legal Consequences after the WTO Entry, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 1, LIT-Verlag, Berlin u. a. 2007
- Kops, Manfred: A Revenue-Based Methodology for the Classification and Comparison of Broadcasting Systems, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 2, Lit-Verlag Berlin, 2007
- Kops, Manfred (Hrsg.): Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt, DW-Schriftenreihe, Band 6, Vistas-Verlag Berlin 2008
- Kops, Manfred (Hrsg.): Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Aktuelle Debatten unter dem Einfluss von Karlsruhe und Brüssel, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 3, LIT-Verlag Berlin, 2008
- Meulemann, Heiner/Hagenah, Jörg/Gilles, David: Neue Angebote und alte Gewohnheiten: Wie und warum das deutsche Publikum zwischen 1987 und 1996 vom öffentlich-rechtlichen auf das private Fernsehen gewechselt hat, erscheint in: Publizistik, 2009

### **4.2. Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden**

- Gilles, David/Hagenah, Jörg/Meulemann, Heiner: Freizeit zunehmend durch Fernsehen bestimmt. Freizeit und Fernsehnutzung in Deutschland 1987 - 2005. Informationsdienst Soziale Indikatoren (ISI), 40/2008, S. 11 – 14
- Hagenah, Jörg/Meulemann, Heiner: Alte und neue Medien: Medientrends und sozialer Wandel. In: dies (Hrsg.): Alte und neue Medien - Zum Wandel der Medienpublika in Deutschland seit den 1950er Jahren. (S. 7 - 37), LIT Verlag: Berlin 2008, S. 7 - 38
- Hagenah, Jörg/Meulemann, Heiner: Using a Large Scale Longitudinal Data Set. Media Competition and Audience Differentiation During the Introduction of the German Broadcasting System 1987 -1996. In: S. Balbi/G. Scepì/G. Rus-solillo/A. Stawinnoga (eds.): 7th International Conference on Social Science Methodology. RC33 - Logic and Methodology in Sociology. Book of Short Abstracts, S. 97, Napoli: Jovene editore 2008
- Kaplan, Andreas M./Schoder, Detlef./Haenlein, Michael (2007): Factors Influencing the Adoption of Mass Customization: The Impact of Base Category Consumption Frequency and Need Satisfaction, in: Journal of Product Innovation Management, Vol. 24, Number 2, March 2007, S. 101 - 116.



- Kops, Manfred/Ollig, Stefan: Introduction, in: Kops, Manfred/Ollig, Stefan (eds.): TV Programme Exchange Between Germany and China, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 1, LIT-Verlag Berlin 2007
- Kops, Manfred: The German Broadcasting Order: A Model for China? In Kops, Manfred/Ollig, Stefan (eds.): TV Programme Exchange Between Germany and China, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 1, LIT-Verlag Berlin 2007, S. 117 - 136
- Kops, Manfred: More media, less democracy, in: Agenda, No. 2/2007, also published by InfoChangeIndia.org, [http://infochangeindia.org/TD\\_article13spring.jsp](http://infochangeindia.org/TD_article13spring.jsp)
- Kops, Manfred: "User Driven Publishing - Technology Push versus Market Pull", Paper presented at the German-Japanese Symposium "Convergent Media & Networks", Berlin 20. 4. 2007, organised by "Münchener Kreis", veröffentlicht unter <http://www.muenchner-kreis.de/?id=196>
- Kops, Manfred: 媒介市场的全球化：代价和收益，受益者和受损者，《中国传媒报告》，2007年第2期，11-21页 (Chinese version of the Working Paper No. 211e of the Institute for Broadcasting Economics: Globalising Media Markets. Benefits and Costs, Winners and Losers), in: China Media Report, Vol. 22, Nr. 2, 2007, pp. 11 – 21
- Kops, Manfred: Die Globalisierung als Herausforderung für den interkulturellen Dialog, in: Kops, Manfred (Hrsg.): Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt, DW-Schriftenreihe, Band 6, Vistas-Verlag Berlin 2008, S. 45 - 84
- Kops, Manfred: Vorwort, in: Kops, Manfred (Hrsg.): Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt, DW-Schriftenreihe, Band 6, Vistas-Verlag Berlin 2008, S. 7 - 8
- Kops, Manfred: Vorwort, in Kops, Manfred (Hrsg.): Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Aktuelle Debatten unter dem Einfluss von Karlsruhe und Brüssel, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 3, LIT-Verlag Berlin, 2008, S. 5f.
- Kops, Manfred: Das deutsche Radio- und Fernsehsystem – Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung und absehbare Veränderungen, Vortrag auf der internationalen Fachkonferenz „Entwicklungstrends elektronischer Medien im Zeitalter der Globalisierung“, 20. - 21. März 2008, Guangzhou, China, veranstaltet von der Konrad-Adenauer-Stiftung, der Deutschen Welle und der Guangdong University of Foreign Studies, [http://www.kas.de/wf/doc/kas\\_13294-544-1-30.pdf](http://www.kas.de/wf/doc/kas_13294-544-1-30.pdf)
- Putzke, Johannes/Gloor, Peter/Fischbach, Kai/Olguin, Daniel/Oster, Daniel/Schoder, Detlef/Pentland, Alex. (2008): Business Intelligence und die Analyse unternehmensinterner Kommunikationsprozesse. In: Bichler, M. et al. (Hrsg.): Multikonferenz Wirtschaftsinformatik 2008, GITO-Verlag, Berlin.
- Schellhaaß, Horst M.: Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht, in:

- Kops, Manfred (Hrsg.): Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Aktuelle Debatten unter dem Einfluss von Karlsruhe und Brüssel, Band 3, Kölner Schriften zur Medienökonomie, LIT Verlag Berlin 2008, S. 17 - 35
- Schellhaaß, Horst M.: Sport als Ware und Kulturgut: Die Fußballweltmeisterschaft im Programm der Deutschen Welle, in: Kops, M. (Hrsg.): Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auslandsrundfunks in einer globalisierten Medienwelt, Band 6, DW-Schriftenreihe, VISTAS Verlag Berlin 2008, S.109 - 123
- Schellhaaß, Horst M./Fritsch, Christoph: Sport im Fernsehen als Grundversorgung, in: Handbuch Medien, Kommunikation und Sport, Band 159, Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport, Verlag Karl Hofmann, Schorndorf 2007, S. 243 - 255
- Schellhaaß, Horst M.: Besprechung: Tanja Braum-Schleicher: Daseinsvorsorge und service public durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Eine Analyse im Lichte der Dienstleistungsfreiheit und des europäischen Beihilfesystems, in: ZögU 1/2008, S. 99 - 101
- Schellhaaß, Horst M./Kummer, Nils: Nationalspieler – eine institutionenökonomische Analyse einer Common Pool Ressource, in: Klein, M.L./Kurscheidt, M. (Hrsg.): Neue Perspektiven ökonomischer Sportforschung. Sportökonomie 9/2007. Verlag Karl Hofmann, Schorndorf 2007, S. 201 - 219
- Schoder, Detlef: The Flaw in Customer Lifetime Value, [Forethought] in: Harvard Business Review, 12/2007, S. 26
- Willems, Paul/Gloor, Peter/Fischbach/Kai; Schoder, Detlef: Discovering Scientific Trends in Medicine through Semantic Social Network Analysis, International Sunbelt Social Network Conference, Tradewinds Island Resort, St. Pete Beach, Florida, USA, January 22 - 28/2008, accepted

### **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 zehn Titel erschienen, im Berichtszeitraum ist erschienen:

Ollig, Stefan: Wettbewerbsstrategien für den Export chinesischer Fernsehprogramme, Vistas Verlag, Band 10, Berlin 2007

### **4.4. Reihe "Kölner Schriften zur Medienökonomie"**

Für die Veröffentlichung von Arbeiten, die am Institut für Rundfunkökonomie entstanden sind, ist im Lit-Verlag Berlin eine Reihe "Kölner Schriften zur Medienökonomie" gegründet worden. Sie wird von Manfred Kops und Horst M. Schellhaaß herausgegeben. Der Titel der Reihe bringt die im Zuge der technischen Konvergenz erfolgte Ausweitung des Rundfunkbegriffs zum Ausdruck, durch die sich der Gegenstandsbereich des Instituts für Rundfunkökonomie nicht mehr auf die Ökonomik der klassischen Hörfunk- und Fernsehprogramme





beschränkt, sondern verstärkt die Ökonomik der "neuen" audiovisuellen Medien einbezieht. Bisher sind in dieser Reihe folgende Titel erschienen:

Kops, Manfred/Ollig, Stefan (eds.): Internationalization of the Chinese TV Sector – Economic, Social and Legal Consequences after the WTO Entry, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 1, LIT-Verlag, Berlin u.a. 2007

Kops, Manfred: A Revenue-Based Methodology for the Classification and Comparison of Broadcasting Systems, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 2, Lit-Verlag Berlin, 2007

Kops, Manfred (Hrsg.): Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Aktuelle Debatten unter dem Einfluss von Karlsruhe und Brüssel, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 3, LIT-Verlag Berlin, 2008

#### **4.5. Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie"**

##### **4.5.1. 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 fast 250 erhöht (die im Berichtszeitraum erschienenen Titel sind in Abschnitt 4.5.3. 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 Verbrei-



tungsform, 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 werden 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 4.5.2.), ein weiterer Anstieg ist abzusehen.

Wie bereits in den letzten Tätigkeitsberichten angesprochen wurde, war es geplant, Online-Dateien der Reihe Arbeitspapiere künftig nur noch gegen Entgelt bereitzustellen. Das Bezahlssystem wurde technisch teilweise bereits im letzten Berichtszeitraum vorbereitet. Nach einer Prüfung der möglichen Form einer solchen Entgeltfinanzierung hat man sich entschieden, lediglich die neuen Arbeitspapiere für die Dauer von drei Monaten zunächst anzubieten.

#### **4.5.2. 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.



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	teilweise
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

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 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 herunterzuladen.

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 130 Zugriffe im Internet registriert; in der Spitze wurden Arbeitspapiere aber auch mehr als 15.000 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](mailto: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 Mai 2008 in 6. Auflage erschienen ist.

Um den Verkauf von Arbeitspapieren zu fördern, wurden sämtliche bei Amazon.de enthaltenen Titelbeschreibungen der Arbeitspapiere aktualisiert und um Inhaltsverzeichnisse erweitert. Auf den Institutswebseiten wurde außerdem ein elektronisches Formular eingestellt, um Online-Bestellungen zu vereinfachen.



### 4.5.3. Im Berichtszeitraum erschienene Arbeitspapiere

Im Berichtszeitraum wurden 25 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 215d

Manfred Kops: Die deutsche Rundfunkordnung. Ein Modell für China? Köln 2007, ISBN 978-3-938933-24-4, 43 S., Preis 13,- €

#### Heft 222

何勇 (译者): 德国广播电视州际协议 (Chinesische Übersetzung des Rundfunkstaatsvertrages), Köln 2007, ISBN 978-3-938933-23-7, 50 S., Preis 9,- €

#### Heft 223e

Manfred Kops: A Revenue-Based Methodology for the Classification and Comparison of Broadcasting Systems, Cologne 2007, ISBN 978-3-938933-25-1, 88 S., Preis 20,- €

#### Heft 224

Peter Niepalla: Die Deutsche Welle als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-26-8, 11 S., Preis 5,50 €

#### Heft 225

Horst Schellhaaß: Die Fußballweltmeisterschaft im Programm der Deutschen Welle, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-27-5, 19 S., Preis 6,50 €

#### Heft 226

Martin Stock: Islam im Rundfunk – wie eigentlich? Auf dem Weg zu muslimischer kommunikativer Präsenz in deutschen Rundfunkprogrammen, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-29-9, 40 S., Preis 9,50 €

#### Heft 227

Olexiy Khabyuk: Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Ukraine: Voraussetzungen und verpasste Gelegenheiten, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-28-2, 15 S., Preis 6,50 €

#### Heft 227e

Olexiy Khabyuk: The Introduction of Public Service Broadcasting in Ukraine: Preconditions and Missed Opportunities, Cologne 2007, ISBN 978-3-938933-30-5, 13 S., Preis 6,50 €; erscheint als Beitrag in Dobek-Ostrowska, B., Głowacki, M., Jakubowicz, K. (eds.): Media Systems East and West: How Different, How Similar?, Central European University, Budapest 2008

## Heft 227u

Oleksij Hab'juk: Передумови впровадження суспільно-правового мовлення в Україні, Кьольн 2007, ISBN 978-3-938933-37-4, 17 S., Preis 6,50 €

## Heft 228

Reinhard Hartstein: Die Optimierung der Angebote der Deutschen Welle als strategische Aufgabe, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-31-2, 15 S., Preis 4,50 €

## Heft 229

Hans J. Kleinsteuber: Sieben Jahre im Rundfunkrat der Deutschen Welle. Expeditionen eines Wissenschaftlers in die medienpolitische Praxis, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-32-9, 38 S., Preis 9,50 €

## Heft 230

Philipp Sebastian Rogge: Nutzergenerierte Inhalte als Erlösquelle für Medienunternehmen, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-33-6, 134 S., Preis 19,- €

## Heft 231e

Manfred Kops/ Olexiy Khabyuk: A Methodology for the Graphical Exposition of Broadcasting Systems, Cologne 2007, ISBN 978-3-938933-34-3, 45 S., Preis 12,- €

