

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

Tätigkeitsbericht
des Instituts für Rundfunkökonomie
für die Jahre 2011 und 2012

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

Heft 290

Köln, im März 2013

Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie

ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 290: 978-3-938933-98-5

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
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
1. Das Institut für Rundfunkökonomie	7
1.1 Zum Stand der Rundfunkökonomie in Deutschland	7
1.2. Aufgaben und Organisation des Instituts.....	9
1.3. Die Institutsleitung	10
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
2. Forschungsaktivitäten	17
2.1. Die Mechanik dualer Rundfunkordnungen	17
2.2. Gutachterliche Bewertung von Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung	19
2.3. Konzeption eines Informationssystems zur Prognose des Rundfunkbeitragsaufkommens.....	19
2.4. Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Maßnahme zur Unterstützung der Demokratie in der Ukraine? Ein deutsch-ukrainischer Erfahrungsaustausch	20
2.5. Internationaler Vergleich von Medienordnungen	23
2.6. Neue Rundfunkangebote und alte Gewohnheiten. Aufbereitung der MA Intermediadateien (MAIM) und inhaltliche Erschließung von Media-Analyse- und MAIM-Daten ..	24
2.7. Social Media, Web Science, Social Network Analysis.....	26
2.8. Media Mass Customization	27
2.9. Brand Network Analysis	27



3. Dissertationen und Diplomarbeiten	29
3.1. Dissertationen.....	29
3.2. Diplomarbeiten.....	30
4. Veröffentlichungen	35
4.1. Monografien.....	35
4.2. Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden	35
4.3. Reihe "Schriften zur Rundfunkökonomie"	37
4.4. Reihe "Kölner Schriften zur Medienökonomie"	37
4.5. Reihe "Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie"	37
4.5.1. Zielsetzung der Reihe Arbeitspapiere	37
4.5.2. Verbreitung der Reihe Arbeitspapiere	38
4.5.3. Im Berichtszeitraum erschienene Arbeitspapiere	41
5. Vortragsveranstaltungen	43
5.1. Vortragsveranstaltungen des Instituts.....	43
5.2. Auf Veranstaltungen anderer Einrichtungen gehaltene Vorträge zu rundfunkökonomischen Themen.....	43
6. Lehrveranstaltungen	45
7. Das Institut für Rundfunkökonomie im Internet	55
7.1. Allgemeines	55
7.2. Abruf von Institutsveröffentlichungen über das Internet.....	56
7.3. Nutzungsstatistiken der Web-Seiten des Instituts	58

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)	69
--	----



Abbildungsverzeichnis

<u>Nr.</u>	<u>Titel</u>	<u>Seite</u>
1	Verbreitung der Arbeitspapiere des Instituts in Fachbibliotheken	39
2	Aktuelle Startseite des Instituts für Rundfunkökonomie im World Wide Web	55
3	Der Abruf von Arbeitspapieren über die Websites des Instituts	57
4	Zugriffsstatistiken der Webseiten des Instituts; Januar 2011 – Dezember 2012	58
5	Nutzungsstatistiken der Reihe Arbeitspapiere, Januar 2011 bis Dezember 2012.....	59



1. Das Institut für Rundfunkökonomie

1.1. Zum Stand der Rundfunkökonomie in Deutschland

Die wissenschaftliche Entwicklung der Rundfunkökonomie in Deutschland wurde bereits in den vorherigen Tätigkeitsberichten ausführlich dargestellt. Dort wurde auch bereits auf Veränderungen der Verbreitungstechnik und des Nutzungsverhaltens elektronischer Dienste eingegangen: Weil Rundfunk sich dadurch von anderen linearen und nicht-linearen elektronischen Diensten, insbesondere von 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.

Auf der europäischen Ebene hat der Gesetzgeber den veränderten Verbreitungs- und Nutzungsformen u. a. durch die Ende 2007 erlassene Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) Rechnung getragen, welche die bis dahin geltende Fernsehrichtlinie ersetzt hat. In Deutschland hat der Gesetzgeber diese Richtlinie durch den 2009 in Kraft getretenen 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag umgesetzt, durch den unter anderem auch Internet-Angebote in den Programmauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten einbezogen worden sind. In Kürze steht mit der sog. Connected-TV-Richtlinie eine weitere regulatorische Anpassung auf europäischer Ebene an, die auch die im Internet eingestellten und über sog. Smart-TVs abrufbaren Inhalte einbezieht. Damit wird dem Trend Rechnung getragen, nach dem das Fernsehen als klassisches lineares Push-Medium sukzessive durch nicht-lineare Pull-Medien ergänzt oder auch ersetzt wird, sowohl als Ursache wie auch als Folge eines sich sukzessive verändernden Nutzungsverhaltens, durch das Inhalte vermehrt zeit- und auch ortsunabhängig abgerufen werden und den Nachfragern damit auch größere Wahl- und Einflussmöglichkeiten zugewachsen sind. Zudem soll die Connected-TV-Richtlinie neue Formen der Werbung und der „kommerziellen Kommunikation“ berücksichtigen.

Das starke Wachstum neuer Online-Dienste, auch solcher mit publizistischen Inhalten, 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 intensiver zu widmen hat. Zum einen sind dies betriebswirtschaftliche Fragen, wie zum Beispiel die Entwicklung von Erlösmodellen für Medieninhalte, die der öffentlichen Kommunikation dienen, die aber mit herkömmlichen privaten Erlösmodellen nicht refinanziert werden können, weil die individuelle Zahlungsbereitschaft für diese Inhalte zu gering ist. Zum anderen sind es aber auch gesamt- bzw. wohlfahrtsökonomische Fragen, wie z. B. die Bestimmung des gesellschaftlichen Wertes der Medien, ihres "public values", und die Austarierung der damit verbundenen einzelwirtschaftlichen und gesellschaftlichen Interessen. Gerade in diesen Fragen ist die Medienökonomie gefordert (und bei einer ausreichend



weiten, nicht auf private Erlöse beschränkten Perspektive auch befähigt), auch die gesellschaftlichen Wirkungen der Digitalisierung zu bewerten und zu steuern. Das ist angesichts der breiten und tiefen Auswirkungen, die die Digitalisierung auf die Medien und die Gesellschaft ausübt, eine wichtige Zukunftsaufgabe, denen sich mehrere Wissenschaften, auch und nicht zuletzt die Wirtschaftswissenschaften, verstärkt zu widmen haben.

Die medienökonomische Forschung und Lehre in Deutschland ist dabei, sich auf diese Veränderungen einzustellen. So sind z. B. die Versuche intensiviert worden, den public value von Medien zu qualifizieren und auch zu quantifizieren. Für die audiovisuellen Medien sind diese Bemühungen auch durch den bereits angesprochenen Drei-Stufen-Test angestoßen worden, den der Gesetzgeber seit 2010 den Gremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aufgegeben hat (was u. a. auch zur Vergabe einer Reihe von ökonomischen Gutachten geführt hat, deren Zielsetzung darin bestand, den public value der Online-Angebote der beauftragenden Anstalten zu bestimmen).

Auf der anderen Seite haben die in der Wirtschaft allgemein und in den Medien im besonderen zu beobachtenden Kommerzialisierungstendenzen aber auch dazu geführt, dass in den Wirtschaftswissenschaften betriebswirtschaftliche und ertragswirtschaftliche Themen stärker in den Vordergrund gerückt sind, während gesamtwirtschaftliche und gemeinwirtschaftliche Fragen an Bedeutung verloren haben. Folge dieser Entwicklung könnte eine Kommerzialisierung bzw. Kommodisierung der Medienökonomie sein, sowohl für die medienökonomische Forschung, die ihre Themen auch von der Nachfrage und Zahlungsbereitschaft ihrer Auftraggeber abhängig macht, als auch für die medienökonomische Lehre, deren Inhalte, zu Recht, auch durch die Interessen und Berufsperspektiven der Studierenden beeinflusst werden.

Das Institut für Rundfunkökonomie, das sich traditionell sowohl mit einzel- bzw. betriebswirtschaftlichen Fragen von Medienunternehmen als auch mit gesamtwirtschaftlichen und gemeinwohlwirtschaftlichen Fragen von Medien und Medienordnungen befasst hat, hat sich mit seinen Forschungsarbeiten auf diese Gewichtsverlagerungen einzustellen. Es hat sich verstärkt mit den Möglichkeiten und Schwierigkeiten zu befassen, die mit einer kommerziellen Bereitstellung der Medien, auch der Online-Medien, verbunden sind; seine Jahrestagung 2013 zum Beispiel wird es dem Thema „Herausforderungen und Chancen von Connected TV“ widmen. Andererseits wird das Institut die Gemeinwohlökonomie, als eine seiner traditionellen Arbeitsbereiche und Kernkompetenzen, nicht vernachlässigen. Fragen der Rechtfertigung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der ökonomischen Definition des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags wie auch der Begründung und Ausgestaltung einer gemeinwohlorientierten Regulierung kommerzieller Medien werden somit weiterhin zu seinen Arbeitsgebieten gehören.

In der medienökonomischen Lehre an der Universität zu Köln, an der sich das Institut für Rundfunkökonomie traditionell stark beteiligt hat (siehe hierzu die entsprechenden Abschnitte in den früheren Tätigkeitsberichten wie auch im

hier vorgelegten Bericht), sind durch die Emeritierung der früheren Direktoren des Instituts, der Herren Professoren Dr. Schellhaaß und Dr. Meulemann, die zum 30. 6. 2012 bzw. zum 31. 12. 2012 auch aus dem Direktorium ausgeschieden sind (siehe dazu Kapitel 6 dieses Berichts), gravierende Lücken im medienökonomischen und mediensoziologischen Lehrangebot entstanden. Bei der anstehenden Neubesetzung der Direktorenstellen wird unter anderem angestrebt, dass die bisher bei der Arbeit des Instituts erreichte enge Verzahnung von Lehre und Forschung erhalten bleibt.

Zu den im Berichtszeitraum angebotenen medienökonomischen Lehrveranstaltungen der Direktoren, Mitarbeiter und Lehrbeauftragten des Instituts für Rundfunkökonomie siehe unten, Abschnitt 6.

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.^{1,2} 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 Universität zu Köln plant in den kommenden Jahren, erfolgreiche An-Institute stärker in ihre Struktur einzubinden, um die Zusammenarbeit im Bereich der Forschung und der Lehre zu intensivieren, eventuell auch, sie vollständig in die Universität zu integrieren, d. h. sie von An-Instituten zu In-Instituten umzuwandeln. Zur letzteren Gruppe wird voraussichtlich auch das Institut für Rundfunkökonomie gehören.

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

² 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.



Die dem Institut für Rundfunkökonomie zufließenden Fördermittel stammen zum überwiegenden Teil vom Westdeutschen Werbefernsehen (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" e. V. (kurz: „Förderverein“). Dessen Aufgabe besteht allgemein in der finanziellen Förderung des Instituts und der fachlichen Beratung des Institutsbeirats und der Institutsleitung; seine Einflussnahme auf die wissenschaftliche Arbeit des Instituts ist durch § 6 der Institutssatzung ausgeschlossen.

1.3. Die Institutsleitung

Gemäß § 9 der Satzung besteht die Institutsleitung aus mindestens zwei Universitätsprofessoren der Betriebs- und/oder Volkswirtschaftslehre der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln, die von der Fakultät zu benennen sind. Derzeitige Direktoren des Instituts für Rundfunkökonomie sind:

Prof. Dr. Heiner Meulemann (bis 31. 12. 2012),
Direktor des Forschungsinstituts für Soziologie.

Prof. Dr. Horst M. Schellhaaß (bis 31. 6. 2012),
ehemaliger Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftliche Staatswissenschaften,

Prof. Dr. Detlef Schoder,
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 ehemaliger Vorsitzender der KEF
(bis 28. 2. 2012);

Doris Brocker,
Justiziarin und Stellvertreterin des Direktors der Landesanstalt für Medien
NRW, Düsseldorf;

Hans Buchholz,
Geschäftsführer der GEZ, Köln;

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,
ehem. Vorsitzender des Rundfunkrates des Westdeutschen Rundfunks, Köln

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

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

Michael Loeb,
Geschäftsführer der WDR mediagroup GmbH;

Lutz Marmor,
Intendant des Norddeutschen Rundfunks, Hamburg;

Dr. Bernd Meisel,
Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, Köln;

Prof. Dr. Werner Mellis,
Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der
Universität zu Köln (ab 1. 4. 2011);

Dieter K. Müller,
Direktor Forschung & Service der ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH;

Frank Nielebock,
Geschäftsleitung Finanzen und Beteiligungen der WDR mediagroup GmbH
(ab 1. 3. 2011);

Dr. Holger Niese,
Justiziar des Deutschen Sportbundes, Frankfurt am Main (bis 31. 12. 2012);

Gottfried Philippi,
Head of Internal Audit KPMG AG, Köln;

Monika Piel,
Intendantin des Westdeutschen Rundfunks, Köln;



Horst Röper,
Mitglied der KEF und Geschäftsführer des FORMATT-Institutes, Dortmund
(ab 1. 3. 2012);

Jürgen Roters
Oberbürgermeister der Stadt Köln;

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

Prof. Dr. Frank Schulz-Nieswandt,
Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der
Universität zu Köln (bis 31. 3. 2011);

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

Prof. Dr. Günter Sieben,
Ehrenmitglied, ehemaliger Direktor des Instituts für Rundfunkökonomie;

Friedhelm Wixforth,
Mitglied des Rundfunkrates des Westdeutschen Rundfunks, Köln
(ab 1. 10. 2011);

Dr. Willi Steul,
Intendant des Deutschlandradios, Köln/Berlin;

Dr. Stefan Wolf,
Geschäftsführer der GEZ / ARD, ZDF und Deutschlandradio Beitragsservice,
Köln (ab 1. 10. 2011);

Walter Wössner,
ehemaliger Leiter der HA Finanzen des WDR.

