



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

Tätigkeitsbericht  
des Instituts für Rundfunkökonomie  
für die Jahre 2009 und 2010

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

**Heft 278**

**Köln, im März 2011**

**Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie**

ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 278: 978-3-938933-84-8

Schutzgebühr 15,- €

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> .....	7
1.1 Zum Stand der Rundfunkökonomie in Deutschland .....	7
1.2. Aufgaben und Organisation des Instituts.....	9
1.3. Die Institutsleitung .....	9
1.4. Der Beirat des Instituts .....	10
1.5. Der Förderverein des Instituts .....	12
1.6. Personelle und sächliche Ausstattung des Instituts.....	13
1.7. Die Institutsbibliothek .....	14
<b>2. Forschungsaktivitäten</b> .....	15
2.1. Rahmenbedingungen für die Durchführung des Drei-Stufen-Tests ....	15
2.2. Zweck und Methodik der Bestimmung marktlicher Auswirkungen öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote .....	17
2.3. Die Mechanik dualer Rundfunkordnungen .....	19
2.4. Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2025. – Folgestudie 2009 – .....	20
2.5. Langfristige Prognose der Gebührenerträge nach geltendem Recht im Vergleich zu den Erträgen einer vereinfachten Rundfunkgebühr und einer geräteunabhängigen Medienabgabe .....	22
2.6. Gutachterliche Bewertung von Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung .....	23
2.7. The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence .....	24
2.8. Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Maßnahme zur Unterstützung der Demokratie in der Ukraine? Ein deutsch-ukrainischer Erfahrungsaustausch .....	26
2.9. Neue Rundfunkangebote und alte Gewohnheiten. Aufbereitung der MA Intermediadateien (MAIM) und inhaltliche Erschließung von Media-Analyse- und MAIM-Daten, gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft .....	28



2.10. Transfer.NRW – Science-to-Business PreSeed: "Vollautomatisches Dokument-Layout-System (DLS) für individualisierte Printprodukte" an der Universität zu Köln.....	29
2.11. Medieninnovation.com .....	30
<b>3. Dissertationen und Diplomarbeiten .....</b>	<b>31</b>
3.1. Dissertationen.....	31
3.2. Diplomarbeiten.....	32
<b>4. Veröffentlichungen .....</b>	<b>39</b>
4.1. Monografien.....	39
4.2. Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden .....	39
4.3. Reihe "Schriften zur Rundfunkökonomie" .....	42
4.4. Reihe "Kölner Schriften zur Medienökonomie" .....	42
4.5. Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie" .....	42
4.5.1. Zielsetzung der Reihe Arbeitspapiere .....	42
4.5.2. Verbreitung der Reihe Arbeitspapiere .....	44
4.5.3. Im Berichtszeitraum erschienene Arbeitspapiere .....	46
<b>5. Vortragsveranstaltungen .....</b>	<b>49</b>
5.1. Vortragsveranstaltungen des Instituts.....	49
5.1.1. Vortragsveranstaltung am 15. Januar 2009: Die Individualisierung der Medien. Herausforderungen und Chancen .....	49
5.1.2. Vortragsveranstaltung am 6. und 7. Mai 2010 in Bonn: The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence.....	50
5.1.3. Vortragsveranstaltung am 22. Juni 2010 in Kyiv, Ukraine: Public Service Broadcasting. A German-Ukrainian Exchange of Opinions .....	52
5.1.4. Vortragsveranstaltung am 20. Oktober 2010 in Köln: Public Service Broadcasting. A German-Ukrainian Exchange of Opinion .....	54
5.1.5. Vortragsveranstaltung am 17. November 2010: Herausforderungen und Chancen Internet-basierter Medien .....	55
5.2. Auf Veranstaltungen anderer Einrichtungen gehaltene Vorträge zu rundfunkökonomischen Themen.....	57



---

<b>6. Lehrveranstaltungen</b> .....	59
<b>7. Das Institut für Rundfunkökonomie im Internet</b> .....	73
7.1. Allgemeines.....	73
7.2. Abruf von Institutsveröffentlichungen über das Internet .....	74
7.3. Nutzungsstatistiken der Web-Seiten des Instituts .....	75

## **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).....	87
---	----



## Abbildungsverzeichnis

<u>Nr.</u>	<u>Titel</u>	<u>Seite</u>
1	Verbreitung der Arbeitspapiere des Instituts in Fachbibliotheken .....	44
2	Aktuelle Startseite des Instituts für Rundfunkökonomie im World Wide Web .....	73
3	Der Abruf von Arbeitspapieren über die Websites des Instituts .....	75
4	Zugriffsstatistiken der Webseiten des Instituts; Januar 2009 – Dezember 2010.....	76
5	Nutzungsstatistiken der Reihe Arbeitspapiere, Januar 2009 bis Dezember 2010 (ohne März 2010).....	77

# **1. Das Institut für Rundfunkökonomie**

## **1.1. Zum Stand der Rundfunkökonomie in Deutschland**

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

Das gilt auch für die Universität zu Köln. Nachdem hier 1999 ein betriebswirtschaftlicher Lehrstuhl für Medienmanagement (Prof. Dr. Claudia Löbbcke) eingerichtet wurde (siehe hierzu ausführlicher den Tätigkeitsbericht 2001-2002), bietet die Universität zu Köln seit dem Wintersemester 2002/2003 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. Das Institut für Rundfunkökonomie hat dieser erforderlichen interdisziplinären Öffnung unter anderem dadurch Rechnung getragen, dass es im Jahr 2008 die Direktoren des Seminars für Wirtschaftsinformatik und Informationsmanagement der Universität zu Köln und des Seminars für Soziologie und des Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrums der Universität zu Köln in sein Direktorium berufen hat.

In Deutschland hat mittlerweile auch der Gesetzgeber dem Zusammenwachsen von linearem Rundfunk und nicht-linearen audiovisuellen Medien Rechnung getragen: Durch den zum 1. 6. 2009 in Kraft getretenen 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag hat er klar gestellt, dass auch Internet-Angebote unter bestimmten Bedingungen zum Programmauftrag der öffentlichen Rundfunkanstalten gehören; und mit dem sog. Drei-Stufen-Test hat er die Kriterien und die Verfahrensweise geregelt, mit denen die Rund-



funkräfte zu prüfen haben, welche neuen oder veränderten Online-Angebote von diesem Auftrag umfasst sind.

Auch der in früheren Tätigkeitsberichten ebenfalls bereits angesprochene Trend zu einer verstärkten Globalisierung der Medienwirtschaft hält an. Auch hier hat sich vor allem das World-Wide-Web als Treiber erwiesen, vor allem, indem es zur kostenarmen Verbreitung an sog. User-Generated-Content beigetragen hat und indem es die Entstehung weltweiter sozialer Netzwerke ermöglicht hat, innerhalb derer solche Inhalte ausgetauscht werden und über diese Inhalte kommuniziert wird. Das wiederum hat beträchtliche Auswirkungen auf die Funktionen und das Verständnis des professionellen Journalismus und – darüber hinaus – auf die Art und die Organisation der öffentlichen Kommunikation. Auch hierbei stellen sich neue und essentielle ökonomische Fragen, denen sich die Medienökonomie in Zukunft intensiver zu widmen hat, wie z. B. nach der Entwicklung neuer Erlösmodelle für Medieninhalte, die der öffentlichen Kommunikation dienen und mit herkömmlichen privaten Erlösmodellen nicht refinanziert werden können. Die wirtschaftlichen Probleme der Qualitätszeitungen sind nur ein besonders augenscheinliches Beispiel für diese maßgeblich durch das Internet verursachten Veränderungen, sie zeichnen sich auch bereits für den Rundfunk ab.

Die Universität zu Köln hat auch diesen Globalisierungstendenzen in ihrer Ausbildung 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), mit der auch das Institut für Rundfunkökonomie in der Vergangenheit bereits zusammengearbeitet hat.



## 1.2. Aufgaben und Organisation des Instituts

Aufgaben und Organisation des Instituts für Rundfunkökonomie sind grundsätzlich per Satzung geregelt. Dabei wurde die frühere "Satzung des Instituts für Rundfunkökonomie" 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 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 aus Haushaltsmitteln der Universität finanziert werden.

Die dem Institut für Rundfunkökonomie zufließenden Fördermittel stammen zum überwiegenden Teil vom Westdeutschen 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 Institutsatzung ausgeschlossen.

## 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

---

<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 25. 9. 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 25. 9. 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. Sie ist zuletzt am 1. 2. 2011 notariell geändert worden.



der Fakultät zu benennen sind. Die derzeitige Zusammensetzung des Direktoriums mit je einem Professor der Volkswirtschaftslehre, 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.

#### **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  
(ab 1.12.2009: stellvertretender Vorsitzender der KEF);

Dr. Heinz Bolsenkötter,  
Wibera Wirtschaftsberatung AG, Düsseldorf († 20. 4. 2010);

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 (bis 31. 03. 2009);

Hans W. Färber,  
Verwaltungsdirektor des Westdeutschen Rundfunks, Köln;

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



Reinhard Grätz, als Vorsitzender des Beirats des Instituts für Rundfunkökonomie,  
Vorsitzender des Rundfunkrates des Westdeutschen Rundfunks, Köln  
(bis 2. 12. 2009);

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

Dieter Keller,  
Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, Köln (bis 31. 12. 2009);

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;

Dr. Bernd Meisel,  
Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, Köln (ab 1. 1. 2010);

Dieter K. Müller,  
Direktor Forschung & Service der ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH  
(ab 1. 1. 2010);

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

Gottfried Philippi,  
Niederlassungsleiter KPMG, Köln;

Monika Piel,  
Intendantin des Westdeutschen Rundfunks, Köln;

Jürgen Roters  
Oberbürgermeister der Stadt Köln (ab 21. 10. 2009);

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

Fritz Schramma,  
Oberbürgermeister der Stadt Köln (bis 20. 10. 2009);

Prof. Dr. Frank Schulz-Nieswandt,  
Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der  
Universität zu Köln;

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

Prof. Dr. Günter Sieben,  
Ehrenmitglied, ehemaliger Direktor des Instituts für Rundfunkökonomie  
(ab 1. 1. 2009);



Dr. Willi Steul,  
Intendant des Deutschlandradios, Köln/Berlin (ab 1. 4. 2009);

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, kön-

nen 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. 2010) 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 und Dr. Schoder als Institutsdirektoren.

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

Die im Institut beschäftigten 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 vollzeitbeschäftigter wissenschaftlicher Mitarbeiter sowie drei studentische Hilfskräfte beschäftigt. Daneben waren im Rahmen von Drittmittelprojekten mehrere wissenschaftliche und studentische Mitarbeiter vorübergehend angestellt.

Das Institut ist in angemieteten Büroräumen am Hohenstaufenring 57a, 50674 Köln, untergebracht (im sog. „Hohenstaufenpark“). 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. 2010) etwa 21.500 Titel, davon sind ca. 16.500 elektronisch erfasst. Ca. zwei Drittel sind Einzelbeiträge aus Zeitschriften und Sammelbänden (zu Einzelheiten siehe den Tätigkeitsbericht 2003/04). Außerdem werden Einzelaufsätze aus schwer ausleihbaren Zeitschriften und Sammelbänden aufgenommen. Daneben umfasst der Bestand knapp 4.550 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, Tätigkeitsberichte der Landesmedienanstalten etc.).

Im Berichtszeitraum wurden ca. 500 Neuzugänge verzeichnet, davon ca. 240 Monographien. Von letzteren wurden ca. 120 Titel im Buchhandel erworben, bei den anderen Monographien handelt es sich um Geschenke und Dauerleihgaben von anderen Bibliotheken, Rundfunkanstalten und ähnlichen Institutionen.

Die Umstellung zu einer Präsenzbibliothek, die aufgrund einer 2003 gewährten bedeutenden Schenkung erforderlich und durch den Umzug in größere Bibliotheksräume möglich wurde, hat sich bewährt. Die Bibliothek steht Studierenden und 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 Köln 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, auch über das Internet.

## 2. Forschungsaktivitäten

### 2.1. Rahmenbedingungen für die Durchführung des Drei-Stufen-Tests

Dr. Manfred Kops, Dipl.-Kfm. Sebastian Leitao Ferreira

Der am 1. 6. 2009 in Kraft getretene 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (12. RÄStV) hat den Rundfunkräten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Aufgabe übertragen, zu prüfen, ob neue Telemedien-Angebote ihrer Anstalten dem Programmauftrag entsprechen. Im Vorfeld dieser Prüfungen, in die auch die bereits existierenden Angebote einzubeziehen sind („Bestandsüberführungen“), hat der Rundfunkrat des WDR den Geschäftsführer des Instituts für Rundfunkökonomie beauftragt, in Zusammenarbeit mit der Anwaltskanzlei Ols-wang, Berlin, ein Gutachten zu den „Rahmenbedingungen für die Durchführung des Drei-Stufen-Tests“ zu erstellen. Die Hauptaufgabe dieses Gutachtens bestand darin, dem Rundfunkrat des WDR einen Gesamtüberblick über den Verfahrensverlauf dieses Tests zu vermitteln. Hierzu sollten die anwendbaren Rechtsbegriffe und Verfahrensvorgaben erläutert und präzisiert und die mit dem Test verbundenen neuen Aufgaben des Rundfunkrats in den Gesamtzusammenhang der Neuregelungen zum Auftrag im Telemedienbereich gestellt werden.

Der Rundfunkrat des WDR hat dieses Gutachten noch vor Inkrafttreten des 12. RÄndStV und noch vor Durchführung eines eigenen Drei-Stufen-Tests in Auftrag gegeben. Die Bearbeitungszeit betrug knappe drei Monate. Angesichts dieser kurzen Zeit war der Auftrag limitiert auf eine praxisorientierte Darstellung der Verfahrensvorgaben und eine summarische Einordnung des Drei-Stufen-Tests in die bestehenden rechtlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen. Aufgrund dieses Auftrags musste eine vertiefte wissenschaftliche Auseinandersetzung insbesondere mit diesen Rahmenbedingungen, den dahinter stehenden Prämissen und den Wechselwirkungen mit den neuen Regelungen notgedrungen zu kurz kommen. Andererseits erschien dies sinnvoll, weil die wissenschaftliche Diskussion gerade erst begonnen hatte und erst die daran anschließende praktische Durchführung von Drei-Stufen-Tests die Informationen liefern konnte, die für einen wissenschaftlichen Diskurs über die angemessene Ausgestaltung dieses Tests erforderlich sind.

Teil A des Gutachtens lieferte den theoretischen Hintergrund für die praktischen Erkenntnisse und Verfahrensregeln in Teil B. Im ersten Kapitel des Teils A wurden die rechtlichen Grundlagen für den Drei-Stufen-Test dargestellt, wobei die wesentlichen Ergebnisse sich wie folgt zusammenfassen lassen: Mit dem 12. RÄndStV wird ein neuer eigenständiger Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für Telemedienangebote eingeführt. Der Schlüsselbegriff für die Drei-Stufen-Test-Prüfung ist der "Auftrag". Was der Auftrag im Telemedienbereich ist, ergibt sich sowohl aus den allgemein gültigen Vorgaben zum Funktionsauftrag, die dem Rundfunkrat bereits aus seiner bisherigen Tätigkeit bekannt sind, als auch aus neuen speziellen Vorgaben für Telemedien. Bei der Auslegung ist auch der beihilferechtliche Hintergrund des Drei-Stufen-Tests zu berücksichti-





gen. Für die neuen Aufgaben des Rundfunkrats, eine eigenständige Beurteilungsentscheidung im Drei-Stufen-Test zu treffen, lassen sich aus den verwaltungsrechtlichen Grundsätzen zum Beurteilungsspielraum die auch hier zu beachtenden Regeln entwickeln. Bei der Entscheidungsfindung ist auch die Zuständigkeitsverteilung zwischen dem Rundfunkrat und der Intendantin der Rundfunkanstalt zu beachten.

Im zweiten Kapitel von Teil A wurden ökonomische Grundlagen für den Drei-Stufen-Test behandelt. Ein erster Schwerpunkt war dabei die Auslegung dieses Tests als eine klassische Nutzen-Kosten-Abwägung, wie sie von öffentlichen Aufgabenträgern, aber auch im privaten Bereich vorgenommen werden muss. Bei einer solchen Auslegung hat der Rundfunkrat unter Berücksichtigung der auf den beiden ersten Stufen des Tests genannten Gesichtspunkte den publizistischen Nutzen des neuen öffentlich-rechtlichen Telemedienangebots zu bestimmen und gegen die auf der dritten Stufe des Tests festzustellenden Kosten dieses Angebots abzuwägen. Dabei werden Gesichtspunkte dargestellt, die der Rundfunkrat bei der adäquaten Auslegung und Umsetzung der dritten Prüfstufe zu berücksichtigen hat. Ein zweiter Schwerpunkt des ökonomischen Grundlagentheils befasste sich mit der Bestimmung des publizistischen Nutzens von Telemedien. Dabei wurde vor allem auch die Frage behandelt, ob und bei welchen Telemedien sich dieser Nutzen in Marktwirkungen ausdrückt. Aus den Antworten wurden dann auch Schlussfolgerungen für die Zielsetzungen des obligatorischen Gutachtens gezogen, das der Rundfunkrat zu den marktlichen Auswirkungen neuer Telemedienangebote einholen muss, und zum (begrenzten) Stellenwert, der diesem Gutachten innerhalb der vom Rundfunkrat vorzunehmenden Gesamtabwägung zukommt.

In Teil B wurde auf der Grundlage dieses Vorverständnisses ein am Verfahrensablauf orientierter Leitfaden für die Durchführung der Prüfverfahren entwickelt. Dabei wurden zugleich die ökonomisch abgeleiteten Zielsetzungen und die rechtlichen Grenzen und Spielräume für die Auslegung und die Verfahrensgestaltung des Tests erörtert. Diese Ausführungen sollten auch als Anregungen für die Entscheidungsfindung bei der anstehenden Verabschiedung von Verfahrenssatzungen dienen. Soweit theoretische Erörterungen zur Herleitung der Ergebnisse erforderlich waren, wurde auf die entsprechenden Passagen in Teil A zurückverwiesen. Teil B gliederte sich in die fünf Verfahrensphasen der Vorprüfung, Verfahrenseröffnung, Informationssammlung, Entscheidung sowie des Verfahrensabschlusses.

Das Gutachten ist der Öffentlichkeit im Rahmen einer Pressekonferenz des WDR-Rundfunkrates unmittelbar nach seiner Fertigstellung vorgestellt worden; gleichzeitig wurde es auf den Websites des Instituts für Rundfunkökonomie, des WDR-Rundfunkrates und der Gremienvorsitzendenkonferenz eingestellt. Obwohl es in erster Linie als Leitfaden für die erstmalige Durchführung des Drei-Stufen-Tests durch den WDR-Rundfunkrat diente, hat das Gutachten dadurch auch die Entscheidungsfindung anderer Rundfunkräte beeinflusst und zur Interpretation und Präzisierung der Vorgaben des Gesetzgebers beigetragen.



*Bearbeitungsbeginn:* November 2008

*Abschluss:* März 2009

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:*

*Kops, Manfred, Sokoll, Karen, Bensing, Viola: Rahmenbedingungen für die Durchführung des Drei-Stufen-Tests – Gutachten erstellt für den Rundfunkrat des Westdeutschen Rundfunks –, Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 252, Köln 2009*

*Kops, Manfred (Hrsg.): Der Dreistufentest als Chance für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Beiträge des Kölner Initiativkreises Öffentlicher Rundfunk, Bd. 3, LIT-Verlag, Berlin 2009*

*Rossen-Stadtfeld, Helge: Anforderungen des Dreistufentests an die Gremien: eine rundfunkverfassungsrechtliche Einordnung, Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 253, Köln 2009*

*Wiedemann, Verena: Wie die Anstalten die Entscheidungen ihrer Gremien zum Dreistufentest vorbereiten und begleiten sollten, Reihe der Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 257, Köln 2009*

## **2.2. Zweck und Methodik der Bestimmung marktlicher Auswirkungen öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote**

Dr. Manfred Kops

Nach den Vorgaben des am 1. 6. 2009 in Kraft getretenen 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags (12. RÄStV) mussten die Rundfunkräte der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Telemedien-Angebote ihrer Anstalten einem sog. Drei-Stufen-Test unterziehen (siehe hierzu auch das unter 2.1. beschriebene Gutachten). Diese Bestandsüberführungen waren auch Bestandteil der Zusagen, die die Bundesrepublik im Beihilfeverfahren über die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gegenüber der Europäischen Kommission gemacht hatte.