## Heft 232

Martin Stock: Der öffentlich-rechtliche Auslandsrundfunk als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-35-0, 19 S., Preis 5,- €

## Heft 233

Thomas Scharping: Administration, Control and Censorship in the Chinese Media, Cologne 2007, ISBN 978-3-938933-36-7, 19 S., Preis 7,- €

## Heft 234

Viola Bensinger/Karen Sokoll: Die EU-Vorgaben für kommerzielle Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Umsetzung und Konsequenzen. - Analyse und Workshopbericht -, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-38-1; 30 S., Preis 8,- €

## Heft 235

Alexandra Antoniadis: Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus Sicht der Europäischen Kommission, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-39-8, 7 S., Preis 5,50 €

## Heft 236

Horst Bachmann: Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für die KEF, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-40-4, 11 S., Preis 6,- €

## Heft 237

Martin Stadelmaier: Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für die Länder, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-41-1, 11 S., Preis 6,- €



## Heft 238

Stefan Wolf: Wie verzichtbar wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch die Digitalisierung?, Köln 2007, ISBN 978-3-938933-42-8, 131 S., Preis 18,- €

## Heft 239

Verena Wiedemann: Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus Sicht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Köln 2008, ISBN 978-3-938933-43-5, 16 S., Preis 7,- €

## Heft 240

Manfred Kops: Die Globalisierung als Herausforderung für den deutschen Auslandsrundfunk, Köln 2008, ISBN 978-3-938933-44-2, 60 S., Preis 14,- €

## Heft 241

Lutz Marmor: Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Köln 2008, ISBN 978-3-938933-45-9, 13 S., Preis 7,- €

## Heft 242

Horst M. Schellhaaß: Die Konsequenzen des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht, Köln 2008, ISBN 978-3-938933-46-6, 21 S., Preis 8,50 €

## Heft 243

Benno Winkelmann: Konvergenz von Mobilfunk- und Internetdiensten: Auswirkungen auf Wertschöpfungskette und Geschäftsmodelle des Mobilfunks, Köln 2008, ISBN 978-3-938933-47-3, 163 S., Preis 27,- €

## Heft 244

Martin Stock: Noch einmal zum Reformbedarf im "dualen Rundfunksystem": Public-Service-Rundfunk und kommerzieller Rundfunk – wie können sie koexistieren?, Köln 2008, ISBN 978-3-938933-48-0, 58 S., Preis 13,- €

## Heft 245

Bastian Keller: Digital Media Content Provision without Copy Protection as an Alternative Business Model, Köln 2008, ISBN 978-3-938933-49-7, 86 S., Preis 15,- €

## Heft 246

Verena Metze-Mangold: Das UNESCO-Übereinkommen zur kulturellen Vielfalt: Die Magna Charta der internationalen Kulturpolitik und ihre Umsetzung in Europa, Köln 2008, ISBN 978-3-938933-50-3, 16 S., Preis 8,- €

## 5. Vortragsveranstaltungen

### 5.1. Vortragsveranstaltungen des Instituts

Die Vortragsveranstaltung im Jahre 2007 hat am 13. 11. 2007 im Neuen Senatssaal der Universität zu Köln zum Thema "Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks" stattgefunden. Ca. 100 Teilnehmer, darunter viele Vertreter öffentlich-rechtlicher Rundfunkgremien, verfolgten die Redebeiträge und die anschließenden Diskussionsrunden. Alle Referate sind in der Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie" veröffentlicht worden. Ferner können alle Vorträge als Audio-Dateien von den Webseiten des Instituts heruntergeladen werden. Alle Beiträge sowie die Diskussionen dazu wurden überdies in einem Tagungsband in der neuen Institutsreihe "Kölner Schriften zur Medienökonomie", LIT-Verlag Berlin, publiziert.

#### Programm der Vortragsveranstaltung am 13. November 2007: Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

10.15 Uhr **Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß**, Institut für Rundfunkökonomie  
Begrüßung  
**Prof. Dr. Axel Freimuth**, Rektor der Universität zu Köln  
Grußwort

Teil A.

10.30 – 13.00 Uhr

Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
nach der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission

10.30 Uhr **Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß**, Institut für Rundfunkökonomie:  
Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht

11.00 Uhr **Alexandra Antoniadis**, Europäische Kommission:  
Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus Sicht der Europäischen Kommission

11.30 Uhr **Dr. Verena Wiedemann**, Generalsekretärin der ARD:  
Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus Sicht des deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunks

12.00 Uhr Diskussion

13.00 Uhr Mittagspause

Teil B:

14.00 – 16.45 Uhr

Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
nach dem Gebührenurteil des Bundesverfassungsgerichts

14.00 Uhr **Lutz Marmor**, Westdeutscher Rundfunk:  
Die Konsequenzen des Gebührenurteils für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk



- 14.30 Uhr Kaffeepause
- 15.00 Uhr **Martin Stadelmaier**, Staatskanzlei Rheinland-Pfalz:  
Die Konsequenzen des Gebührenerurteils für die Länder
- 15.30 Uhr **Horst Bachmann**, Vorsitzender der KEF:  
Die Konsequenzen des Gebührenerurteils für die KEF
- 16.00 Uhr Diskussion
- 16.45 Uhr **Prof. Dr. Günther Sieben**, Institut für Rundfunkökonomie:  
Schlusswort

Die Vortragsveranstaltung für das Jahr 2008 wurde aus organisatorischen Gründen auf den 15. Januar 2009 verschoben. Die Inhalte werden im nächsten Tätigkeitsbericht dargestellt.

## 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.

Hagenah, J./Meulemann, H.: Using a Large Scale Longitudinal Data Set. Media Competition and Audience Differentiation During the Introduction of the German Broadcasting System 1987 - 1996. Vortrag gehalten am 02. 09. 2008 auf der 7th International Conference on Social Science Methodology. RC33 - Logic and Methodology in Sociology

Hagenah, J./Meulemann, H.: Die Media-Analysen 1972 bis 2005 und ihre Analysemöglichkeiten. Vortrag gehalten am 20. 06. 2008 bei der 4. Konferenz für Sozial und Wirtschaftsdaten (4.KSWD) in Wiesbaden

Khabyuk, Olexiy: Establishing Public Service Broadcasting in Ukraine: Preconditions and Missed Opportunities, Vortrag auf der Konferenz "Comparing Media Systems: West Meets East", am 23. - 25. 4. 2007 in Wroczalw/Zamek Kliczków

Kops, Manfred: User Driven Publishing - Technology Push versus Market Pull, Vortrag beim Deutsch-Japanischen Symposium "Convergent Media & Networks" des Münchner Kreises, vom 18. 4. - 21. 4. 2007 in Berlin

Kops, Manfred: A Revenue-Based Methodology for the Classification and Comparison of Media Systems, Vortrag auf der Konferenz "Comparing Media Systems: West Meets East", am 23. - 25. 4. 2007 in Wroczalw/Zamek Kliczków

Kops, Manfred: Vortrag auf dem Workshop "Die EU-Vorgaben für kommerzielle Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – Umsetzung und Konsequenzen", gehalten im Rahmen der Berliner Medienwoche am 30. 8. 2007 in Berlin





- Kops, Manfred: Der öffentlich-rechtliche Auftrag im Internet, Vortrag beim Workshop "Alte und neue Medien – Zum Wandel der Medienpublika in Deutschland seit den 1950er Jahren" des Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrums (MLFZ) am 05./06. Oktober 2007 im Neuen Senatssaal der Universität zu Köln
- Kops, Manfred: Der deutsche Auslandsrundfunk als wichtiges Element der interkulturellen und internationalen Kommunikation, Vortrag auf der Konferenz „Interkulturelle & internationale Kommunikation in Kultur, Medien, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft“, am 18. - 19. 10. 2007 im Auswärtigen Amt in Berlin
- Kops, Manfred: Finanzierungsmodelle für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten, Vortrag auf der Konferenz „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Unabhängigkeit, Meinungsfreiheit und Programmvielfalt“, am 30. - 31. 10. 2007 in Kiew, Ukraine
- Kops, Manfred: Das deutsche Radio- und Fernsehsystem, Vortrag auf der internationalen Tagung „Entwicklungstrends elektronischer Medien“, 18. März 2008, Shanghai, China, veranstaltet von der Konrad-Adenauer-Stiftung, der Deutschen Welle und der University of Shanghai, China
- Kops, Manfred: Das deutsche Radio- und Fernsehsystem – Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung und absehbare Veränderungen, Vortrag auf der internationalen Fachkonferenz „Entwicklungstrends elektronischer Medien im Zeitalter der Globalisierung“, 20. - 21. März 2008, Guangzhou, China, veranstaltet von der Konrad-Adenauer-Stiftung, der Deutschen Welle und der Guangdong University of Foreign Studies, China



## 6. Lehrveranstaltungen

Das Institut für Rundfunkökonomie hat sich mit Blick auf seinen satzungsgemäßen Auftrag, "Forschungen auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie zu fördern", frühzeitig an der Entwicklung und Abhaltung medienökonomischer Lehrveranstaltungen beteiligt. Es hat 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 (vgl. oben, Abschnitt 1.1), was mit dem Auslaufen des Wahlbereichs Rundfunkökonomie (bzw. ab 1999 Medienökonomie) auch formal deutlich wurde.

Innerhalb des Berichtszeitraums wurden die folgenden Lehrveranstaltungen angeboten, deren Inhalte hier im Einzelnen dokumentiert werden:

### WS 2006/07

#### 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

### 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

### 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 “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 constrains*

**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



## SS 2007

### National and International Mass Media Orders

*Dr. Manfred Kops*

2 h/weekly, Fridays 12 – 13.30 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: <http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/veranstaltungen/ss07.php>. 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).

13. 04. 2007

#### Constitutional Meeting

General Introduction into the subject and clarification of organisational matters (as the subjects of the papers that have to be written and presented during the course will be explained and allocated in this meeting, all participants have to show up definitely).

04. 05. 2007

#### 1. The Mass Media as an Important and Expanding Industry

- 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
- Case Study I: Can the Market provide Mass Media?*

11. 05. 2007

#### 2. The Mass Media as a Key Institution of Public Communication

- 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
- Case Study II: Revision of the European TV Directive*
- 1.4. The German Mass Media Order
  - 1.5. International Mass Media Orders

25. 05. 2007

#### 3. The Print Media

- 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 III: German Antitrust Commission prohibits sale of Berliner Zeitung*

01. 06. 2007 + 08. 06. 2007



#### **4. Broadcasting**

- 4.1. The Structure of Private Broadcasting in Germany  
*Case Study IV: Evaluating the private value of merging commercial broadcasters*
- 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
- 4.5. The German Broadcasting Order - internationally compared  
*Case Study VII: The future of Chinese broadcasting*

15. 06. 2007

#### **5. Films**

- 5.1. The Structure of the Private German Film Industry
- 5.2. Economic Peculiarities of Films  
*Case Study VIII: Calculating the costs and returns of films*  
*Case Study IX: State Aids for the German Film Industry*
- 5.3. The Regulation of the Private German Film Industry

22. 06. 2007

#### **6. Online Services**

- 6.1. The Structure of Private Online Services in Germany
- 6.2. The Structure of Public Service Online Services in Germany
- 6.3. National and International Regulation of Online Services  
*Case Study X: Online services as a new element of public communication?*  
*Case Study XI: The legal limits for online services of German PSB*

29. 06. 2007

#### **7. Perspectives for the German Mass Media Order**

- 7.1. The Importance of the Different Media over Time
- 7.2. The Market as the Dominant Provider of the Media?  
*Case Study XII: The future of public service broadcasting in Germany*
- 7.3. Regulated Self-Regulation of the Media?  
*Case Study XIII: Ethic standards of journalism and economic constraints*

06. 07. 2007

#### **8. Perspectives of the International Mass Media Order**

- 8.1. The Economic and Political Consequences of Globalization for the Media  
*Case Study XIV: The UNESCO Convention on Cultural Diversity*
- 8.2. The Market, the State, and the Civil Society as Providers of the Media  
*Case Study XV: Perspectives for the media orders of selected countries*
- 8.3. National and International Regulation of the Media

13. 07. 2007

#### **Final Test**



**Medienökonomie I**  
Prof. Dr. H.-M. Schellhaaß

- A. Die Rundfunkordnung im Wandel**
- B. Marktmäßige Programmvielfalt im Fernsehen**
- C. Verfassungsrechtliche Meinungsvielfalt 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**

**Hauptseminar zur Medienökonomie - Blockseminar**  
**„Auswirkungen neuer Technologien auf den Fernsehmarkt“**  
Prof. Dr. H. M. Schellhaaß/Prof. Dr. Norbert Seidel