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

1.5. Der Förderverein des Instituts

Das Institut für Rundfunkökonomie wird vom "Verein zur Förderung der Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie e. V." getragen. Er hat seinen Sitz in Köln. Der Verein verfolgt gemäß § 2 seiner Satzung (siehe Anhang) ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts "steuerbegünstigte Zwecke" der Abgabenordnung. Er hat den Zweck, die Forschung auf dem Gebiet der Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln zu fördern und insbesondere das Institut für Rundfunkökonomie an der Universität

zu Köln bei der Durchführung seiner Aufgaben zu unterstützen. Der Satzungszweck wird vor allem verwirklicht durch die Unterstützung des Instituts bei der Durchführung von praxisbezogenen Forschungsprojekten zu aktuellen volks- und betriebswirtschaftlichen Fragen des Rundfunks sowie bei der Abhaltung wissenschaftlicher Veranstaltungen und der Herausgabe einschlägiger Publikationen.

Die Förderung soll neben der Bereitstellung finanzieller Mittel auch dadurch erfolgen, dass einzelne Vereinsmitglieder dem Institut ihr fachliches Wissen und ihre praktische Erfahrung zur Verfügung stellen. Der Verein ist selbstlos tätig; er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke. Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsgemäßen Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder dürfen keine Gewinnanteile und in ihrer Eigenschaft als Mitglieder auch keine sonstigen Zuwendungen aus Vereinsmitteln erhalten. Der Verein darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck des Vereins fremd sind, oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigen. Das Institut für Rundfunkökonomie bringt den Beiratsmitgliedern die Ergebnisse seiner wissenschaftlichen Arbeit zur Kenntnis.

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

Die Höhe der jährlichen Mitgliedsbeiträge werden gemäß § 4 der Satzung durch die Mitglieder selbst bestimmt; sie dürfen nicht den von der Mitgliederversammlung auf Vorschlag des Vorstandes festgelegten Mindestbetrag unterschreiten. Derzeit (Stand 31. 12. 2012) 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 Herr Professor Dr. Schoder als Institutsdirektor sowie ein weiteres, noch zu benennendes akademisches Mitglied der WiSo-Fakultät.



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 ein geschäftsführender vollbeschäftigter Mitarbeiter, ein wissenschaftlicher Mitarbeiter sowie mehrere 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 speziell eingerichtete 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 abgeschlossen, in den letzten Jahren wurde die Bibliothek um thematisch relevante Neuerscheinungen ergänzt. Sie umfasst nunmehr (Stand 31. 12. 2012) etwa 21.850 Titel, davon sind ca. 16.620 elektronisch erfasst. Ca. zwei Drittel sind Einzelbeiträge aus Zeitschriften und Sammelbänden (zu den Einzelheiten siehe den Tätigkeitsbericht 2003/04). Außerdem werden Einzelaufsätze aus schwer ausleihbaren Zeitschriften und Sammelbänden aufgenommen. Daneben umfasst der Bestand knapp 4.700 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. 350 Neuzugänge eingestellt, davon ca. 150 Monographien. Von letzteren wurden ca. 55 Titel im Buchhandel erworben, bei den



anderen Monographien handelt es sich um Geschenke und Dauerleihgaben von anderen Bibliotheken, Rundfunkanstalten und ähnlichen Institutionen.

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. Die Umstellung zu einer Präsenzbibliothek, die aufgrund einer im Jahr 2003 gewährten bedeutenden Schenkung erforderlich und durch den Umzug in größere Bibliotheksräume möglich wurde, hat sich bewährt.

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. Durch die Integration in den Kölner Universitätsgesamtkatalog (KUG) ist eine komfortable elektronische Erschließung der Bestände möglich geworden, auch über das Internet.

2. Forschungsaktivitäten

2.1. Die Mechanik dualer Rundfunkordnungen

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

Duale Medienordnungen bezeichnen das Nebeneinander kommerzieller und nicht-kommerzieller Medienangebote. Kommerzielle Medienangebote verfolgen dabei das Ziel der Erlösmaximierung. Dieses 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 ihnen 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 zu nutzen 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

2.2. 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 am 1. 1. 2013 in Kraft getretenen Reform der Gebührenfinanzierung erstellt hat. Erste Ergebnisse dieser gutachterlichen Stellungnahmen sind bereits in den Tätigkeitsberichten 2007/2008 (S. 13) und 2009/2010 (S. 23f.) 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, den Rundfunkreferenten der Länder und den Landtagen für die Willensbildung zur Neuordnung der Gebührenfinanzierung zur Verfügung gestellt hat.

Bearbeitungsbeginn: August 2008

Abschluss: August 2011

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 5.2 vom 13. Januar 2011

Gutachterliche Bewertung der Berechnungen der GEZ zu diskutierten Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung, unveröffentlichter Abschlussbericht, Version 5.3 vom 10. August 2011

Gutachterliche Bewertung der Berechnungen der GEZ zu diskutierten Modellen und Modellvarianten in Verbindung mit der künftigen Rundfunkfinanzierung, unveröffentlichter Abschlussbericht, Version 5.4 vom 12. August 2011

2.3. Konzeption eines Informationssystems zur Prognose des Rundfunkbeitragsaufkommens

Dr. Sascha Dahl (Explicatis GmbH), Dr. Olexiy Khabyuk,
Dr. Manfred Kops, Prof. Dr. Detlef Schoder (Institut für Rundfunkökonomie)

Die im Abschnitt 2.2. bereits erwähnte Reform der Gebührenfinanzierung erfordert nicht nur eine Umstellung des Gebühreneinzugs, sondern auch eine Anpassung des Verfahrens, das die GEZ (ab 1. 1. 2013: Beitragsservice ARD, ZDF und Deutschlandradio) für die Prognose des Rundfunkgebührenaufkommens praktiziert hat. Dies ist darauf zurückzuführen, dass einerseits die Determinanten des Aufkommens aus dem Rundfunkbeitrag sich gegenüber dem Gebührenmodell geändert haben; andererseits wird eine Fortschreibung durch die Nicht-Verfügbarkeit von Ist-Zahlen aus der Vergangenheit erschwert. Die daraus abgeleitete Notwendigkeit einer Anpassung des Prognoseverfahrens bot



zugleich die Gelegenheit, das im Laufe der Jahre „organisch“ gewachsene Informationssystem der GEZ zu evaluieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

Vor diesem Hintergrund hat die GEZ das Institut für Rundfunkökonomie, das seit einigen Jahren für die GEZ Langfristprognosen des Rundfunkgebührenaufkommens erstellt (siehe Tätigkeitsberichte 2005/2006, S. 13ff, 2007/2008, S. 11, 2009/2010, S. 21ff.), mit der Abfassung einer Vorstudie beauftragt, in der die Grundzüge eines Informationssystems zur Prognose des Rundfunkbeitragsaufkommens konzipiert werden und der mit der Umsetzung des Konzepts verbundene Aufwand abgeschätzt wird. Für die informationstechnischen Teile und deren Koordination mit den rundfunkökonomischen Teilen hat das Institut einen Unterauftrag an die Explicatis GmbH, Köln, vergeben.

Die Studie hat als Teilaufgaben ("Wertstufen") der Prognostizierung des Gebühren-/Beitragsaufkommens unterschieden

1. die Entwicklung theoretischer Prognosemodelle (die sowohl kausale Bestandteile wie auch Vergangenheitsdaten fortschreibende "Black-Box"-Elemente enthalten sollten),
2. die Ermittlung bzw. Beschaffung empirischer Daten für die in den Prognosemodellen enthaltenen Merkmale,
3. die Durchführung der Prognosen unter Verwendung der entwickelten Prognosemodelle und der ermittelten/beschafften Daten und
4. die Darstellung und Erörterung der Prognoseergebnisse.

Für jede Wertstufe wurde geprüft, inwieweit für den künftigen Rundfunkbeitrag die von der GEZ für die Rundfunkgebühr entwickelten Verfahrensweisen beibehalten oder durch neue bzw. modifizierte Verfahrensweisen ersetzt werden sollten. Dabei wurde jeweils auch erörtert, ob die GEZ diese Anpassungen selbst vornehmen ("Make") oder Externe damit beauftragen sollte ("Buy").

Bearbeitungsbeginn: Dezember 2010

Abschluss: September 2011

Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:

Sascha Dahl, Olexiy Khabyuk, Manfred Kops, Detlef Schoder: Konzeption eines Informationssystems zur Prognose des Rundfunkbeitragsaufkommens, unveröffentlichter Abschlussbericht im Auftrag der GEZ, Köln, im August 2011

2.4. 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 ei-

nen 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 zudem in einem Tagungsband veröffentlicht worden, einige zentrale Vorträge zusätzlich auch in der Reihe „Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie“ (siehe Tätigkeitsbericht 2009/2010, 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).

In den Tagungen wurde deutlich, dass die für die Meinungsbildung zum Thema eine Zusammenstellung und Systematisierung der bereits vorliegenden Dokumente und Gesetzesentwürfe vermisst wurde. Aus diesem Grund hat das Institut als Abschluss des Projektes den Verlauf der in der Ukraine seit über 20 Jahre geführten Diskussionen aufgearbeitet und eine Synopse der wichtigsten dazu geführten Gesetzesinitiativen erstellt. Die Ergebnisse wurden bei der DAAD-Tagung „Zentralasien, Südkaukasus, Moldau und Ukraine: Zivilgesellschaftliche Transformation und friedliche Nachbarschaft“ am 27. 4. 2012 in Berlin vorgestellt. Dabei wurde deutlich, dass sie sich auch auf andere Länder Osteuropas übertragen lassen, die vor der Aufgabe stehen, ihre früheren staatlichen Mediensysteme in zivilgesellschaftliche und demokratische Ordnungen zu überführen.

Bearbeitungsbeginn: September 2009

Abschluss: Dezember 2011

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

Deutscher Akademischer Austausch Dienst (DAAD): Demokratie und Zivilgesellschaft. Deutsch-ukrainische Projekte in Hochschule und Wirtschaft, 2. Aufl., Berlin 2012



- 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, Kops, Manfred (Eds.): Public Service Broadcasting. A German-Ukrainian Exchange of Opinions, Lit Verlag, Berlin 2011; auch erschienen als 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 sowie als 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*
- Khabyuk, Olexiy: Die Einführung eines staatsfernen öffentlichen Rundfunks in der Ukraine: Sisyphos kurz vor dem Gipfel?, in: Ukraine Analysen Nr. 96/2011, S. 2-13, auch erschienen bei der Bundeszentrale für politische Bildung, 2011; auch als ausführliche Fassung in englischer Sprache erschienen unter: Khabyuk, Olexiy: Introducing State-Distant Public Broadcasting in Ukraine, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, Number 286, Cologne 2011, erschienen auch in ukrainischer Sprache unter: Хаб'юк, Олексій: Впровадження суспільного мовлення: Президентство Кучми, Ющенко та Януковича, in: MediaSapiens, 7. 12. 2011*
- 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*
- 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

2.5. Der internationale Vergleich von Medienordnungen

Dr. Manfred Kops, Dr. Olexiy Khabyuk, rer. oec. Karolina Dlugokecki, rer. oec. Alina Hasenburg, rer. oec. Simon Lange, rer. oec. Aleksandar Todorov

Dem internationalen Vergleich von Medienordnung widmet sich das Institut seit Langem (siehe Tätigkeitsberichte 2001/2002, S. 17ff., 2003/2004, 11ff., 2005/2006, S. 8ff, 16ff., 2007/2008, S. 13ff., 2009/2010, S. 24ff.). Auch das in Abschnitt 2.4. beschriebene Projekt entstand aus diesem Themenschwerpunkt. Im Zuge dieser Arbeiten wurde ein Modell entwickelt, mit dessen Hilfe die zahlreichen Bestimmungsfaktoren von Medienordnungen aufgelistet, systematisiert, gewichtet, aggregiert und graphisch miteinander verglichen werden können.

Dieses Modell wurde in den letzten Jahren sukzessive mit empirischen Daten zu den Medienordnungen von ca. 25 Ländern gefüllt. Zwischenergebnisse wurden auf verschiedenen Tagungen präsentiert und veröffentlicht (siehe dazu die früheren Tätigkeitsberichte). Eine auf den aktuellen und erweiterten internationalen Vergleichsdaten basierende Veröffentlichung ist für 2013 geplant.

Zudem wurde anhand des Modells die Langzeitentwicklung der deutschen Medienordnung zwischen 1950 und 2020 beschrieben, differenziert für die in Deutschland zunächst ausschließlich existierenden Massenmedien Presse und (öffentlich-rechtlicher) Rundfunk, später (ab 1984) unter Einbeziehung des privaten Rundfunks und der seit Anfang der Neunziger Jahre sukzessive entstehenden Online-Angebote. Die Ergebnisse dieser Studie wurden 2011 auf einer Tagung des Netzwerks Medienstrukturen vorgestellt, im Druck befindliche Publikationen dazu werden Anfang 2013 veröffentlicht.