Diese Drei-Stufen-Tests zur Überführung der Telemedien-Bestände haben zu der erhofften Erhöhung der Transparenz und Legitimation der öffentlich-rechtlichen Telemedien-Angebote beigetragen. Auch die durch die drei Stufen dieses Tests vorgegebenen Kriterien (1. inwieweit das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen entspricht, 2. in welchem Umfang durch das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen wird und 3. welcher finanzielle Aufwand für das Angebot erforderlich ist) sind nach den bisherigen Erfahrungen grundsätzlich geeignet, um den öffentlich-rechtlichen Online-Auftritt zu begründen und zu begrenzen.

Andererseits haben die nunmehr abgeschlossenen Verfahren einige konzeptionelle Unklarheiten, unbestimmte Rechtsbegriffe und Verfahrensfragen offen gelegt, die die Rundfunkräte bei der Durchführung künftiger Dreistufentests – dann auch zur Zulässigkeit neuer öffentlich-rechtlicher Telemedien-Angebote – beseitigen bzw. präzisieren sollten, möglichst auch im Dialog und im Konsens



mit kommerziellen und nicht-kommerziellen konkurrierenden Anbietern. Dazu gehört neben der Klärung des zur Zeit konträr ausgelegten Begriffs „presseähnlicher Angebote“ vor allem der Stellenwert, der den „marktlichen Auswirkungen“ öffentlich-rechtlicher Telemedien-Angebote im Drei-Stufen-Test beizumessen ist.

Das hier beschriebene, im Auftrag des WDR-Rundfunkrates erstellte Gutachten befasste sich aus ökonomischer Perspektive mit letzterer Frage. Zusammenfassend kommt es zu folgenden Hauptergebnissen und -empfehlungen:

1. Bei der Entscheidung, ob ein geplantes öffentlich-rechtliches Telemedien-Angebot anzunehmen ist, haben die Rundfunkräte dessen publizistischen und nicht-publizistischen Nutzen zu bestimmen und gegen den finanziellen Aufwand abzuwägen, der für das Angebot erforderlich ist.
2. Marktliche Auswirkungen sind – entgegen den Annahmen des Gesetzgebers – kein geeigneter Indikator des publizistischen Nutzens, weil viele Telemedien überhaupt nicht auf Märkten gehandelt werden und weil bei denjenigen Telemedien, die auf Märkten gehandelt werden, beträchtliche Markt-mängel existieren. Als Indikator des nicht-publizistischen Nutzens sind sie grundsätzlich eher geeignet; ihre Bestimmung stößt allerdings auf erhebliche analytische und empirische Probleme.
3. Aus der ökonomischen Theorie der Markt-mängel lässt sich auch die theoretische Überlegenheit einer nicht-marktlichen (im Drei-Stufen-Test: einer öffentlich-rechtlichen) Bereitstellung von Telemedien gegenüber einer marktlichen Bereitstellung herleiten, die bezüglich ihrer Gemeinwohlorientierung, Kommerzferne, Vielfalt, Qualität, Reflexivität und freien Zugänglichkeit publizistische Mängel aufweist.
4. Die nicht-marktlichen Anbieter müssen den daraus ableitbaren publizistischen Mehrwert aber auch ausschöpfen. Die Rundfunkräte können sich bei der Prüfung eines geplanten Telemedien-Angebotes deshalb nicht auf den Nachweis von Mängeln einer kommerziellen Bereitstellung beschränken, sondern müssen auch sicherstellen, dass die Chancen, Marktzwänge durch eine nicht-marktliche Finanzierung und Bereitstellung ignorieren zu können, von ihren Anstalten auch genutzt werden.
5. Wegen der Probleme einer Quantifizierung des Nutzens geplanter Telemedien-Angebote kann der Drei-Stufen-Test in der Praxis kaum in der Form der hier beschriebenen formalen Nutzen-Kosten-Abwägung durchgeführt werden.
6. Als Kernproblem erweist sich dabei vor allem die vom Gesetzgeber durch den Drei-Stufen-Test erwartete Abwägung des publizistischen Nutzens, den ein öffentlich-rechtliches Telemedien-Angebot stiftet, gegen damit zugleich verursachte (nicht-publizistische) Kosten für kommerzielle Anbieter vergleichbarer Angebote (z. B. in Form verminderter Erträge) und gegen eventuell auch verursachte gesellschaftliche Kosten (z. B. in Form verminderter Chancen auf den inländischen und ausländischen Arbeitsmärkten): Das für eine solche Nutzen-Kosten-Abwägung erforderliche numeraire generale ist theoretisch nicht bestimmt, geschweige denn empirisch quantifizierbar.

7. Die Interpretation des Drei-Stufen-Tests als Nutzen-Kosten-Vergleich ist dennoch hilfreich, weil sie die vom Gesetzgeber erwartete Abwägung systematisiert und dazu beiträgt, dass die Rundfunkräte dabei alle entscheidungsrelevanten Aspekte berücksichtigen.

*Bearbeitungsbeginn:* November 2009

*Abschluss:* April 2010

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:*

*Kops, Manfred: Zweck und Methodik der Bestimmung marktlicher Auswirkungen öffentlich-rechtlicher Telemedienangebote, unveröffentlichtes Gutachten erstellt für den Rundfunkrat des Westdeutschen Rundfunks, Köln, im März 2010*

*Kops, Manfred: Publizistische Vielfalt als Public Value? In: Gundlach, Hardy (Hrsg.): Public Value in der Digital- und Internetökonomie, Herbert von Harlem Verlag, Köln 2011, S. 46 – 78, auch erschienen in der Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 265, Köln 2010*

*Kops, Manfred: „Zur Aussagekraft marktlicher Auswirkungen öffentlich-rechtlicher Telemedien-Angebote im Drei-Stufen-Test“ in: MedienWirtschaft, Heft 4/2010, S. 44 - 56*

### **2.3. Die Mechanik dualer Rundfunkordnungen**

Dr. Manfred Kops, stud. rer. oec. Elvina Shkolyar, stud. rer. oec. Simon Lange

Duale Medienordnungen bezeichnen das Nebeneinander kommerzieller und nicht-kommerzieller Medienangebote. Kommerzielle Medienangebote verfolgen dabei das Ziel der Erlösmaximierung. Der Umfang, in dem sie dieses Ziel erreichen, bestimmt ihre Inhalte und Gestaltungsformen; gesellschaftliche Ziele werden von kommerziellen Medienanbietern nur in dem Umfang verfolgt, in dem sie als Nebenprodukt des Erlösziels anfallen oder durch externe Einflüsse (gesetzliche Vorgaben oder gesellschaftliche Sanktionen) erzwungen werden. Nicht-kommerzielle Medienangebote verfolgen nicht-kommerzielle Ziele, die sich aus den intrinsischen oder extrinsischen Motiven der Akteure ableiten (in Deutschland z. B. der im Bürgerfunk, den Offenen Kanälen oder den Hochschulradios oder den Internet-Blogs tätigen nicht-professionellen oder professionellen Journalisten) oder/und aus den gesellschaftlichen Vorgaben, denen diese Angebote – meist verknüpft mit Finanzierungsregeln – unterworfen sind (wie in Deutschland vor allem der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der einem gesellschaftlich bestimmten Programmauftrag verpflichtet ist). Von diesen Angeboten werden gesellschaftliche Ziele in dem Umfang verfolgt, in dem sie sich aus den nicht-kommerziellen Motiven der Akteure oder den ihren aufgegebenen (und durchgesetzten) Zielen ergeben.

Diese unterschiedlichen Zielsetzungen der beiden Akteursgruppen dualer Medienordnungen konkurrieren insofern miteinander, als sie die gleiche knappe



Ressource Aufmerksamkeit benötigen: Kommerzielle Anbieter benötigen Aufmerksamkeit, um ihre Inhalte oder Werbezeiten und -flächen zu verkaufen, nicht-kommerzielle Anbieter benötigen Aufmerksamkeit, um ihre Botschaften zu verbreiten und die damit angestrebten gesellschaftlichen Wirkungen zu erzeugen.

Die Mechanik dieses Wettbewerbs wird im hier beschriebenen Forschungsvorhaben anhand eines geographischen Hotelling-Modells zur Maximierung von Wählerstimmen beschrieben. Dabei versuchen die kommerziellen und nicht-kommerziellen Anbieter sich auf der Dimension der Gemeinwohlorientierung an derjenigen Stelle zu positionieren, an der sie die meisten Rezipienten (und die höchste Aufmerksamkeit) erreichen, ähnlich wie die geographischen Modelle zu politischen Wahlen davon ausgehen, dass sich die Anbieter politischer Programme (Politiker, Parteien) auf einer politischen Dimension (i. a. wird hier ein Rechts-Links-Kontinuum verwendet) dort zu positionieren, wo sie die höchste Zustimmung erzielen (im allgemeinen operationalisiert durch Stimmanteile). Die Akteure sind in dieser Positionierung allerdings nicht unabhängig, weil nicht nur die von ihnen selbst gewählte Position den Anteil der erzielbaren Aufmerksamkeit/Zustimmung bestimmt, sondern auch die Positionen, die die Konkurrenten einnehmen.

Dieses statische Modell wird in einem zweiten Teil des Forschungsvorhabens um eine dynamische Komponente erweitert. Dahinter steht die Erkenntnis, dass die Medien nicht nur bestehende Präferenzen zu bedienen haben (und sich insofern am „statischen“ Geschmack der Rezipienten ausrichten müssen), sondern längerfristig auch in der Lage sind, die Präferenzen der Rezipienten zu *verändern*. In Deutschland hat vor allem das Bundesverfassungsgericht diese Möglichkeiten der Medien, gesellschaftliche Veränderungen zu bewirken, in seiner ständigen Rechtsprechung hervorgehoben (der Rundfunk als „Medium und Faktor“ der öffentlichen Meinungsbindung) – und es hat hieraus auch Forderungen an den Rundfunk, insbesondere an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, hergeleitet, sich diese Möglichkeiten für die Förderung des Gemeinwohls zunutze zu machen.

Werden diese langfristigen, dynamischen Effekte berücksichtigt, ergeben sich zusätzliche Erkenntnisse für die optimale Positionierung der Akteure innerhalb dualer Medienordnungen. Für die kommerziellen Anbieter bestehen diese primär in den Rückwirkungen, die von den sich verändernden Nachfragepräferenzen auf ihre Erlöschancen ausgehen; für die nicht-kommerziellen Anbieter bestehen sie primär in den sich dadurch verändernden Chancen, Aufmerksamkeit für ihre Botschaften zu gewinnen und die damit angestrebten gesellschaftlichen Wirkungen zu erzeugen. Daraus ergeben sich interessante Rückkopplungseffekte: Die Position, die die Akteure im Wettbewerb miteinander einnehmen (hier: auf dem betrachteten Kontinuum der Gemeinwohlorientierung), beeinflussen ihre Marktanteile, und die Marktanteile beeinflussen ihrerseits das Ausmaß, in dem die angebotenen Medien die Präferenzen der Nachfrager (Rezipienten) verändern. Veränderte Präferenzen wiederum führen zu veränderter Nachfrage, veränderten Marktanteilen und einer Veränderung des Einflusses auf die Präferenzen der Nachfrager etc. Aus dieser Mechanik lassen sich langfristige End-

bzw. Gleichgewichtslösungen berechnen, die Empfehlungen für die Optimierung der Programmpolitik beider Säulen innerhalb der dualen Rundfunkordnung erlauben und Rückschlüsse auf die langfristige Entwicklung „to the top“ oder „to the bottom“ zulassen.

*Bearbeitungsbeginn:* August 2009

*Abschluss:* laufend

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichung:*

*Kops, Manfred: Der Wettbewerb um Aufmerksamkeit in dualen Medienordnungen, Referat, vorgetragen auf dem 3. Workshop des Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrums (MLFZ) am 20. 11. 2010 in Köln, erscheint in: Meulemann, Heiner/Hagenah, Jörg (Hrsg.): Mediatisierung der Gesellschaft, in Vorbereitung*

#### **2.4. Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2025 – Folgestudie 2009 –**

Dr. Manfred Kops, Dr. Olexiy Khabyuk

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 damals 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 wurde das Institut nochmals beauftragt, eine aktualisierte Prognose vorzunehmen, wobei als Grundlage nunmehr die Ist-Zahlen für 2006 zu verwenden waren (siehe dazu ausführlich den Tätigkeitsbericht 2007/2008, S. 11). Durch die im Juli 2008 beim Institut beauftragte neuerliche Folgestudie wurde die bisherige Gutachtenserie auf Basis der Ist-Daten aus dem Jahre 2007 und unter Berücksichtigung der zum 1. 1. 2009 erfolgten Erhöhung des Gebührensatzes von 17,03 € auf 17,98 € aktualisiert (siehe ebenda, S. 12).

Im September 2009 wurde beim Institut die hier beschriebene Folgestudie 2009 beauftragt, deren Prognosen die Ist-Zahlen des Jahres 2008 zugrunde lagen. In ihr wurde der Prognosezeitraum bis auf das Jahr 2025 ausgeweitet. Wie schon bei der Kurzexpertise 2007 und der Folgestudie 2008 wurden auch für die Folgestudie 2009 die Berechnungen in Abstimmung mit dem Institut von der GEZ zugeliefert. Für die Real-Case-Variante wurden dabei die Methodik und Annahmen zugrunde gelegt, die die GEZ für die Erstellung ihrer mittelfristigen Planung verwendet (hier bis einschließlich 2012). Für den Zeitraum zwischen 2013 und 2025 wurden diese Annahmen von der GEZ nach den Vorgaben des Instituts fortgeschrieben, dabei wurden wiederum Best-Case- und Worst-Case-Varianten berechnet.



Als Hauptergebnis der Folgestudie 2009 bestätigt sich der bereits in Folgestudie 2008 hervorgehobene und begründete Befund, dass bei unverändertem Gebührensatz die Erträge aus der Rundfunkgebühr in Zukunft kontinuierlich abnehmen werden. Hauptursachen dafür sind die seit 2008 in Deutschland rückläufige Einwohnerzahl, der seit 2007 mit zunehmendem Tempo abnehmende Anteil der erfassten gebührenpflichtigen Haushalte an der Summe aller Haushalte („Haushaltdichte“) und der Anstieg der Gebührenbefreiungen und Forderungsausfälle.

*Bearbeitungsbeginn:* September 2009

*Abschluss:* Juli 2010

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichung:*

*Khabyuk, Olexiy, Kops, Manfred: Eine Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens bis 2025 – Folgestudie 2009 – unveröffentlichter Abschlußbericht, Köln, im Juli 2010*

## **2.5. Langfristige Prognose der Gebührenerträge nach geltendem Recht im Vergleich zu den Erträgen einer vereinfachten Rundfunkgebühr und einer geräteunabhängigen Medienabgabe**

Dr. Manfred Kops, Dr. Olexiy Khabyuk

Wie im Abschnitt 2.4 bereits dargestellt, wurde das Institut für Rundfunkökonomie von der GEZ wiederholt beauftragt, langfristige Prognosen zur Entwicklung des Rundfunkgebührenaufkommens zu erstellen. In ihnen war unter anderem auf den erheblichen Rückgang der Haushaltsdichten und damit verbundene Gebührenauffälle hingewiesen worden. Auch vor diesem Hintergrund wurden in den letzten Jahren die Überlegungen intensiviert, die derzeit geltende Rundfunkgebühr zu reformieren oder durch ein anderes Finanzierungsmodell zu ersetzen, das keine weiter rückläufigen Haushaltsdichten mit sich bringt. Im Juli 2009 hat die GEZ das Institut damit beauftragt, das aus den beiden damals diskutierten Alternativmodellen einer vereinfachten geräteabhängigen Rundfunkgebühr sowie einer geräteunabhängigen Medienabgabe zu erwartende Gebühren- bzw. Abgabeaufkommen für den Zeitraum von 2013 bis 2020 zu prognostizieren und mit dem Modell nach geltendem Recht zu erwartenden Gebührenaufkommen zu vergleichen.

Der zentrale Unterschied in der Entwicklung des Gebührenaufkommens aus den dort betrachteten Finanzierungsmodellen war auf die Annahme zurückzuführen, dass eine von der Vorhaltung von Rundfunkempfangsgeräten unabhängige Medienabgabe den säkularen Rückgang der Haushalts-/ Wohnungsdichte zum Stillstand bringen kann, der für eine geräteabhängige Rundfunkgebühr (nach geltendem Recht oder auch in vereinfachter Form) absehbar ist. Trifft diese Annahme zu, so erzielte eine Medienabgabe bereits im Jahr ihrer Einführung ein höheres Aufkommen als die Rundfunkgebühr nach geltendem Recht. Vor allem aber fällt das Aufkommen einer solchen Medienabgabe im Zeitablauf – anders als bei der Rundfunkgebühr nach geltendem Recht – nicht weiter ab; unter Einbezug von Wachstumspotentialen im nicht-privaten Bereich steigt es sogar an. Die bei der



Beibehaltung des derzeitigen Gebührenmodells erforderliche Anhebung des Gebührensatzes um immer höhere Beträge und/oder in immer kürzeren Abständen würde durch eine Medienabgabe somit vermieden.

Eine weitere wichtige Erkenntnis der Modellberechnungen besteht darin, dass die Ablösung der derzeitigen Rundfunkgebühr durch eine vereinfachte Rundfunkgebühr oder eine geräteunabhängige Rundfunkabgabe aufgrund der geplanten Abschaffung der Mehrfachgebührenpflicht im nicht-privaten Bereich sowie der geplanten Abschaffung der Grundgebühr im privaten Bereich die Belastung zwischen dem privaten und nicht-privaten Bereich erheblich zu Gunsten des nicht-privaten Bereichs verändern würde.

*Bearbeitungsbeginn:* August 2009

*Abschluss:* Dezember 2009

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichung:*

*Khabyuk, Olexiy, Kops, Manfred: Langfristige Prognose der Gebührenerträge nach geltendem Recht im Vergleich zu den Erträgen einer vereinfachten Rundfunkgebühr und einer geräteunabhängigen Medienabgabe, unveröffentlichter Abschlußbericht, Köln, im Dezember 2009*

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

Dr. Manfred Kops, Dr. 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. Erste Ergebnisse dieser gutachterlichen Stellungnahmen sind bereits im Tätigkeitsbericht 2007/2008 (S. 13) beschrieben worden. Im Berichtszeitraum des hier vorgelegten Tätigkeitsberichts hat das Institut weitere von der GEZ vorgenommene Berechnungen geprüft. Diese gutachterlichen Stellungnahmen sind in die Unterlagen eingeflossen, die die GEZ insbesondere den Staatskanzleien und den Rundfunkreferenten der Länder für die Willensbildung zur Neuordnung der Gebührenfinanzierung zur Verfügung gestellt hat.

*Bearbeitungsbeginn:* April 2009

*Abschluss:* Juli 2010

*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 3.0. vom 28. April 2009*

*Gutachterliche Bewertung der Berechnungen der GEZ zu diskutierten Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung, unveröffentlichter Abschlußbericht, Version 4.0. vom 16. September 2009*



*Gutachterliche Bewertung der Berechnungen der GEZ zu diskutierten Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung, unveröffentlichter Abschlußbericht, Version 5.0 vom 28. Mai 2010*

*Gutachterliche Bewertung der Berechnungen der GEZ zu diskutierten Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung, unveröffentlichter Abschlußbericht, Version 5.1 vom 1. Juli 2010*

## **2.7. The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence**

Dr. Manfred Kops, Dr. Olexiy Khabyuk

Dass die Rundfunkgebührenpflicht an das Vorhalten eines Rundfunkempfangsgerätes geknüpft wird, wirft angesichts der Verbreitung hybrider und multifunktionaler digitaler Empfangsgeräte zunehmende rechtliche und verwaltungstechnische Probleme auf. Die eindeutige und justitiable Definition, welche Geräte als Rundfunkempfangsgeräte zu betrachten sind und unter welchen Bedingungen sie zum Empfang von Rundfunkprogrammen vorgehalten werden, und die verwaltungstechnische Prüfung und Durchsetzung der Gebührenpflicht werden dadurch schwieriger; zudem werden Fragen des Datenschutzes und der Sicherung der Privatsphäre aufgeworfen.