**1.Seminartermin:                      Mittwoch, 23.05.07                      14:00 – 19:30 Uhr**

<b>Zeit</b>	<b>Vortrag</b>	<b>Referenten</b>	<b>Koreferenten</b>
14:00 – 15:00	1. Ökonomische Analyse der Online-Aktivitäten öffentlich-rechtlicher Fernsehsender	Peter, Zenker	Dilevka, Dransfeld
15:00 – 16:00	2. Betriebswirtschaftliche Analyse der Online-Aktivitäten privater Fernsehsender	Banduka, Köhli	Pascu, Sigmund
16.00 – 16:15	<i>Pause</i>		
<b>16:15 – 17:15</b>	<b>Externer Vortrag: Stefan Moll, Leiter der Internetredaktion des WDR</b>		
17:15 – 18:15	3. Die Entstehung neuer Geschäftsmodelle durch IPTV – eine betriebswirtschaftliche Betrachtung	Bickert, Hilterhaus, Rodenkirchen	Lücker
18:15 – 18:30	<i>Pause</i>		
18:30 – 19:30	4. Auswirkungen von IPTV auf die Programmvielfalt und die Programmqualität	Bechinger, Hoyer, Hofmann	Backes, Menzel

**2.Seminartermin:                      Mittwoch, 06.06.07                      13:00 – 19:15 Uhr**

<b>Zeit</b>	<b>Vortrag</b>	<b>Referenten</b>	<b>Koreferenten</b>
<b>13:00 – 15:00</b>	<b>Rundgang durch den WDR</b>		
15.00 – 16:00	5. Preisdifferenzierung und Bündelung digitaler Medienprodukte	Breidoehr, Hagen, Lukowitz	Peter, Zenker
16:00 – 17:00	6. Die Auswirkungen von Festplattenrekordern auf den Free TV Markt	Stein, Wagner	Banduka, Köhli





17:00 – 17:15	<i>Pause</i>		
17:15 – 18:15	7. Die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter	Schaarschmidt, Sery	Bickert, Hilterhaus, Rodenkirchen
18:15 – 19:15	<b>Externer Vortrag: Lutz Marmor, Verwaltungsdirektor und stellv. Intendant des WDR</b>		

**3. Seminartermin: Donnerstag, 14.06.07 14:00 – 19:30 Uhr**

<b>Zeit</b>	<b>Vortrag</b>	<b>Referenten</b>	
14:00 – 15:00	8. Cross Media Strategien von Medienunternehmen	Dilevka, Dransfeld	Bechinger, Hoyer, Hofmann
15:00 – 16:00	9. Generierung von Stars via „YouTube“	Pascu, Sigmund	Breidoehr, Hagen, Lukowitz
16:00 – 16:15	<i>Pause</i>		
16:15 – 17:15	10. Die Grundverschlüsselung des Satellitenfernsehens	Lücker	Stein, Wagner
17:15 – 18:15	11. Die ökonomische Bewertung der GEZ-Gebühr für internetfähige Computer	Backes, Menzel	Schaarschmidt, Sery
18:15 – 18:30	<i>Pause</i>		
18:30 – 19:30	<b>Externer Vortrag: Hans Buchholz, Geschäftsführer der GEZ</b>		

**WS 2007/2008**

**Hauptseminar zur Rundfunkökonomie  
Blockseminar mit Exkursion**

**„Ausgewählte Aspekte des Managements von Rundfunkunternehmen“**

*Prof. Dr. Norbert Seidel*

- A. Sammelsprechstunde zu den Referatsthemen am Donnerstag, 18. Oktober 2007 in der Uni Köln, Raum 64 Seminar für Allg. BWL, Supply Chain Management und Produktion, 17.00 Uhr s. t.
- B. Abgabe der Referate bis Freitag, 30.11.2007, Themen:
1. Organisationsstruktur von privatwirtschaftlich organisierten Medienunternehmen in Europa
  2. Organisationsstruktur öffentlich-rechtlicher Medienunternehmen in Europa
  3. Überblick über die Finanzierungsstruktur von privaten Medienunternehmen in Europa
  4. Betriebswirtschaftliche Analyse des Herstellungsprozesses von Fernsehprogrammen



5. Ökonomische Bedeutung und Ausgestaltung der Filmförderung in Deutschland und Europa
6. Auswirkungen der Digitalisierung im Mediensektor auf die Wettbewerbsstrategien von Medienunternehmen
7. Methoden zur Kostensteuerung im TV-Produktionsbereich
8. Produktionssteuerungsverfahren für Fernsehunternehmen
9. Balanced Scorecards als Steuerungsinstrument im Medienbereich

#### C. Blockseminar im Westdeutschen Rundfunk

##### Tag 1:

Veranstaltungsdauer von 9 bis ca. 18 Uhr am Donnerstag, 10. Januar 2008, 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 Donnerstag, 17. Januar 2008, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.

- IV. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 2

Die Teilnehmerzahl ist auf 20 begrenzt. Für die erfolgreiche Teilnahme und Abgabe eines Referates zu einem der unter B genannten Themen erhalten sie 7 Bonuspunkte und einen Leistungsnachweis in Spezieller VWL. Ab dem 04. Oktober 2007 ist ein Rücktritt nicht mehr möglich. Die Nichtabgabe oder nicht-fristgerechte Abgabe des schriftlichen Referats wird mit 7 Maluspunkten geahndet. Anmeldung ab dem 10. August 2007 15 Uhr ausschließlich auf der Webseite des Instituts für Rundfunkökonomie.

**1455 National and International Mass Media Orders***Dr. Manfred Kops*

2 h/weekly, Fridays 12 – 13.30 h, Room VIIIb

26. 10. 2007

**Constitutional Meeting**

02. 11. 2007

**1. The Mass Media as an Important and Expanding Industry**

- 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

09. 11. 2007

**2. The Mass Media as a Key Institution of Public Communication**

- 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  
*Case Study I: The UNESCO Convention on Cultural Diversity*
- 1.4. The German Mass Media Order
- 1.5. International Mass Media Orders

16. 11. 2007

**3. The Print Media**

- 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 II: Press and Press Support in a Digital Age*

23. 11. 2007 + 30. 11. 2007

**4. Broadcasting**

- 4.1. The Structure of Private Broadcasting in Germany  
*Case Study III: Evaluating the Private Value of Commercial Broadcasters: The Case of ProSieben.Sat.1*
- 4.2. The Structure of Public Service Broadcasting in Germany  
*Case Study IV: Evaluating the Public Value of Public Service Broadcasters*
- 4.3. Voluntary Broadcasting in Germany  
*Case Study V: Organisation, Funding, and Programming of the German "Bürgerfunk"*  
*Case Study VI: User Generated Content. A Sustainable Resource for Broadcasters?*
- 4.4. Regulation of Broadcasting in Germany
- 4.5. The German Broadcasting Order - internationally compared

07. 12. 2007

**5. Films**

- 5.1. The Structure of the Private German Film Industry
- 5.2. Economic Peculiarities of Films  
*Case Study VII: Calculating the Costs and Returns of Films*



*Case Study VIII: State Aids for the German Film Industry*

5.3. The Regulation of the Private German Film Industry

11. 01. 2008

**6. Online Services**

6.1. The Structure of Private Online Services in Germany

6.2. The Structure of Public Service Online Services in Germany

6.3. National and International Regulation of Online Services

*Case Study IX: Online Services as a New Element of Public Communication?*

*Case Study X: The Legal Limits for Online Services of German PSB*

18. 01. 2008

**7. Perspectives for the German Mass Media Order**

7.1. The Importance of the Different Media over Time

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

*Case Study XI: The New EU-Directives on Commercial Activities of Public Service Broadcasters*

7.3. Regulated Self-Regulation of the Media?

*Case Study XII: Ethic Standards of Journalism and Economic Constrains*

25. 01. 2008

**8. Perspectives for the International Mass Media Order**

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

*Case Study XIII: Does Globalization Increase the Diversity of the Media?*

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

*Case Study XIV: Perspectives for the Media Orders of Selected Countries*

8.3. National and International Regulation of the Media

01. 02. 2008

**Final Test**

**VL Medienmärkte**

*Prof. Dr. H.-M. Schellhaaß*

2 Std. Di 10:00 – 11:30 in XXI

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

**UE Medienmärkte**

*Christoph Fritsch (für Schellhaaß)*

2 Std. Mi 16:00 – 17:30 in S 67

**SS 2008****Hauptseminar: „Aspekte einer digitalen Medienlandschaft“**

*Prof. Dr. Horst Schellhaaß, Prof. Dr. Norbert Seidel*

Das Seminar umfasst eine Einführungsveranstaltung sowie drei Blockveranstaltungen.

Einführung: Mittwoch, den 09.04., 17:45 – 18:30 Uhr, HS XIb

1. Termin: Mittwoch, den 30.04., 13:00 – 18:30 Uhr, WDR

2. Termin: Donnerstag, den 08.05., 13:00 – 18:30 Uhr, WDR

3. Termin: Donnerstag, den 05.06., 13:00 – 18:30 Uhr, WDR

Treffpunkt für den ersten Seminartermin ist vor dem Eingang des WDR Besucherzentrums, gegenüber dem WDR Eingang Elstergasse.

**Block 1: Mittwoch, 30. April 2008, 13:00 – 18:30 Uhr****Wettbewerbstheoretische Analyse der modernen Medienlandschaft**

Rundgang durch den WDR

*Onlineaktivitäten des Öffentlich-Rechtlichen-Rundfunks aus wettbewerbstheoretischer Sicht*

Bearbeiter: Zverkova, Elena | Rau, Lorenz | Maurer, Cornelius

Koreferat: Krämer, Christopher | Groh, Carina | Herrmann, Jork

*Exklusivrechte an Sportinhalten als Wettbewerbsbeschränkung*

Bearbeiter: Kurz, Isabel | Hüffner, Constanze

Koreferat: Möller, Jens | Emery, Justin | Jesumann, Sonja

*Pay-TV vs. Free-TV: mediale Vermarktung von Profisportarten*

Bearbeiter: Ruhrmann, Alexander | Ehehalt, Selina | Sysavanh, Mary

Koreferat: Maleki, Minou | Kosak, Katharina

Abgabe der Seminararbeiten bis 21.04.08

**Block 2: Donnerstag, 08. Mai 2008 | 13:00 – 18:30 Uhr**

*Internetstrategien von Informationsanbietern Internetgeschäftsmodelle von Tageszeitungen*

Bearbeiter: Krämer, Christopher | Groh, Carina | Herrmann, Jork

Koreferat: Heidgen, Sabrina | Schäfer, Marie

*Media Bias und Reputation – Auswirkungen steigender Informationsvielfalt auf die Informationsqualität*

Bearbeiter: Ebner, Daniel | Theilacker, Florian

Koreferat: Ruhrmann, Alexander | Ehehalt, Selina | Sysavanh, Mary

*Internetpublikationen und intellektuelles Eigentum*

Bearbeiter: Behnke, Benjamin | Schaich, Andreas

Koreferat: Kurz, Isabel | Hüffner, Constanze

*Wettbewerb zwischen Onlineinformationsanbietern*

Bearbeiter: Reinhardt, Jens | Becher, Sebastian | Maskos, Nils

Koreferat: Zverkova, Elena | Rau, Lorenz | Maurer, Cornelius



Externer Referent

Abgabe der Seminararbeiten bis 24.04.08

**Block 3: Donnerstag, 05. Juni 2008 | 13:00 – 18:30 Uhr**  
**Medieninhalte unter dem Einfluss neuer Übertragungswege**

Rundgang „Digitales Wohnzimmer“

*Triple Play – Strategisches Bündeln von Informationsgütern (TV, Telefon, Internet)*

Bearbeiter: Möller, Jens | Emery, Justin | Jesumann, Sonja

Koreferat: Reinhardt, Jens | Becher, Sebastian | Maskos, Nils

*Der Einfluss personalisierter Werbung auf die Programmgestaltung*

Bearbeiter: Maleki, Minou | Kosak, Katharina

Koreferat: Behnke, Benjamin | Schaich, Andreas

*Internetstrategien der Hörfunkanbieter*

Bearbeiter: Heidgen, Sabrina | Schäfer, Marie

Koreferat: Ebner, Daniel | Theilacker, Florian

Vortrag Herr Malfeld (Sendeleiter WDR Hörfunk)

Abgabe der Seminararbeiten bis 21.05.08

**VL Medienordnung**

*Prof. Dr. H.-M. Schellhaaß*

2 Std. Di 10:00 – 11:30 in XII

- A. Die Rundfunkordnung im Wandel
- B. Marktmäßige Programmvierfalt im Fernsehen
- C. Verfassungsrechtliche Meinungsvierfalt im Fernsehen
- D. Sicherung der Meinungsvierheit im Fernsehen
- E. Ökonomische Analyse der Rundfunkgebühr
- F. Ökonomische Analyse des Buchmarktes
- G. Das Angebot an Gratiszeitungen

**UE Medienordnung**

*Dipl.-Volksw. Jan Schauerte (für Prof. Dr. H.-M. Schellhaaß)*

2 Std. Mi 16:00 – 17:30 in S 93

2 Std. Do 14:00 – 15:30 h in S 91

**1455 National and International Mass Media Orders***Dr. Manfred Kops*

11. 04. 2008

**Constitutional Meeting**

18. 04. 2008

**1. The Mass Media as an Important and Expanding Industry**

- 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

25. 04. 2008

**2. The Mass Media as a Key Institution of Public Communication**

- 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

*Case Study I: Chances and Risks of User Generated Content**Case Study II: The Mass Media Between Entertainment and Public Communication*

- 1.4. The German Mass Media Order
- 1.5. International Mass Media Orders

9. 05. 2008

**3. The Print Media**

- 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 III: The Digital Revolution and the Future of the Press**Case Study IV: Self Regulation of the Print Media?*