Bearbeitungsbeginn: *laufend*

Abschluss: *2013*

Kops, Manfred: Eine Methode für den internationalen Vergleich von Medienstrukturen, Vortrag beim Workshop des Netzwerks Medienstrukturen „Medienstrukturen international: Entwicklung, Vergleich, Prognosen“, 13. – 14. Oktober 2011

Kops, Manfred: Die Deutsche Rundfunkordnung. Vorbild für die arabischen Staaten? Vortrag für eine tunesische Delegation staatlicher und privater Medienvertreter, gehalten bei der Deutschen Welle, Berlin, am 11. 12. 2011



**2.6. 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

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., Meulemann, H.: Über die Fusionskonzepte zur Bildung der MA-Intermedia, in: MLFZ-Online-Reihe: Dokumentationen zur Aufbereitungen der Media-Analyse, Ausgabe 01/2011, www.mlfz.uni-koeln.de

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., Meulemann, H. (Hrsg.): Mediatisierung der Gesellschaft? Berlin 2012
- Hagenah, J., Meulemann, H.: „Neue Rundfunkangebote und alte Gewohnheiten. Aufbereitung der MA Intermediadateien (MAIM) und inhaltliche Erschließung von Media-Analyse- und MAIM-Daten“. Endbericht an die Deutsche Forschungsgemeinschaft, Januar 2013, Az. DFG: ME 577/15-2
- Hagenah, J., Meulemann, H.: 2012 Mediatisierung in vergleichender Perspektive. 7-17 in: Hagenah, J., Meulemann, H. (Hrsg.): Mediatisierung der Gesellschaft? Berlin 2012
- 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
- Kuntz, A., Hagenah, J., Meulemann, H.: Wachsendes Angebot – träge Nachfrage. Eine Analyse des deutschen Radiomarktes von 1977 bis 2009, Publizistik 2012, Heft 57/3, S. 15-32
- Meulemann, H., Apolinarski, B., Gilles, D.: Das Internet als Plattform. Die „zweite digitale Spaltung in Deutschland, in: Hagenah, J., Meulemann, H. (Hrsg.): Mediatisierung der Gesellschaft? Berlin 2012
- Meulemann, H., Gilles, D.: Allgemeine Kulturtechnik oder digitale Spaltung? Das Internet als Zugang zu Massenmedien und als neues Individualmedium, Köln 2001, MLFZ
- Meulemann, H., Gilles, D.: Beliebt und immer beliebter... Fernsehen und Freizeit in Deutschland 1987-2007, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 2011, Heft 63, S. 255-278
- Meulemann, H.: Choosing political contents in newspapers and television: a cross-national comparison of preferences for information and entertainment in European nations, in: Keil, S. I., Gabriel, O. W. (eds.): Society and Democracy in Europe, London 2011, S. 203-219
- Meulemann, H.: Die psychischen Kosten von Freizeitaktivitäten und die Entfaltungschancen des Fernsehangebots, in: Medien und Kommunikationswissenschaft, 2012, Ausgabe 60, Heft 2, S. 240-261



2.7. Social Media, Web Science, Social Network Analysis

Prof. Dr. Detlef Schoder, Dr. Johannes Putzke

Die über soziale Netzwerke verteilten und wahrgenommenen Informationen wachsen rasant. Für Unternehmen stellt sich vor allem die Frage, ob diese Informationen sich nutzen lassen, die Wertschöpfungspotenziale besser auszuschöpfen, ein modernes Innovationsmanagement aufzusetzen, die Kunden besser zu verstehen. Diese und andere Fragestellungen werden mit Hilfe der Methoden und Techniken sozialer Netzwerke (engl. Social Network Analyses) zur Lösung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen untersucht. Mit deren Hilfe sollen Manager bessere Einblicke in die realen Kooperationsstrukturen zwischen Akteuren erhalten und Entscheidungsträger in die Lage versetzt werden, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit ihrer Unternehmen zu steigern.

Es konnte ferner anhand von verschiedenen Beispielen gezeigt werden, wie soziale Medien zur Voraussage bestimmter Ereignisse genutzt werden können (Stichwort „Predictive Value of User Generated Content“), z. B. zum Ausgang der US-Präsidentenwahlen 2008, zur Nominierung von Oscar-Gewinnern etc. Weitere Untersuchungsthemen sind etwa die Beeinflussung von Meinungen und Entscheidungen in und durch Social Media, Adoption neuer Medienformen durch Konsumenten, die Evolution sozialer Netzwerke in Online-Spielen.

Bearbeitungsbeginn / Abschluss:

laufend

Putzke, J.; Fischbach, K.; Schoder, D. (2012): Cross- Cultural Gender Differences in the Adoption and Usage of Social Media Platforms, 2012 Academy of Management (AoM) Meeting, Boston, Massachusetts.

Fischbach, K.; Putzke, J.; Schoder, D. (2011): Co-Authorship Networks in Electronic Markets Research -An Exploratory Study. Electronic Markets, in: The International Journal on Networked Business, Vol. 20(3/4), pp. 19-40.

Putzke, J.; Fischbach, K.; Schoder, D.; Gloor, P. A. (2010): The Evolution of Interaction Networks in Massively Multiplayer Online Games, in: Journal of the Association for Information Systems, Vol. 11(2), pp. 69-94.

Gloor, P.; Krauss, J.; Nann, S.; Fischbach, K.; Schoder, D. (2009): Identifying Trends through Semantic Social Network Analysis, IEEE SocialCom-09, Vancouver, Canada.

Fischbach, K.; Schoder, D.; Gloor, P. (2009): Analysis of Informal Communication Networks - A Case Study, in: Business & Information Systems Engineering, Vol. 1(2), pp. 140-149.

2.8. Media Mass Customization

Prof. Dr. Detlef Schoder, Dipl.-Winf. René Keller, Dipl. Wirt.-Inf. David Schölgens

Durch die Entwicklung von Informationssystemen, die bei der Zusammenfassung und Verteilung von individualisierten Informationen helfen, lassen sich individualisierte Kataloge und Zeitungen erstellen. Dabei sollen die zugrunde liegenden Prozesse vollautomatisch und für eine große Anzahl von Nutzern kostengünstig ablaufen. Hier wurden u. a. Produkte für die generische Verarbeitung von Informationen entwickelt, deren interessensspezifische Filterung und ästhetische, ausgabemedienoptimierte Ausgabe eine Reihe neuartiger Informationsprodukte der Individualkommunikation ermöglichen sollen. 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, BLOG2PAPER.NET und MyPaper demonstrieren anschaulich die Fähigkeiten der Technologien. NILTER ist ein Nachrichtenportal mit umfassender Individualisierungsoption und Community-Integration, BLOG2PAPER erstellt vollautomatisch eine Zeitung aus beliebigen Blog- und Newsfeed-Beiträgen. MyPaper soll weniger digitalaffinen Personen ermöglichen, ansprechende Printmedien automatisiert zu erstellen.

Bearbeitungsbeginn/Abschluss:

laufend

Im Zusammenhang mit dem Forschungsprojekt stehende Veröffentlichungen:

Putzke, J.; Schoder, D.; Fischbach, K. (2010): Adoption of Mass-Customized Newspapers: An Augmented Technology Acceptance Perspective, in: Journal of Media Economics, Vol. 23(3), pp. 143-164.

Kaplan, A.M.; Schoder, D.; Haenlein, M. (2007): Factors Influencing the Adoption of Mass Customization: The Impact of Base Category Consumption Frequency and Need Satisfaction, in: Journal of Product Innovation Management, Vol. 24, Number 2, March 2007, S. 101-116.

3. Dissertationen und Diplomarbeiten

3.1. Dissertationen

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

Dipl.-Wirt.-Inf. Marc Egger:

Brand Network Analysis (laufend)

Zur Messung der Konsumentenwahrnehmung im Internet mittels passiver Beobachtung werden öffentliche Verbrauchermeinungen im Internet durch Software ausgelesen und unter Anwendung von Social Network Analysis, Text Mining und Sentiment Analysis Verfahren untersucht. Das Ergebnis, die sogenannte Brand Network Map, zeigt die wichtigsten Konsumentenassoziationen, deren Stärke, Vorteilhaftigkeit, Einzigartigkeit sowie Denkstrukturen. Einsatzfelder der BNA bestehen in Marketing und Marktforschung bei der Markenimagebestimmung, dem Marketingcontrolling sowie dem Wettbewerbsvergleich. So lassen sich beispielsweise durch die Ad Word-Optimierung jene Suchbegriffe ermittelt werden, die isoliert gesehen weniger kompetitiv gebucht, deren summiertes Suchvolumen jedoch vergleichbar ist.

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.-Wirt.-Inf. Jonas Kraus, Dipl.-Wirt.-Inf. Stefan Nann:

Predictive Analytics on Public Data – The Case of Stock Markets (laufend)

This work examines the predictive power of public data by aggregating information from multiple online sources. Our sources include microblogging sites like Twitter, online message boards like Yahoo! Finance, and traditional news articles. The subject of prediction are daily stock price movements from Standard & Poor's 500 index (S&P 500) during a period from May 2011 to November 2011. To forecast price movements we filter messages by stocks, apply state-of-the-art sentiment analysis to message texts, and aggregate message sentiments to generate trading signals for daily buy and sell decisions. We evaluate prediction quality through a simple trading model considering real-world limitations like transaction costs or broker commission fees. Considering 833 virtual trades, our model outperformed the S&P 500 and achieved a positive return on investment of up to ~0.49% per trade or ~0.24% when adjusted by market, depending on supposed trading costs.



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.

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 Diplomarbeitbetreuung 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 folgen-

den aufgelistet. Die am Institut für Rundfunkökonomie betreuten Arbeiten sind in der Bibliothek des Instituts eingestellt,³ die von den Institutsdirektoren betreuten Arbeiten können in Absprache mit den Lehrstühlen eingesehen werden.

Anwendung der berufsständischen Vorschriften der Internen Revision im öffentlich-rechtlichen Rundfunk am Beispiel des Westdeutschen Rundfunk, Diplomarbeit, Köln 2011 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)

Bewegtbildnutzung im Internet: Deutsche Rundfunkunternehmen zwischen Chancen, Risiken und Pflichten, Masterarbeit, Köln 2012 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)

Bewertungskriterien für das Layout von gedruckten Werbemitteln, Bachelorarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)

Bildungsunterschiede im Vorabendprogramm (18:00-20:00 Uhr) privater TV Sender von 1997-2006, Bachelorarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)

Determinanten der Mediensportnutzung, Bachelorarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)

Die Aktualität von Online-Enzyklopädien - Eine Analyse am Beispiel Wikipedia, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)

Die Analyse von Online-Portalen in der Diffusionsforschung, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)

Die Zukunft des TV: Social TV, Google TV und Co, Bachelorarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)

Digitale Piraterie, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)

Digitale soziale Medien und Vorhersagemärkte, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)

Ein Ansatz zur Konsolidierung verteilter Nutzerinformationen in sozialen Netzwerken, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)

Entwicklung u. Evaluation eines neuartigen Geschäftsmodells für Zeitungen mit individualisierten Artikelinhalten, Bachelorarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)

Erfolgsfaktoren privatwirtschaftlicher und öffentlich-rechtlicher mobiler Content-Apps im Vergleich, Masterarbeit, Köln 2011 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)

Fernsehen ohne Programm? Magisterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)

³ 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.



- Finanzierung internationaler Koproduktionen von Kinospielefilmen – dargestellt am Beispiel der internationalen Koproduktion „Chéri“, Diplomarbeit, Köln 2011 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)
- Is Corporate Reputation Management Ready for Social Media? - Revisiting Classical Reputation Risk Management Strategies and Concepts with Regard to Social Media, Bachelorarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Is Television the Political Process? Diplomarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- Jugendgewalt im Spiegel der Medien. Darstellung und Intensität der Berichterstattung zweier überregionaler Tageszeitungen im Vergleich mit der Polizeilichen Kriminalitätsstatistik, Bachelorarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)
- Kontextuelle Erfassung und Extraktion von nutzergenerierten Inhalten im Social Web, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Messung und Vergleich von Aufmerksamkeits- und Beteiligungszyklen in Wikipedia, Bachelorarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Mitautorenschaften in der Zeitschrift "Electronic Markets" - eine explorative Studie mit den Methoden der Analyse sozialer Netzwerke, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Mobile Cloud Computing: Neue Möglichkeiten für die Realisierung innovativer, mobiler Anwendungen, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Optimierung eines Empfehlungssystems für Kunden von Onlineshops - Auswirkungen von Reiheneffekten in der Produktpräsentation, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Predicting Rejection in Online Social Networks, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Printmedien auf der Suche nach Erlösmodellen im Internet, Bachelorarbeit, Köln 2012 (betreut am Institut für Rundfunkökonomie)
- Reisetrendanalyse anhand von Online-Reiseberichten, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Social Media and Social Commerce, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Social Media tools and business goals in the magazine publishing industry, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Social Media und Reputationsrisiken in der Lebensmittelbranche, Bachelorarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)



- Social Software im Unternehmen, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- User-Generated-Content als Grundlage zur Marktsegmentierung am Beispiel eines Location-Based Social Network, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Using Users' Activity Metrics for Link-Prediction in a Large Online Social Network, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Verkäufer-Kontaktinformationen auf B2C E-Commerce-Webseiten als Faktor der Vertrauensbildung bei Neukunden - eine empirische Analyse, Diplom-/Masterarbeit, Köln 2011/2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Schoder)
- Wenn Jugendliche Fernsehen – Auswirkung von Gewaltdarstellung in den deutschen Medien auf das Verhalten von Jugendlichen, Bachelorarbeit, Köln 2011/ 2012 (betreut am Lehrstuhl Prof. Meulemann)