Aus diesen Gründen sind nicht nur in Deutschland Überlegungen zur Reform oder Ablösung der bestehenden geräteabhängigen Gebührenpflicht angestellt worden (siehe hierzu das unter 2.6. beschriebene Projekt); auch andere Länder, die ihren öffentlich-rechtlichen Rundfunk aus einer geräteabhängigen Gebühr oder Abgabe finanzieren, befassen sich mit dieser Fragestellung.

Vor diesem Hintergrund ist das Institut für Rundfunkökonomie im Jahr 2008 von der Broadcasting Fee Association, BFA, einer Organisation, in der sich 12 nationale Gebühreneinzugs-Einrichtungen zusammengeschlossen haben, beauftragt worden, Entscheidungen über einen Erfahrungsaustausch und eine mögliche Zusammenarbeit ihrer Mitgliedsorganisationen bei der Reform der Gebührenfinanzierung vorzubereiten und zu diesem Zweck eine internationale Konferenz zur Thematik zu konzeptionieren und zu organisieren. Als Hauptzielsetzungen dieser Konferenzen, an der sowohl die zuständigen Mitarbeiter/innen der Mitgliedorganisationen der BFA als auch Wissenschaftler und Experten aus der Praxis teilnehmen sollten, die sich mit der (Reform der) Rundfunkgebührenfinanzierung befasst haben, wurden von der BFA vorgegeben, zum einen Überblick über die denkbaren und tatsächlich bestehenden Finanzierungsformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu vermitteln; dabei sollte an existierende Arbeiten des Instituts angeknüpft werden; zum anderen sollten die aktuellen Überlegungen und gegebenenfalls erarbeiteten Modelle zur Reform einer geräteabhängigen Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dargestellt und deren Vor- und Nachteile zur Diskussion gestellt werden.

Das Institut hat diese Tagung vorbereitet. Sie wurde unter dem Titel „The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence“ am 6.



und 7. Mai 2010 in Bonn ausgerichtet (siehe hierzu auch Abschnitt 5.1.5. auf S. 55f. dieses Tätigkeitsberichts). Im Einzelnen übernahm das Institut die Konzeptionierung der Tagungsinhalte in Absprache mit dem Direktorium der BFA, die Auswahl und Beauftragung der Referentinnen und Referenten, die organisatorische Vorbereitung und Durchführung der Tagung sowie die Editierung und Veröffentlichung der vorgetragenen Referate in der Reihe „Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie“ (siehe hierzu unten, Abschnitt 4.5., S. 42ff. des Tätigkeitsberichts) und auf den Websites des Instituts, zu denen die BFA auf ihren Websites Links eingefügt hat.

*Bearbeitungsbeginn:* Oktober 2009

*Abschluss:* September 2010

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:*

*Ala-Fossi, Marko, Hujanen, Taisto: The Rise and Fall of Public Service Media Fee Proposal in Finland, Series Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 269, Cologne 2010*

*Denk, Herbert: Ways to Collect the Broadcasting License Fee – An International Overview, Series Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 272, Cologne 2010*

*Dubina, Tatyana: An Economic Analysis of the Russian Television System, Series Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 259, Cologne 2009*

*Holznagel, Bernd, Nüßing, Christoph: Basic Principles for the Funding of Public Service Broadcasting, Series Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 266, Cologne 2010*

*Khabyuk, Olexiy: Past, Present and Future of Public Service Broadcasting in Germany, in: Central European Journal of Communication, No. 1/2010, Spring 2010*

*Kops, Manfred: Das deutsche duale Rundfunksystem – Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung und absehbare Veränderungen, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 250, Köln 2009*

*Kops, Manfred: Revenue Structures of Broadcasting Systems: An International Comparative Study, Paper presented at the International Conference „The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence“, May 6 - 7 2010, Bonn, Germany, in print*

*Kops, Manfred: Revenue Structures of Broadcasting Systems: An International Comparative Study, Paper presented at the International Conference „The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence“, May 6 - 7 2010, Bonn, Germany, in print*



*Porter, Vincent: Public Service Broadcasting and the Contradictions of European Competition Policy, Series Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 267, Cologne 2010*

*Todorov, Aleksandar: The Broadcasting System in Bulgaria at the End of the Analogue Age. An Economic Perspective, Series Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 261, Cologne 2010*

*Veyer, Nothburga: Benchmarking for Broadcasting Fee Collection Agencies. Possibilities and Problems, Series Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 271, Cologne 2010*

## **2.8. Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Maßnahme zur Unterstützung der Demokratie in der Ukraine? Ein deutsch-ukrainischer Erfahrungsaustausch**

Dr. Manfred Kops, Dr. Olexiy Khabyuk

Bei diesem vom Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD) und Auswärtigen Amt Berlin finanzierten Projekt ging es darum, die Ukraine bei dem Versuch zu unterstützen, die Unabhängigkeit der Medien durch Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu stärken. Zu diesem Thema hat das Institut einen Erfahrungsaustausch mit Wissenschaftlern der Kyiv-Mohyla Schule des Journalismus organisiert. Eine erste Tagung hierzu fand statt am 22. Juni 2010 in Kyiv, Ukraine; auf ihr haben deutsche Experten den deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunk vorgestellt und mit den ukrainischen Teilnehmern diskutiert. Auf einer am 20. Oktober 2010 in Köln veranstalteten zweiten Tagung haben dann ukrainische Experten die Situation des ukrainischen Rundfunks für die deutschen Teilnehmer genauer beschrieben und mit ihnen mögliche Schritte für die Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Ukraine besprochen.

Die Ergebnisse dieser beiden Tagungen sind auf den Webseiten des Instituts dokumentiert worden. Alle dort vorgetragenen Referate sind mittlerweile in zwei Tagungsbänden veröffentlicht worden, einige zentrale Vorträge zudem separat in der Reihe „Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie“ (siehe unten, Abschnitt 4.5., S. 42ff.). Für den Dialog mit ukrainischen Experten wurden außerdem auf Initiative des Instituts drei Publikationen in ukrainischer Sprache veröffentlicht: 1. eine ukrainische Übersetzung des Arbeitspapiers "Das deutsche duale Rundfunksystem – Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung und absehbare Veränderungen" (Arbeitspapier Nr. 250y), 2. eine Übersetzung von für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk relevanten Teilen des deutschen Rundfunkstaatsvertrags sowie der deutschen Finanzierungs- und Gebührenstaatsverträge (Arbeitspapier Nr. 264) sowie 3. eine Darstellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland, insbesondere seiner Organisationsstruktur sowie Finanzierungsweise (Arbeitspapier Nr. 270).

*Bearbeitungsbeginn:* September 2009

*Abschluss:* Dezember 2010

*Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:*

*Belyakov, Alexander: Public Service Broadcasting: An Answer to Freedom of Speech Challenges, in Ukraine?, Series Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 275, Cologne 2010*

*Dutsyk, Diana: Eigentumsstrukturen der Massenmedien in der Ukraine, Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 274, Köln 2010*

*Khabyuk, Olexiy, Derkach, Ulyana: Inoffizielle Übersetzung der wichtigsten Vorschriften der für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk der Bundesrepublik Deutschland relevanten Staatsverträgen, in ukrainischer Sprache; Хаб'юк, Олексій, Деркач, Уляна: Неофіційний переклад найважливіших положень основних договорів у сфері суспільно-правового телерадіомовлення Федеративної республіки Німеччини, Наукові публікації Інституту економіки телерадіомовлення, номер 264, Кьольн 2010*

*Khabyuk, Olexiy: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland, in ukrainischer Sprache; Хаб'юк, Олексій: Суспільно-правове мовлення у Федеративній республіці Німеччина, номер 270, Наукові публікації Інституту економіки телерадіомовлення, Кьольн 2010*

*Khabyuk, Olexiy, Kops, Manfred, (Eds.): Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on June 22nd, 2010 in Kyiv, Ukraine, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 276, Cologne 2010*

*Khabyuk, Olexiy, Kops, Manfred (Eds.): Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on October 20th, 2010 in Cologne, Germany, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 277, Cologne 2010*

*Kops, Manfred: Das deutsche duale Rundfunksystem – Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung und absehbare Veränderungen, in russischer und ukrainischer Sprache; Копс, Манфред: Дуальная система телерадиовещания Германии: история становления, современное построение и ожидаемые изменения, Научные публикации Института экономики телерадиовещания при Кёльнском университете, номер 250р., Кёльн 2010; Копс, Манфред: Дуальна система телерадіомовлення Німеччини: історія становлення, сучасна побудова та очікувані зміни, Наукові публікації Інституту економіки телерадіомовлення, номер 250у, Кьольн 2010 року;*

*Kvit, Serhiy: Mass Communications of an Independent Ukraine, in the Context of Normative Theories and as an Evidence of Modernization Theory, Series Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 273, Cologne 2010*



**2.9. Neue Rundfunkangebote und alte Gewohnheiten.  
Aufbereitung der MA Intermediadateien (MAIM)  
und inhaltliche Erschließung von Media-Analyse- und MAIM-Daten,  
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft**

Prof. Dr. Heiner Meulemann, Dr. Jörg Hagenah, Dominik Becker M.A.,  
stud. sozw. David Gilles, Damir Babic B.A.

Ziel des Projektes ist es, Zeitreihen der Mediennutzung zu erstellen, um die sozialen Folgen der Einführung des dualen Rundfunksystems erstmals ausführlich ohne Lücken erstellen zu können. Dafür ist es nötig, die Entwicklung der Radionutzung systematisch zu analysieren und die aus mehreren Datenquellen fusionierten Media-Analyse-Intermedia-Dateien für wissenschaftliche Sekundäranalysen aufzubereiten. Dies soll nach den im Vorgänger-Projekt erarbeiteten Prinzipien bei der Aufbereitung der Media-Analysen (MA) erfolgen. Nach einer SPSS-Konvertierung müssen die MA-Intermediadateien gelabelt, über die Zeit mit den MA-Daten harmonisiert werden und nach inhaltlichen Kriterien mit Hilfe von Summenvariablen zusammengefasst werden. Danach können Zeitreihen der Fernsehnutzung von 1977 bis 2005 erstellt und intermediale Fragestellungen analysiert 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 verbreiteten 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:* 2009

*Abschluss:* 2011

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

Babić, D., Hagenah, J.: Werden private Fernsehsender von der Bildungselite genutzt? Ein Vergleich der Nutzungswahrscheinlichkeiten der privaten Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben in Abhängigkeit vom Bildungsabschluss, Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 268, Köln 2010

Hagenah, J., Best, H.: Analysen zur Zeitreihenfähigkeit der Media-Analyse, in: Beckers, T., Birkelbach, K., Hagenah, J., Rosar, U. (Hrsg.): Komparative empirische Sozialforschung, Wiesbaden 2010, S. 393-417

Hagenah, J., Gilles, D., Becker, D.: Überregionale Tageszeitungen: Eine aussterbende Informationsressource? In: H. P. Ohly et al. (Hrsg.): Wissen - Wissenschaft – Organisation, Band 12, Würzburg, im Druck

Hagenah, J., Gilles, D.: Über die Mediatisierung der Freizeit: Wie und in welchen sozialen Gruppen die Medienpräferenz der Deutschen seit der Einführung des dualen Rundfunksystems gestiegen ist. in: C. Stegbauer (Hrsg.): Ungleichheit aus kommunikations- und mediensoziologischer Perspektive, in Review

Hagenah, J.: Über die Untersuchung der Mediatisierung in Deutschland mit Intermedia-Daten von 1987 bis 2007, in: Rundfunk und Geschichte, 2010, 36/1-2, S. 49-52

Meulemann, Heiner, Gilles, David: Allgemeine Kulturtechnik oder digitale Spaltung? Das Internet als Zugang zu Massenmedien und als neues Individualmedium, Köln 2001, MLFZ, 32 Seiten

**2.10. 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 durch das Land 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 abgenommen. Die Ausgabe kann zur direkten Weiterverarbeitung an einen Digitaldruckdienstleister weitergeleitet werden.

*Bearbeitungsbeginn:*

*Juli 2008*

*Abschluss:*

*2010*



## 2.11. 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)

### 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. Christoph Fritsch:

Ökonomische Analyse des Breitbandfernsehmarktes (abgeschlossen)

In dieser Arbeit werden ökonomische Implikationen internetbasierter Medienangebote für den klassischen Fernsehmarkt betrachtet. Die Dissertation trägt damit zur Theorie des Wettbewerbs und der Industrieökonomik bei. Mit Hilfe ökonomischer Modelle wird gezeigt, wie sich die Entstehung von Breitbandfernsehangeboten auf das Programmangebot, auf die bestehenden Übertragungswege und auf die Finanzierungsform von Programminhalten auswirkt. Aus der mikrotheoretischen Analyse werden Handlungsempfehlungen für etablierte Fernsehsender und neue Programmanbieter abgeleitet.

Dipl.-Kff. Kerstin Griesemann:

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

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 Erstellung von Drucklayouts (laufend)

Das Promotionsvorhaben widmet sich der Konzeption und Implementierung eines Dokument-Generator-Frameworks zur Konfiguration und automatisierten Erstellung von Drucklayouts für vielfältige Druckerzeugnisse. Als konkrete Ausprägung wird ein Zeitungsgenerator implementiert und qualitativ bewertet. Hierzu wurde ein Modell zur Messung der ästhetischen Qualität von Zeitungslayouts aufgestellt und in einer empirischen Studie gegenüber realen Zeitungslayouts evaluiert. Das Promotionsvorhaben liefert einen wichtigen Beitrag auf dem Weg zu individualisierbaren Druckerzeugnissen, wie individualisierten Zeitungen und Katalogen.

Dipl.-Volksw. Stefan Radtke:

Strategisches Management von etablierten Fernsehsendern im digitalen Zeitalter - ein ressourcen- und fähigkeitenbasierter Ansatz (abgeschlossen)

Mithilfe eines ressourcenbasierten Ansatzes werden in der Arbeit 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. Christian Schaarschmidt:

Geschäftsmodelle des Rundfunks im digitalen Zeitalter

– Wettbewerbstheoretische Analyse der Finanzierungsformen – (laufend)

Infolge der Digitalisierung reduziert sich die Frequenzknappheit, entstehen neue interaktive Angebote, und ursprünglich getrennte Geschäftsfelder konvergieren. Aus ökonomischer Sicht wird analysiert, wie sich die Geschäftsmodelle etablierter Rundfunkanbieter verändern und welche Auswirkungen sich für den Wettbewerb im Rundfunkmarkt ergeben.

Hong Wang, M.A.:

Organization Design of State-owned TV Stations,  
A Case Study of China Central Television (laufend)

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 zwischen ihnen bestehenden Zusammenhänge 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 der Perspektive etablierter Unternehmen und neuer Wettbewerber – eine exploratorische Analyse (laufend)

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 durch rechtliche Mittel und Digital Rights Management auf die Sicherung des bestehenden Geschäftsmodells beschränken. Jedoch stellt die Digitalisierung nicht nur eine Bedrohung für etablierte Unternehmen dar, sondern sie 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 Diplomarbeitbetreuungen in dauerndem intensivem Kontakt. Daneben bestehen mittlerweile aber auch zu anderen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern gute Verbindungen. Zu nennen sind hier vor allem der in Köln ansässige größte private Rundfunkveranstalter, RTL; ferner Super RTL, VIVA und VOX als weitere hier ansässige private Veranstalter, 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. Die am Institut für Rundfunkökonomie betreuten Arbeiten sind in der Bibliothek des Instituts eingestellt,<sup>3</sup> die von den Institutsdirektoren betreuten Arbeiten können in Absprache mit den Lehrstühlen eingesehen werden.

„Snobs“ oder „Allesfresser“? Der Einfluss von sozialem Status und Freizeitverhalten auf Qualität und Umfang der Zeitschriftennutzung, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)

Adding taxonomies obtained by content clustering to semantic social network analysis, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)

An economic explanation of the Russian television system, 187 p., Cologne 2008 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)

---

<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.



- Analyse sozialer Netzwerke als Instrument der Marktforschung im Internet - Eine empirische Untersuchung auf Basis privater Bankprodukte in Foren, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Analyse sozialer Netzwerke in Unternehmen - Eine Bestandsaufnahme von Methoden und Modellen zur Erklärung der Wechselwirkung von Netzwerkstrukturen und Team-Performanz, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Analyse sozialer Netzwerke in Unternehmen - Zusammenhang von Netzwerkposition und Arbeitszufriedenheit, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Analyse sozialer Verhaltensmuster von Wikipedia-Editoren, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Analyse u. Erweiterung strategischer Theorien hinsichtlich der Integration externer Informationen in den Wertschöpfungsprozess von Unternehmen, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Auswirkungen der Digitalisierung des Musikmarktes auf die Chancen unbekannter Künstler, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Auswirkungen von mobilen, NFC-basierten Bezahl Diensten auf Wertschöpfungsnetze, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Bedienkonzept für einen persönlichen Informationsspeicher – Entw. v. Anforder. an die implizite Interaktion am Beisp. „Smart Key“, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Begriffssystematik des Search Engine Marketing und Instrumente des Search Engine Advertising, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Collective Intelligence Systeme - Begriffsbildung und technische Umsetzung, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Das Rundfunksystem Polens – eine medienökonomische Analyse, 153 S., Köln 2010 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)
- Das Web 2.0 und (Weiterentwicklungs-)Potentiale im klassischen Informations- und Wissensmanagement. Eine Analyse amerikanischer Ansätze, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Der Drei-Stufen-Test für öffentlich-rechtliche Telemedienangebote, Köln 2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Der Jugoslawienkrieg in deutschen Qualitätszeitungen – Eine Untersuchung zum Muster der Kriegsberichterstattung aus systemtheoretischer Sicht. Köln 2010 (Bachelorarbeit, betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- Der Zutritt von Microsoft in den Markt für Spielekonsolen, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Deriving Brand Associations from user-generated content, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)



- Dezentrale, P2P-basierte Suche von Objektinformationen für Unternehmen im Internet der Dinge, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Die Bedeutung der Analyse unternehmensinterner sozialer Netzwerke im Kontext des sozialen Kapitals, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Die Bedeutung von sozialen Netzwerken und "Brand Communities" für das Beziehungsmarketing, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Die Berücksichtigung sozialer Netzwerke in ausgewählten Management- und Organisationstheorien - Eine Bestandsaufnahme, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Die Diffusion des Mobile Internet in Deutschland, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Die Einführung von HD Plus in den werbefinanzierten Fernsehmarkt, Köln 2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Die Optimierung des Rankings in Suchmaschinen, 95 S., Köln 2010 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)
- Die Rolle des CIO und offene Wertschöpfung, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Diffusion öffentlich-rechtlicher und privater Informations- und Unterhaltungssendungen nach der Einführung des dualen Rundfunks in Deutschland, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- Du liest was du bist? Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- Dynamische Analyse eines Online-Reiseportals unter besonderer Berücksichtigung von Netzwerkstrukturen, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Eine Analyse formaler Strukturen in Drehbüchern und der Erfolg von Spielfilmen, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Eine analytische Betrachtung der Bedeutung von Versandkosten im e-Commerce und der Chancen neuer Logistikgeschäftsmodelle, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Entwicklung eines kontextbezogenen Dienstes zur Distribution von mobilen Coupons, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Erfolgsfaktoren für Zeitungen im Internet, Bachelorarbeit, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Geschäftsmodell- und Prozessinnovationen bei Mobilnetzbetreibern mit Hilfe der Analyse sozialer Netzwerke, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Herkömmliche Mundpropaganda versus elektronische Mundpropaganda - ein vergleichender Literaturüberblick, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)