30. 05. 2008

**4. Broadcasting**

- 4.1. The Structure of Private Broadcasting in Germany

*Case Study V: Evaluating the Private Value of Commercial Broadcasters*

- 4.2. The Structure of Public Service Broadcasting in Germany

*Case Study VI: Evaluating the Public Value of Public Service Broadcasters*

- 4.3. Voluntary Broadcasting in Germany

*Case Study VII: Organisation, Funding, and Programming of the "Bürgerfunk"*

- 4.4. Regulation of Broadcasting in Germany

- 4.5. The German Broadcasting Order - internationally compared

06. 06. 2008

**5. Films**

- 5.1. The Structure of the Private German Film Industry

- 5.2. Economic Peculiarities of Films

*Case Study VIII: Calculating the Costs and Returns of Films*

- 5.3. The Regulation of the Private German Film Industry

*Case Study IX: State Aids for the Film Industry?*



13. 06. 2008

## 6. Online Services

- 6.1. The Structure of Private Online Services in Germany
- 6.2. The Structure of Public Service Online Services in Germany
- 6.3. National and International Regulation of Online Services
- Case Study X: Online Services as a New Element of Public Communication?*
- Case Study XI: Patterns of Mass Media Usage of Young People*
- Case Study XII: Legal Limits for Online Services of Public Service Broadcasters*

20. 06. 2008

## 7. Perspectives for the German Mass Media Order

- 7.1. The Importance of the Different Media over Time
- 7.2. The Market as the Dominant Provider of the Media?
- Case Study XIII: The Future of the German License Fee*
- 7.3. Regulated Self-Regulation of the Media?
- Case Study XIV: The Future of the Deutsche Welle*
- Case Study XV: Digitalisation and Commercial Funding of the Mass Media*

27. 06. 2008

## 8. Perspectives for the International Mass Media Order

- 8.1. The Economic and Political Consequences of Globalization for the Media
- Case Study XVI: Does Globalization Increase the Diversity of the Media?*
- 8.2. The Market, the State, and the Civil Society as Providers of the Media
- Case Study XVII: Perspectives for the Media Orders of Selected Countries*
- 8.3. National and International Regulation of the Media

11. 07. 2008

## Final Test

**WS 2008/2009**

### **Hauptseminar zur Rundfunkökonomie Blockseminar mit Exkursion**

**„Ausgewählte Aspekte des Managements von Rundfunkunternehmen“**

*Prof. Dr. Norbert Seidel*

- A. Sammelsprechstunde zu den Referatsthemen am Donnerstag, 16. Oktober 2008 in der Uni Köln, Raum 64 Seminar für Allg. BWL, Supply Chain Management und Produktion, 17.00 Uhr s. t.
- B. Abgabe der Referate bis Freitag, 30.11.2008, Themen:
  - 1. Unterschiede in der Organisationsstruktur von privatwirtschaftlich organisierten und öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen in Europa
  - 2. Überblick über die Finanzierungsstruktur von privaten Medienunternehmen in Europa





3. Online-Aktivitäten von öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen in Europa aus betriebswirtschaftlicher Perspektive
4. Kommerzielle Aktivitäten öffentlicher Rundfunkanstalten vor dem Hintergrund des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags
5. Die Programmverbreitung von Rundfunkunternehmen aus betriebswirtschaftlicher Sicht
6. Methoden zur Kostensteuerung im TV-Produktionsbereich
7. Ökonomische Bedeutung und Ausgestaltung der Filmförderung in Deutschland und Europa
8. Auswirkungen der Digitalisierung im Mediensektor auf die Wettbewerbsstrategien von Medienunternehmen
9. Marktstrategien für Hörfunkanbieter
10. Online-Strategien privater Rundfunkunternehmen in Europa

### C. Blockseminar im Westdeutschen Rundfunk

#### Tag 1:

Veranstaltungsdauer von 9 bis ca. 18 Uhr am Donnerstag, 08. Januar 2009, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.

- I. Allgemeiner Teil
  1. Rechtliche und ökonomische Grundlagen des Rundfunks
  2. Finanzierung von Rundfunkveranstaltern
  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 Donnerstag, 22. Januar 2009, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.

- IV. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 2

Die Teilnehmerzahl ist auf 20 begrenzt. Für die erfolgreiche Teilnahme und Abgabe eines Referates zu einem der unter B genannten Themen erhalten sie 7 Bonuspunkte und einen Leistungsnachweis in Spezieller VWL. Ab dem 15. September 2008 ist ein Rücktritt nicht mehr möglich. Die Nichtabgabe oder nichtfristgerechte Abgabe des schriftlichen Referats wird mit 7 Maluspunkten geahndet. Anmeldung ab dem 1. September 2008 15 Uhr ausschließlich auf der Webseite des Instituts für Rundfunkökonomie.



**VL „Aktuelle Themen der Medienwirtschaft“**  
2 Std. Di. 17:45 - 19:15h in HS 172, IBW-Gebäude  
*Hans W. Färber*

**A.) Mediensysteme in der BRD [14. 10. 2008]**

1. Ziel der Vorlesung „Aktuelle Themen der Medienwirtschaft“
2. Allgemeines
  - a. Unterscheidungskriterien verschiedener Massenmedien
  - b. Überblick über die TIME-Branche
3. Geschichtlicher Überblick über die Entwicklung des Rundfunks in Deutschland
  - a. Die Entstehung des Rundfunks in Deutschland
  - b. Die Rundfunk-Urteile des Bundesverfassungsgerichts
4. Aufgaben und Ziele der verschiedenen Medienunternehmen
  - a. Printmedien
  - b. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk
  - c. Privater Rundfunk
  - d. Online-Medien
5. Konzentration von Medienunternehmen in Deutschland
6. Kontrolle des Rundfunks in NRW durch die LfM
7. Die neue Situation
  - a. Die wesentlichen Änderungen bzw. Festlegungen des 12. RStÄV
8. Europa und der Rundfunk in der BRD
  - a. Die EG-Fernsehrichtlinie
  - b. Die Entscheidung der Europäischen Kommission vom 24. 04. 2007

**B.) Auswirkungen der EU-Vorgaben auf die Medien [21.10.2008, 28.10.2008]**

- I.) Allgemeiner Überblick
  1. Von den EWGen zu der EU
  2. Verhältnis EU-Mitgliedsstaaten
  3. Allgemeine Rechtsgrundsätze
- II.) Rechtsgebiete konkreter Einwirkungen
  1. Dienstleistungsfreiheit: Von der Fernsehrichtlinie zur Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste
  2. Wettbewerbsrecht
    - c. Kartellrecht
    - d. Beihilferecht
    - e. Vergaberecht
  3. Kulturförderung
  4. Informationsgesellschaft: Telekommunikation
  5. Außenhandel (WTO/GATS)
  6. Sonstiges
- III.) Internationale Institutionen
  1. Europarat
  2. Unesco: Übereinkommen über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen
- IV.) Ausblick

1. Voranschreitende Ökonomisierung aller Rechtsgebiete/Lebensbereiche
2. Deregulierung oder Überregulierung?
3. In Brüssel spielt die Musik...

**C.) Finanzierung der Mediensysteme [04.11.2008, 11.11.2008, 18.11.2008]**

1. Grundsätzliche Finanzierung
2. Printmedien
  - a. Finanzierungsquellen für Printmedienunternehmen
  - b. Geschäftsmodelle für Printmedienunternehmen
  - c. Wirtschaftlichkeit von Printmedienunternehmen
3. Private Hörfunk- und Fernsehgesellschaften
  - a. Finanzierungsquellen für private Hörfunk- und Fernsehgesellschaften
  - b. Geschäftsmodelle für private Hörfunk- und Fernsehgesellschaften
  - c. Wirtschaftlichkeit von privaten Hörfunk- und Fernsehgesellschaften
4. Online-Medien
  - a. Finanzierungsquellen für Online-Medien
  - b. Geschäftsmodelle für Online-Medien
  - c. Wirtschaftlichkeit von Online-Medien
5. Öffentlich-rechtliche Hörfunk- und Fernsehgesellschaften
  - a. Finanzierungsquellen für öffentlich-rechtliche Hörfunk- und Fernsehgesellschaften (Gebühren, Werbung, Programmverwertungen, sonst.)
  - b. Geschäftsmodell für öffentlich-rechtliche Hörfunk- und Fernsehgesellschaften
  - c. Verfahren der Rundfunkgebührenfestsetzung (KEF)
  - d. Gebühreneinzugszentrale (GEZ)
  - e. Herausforderungen und Besonderheiten der Wirtschaftlichkeitsbestimmung bei öffentlich-rechtl. Hörfunk- und Fernsehgesellschaften
6. Finanzierungsstrategien
  - a. Programmvertrieb
  - b. Programmverwertung

**D.) Werbung und Sponsoring [25.11.2008]**

1. Marketing Mix
2. Werbemarkt
3. Abgrenzung von Werbung und Sponsoring
4. Product Placement / Themenplacement
5. Ziele der werbetreibenden Wirtschaft
6. Möglichkeiten und Grenzen von Werbung und Sponsoring in den Medien
7. Veränderungen durch das duale System
8. Kritik an der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk
9. Werbeäquivalent beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk

**E.) Technische Entwicklungen im Medienbereich u. deren Herausforderungen;  
Digitalisierung im Hörfunk und Fernsehen - Distribution [02.12.2008]**

1. Systematische Unterschiede zwischen analoger und digitaler Verbreitung
2. Regulatorische Neuerungen



3. Betrachtung verschiedener Systeme / Digitalisierungsvorgänge (DAB alt [Start Ende der 90er], DAB neu, HD-Radio [USA], XM / Sirius [USA], Worldspace, DVB-T, DVB-S, DVB-C, HDTV- Verteilung in allen FS-Systemen)
4. HDTV
5. Debatte um die sogenannte „Digitale Dividende“ und den Anspruch darauf
6. Verschlüsselung, Aufzeichnungs-Blockierung, Geo-Blocking und ähnliche Maßnahmen zur Steuerung von Nutzung und Verbreitung
7. Verwischen der Grenzen zwischen linearer Distribution und on-demand-Nutzung? (Mediatheken, Portale wie YouTube, Online-Videotheken)

**F.) Technische Entwicklungen im Medienbereich u. deren Herausforderungen;  
Digitalisierung im Hörfunk und Fernsehen - Produktion [09.12.2008]**

1. Systematische Unterscheidung der Aufgaben, die mit „Digitalisierung“ einerseits und mit „Vernetzung von Produktionsmitteln“ andererseits einhergehen
2. Fragen von Workflows und Berufsbildern
3. Problem der Bereitstellung von „Metadaten“ aller Art
4. Folgen der IT-Basierung von Rundfunkproduktion
  - a. Komplexität
  - b. Fehlende „haptische Durchschaubarkeit“
  - c. Verschiedene Wege zu hoher Betriebssicherheit
5. Spagat zwischen Amateur-Technik und immer komplexerer und teurerer Broadcast-Spezialtechnik
6. Suche nach Investitionssicherheit
7. Formatfrage bei HDTV und d. Auswirkungen (720p, 1080i, 1080p, sonst.)
8. Ton: Bedeutung von Surround-Sound

**G.) Medienspezifische Anforderungen an d. Personalmanagement [16.12.2008]**

1. Besondere Anforderungen in einem öffentl.-rechtl.Rundfunkunternehmen
2. Determinanten des Personalbedarfs
  - a. Externe Determinanten
  - b. Interne Determinanten
3. Personalbedarfsplanung
  - a. Quantitative Aspekte
  - b. Qualitative Aspekte
  - c. Arten der Beschäftigungsverhältnisse
4. Personalbeschaffung
  - a. Interner Arbeitsmarkt
  - b. Externer Arbeitsmarkt
  - c. CV und Werdegänge von Spezialisten in den Medien
  - d. Abschluss von Arbeitsverträgen
5. Regelungen in bestehenden Arbeitsverhältnissen
  - a. Gesetze
  - b. Tarifverträge
  - c. Dienstvereinbarungen
6. Personaleinsatzplanung
  - a. Grundsatz: Direktionsrecht des Arbeitgebers



- b. Arbeitszeitgestaltung / Arbeitszeitmanagement
- c. Einsatz an wechselnden Arbeitsorten
- 7. Mitbestimmung im Unternehmen
- 8. Personalentwicklung und -führung
- 9. Personalcontrolling und finanzpolitische Bedeutung der Personalkosten
  - a. Personalkostenstruktur
  - b. Personalkostenplanung
  - c. Personalcontrolling

#### **H.) Programmplanung, -steuerung und -bewertung [13.01.2009]**

##### Teil A: Marktforschung

- 1. Wie wird die Fernsehnutzung gemessen?
- 2. Fernsehforschung als Instrument d. Investitionsplanung und -kontrolle
- 3. Basisdaten zur Fernsehnutzung und zum Fernsehmarkt

##### Teil B: Programmplanung, -steuerung und -bewertung

- 1. Kriterien einer erfolgreichen Programmplanung
- 2. Programmbewertung und -controlling
  - a. Akzeptanz
  - b. Qualität
  - c. Kosten
- 3. Programmentwicklung: Trends und neue Formate

#### **I.) Programmverwertungen / Lizenzmanagement [20.01.2009]**

- 1. Programmverwertungen
  - a. Programmverwertungen gemäß WDR-Gesetz
  - b. Programmverwertungen kommerzieller und nicht-kommerzieller Art
- 2. Lizenzmanagement
  - a. Grundlagen des Lizenzmanagements
  - b. Lizenzmanagement beim WDR

#### **Klausur [27.01.2009]**

#### **Klausurnachbesprechung / Nachbesprechung der Vorlesung [03.02.2009]**

### **Übung zu Aktuelle Themen der Medienwirtschaft**

*Assistenten des Lehrstuhls*

2 Std. Mi. 16:00 - 17:30h in HS XI b

Beginn: Mi 22.10.2008

**VL Theorie und Politik der Medienwirtschaft***Horst Schellhaaß*

2 Std. Di 10:00 – 11:30 h in HS XII

- A. Der Reputationsaufbau im Fernsehen
- B. Die Ökonomie der Superstars
- C. Konsumkapital als Erfolgsbedingung für Medienpräsenz
- D. Das Grundmodell zweiseitiger Märkte
- E. Die Vermarktung von Sportligen
- F. Die Absicherung des Risikos im Fernsehvertrag

Hinweise:

Die Veranstaltung ersetzt die bisherige Veranstaltung "Medienmärkte". Studierende, welche zu der Vorlesung bereits unter diesem Titel eine Prüfung erfolgreich abgelegt haben, können sich nicht für die Klausur "Theorie und Politik der Medienwirtschaft" anmelden.