4. Veröffentlichungen

4.1. Monografien

- Khabyuk, O., Kops, M.: Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions, Kölner Beiträge zur Medienökonomie, Band 4, Berlin 2011
- Kops, M. (Hrsg.): Public Value. Was soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk für die Gesellschaft leisten? Beiträge des Kölner Initiativkreises Öffentlicher Rundfunk, Band 5, Lit-Verlag, Berlin 2012

4.2. Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden

- Babić, D., Hagenah, J., Meulemann, H.: Über die Fusionskonzepte zur Bildung der MA-Intermedia, in: MLFZ-Online-Reihe: Dokumentationen zur Aufbereitungen der Media-Analyse, Ausgabe 01/2011, www.mlfz.uni-koeln.de
- Fischbach, K. and Putzke, J. and Schoder, D.: Co-Authorship Networks in Electronic Markets Research: An Exploratory Study. Electronic Markets, in: The International Journal on Networked Business, Vol. 20, pp. 3-4
- Floeck, F., Putzke, J., Steinfels, S., Fischbach, K. and Schoder, D.: Imitation and Quality of Tags in Social Bookmarking Systems – Collective Intelligence Leading to Folksonomies, in: Bastiaens, T., Baumöl, U. and Krämer, B. (Eds.): On Collective Intelligence Advances in Intelligent and Soft Computing, Berlin / Heidelberg 2011
- 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., Meulemann, H. (Hrsg.): Mediatisierung der Gesellschaft? Berlin 2012
- Hagenah, J., Meulemann, H.: „Neue Rundfunkangebote und alte Gewohnheiten. Aufbereitung der MA Intermediadateien (MAIM) und inhaltliche Erschließung von Media-Analyse- und MAIM-Daten“. Endbericht an die Deutsche Forschungsgemeinschaft, Januar 2013, Az. DFG: ME 577/15-2
- Hagenah, J., Meulemann, H.: 2012 Mediatisierung in vergleichender Perspektive. 7-17 in: Hagenah, J., Meulemann, H. (Hrsg.): Mediatisierung der Gesellschaft? Berlin 2012
- Khabyuk, O.: Die Einführung eines staatsfernen öffentlichen Rundfunks in der Ukraine: Sisyphos kurz vor dem Gipfel?, in: Ukraine Analysen, S. 2-13, auch erschienen bei der Bundeszentrale für politische Bildung.
- Khabyuk, O.: Introducing State-Distant Public Broadcasting in Ukraine, Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, Number 286, Cologne 2011



- Kops, M., Kvit, Serhiy: Welcome remarks to the Cologne Conference, in: Khabyuk, Olexiy/Kops, Manfred (Eds.): Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 4, Lit-Verlag, Berlin 2011, pp. 125-131; also published in: Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 277, pp. 7 - 13, Cologne in December 2010
- Kops, M.: 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, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 4, Lit-Verlag, Berlin 2011, pp. 91-122; also published in: Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 276, pp. 87 - 118, Cologne in March 2011
- Kops, M.: Marktliche Auswirkungen als ungeeigneter Indikator des publizistischen Nutzens öffentlich-rechtlicher Telemedien-Angebote, Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 283, Köln, im Mai 2011
- Kops, M.: Public Service Broadcasting – an Economic Definition. In: Khabyuk, Olexiy/Kops, Manfred (Eds.): Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions, Kölner Schriften zur Medienökonomie, Band 4, Lit-Verlag, Berlin 2011, pp. 31-55; also published in: Working Papers of the Institute for Broadcasting Economics, No. 276, pp. 27 - 52, Cologne in March 2011
- Kops, M.: Publizistische Vielfalt als Public Value? In: Gundlach, Hardy (Hrsg.): Public Value in der Digital- und Internetökonomie, Herbert von Halem Verlag Köln 2011, S. 46 - 78, auch veröffentlicht in der Reihe Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, Heft 265, Köln, im April 2010
- Kops, M.: Einführung, in ders. (Hrsg.): Public Value. Was soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk für die Gesellschaft leisten? Beiträge des Kölner Initiativkreises Öffentlicher Rundfunk, Bd. 5, Lit-Verlag Berlin, 2012, S. 175 - 184
- Krcmar, H., Schoder, D.: Editorial zum Track „Information Management“. Proceedings 10, Internationale Tagung Wirtschaftsinformatik (WI 2011), Zürich 2011
- Kuntz, A., Hagenah, J., Meulemann, H.: Wachsendes Angebot – träge Nachfrage. Eine Analyse des deutschen Radiomarktes von 1977 bis 2009, Publizistik 2012, Heft 57/3, S. 15-32
- Meulemann, H., Apolinarski, B., Gilles, D.: Das Internet als Plattform. Die „zweite digitale Spaltung in Deutschland, in: Hagenah, J., Meulemann, H. (Hrsg.): Mediatisierung der Gesellschaft? Berlin 2012
- Meulemann, H., Gilles, D.: Beliebt und immer beliebter... Fernsehen und Freizeit in Deutschland 1987-2007, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 2011, Heft 63, S. 255-278

- Meulemann, H.: Choosing political contents in newspapers and television: a cross-national comparison of preferences for information and entertainment in European nations, in: Keil, S. I., Gabriel, O. W. (eds.): *Society and Democracy in Europe*, London 2011, S. 203-219
- Meulemann, H.: Die psychischen Kosten von Freizeitaktivitäten und die Entfallungschancen des Fernsehangebots, in: *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 2012, Ausgabe 60, Heft 2, S. 240-261
- Schlagwein, D. and Schoder, D. (2011). The Management of Open Value Creation. *Proceedings of the Hawaii International Conference on Systems Sciences (HICSS) 2011*, pp. 1–11
- Schoder, D.: Informationsmanagement 2.0 – Nur der Wandel ist stetig, in: *Wirtschaftsinformatik und Management*, 2011, Vol. 2, pp. 54–58
- Хаб'юк, О.: Концептуальні основи медіа-економіки як галузі науки в Україні, Львів 2012

4.3. Reihe "Schriften zur Rundfunkökonomie"

Im Berichtszeitraum wurden keine Veröffentlichungen in dieser Reihe publiziert.

4.4. Reihe "Kölner Schriften zur Medienökonomie"

Olexiy Khabyuk, Manfred Kops (Eds.): *Public Service Broadcasting. A German-Ukrainian Exchange of Opinions*, Band 4, Lit Verlag, Berlin 2011

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 rundfunkökonomischen Themen. Schließlich treten infolge des im Zeitablauf gewachsenen Bekanntheitsgrades der Arbeitspapiere auch zunehmend Autoren mit dem Wunsch an das Institut heran, in dieser Reihe von der Forschungs- und Lehrtätigkeit unabhängige Arbeiten zur Rundfunkökonomie zu veröffentlichen.



Dadurch hat sich die Zahl der Arbeitspapiere mittlerweile auf 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.

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.

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



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 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 Autors 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 13 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 276

Olexiy Khabyuk, Manfred Kops (Eds.): Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on June 22nd, 2010 in Kyiv, Ukraine, 2. Edition, Cologne 2011, ISBN 978-3-938933-82-4, 118 p., Price 18,- €

Heft 278

Institut für Rundfunkökonomie: Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 2009 und 2010, Köln 2011, ISBN 978-3-938933-84-8, 90 S., Schutzgebühr 15,- €

Heft 279

Detlef Schoder: Erlösmodelle für Internet-basierte Medien, Köln 2011, ISBN 978-3-938933-86-2, 18 S., Schutzgebühr 10,- €

Heft 280

Norman Koschmieder: Die Verbreitung öffentlich-rechtlicher Fernsehangebote im digitalen Zeitalter, Köln 2011, 978-3-938933-87-9, 133 S., Schutzgebühr 20,- €

Heft 281

Stefan Moll: Internet-basierte Medien als Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Köln 2011, 978-3-938933-88-6, 11 S, Schutzgebühr 6,- €

Heft 282

Doris Brocker: Die Beaufsichtigung Internet-basierter Medien durch die Landesmedienanstalten: regional, national, international, Köln 2011, 978-3-938933-89-3, 11 S., Schutzgebühr 6,- €

Heft 283

Manfred Kops: Marktliche Auswirkungen als ungeeigneter Indikator des publizistischen Nutzens öffentlich-rechtlicher Telemedien-Angebote, Köln 2011, 978-3-938933-91-6, 29 S., Schutzgebühr 8,- €

Heft 284

Horst Schellhaaß, Christoph Fritsch: Das Internetfernsehen – neue Chancen für die entgeltliche Vermarktung von Schwellensportarten? Köln 2011, 978-3-938933-92-3, 20 S., Schutzgebühr 10,- €

Heft 285

Hans W. Färber, Matthias Lücker: Die Ersetzung der Rundfunkgebühr durch einen Rundfunkbeitrag, Köln 2011, 978-3-938933-93-0, 18 S., Schutzgebühr 7,50 €



Heft 286

Olexiy Khabyuk: Introducing State-Distant Public Broadcasting in Ukraine, Cologne 2011, 978-3-938933-94-7, 39 p., Price 10,- €

Heft 287

Bewegtbildnutzung im Internet: Deutsche Rundfunkunternehmen zwischen Chancen, Risiken und Pflichten, Köln 2012, 978-3-938933-95-4, 104 S., Schutzgebühr 19,- €

Heft 288

Philipp Weidenhiller: Erfolgsfaktoren privatwirtschaftlicher und öffentlich-rechtlicher mobiler Content-Apps im Vergleich, Köln 2012, 978-3-938933-96-1, 136 S., Schutzgebühr 21,- €

Heft 289

Helge Rossen-Stadtfeld: Der Programmauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der dualen Rundfunkordnung – verfassungsrechtliche Bezüge, Köln 2012, 978-3-938933-97-8, 24 S., Schutzgebühr 7,50 €

5. Vortragsveranstaltungen

5.1. Vortragsveranstaltungen des Instituts

Im Berichtszeitraum fanden keine Vortragsveranstaltungen des Instituts statt.

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.

Khabyuk, Olexiy: Funding of Public Service Broadcasting. Presentation for the Workshop for Representatives of the Mongolian National Broadcaster, 8. 1. 2011, Deutsche Welle Academy, Berlin

Khabyuk, Olexiy: Financing Public Service Broadcasting – Can the German System Be a Model for Myanmar? 12. 12. 2012, Deutsche Welle Academy, Bonn

Kops, Manfred: Eine Methode für den internationalen Vergleich von Medienstrukturen, Vortrag beim Workshop des Netzwerks Medienstrukturen „Medienstrukturen international: Entwicklung, Vergleich, Prognosen“, 13. 10. 2011

Kops, Manfred: Die Deutsche Rundfunkordnung. Vorbild für die arabischen Staaten? Vortrag für eine tunesische Delegation staatlicher und privater Medienvertreter, gehalten bei der Deutschen Welle, Berlin, am 11. 12. 2011

Krauß, J., Nann, S. and Schoder, D.: Towards Universal Sentiment Analysis through Web Mining, European Conference on Information Systems (ECIS), 2012

Meulemann, Heiner, & Apolinarski, Beate & Gilles, David, 2012. Allgemeine Kulturspaltung oder digitale Spaltung? Die Verbreitung des Internet in Deutschland 1997-2009. Vortrag auf der Tagung „Wissen und Soziale Ungleichheit“ der Sektion Wissenssoziologie der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Trier am 02.04.2012. Erscheint in: Berli, Oliver & Endreß, Martin, (Hg.) 2013. Wissen und soziale Ungleichheit. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Meulemann, Heiner, & Apolinarski, Beate & Gilles, David, 2012. Allgemeine Kulturspaltung oder digitale Spaltung? Die Verbreitung des Internet in Deutschland 1997-2009. Vortrag auf der Tagung „Langfristiger Wandel von Medienstrukturen“ des „Netzwerks Medienstrukturen“ vom 18.-20. 10 2012 am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Jena



- Meulemann, Heiner, & Apolinarski, Beate & Gilles, David, 2012. Common Basic Skills or digital division. The diffusion of the internet in Germany 1998-2009. Paper presented at the conference on "Micro Foundations of Diffusion Research", Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Köln September 13-15, 2012
- Meulemann, Heiner, & Gilles, David, 2012. Popular and ever more popular? Television and leisure in Germany 1987-2008. Paper presented at the IATUR (International Association of Time Use Research) conference 2012, August 22-24 in Matsue Japan
- Putzke, J. and Fischbach, K. and Schoder, D.: Cross-Cultural Gender Differences in the Adoption and Usage of Social Media Platforms, Academy of Management (AoM) Meeting, 2012
- Schlagwein, D. and Schoder, D. and Fischbach, K.: Social Information Systems: Framework, Review, and Research Agenda. Research-in-progress paper. Proceedings of the International Conference on Information Systems (ICIS), 2011 Shanghai, China
- Simon, D. and Fischbach, K. and Schoder, D.: An Exploration of Enterprise Architecture Research. Communications of the Association for Information Systems (CAIS), 2012
- Spiegel, O. and Abbassi, P. and Fischbach, K. and Putzke, J. and Schoder, D.: Social Capital in the ICT Sector - A Network Perspective on Executive Turnover and Startup Performance (Research-in-Progress). Proceedings of the International Conference on Information Systems (ICIS), 2011

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 Aufgabe konnte in den letzten Jahren in dem Umfang zurückgefahren 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.