- Identifikation von Trends im Finanzsektor mit der Analyse sozialer Netzwerke, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Informationsqualität und Informationsrezeption: Eine empirische Analyse des Einflusses der Informationsqualität politischer Berichterstattung am Beispiel von ARD Tagesschau, ZDF Heute, RTL Aktuell und Sat 1 Nachrichten auf die Informationsrezeption, Köln 2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- Innovationsmanagement für Fernsehunternehmen. Mögliche Strategien für Vollprogrammanbieter, 256 S., Köln 2010 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)
- Instrumente zur effizienten Gestaltung der Arbeitsorganisation in IT-vermittelten Wissensflüssen, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Internetnutzung und Alter. Einflussfaktoren der (Nicht-)Nutzung, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- Intuitive Erstellung zeitungähnlicher Druckerzeugnisse, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Kontextbasierte Auswahl und Einlösung mobiler Coupons durch Konsumenten, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Konzepte offener Wertschöpfung in der gegenwärtigen Forschung, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Konzeption eines Geschäftsmodells für unabhängige Künstler in der Musikbranche unter besonderer Berücksichtigung von Diensten mit interaktiver Wertschöpfung, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Literaturbasierter Vergleich von Empfehlungsmechanismen in Recommender Systems, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Marktpotenzial nutzergenerierter E-Learning-Produkte - Analyse studentischer Präferenzen und Zahlungsbereitschaften unter Berücksichtigung von Crowdsourcing, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Measuring Knowledge flow in a company through dynamic social network analysis: a case study, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Mediale Vermarktung einer Randsportart, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Mediennutzung und Freizeitverhalten Jugendlicher, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- Mitautorenschaften in der Zeitschrift "Electronic Markets" - eine explorative Studie mit den Methoden der Analyse sozialer Netzwerke, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Neue Handlungsfelder des CIO im Informationsmanagement, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)

- Neue Marktanforderungen an eine Ansichtskarte auf Basis einer Gegenüberstellung aktuell vergleichbarer elektronischer Kommunikationsmedien, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Ökonomische Analyse der Breitbandversorgung des ländlichen Raums, Köln 2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung im digitalen Zeitalter, Köln 2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Ökonomische Analyse des Marktes für E-Books, Köln 2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Ökonomische Analyse des Zeitschriftenmarktes im digitalen Zeitalter, Köln 2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Ökonomische Bewertung von Förderungsinstrumenten im klassischen Musikmarkt, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Optimierung eines Empfehlungssystems für Kunden von Onlineshops - Auswirkungen von Reiheneffekten in der Produktpräsentation, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Organisatorische Netzwerke, Sozialkapitaltheorie und Performanz: Der Einfluss von sozialem Kapital auf die wirtschaftliche Performanz von Unternehmen und Teams, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Potenziale von Mobile Computing und neuen Internetkonzepten für Musikverlage, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Private Nutzung von Social Network sites - Eine emp. Untersuchung des Nutzungszwecks und der Faktoren, die die Wahl einer Social Network Site beeinflussen, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Profitieren von offenen Informationsressourcen - Mechanismen und Voraussetzungen für eine Aneignung von Renten externer Innovation, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Quantitativ-empirische Studie zur Vorteilhaftigkeit des Einsatzes offener Wertschöpfung in Unternehmen, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Realisierung einer dezentralen serviceorientierten Softwarearchitektur zur Optimierung des Identification Management, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Senderexpansion und Programmtreue - Eine empirische Analyse zur Entwicklung der Radiosenderbindung nach Einführung des dualen Rundfunksystems, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- Social Media and Social Commerce, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Social Network Marketing, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)



- Social Software im Kontext von Bildung und Lehre, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Social Software im Unternehmen, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Strategien zur Generierung von Nachfrage auf dem Buchmarkt, Köln 2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Tages- und Abendfernsehen als Freizeitverhalten. Eine empirische Analyse soziodemografischer Einflüsse anhand der Media-Analyse 2005, Köln 2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- The broadcasting system in Bulgaria at the end of the analogue age: an economic perspective, 135 p., Cologne 2010 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)
- Usability Engineering als Maßnahme zur Qualitätssicherung im Projekt Nilter.com, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Verbreitungswegeentscheidungen von Fernsehangeboten öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter am Beispiel des WDR, 115 S., Köln 2010 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)
- Vergleich verschiedener Tools zur Analyse sozialer Netzwerke, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Vernetzte Generation – Alte und Junge im World Wide Web. Die Entwicklung der kohortenspezifischen Nutzung von Internetangeboten im Zeitverlauf, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- Wandel der dualen Rundfunkordnung im digitalen Zeitalter, Köln 2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Web-Mining - Konzeption und Implementierung eines Frameworks für die Datengewinnung aus definierten Webseiten, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Werbefinanzierung im Zeitalter des digitalisierten Fernsehens, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Wertschöpfungsnetz für Smartphone-basierte Shoppingassistenten, Köln 2009/2010 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Wettbewerbsstrategien auf dem Mobilfunkmarkt, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)
- Wettbewerbsstrategien im Pay-TV, Köln 2009 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schellhaaß)

## 4. Veröffentlichungen

### 4.1. Monografien

Chovanov, G., Plöhn, J., Schellhaaß, Horst M. (Hrsg.): Policies of Economic and Social Development in Europe, Frankfurt/M. 2010

Kops, Manfred (Hrsg.): Der Dreistufentest als Chance für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Lit Verlag, Beiträge des Kölner Initiativkreises Öffentlicher Rundfunk, Bd. 3, LIT-Verlag, Berlin 2009

### 4.2. Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden

Chovanov, G., Plöhn, J., Schellhaaß, Horst M. (Hrsg.): Policies of Economic and Social Development in Europe, Frankfurt/M. 2010

Fischbach, K., Schoder, D., Gloor, P.: Analysis of Informal Communication Networks – A Case Study, in: Business & Information Systems Engineering, 2/2009

Gloor, P., Krauss, J., Nann, S., Fischbach, K., Schoder, D.: Identifying Trends through Semantic Social Network Analysis, in: Proceedings of the IEEE 2009 International Conference on Social Computing (IEEE SocialCom-09), August 29-31 2009, Vancouver, Canada

Hagenah, J., Meulemann, H.: The Analytical Potentials of Trend Survey Data from Market Research. The Case of German Media Analysis Data. Historical Social Research, in: Historische Sozialforschung 2009, 34/1, S. 49-61

Khabyuk, Olexiy: Past, Present and Future of Public Service Broadcasting in Germany, in: Central European Journal of Communication, No. 1/2010, Spring 2010

Khabyuk, Olexiy: Public Service Broadcasting in Ukraine: To be or not to be?, in: Dobek-Ostrowska, B., Głowacki, M., Jakubowicz, K., Sükösd, M. (Ed.): Comparative Media Systems. European and Global Perspectives, Budapest 2010

Kops, Manfred: Besprechung von Werle, Martin: Eingeschaltet oder abgemeldet? Interessen des Publikums im deutschen Radio- und Fernsehmarkt, Wiesbaden 2008, In: Publizistik, Heft 2/2009, S. 316 - 318

Kops, Manfred: Das deutsche duale Rundfunksystem – Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung und absehbare Veränderungen, Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 250, Köln 2009, <http://www.rundfunkinstitut.uni-koeln.de/institut/pdfs/25009.pdf>

Kops, Manfred: Schlusswort, in: Der Dreistufentest als Chance für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Hrsg.), Lit Verlag, Beiträge des Kölner Initiativkreises Öffentlicher Rundfunk, Bd. 3, LIT-Verlag, Berlin 2009, S. 139 - 142





- Kops, Manfred: Begrüßung, in: Der Dreistufentest als Chance für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Hrsg.), Beiträge des Kölner Initiativkreises Öffentlicher Rundfunk, Bd. 3, LIT-Verlag, Berlin 2009, S. 11 - 13
- Kops, Manfred, Sokoll, Karen, Bensinger, Viola: Rahmenbedingungen für die Durchführung des Drei-Stufen-Tests – Gutachten erstellt für den Rundfunkrat des Westdeutschen Rundfunks –; Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 252, Köln/Berlin 2009
- Kops, Manfred: Adjusting the Remits and Resources of Public Service Broadcasting Within the German Dual Media Order, in: Khabyuk, Olexiy, Kops, Manfred (Eds.): Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on June 22nd, 2010 in Kyiv, Ukraine, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 276, Cologne 2010
- Kops, Manfred: Public Service Broadcasting - an Economic Definition, in: Khabyuk, Olexiy, Kops, Manfred (Eds.): Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on June 22nd, 2010 in Kyiv, Ukraine, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 276, Cologne 2010
- Kops, Manfred: Publizistische Vielfalt als Public Value? In: Gundlach, Harry (Hrsg.): Public Value in der Digital- und Internetökonomie, Herbert von Harlem Verlag Köln 2010, auch erschienen in der Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 265, Köln 2010
- Kops, Manfred: Revenue Structures of Broadcasting Systems: An International Comparative Study, Paper presented at the International Conference „The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence“, May 6 - 7 2010, Bonn, Germany, in print
- Kops, Manfred: Vorreiter und Bremser der Europäischen Integration, in: Knoll, Bodo/Pitlik, Hans (Hrsg.): Entwicklung und Perspektiven der Europäischen Union, Nomos, Baden-Baden 2009, auch erschienen in der Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 263, Köln 2010
- Kops, Manfred: Welcome Remarks, in: Khabyuk, Olexiy, Kops, Manfred (Eds.): Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on October 20th, 2010 in Cologne, Germany, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 277, Cologne 2010
- Kops, Manfred: Zur Aussagekraft marktlicher Auswirkungen öffentlich-rechtlicher Telemedien-Angabote im Drei-Stufen-Test, in: MedienWirtschaft, Heft 4/2010, S. 44 – 56
- May, F. Ch., Schellhaaß, H. M.: Reform des Kündigungsschutzes: Ein Weg zu mehr Beschäftigung? In: Orientierungen zur Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik 122 (4/2009), Ludwig-Erhardt-Stiftung e.V., Bonn 2009, S.21-27



- Meulemann, H., Hagenah, J., Gilles, D.: Neue Angebote und alte Gewohnheiten. Warum das deutsche Publikum zwischen 1987 und 1996 vom öffentlich-rechtlichen auf das private Fernsehen gewechselt hat, in: *Publizistik*, 2009 54/2, S. 240-264.
- Meulemann, Heiner, Gilles, David: Beliebt und immer beliebter? Fernsehen und Freizeit in Deutschland 1987-2007, erscheint in der *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*
- Meulemann, Heiner: Die psychischen Kosten von Freizeitaktivitäten und die Entfaltungschancen des Fernsehangebots. Warum das Fernsehen in Deutschland auch nach dem Aufkommen des Internet die beliebteste Freizeitaktivität bleibt. Eingereicht bei *Medien und Kommunikationswissenschaft*, in *Review*
- Meulemann, Heiner: Information and Entertainment in European Mass Media Systems. Preferences for and Uses of Television and Newspapers, erscheint in *European Sociological Review*, 2010 (zugänglich in der elektronischen Vorwegpublikation)
- Muhle, S., Schoder, D., Fischbach, K.: Wertschöpfungspotenziale und strategische Implikationen einer Öffnung von Informationsressourcen – Phänomenologie und ein Bezugsrahmen, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, April 2010, Vol. 80, No. 5
- Putzke, J., Fischbach, K., Schoder, D., Gloor, P. A.: The Evolution of Interaction Networks in Massively Multiplayer Online Games, in: *Journal of the Association for Information Systems*, 2010, Vol. 11, Iss. 2, Article 2
- Putzke, J., Fischbach, K., Schoder, D.: Power Structure and the Evolution of Social Networks in Massively Multiplayer Online Games, in: *Proceedings of the European Conference on Information Systems 2010 (ECIS 2010)*, Pretoria, June 2010
- Putzke, J., Schoder, D., Fischbach, K.: Adoption of Mass-Customized Newspapers: An Augmented Technology Acceptance Perspective. In: *Journal of Media Economics* 2010, Vol. 23(3), pp. 143-164
- Schellhaass, H. M.: Superstars as Winners of the Common Market, in: Chobanov, G.; Plöhn, J.; Schellhaass, H. (Hrsg.): *Towards a Knowledge-Based Society in Europe*, Frankfurt/M. 2009. S. 153-168
- Schlagwein, D., Schoder, D., Fischbach, K.: "An Approach to an Open Resource-based View", *Academy of Management Annual Meeting (AoM)*, Montréal (Canada), August 6-10, 2010
- Schoder, D., A. Talalayevski: "The Price Isn't Right – How Companies can regain pricing power" (joint publication with *Wall Street Journal*, "WSJ Executive Adviser: Innovations in Management Theory & Business Strategy"), *MIT Sloan Management Review*, August 2010
- Schoder, D., Muhle, S.: Geschäftsmodelle - Teilen und herrschen, in: *Harvard Business manager*, 7/2010, S. 64-73



- Schoenemann, N., Fischbach, K., Schoder, D.: "P2P-Architecture for Ubiquitous Supply Chain Systems", in: 17th European Conference on Information Systems (ECIS) 2009
- Simon, D., Fischbach, K., Schoder, D.: Application Portfolio Management – An Integrated Framework and a Software Tool Evaluation Approach, in: Communications of the Association for Information Systems, 2010, Vol. 26, Article 3
- Völckner, F., Gensler, S., Egger, M., Fischbach, K., Schoder, D. (2010): Die Meinung des Kunden zählt: Kundenrezensionen liefern die Basis für Image-messungen, in: Absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing, Sonderheft „Marken“ 2010, S. 116-118
- Хаб'юк, Олексій, Деркач, Уляна: Неофіційний переклад найважливіших положень основних договорів у сфері суспільно-правового телерадіомовлення Федеративної республіки Німеччини, номер 264, Наукові публікації Інституту економіки телерадіомовлення, Кьольн 2010 (у співавторстві з Уляною Деркач)
- Хаб'юк, Олексій: Суспільно-правове мовлення у Федеративній республіці Німеччина, номер 270, Наукові публікації Інституту економіки телерадіомовлення, Кьольн 2010

#### **4.3. Reihe "Schriften zur Rundfunkökonomie"**

Im Berichtszeitraum wurden keine Veröffentlichungen in dieser Reihe publiziert.

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

Im Berichtszeitraum wurden keine Veröffentlichungen in dieser Reihe publiziert.

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

##### **4.5.1. Zielsetzung der Reihe Arbeitspapiere**

Die ursprüngliche und primäre Zielsetzung der im Jahr 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.

Seit längerem 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 rundfunköko-

nomischen 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 280 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 Verbreitungsform, die sowohl den unmittelbaren Zugriff "online" als auch die Rezeption und Diskussion der Arbeiten ermöglicht (siehe Abschnitt 7.2.).

Die Arbeitspapiere erreichen dadurch mittlerweile mehrere Ziele:

- Sie erlauben die schnelle und unbürokratische Verbreitung von Publikationen, ein Vorteil, der vor allem bei Themen wichtig ist, die einem raschen Wandel unterliegen und bei denen die Verfasser an einer schnellen Verbreitung und Diskussion vorläufiger Ergebnisse interessiert sind.
- Die Veröffentlichungen sind kostengünstig, weil die Formatierung der Texte und die Drucklegung am Institut für Rundfunkökonomie vorgenommen 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.



#### 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 zeigt die Bibliotheken, in denen die Arbeitspapiere nach unserer Kenntnis 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 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.

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 32 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 248

Ernst Elitz: Die Individualisierung der Medien – Herausforderungen und Chancen für den professionellen Journalismus, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-52-7, 9 S., Preis 5,- €

##### Heft 249

Heiner Meulemann: Verdrängt das Internet die Massenmedien? Medienpräferenzen und die Individualisierung der Mediennutzung, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-53-4, 33 S., Preis 8,- €

##### Heft 250

Manfred Kops: Das deutsche duale Rundfunksystem – Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung und absehbare Veränderungen, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-54-1, 12 S., Preis 6,- €

##### Heft 250y

Манфред Копс: Дуальна система телерадіомовлення Німеччини: історія становлення, сучасна побудова та очікувані зміни, Кьольн 2010, 978-3-938933-68-8, 11 S., Preis 5,- €

##### Heft 250p

Манфред Копс: Дуальная система телерадиовещания Германии: история становления, современное построение и ожидаемые изменения, Кельн 2010, 978-3-938933-71-8, 12 S., Preis 5,- €

##### Heft 251

Eva-Maria Michel: Die Individualisierung der Medien – Herausforderungen und Chancen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-55-8, 20 S., Preis 7,- €

##### Heft 252

Manfred Kops, Karen Sokoll, Viola Bensinger: Rahmenbedingungen für die Durchführung des Drei-Stufen-Tests – Gutachten erstellt für den Rundfunkrat des Westdeutschen Rundfunks – , Köln 2009, ISBN 978-3-938933-56-6, 176 S., Preis 29,- €

##### Heft 253

Helge Rossen-Stadtfeld: Anforderungen des Dreistufentests an die Gremien: eine rundfunkverfassungsrechtliche Einordnung, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-57-2, 35 S., Preis 8,- €

## Heft 254

Dieter K. Müller: Daten und Methoden zur empirischen Ermittlung der Medienpräferenzen in Deutschland, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-58-9, 21 S., Preis 8,- €

## Heft 255

Detlef Schoder: Die Individualisierung der Medien als betriebswirtschaftliche Aufgabe, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-59-6, 24 S., Preis 11,- €

## Heft 256

Stefan Ulrich Radtke, Inita Dilevka: Empirischer Überblick über die deutsche Fernsehindustrie, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-60-2, 32 S., Preis 12,- €

## Heft 257

Verena Wiedemann: Wie die Anstalten die Entscheidungen ihrer Gremien zum Dreistufentest vorbereiten und begleiten sollten, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-61-9, 10 S., Preis 7,- €

## Heft 258

Martin Gomolka, Julia Struck: Best Practice im IPTV-Markt – Kritische Erfolgsfaktoren zur Etablierung neuer Dienste und deren Geschäftsmodelle im deutschen IPTV-Markt, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-62-6, 19 S., Preis 14,- €

## Heft 259

Tatyana Dubina: An Economic Analysis of the Russian Television System, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-63-3, 132 p., Price 19,- €

## Heft 260

Horst M. Schellhaaß: Individualisierung der Medien – Wettbewerbsstrategien für die Sicherung der Meinungsvielfalt, Köln 2009, ISBN 978-3-938933-64-0, 17 S., Preis 7,- €

## Heft 261

Aleksandar Todorov: The Broadcasting System in Bulgaria at the End of the Analogue Age. An Economic Perspective, Cologne 2010, 978-3-938933-65-7, 134 S., Preis 21,- €

## Heft 262

Christoph Berger: Die Optimierung des Rankings in Suchmaschinen, Köln 2010, 978-3-938933-66-4, 100 S., Preis 20,- €

## Heft 263

Manfred Kops: Vorreiter und Bremser der Europäischen Integration, Köln 2010, 978-3-938933-67-1, 35 S., Preis 10,- €

## Heft 264

Уляна Деркач, Олексій Хаб'юк (перекладачі): Неофіційний переклад найважливіших положень основних договорів у сфері суспільно-правового телерадіомовлення Федеративної республіки Німеччини, Кьольн 2010, 978-3-938933-69-5, 60 S., Preis 15,- €

## Heft 265

Manfred Kops: Publizistische Vielfalt als Public Value?, Köln 2010, 978-3-938933-70-1, 36 S., Preis 10,- €





## Heft 266

Bernd Holznagel, Christoph Nüßing: Basic Principles for the Funding of Public Service Broadcasting, Cologne 2010, 978-3-938933-72-5, 21 S., Preis 8,- €

## Heft 267

Vincent Porter: Public Service Broadcasting and the Contradictions of European Competition Policy, Cologne 2010, 978-3-938933-73-2, 14 S., Preis 6,- €

## Heft 268

Damir Babić, Jörg Hagenah: Werden private Fernsehsender von der Bildungselite genutzt? Ein Vergleich der Nutzungswahrscheinlichkeiten der privaten Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben in Abhängigkeit vom Bildungsabschluss, Köln 2010, ISBN 978-3-938933-74-9, 19 S., Preis 6,- €

## Heft 269

Marko Ala-Fossi, Taisto Hujanen: The Rise and Fall of Public Service Media Fee Proposal in Finland, Cologne 2010, ISBN 978-3-938933-75-6, 28 S., Preis 8,- €

## Heft 270

Олексій Хаб'юк: Суспільно-правове мовлення у Федеративній республіці Німеччина, Кьольн 2010, ISBN 978-3-938933-76-3, 47 S., Preis 5,- €

## Heft 271

Nothburga Veyer: Benchmarking for Broadcasting Fee Collection Agencies. Possibilities and Problems, Cologne 2010, 978-3-938933-77-0, 11 S., Preis 5,- €

## Heft 272

Herbert Denk: Ways to Collect the Broadcasting License Fee – An International Overview, Cologne 2010, 978-3-938933-78-7, 7 S., Preis 5,- €

## Heft 273

Serhiy Kvit: Mass Communications of an Independent Ukraine, in the Context of Normative Theories and as an Evidence of Modernization Theory, Cologne 2010, 978-3-938933-79-4, 15 S., Preis 8,- €

## Heft 274

Diana Dutsyk: Eigentumsstrukturen der Massenmedien in der Ukraine, Köln 2010, ISBN 978-3-938933-80-0, 13 S., Preis 6,- €

## Heft 275

Alexander Belyakov: Public Service Broadcasting: An Answer to Freedom of Speech Challenges in Ukraine? Cologne 2010, 978-3-938933-81-7, 21 S., Preis 5,- €

## Heft 276

Manfred Kops, Olexiy Khabyuk (Eds.): Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on June 22nd, 2010 in Kyiv, Ukraine, Cologne 2010, 978-3-938933-82-4, 121 S., Preis 18,00 €;

## Heft 277

Olexiy Khabyuk, Manfred Kops (Eds.): Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on October 20th, 2010 in Cologne, Germany; Cologne, in December 2010, ISBN 978-3-938933-83-1; 123 S., Preis 18,00 €;

## 5. Vortragsveranstaltungen

### 5.1. Vortragsveranstaltungen des Instituts

Anlässlich seines zwanzigjährigen Bestehens veranstaltete das Institut für Rundfunkökonomie am 15. Januar 2009 im Kammermusiksaal des Deutschlandfunks, Köln, eine Tagung zum Thema „Die Individualisierung der Medien – Herausforderungen und Chancen“. Ca. 100 Teilnehmer, darunter viele Vertreter öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten, 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.