**Übung zu Theorie und Politik der Medienwirtschaft***Assistenten des Lehrstuhls*

2 Std. Mi 14:00 – 15:30 h in HS XI b

2 Std. Mo 14:00 – 15:30 h in Raum 410 (WiSo-Gebäude)

Beginn: Mi 22. 10. 2008

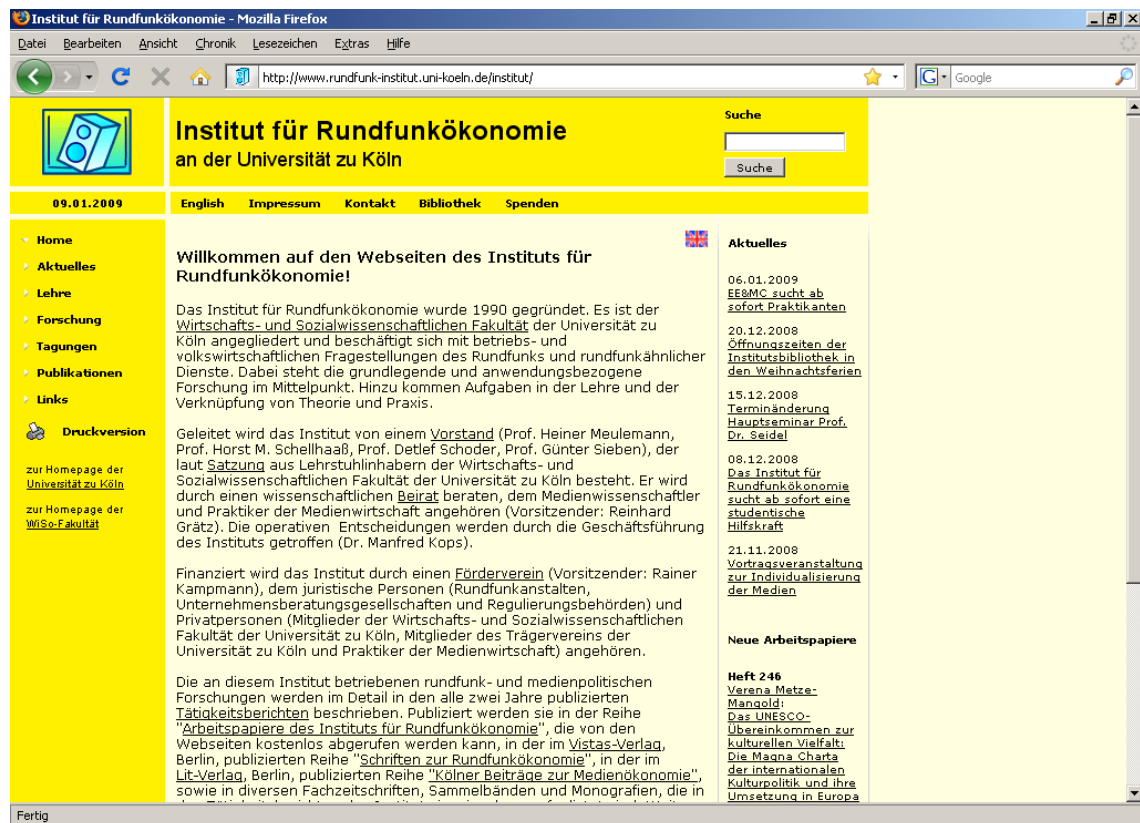
## 7. Das Institut für Rundfunkökonomie im Internet

### 7.1. Allgemeines

Wie in den letzten Tätigkeitsberichten bereits ausführlicher dargestellt wurde, ist es aufgrund der sich rasch verändernden Web-Technologie erforderlich, das Layout der Webseiten permanent zu verbessern. Auch nach dem im Jahr 2004 vorgenommenen Wechsel der Software zur Website-Gestaltung und der damit verbundenen grundlegenden Überarbeitung des Layouts sind die Inhalte ständig aktualisiert und weiter ausgeweitet worden; dabei sind auch der Aufbau und die Strukturen unserer Websites weiter verbessert worden. Abbildung 2 zeigt den derzeitigen Aufbau unserer Websites, die unter <http://www.rundfunkinstitut.uni-koeln.de> von den Servern des Regionalen 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 "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.



3. 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.
5. 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.).
6. 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 zu Kontaktinformationen der Direktoren und Mitarbeiter des Instituts sowie einen Suchalgorithmus, mit dessen Hilfe die Webseiten des Instituts nach Stichworten durchsucht werden können.

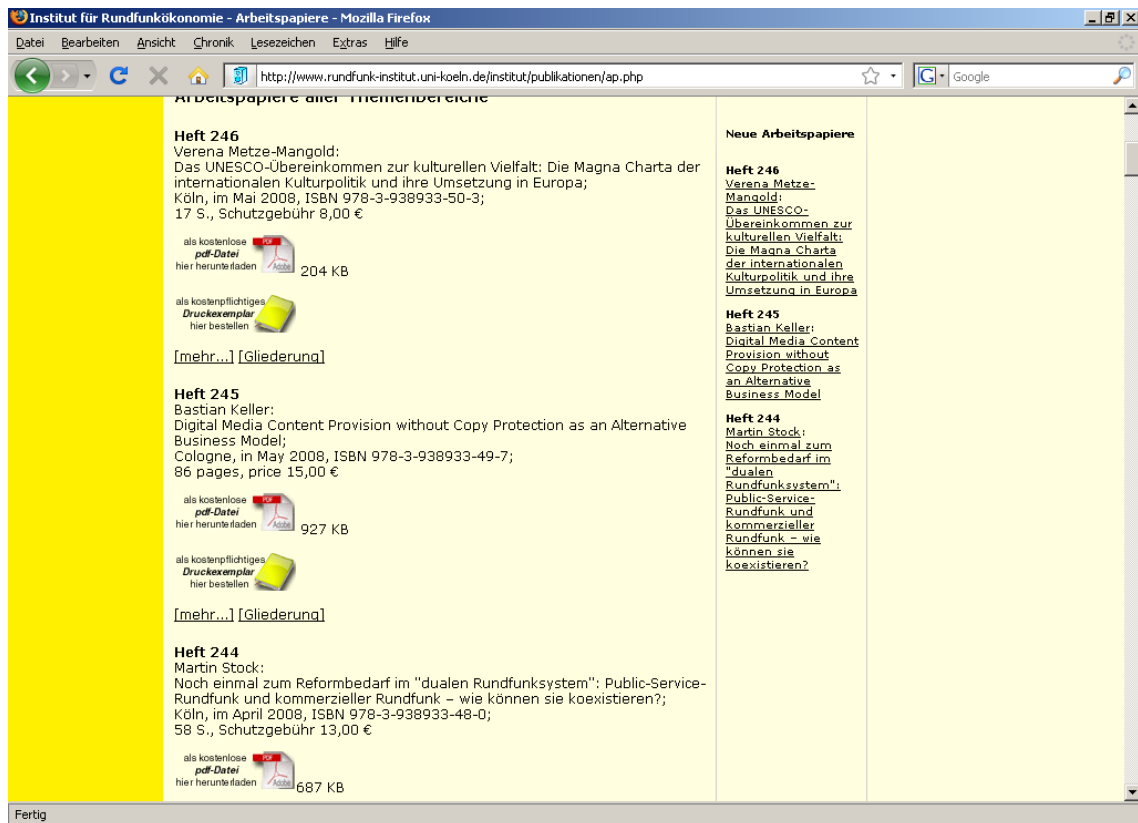
Wie in den Vorjahren wurde auch im Berichtszeitraum die Zahl der englischsprachigen Informationen erhöht. So sind jetzt neben der Willkommenseite auch Beschreibungen des Instituts mit Kontaktinformationen, Bibliotheksöffnungszeiten und Lageplan, die Anleitung zum Download der Arbeitspapiere und Darstellung anderer Publikationen der Forschungs- und Lehreaktivitäten des Instituts sowie der Haftungsausschluss und die Linkliste in englischer Sprache verfügbar. Diese lassen sich ansteuern, indem ein im oberen linken Fensterbereich enthaltenes Symbol (Union Jack) angeklickt wird. Zudem kann über die Schaltfläche „English“ im oberen Frame-Fensters die Navigationsseite für englischsprachige Webseiteninhalte aufgerufen werden (vgl. Abbildung 2).

## **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 auf Knopfdruck weltweit zur Verfügung. Vorteilhaft ist hierbei auch, dass es mit Hilfe der neueren "Suchmaschinen", die eine Volltextrecherche aller im Internet vorhandenen Texte vornehmen können, allen Internet-Usern möglich ist, die ein bestimmtes Suchwort enthaltenden Arbeitspapiere ohne größeren Aufwand und innerhalb kürzester Suchzeiten zu finden. Zudem können die Arbeitspapiere dort über ein elektronisches Formal auch als kostenpflichtige Druckexemplare bestellt werden.



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



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

### 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). Der teilweise Umstieg auf ein neues Auswertungsprogramm erschwert zwar einen Vergleich mit den Daten vorheriger Jahre, weil die die Kennzahlen je nach Serverkonfiguration verschiedener Programme voneinander abweichen können. Dessen ungeachtet haben sich die Zugriffe auch im Berichtszeitraum weiter erhöht, allerdings nicht mehr mit den Zuwachsraten früherer Jahre.



Abbildung 4:  
Zugriffsstatistiken der Webseiten des Instituts; Januar 2007 – Dezember 2008

	Seitenanfragen (Hits)	Dateiabrufe (Files)	Seitenabrufe (Pages)
Januar 2007	144.894	89.301	36.442
Februar 2007	132.450	84.927	39.345
März 2007	123.409	81.951	32.910
April 2007	144.653	85.886	39.797
Mai 2007	139.822	86.613	41.888
Juni 2007	162.136	94.169	49.854
Juli 2007	128.672	85.898	41.583
August 2007	146.517	94.552	46.728
Sept. 2007	130.436	78.934	33.155
Oktober 2007	104.540	58.245	24.863
November 2007	149.782	94.433	40.403
Dezember 2007	132.164	80.534	37.702
<b>Summe</b>	<b>1.639.475</b>	<b>1.015.443</b>	<b>464.670</b>
Januar 2008	154.336	92.121	44.980
Februar 2008	106.631	59.339	29.084
März 2008	195.720	74.473	48.203
April 2008	206.159	93.081	60.475
Mai 2008	150.158	87.686	52.137
Juni 2008	142.413	87.295	52.055
Juli 2008	141.341	85.541	50.984
August 2008	101.705	55.254	30.559
Sept. 2008	91.738	54.602	27.873
Oktober 2008	101.512	58.827	32.888
November 2008	104.861	58.044	30.312
Dezember 2008	86.398	51.425	27.349
<b>Summe</b>	<b>1.582.972</b>	<b>857.688</b>	<b>486.899</b>

Abbildung 4 dokumentiert die Zahlen im Einzelnen. Im Gegensatz zu früheren Tätigkeitsberichten wird dort die Zahl der „Visits“ nicht mehr ausgewiesen (sie werden vom Rechenzentrum aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht mehr ermittelt). Stattdessen werden nun zusätzlich zu den Seitenanfragen („Hits“) auch Dateiabrufe bzw. „Files“ sowie Seitenabrufe bzw. „Pages“ ausgewertet. Im April 2008 wurde mit 206 Tsd. Hits der höchste Monatswert innerhalb des Berichtszeitraums erreicht. In diesem Monat haben auch die meisten Seitenaufrufe (Pages) stattgefunden (60.475). Die höchsten Dateiabrufe konnten im August 2007 festgestellt werden (94.552). Insgesamt gab es im Jahr 2007 1.639.475 Hits (davon 1.015.443 Dateiabrufe und 464.670 Seitenabrufe) und im Jahr 2008 1.582.972 Hits (davon Dateiabrufe 857.688 und 486.899 Seitenabrufe).