Gleichwohl werden von den dem Institut verbundenen Direktoren, Mitarbeiter/innen und Lehrbeauftragten bis heute Veranstaltungen durchgeführt, die das Lehrangebot ergänzen, hauptsächlich auch um praxisorientierte Inhalte. Diese medienökonomischen Lehrangebote mit Beteiligung des Instituts für Rundfunkökonomie finden sich an der Universität zu Köln in verschiedenen Bachelor- und Masterstudiengängen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät. Im BA-Studiengang werden sie in der Profilgruppe "Medienmanagement" des Fachs Betriebswirtschaftslehre und in der Profilgruppe "Medienwirtschaft" des Fachs Volkswirtschaftslehre angeboten (siehe http://www.wiso.uni-koeln.de/fileadmin/wiso_fak/fakultaet/dokumente/downloads/bachelor/b_allgemein_modulhandbuch.pdf), im MA-Studiengang in den Majors "Marketing" und "Economics" und in den Minors "Institutionen und Märkte", "Marketing" und "Medienmanagement" (siehe http://www.wiso.uni-koeln.de/fileadmin/wiso_fak/fakultaet/dokumente/downloads/master/m_allgemein_modulhandbuch.pdf). Daneben werden auch für die auslaufenden Diplomstudiengänge medienökonomische Veranstaltungen angeboten.

Medienökonomische Lehrveranstaltungen unter Beteiligung des Instituts enthält zudem der an der Universität zu Köln eingerichtete interdisziplinäre Bachelor-Studiengang „Medienwissenschaften“, der unter Federführung der Philosophischen Fakultät die Strukturrichtungen „Medienkulturwissenschaft“, „Medieninformatik“, „Medienmanagement“, „Medienpsychologie“, „Medienrecht“ und „Ökonomie und Soziologie der Medien“ anbietet. Innerhalb des letztgenannten Fachs werden neun Module vermittelt. Dem Bereich der Ökonomie entstammen dabei vier Module („Grundzüge der Mikroökonomie“, „Medienmärkte“, „Medienordnung“ und „Managerial Economics“); in denen auch die dem Institut verbundenen Lehrbeauftragten (Prof. Dr. Norbert Seidel, früherer stellvertretender Intendant des WDR, Dr. Manfred Kops, Geschäftsführer des Instituts für Rundfunkökonomie, und Hans Färber, Verwaltungsdirektor des WDR) Lehrveranstaltungen anbieten. Ebenfalls vier Module stammen aus dem Bereich "Statistik und Methoden" und sechs Module aus dem Bereich der Soziologie (siehe die Informationen zum Studiengang unter <http://phil-fak.uni-koeln.de/ba-mewi-html>).

Im Berichtszeitraum wurden die folgenden Lehrveranstaltungen angeboten:

**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 7. 10. 2010, Raum 110, WiSo-Hochhaus, 17.00 Uhr s. t.
 2. Abstimmung der Gliederungsvorschläge am Donnerstag, den 28. 10. 2010, Raum 110, WiSo-Hochhaus, ab 17.00 Uhr
- B. Abgabe der Referate bis Montag, 30. 11. 2010, 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. 01. 2011
- 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. 01. 2011
- 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

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

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

Übung Theorie und Politik der Medienwirtschaft

Jan Lucas

Do 14:00 - 15:30 in HS XI b

SS 2011

Hauptseminar zur Medienökonomie - Blockseminar

„Aktuelle Fragen der Medienmärkte“

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

1. Seminartermin: Mittwoch, 11.05.2011 13:30 – 18:00 Uhr

Abgabe der Seminararbeiten bis 01.05.2011

- 13:30 – 13:45 Begrüßung
- 13:45 – 14:45 1. Werbefreiheit des ÖRR aus wettbewerbstheoretischer Sicht
Referenten: Hoß
Koreferenten: Becker, Miksa
- 14:45 – 15:45 Michael Loeb (Geschäftsführer WDR mediagroup GmbH)
„Werbeverzicht für die Öffentlich-Rechtlichen Rundfunksender“
- 15:45 – 16:00 Pause
- 16:00 – 17:00 2. Ökonomische Analyse des Product Placement
Referenten: v. Frankenberg, Hammerstein, Talanis
Koreferenten: Bauduin, Metz, Konat
- 17:00 – 18:00 3. Medien als Faktor politischer Prozesse
Referenten: Buhlert, Cardarelli, Jöns,
Koreferenten: Schäffer, Kannengießer, Schmitz

**2. Seminartermin: Mittwoch, 18.05.2011 13:30 – 18:00 Uhr**

Abgabe der Seminararbeiten bis 08.05.2011

13:30 – 15:30 Führung durch den WDR

15:30 – 16:00 Pause

16:00 – 17:00 4. Die Sportschau als kartellrechtliches Entscheidungskriterium
Referenten: Becker, Miksa
Koreferenten: Dreiseitel, Löwer, Vojteková

16:00 – 18:00 5. Die Frauen-Fußball WM im eigenen Land.
Zur Vermarktung von Schwellensportarten.
Referenten: Schäffer, Kannengießer, Schmitz
Koreferenten: Bay, Reckmann, Krumrey

3. Seminartermin: Mittwoch, 25.05.2011 13:30 – 18:00 Uhr

Abgabe der Seminararbeiten bis 15.05.2011

13:30 – 14:30 6. Piraten im Internet
Referenten: Bauduin, Metz, Konat
Koreferenten: Buhlert, Cardarelli, Jöns

14:30 – 15:30 7. Wettbewerbsimplikationen von Netzneutralität
Referenten: Bay, Reckmann, Krumrey
Koreferent: Hoß

15:30 – 15:45 Pause

15:45 – 16:45 8. Become a Star on Youtube – Ökonomische Aspekte
von Online-Starmärkten
Referenten: Dreiseitel, Löwer, Vojteková
Koreferenten: v. Frankenberg, Hammerstein, Talanis

16:45 – 17:45 Dr. Christian Müller (ehem. Geschäftsführer DFL Finanzen)

17:45 – 18:00 Verabschiedung

1232 Vorlesung "Medienordnung"*Dr. Frank Christian May*

Di. 10.00 - 11.30 h in HS XII

- A. Die Rundfunkordnung im Wandel
- B. Marktmäßige Programmvielfalt im Fernsehen
- C. Verfassungsrechtliche Meinungsvielfalt im Fernsehen
- D. Sicherung der Meinungsfreiheit im Fernsehen
- E. Wettbewerbspolitische Analyse der Rundfunkgebühr
- F. Wettbewerbspolitische Analyse der Preisbindung für Verlagserzeugnisse
- G. Wettbewerbspolitische Analyse von Gratiszeitungen

**1233 Übung "Medienordnung"***Jan Lucas*

Mi 10:00 - 11.30 h in HS VIIb

1234 Übung "Medienordnung"*Jan Lucas*

Do 14:00 - 15.30 h in HS VIIb

Hauptseminar „Medien im internationalen Vergleich“*Prof. Dr. Heiner Meulemann***1. Sitzung:** Verteilung der Referate**Part I Mediensysteme im internationalen Vergleich**

2. Sitzung: Mediensysteme: Allgemein

3. Sitzung: Mediensysteme: Typen

4. Sitzung: Effekte von Mediensysteme auf Wissen des Publikums

5. Sitzung: Mediensysteme: zukünftige Entwicklungen

Part II Mediennutzung im internationalen Vergleich

6. Sitzung: Fernsehen und Zeitungen

Part III Medienwirkungen im internationalen Vergleich

7. Sitzung: Fernsehen, Zeitungen und Sozialkapital

8. Sitzung: Unterhaltung durch Fernsehen und politische Teilhabe

9. Sitzung: Medien und politische Kommunikation: Effekte auf Demokratie

10. Sitzung: Medien und politische Kommunikation: Trends

11. Sitzung: Digital Divide: Ursachen und Trends

12. Sitzung: Digital Divide: Bürgerliches Engagement

13./14. Sitzungen: Massenmedien und Werte im internationalen Vergleich

15. Sitzung: Journalismus in vergleichender Perspektive

16. Sitzung: Information vs. Unterhaltung

WS 2011/2012**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 6. Oktober 2011 in der Uni Köln, Raum 110, WiSo-Hochhaus, 17.00 Uhr s. t.



2. Abstimmung der Gliederungsvorschläge am Donnerstag, den 20. Oktober 2011 in der Uni Köln, Raum 110, WiSo-Hochhaus, ab 17.00 Uhr, nach vorheriger Vereinbarung
- B. Abgabe der Referate bis Mittwoch, 30.11.2011, Themen:
1. Organisationsstrukturen öffentlich-rechtlicher Rundfunkunternehmen in Europa – ein Vergleich
 2. Neue Formen der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in osteuropäischen Ländern
 3. Finanzierungsstrukturen ausgewählter privater Medienunternehmen in Europa
 4. Funktion und Arbeitsweise der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs
 5. Das neue Modell zur Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland
 6. Werbung und Sponsoring als Finanzierungsinstrumente für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten im europäischen Vergleich
 7. Programmverbreitungsstrategien für Rundfunkunternehmen - eine betriebswirtschaftliche Bewertung
 8. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Online-Zeitalter
 9. Programmcontrolling und Kostensteuerung für öffentlich-rechtliche Fernsehunternehmen
 10. Programmcontrolling und Kostensteuerung für private Medienunternehmen
- C. Blockseminar im Westdeutschen Rundfunk
- Tag 1: Veranstaltungsdauer von 9 bis ca. 18 Uhr am Donnerstag, 12. Januar 2012, 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, 19. Januar 2012, 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 30.11.2011 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. 6 Bonuspunkte und einen Leistungsnachweis in Institutionen und Märkte I-III (Master: Major/Minor). Ab



dem 26. August 2011 ist ein Rücktritt nicht mehr möglich. Die Nichtabgabe oder nichtfristgerechte Abgabe des schriftlichen Referats wird mit 7 bzw. 6 Maluspunkten geahndet. Anmeldung ab dem 1. August 2011, 15 Uhr, ausschließlich auf der Webseite des Instituts für Rundfunkökonomie unter <http://www.rundfunkinstitut.uni-koeln.de/institut/lehre/ws1112.php>.

1235 VL (Modul 152 01, 6 LP)

Vorlesung "Ökonomische Aspekte des dualen Rundfunksystems"

Hans W. Färber

Do. 17:45 - 19.15 h in HS XI a

- 13.10.2011: A.) Mediensystem in der BRD
- 20.10.2011: A.) Mediensystem in der BRD (2)
- 27.10.2011: B.) Geschäftsmodelle der Massenmedien
- 03.11.2011: B.) Geschäftsmodelle der Massenmedien (2)
- 10.11.2011: C.) Werbung & Sponsoring
- 17.11.2011: D.) Finanzstrukturen ARD (Herr Dr. Schwertzel)
- 24.11.2011: Praxistermin
- 01.12.2011: E.) Planung, Abrechnung und Kontrolle
- 08.12.2011: H.) Digitalisierung im Rundfunk (Herr Dr. Susallek)
- 15.12.2011: F.) Programmplanung, -steuerung und -bewertung (Frau Tebert)
- 22.12.2011: G.) Rechte- und Lizenzmanagement (Frau Frieling)
- 12.01.2012: E.) Planung, Abrechnung und Kontrolle (2)
- 19.01.2012: I.) Medienspezifische Anforderungen an d. Personalmanagement
- 26.01.2012: Evtl. Fragestunde

1236 Übung

Ökonomische Aspekte des dualen Rundfunksystems

Jan Lucas

Mi 14:00 - 15.30 h in HS XI b

1232 VL (Modul 150 39, 6 LP)

Theorie und Politik der Medienwirtschaft

Dr. Christoph Fritsch

Mi 17:45 - 19:15 in HS VIII

- 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

1233 Übung
Theorie und Politik der Medienwirtschaft
Jan Lucas
Di 10:00 - 11:30 in HS XII

SS 2012

Hauptseminar „Medien im internationalen Vergleich“
Prof. Dr. Heiner Meulemann

1. Sitzung: Verteilung der Referate

Part I Mediensysteme im internationalen Vergleich

2. Sitzung: Mediensysteme: Allgemein

3. Sitzung: Mediensysteme: Typen

4. Sitzung: Effekte von Mediensystemen auf Wissen des Publikums

5. Sitzung: Mediensysteme: zukünftige Entwicklungen

Part II Mediennutzung im internationalen Vergleich

6. Sitzung: Fernsehen und Zeitungen

Part III Medienwirkungen im internationalen Vergleich

7. Sitzung: Fernsehen, Zeitungen und Sozialkapital

8. Sitzung: Unterhaltung durch Fernsehen und politische Teilhabe

9. Sitzung: Medien und politische Kommunikation: Effekte auf Demokratie

10. Sitzung: Medien und politische Kommunikation: Trends

11. Sitzung: Digital Divide: Ursachen und Trends

12. Sitzung: Digital Divide: Bürgerliches Engagement

13./14. Sitzungen: Massenmedien und Werte im internationalen Vergleich

15. Sitzung: Journalismus in vergleichender Perspektive

16. Sitzung: Information vs. Unterhaltung

WS 2012/2013

Hauptseminar zur Rundfunkökonomie (1238)
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 4. Oktober 2012 in der Uni Köln, Raum 110, WiSo-Hochhaus, 17.00 Uhr s. t.