#### 5.1.1. Vortragsveranstaltung am 15. Januar 2009:

#### Die Individualisierung der Medien. Herausforderungen und Chancen

##### Programm

- 10.00 Uhr **Prof. Ernst Elitz**, Intendant des Deutschlandradios  
Begrüßung  
**Prof. Dr. Heiner Meulemann**, Institut für Rundfunkökonomie  
Begrüßung

##### Teil A.

##### Individualisierung der Medien.

##### Herausforderungen und Chancen für Medienunternehmen

- 10.10 Uhr **Prof. Dr. Detlef Schoder**, Institut für Rundfunkökonomie:  
Die Individualisierung der Medien  
als betriebswirtschaftliche Aufgabe
- 10.35 Uhr **René Keller**, medieninnovation.com GmbH:  
Neue Medienprodukte durch Individualisierung
- 11.00 Uhr Diskussion (Moderation: Prof. Dr. Schellhaaß)
- 11.30 Uhr **Prof. Dr. Heiner Meulemann**, Institut für Rundfunkökonomie:  
Nutzerpräferenzen und die Individualisierung des Rundfunks
- 11.55 Uhr **Dieter K. Müller**, ARD-Werbung Sales & Services GmbH:  
Daten und Methoden zur empirischen Ermittlung  
der Zuschauer-/Zuhörerpräferenzen in Deutschland
- 12.20 Uhr Diskussion (Moderation: Prof. Dr. Schoder)
- 15.50 Uhr Mittagspause

##### Teil B.

##### Individualisierung der Medien.

##### Herausforderungen und Chancen für die Gesellschaft

- 13.50 Uhr **Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß**, Institut für Rundfunkökonomie:  
Individualisierung der Medien – wettbewerbsstrategische  
Implikationen für die Sicherung der Meinungsvielfalt



- 14.15 Uhr **Eva-Maria Michel**, Westdeutscher Rundfunk:  
Individualisierung der Medien – Herausforderungen und Chancen  
für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk
- 14.40 Uhr Diskussion (Moderation: Dr. Kops)
- 15.10 Uhr Kaffeepause
- 15.30 Uhr **Dr. Manfred Kops**, Institut für Rundfunkökonomie:  
Individualisierung der Medien – Selbstregulierung  
als medienökonomische Konsequenz?
- 15.55 Uhr **Prof. Ernst Eilitz**, Deutschlandradio:  
Individualisierung der Medien – Herausforderungen und Chancen  
für den professionellen Journalismus
- 16.20 Uhr Diskussion (Moderation: Prof. Dr. Meulemann)
- 16.50 Uhr **Prof. Dr. Günter Sieben**, Institut für Rundfunkökonomie:  
Schlusswort

### 5.1.2. Vortragsveranstaltung am 6. und 7. Mai 2010 in Bonn: The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence

Die englischsprachige Tagung "The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence" wurde vom Institut für Rundfunkökonomie in Zusammenarbeit mit der „Broadcasting Fee Association“ in Bonn am 6. und 7. Mai 2010 organisiert. Daran nahmen ca. 120 Teilnehmer aus 14 europäischen Ländern teil. Die Experten sind zur Einsicht gelangt, dass langfristig eine geräteabhängige Rundfunkgebühr durch eine geräteunabhängige Mediengebühr ersetzt werden sollte, die von jeder Privatperson bzw. jedem Privathaushalt zu bezahlen wäre. Alle Präsentationsfolien und Audio-Mitschnitte der Vorträge können auf der Webseite des Instituts eingesehen werden. Auch einige Vorträge wurden in der Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie veröffentlicht (siehe auch Abschnitt 2.7).

#### Programm

##### Part I.

Funding Public Service Broadcasting.

Legal, Economic and Administrative Requirements

May 6, 2010

- 09:00 h **Jürgen Menedetter**, Director BFA and GIS, Vienna, Austria  
Welcome Remarks
- 09:15 h **Prof. Dr. Bernd Holznagel**, University of Münster, Germany  
Basic Principles for the Funding of Public Service Broadcasting
- 09:45 h **Dr. Manfred Kops**, Institute for Broadcasting Economics, Cologne  
Revenue Structures of Broadcasting Systems:  
An International Comparative Study



- 10:15 h Discussion
- 10:45 h Coffee Break
- 11:15 h **Prof. Vincent Porter**, Emeritus Professor in Mass Communications, University of Westminster, London, UK  
European Union Requirements for the Funding of Public Service Broadcasting. The Contradictions of European Competition Policy
- 11:45 h **Dr.-Ing. Klaus Illgner-Fehns**, Broadcast Technology Institute, Munich, Germany  
Defining Broadcasting Services in Times of Media Convergence
- 12:15 h Discussion
- 12:45 h Lunch
- 14:15 h **Dr. Herbert Denk**, GIS, Vienna, Austria  
Ways of Collecting the Broadcasting Licence Fee – an International Overview
- 14:45 h **Anna Pettersson/Per Leander**, Radiotjänst, Kiruna, Sweden  
Broadcasting Fee Collection Agencies as Intermediates: Between Public Authority and Private Customer Care
- 15:15 h Discussion
- 15:45 h Coffee Break
- 16:15 h **Nothburga Veyer**, GIS, Vienna, Austria  
Benchmarking for Broadcasting Fee Collection Agencies. Possibilities and Problems
- 16:45 h Discussion

## Part II

In Search of the Appropriate Licence Fee Base

Friday, May 7, 2010

- 9:00 h **Dr. Manfred Kops**, Institute for Broadcasting Economics  
Welcome Remarks
- 9:05 h **Dr. Wolfgang Schulz**, Hans-Bredow-Institut, Hamburg, Germany  
In Search of the Appropriate Licence Fee Base in Times of Media Convergence
- 9:35 h In Search of the Appropriate Licence Fee Base:  
Experiences from and Perspectives for Selected BFA Countries  
U. K.: **Prof. Vincent Porter**  
Norway: **Freddy Lysfjord**, NRK, Mo I Rana, Norway  
Finland: **Marko Ala-Fossi**, University of Tampere, Finland  
Switzerland: **Matthias Ramsauer**, BAKOM, Biel, Switzerland  
Italy: **Fulvio di Nunzio**, RAI, Roma, Italy  
Germany: **Adalbert von Cramm**, GEZ, Cologne, Germany



- 11:05 h Coffee Break
- 11:30 h Panel Discussion: In Search of the Appropriate Licence Fee Base  
Chaired by Prof. Dr. Hans Kleinsteuber,  
University of Hamburg, Germany  
Participants: Prof. Dr. Bernd Holznagel, Dr.-Ing. Klaus Illgner-Fehns,  
Dr. Manfred Kops, Prof. Vincent Porter, Dr. Wolfgang Schulz
- 12:50 h Closing Remarks

### **5.1.3. Vortragsveranstaltung am 22. Juni 2010 in Kyiv, Ukraine: Public Service Broadcasting. A German-Ukrainian Exchange of Opinions**

Bei dieser ersten Tagung zum Thema „Public Service Broadcasting. A German-Ukrainian Exchange of Opinions“, die das Institut für Rundfunkökonomie in Zusammenarbeit mit der Kyiv-Mohyla Schule des Journalismus an der Nationalen Universität "Kyiv-Mohyla Akademie" (Kyiv, Ukraine) organisiert hat, haben deutsche Experten den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland beschrieben und mit den ukrainischen Teilnehmern besprochen. Das gegenwärtige ukrainische Rundfunksystem wurde dagegen nur am Rande erläutert und diskutiert, da es Gegenstand einer Folgetagung in Köln am 20. Oktober 2010 war. An der Tagung haben ca. 50 Personen teilgenommen, darunter Wissenschaftler, Vertreter von zivilgesellschaftlichen Organisationen und Journalisten. Diese Zusammenarbeit wurde vom Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD) im Rahmen des Projekts "Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Maßnahme zur Unterstützung der Demokratie in der Ukraine? Ein deutsch-ukrainischer Erfahrungsaustausch" gefördert (siehe Abschnitt 2.8).

#### **Programm**

in DFJ Mediacenter, Kyiv-Mohyla School of Journalism

- 09.00 **Dr. Manfred Kops**, Institute for Broadcasting Economics  
Welcome Remarks

#### Part 1

The Situation of the Media in Ukraine.  
Public Service Broadcasting Wanted?

- 09.15 **Dr. Yevhen Fedchenko**, Kyiv-Mohyla Academy, Ukraine  
The Present Situation of the Media in Ukraine
- 09.45 Discussion
- 09.55 **Prof. Dr. Sergiy Kvit**, Kyiv-Mohyla Academy, Ukraine  
The Ghost of Public Broadcasting Service in Ukraine
- 10.25 Discussion
- 10.35 Coffee Break



## Part 2

Public Service Broadcasting in Germany –  
a Theoretical Approach

- 11.00 **Dr. Manfred Kops**, Institute for Broadcasting Economics,  
Cologne, Germany  
Public Service Broadcasting – an Economic Definition
- 11.30 Discussion
- 11.40 **Prof. Dr. Peter Schiwy**, German University  
of Administration Sciences Speyer, Germany  
Public Service Broadcasting – a Legal Definition
- 12.10 Discussion
- 12.20 **Prof. Dr. Hans Kleinsteuber**, University of Hamburg, Germany  
Public Service Broadcasting – a Political Definition
- 12.50 Discussion
- 13.00 Break

## Part 3

Challenges for Public Service Broadcasting –  
in Germany and worldwide

- 14.00 **Dr. Olexiy Khabyuk**, Institute for Broadcasting Economics,  
Cologne, Germany  
Protecting Public Service Broadcasting from State Intervention
- 14.30 Discussion
- 14.40 **Prof. Dr. Hans Kleinsteuber**, University of Hamburg, Germany  
Non-governmental and Non-market Control of  
Public Service Broadcasting. Norm and Reality of  
the German Broadcasting Boards (“Rundfunkräte”)
- 15.10 Discussion
- 15.20 Coffee Break
- 15.45 **Dr. Manfred Kops**, University of Cologne, Germany  
Adjusting the Remits and Resources of  
Public Service Broadcasting within the German Dual Media Order
- 16.15 Final Discussion and Prospects  
for the Follow-up Conference in Cologne  
on October 20, 2010
- 16.45 Final Remarks



#### 5.1.4. Vortragsveranstaltung am 20. Oktober 2010 in Köln: Public Service Broadcasting. A German-Ukrainian Exchange of Opinion

Auf der am 20. Oktober 2010 in Köln stattgefundenen Folgetagung der Tagungsserie „**Public Service Broadcasting. A German-Ukrainian Exchange of Opinions**“ haben ukrainische Experten die Situation des ukrainischen Rundfunks für die deutschen Teilnehmer genauer beschrieben und mit ihnen mögliche Schritte für die Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Ukraine besprochen. Die Präsentationsfolien und Audio-Mitschnitte der Vorträge können von den Webseiten des Instituts heruntergeladen werden. Einige der Vorträge wurden außerdem in der Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie veröffentlicht, alle Vorträge wurden überdies in einem Tagungsband publiziert.

#### Programm

Alter Senatssaal, University of Cologne  
Albertus-Magnus-Platz, 50923 Cologne, Germany

9.00 Welcome Remarks

#### Part 1

The General Situation of the Media in Ukraine  
(Chair: Dr. Olexiy Khabyuk)

9.15 **Prof. Dr. Sergiy Kvit**, Kyiv-Mohyla Academy, President  
Mass Communications of Independent Ukraine in the Context of  
Development of Normative Theories and as an Evidence  
of Modernization Theory

9.40 **Dr. Diana Dutsyk**, “Glavred magazine”, Editor-in-chief  
The System of Media Ownership in Ukraine: Who Owns What?

10.05 Discussion

10.35 Coffee Break

#### Part 2

Introduction of Public Service Broadcasting in Ukraine  
(Chair: Prof. Dr. Serhiy Kvit)

10.50 **Ruslan Deynychenko**, Kyiv-Mohyla School of Journalism,  
Acting Director  
Public Broadcasting in Ukraine: New Government Approach.

11.15 **Dr. Alexander Belyakov**, APD Ukraine  
Public Service Broadcasting: Will It Become an Answer  
to Freedom of Speech Challenges in Ukraine?

11.40 Discussion

12.10 Lunch





- 13.10      **Nataliya Petrova**, Kyiv-Mohyla School of Journalism,  
Senior Lecturer, Media Law Expert  
Legal Component of Public Broadcast.
- 13.35      **Oleksandr Voitko**, Kyiv-Mohyla School of Journalism, PhD Student  
Comparative Analysis of Approaches  
to Public Service Broadcasting Implementation in Ukraine:  
Historical Perspective.
- 14.00      Discussion
- 14.30      Coffee Break

### Part 3

#### Challenges of the Ukrainian Media Landscape

(Chair: Dr. Manfred Kops)

- 14.45      **Anastasiia Grynko**, Kyiv-Mohyla School of Journalism,  
Senior Lecturer, PhD Student  
From State Censorship to Pressure of Money:  
New Challenges for Media Transparency in Ukraine
- 15.05      **Dariya Orlova**, Kyiv-Mohyla School of Journalism, PhD Student  
Standards of Media Coverage of Elections in Ukraine
- 15.25      Daria Taradai, Kyiv-Mohyla School of Journalism, PhD Student  
Influence of the Russian Media on the Ukrainian Media Discourse
- 15.45      Discussion
- 16.15      Coffee Break
- 16.30      Final Discussion (Chair: Prof. Dr. Hans J. Kleinsteuber,  
University of Hamburg)  
Participants: Dr. Alexander Belyakov, Ruslan Deynychenko,  
Prof. Dr. Sergiy Kvit, Nataliya Petrova, Prof. Dr. Peter Schiwy,  
German University of Administration Sc. Speyer

#### **5.1.5. Vortragsveranstaltung am 17. November 2010: Herausforderungen und Chancen Internet-basierter Medien**

Die Jahresveranstaltung des Instituts für Rundfunkökonomie im Jahre 2010 wurde in Zusammenarbeit mit der Landesanstalt für Medien NRW veranstaltet und befasste sich mit dem Thema "Herausforderungen und Chancen Internet-basierter Medien". An der Vortragsveranstaltung nahmen ca. 100 Vertreter aus Wissenschaft, Praxis und Politik teil. Präsentationsfolien und Audio-Mitschnitte aller Referate können von den Webseiten des Instituts heruntergeladen werden. Ihre Veröffentlichung in der Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie" und als Tagungsband ist beabsichtigt.



### Programm

- 10.00 Uhr **Dr. Jürgen Brautmeier**, Direktor Landesanstalt für Medien NRW  
Grußwort
- Marc Jan Eumann**, Staatssekretär für Medien des Landes NRW  
Grußwort
- Prof. Dr. Detlef Schoder**, Universität zu Köln  
Grußwort

### Teil A

#### Betriebswirtschaftliche Herausforderungen und Chancen Internet-basierter Medien

- 10.30 Uhr **Jürgen Sewczyk**, JS Consult  
Technische Voraussetzungen, Verbreitungs- und  
Nutzungskosten Internet-basierter Medien
- 10.55 Uhr Diskussion
- 11.10 Uhr **Prof. Dr. Detlef Schoder**, Institut für Rundfunkökonomie  
Erlösmodelle für Internet-basierte Medien
- 11.35 Uhr Diskussion
- 11.50 Uhr Kaffeepause
- 12.10 Uhr **Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß/Dr. Christoph Fritsch**,  
Institut für Rundfunkökonomie / Universität zu Köln  
Premiuminhalte als Erfolgsgrundlage entgeltfinanzierter  
Internet-basierter Medien
- 12.35 Uhr Diskussion
- 12.50 Uhr Mittagspause

### Teil B

#### Medienpolitische Herausforderungen und Chancen Internet-basierter Medien

- 13.50 Uhr **Dr. Manfred Kops**, Institut für Rundfunkökonomie  
Konsumenten- und Bürgernutzen Internet-basierter Medien
- 14.15 Uhr Diskussion
- 14.30 Uhr Kaffeepause
- 14.50 Uhr **Stefan Moll**, Westdeutscher Rundfunk  
Internet-basierte Medien als Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
- 15.15 Uhr Diskussion
- 15.30 Uhr **Doris Brocker**, Landesanstalt für Medien NRW  
Die Beaufsichtigung Internet-basierter Medien durch die Landes-  
medienanstalten: regional, national, international
- 15.55 Uhr Diskussion
- 16.15 Uhr **Doris Brocker**, Landesanstalt für Medien NRW  
Schlusswort

## 5.2. Auf Veranstaltungen anderer Einrichtungen gehaltene Vorträge zu rundfunkökonomischen Themen

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

Hagenah, J./Meulemann, H.: Untersuchung der Mediatisierung mit MA-Daten, Vortrag gehalten am 19. 11. 2010 beim 3. Workshop des Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrums in Köln.

Hagenah, J./Gilles, D./Meulemann, H.: Über die Mediatisierung der Freizeit. Wie und in welchen sozialen Gruppen die Medienpräferenz der Deutschen seit der Einführung des dualen Rundfunksystems gestiegen ist. Vortrag gehalten am 18. 03. 2010 bei der Tagung "Ungleichheit aus kommunikations- und mediensoziologischer Perspektive" der Sektion Medien- und Kommunikationssoziologie der Deutschen Gesellschaft für Soziologie und der Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft in Frankfurt.