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 779.617 Mal Gebrauch gemacht (gegenüber dem Zeitraum 2005 - 2006, in dem 660.021 Downloads zu verzeichnen waren, ist dies eine Steigerung um ca. 20 %). Der Rückgang der Gesamtzugriffe in den Monaten August – Dezember 2008 (siehe Abbildung 4) erklärt sich daraus, dass in diesem Zeitraum keine neuen Arbeitspapiere veröffentlicht wurden. Die kostenfreie Publikation von Arbeitsergebnissen in dieser Reihe ist somit von zentraler Bedeutung für das Interesse der Internetnutzer und damit auch für die Nutzung der Webseiten des Instituts insgesamt. – Abbildung 5 ordnet die einzelnen Titel dieser Reihe nach der Zahl der Abrufe.

Abbildung 5:

Nutzungsstatistiken der Reihe Arbeitspapiere, Januar 2007 bis Dezember 2008

Heftnr.	Abrufe (Hits)	Autor	Thema
203	61.014	Slama	Das Schwarzseher-Problem beim Pay-TV
179	31.835	Knappe	Die deutsche Fernsehindustrie: Eine Analyse der Wettbewerbsstrategien vor dem Hintergrund zunehmender Digitalisierung ...
209	24.301	Trefzger	Mobile TV-Launch in Germany - Challenges and Implications
213	22.847	Eggert	Cross-Channel-Konzeptionen für TV Formate. Möglichkeiten und Grenzen einer integrierten Vermarktung
220	19.021	Tegge	Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Markt für Fernsehprogramme
230	18.958	Rogge	Nutzergenerierte Inhalte als Erlösquelle für Medienunternehmen
190	18.077	Petersen	"Serien-Spin-Off" als Strategie der Programmentwicklung
164	17.218	Jäger	Ursachen verändernder Mediennutzung
155	16.618	Usadel	Target Costing für TV-Produktionsunternehmen
210	16.512	Westebbe	Bedarfsanalysen von Käufertypen als Grundlage eines Showplanungskonzepts im Tele-Shopping
188	16.425	Eickhoff/ Hutt	Gegenwärtige Ausgestaltung und wünschenswerte Fortentwicklung der Fernsehordnung der Volksrepublik China ...
153	15.201	Bauder	Der deutsche Free-TV-Markt: Chancen für neue Anbieter?
184	13.253	Bornemann	Das digitale Programmangebot werbefinanzierter Fernsehveranstalter
238	10.713	Wolf	Wie verzichtbar wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch die Digitalisierung?
56	10.265	Nafziger/ Schwertzel	Kennziffern
69	9.904	Friedrich	Planung der Programmbeschaffung in öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten
181	9.842	Meyer	Die Qualität der Online-Angebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender im Vergleich...
159	8.788	Meier	Von der Sendeplatzverwaltung zum kompetitiven "programming"
206	8.726	Bomas	Der duale Rundfunk. Seine Bedeutung für die Entwicklung des Rundfunkmarktes
221	7.824	IRÖ	Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 2005 und 2006
180	7.292	Khabyuk	Der ukrainische Rundfunk zwischen Staat und Markt. ...
63	6.806	Schneider	Möglichkeiten und Grenzen finanzwirtschaftlicher Kennzahlen im Rahmen einer rundfunkspezifischen Controlling-Konzeption für öffentliche-rechtliche Rundfunkanstalten



154	6.761	Kroh	Marktchancen von Internet-Radioanbietern
131	6.371	Loseff-Tillmanns,/ Kops	Public Communication and the New Media
61	6.296	Fuchs	Projektcontrolling bei TV-Spielfilmen
204	6.191	Kops	German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective
172	6.131	Schellhaaß	Strategien zur Vermarktung des Sports im Fernsehen
216	5.956	Gläser	Programm-Marketing öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten
156	5.651	Ollig	Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten ausländischer Fernsehprogrammanbieter in der VR China
191	5.384	Türker	The Optimal Design of a Search Engine from an Agency Theory Perspective
171	5.243	Gehring	Aufstieg und Fall der Kirch-Gruppe. Eine institutionenökonomische Erklärung
215e	5.162	Kops	The German Broadcasting Order. A Model for China?
217	4.998	Elitz/ Stammler	Programmliche Selbstverpflichtungen und Medienqualität. Ein Projekt zur Sicherung der Qualität in den elektronischen Medien
201	4.626	Rossen-Stadtfeld	Funktion und Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Kulturauftrags im dualen Rundfunksystem
186	4.565	Frisch	"Soccer?" - "Futból": Zielgruppenorientierte Strategien zur Fernsehvermarktung als Schwellensportart in den USA
211	4.542	Kops	Globalisierung der Medienwirtschaft. Nutzen und Kosten, Gewinner und Verlierer
7	4.378	IRÖ	Controlling für öffentlich-rechtliche Fernsehunternehmen
189c	4.289	Guo	WTO、媒介“产业化”与中国电视
195	4.231	IRÖ	Tätigkeitsbericht des Instituts 2003 - 2004
234	4.112	Bensinger/ Sokoll	Die EU-Vorgaben für kommerzielle Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Umsetzung und Konsequenzen ...
24	4.045	Kleine-Erfkamp	Szenarioanalyse für die Verbreitung von Fernsehprogrammen über Terrestrik, BK-Netze und Satellit in der BRD bis ins Jahr 2000
14	4.037	Kantimm	Ökonomische Rechtfertigung und Marktchancen von Spartenrundfunkveranstaltern in Europa
244	4.036	Stock	Noch einmal zum Reformbedarf im "dualen Rundfunksystem"...
29	3.920	Kops	Darstellung und Systematisierung der Vorschläge zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
205e	3.852	Ollig	Chinese TV Programmes for Foreign Countries? A Consumer Theory Perspective
12	3.851	Holtmann	Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikationspolitik öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten am Beispiel des WDR
183	3.813	Loebbecke et al.	Betriebswirtschaftliche Betrachtung öffentlich-rechtlicher TV-Online-Aktivitäten
30	3.757	Kamps	Prozesskostenrechnung im WDR - Einsatzmöglichkeiten und Grenzen, dargestellt am Beispiel des Filmarchivs
178	3.680	Eberle	Formen der Finanzierung öffentlich-rechtlicher Online-Angebote
208	3.616	Faber/ Xiaomei	Rechtliche Rahmenbedingungen für Film und Fernsehen in China
193	3.612	Libertus	Essential Aspects Concerning the Regulation of the German Broadcasting System. Historical, Constitutional and Legal Outlines
104	3.552	Susallek	Management Informationssysteme in der ARD als Instrumente rationaler Willensbildung
226	3.534	Stock	Islam im Rundfunk – wie eigentlich? Auf dem Weg zu muslimischer kommunikativer Präsenz in deutschen Rundfunkprogrammen



116	3.459	Geschwandtner-Andreß	Medienwirtschaft in Köln. Theoretische Erklärungsansätze und politische Bestimmungsfaktoren eines regionalen Produktionsclusters Medien
194	3.368	Gomolka	Content Management im öffentlich-rechtlichen Rundfunk – Grundlagen, rundfunkökonomische Einordnung und Fallbeispiel
64	3.316	IRÖ	Hinweise zur Erstellung von Seminar- und Diplomarbeiten am Institut für Rundfunkökonomie
197	3.313	Meier	„Für ein paar Cent weniger“? Ein Beitrag zur aktuellen Rundfunkgebührenpolitik
202	3.258	Eckhardt	Wie erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag? Empirische Langzeitstudie
144	3.250	Kops	Produktionssteuerung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk
146	3.235	Esser	Wirtschaftlichkeitsanalyse werbefinanzierter Lokalfernsehveranstalter, analysiert anhand der ökonomischen Klubgütertheorie
122	3.221	Schössler	Konsequenzen der Digitalisierung für werbefinanzierte TV-Veranstalter
187	3.208	Rohn	Media Companies and Their Strategies in Foreign Television Markets
218	3.167	Pleitgen	Kooperation zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und der Deutschen Welle
212	3.144	Metze-Mangold/Oeter	Zwischen Welthandel und kultureller Vielfalt - Welchen Spielraum lassen WTO und UNESCO für die Regulierung der audiovisuellen Medien?
44	3.059	Holthaus	Realisationschancen für Lokales Fernsehen am Beispiel einer Wirtschaftlichkeitsberechnung für ausgewählte Gebiete NRWs
211e	3.026	Kops	Globalising Media Markets. Benefits and Costs, Winners and Losers
67	2.996	Michaelson	Marktstrategien für Pay-per-view-Veranstalter
227	2.995	Khabyuk	Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Ukraine: Voraussetzungen und verpasste Gelegenheiten;
16	2.990	Fahle	Die Ausrichtung der Programmgestaltung öffentlich-rechtlicher und privater TV-Anbieter auf die Vermarktung von Werbezeiten
2	2.952	Kops/Hansmeyer	Ökonomische Begründung und Ausgestaltung einer föderalen Rundfunkordnung
200	2.949	Kops	German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective
199	2.879	Blanke	Entscheidungs- und marktorientierte Kosten- und Leistungsrechnung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
15	2.864	Wurth	Programmstruktureffekte alternativer Formen privater Rundfunkfinanzierung am Beispiel eines Kinderprogramms
106	2.762	Holtmann	Programmbeschaffung und -entwicklung werbefinanzierter TV-Programmanbieter aus der Perspektive der Programmplanung
162	2.658	IRÖ	Tätigkeitsbericht 2001-2002
66	2.635	Sieben/Schwertzel	Controlling für Rundfunkanbieter
142	2.613	Spallek	Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Informationsgesellschaft. Eine Analyse ausgewählter Strategiepapiere
78	2.595	IRÖ	Tätigkeitsbericht 1995 – 1996
196	2.593	Kops	Soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Nachfrage seiner Zuhörer und Zuschauer korrigieren?
240	2.587	Kops	Die Globalisierung als Herausforderung für den deutschen Auslandsrundfunk
176	2.574	Grimm	Anforderungen an künftige Medienordnungen



70	2.518	Bergmann	Erfolgsindikatoren für Fernsehprogrammangebote zur Erreichung jugendlicher Zielgruppen ...
219	2.456	Witschi	Die programmlichen und finanziellen Konsequenzen neuer Verbreitungswege für den Auslandsrundfunk am Beispiel von swissinfo
215d	2.445	Kops	Die deutsche Rundfunkordnung. Ein Modell für China?
89	2.444	Schaar- mann	Hörer- und Kundenbindung im Hörfunk - dargestellt am Beispiel des Senders Eins Live
165	2.420	Jäger	Die Folgen einer sich verändernden Mediennutzung für das Aufkommen aus der Rundfunkgebühr
132	2.401	May	Der gebundene Buchpreis. Eine ökonomische Betrachtung
5	2.399	Droste	Komplementäre oder substitutive Beziehungen zwischen Rundfunk und Printmedien
175	2.392	Fischer	Understanding Marketisation within the Chinese Information Sector- Taking Television as an Example
225	2.346	Schellhaaß	Die Fußballweltmeisterschaft im Programm der Deutschen Welle
224	2.293	Niepalla	Die Deutsche Welle als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation
214	2.263	Elitz	Quality Management: Untapped Economic Potential of German Broadcasting Services
189	2.208	Eickhoff/ Hutt	Gegenwärtige Ausgestaltung und wünschenswerte Fortentwicklung der Fernsehordnung der Volksrepublik China am Beispiel von China Central Television (CCTV)
115	2.194	Kops	Nationale Konzentrationsschranken und internationale Wettbewerbsfähigkeit von Fernsehveranstaltern
192	2.185	Metze- Mangold	Zur Begleitung der Entstehung einer UNESCO-Konvention zur kulturellen Vielfalt
207	2.169	Bensinger	Co-Operation with China in the TV Sector
138	2.166	Ricken	Risikomanagement für Fernsehunternehmen. Mögliche Strategien für Vollprogrammanbieter
6	2.089	Oltmanns	Das öffentlich-rechtliche TV-Angebot 1952 bis 1991 und seine Nutzung
227e	2.046	Khabyuk	The Introduction of Public Service Broadcasting in Ukraine: Preconditions and Missed Opportunities
228	2.012	Hartstein	Die Optimierung der Angebote der Deutschen Welle als strategische Aufgabe
182	1.980	Rebmann	Online-Dienste als wettbewerbswidrige Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
120	1.969	Bauder	Die Medienkonzerne Time Warner und News Corporation Ltd. - Ein Vergleich ihrer Anpassungsfähigkeit ...
28	1.956	IRÖ	Tätigkeitsbericht für die Jahre 1993 und 1994
177	1.921	Voß	Online-Dienste als unverzichtbare Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
3	1.895	IRÖ	Tätigkeitsbericht für die Jahre 1991 und 1992
86	1.854	Horstmann	Programmcontrolling bei öffentlich-rechtlichen und privatrechtlichen Fernsehveranstaltern - dargestellt am Beispiel ...
185	1.853	Eckhardt	Qualität des Hörfunkangebots aus der Sicht von Zielgruppen-Elitenbefragung des DeutschlandRadio
232	1.852	Stock	Der öffentlich-rechtliche Auslandsrundfunk als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation
198	1.848	Niepalla	Selbstverpflichtungserklärungen als Instrument der Qualitätssicherung - Positionen und Erfahrungen der Deutschen Welle -
49	1.715	Föll	Corporate Identity bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
100	1.709	Kops	Prinzipien der Gestaltung von Rundfunkordnungen. Ökonomische Grundlagen und rundfunkpolitische Konsequenzen
9	1.679	Heinrich et al.	Perspektiven des Fernsehangebots in Deutschland
147	1.661	Hoff	Technische Konvergenz - Fakten und Perspektiven