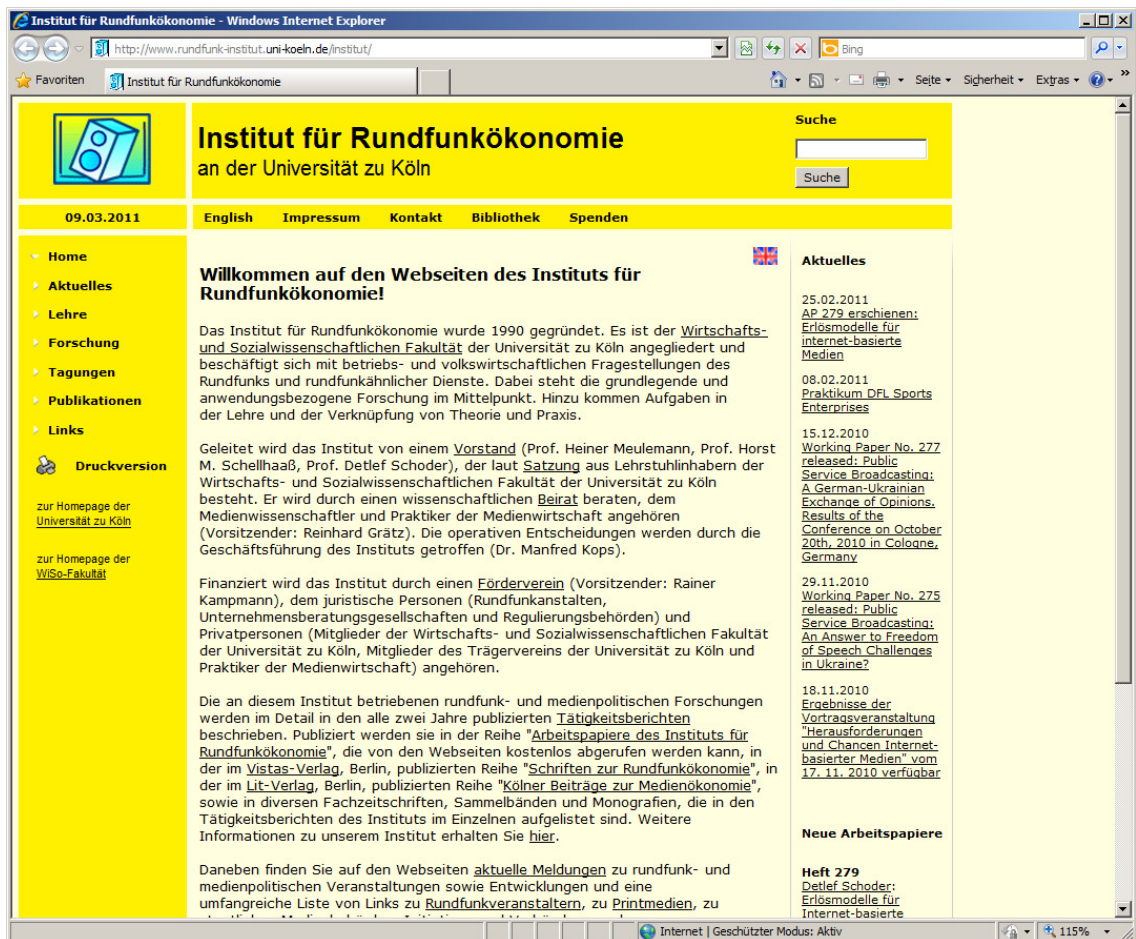
2. Abstimmung der Gliederungsvorschläge am Donnerstag, den 25. Oktober 2012 in der Uni Köln, Raum 110, WiSo-Hochhaus, ab 17.00 Uhr, nach vorheriger Vereinbarung
- B. Abgabe der Referate bis Freitag, den 30.11.2011, Themen:
1. Organisationsstrukturen öffentlich-rechtlicher Rundfunkunternehmen in Europa – ein Vergleich
 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. Werbung und Sponsoring als Finanzierungsinstrumente für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten im europäischen Vergleich
 6. Programmverbreitungsstrategien für Rundfunkunternehmen - eine betriebswirtschaftliche Bewertung
 7. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Online-Zeitalter
 8. Programmcontrolling und Kostensteuerung für öffentlich-rechtliche Fernsehunternehmen
 9. Programmcontrolling und Kostensteuerung für private Medienunternehmen
- C. Blockseminar im Westdeutschen Rundfunk
- Tag 1: Veranstaltungsdauer von 9 bis ca. 16 Uhr am Donnerstag, 10. Januar 2013, 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, 17. Januar 2013, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.
- IV. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 2
- Tag 3: Veranstaltungsdauer von 9 bis ca. 16 Uhr am Donnerstag, 24. Januar 2013, Treffpunkt Eingang WDR-Arkaden, 9.00 Uhr s. t.
- V. Präsentation und Diskussion der Referate, Teil 3

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

The screenshot shows a Firefox browser window displaying the website of the Institute for Media Economics and Media Law. The page is titled 'Arbeitspapiere' and is on page 1 of 6. The main content area is divided into several sections:

- Themenbereiche**: A list of eight topics, including 'Die nationale Rundfunkordnung Deutschlands', 'Die internationale Rundfunkordnung', and 'Arbeitspapiere aller Themenbereiche'.
- Arbeitspapiere aller Themenbereiche**: A section listing two specific papers:
 - Heft 289**: 'Der Programmauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der dualen Rundfunkordnung – verfassungsrechtliche Bezüge; Köln im April 2012, ISBN 978-3-938933-97-8; 24 S., Schutzgebühr 7,50 €;'. It is available for download as a PDF file (0,4 MB) for free of charge, or as a printed copy for a fee.
 - Heft 288**: 'Erfolgsfaktoren privatwirtschaftlicher und öffentlich-rechtlicher mobiler Content-Apps im Vergleich; Köln im März 2012, ISBN 978-3-938933-96-1; 137 S., Schutzgebühr 21,00 €;'. It is available for download as a PDF file (3,9 MB) for free of charge, or as a printed copy for a fee.
- Aktuelles**: A sidebar listing recent publications, including 'Öffnungszeiten der Institutsbibliothek' and 'Erfolgsfaktoren privatwirtschaftlicher und öffentlich-rechtlicher mobiler Content-Apps im Vergleich'.
- Neue Arbeitspapiere**: A sidebar listing the most recent papers, including Heft 289 and Heft 288.

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 früheren Tätigkeitsberichte). Im Berichtszeitraum haben sie sich gegenüber den beiden früheren Jahren insgesamt mehr als verdoppelt, was vor allem aus der verbesserten Positionierung der Instituts-Webseiten bei der Suchmaschine Google resultieren dürfte (es kann aber auch nicht ausgeschlossen werden, dass ein Teil der Zuwächse auf eine veränderte Konfiguration der Auswertungsprogramme des Universitätsrechenzentrums zurückgeht, mit denen die Zugriffstatistiken erstellt worden sind).

Abbildung 4:

Zugriffsstatistiken der Webseiten des Instituts; Januar 2011 – Dezember 2012

	Seitenanfragen (Hits)	Dateiabrufe (Files)	Seitenabrufe (Pages)
Januar 2011	95.606	51.737	23.980
Februar 2011	181.642	53.011	119.548
März 2011	219.041	56.583	150.134
April 2011	240.651	62.661	175.510
Mai 2011	273.938	55.905	200.096
Juni 2011	251.628	48.494	193.842
Juli 2011	250.932	54.101	197.276
August 2011	187.191	40.003	144.649
Sept. 2011	176.572	41.614	128.735
Oktober 2011	193.188	44.719	137.601
November 2011	197.093	45.916	133.917
Dezember 2011	196.197	48.584	140.032
Summe	2.463.679	603.328	1.745.320
Januar 2012	193.534	46.063	134.044
Februar 2012	185.004	48.545	129.947
März 2012	194.789	49.533	137.145
April 2012	191.859	52.258	137.635
Mai 2012	191.823	46.562	141.980
Juni 2012	269.230	130.261	219.601
Juli 2012	297.766	159.047	246.177
August 2012	300.590	164.423	258.224
Sept. 2012	259.452	143.508	217.180
Oktober 2012	271.371	154.161	221.617
November 2012	239.201	130.106	191.689
Dezember 2012	262.690	140.784	216.496
Summe	2.857.309	1.265.251	2.251.735

Abbildung 4 zeigt die Zugriffszahlen. 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 August 2012 wurde mit 300 Tsd. Hits der höchste Monatswert innerhalb des Berichtszeitraums erreicht. Auch die meisten Datei-(Files) und Seitenaufrufe (Pages) haben in diesem Monat stattgefunden (164 Tsd. und 258 Tsd.). Insgesamt gab es im Jahr 2011 2.463.679 Hits (davon 603.328 Dateiabrufe und 1.745.320 Seitenabrufe) und im Jahr 2012 2.857.309 Hits (davon 1.265.251 Dateiabrufe und 2.251.735 Seitenabrufe).

Einzig beim Zugriff auf die Volltexte der Arbeitspapiere, die mittlerweile fast sämtlich im Internet eingestellt worden sind und dort im pdf-Format eingesehen oder heruntergeladen werden können ist die Zahl der Zugriffe (719.164) im Berichtszeitraum gegenüber den beiden Vorjahren (856.794 Downloads) um ca. 16 % gesunken, vermutlich weil im Berichtszeitraum weniger Arbeitspapiere veröffentlicht wurden als in früheren Jahren.

Abbildung 5:
Nutzungsstatistiken der Reihe Arbeitspapiere, Januar 2011 bis Dezember 2012

Heftnr.	Abr. (Hits)	Autor	Thema
164	49631	Jäger	Ursachen verändernder Mediennutzung
179	36310	Knappe	Die deutsche Fernsehindustrie: Eine Analyse der Wettbewerbsstrategien vor dem Hintergrund zunehmender Digitalisierung von Medien
153	19384	Bauder	Der deutsche Free-TV-Markt: Chancen für neue Anbieter?
230	15533	Rogge	Nutzergenerierte Inhalte als Erlösquelle für Medienunternehmen
203	14081	Slama	Das Schwarzseher-Problem beim Pay-TV
280	13888	Koschmieder	Die Verbreitung öffentlich-rechtlicher Fernsehangebote im digitalen Zeitalter
209	12588	Trefzger	Mobile TV-Launch in Germany - Challenges and Implications
155	11905	Usadel	Target Costing für TV-Produktionsunternehmen
238	11439	Wolf	Wie verzichtbar wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch die Digitalisierung?
243	11385	Winkelmann	Konvergenz von Mobilfunk- und Internetdiensten: Auswirkungen auf Wertschöpfungskette und Geschäftsmodelle des Mobilfunks
181	11228	Meyer	Die Qualität der Online-Angebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender im Vergleich – mit Fokus auf ...
210	10927	Westebbe	Bedarfsanalysen von Käufertypen als Grundlage eines Showplanungskonzepts im Tele-Shopping
69	10896	Friedrich	Planung der Programmbeschaffung in öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten
190	10802	Petersen	„Serien-Spin-Off“ als Strategie der Programmentwicklung
63	10586	Schneider	Möglichkeiten und Grenzen von finanzwirtschaftlichen Kennzahlen im Rahmen einer rundfunkspezifischen Controlling-Konzeption für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten
61	9947	Fuchs	Projektcontrolling bei TV-Spielfilmen
30	9666	Kamps	Prozesskostenrechnung im WDR - Einsatzmöglichkeiten und Grenzen, dargestellt am Beispiel des Filmarchivs
213	9439	Eggert	Cross-Channel-Konzeptionen für TV-Formate. Möglichkeiten und Grenzen einer integrierten Vermarktung



16	9012	Fahle	Ausrichtung der Programmgestaltung von öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Anbietern auf die Vermarktung von Werbezeiten
206	7302	Bomas	Der duale Rundfunk. Seine Bedeutung für die Entwicklung des Rundfunkmarktes
7	7155	Institut	Controlling für öffentlich-rechtliche Fernsehunternehmen
220	6416	Tegge	Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Markt für Fernsehprogramme
49	6172	Föll	Corporate Identity bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
56	5991	Nafziger/ Schwertzel/ Hansmeyer/ Sieben	Möglichkeiten und Grenzen von Kennziffern zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten
188	5697	Eickhoff/Hutt	Gegenwärtige Ausgestaltung und wünschenswerte Fortentwicklung der Fernsehordnung der Volksrepublik China am Beispiel von China Central Television (CCTV)
131	5638	Losseff- Tillmanns/ Kops	Public Communication and the New Media
180	5441	Khabyuk	Der ukrainische Rundfunk zwischen Staat und Markt. Platz für einen dritten Weg?
44	5220	Holthaus	Realisationschancen für lokales Fernsehen am Beispiel einer Wirtschaftlichkeitsberechnung für ausgewählte Gebiete Nordrhein-Westfalens
12	5193	Holtmann	Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikationspolitik öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten am Beispiel
70	5027	Bergmann	Erfolgsindikatoren für Fernsehprogrammangebote zur Erreichung jugendlicher Zielgruppen
277	5013	Khabyuk/ Kops	Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on October 20th, 2010 in Cologne, Germany
116	4938	Geschwandt- ner-Andreß	Medienwirtschaft in Köln. Theoretische Erklärungsansätze und politische Bestimmungsfaktoren eines regionalen Produktionsclusters Medien
159	4644	Meier	Von der "Sendeplatzverwaltung" zum kompetitiven "Programming". Veränderungen der Programmplanung des ZDF
184	4537	Bornemann	Das digitale Programmangebot werbefinanzierter Fernsehveranstalter
276	4404	Khabyuk/ Kops	Public Service Broadcasting: A German-Ukrainian Exchange of Opinions. Results of the Conference on June 22nd, 2010 in Kyiv, Ukraine
172	4108	Schellhaaß	Strategien zur Vermarktung des Sports im Fernsehen
132	3989	May	Der gebundene Buchpreis. Eine ökonomische Betrachtung
201	3987	Rossen- Stadtfeld	Funktion und Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Kulturauftrags im dualen Rundfunksystem
216	3932	Gläser	Programm-Marketing öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten
6	3824	Oltmanns	Das öffentlich-rechtliche TV-Angebot 1952 bis 1991 und seine Nutzung
104	3803	Susallek	Management Informationssysteme in der ARD als Instrumente rationaler Willensbildung
204	3787	Stock	Zum Reformbedarf im dualen Rundfunksystem: Public-Service-Rundfunk und kommerzieller Rundfunk – wie können sie koexistieren?
256	3722	Radtko/ Dilevka	Empirischer Überblick über die deutsche Fernsehindustrie
89	3700	Schaarmann	Hörer- und Kundenbindung im Hörfunk – dargestellt am Beispiel des Senders Eins Live
2	3590	Kops/ Hansmeyer	Zur ökonomischen Begründung und Ausgestaltung einer föderalen Rundfunkordnung