Kops, Manfred: Publizistische Vielfalt als Public Value? Referat auf Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik am 13. 11. 2009 in Hamburg. Erschienen in Gundlach, Harry (Hrsg.): Public Value in der Digital- und Internetökonomie, Herbert von Halem Verlag Köln 2011, S. 46 - 78, auch erschienen in der Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 265, Köln 2010

Kops, Manfred: Revenue Structures of Broadcasting Systems: An International Comparative Study, Paper presented at the International Conference „The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence“, May 6 - 7 2010, Bonn, Germany

Kops, Manfred: Participation at the panel discussion: „The Future of the Broadcasting Licence Fee in Times of Media Convergence“ of the International Conference May 6 - 7 2010, Bonn, Germany Panel Discussion: In Search of the Appropriate Licence Fee Base, Chaired by Prof. Dr. Hans Kleinsteuber, University of Hamburg, Germany

Kops, Manfred: Participation at the roundtable discussion: “The Challenges for Public Television in the New Audiovisual Scenario”, as part of the EURALVA/TAC-CONFERENCE: “The Challenges for Public Television in the New Audiovisual Scenario”, Barcelona, October 15,

Kops, Manfred: Konsumenten- und Bürgernutzen entgeltfinanzierter Internetbasierter Medien, Referat, vorgetragen auf der Tagung des Instituts für Rundfunkökonomie und der LfM NRW „Herausforderungen und Chancen Internetbasierter Medien“ am 17. 11. 2010 in Düsseldorf

Kops, Manfred: Der Wettbewerb um Aufmerksamkeit in dualen Medienordnungen, Referat, vorgetragen auf dem 3. Workshop des Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrums (MLFZ) am 20. 11. 2010 in Köln



Kops, Manfred: Broadcasting in Germany. Chances and Challenges of the Dual System. Presentation for the Workshop for journalism students from the Communication University of China, Beijing, Monday, 22. 11. 2010, at the Akademie Eichholz, Wesseling/Cologne

Schoder, Detlef: „Was gibt's Neues im E-Commerce?“, Köln, 9. 12. 2009

Schoder, Detlef: Gründungschancen im Bereich intelligenter Webanalyse & Social Media, InnovationsDialog NRW, 19. 11. 2010

Schoder, Detlef: Social Media – Wie können Unternehmen von Sozialen Netzwerken profitieren, Verein der Kaufleute der deutschen Zuckerindustrie, Köln 13. 12. 2010

## 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 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 Schellhaaß*

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

**SS 2009**

**Hauptseminar zur Medienökonomie - Blockseminar**

„Standards und Innovationen in digitalen Rundfunkmärkten“

*Prof. Dr. H. M. Schellhaaß/Prof. Dr. Norbert Seidel*

Das Seminar richtet sich an Diplom- und Masterstudenten, die ihre medienökonomischen Kenntnisse vertiefen wollen. Grundkenntnisse in Medienökonomie werden vorausgesetzt. Die Teilnehmerauswahl erfolgt deshalb in erster Priorität nach bisher besuchten Veranstaltungen der Medienökonomie und in zweiter Priorität nach anderen medienwissenschaftlichen Grundkenntnissen (z.B. Veranstaltungen in Medienmanagement, einschlägige Praktika usw.).



Die Anforderungen an die Seminarteilnehmer bestehen im Anfertigen und Vortragen einer Hausarbeit und eines Koreferats. Die einzelnen Themen werden jeweils in Zweier-/Dreiergruppen bearbeitet. Teamvorschläge sowie Themenpräferenzen werden soweit wie möglich berücksichtigt. Die Abgabe der schriftlichen Referate zum ersten Seminartermin muss bis zum 18. 04. 10 erfolgen, die Referate für den zweiten Seminartermin müssen bis zum 09. 05. 10 und für den dritten Seminartermin bis zum 20. 05. 10 abgegeben werden.

Das schriftliche Referat darf 18 Seiten nicht überschreiten. Der mündliche Vortrag soll eine Länge von 25 Minuten haben. Die Koreferate sollen eine Länge von 10 Minuten haben. Die Referate müssen am Lehrstuhl von Prof. Schellhaaß sowohl in elektronischer als auch in Papierform eingereicht werden.

Seminaranmeldungen können ab sofort bis zum 21. 01. 10 am Lehrstuhl von Prof. Dr. Schellhaaß abgegeben werden. Anmeldeformulare sind auf der Lehrstuhl-Homepage als Download abrufbar. Eine vorläufige Teilnehmerliste wird am 22. 01. 10 ausgegeben. Ein Rücktritt vom Seminar ist bis zum 29. 01. 10 möglich. Die endgültige Teilnehmerliste wird nach diesem Datum auf der Lehrstuhl-Homepage veröffentlicht.

Gemäß Prüfungsordnung ist ein Rücktritt nach endgültiger Aufnahme in das Hauptseminar nicht mehr möglich. Die Nichtabgabe oder nicht fristgerechte Abgabe des schriftlichen Referats wird mit 7 Maluspunkten bewertet. Die Teilnahme an allen vier Veranstaltungsterminen ist Pflicht.

Ihren Wünschen hinsichtlich Thema und Bearbeitungspartner versuchen wir möglichst zu entsprechen. Bitte beachten Sie aber, dass aus organisatorischen Gründen voraussichtlich nicht alle Themen vergeben werden können.

Einführungsveranstaltung im Vortragsraum der UB:  
Termin: Mittwoch, 15. 04. 09, 17:45 – 18:30 Uhr

Block 1: Mittwoch, 29. 04. 09, 13:00 – 17:30 Uhr

### **Strategien in digitalen Rundfunkmärkten**

Thema 1: Ökonomische Analyse von HDTV im Rundfunkmarkt

Thema 2: Ökonomische Analyse von öffentlich-rechtlichen Onlineangeboten für Vorschulkinder

Thema 4: Professor per Podcast - Online-Strategien von Universitäten

*Frau Biermann, WDR Programmbereich Internet*

Block 2: Donnerstag, 07. 05. 09, 13:00 – 18:15 Uhr

### **12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag**

*Rundgang durch den WDR*

Thema 5: Ökonomische Analyse des Public-Value-Tests

Thema 6: Ökonomische Analyse des Drei-Stufen-Tests

Thema 7: Kommerzielle Aktivitäten öffentlicher Rundfunkanstalten vor dem Hintergrund des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags



Block 3: Mittwoch, 13. 05. 09, 13:00 – 18:30 Uhr

### **Standardwettbewerb im Rundfunkmarkt**

Thema 8: Auswirkungen der Digitalisierung auf die Werbefinanzierung

Thema 9: Die Strategie von Sportdigital.tv zur Etablierung von Randsportinhalten

Thema 10: Wechselkosten bei der Adaption von IPTV

Thema 11: Ökonomische Analyse von Intermediären im digitalen Rundfunkmarkt

*Herr Dr. Werner, Chefsingenieur des WDR (Thema IPTV)*

## **WS 2009/2010**

### **Hauptseminar zur Rundfunkökonomie**

#### **Blockseminar mit Exkursion**

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

*Prof. Dr. Norbert Seidel*

- A. Sammelsprechstunde zu den Referatsthemen am Donnerstag, den 8. Oktober 2009 in der Uni Köln, Raum 310, Seminar für Allg. BWL, Marketing und Markenmanagement, WiSo-Hochhaus, 17.00 Uhr s. t.
- B. Abgabe der Referate bis Montag, 30. 11. 2009, Themen:
1. Vergleich der Aufbau- und Ablauforganisation von privatwirtschaftlich organisierten und öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen in Europa
  2. Finanzierungsstrukturen ausgewählter privater Medienunternehmen in Europa
  3. Online-Strategien privater Rundfunkunternehmen in Europa
  4. Auswirkungen der Digitalisierung im Mediensektor auf die Wettbewerbsstrategien von Medienunternehmen in Europa
  5. Neue Modelle zur Finanzierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten in Deutschland
  6. Der Drei-Stufen-Test für Online-Aktivitäten öffentlich-rechtlicher Rundfunkunternehmen
  7. Kommerzielle Aktivitäten öffentlicher Rundfunkanstalten vor dem Hintergrund des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags
  8. Die Programmverbreitung von Rundfunkunternehmen aus betriebswirtschaftlicher Sicht
  9. Methoden zur Kostensteuerung von TV-Produktionen
  10. Marktstrategien für Hörfunkanbieter



C. Blockseminar im Westdeutschen Rundfunk

Tag 1: Veranstaltungsdauer von 9 bis ca. 18 Uhr am Donnerstag, 14. Januar 2010, 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. 16 Uhr am Donnerstag, 28. Januar 2010, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.

- IV. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 2

Die Teilnehmerzahl ist auf 20 begrenzt. Die Anforderungen an die Seminarteilnehmer bestehen im Anfertigen und Vortragen einer Hausarbeit und eines Ko-referats. Themenpräferenzen werden soweit wie möglich berücksichtigt. Die Abgabe der schriftlichen Referate muss bis zum 30. 11. 2009 erfolgen. Das schriftliche Referat darf 15 Seiten nicht überschreiten. Der mündliche Vortrag soll eine Länge von 25 Minuten haben. Die Koreferate sollen eine Länge von maximal 10 Minuten haben. 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 30. September 2009 ist ein Rücktritt nicht mehr möglich. Die Nichtabgabe oder nichtfristgerechte Abgabe des schriftlichen Referats wird mit 7 Maluspunkten geahndet. Anmeldung ab dem 1. August 2009, 15 Uhr, ausschließlich auf der Webseite des Instituts für Rundfunkökonomie.

**VL „Aktuelle Themen der Medienwirtschaft“**

*Hans W. Färber*

2 Std. Di. 17:45 - 19:15h in XXVI

Die Gliederung ist identisch mit der aus dem Wintersemester 2008/2009.

**UE 1249 „Aktuelle Themen der Medienwirtschaft“**

**Aktuelle Themen der Medienwirtschaft**

*Assistenten des Lehrstuhls Schellhaaß*

2 Std. Mi. 14:00 - 15:30h in B VI (3/314) USB

**VL 1243 „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.

**UE 1244 „Theorie und Politik der Medienwirtschaft“**

*Assistenten des Lehrstuhls Schellhaaß*

2 Std. Do 14:00 – 15:30 h in HS XI b

**UE 1245 „Theorie und Politik der Medienwirtschaft“**

*Assistenten des Lehrstuhls*

2 Std. Do 16:00 – 17:30 h in HS XIb

**SS 2010**

**VL „Medienordnung“**

*Horst Schellhaaß*

2 Std. Di 10:00 – 11:30 h in HS XII

A. Die Rundfunkordnung im Wandel

B. Marktmäßige Programmviefalt im Fernsehen

C. Verfassungsrechtliche Meinungsviefalt im Fernsehen

D. Sicherung der Meinungsfreiheit im Fernsehen

E. Ökonomische Analyse der Rundfunkgebühr

F. Ökonomische Analyse des Buchmarktes

G. Das Angebot an Gratiszeitungen

**UE „Medienordnung“**

*Assistenten des Lehrstuhls Prof. Schellhaaß*

2 Std. Mi 10:00 – 11:30 h in HS VII b

**UE „Medienordnung“**

*Assistenten des Lehrstuhls Prof. Schellhaaß*

2 Std. Do 14:00 – 15:30 h in HS VII b

**Hauptseminar zur Medienökonomie**

**„Institutionen in Medien und Sport“**

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

Das Seminar richtet sich an Studierende im Hauptstudium, die ihre medienökonomischen Kenntnisse vertiefen wollen. Grundkenntnisse in Medienökonomie werden vorausgesetzt. Die Teilnehmerauswahl erfolgt deshalb in erster Priorität nach bisher besuchten Veranstaltungen der Medienökonomie und in



zweiter Priorität nach anderen medienwissenschaftlichen Grundkenntnissen (z.B. Veranstaltungen in Medienmanagement, einschlägige Praktika usw.).

Eine Einführungsveranstaltung wird in der ersten Februarwoche 2010 stattfinden. Das Hauptseminar findet als dreigeteilte Blockveranstaltung im WDR statt.

1. Termin: Mittwoch, den 28. 04. 13:00 – 18:45 Uhr
2. Termin: Mittwoch, den 19. 05. 13:30 – 18:00 Uhr
3. Termin: Dienstag, den 01. 06. 13:30 – 18:00 Uhr

Die Anforderungen an die Seminarteilnehmer bestehen im Anfertigen und Vortragen einer Hausarbeit und eines Koreferats. Die einzelnen Themen werden jeweils in Zweier/Dreiergruppen bearbeitet. Teamvorschläge sowie Themenpräferenzen werden soweit wie möglich berücksichtigt. Die Abgabe der schriftlichen Referate zum ersten Seminartermin muss bis zum 18. 04. 10 erfolgen, die Referate für den zweiten Seminartermin müssen bis zum 09. 05. 10 und für den dritten Seminartermin bis zum 20. 05. 10 abgegeben werden.

Das schriftliche Referat darf 18 Seiten nicht überschreiten. Der mündliche Vortrag soll eine Länge von 25 Minuten haben. Die Koreferate sollen eine Länge von 10 Minuten haben. Die Referate müssen am Lehrstuhl von Prof. Schellhaaß sowohl in elektronischer als auch in Papierform eingereicht werden.

Seminaranmeldungen können ab sofort bis zum 21. 01. 10 am Lehrstuhl von Prof. Dr. Schellhaaß abgegeben werden. Anmeldeformulare sind auf der Lehrstuhl-Homepage als Download abrufbar. Eine vorläufige Teilnehmerliste wird am 22. 01. 10 ausgegeben. Ein Rücktritt vom Seminar ist bis zum 29. 01. 10 möglich. Die endgültige Teilnehmerliste wird nach diesem Datum auf der Lehrstuhl-Homepage veröffentlicht.

Gemäß Prüfungsordnung ist ein Rücktritt nach endgültiger Aufnahme in das Hauptseminar nicht mehr möglich. Die Nichtabgabe oder nicht fristgerechte Abgabe des schriftlichen Referats wird mit 7 Maluspunkten bewertet. Die Teilnahme an allen vier Veranstaltungsterminen ist Pflicht.

Ihren Wünschen hinsichtlich Thema und Bearbeitungspartner versuchen wir möglichst zu entsprechen. Bitte beachten Sie aber, dass aus organisatorischen Gründen voraussichtlich nicht alle Themen vergeben werden können.

Seminarthemen:

- 1) Der Markt für Programmzeitschriften
- 2) Kritische Bewertung eines Gutachtens zu den marktrelevanten Auswirkungen im Rahmen des Drei-Stufen-Test
- 3) „Journalism Online“ – Einheitliche Bezahlssysteme für Journalismus im Internet
- 4) Vermarktung intellektuellen Eigentums durch Verwertungsgesellschaften
- 5) Institutionenökonomische Analyse der KEF
- 6) Fernsehgerechte Rahmenterminpläne im Sport



- 7) Professionalisierung der Vereinsarbeit zur Stärkung der Medienpräsenz von Randsportarten
- 8) Die 50+1 Regel in den Statuten des Deutschen Fußball Bund
- 9) Versionierungsstrategien privater Fernsehsender
- 10) Redaktionelle Informationsauswahl zwischen publizistischem Wert und Eignung als Werbeträger

## **WS 2010/2011**

### **Hauptseminar zur Rundfunkökonomie Blockseminar mit Exkursion „Ausgewählte Aspekte des Managements von Rundfunkunternehmen“**

*Prof. Dr. Norbert Seidel*

- A. Sammelsprechstunde zu den Referatsthemen
  1. Allgemeine Information über Themen und Veranstaltungsablauf am Donnerstag, den 7. Oktober 2010 in der Uni Köln, Raum 110, WiSo-Hochhaus, 17.00 Uhr s. t.
  2. Abstimmung der Gliederungsvorschläge am Donnerstag, den 28. Oktober 2010 in der Uni Köln, Raum 110, WiSo-Hochhaus, ab 17.00 Uhr, nach vorheriger Vereinbarung
- B. Abgabe der Referate bis Montag, 30.11.2009, Themen:
  1. Vergleich der Aufbau- und Ablauforganisation von privatwirtschaftlich organisierten und öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen in Europa
  2. Finanzierungsstrukturen ausgewählter privater Medienunternehmen in Europa
  3. Funktion und Arbeitsweise der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs
  4. Das neue Modell zur Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland
  5. Auswirkungen der Digitalisierung im Mediensektor auf die Wettbewerbsstrategien von Medienunternehmen in Europa
  6. Der Drei-Stufen-Test für Online-Aktivitäten öffentlich-rechtlicher Rundfunkunternehmen
  7. Ökonomische Bedeutung und Ausgestaltung der Filmförderung in Deutschland und Europa
  8. Betriebswirtschaftliche Analyse des Herstellungsprozesses von Fernsehprogrammen unter besonderer Berücksichtigung von HDTV
  9. Programmcontrolling für öffentlich-rechtliche und private Fernsehunternehmen – ein Vergleich
  10. Programmverbreitungsstrategien für Rundfunkunternehmen - eine betriebswirtschaftliche Bewertung

### C. Blockseminar im Westdeutschen Rundfunk

Tag 1: Veranstaltungsdauer von 9 bis ca. 18 Uhr am Donnerstag, 13. Januar 2011, 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. 16 Uhr am Donnerstag, 20. Januar 2011, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.

- IV. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 2

Die Teilnehmerzahl ist auf 20 begrenzt. Die Anforderungen an die Seminarteilnehmer bestehen im Anfertigen und Vortragen einer Hausarbeit und eines Koferats. Themenpräferenzen werden soweit wie möglich berücksichtigt. Die Abgabe der schriftlichen Referate muss bis zum 30. 11. 2010 erfolgen. Das schriftliche Referat darf 15 Seiten nicht überschreiten. Der mündliche Vortrag soll eine Länge von 25 Minuten haben. Die Koreferate sollen eine Länge von maximal 10 Minuten haben. 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 (Diplom) bzw. Institutionen und Märkte VI (Master/Minor). Ab dem 30. August 2010 ist ein Rücktritt nicht mehr möglich. Die Nichtabgabe oder nichtfristgerechte Abgabe des schriftlichen Referats wird mit 7 Maluspunkten geahndet. Anmeldung ab dem 2. August 2010, 15 Uhr, ausschließlich auf der Webseite des Instituts für Rundfunkökonomie unter <http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/lehre/ws1011.php>.