75	1.619	Demmer	Auswirkungen der europäischen Rundfunkstrukturpolitik auf den Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland
107	1.598	Eckhardt	Strukturen, Aufgaben und Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Kräftefeld der Politik der Politik
108	1.585	IRÖ	Tätigkeitsbericht 1997 und 1998
163	1.556	Schellhaaß	Die Rundfunkordnung aus institutionenökonomischer Sicht
205c	1.540	Ollig	中国电视节目的出口：一种消费理论的透视
143	1.515	IRÖ	Tätigkeitsbericht des Instituts 1999 und 2000
54	1.499	Drees	Controlling für werbefinanzierte Musikfernsehveranstalter
88	1.469	Luxenburger	Möglichkeiten einer strategischen Reorganisation der ARD unter Zuhilfenahme der Konzeption der Transnationalen Unternehmung
222	1.450	何勇 (译者)	德国广播电视州际协议
127	1.431	Pleitgen	Der Sport im Fernsehen
170	1.396	Michel	Die Bedeutung der "World Trade Organisation" (WTO) und des "General Agreement on Trade in Service" (GATS) für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk
130	1.384	Duvinage	Der Sport im Fernsehen. Die Sicht der Rechteagenturen
200c	1.383	Kops	将德国的电视节目卖给中国？一个政治经济学的分析
126	1.348	Olschewski	Planung des wirtschaftlichen Einsatzes von Programm-Trailern im Programm von Fernsehveranstaltern
145se	1.265	Kops	What is Public Service Broadcasting and How Should It Be Financed?
123	1.255	Kops	Diversifizierte Verfahren zur Bereitstellung von Informationsgütern
13	1.254	Muck	Der mit der Einführung von DAB entstehende Bedarf zur Regulierung der Hörfunk-Übertragung
160	1.252	Klee	Afrikas Medien im Griff der Global Player und der eigenen Machthaber
118	1.222	Kops	Combating Media Concentration in a Globalisation World Economy
76	1.195	Grätz/Bohnsack	Die Regionalberichterstattung als wichtiger Bestandteil des WDR-Fernsehens
229	1.156	Kleinsteuer	Sieben Jahre im Rundfunkrat der Deutschen Welle. Expeditionen eines Wissenschaftlers in die medienpolitische Praxis
119	1.150	Kops	Nationale Konzentrationsschranken für Fernsehveranstalter bei zunehmender Globalisierung der Medienwirtschaft
227u	1.147	Khabyuk	Передумови впровадження суспільно-правового мовлення в ...
72	1.126	Kops	Rechtfertigen Nachfragemängel eine Regulierung von Rundfunkprogrammen?
60	1.123	Sieben/Schwertzel	Finanzierung und Wirtschaftlichkeit lokaler Fernsehveranstalter
51	1.114	Hadamer	Planungs- und Rechnungslegungsinstrumente im Rahmen des WDR-Finanzcontrolling; Stand und mögliche Weiterentwicklung
157	1.101	Brem	Merchandising und Licensing für Rundfunkunternehmen
211c	1.099	Kops	媒介市场的全球化？代价和收益，受益者和受损者
98	1.098	Schöneberger	Ökonomische Grundfragen des Fernsehens
94	1.079	Dörr	Die öffentlich-rechtliche Rundfunkfinanzierung und die Vorgaben des EG-Vertrages
55	1.047	Mattke	Die Abgrenzung von Rundfunkangeboten mit Hilfe der ökonomischen Clubgütertheorie: das Beispiel des multilingualen Südafrika
233	1.037	Scharping	Administration, Control and Censorship in the Chinese Media
113	1.014	Sieben et al.	Analyse des NDR-Steuerungsmodells für Fernsehproduktionen
231e	994	Kops/Khabyuk	A Methodology for the Graphical Exposition of Broadcasting Systems
8	975	Pagenstedt/Schwertzel	Controlling für öffentlich-rechtliche und private Fernsehanbieter



140	938	Kops	Ist der Markt ein geeignetes Verfahren zur Bestimmung der Einkommen von Fußballspielern?
91	937	Hansmeyer /Kops	Rundfunkprogramme als Klubgüter
105	931	Simon	Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und die EG-Wettbewerbspolitik
19	927	Kops	Möglichkeiten und Probleme einer Indexierung der Rundfunkgebühren
125	927	Wolf	Zentrale Vermarktung oder Einzelvermarktung von Mannschaftssport im Fernsehen? Die Sicht des deutschen und ...
237	918	Stadelmaier	Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für die Länder
50	899	IRÖ	Hinweise zur Einreichung und Gestaltung von Veröffentlichungen in der Reihe "Arbeitspapiere des IRÖ"
239	893	Wiedemann	Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission
139	880	Schellhaaß	Vermarktungsrechte im Sport
168c	876	Guo	进入WTO与中国的电视规制
174	834	Schellhaaß	Sport als Teil des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags
10	822	Dörr	Das Verfahren zur Bemessung der Rundfunkgebühr in der Diskussion
90	818	Schellhaaß	Ist die Rundfunkgebühr eine unzulässige Beihilfe? Eine ökonomische Analyse
149	815	Lauff	Neue Inhalte und Nutzungsformen als Folgen technischer Konvergenz
145sc	811	Kops	公共广播电视及其经济来源分析
112	810	Kübler	Die Konzentration im Medienbereich und ihre Kontrolle
110	792	Walter	Preispolitik von Pay-TV-Anbietern. Eine wettbewerbspolitische Analyse
241	787	Marmor	Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk
82	787	Kops	Regelungsinhalte und Gestaltungsprinzipien von Finanzverfassungen
166	778	Eckhardt	Klassische Musik und das Kulturradio- Stand der Forschung
103	777	Hoffmann	Verteilung der Gebühren zwischen ARD-Anstalten
114	774	Scheuch	Eine Bewertung des Marktanteilsmodells aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht
83	765	Kops	Rundfunkbegriff und Rundfunkregulierung in den Zeiten von Multimedia
148	761	Dörr	Möglichkeiten und Grenzen supranationaler Deregulierung von Rundfunkveranstaltern
152	759	Ring	Möglichkeiten und Grenzen nationalstaatlicher Deregulierung von Rundfunkveranstaltern
168e	746	Guo	Television Regulation and China's entry into the WTO
137	723	Enderle	La commercialisation de droits de retransmission télévisée dans le sport de ligue professionnel. ...
65	721	Sieben/ Schwertzel	Materialien zur Vorlesung Rundfunkökonomie II: Management für Rundfunkunternehmen Teil I
111	721	Walter	Der Erwerb von Sportsenderechten unter besonderer Berücksichtigung der ökonomischen Reputationstheorie
59	719	Sauer	Der Stellenwert lokaler Hörfunk- und Fernsehangebote aus Sicht der werbetreibenden Wirtschaft
109	719	Schellhaaß	Zentrale Vermarktung von Europapokalspielen - Ausbeutung von Marktmacht oder Sicherung des sportlichen Wettbewerbs?
141	715	Hoff	Aktuelle und zukünftige rundfunktechnische Entwicklungen
235	707	Antoniadis	Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus Sicht der Europäischen Kommission





243	701	Winkelmann	Konvergenz von Mobilfunk- und Internetdiensten: Auswirkungen auf Wertschöpfungskette und Geschäftsmodelle des Mobilfunks
151	701	Bullinger	Deregulierung des Rundfunks als Folge technischer Konvergenz? Die rechtswissenschaftliche Sicht
169	700	Schneider	Profile des (Zu-)Schauens im 20.Jhd
236	681	Bachmann	Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für die KEF
119	673	Kops	Nationale Konzentrationsschranken für Fernsehveranstalter bei zunehmender Globalisierung der Medienwirtschaft
245	672	Keller	Digital Media Content Provision without Copy Protection as an Alternative Business Model
96	667	Michel	Rechtliche und ökonomische Fragen der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Lichte des Europäischen Rechts...
135	646	Große-Holtforth	Öffentlicher Rundfunk im digitalen Zeitalter
32	644	Groth/Pagenstedt	Neue Formen der Finanzierung für private Anbieter
128	628	Haucap	Warum manche Spielfilme erfolgreich sind, andere aber nicht. Einige ökonomische Überlegungen
26	608	Kresse	Öffentlich-rechtliche Werbefinanzierung und Grenzen der Grundversorgung im dualen Rundfunkssystem.
136	604	Enderle	Die Vermarktung der Senderechte professioneller Sportligen. Strategische und wettbewerbspolitische Implikationen aus Sicht der ...
40	601	IRÖ	Das Studium der Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln
23	597	Seidel	Eine ökonomische Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung
80	592	Danilenko	Künftige Vertriebswege für multimediale Inhalte im ON-LINE-Zeitalter
161	591	Grätz	Gremien in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
246	555	Metze-Mangold	Das UNESCO-Übereinkommen zur kulturellen Vielfalt: Die Magna Charta der internationalen Kulturpolitik und ihre Umsetzung ...
167	547	Katz	Erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag?
102	534	Mustapa	Public Service Broadcasting in the Asia-Pacific Region - What Lies Ahead?
121	534	Kops	Financing and Sustaining Political Will to Support Public Service Broadcasting
133	534	Selmer	Kurzberichterstattung und Schutzlisten für Sportübertragungen aus juristischer Sicht
95	533	Schellhaaß / Enderle	Sportlicher versus ökonomischer Wettbewerb. Zum Verbot der zentralen Vermarktung von Europapokal-Spielen im Fußball
25	531	Adelt	Die künftige Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts
117	523	Schneider/Schössler	Neue Anforderungen an die Personalarbeit privater Fernsehveranstalter
242	517	Schellhaaß	Die Konsequenzen des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht
87	500	Kleine-Erfkamp	Die Rolle der Marktakteure bei der Entwicklung des digitalen Fernsehens in Deutschland. Ein wertschöpfungsorientierter ...
31	498	Kops	Ökonomische Beurteilung einer Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
81	482	Schulz	Regulierung von Medien- und Telediensten – Stichworte zur aktuellen Diskussion über die Regulierung von ...
58	436	Bormann	Der Stellenwert lokaler Hörfunk- und Fernsehangebote aus Sicht des Westdeutschen Rundfunks
41	429	Kops	Perspektiven einer rundfunkspezifischen Theorie des Finanzsenausgleichs
1	412	Grätz	Zur Zahl und Abgrenzung der ARD-Rundfunkanstalten
34	408	Elitz	Chancen und Probleme einer Fusionierung von Rundfunkanstalten. Das Beispiel DeutschlandRadio



223e	408	Kops	A Revenue-Based Methodology for the Classification and Comparison of Broadcasting Systems
129	398	Conrad	Rundfunkfreiheit, Geld und Politik – 25 Jahre KEF -
42	395	Hieronymi	Brauchen wir ARD und ZDF? Positionen der CDU zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
101	392	Walter	Der Euro: Chancen und Herausforderungen für Marketing und ...
18	389	Conrad	Die bisherige Praxis der Bemessung der Rundfunkgebühren - Eine kritische Darstellung
85	369	Große-Holtfort	Zwischen Pressefreiheit und Propaganda. Ökonomische Ansätze zur überzeugenden Kommunikation in der Demokratie
22	365	Dörr	Eine rundfunkrechtliche Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung
27	363	Grätz	Möglichkeiten und Probleme einer politischen Umsetzung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung
68	359	IRÖ	Möglichkeiten und Grenzen von Kennziffern zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten ...
97	359	Metze-Mangold	Die Bedingungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Sicht der UNESCO
84	353	Hartstein	Die Gesetzgebungszuständigkeiten für die neuen Medien im Spannungsverhältnis zwischen Nationalstaaten und EU
99	353	Stöpfunghoff	Mögliche Veränderungen der Führungsstrukturen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk
52	350	Groth	Zielsetzungen privater Fernsehanbieter
46	343	Grätz	Zur regionalen Abgrenzung der Landesrundfunkanstalten ...
53	343	Rütten	Strategische Überlegungen der Anteilseigner lokaler Hörfunk- und Fernsehprogramme
93	338	Rüter	Föderalismus als Organisationsprinzip des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland
17	335	Marmor	Kooperation in der ARD
71	332	Schusser	Der Streit um die Einführung des digitalen Fernsehens aus spieltheoretischer Sicht
79	314	Honal	Programmgestaltung in der ARD: Intuition oder regelgebundene Absatzplanung?
37	310	Grätz	Die Willensbildung in der ARD - eine kritische Darstellung
20	309	Kops	Eine ökonomische Herleitung der Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
92	309	Elitz	Nationale Programme - regionale Programme. Komplementäre Angebote in Deutschland
11	305	Grätz	Die Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Rundfunkräten und ihre Entscheidungs- und Kontrollaufgaben
4	288	Heimlich	Begründung und Ausgestaltung des nationalen Rundfunks
36	278	Struve	Notwendigkeit und Möglichkeiten einer Verbesserung der Organisationsstruktur der ARD
45	278	Klimmt	Brauchen wir ARD und ZDF? Positionen der SPD zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
48	271	Hansmeyer	Der Wandel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vom gruppenspezifischen zum kollektiven Gut
73	270	Grätz	Kritische Darstellung der derzeitigen Willensbildung in den dezentralen Aufgabenbereichen der ARD
35	266	Buchwald	Die Fusion von Landesrundfunkanstalten - eine Bewertung aus Sicht des Saarländischen Rundfunks
39	262	Gläser	Alternative Modelle zur Neuordnung des Rundfunks im Südwesten
57	255	Struve	Vision ARD 2010
47	253	Fünfgeld	Ein Zwischenruf zur Neuordnungsdiskussion im Südwesten
74	250	Struve	(De-)Zentralität der Entscheidungszuständigkeiten für wichtige Aufgabenbereiche
134	229	Kruse	Informationsfreiheit versus wirtschaftliche Verwertungsinteressen aus ökonomischer Sicht

## **Anhang**

### **Satzung des Vereins zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V.**

(zugleich Geschäftsordnung des Instituts für Rundfunkökonomie  
an der Universität zu Köln)

#### **§ 1 Name und Sitz**

Der Verein führt den Namen „Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V.“. Er hat seinen Sitz in Köln.