86	3567	Horstmann	Programmcontrolling bei öffentlich-rechtlichen und privatrechtlichen Fernsehveranstaltern - dargestellt am Beispiel von RTL plus und WDR
194	3553	Gomolka	Content Management im öffentl.-rechtl. Rundfunk – Grundlagen, rundfunkökonomische Einordnung und Fallbeispiel.
171	3419	Gehring	Aufstieg und Fall der Kirch-Gruppe. Eine institutionenökonomische Erklärung
249	3401	Meulemann	Verdrängt das Internet die Massenmedien? Medienpräferenzen und die Individualisierung der Mediennutzung
15	3178	Wurth	Programmstruktureffekte alternativer Formen privater Rundfunkfinanzierung am Beispiel eines Kinderprogramms
183	3170	Loebbecke/ Niedermeyer/ Kaplan/ Kurucu	Betriebswirtschaftliche Betrachtung öffentlich-rechtlicher TV-Online-Aktivitäten
226	3144	Stock	Islam im Rundfunk – wie eigentlich? Auf dem Weg zu muslimischer kommunikativer Präsenz in deutschen Rundfunkprogrammen
107	3140	Eckhardt	Strukturen, Aufgaben und Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Kräftefeld der Politik
202	3064	Eckhardt	Wie erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag? Empirische Langzeitbetrachtungen
205e	3028	Ollig	Chinese TV Programmes for Foreign Countries? A Consumer Theory Perspective
252	3025	Kops/Sokoll/ Bensinger	Rahmenbedingungen für die Durchführung des Drei-Stufen-Tests – Gutachten erstellt für den Rundfunkrat des Westdeutschen Rundfunks –
29	3024	Kops	Darstellung und Systematisierung der Vorschläge zur Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
191	3019	Türker	The Optimal Design of a Search Engine from an Agency Theory Perspective
187	2980	Rohn	Media Companies and Their Strategies in Foreign Television Markets
186	2964	Frisch	Soccer? – Fútbol! Zielgruppenorientierte Strategien zur Fernsehvermarktung von Fußball als Schwellensportart in den USA
178	2939	Eberle	Formen der Finanzierung öffentlich-rechtlicher Online-Angebote
66	2934	Sieben/ Schwertzel	Controlling für Rundfunkanbieter
244	2910	Stock	Noch einmal zum Reformbedarf im "dualen Rundfunksystem": Public-Service-Rundfunk und kommerzieller Rundfunk – wie können sie koexistieren?
154	2892	Kroh	Marktchancen von Internet-Radioanbietern
193	2868	Libertus	Essential Aspects Concerning the Regulation of the German Broadcasting System. Historical, Constitutional and Legal Outlines
144	2860	Kops	Produktionssteuerung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk
208	2785	Faber/ Xiaomei	Rechtliche Rahmenbedingungen für Film und Fernsehen in China
211d	2784	Kops	Globalisierung der Medienwirtschaft. Nutzen und Kosten, Gewinner und Verlierer
254	2734	Müller	Daten und Methoden zur empirischen Ermittlung der Medienpräferenzen in Deutschland
215e	2730	Kops	The German Broadcasting Order. A Model for China?
106	2680	Holtmann	Programmbeschaffung und -entwicklung werbefinanzierter TV-Programmanbieter aus der Perspektive der Programmplanung
147	2632	Hoff	Technische Konvergenz – Fakten und Perspektiven
221	2630	Institut	Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 2005 und 2006



185	2596	Eckardt	Qualität des Hörfunkangebots aus der Sicht von Zielgruppen – Elitenbefragungen des DeutschlandRadio
200e	2586	Kops	German TV Programmes for China? A Political Economy Perspective
217	2530	Elitz/ Stammler	Programmliche Selbstverpflichtungen und Medienqualität. Ein Projekt zur Sicherung der Qualität i. d. elektronischen Medien
258	2489	Gomolka/ Struck	Best Practice im IPTV-Markt – Kritische Erfolgsfaktoren zur Etablierung neuer Dienste und deren Geschäftsmodelle im deutschen IPTV-Markt
54	2485	Drees	Controlling für werbefinanzierte Musikfernsehveranstalter
199	2458	Blanke	Entscheidungs- und marktorientierte Kosten- und Leistungsrechnung in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
146	2430	Esser	Wirtschaftlichkeitsanalyse werbefinanzierter Lokalfernsehveranstalter, analysiert anhand der ökonomischen Klubgütertheorie
67	2402	Michaelson	Marktstrategien für Pay-per-view-Veranstalter
14	2350	Kantimm	Ökonomische Rechtfertigung und Marktchancen von Spartenrundfunk-Veranstaltern in Europa
278	2333	Institut	Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 2009 und 2010
262	2332	Berger	Die Optimierung des Rankings in Suchmaschinen
5	2321	Droste	Komplementäre oder substitutive Beziehungen zwischen Rundfunk und Printmedien
196	2304	Kops	Soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Nachfrage seiner Zuhörer und Zuschauer korrigieren?
247	2291	Institut	Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 2007 und 2008
176	2265	Grimm	Anforderungen an künftige Rundfunkordnungen
211e	2141	Kops	Globalising Media Markets. Benefits and Costs, Winners and Losers
215d	2122	Kops	Die deutsche Rundfunkordnung. Ein Modell für China?
207	2110	Bensinger	Co-Operation with China in the TV Sector
212	2081	Metze- Mangold	Zwischen Welthandel und kultureller Vielfalt; Welchen Spielraum lassen WTO und UNESCO für die Regulierung der audiovisuellen Medien?
138	2059	Ricken	Risikomanagement für Fernsehunternehmen. Mögliche Strategien für Vollprogrammanbieter
224	2055	Niepalla	Die Deutsche Welle als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation
142	2054	Spallek	Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Informationsgesellschaft
225	2053	Schellhaaß	Die Fußballweltmeisterschaft im Programm der Deutschen Welle
197	2036	Meier	„Für ein paar Cent weniger“? Ein Beitrag zur aktuellen Rundfunkgebührenpolitik
145se	2033	Kops	What is Public Service Broadcasting and How Should It Be Financed?
228	2033	Hartstein	Die Optimierung der Angebote der Deutschen Welle als strategische Aufgabe
218	2025	Pleitgen	Kooperation zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und der Deutschen Welle
60	2001	Sieben/ Schwertzel	Finanzierung und Wirtschaftlichkeit lokaler Fernsehveranstalter
240	1992	Kops	Die Globalisierung als Herausforderung für den deutschen Auslandsrundfunk
165	1983	Jäger	Die Folgen einer sich verändernden Mediennutzung für das Aufkommen aus der Rundfunkgebühr
182	1979	Rebmann	Online-Dienste als wettbewerbswidrige Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
177	1977	Voß	Online-Dienste als unverzichtbare Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks



24	1957	Kleine-Erfkamp	Szenario-Analyse für die Verbreitung von Fernsehprogrammen über Terrestrik, BK-Netze und Satellit in der Bundesrepublik Deutschland bis ins Jahr 2000
195	1926	Institut	Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 2003 und 2004
227	1925	Khabyuk	Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Ukraine: Voraussetzungen und verpasste Gelegenheiten
100	1916	Kops	Prinzipien der Gestaltung von Rundfunkordnungen. Ökonomische Grundlagen und rundfunkpolitische Konsequenzen
78	1913	Institut	Tätigkeitsbericht für 1995
115	1911	Kops	Nationale Konzentrationskontrolle und internationale Wettbewerbsfähigkeit von Fernsehveranstaltern
219	1880	Wischi	Die programmlichen und finanziellen Konsequenzen neuer Verbreitungswege für den Auslandsrundfunk am Beispiel von swissinfo
214	1869	Elitz	Quality Management: Untapped Economic Potential of German Broadcasting Services
192	1863	Metze-Mangold	Zur Begleitung der Entstehung einer UNESCO-Konvention zur kulturellen Vielfalt
227e	1838	Khabyuk	The Introduction of Public Service Broadcasting in Ukraine: Preconditions and Missed Opportunities
167	1828	Katz	Erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag? Zum Beispiel: Das Fernsehprogramm des Westdeutschen Rundfunks
232	1780	Stock	Der öffentlich-rechtliche Auslandsrundfunk als Medium und Faktor der internationalen Kommunikation
88	1779	Luxenburger	Möglichkeiten einer strategischen Reorganisation der ARD. Unter besonderer Berücksichtigung der Konzeption der Transnationalen Unternehmung
234	1721	Bensinger/Sokoll	Die EU-Vorgaben für kommerzielle Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Umsetzung und Konsequenzen. - Analyse und Workshopbericht -
198	1719	Niepalla	Selbstverpflichtungserklärungen als Instrument der Qualitätssicherung - Positionen und Erfahrungen der Deutschen Welle
51	1717	Hadamer	Planungs- und Rechnungslegungsinstrumente im Rahmen des WDR-Finanzcontrolling; Stand und mögliche Weiterentwicklung
113	1682	Sieben/Sieben/Holland	Analyse des NDR-Steuerungsmodells für Fernsehproduktionen
268	1675	Babić/Hagenah	Werden private Fernsehsender von der Bildungselite genutzt? Ein Vergleich der Nutzungswahrscheinlichkeiten der privaten Fernsehsender RTL, Sat.1 und ProSieben in Abhängigkeit vom Bildungsabschluss
8	1668	Pagenstedt/Schwertzel	Controlling für öffentlich-rechtliche und private Fernsehanbieter
166	1605	Eckhardt	Klassische Musik und das Kulturradio – Stand der Forschung
175	1580	Fischer	Understanding Marketisation Within the Chinese Information Sector – Taking Television as an Example
156	1551	Ollig	Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten ausländischer Fernsehprogrammanbieter in der VR China
189e	1522	Zhenzhi	WTO, “Chanye Hua” of the Media and Chinese Television
250	1482	Kops	Das deutsche duale Rundfunksystem – Entstehungsgeschichte, derzeitige Ausgestaltung und absehbare Veränderungen
120	1469	Bauder	Die Medienkonzerne Time Warner und News Corporation. Ein Vergleich ihrer Anpassungsfähigkeit an technologische Entwicklungen und veränderte Marktbedingungen
157	1422	Brem	Merchandising und Licensing für Rundfunkunternehmen
130	1399	Duvinage	Der Sport im Fernsehen. Die Sicht der Rechteagenturen



122	1387	Schössler	Konsequenzen der Digitalisierung für werbefinanzierte TV-Veranstalter
174	1353	Schellhaaß	Sport als Teil des öffentl.-rechtl. Programmauftrags
251	1343	Michel	Die Individualisierung der Medien – Herausforderungen und Chancen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk
263	1332	Kops	Vorreiter und Bremser der Europäischen Integration
253	1328	Rossen-Stadtfeld	Anforderungen des Dreistufentests an die Gremien: eine rundfunkverfassungsrechtliche Einordnung
126	1317	Olschewski	Planung des wirtschaftlichen Einsatzes von Programm-Trailern im Programm von Fernsehveranstaltern
265	1290	Kops	Publizistische Vielfalt als Public Value?
170	1279	Michel	Die Bedeutung der "World Trade Organisation" (WTO) und des "General Agreement on Trade in Services" (GATS) für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk
72	1259	Kops	Rechtfertigen Nachfragemängel eine Regulierung von Rundfunkprogrammen?
168e	1257	Zhenzhi	Television Regulation and China's entry into the WTO
163	1240	Schellhaaß	Die Rundfunkordnung aus institutionenökonomischer Sicht
259	1219	Dubina	An Economic Analysis of the Russian Television System
233	1194	Scharping	Administration, Control and Censorship in the Chinese Media
205c	1174	Ollig	中国电视节目的出口：一种消费理论的透视 (chinesische Version des Arbeitspapiers Nr. 205e)
266	1173	Holznagel/ Nüßing	Basic Principles for the Funding of Public Service Broadcasting
261	1168	Todorov	The Broadcasting System in Bulgaria at the End of the Analogue Age. An Economic Perspective
65	1167	Sieben/ Schwertzel	Materialien zur Rundfunkökonomie II: Management für Rundfunkunternehmen I
279	1124	Schoder	Erlösmodelle für Internet-basierte Medien
127	1104	Pleitgen	Der Sport im Fernsehen
229	1096	Kleinsteuber	Sieben Jahre im Rundfunkrat der Deutschen Welle. Expeditionen eines Wissenschaftlers in die medienpolitische Praxis
13	1082	Muck	Der mit der Einführung von DAB entstehende Bedarf zur Regulierung der Hörfunk-Übertragung
9	1055	Hansmeyer/ Kops/ Schwertzel	Perspektiven des Fernsehangebots in Deutschland
260	1045	Schellhaaß	Individualisierung der Medien – Wettbewerbsstrategien für die Sicherung der Meinungsvielfalt
64	1035	Institut	Hinweise zur Erstellung von Seminar- und Diplomarbeiten am Institut für Rundfunkökonomie
242	1035	Schellhaaß	Die Konsequenzen des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht
83	1033	Kops	Rundfunkbegriff und Rundfunkregulierung in den Zeiten von Multimedia
289	1032	Rossen-Stadtfeld	Der Programmauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der dualen Rundfunkordnung – verfassungsrechtliche Bezüge
267	1010	Porter	Public Service Broadcasting and the Contradictions of European Competition Policy
200c	1005	Kops	将德国的电视节目卖给中国？一个政治经济学的分析 (chinesische Version des Arbeitspapiers Nr. 200e)
28	1000	Institut	Tätigkeitsbericht für 1993 und 1994
75	996	Demmer	Auswirkungen der europäischen Rundfunkstrukturpolitik auf den Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland
160	993	Klee	Afrikas Medien im Griff der Global Player und der eigenen Machthaber