### **Vorlesung "Ökonomische Aspekte des dualen Rundfunksystems"**

*Hans W. Färber*

Mo. 17:45 - 19.45 h in HS XI a

- 11.10.2010: A.) Mediensystem in der BRD
- 18.10.2010: A.) Mediensystem in der BRD (2)
- 25.10.2010: B.) Finanzstrukturen ARD (Herr Dr. Schwertzel)
- 08.11.2010: C.) Programmplanung, -steuerung und -bewertung (Frau Tebert)
- 15.11.2010: D.) Geschäftsmodelle der Massenmedien
- 22.11.2010: D.) Geschäftsmodelle der Massenmedien (2)
- 29.11.2010: Praxistermin
- 06.12.2010: E.) Werbung & Sponsoring
- 13.12.2010: F.) Rechte-und Lizenzmanagement (Frau Frieling)
- 20.12.2010: G.) Planung, Abrechnung und Kontrolle
- 10.01.2011: G.) Planung, Abrechnung und Kontrolle (2)
- 17.01.2011: H.) Digitalisierung im Rundfunk (Herr Dr. Susallek)



24.01.2011: I.) Medienspezifische Anforderungen  
an das Personalmanagement

31.01.2011: 1. Klausurtermin

31.03.2011: 2. Klausurtermin

**Übung: "Ökonomische Aspekte des dualen Rundfunksystems"**

*Jan Lucas*

Mi 14:00 - 15.30 h in HS XI a

**Vorlesung „Theorie und Politik der Medienwirtschaft“**

Dr. Christoph Fritsch

2 Std Di 10:00 - 11:30 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 „Theorie und Politik der Medienwirtschaft“**

*Jan Lucas*

2 Std. Di 12:00 - 13:30 in S 01 (neues Seminargebäude)

**Übung Theorie und Politik der Medienwirtschaft**

*Jan Lucas*

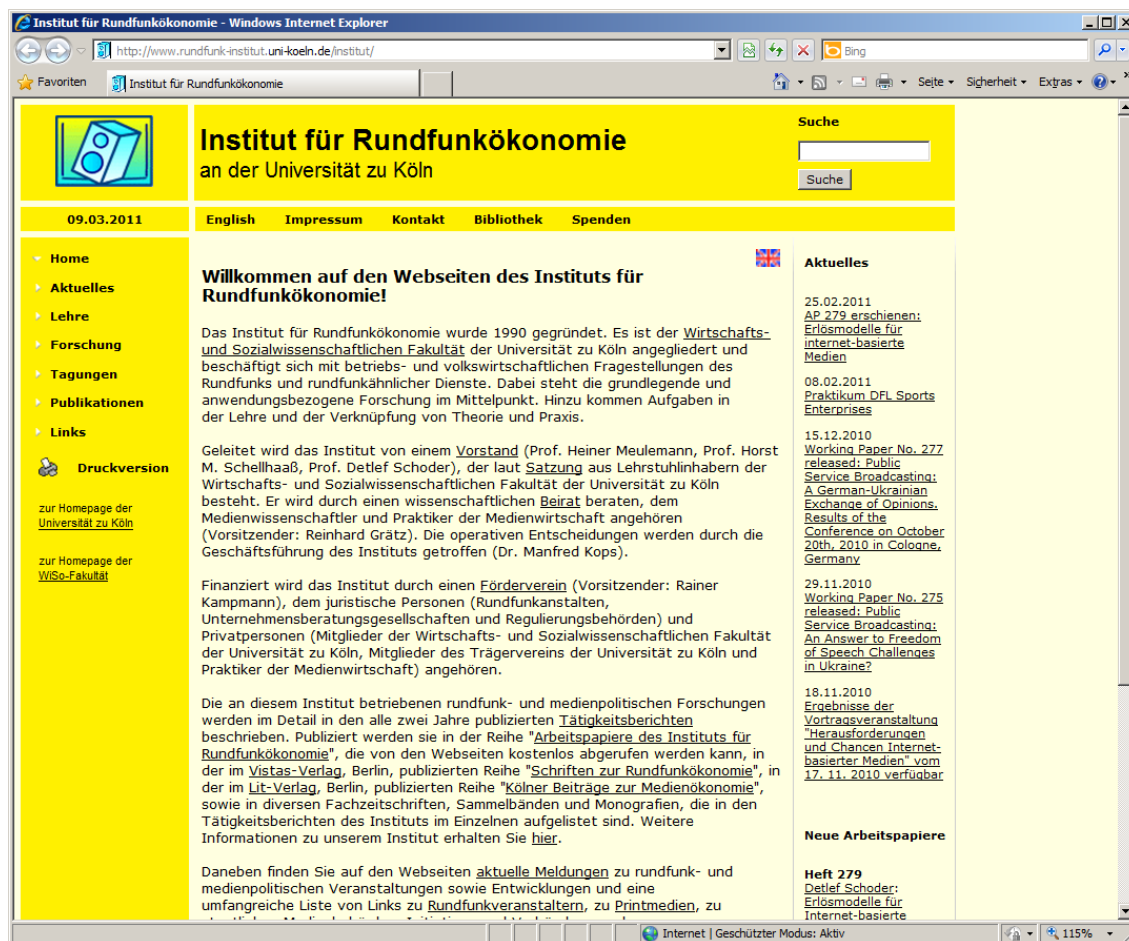
2 Std. Do 14:00 - 15:30 in HS XI b

## 7. Das Institut für Rundfunkökonomie im Internet

### 7.1. Allgemeines

Wie in den letzten Tätigkeitsberichten bereits ausführlich 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.rundfunk-institut.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 Mel-



dungen, 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.

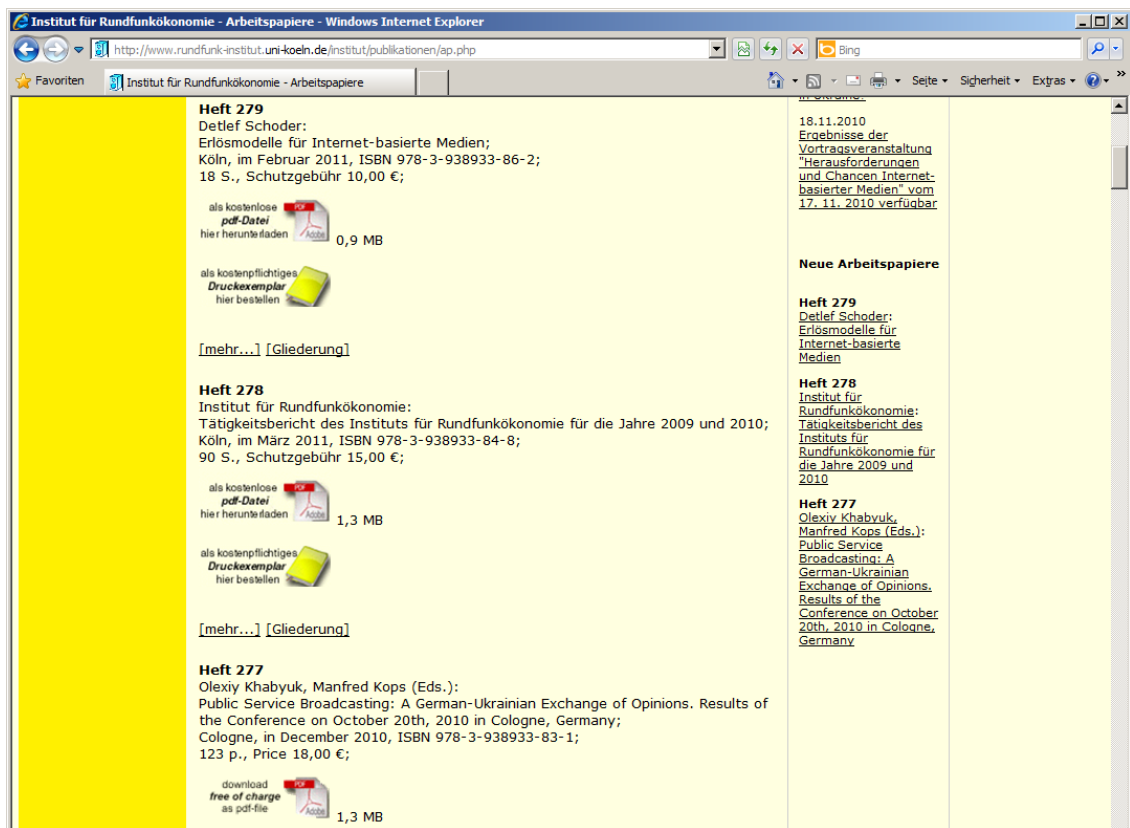
Außerdem enthält die Homepage des Instituts einen Uplink zur Homepage der Universität zu Köln, über die bspw. zentrale Universitätsdienste oder andere Universitätsinstitute angesteuert werden können, einen Link zu Kontaktinformationen der Direktoren und Mitarbeiter des Instituts sowie einen Suchalgorithmus, 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 Lehreaktivities 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 Formalar 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 Kennzahlen je nach Serverkonfiguration verschiedener Programme voneinander abweichen können. Die Zugriffe im Berichtszeitraum haben sich gegenüber den früheren Jahren insgesamt verringert; das trifft insbesondere auf die Zugriffe im Jahr 2009 zu. Im Jahr 2010 konnte jedoch ein leichter Anstieg erreicht werden. Auf-





grund eines Umzugs der Webseite auf einen neuen Server ist davon auszugehen, dass ein Teil der Zugriffe in den Monaten März bis Juni 2010 nicht erfasst wurde.

Abbildung 4:  
Zugriffsstatistiken der Webseiten des Instituts; Januar 2009 – Dezember 2010

	Seitenanfragen (Hits)	Dateiabrufe (Files)	Seitenabrufe (Pages)
Januar 2009	116.910	73.907	44.651
Februar 2009	83.038	47.248	25.722
März 2009	101.032	58.592	31.800
April 2009	96.680	58.058	28.951
Mai 2009	102.376	58.004	29.995
Juni 2009	97.721	55.950	31.709
Juli 2009	92.121	55.491	28.712
August 2009	75.681	44.006	23.457
Sept. 2009	84.335	50.186	27.085
Oktober 2009	95.255	57.351	33.558
November 2009	105.520	58.536	32.803
Dezember 2009	85.060	49.175	26.124
<b>Summe</b>	<b>1.135.729</b>	<b>666.504</b>	<b>364.567</b>
Januar 2010	104.610	56.743	31.468
Februar 2010	94.567	53.454	29.000
März 2010	85.911	46.208	20.813
April 2010	97.169	54.935	27.060
Mai 2010	101.425	80.533	68.753
Juni 2010	123.842	70.570	37.550
Juli 2010	101.580	62.260	32.973
August 2010	94.151	55.590	27.590
Sept. 2010	86.330	48.429	23.764
Oktober 2010	126.569	75.552	40.119
November 2010	130.575	76.821	37.408
Dezember 2010	106.412	64.045	32.745
<b>Summe</b>	<b>1.253.141</b>	<b>745.140</b>	<b>409.243</b>

Abbildung 4 dokumentiert die Zahlen im Einzelnen. Im Gegensatz zu früheren Tätigkeitsberichten wird dort die Zahl der „Visits“ nicht mehr ausgewiesen (sie wird 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 November 2010 wurde mit 131 Tsd. Hits der höchste Monatswert innerhalb des Berichtszeitraums erreicht. Die meisten Seitenaufrufe (Pages) haben jedoch im Mai 2010 stattgefunden (68.753). Auch die höchste Zahl an Dateiabrufen entfiel auf diesen Monat (80.533). Insgesamt gab es im Jahr 2009 1.135.729 Hits (davon

666.504 Dateiabrufe und 364.567 Seitenabrufe) und im Jahr 2010 1.253.141 Hits (davon 745.140 Dateiabrufe und 409.243 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 (ohne März 2010) wurde von dieser Möglichkeit 856.794 Mal Gebrauch gemacht (gegenüber dem Zeitraum 2007-2008, in dem 779.617 Downloads zu verzeichnen waren, ist dies eine Steigerung um ca. 10 %; mit Berücksichtigung fehlender Daten aus März 2010 wahrscheinlich noch höher). Wie die Gegenüberstellung der Zugriffe für die Arbeitspapiere mit den Gesamtzugriffen zeigt, ist die kostenfreie Publikation von Arbeitsergebnissen in dieser Reihe 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 2009 bis Dezember 2010  
(ohne März 2010)

Heftnr.	Abrufe (Hits)	Autor	Thema
164	46899	Jäger	Ursachen verändernder Mediennutzung
179	33676	Knappe	Die deutsche Fernsehindustrie: Eine Analyse der Wettbewerbsstrategien vor dem Hintergrund zunehmender Digitalisierung ...
203	31512	Slama	Das Schwarzseher-Problem beim Pay-TV
230	23584	Rogge	Nutzergenerierte Inhalte als Erlösquelle für Medienunternehmen
153	21790	Bauder	Der deutsche Free-TV-Markt: Chancen für neue Anbieter?
155	18111	Usadel	Target Costing für TV-Produktionsunternehmen
190	17463	Petersen	"Serien-Spin-Off" als Strategie der Programmentwicklung
210	15766	Westebbe	Bedarfsanalysen von Käufertypen als Grundlage eines Showplanungskonzepts im Tele-Shopping
213	15114	Eggert	Cross-Channel-Konzeptionen für TV Formate. Möglichkeiten und Grenzen einer integrierten Vermarktung
209	15004	Trefzger	Mobile TV-Launch in Germany - Challenges and Implications
63	13707	Schneider	Möglichkeiten und Grenzen finanzwirtschaftlicher Kennzahlen im Rahmen einer rundfunkspezifischen Controlling-Konzeption für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten
7	12920	IRÖ	Controlling für öffentlich-rechtliche Fernsehunternehmen
69	12791	Friedrich	Planung der Programmbeschaffung in öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten
238	12656	Wolf	Wie verzichtbar wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch die Digitalisierung?
56	11813	Nafziger/ Schwertzel	Kennziffern
61	10281	Fuchs	Projektcontrolling bei TV-Spielfilmen
181	9743	Meyer	Die Qualität der Online-Angebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender im Vergleich...
220	9485	Tegge	Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Markt für Fernsehprogramme
30	9061	Kamps	Prozesskostenrechnung im WDR - Einsatzmöglichkeiten und Grenzen, dargestellt am Beispiel des Filmarchivs



188	8.999	Eickhoff/Hutt	Gegenwärtige Ausgestaltung und wünschenswerte Fortentwicklung der Fernsehordnung der Volksrepublik China ...
184	8.454	Bornemann	Das digitale Programmangebot werbefinanzierter Fernsehveranstalter
206	8.247	Bomas	Der duale Rundfunk. Seine Bedeutung für die Entwicklung des Rundfunkmarktes
256	8.157	Radtke/Dilevka	Empirischer Überblick über die deutsche Fernsehindustrie
159	8.067	Meier	Von der Sendepflichtverwaltung zum kompetitiven "programming"
131	7.837	Loseff-Tillmanns,/ Kops	Public Communication and the New Media
172	7.336	Schellhaaß	Strategien zur Vermarktung des Sports im Fernsehen
12	7.205	Holtmann	Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikationspolitik öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten am Beispiel des WDR
16	6.996	Fahle	Die Ausrichtung der Programmgestaltung öffentlich-rechtlicher und privater TV-Anbieter auf die Vermarktung von Werbezeiten
70	6.873	Bergmann	Erfolgsindikatoren für Fernsehprogrammangebote zur Erreichung jugendlicher Zielgruppen ...
24	6.668	Kleine-Erfkamp	Szenarioanalyse für die Verbreitung von Fernsehprogrammen über Terrestrik, BK-Netze und Satellit in der BRD bis ins Jahr 2000
180	6.637	Khabyuk	Der ukrainische Rundfunk zwischen Staat und Markt. ...
171	6.156	Gehring	Aufstieg und Fall der Kirch-Gruppe. Eine institutionenökonomische Erklärung
44	6.010	Holthaus	Realisationschancen für Lokales Fernsehen am Beispiel einer Wirtschaftlichkeitsberechnung für ausgewählte Gebiete NRW
178	5.919	Eberle	Formen der Finanzierung öffentlich-rechtlicher Online-Angebote
247	5.827	IRÖ	Tätigkeitsbericht 2007 - 2008
14	5.588	Kantimm	Ökonomische Rechtfertigung und Marktchancen von Spartenrundfunkveranstaltern in Europa
243	5.269	Winkelmann	Konvergenz von Mobilfunk- und Internetdiensten: Auswirkungen auf Wertschöpfungskette und Geschäftsmodelle des Mobilfunks
49	5.234	Föll	Corporate Identity bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
244	5.204	Stock	Noch einmal zum Reformbedarf im "dualen Rundfunksystem"
29	5.202	Kops	Darstellung und Systematisierung der Vorschläge zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
216	5.163	Gläser	Programm-Marketing öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten
144	5.004	Kops	Produktionssteuerung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk
154	4.988	Kroh	Marktchancen von Internet-Radioanbietern
252	4.953	Kops/Sokoll/Bensinger	Rahmenbedingungen für die Durchführung des Drei-Stufen-Tests - Gutachten erstellt für den Rundfunkrat des Westdeutschen Rundfunks -
86	4.773	Horstmann	Programmcontrolling bei öffentlich-rechtlichen und privat-rechtlichen Fernsehveranstaltern - ...
201	4.763	Rossen-Stadtfeld	Funktion und Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Kulturauftrags im dualen Rundfunksystem
204	4.693	Kops	German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective
183	4.678	Loebbecke et al.	Betriebswirtschaftliche Betrachtung öffentlich-rechtlicher TV-Online-Aktivitäten
221	4.537	IRÖ	Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 2005 und 2006



186	4.533	Frisch	"Soccer?" - "Futból": Zielgruppenorientierte Strategien zur Fernsehvermarktung als Schwellensportart in den USA
215e	4.523	Kops	The German Broadcasting Order. A Model for China?
191	4.410	Türker	The Optimal Design of a Search Engine from an Agency Theory Perspective
249	4.300	Meulemann	Verdrängt das Internet die Massenmedien? Medienpräferenzen und die Individualisierung der Mediennutzung
15	4.191	Wurth	Programmstruktureffekte alternativer Formen privater Rundfunkfinanzierung am Beispiel eines Kinderprogramms
208	4.158	Faber/ Xiaomei	Rechtliche Rahmenbedingungen für Film und Fernsehen in China
66	4.065	Sieben/ Schwertzel	Controlling für Rundfunkanbieter
89	4.034	Schaarmann	Hörer- und Kundenbindung im Hörfunk - dargestellt am Beispiel des Senders Eins Live
116	3.991	Geschwandtner-Andreß	Medienwirtschaft in Köln. Theoretische Erklärungsansätze und politische Bestimmungsfaktoren eines regionalen Produktionsclusters Medien
6	3.880	Oltmanns	Das öffentlich-rechtliche TV-Angebot 1952 bis 1991 und seine Nutzung
104	3.858	Susallek	Management Informationssysteme in der ARD als Instrumente rationaler Willensbildung
146	3.848	Esser	Wirtschaftlichkeitsanalyse werbefinanzierter Lokalfernsehveranstalter, analysiert anhand der ökonomischen Klubgütertheorie
187	3.669	Rohn	Media Companies and Their Strategies in Foreign Television Markets
217	3.555	Elitz/Stammler	Programmliche Selbstverpflichtungen und Medienqualität. Ein Projekt zur Sicherung der Qualität in den elektronischen Medien
226	3.461	Stock	Islam im Rundfunk – wie eigentlich? Auf dem Weg zu muslimischer kommunikativer Präsenz in deutschen Rundfunkprogrammen
132	3.454	May	Der gebundene Buchpreis. Eine ökonomische Betrachtung
211	3.358	Kops	Globalisierung der Medienwirtschaft. Nutzen und Kosten, Gewinner und Verlierer
193	3.352	Libertus	Essential Aspects Concerning the Regulation of the German Broadcasting System. Historical, Constitutional and Legal Outlines
54	3.274	Drees	Controlling für werbefinanzierte Musikfernsehveranstalter
258	3.268	Gomolka/Struck	Best Practice im IPTV-Markt - Kritische Erfolgsfaktoren zur Etablierung neuer Dienste und deren Geschäftsmodelle im deutschen IPTV-Markt
234	3.193	Bensinger/ Sokoll	Die EU-Vorgaben für kommerzielle Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Umsetzung und Konsequenzen ...
5	3.189	Droste	Komplementäre oder substitutive Beziehungen zwischen Rundfunk und Printmedien
240	3.182	Kops	Die Globalisierung als Herausforderung für den deutschen Auslandsrundfunk
106	3.174	Holtmann	Programmbeschaffung und -entwicklung werbefinanzierter TV-Programmanbieter aus der Perspektive der Programmplanung
2	3.173	Kops/ Hansmeyer	Ökonomische Begründung und Ausgestaltung einer föderalen Rundfunkordnung
107	3.080	Eckhardt	Strukturen, Aufgaben und Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Kräftefeld der Politik der Politik
205e	3.080	Ollig	Chinese TV Programmes for Foreign Countries? A Consumer Theory Perspective