#### **§ 2 Aufgaben und Zweck**

Aufgabe und Zweck des Vereins ist es, die Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln zu fördern. Hierzu unterstützt er insbesondere das Institut für Rundfunkökonomie, das in Lehre und Forschung der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln angegliedert ist, bei der Durchführung von praxisbezogenen Forschungsobjekten zu aktuellen volks- und betriebswirtschaftlichen Fragen des Rundfunks und rundfunkähnlicher Dienste sowie bei der Abhaltung wissenschaftlicher Veranstaltungen und der Herausgabe einschlägiger Publikationen.

Der Verein stellt sicher, dass das Institut für Rundfunkökonomie die ihm übertragenen Aufgaben erfüllt, auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie Grundlagenforschung zu betreiben, die Anwendbarkeit wissenschaftlicher Ergebnisse in der Praxis zu untersuchen, die Ausbildung der Studierenden der Universität zu Köln zu fördern und die Ergebnisse seiner Arbeit der Universität zu Köln, den Mitgliedern des Vereins und ggf. der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen.

Die Förderung des Instituts für Rundfunkökonomie durch den Verein soll neben der Bereitstellung finanzieller Mittel auch dadurch erfolgen, dass einzelne Vereinsmitglieder dem Institut ihr fachliches Wissen und ihre praktische Erfahrung zur Verfügung stellen. Im Übrigen wird auf die einschlägigen Regelungen der Universität zu Köln für An-Institute verwiesen.

Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts „Steuerbegünstigte Zwecke“ der Abgabenordnung vom 16. März 1976 (BGBl. I, S. 613; 1977 I, S. 269), zuletzt geändert durch Artikel 8 des Gesetzes vom 20.12.2001 (BGBl. I, S. 3794). Der Verein ist selbstlos tätig, er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke. Die Mitglieder erhalten keine Gewinnanteile oder sonstige Zuwendungen aus den Mitteln des Vereins. Sie dürfen nicht durch Ausgaben, die dem Zweck des Vereins fremd sind, oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigt werden. Mittel dürfen nur für satzungsmäßige Zwecke verwendet werden.

#### **§ 3 Mitgliedschaft**

Der Vorstand entscheidet über die Aufnahme von Mitgliedern des Fördervereins. Mitglieder können natürliche und juristische Personen sein.

Juristische Personen haben eine Stimme. Sie werden durch den Vorsitzenden der juristischen Person oder durch eine von ihm benannte Person vertreten.

Die Mitgliedschaft endet durch Austritt oder Ausschluss aus dem Verein, bei natürlichen Personen auch durch deren Tod. Bei juristischen Personen endet die Mitgliedschaft auch durch Auflösung, Aufhebung oder sonstiger Beendigung der juristischen Person.

Der Austritt ist dem Vorstand schriftlich zwölf Monate vor Ablauf des Geschäftsjahres zu erklären.

Mitglieder, die gegen die Vorschriften der Satzung, Grundsätze oder Beschlüsse des Vereins verstoßen, können ausgeschlossen werden. Der Ausschluss eines Mitglieds kann nur auf Antrag der Mitgliederversammlung des Vereins vom Vorstand beschlossen werden. Über den Ausschluss ist das betroffene Mitglied per eingeschriebenem Brief innerhalb von zehn Kalendertagen zu unterrichten. Die Mitgliedschaft erlischt mit dem Zeitpunkt des Ausschlusses.



#### **§ 4 Beiträge**

Die Mitglieder fördern die Arbeit des Vereins durch Beiträge. Die Höhe der Beiträge bestimmen sie selbst; sie dürfen nicht den von der Mitgliederversammlung auf Vorschlag des Vorstandes festgelegten Mindestbetrag unterschreiten.

Der Jahresbeitrag muss bis zum 31. Januar des Jahres an den Verein abgeführt werden. Mitglieder, die bis zum 31. Januar des laufenden Jahres mit der Beitragsabführung ganz oder teilweise im Verzug sind, haben kein Stimmrecht bei Mitgliederversammlungen und können nicht in Ämter des Vereins gewählt werden. Übt ein Mitglied, das mit dem Beitrag im Rückstand ist, ein Amt aus, so ruht dieses Amt, bis der Beitragsrückstand ausgeglichen ist.

#### **§ 5 Organe des Vereins**

Die Organe des Vereins sind die Mitgliederversammlung und der Vorstand.

#### **§ 6 Die Mitgliederversammlung**

Die Mitgliederversammlung ist das höchste beschlussfassende Organ des Vereins. Sie besteht aus den Mitgliedern des Vereins. Sie tritt mindestens einmal im Jahr zusammen. Ferner ist sie innerhalb von vier Wochen einzuberufen, wenn mindestens 1/4 der Mitglieder dies unter Angabe einer Tagesordnung schriftlich vom Vorstand verlangen.

Zu den Aufgaben der Mitgliederversammlung gehört die Wahl des Vorsitzenden des Vorstandes, die Entlastung des Vorstandes, die Entscheidung über den Ausschluss von Vereinsmitgliedern und die Festlegung der Beitragshöhe auf Vorschlag des Vorstandes. Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit gefasst, Beschlüsse über Satzungsänderungen mit Zweidrittelmehrheit. Die Mitgliederversammlung ist unabhängig von der Zahl der anwesenden Mitglieder beschlussfähig, wenn die Einladung ordnungsgemäß erfolgt ist. Die Einladung zur Mitgliederversammlung ergeht vom Vorstand schriftlich unter Angabe einer Tagesordnung und einer Ladungsfrist von 14 Tagen.

Die Wahl des Vorsitzenden leitet ein Versammlungsleiter, der zu Beginn des Wahlgangs aus der Mitgliederversammlung zu wählen ist. Der Vorsitzende ist gewählt, wenn er mehr als die Hälfte der abgegebenen gültigen Stimmen auf sich vereinigt. Enthaltungen werden bei der Errechnung der Mehrheit nicht berücksichtigt. Soweit die erforderliche Mehrheit nicht erreicht wird, erfolgt eine Stichwahl. Gewählt ist hierbei, wer die meisten Stimmen auf sich vereinigt. Ist eine Entscheidung zwischen zwei Kandidaten mit gleicher Stimmenzahl erforderlich, erfolgt sie ebenfalls durch Stichwahl.

Eine Einflussnahme der Mitgliederversammlung auf die wissenschaftliche Arbeit des Instituts ist ausgeschlossen.

#### **§ 7 Der Vorstand**

Der Vorstand besteht aus

1. dem Vorsitzenden,
2. den Direktoren des Instituts für Rundfunkökonomie als stellvertretenden Vorsitzenden.

Die Aufgabe des Vorstands ist die Führung des Vereins nach dieser Satzung. Je zwei Vorstandsmitglieder sind zur rechtsgeschäftlichen Vertretung des Vereins berechtigt.

Die Amtszeit beträgt drei Jahre. Tritt ein Vorstandsmitglied während einer laufenden Amtsperiode zurück, so muss binnen zwölf Monaten für den Rest der Amtsperiode ein Nachfolger gewählt bzw. benannt werden. Die Nachwahl entfällt, wenn der Rücktritt im letzten Jahr der Amtsperiode erfolgt. Der Vorstand ist bis zur Wahl seines Nachfolgevorstandes im Amt. Der Vorstand ist immer beschlussfähig, wenn die Einladung ordnungsgemäß erfolgt ist.

Die Einladungen zu Sitzungen des Vorstands ergehen vom Vorsitzenden schriftlich unter Angabe einer Tagesordnung und einer Ladungsfrist von sieben Tagen.

### **§ 8 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 und
4. weiteren vom Vorstand des Vereins benannten Mitgliedern.

Der Beirat tritt mindestens einmal jährlich zu einer Sitzung zusammen. Er ist unabhängig von der Zahl der anwesenden Mitglieder beschlussfähig, wenn die Einladung ordnungsgemäß erfolgt ist. Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit gefasst. Bei Stimmgleichheit entscheidet der Vorsitzende. Er unterstützt den Vorstand des Fördervereins und das Institut für Rundfunkökonomie bei seinen Aufgaben, nimmt den Tätigkeits- und Finanzbericht der Institutsdirektoren für das abgelaufene Geschäftsjahr entgegen, 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.

### **§ 9 Institutsleitung**

Die Direktoren des Instituts sind mindestens zwei von der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät zu benennende Universitätsprofessoren der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln. Die Direktoren regeln unter sich die Geschäftsführung des Instituts.

### **§ 10 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.

### **§ 11 Protokollpflicht**

Über alle Beschlüsse der Organe des Vereins sind Protokolle anzufertigen. Vor Beginn einer Sitzung der Organe ist ein Protokollführer zu bestimmen. Die Protokolle sind vom Vorsitzenden und vom Protokollführer zu unterzeichnen. Bei Beschlussfassungen im Umlaufverfahren sind die Ergebnisse den Mitgliedern mitzuteilen.

### **§ 12 Geschäftsjahr**

Das Geschäftsjahr des Vereins ist das Kalenderjahr.

### **§ 13 Finanzen und Inventar**

Alle Gegenstände und Rechte, die für den Verein erworben werden, sind Eigentum des Vereins. Für die Finanzen des Vereins ist der Vorstand verantwortlich. Der Vorstand erstellt einen Jahresabschluss, der den Mitgliedern des Fördervereins spätestens 6 Monate nach Ablauf des Berichtsjahres vorzulegen ist. Unter Anwendung der in § 6 dieser Satzung genannten Bestimmungen haben die Mitglieder des Fördervereins den Jahresabschluss zu genehmigen und den Vorstand zu entlasten. Des Weiteren legt der Vorstand den Mitgliedern des Fördervereins spätestens zum 28. 2. eines jeden Jahres den Wirtschaftsplan vor; auch dieser ist unter Anwendung der in § 6 genannten Bestimmungen von den Mitgliedern des Fördervereins zu genehmigen. Im Zusammenhang mit der Genehmigung des Wirtschaftsplans sind Verträge, die den Verein länger als 12 Monate binden, zu genehmigen. Bis zur Genehmigung des Wirtschaftsplans dürfen nur unabweisbare Aufwendungen getätigt werden, diese dürfen den zeitanteiligen Wert des Gesamtbudgets nicht überschreiten.



#### **§ 14 Selbstauflösung**

Die Selbstauflösung des Vereins kann nur auf einer eigens dazu einberufenen Mitgliederversammlung beschlossen werden.

Der Antrag zur Selbstauflösung kann eingebracht werden

- a) vom Vorstand oder
- b) von mindestens 1/4 der Mitglieder.

Der Beschluss zur Selbstauflösung bedarf einer 3/4-Mehrheit der anwesenden stimmberechtigten Mitglieder.

Bei Auflösung des Vereins oder Wegfall steuerbegünstigter Zwecke fallen das Vereinsvermögen sowie etwaige Stiftungsmittel an die Universität zu Köln, die es ausschließlich und unmittelbar für gemeinnützige Zwecke im Sinne dieser Satzung zu verwenden hat.

#### **§ 15 Schlussbestimmungen**

Der Verein wurde errichtet am 25. September 1990. Der Verein ist unter der Nummer VR 10457 in das Vereinsregister beim Amtsgericht Köln eingetragen.

Diese Satzung wurde durch die Mitgliederversammlung am 13. Februar 2007 beschlossen. Sie ersetzt die "Satzung des Instituts für Rundfunkökonomie" vom 23. 8. 1990, notariell geändert am 3. 1. 1995 und am 7. 8. 2000, sowie die "Satzung für den "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V." vom 23. 8. 1990, notariell geändert am 3. 1. 1995 und am 7. 8. 2000. Diese Satzung tritt mit dem Eintrag in das Vereinsregister am 19. 04. 2007 in Kraft.

ISSN 0945-8999  
ISBN 978-3-938933-51-0