199	3.075	Blanke	Entscheidungs- und marktorientierte Kosten- und Leistungsrechnung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
195	3.064	IRÖ	Tätigkeitsbericht des Instituts 2003 - 2004
194	2.995	Gomolka	Content Management im öffentlich-rechtlichen Rundfunk – Grundlagen, rundfunkökonomische Einordnung und Fallbeispiel
197	2.954	Meier	„Für ein paar Cent weniger“? Ein Beitrag zur aktuellen Rundfunkgebührenpolitik
254	2.953	Müller	Daten und Methoden zur empirischen Ermittlung der Medienpräferenzen in Deutschland
202	2.945	Eckhardt	Wie erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag ? Empirische Langzeitstudie
156	2.932	Ollig	Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten ausländischer Fernsehprogrammanbieter in der VR China
212	2.932	Metze-Mangold/Oeter	Zwischen Welthandel und kultureller Vielfalt - Welchen Spielraum lassen WTO und UNESCO für die Regulierung der audiovisuellen Medien?
78	2.924	IRÖ	Tätigkeitsbericht 1995 – 1996
253	2.850	Rossen-Stadtfeld	Anforderungen des Dreistufentests an die Gremien: eine rundfunkverfassungsrechtliche Einordnung
232	2.769	Stock	Der öffentlich-rechtliche Auslandsrundfunk als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation
211e	2.754	Kops	Globalising Media Markets. Benefits and Costs, Winners and Losers
142	2.739	Spallek	Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Informationsgesellschaft. Eine Analyse ausgewählter Strategiepapiere
200	2.698	Kops	German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective
227	2.688	Khabyuk	Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Ukraine: Voraussetzungen und verpasste Gelegenheiten;
277	2.612	Khabyuk/Kops	Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on October 20th, 2010 in Cologne, Germany
147	2.536	Hoff	Technische Konvergenz - Fakten und Perspektiven
225	2.520	Schellhaaß	Die Fußballweltmeisterschaft im Programm der Deutschen Welle
192	2.502	Metze-Mangold	Zur Begleitung der Entstehung einer UNESCO-Konvention zur kulturellen Vielfalt
185	2.458	Eckhardt	Qualität des Hörfunkangebots aus der Sicht von Zielgruppen- Elitenbefragung des DeutschlandRadio
224	2.404	Niepalla	Die Deutsche Welle als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation
67	2.390	Michaelson	Marktstrategien für Pay-per-view-Veranstalter
122	2.388	Schössler	Konsequenzen der Digitalisierung für werbefinanzierte TV-Veranstalter
215d	2.377	Kops	Die deutsche Rundfunkordnung. Ein Modell für China?
138	2.375	Ricken	Risikomanagement für Fernsehunternehmen. Mögliche Strategien für Vollprogrammanbieter
218	2.273	Pleitgen	Kooperation zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und der Deutschen Welle
228	2.269	Hartstein	Die Optimierung der Angebote der Deutschen Welle als strategische Aufgabe
196	2.267	Kops	Soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Nachfrage seiner Zuhörer und Zuschauer korrigieren?
176	2.204	Grimm	Anforderungen an künftige Medienordnungen
165	2.182	Jäger	Die Folgen einer sich verändernden Mediennutzung für das Aufkommen aus der Rundfunkgebühr





100	2.133	Kops	Prinzipien der Gestaltung von Rundfunkordnungen. Ökonomische Grundlagen und rundfunkpolitische Konsequenzen
227e	2.127	Khabyuk	The Introduction of Public Service Broadcasting in Ukraine: Preconditions and Missed Opportunities
166	2.126	Eckhardt	Klassische Musik und das Kulturradio- Stand der Forschung
126	2.121	Olschewski	Planung des wirtschaftlichen Einsatzes von Programm-Trailern im Programm von Fernsehveranstaltern
163	2.116	Schellhaaß	Die Rundfunkordnung aus institutionenökonomischer Sicht
219	2.115	Witschi	Die programmlichen und finanziellen Konsequenzen neuer Verbreitungswege für den Auslandsrundfunk am Beispiel von swissinfo
182	2.095	Rebmann	Online-Dienste als wettbewerbswidrige Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
214	2.049	Elitz	Quality Management: Untapped Economic Potential of German Broadcasting Services
75	2.035	Demmer	Auswirkungen der europäischen Rundfunkstrukturpolitik auf den Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland
60	2.017	Sieben/Schwertzel	Finanzierung und Wirtschaftlichkeit lokaler Fernsehveranstalter
115	2.014	Kops	Nationale Konzentrationsschranken und internationale Wettbewerbsfähigkeit von Fernsehveranstaltern
207	2.013	Bensinger	Co-Operation with China in the TV Sector
177	1.991	Voß	Online-Dienste als unverzichtbare Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
8	1.941	Pagenstedt/Schwertzel	Controlling für öffentlich-rechtliche und private Fernseh-anbieter
88	1.926	Luxenburger	Möglichkeiten einer strategischen Reorganisation der ARD unter Zuhilfenahme der Konzeption der transnationalen Unternehmung
162	1.859	IRÖ	Tätigkeitsbericht 2001-2002
51	1.850	Hadamer	Planungs- und Rechnungslegungsinstrumente im Rahmen des WDR-Finanzcontrolling; ...
175	1.844	Fischer	Understanding Marketisation within the Chinese Information Sector- Taking Television as an Example
113	1.749	Sieben et al.	Analyse des NDR-Steuerungsmodells für Fernsehproduktionen
198	1.718	Niepalla	Selbstverpflichtungserklärungen als Instrument der Qualitätssicherung - Positionen und Erfahrungen der Deutschen Welle -
189	1.673	Eickhoff/Hutt	Gegenwärtige Ausgestaltung und wünschenswerte Fortentwicklung der Fernsehordnung der Volksrepublik China am Beispiel von China Central Television (CCTV)
222	1.658	何勇 (译者)	德国广播电视州际协议
250	1.631	Kops	Das deutsche duale Rundfunksystem - Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung und absehbare Veränderungen
262	1.531	Berger	Die Optimierung des Rankings in Suchmaschinen
108	1.530	IRÖ	Tätigkeitsbericht 1997 und 1998
13	1.508	Muck	Der mit der Einführung von DAB entstehende Bedarf zur Regulierung der Hörfunk-Übertragung
174	1.505	Schellhaaß	Sport als Teil des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags
55	1.496	Mattke	Die Abgrenzung von Rundfunkangeboten mit Hilfe der ökonomischen Clubgütertheorie: das Beispiel des multilingualen Südafrika
160	1.472	Klee	Afrikas Medien im Griff der Global Player und der eigenen Machthaber
98	1.438	Schöneberger	Ökonomische Grundfragen des Fernsehens
28	1.416	IRÖ	Tätigkeitsbericht für die Jahre 1993 und 1994



157	1.413	Brem	Merchandising und Licensing für Rundfunkunternehmen
145se	1.409	Kops	What is Public Service Broadcasting and How Should It Be Financed?
251	1.392	Michel	Die Individualisierung der Medien - Herausforderungen und Chancen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk
205c	1.382	Ollig	中国电视节目的出口：一种消费理论的透视
140	1.359	Kops	Ist der Markt ein geeignetes Verfahren zur Bestimmung der Einkommen von Fußballspielern?
123	1.341	Kops	Diversifizierte Verfahren zur Bereitstellung von Informationsgütern
19	1.322	Kops	Möglichkeiten und Probleme einer Indexierung der Rundfunkgebühren
229	1.295	Kleinstauber	Sieben Jahre im Rundfunkrat der Deutschen Welle. Expeditionen eines Wissenschaftlers in die medienpolitische Praxis
3	1.279	IRÖ	Tätigkeitsbericht für die Jahre 1991 und 1992
127	1.271	Pleitgen	Der Sport im Fernsehen
233	1.267	Scharping	Administration, Control and Censorship in the Chinese Media
130	1.245	Duvinage	Der Sport im Fernsehen. Die Sicht der Rechteagenturen
72	1.240	Kops	Rechtfertigen Nachfragemängel eine Regulierung von Rundfunkprogrammen?
170	1.234	Michel	Die Bedeutung der "World Trade Organisation" (WTO) und des "General Agreement on Trade in Service" (GATS) für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk
259	1.228	Dubina	An Economic Analysis of the Russian Television System
167	1.206	Katz	Erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag?
9	1.198	Heinrich et al.	Perspektiven des Fernsehangebots in Deutschland
59	1.191	Sauer	Der Stellenwert lokaler Hörfunk- und Fernsehangebote aus Sicht der werbetreibenden Wirtschaft
18	1.182	Conrad	Die bisherige Praxis der Bemessung der Rundfunkgebühren - Eine kritische Darstellung
120	1.169	Bauder	Die Medienkonzerne Time Warner und News Corporation Ltd. - Ein Vergleich ihrer Anpassungsfähigkeit ...
168e	1.167	Guo	Television Regulation and China's entry into the WTO
257	1.156	Wiedemann	Wie die Anstalten die Entscheidungen ihrer Gremien zum Dreistufentest vorbereiten und begleiten sollten
242	1.127	Schellhaaß	Die Konsequenzen des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht
260	1.108	Schellhaaß	Individualisierung der Medien - Wettbewerbsstrategien für die Sicherung der Meinungsvielfalt
94	1.103	Dörr	Die öffentlich-rechtliche Rundfunkfinanzierung und die Vorgaben des EG-Vertrages
245	1.091	Keller	Digital Media Content Provision without Copy Protection as an Alternative Business Model
143	1.088	IRÖ	Tätigkeitsbericht des Instituts 1999 und 2000
248	1.055	Elitz	Die Individualisierung der Medien - Herausforderungen und Chancen für den professionellen Journalismus
91	1.054	Hansmeyer/ Kops	Rundfunkprogramme als Klubgüter
241	1.039	Marmor	Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für den öffentlich-rechtlichen ...
125	1.027	Wolf	Zentrale Vermarktung oder Einzelvermarktung von Mannschaftssport im Fernsehen? Die Sicht des deutschen ...
145sc	997	Kops	公共广播电视及其经济来源分析
119	988	Kops	Nationale Konzentrationsschranken für Fernsehveranstalter bei zunehmender Globalisierung der Medienwirtschaft
118	982	Kops	Combating Media Concentration in a Globalisation World Economy





65	972	Sieben/ Schwertzel	Materialien zur Vorlesung Rundfunkökonomie II: Management für Rundfunkunternehmen Teil I
236	967	Bachmann	Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für die KEF
255	934	Schoder	Die Individualisierung der Medien als betriebswirtschaftliche Aufgabe
136	930	Enderle	Die Vermarktung der Senderechte professioneller Sportligen. Strategische und wettbewerbspolitische Implikationen aus Sicht der ...
237	897	Stadelmaier	Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für die Länder
103	887	Hoffmann	Verteilung der Gebühren zwischen ARD-Anstalten
246	880	Metze-Mangold	Das UNESCO-Übereinkommen zur kulturellen Vielfalt: Die Magna Charta der internationalen Kulturpolitik und ihre Umsetzung ...
26	856	Kresse	Öffentlich-rechtliche Werbefinanzierung und Grenzen der Grundversorgung im dualen Rundfunkssystem.
200c	855	Kops	将德国的电视节目卖给中国？一个政治经济学的分析
265	804	Kops	Publizistische Vielfalt als Public Value?
239	798	Wiedemann	Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission
83	791	Kops	Rundfunkbegriff und Rundfunkregulierung in den Zeiten von Multimedia
105	791	Simon	Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und die EG-Wettbewerbspolitik
141	783	Hoff	Aktuelle und zukünftige rundfunktechnische Entwicklungen
168c	771	Guo	进入WTO与中国的电视规制
227u	767	Khabyuk	Передумови впровадження суспільно-правового мовлення в ...
90	766	Schellhaaß	Ist die Rundfunkgebühr eine unzulässige Beihilfe? Eine ökonomische Analyse
82	763	Kops	Regelungsinhalte und Gestaltungsprinzipien von Finanzverfassungen
95	755	Schellhaaß / Enderle	Sportlicher versus ökonomischer Wettbewerb. Zum Verbot der zentralen Vermarktung von Europapokal-Spielen im Fußball
112	755	Kübler	Die Konzentration im Medienbereich und ihre Kontrolle
189c	755	Guo	WTO、媒介“产业化”与中国电视
235	753	Antoniadis	Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus Sicht der Europäischen Kommission
169	746	Schneider	Profile des (Zu-)Schauens im 20.Jhd
231e	735	Kops/Khabyuk	A Methodology for the Graphical Exposition of Broadcasting Systems
161	704	Grätz	Gremien in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
109	693	Schellhaaß	Zentrale Vermarktung von Europapokalspielen - Ausbeutung von Marktmacht oder Sicherung des sportlichen Wettbewerbs?
139	682	Schellhaaß	Vermarktungsrechte im Sport
211c	674	Kops	媒介市场的全球化？代价和收益，受益者和受损者
119-R	669	Kops	Nationale Konzentrationsschranken für Fernsehveranstalter bei zunehmender Globalisierung der Medienwirtschaft (russisch)
133	661	Selmer	Kurzberichterstattung und Schutzlisten für Sportübertragungen aus juristischer Sicht
32	647	Groth/ Pagenstedt	Neue Formen der Finanzierung für private Anbieter



261	628	Todorov	The Broadcasting System in Bulgaria at the End of the Analogue Age. An Economic Perspective
149	622	Lauff	Neue Inhalte und Nutzungsformen als Folgen technischer Konvergenz
93	620	Rüter	Föderalismus als Organisationsprinzip des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland
31	614	Kops	Ökonomische Beurteilung einer Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
148	610	Dörr	Möglichkeiten und Grenzen supranationaler Deregulierung von Rundfunkveranstaltern
20	607	Kops	Eine ökonomische Herleitung der Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
137	599	Enderle	La commercialisation de droits de retransmission télévisée dans le sport de ligue professionnel. ...
110	593	Walter	Preispolitik von Pay-TV-Anbietern. Eine wettbewerbspolitische Analyse
17	583	Marmor	Kooperation in der ARD
114	577	Scheuch	Eine Bewertung des Marktanteilsmodells aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht
151	557	Bullinger	Deregulierung des Rundfunks als Folge technischer Konvergenz? Die rechtswissenschaftliche Sicht
266	552	Holzner/ Nüßing	Basic Principles for the Funding of Public Service Broadcasting
135	549	Große-Holtforth	Öffentlicher Rundfunk im digitalen Zeitalter
102	548	Mustapa	Public Service Broadcasting in the Asia-Pacific Region - What Lies Ahead?
68	547	IRÖ	Möglichkeiten und Grenzen von Kennziffern zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten ...
80	544	Danilenko	Künftige Vertriebswege für multimediale Inhalte im ONLINE-Zeitalter
46	540	Grätz	Zur regionalen Abgrenzung der Landesrundfunkanstalten ...
96	530	Michel	Rechtliche und ökonomische Fragen der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Lichte des Europäischen Rechts...
76	520	Grätz/ Bohnsack	Die Regionalberichterstattung als wichtiger Bestandteil des WDR-Fernsehens
121	518	Kops	Financing and Sustaining Political Will to Support Public Service Broadcasting
117	507	Schneider/ Schössler	Neue Anforderungen an die Personalarbeit privater Fernsehveranstalter
152	506	Ring	Möglichkeiten und Grenzen nationalstaatlicher Deregulierung von Rundfunkveranstaltern
50	483	IRÖ	Hinweise zur Einreichung und Gestaltung von Veröffentlichungen in der Reihe "Arbeitspapiere des IRÖ"
128	472	Haucap	Warum manche Spielfilme erfolgreich sind, andere aber nicht. Einige ökonomische Überlegungen
263	469	Kops	Vorreiter und Bremser der Europäischen Integration
111	468	Walter	Der Erwerb von Sportsenderechten unter besonderer Berücksichtigung der ökonomischen Reputationstheorie
81	457	Schulz	Regulierung von Medien- und Telediensten – Stichworte zur aktuellen Diskussion über die Regulierung von ...
25	452	Adelt	Die künftige Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts
97	424	Metze-Mangold	Die Bedingungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Sicht der UNESCO
11	421	Grätz	Die Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Rundfunkräten und ihre Entscheidungs- und Kontrollaufgaben
1	416	Grätz	Zur Zahl und Abgrenzung der ARD-Rundfunkanstalten



10	408	Dörr	Das Verfahren zur Bemessung der Rundfunkgebühr in der Diskussion
27	406	Grätz	Möglichkeiten und Probleme einer politischen Umsetzung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung
34	402	Elitz	Chancen und Probleme einer Fusionierung von Rundfunkanstalten. Das Beispiel DeutschlandRadio
52	401	Groth	Zielsetzungen privater Fernsehanbieter
41	394	Kops	Perspektiven einer rundfunkspezifischen Theorie des Finanzausgleichs
264	389	Derkach/ Khabyuk	Неофіційний переклад найважливіших положень основних договорів у сфері суспільно-правового телерадіомовлення ФРН
23	382	Seidel	Eine ökonomische Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung
134	380	Kruse	Informationsfreiheit versus wirtschaftliche Verwertungsinteressen aus ökonomischer Sicht
40	374	IRÖ	Das Studium der Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln
71	372	Schusser	Der Streit um die Einführung des digitalen Fernsehens aus spieltheoretischer Sicht
87	367	Kleine-Erkamp	Die Rolle der Marktakteure bei der Entwicklung des digitalen Fernsehens in Deutschland. Ein wertschöpfungsorientierter ...
85	361	Große-Holtfort	Zwischen Pressefreiheit und Propaganda. Ökonomische Ansätze zur überzeugenden Kommunikation in der Demokratie
37	357	Grätz	Die Willensbildung in der ARD - eine kritische Darstellung
129	351	Conrad	Rundfunkfreiheit, Geld und Politik – 25 Jahre KEF -
36	346	Struve	Notwendigkeit und Möglichkeiten einer Verbesserung der Organisationsstruktur der ARD
84	346	Hartstein	Die Gesetzgebungszuständigkeiten für die neuen Medien im Spannungsverhältnis zwischen Nationalstaaten und EU
53	345	Rütten	Strategische Überlegungen der Anteilseigner lokaler Hörfunk- und Fernsehprogramme
42	342	Hieronymi	Brauchen wir ARD und ZDF? Positionen der CDU zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
58	337	Bormann	Der Stellenwert lokaler Hörfunk- und Fernsehangebote aus Sicht des Westdeutschen Rundfunks
45	332	Klimmt	Brauchen wir ARD und ZDF? Positionen der SPD zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
79	331	Honal	Programmgestaltung in der ARD: Intuition oder regelgebundene Absatzplanung?
39	330	Gläser	Alternative Modelle zur Neuordnung des Rundfunks im Südwesten
267	322	Porter	Public Service Broadcasting and the Contradictions of European Competition Policy
48	320	Hansmeyer	Der Wandel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vom gruppenspezifischen zum kollektiven Gut
4	315	Heimlich	Begründung und Ausgestaltung des nationalen Rundfunks
92	308	Elitz	Nationale Programme - regionale Programme. Komplementäre Angebote in Deutschland
22	302	Dörr	Eine rundfunkrechtliche Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung
99	300	Stöpfigeshoff	Mögliche Veränderungen der Führungsstrukturen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk
250u	296	Kops	Дуальна система телерадіомовлення Німеччини: історія становлення, сучасна побудова та очікувані зміни
275	289	Belyakov	Public Service Broadcasting: An Answer to Freedom of Speech Challenges in Ukraine?



57	280	Struve	Vision ARD 2010
74	280	Struve	(De-)Zentralität der Entscheidungszuständigkeiten für wichtige Aufgabenbereiche
270	267	Khabyuk	Суспільно-правове мовлення у ФРН
47	239	Fünfgeld	Ein Zwischenruf zur Neuordnungsdiskussion im Südwesten
101	233	Walter	Der Euro: Chancen und Herausforderungen für Marketing und ...
73	223	Grätz	Kritische Darstellung der derzeitigen Willensbildung in den dezentralen Aufgabenbereichen der ARD
269	222	Ala-Fossi/ Hujanen	The Rise and Fall of Public Service Media Fee Proposal in Finland
268	202	Babic/ Hagenah	Werden private Fernsehsender von der Bildungselite genutzt? Ein Vergleich der Nutzungswahrscheinlichkeiten der privaten Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben in Abhängigkeit vom Bildungsabschluss
35	192	Buchwald	Die Fusion von Landesrundfunkanstalten - eine Bewertung aus Sicht des Saarländischen Rundfunks
273	177	Kvit	Mass Communication of an Independent Ukraine, in the Context of Normative Theories and as an Evidence of Modernization Theory
250r	155	Kops	Дуальная система телерадиовещания Германии: история становления, современное построение и ожидаемые изменения
64	137	IRÖ	Hinweise zur Erstellung von Seminar- und Diplomarbeiten am Institut für Rundfunkökonomie
272	107	Denk	Ways to Collect the Broadcasting License Fee – An International Overview
274	106	Dutsyk	Eigentumsstrukturen der Massenmedien in der Ukraine
271	98	Veyer	Benchmarking for Broadcasting Fee Collection Agencies. Possibilities and Problems

## **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.

Die Mitglieder des Vorstandes mit Ausnahme des Vorstandsvorsitzenden haben Anspruch auf eine Vergütung ihrer Leistungen und Aufwendungen. Die Zahlung einer pauschalen Tätigkeitsvergütung ist zulässig. Die Höhe wird durch die Mitgliederversammlung festgesetzt.



### **§ 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. Sie ist zuletzt am 1. 2. 2011 notariell geändert worden.

ISSN 0945-8999  
ISBN 978-3-938933-84-8