94	986	Dörr	Die öffentlich-rechtliche Rundfunkfinanzierung und die Vorgaben des EG-Vertrages
269	978	Ala-Fossi/ Hujanen	The Rise and Fall of Public Service Media Fee Proposal in Finland
112	974	Kübler	Die Konzentration im Medienbereich und ihre Kontrolle
248	974	Elitz	Die Individualisierung der Medien – Herausforderungen und Chancen für den professionellen Journalismus
270	973	Хаб'юк	Суспільно-правове мовлення у Федеративній республіці Німеччина
162	963	Institut	Tätigkeitsbericht des Instituts für die Jahre 2001 und 2002
264	942	Деркач/ Хаб'юк	Неофіційний переклад найважливіших положень основних договорів у сфері суспільно-правового телерадіомовлення Федеративної республіки Німеччини
281	938	Moll	Internet-basierte Medien als Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
285	937	Färber/ Lücker	Die Ersetzung der Rundfunkgebühr durch einen Rundfunkbeitrag
98	930	Schöneberger	Ökonomische Grundfragen des Fernsehens
95	921	Schellhaaß/ Enderle	Sportlicher versus ökonomischer Wettbewerb. Zum Verbot der zentralen Vermarktung von Europapokal-Spielen im Fußball
110	920	Walter	Preispolitik von Pay-TV-Anbietern. Eine wettbewerbspolitische Analyse
108	911	Institut	Tätigkeitsbericht des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre 1997 und 1998
222	908	何勇 (译者)	德国广播电视州际协议
286	896	Khabyuk	Introducing State-Distant Public Broadcasting in Ukraine
10	892	Dörr	Das Verfahren zur Bemessung der Rundfunkgebühr in der Diskussion
140	892	Kops	Ist der Markt ein geeignetes Verfahren zur Bestimmung der Einkommen von Fußballspielern?
118	888	Kops	Combating Media Concentration in a Globalising World Economy
143	881	Institut	Tätigkeitsbericht des Instituts für die Jahre 1999 und 2000
273	871	Kvit	Mass Communications of an Independent Ukraine, in the Context of Normative Theories and as an Evidence of Modernization Theory
241	863	Marmor	Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk
275	858	Belyakov	Public Service Broadcasting: An Answer to Freedom of Speech Challenges in Ukraine?
274	856	Dutsyk	Eigentumsstrukturen der Massenmedien in der Ukraine
255	853	Schoder	Die Individualisierung der Medien als betriebswirtschaftliche Aufgabe
128	850	Haucap	Warum manche Spielfilme erfolgreich sind, andere aber nicht. Einige ökonomische Überlegungen
145sc	849	Kops	公共广播电视及其经济来源分析?
288	843	Weidenhiller	Erfolgsfaktoren privatwirtschaftlicher und öffentlich-rechtlicher mobiler Content-Apps im Vergleich
3	838	Institut	Geschäftsbericht 1991
236	837	Bachmann	Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für die KEF
272	834	Denk	Ways to Collect the Broadcasting License Fee – An International Overview
169	822	Schneider	Profile des (Zu-)Schauens im 20. Jahrhundert. Spectator – Viewer – User
103	816	Hoffmann	Verteilung der Rundfunkgebühren zwischen den ARD-Anstalten



136	802	Enderle	Die Vermarktung der Senderechte professioneller Sportligen. Strategische und wettbewerbspolitische Implikationen aus Sicht der Fernsehsender
168c	797	Zhenzhi	进入WTO与中国的电视规制
141	788	Hoff	Aktuelle und zukünftige rundfunktechnische Entwicklungen
55	781	Mattke	Die Abgrenzung von Rundfunkangeboten mit Hilfe d. ökonomischen Clubgütertheorie: das Beispiel des multilingualen Südafrika
114	772	Scheuch	Eine Bewertung des Marktanteilsmodells aus kommunikationswissenschaftl. Sicht
125	763	Wolf	Zentrale Vermarktung oder Einzelvermarktung von Mannschaftssport im Fernsehen? Die Sicht des deutschen und europäischen Kartellrechts
149	763	Lauff	Neue Inhalte und Nutzungsformen als Folgen technischer Konvergenz
119	762	Kops	Nationale Konzentrationsschranken für Fernsehveranstalter bei zunehmender Globalisierung der Medienwirtschaft
246	760	Metze-Mangold	Das UNESCO-Übereinkommen zur kulturellen Vielfalt: Die Magna Charta der internationalen Kulturpolitik und ihre Umsetzung in Europa
237	759	Stadelmaier	Die Konsequenzen aus dem 9. Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes für die Länder
82	756	Kops	Regelungsinhalte und Gestaltungsprinzipien von Finanzverfassungen
151	755	Bullinger	Deregulierung des Rundfunks als Folge technischer Konvergenz? Die rechtswissenschaftliche Sicht
245	755	Keller	Digital Media Content Provision without Copy Protection as an Alternative Business Model
271	748	Veyer	Benchmarking for Broadcasting Fee Collection Agencies. Possibilities and Problems
102	734	Mustapa	Public Service Broadcasting in the Asia-Pacific Region – What Lies Ahead
257	721	Wiedemann	Wie die Anstalten die Entscheidungen ihrer Gremien zum Dreistufentest vorbereiten und begleiten sollten
91	698	Hansmeyer/ Kops	Rundfunkprogramme als Klubgüter
123	696	Kops	Diversifizierte Verfahren zur Bereitstellung von Informationsgütern
284	690	Schellhaaß/ Fritsch	Das Internetfernsehen – neue Chancen für die entgeltliche Vermarktung von Schwellensportarten?
282	688	Brocker	Die Beaufsichtigung Internet-basierter Medien durch die Landesmedienanstalten: regional, national, international
93	684	Rüter	Föderalismus als Organisationsprinzip des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland
97	668	Metze-Mangold	Die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Sicht der UNESCO
135	604	Holtforth	Öffentlicher Rundfunk im digitalen Zeitalter
17	593	Marmor	Kooperation zwischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
161	592	Grätz	Gremien in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Entscheidungsträger oder Erfüllungsgehilfen?
139	585	Schellhaaß	Vermarktungsrechte im Sport. Einige ökonomische Anmerkungen zu juristischen Gutachten
1	569	Grätz	Zur Zahl und Abgrenzung von ARD-Rundfunkanstalten
121	546	Kops	Financing and Sustaining Political Will to Support Public Service Broadcasting
231e	545	Kops/ Khabyuk	A Methodology for the Graphical Exposition of Broadcasting Systems
239	543	Wiedemann	Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus Sicht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks



90	533	Schellhaaß	Ist die Rundfunkgebühr eine unzulässige Beihilfe? Eine ökonomische Analyse
20	516	Kops	Eine ökonomische Herleitung der Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
189c	509	Zhenzhi	WTO,媒介“产业化”与中国电视
283	502	Kops	Marktliche Auswirkungen als ungeeigneter Indikator des publizistischen Nutzens öffentlich-rechtlicher Telemedien-Angebote
19	490	Kops	Möglichkeiten und Probleme einer Indexierung der Rundfunkgebühr
137	471	Enderle	La commercialisation de droits de retransmission télévisée dans le sport de ligue professionnel. Aspects économique-sportifs et stratégique-concurrentiels
81	459	Schulz	Regulierung von Medien- und Telediensten, Stichworte zur aktuellen Diskussion über die Regulierung von computervermittelter Kommunikation in Deutschland
148	458	Dörr	Möglichkeiten und Grenzen supranationaler Deregulierung von Rundfunkveranstaltern
235	458	Antoniadis	Die Konsequenzen der Beilegung des Rechtsstreits mit der Europäischen Kommission aus Sicht der Europäischen Kommission
31	450	Kops	Ökonomische Beurteilung einer Strukturreform des öffentlich-rechtl. Rundfunks
211c	447	Kops	媒介市场的全球化？代价和收益，受益者和受损者
80	443	Danilenko	Künftige Vertriebswege für multimediale Inhalte im Online-Zeitalter
68	429	Institut	Kurzfassung: Möglichkeiten und Grenzen von Kennziffern zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten
26	424	Kresse	Öffentlich-rechtliche Werbefinanzierung und Grenzen der Grundversorgung im dualen Rundfunkssystem
84	424	Hartstein	Die Gesetzgebungszuständigkeiten für die neuen Medien im Spannungsverhältnis zwischen Nationalstaaten und Europäischer Union
85	421	Holtforth	Zwischen Pressefreiheit und Propaganda
96	420	Michel	Rechtliche und ökonomische Fragen der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Lichte des Europäischen Rechts - Kurzstatement aus der Sicht der öffentlich-rechtl. Rundfunkanstalten
59	415	Sauer	Der Stellenwert lokaler Hörfunk- und Fernsehangebote aus Sicht der werbetreibenden Wirtschaft
11	392	Grätz	Die Vertretung gesellschaftlicher Gruppen in den Rundfunkräten und ihre Entscheidungs- und Kontrollaufgaben
76	391	Grätz/ Bohnsack	Die Regionalberichterstattung als wichtiger Bestandteil des WDR Fernsehens
111	387	Walter	Der Erwerb von Sportsenderechten unter besonderer Berücksichtigung der ökonomischen Reputationstheorie
152	384	Ring	Möglichkeiten und Grenznationalstaatlicher Deregulierung von Rundfunkveranstaltern
134	376	Kruse	Informationsfreiheit versus wirtschaftliche Verwertungsinteressen aus ökonomischer Sicht
34	364	Elitz	Chancen und Probleme einer Fusionierung von Rundfunkanstalten - das Beispiel DeutschlandRadio
129	361	Conrad	Rundfunkfreiheit, Geld und Politik - 25 Jahre KEF
105	332	Simon	Die Finanzierung des öffentlich-rechtl. Rundfunks und die EG-Wettbewerbspolitik
109	303	Schellhaaß	Die zentrale Vermarktung von Europa-Pokalspielen – Ausbeutung von Marktmacht oder Sicherung des sportlichen Wettbewerbs?
32	286	Groth/ Pagenstedt	Neue Formen d. Finanzierung für private Fernsehanbieter



250u	257	Kopс	Дуальна система телерадіомовлення Німеччини: історія становлення, сучасна побудова та очікувані зміни
133	253	Selmer	Kurzberichterstattung und Schutzlisten für Sportübertragungen aus juristischer Sicht
4	244	Heimlich	Begründung und Ausgestaltung des nationalen Rundfunks
87	224	Kleine-Erfkamp	Die Rolle der Marktakteure bei der Entwicklung d. digitalen Fernsehens in Deutschland
227u	197	Хаб'юк	Передумови впровадження суспільно-правового мовлення в Україні
53	184	Rütten	Strategische Überlegungen der Anteilseigner lokaler Hörfunk- u. Fernsehprogramme
36	170	Struve	Notwendigkeit und Möglichkeiten einer Verbesserung der Organisationsstruktur der ARD
40	149	Institut	Das Studium der Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln
18	144	Conrad	Die bisherige Praxis der Bemessung der Rundfunkgebühren
41	143	Kops	Perspektiven einer rundfunkspezifischen Theorie des Finanzausgleichs
46	137	Grätz	Zur regionalen Abgrenzung der Landesrundfunkanstalten in Deutschland
250r	131	Kopс	Дуальная система телерадиовещания Германии: история становления, современное построение и ожидаемые изменения
119r	123	Kopс	Национальные барьеры концентрации для телевизионных организаторов при возрастающей глобализации экономики средств массовой информации
92	113	Elitz	Nationale Programme - regionale Programme. Komplementäre Angebote in Deutschland
99	94	Stöpfunghoff	Mögliche Veränderungen der Führungsstrukturen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk
45	74	Klimmt	Brauchen wir ARD und ZDF? Positionen der SPD zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
52	73	Groth	Zielsetzungen privater Fernsehanbieter
117	66	Schneider/Schössler	Neuere Anforderungen an die Personalarbeit privater Fernsehveranstalter
23	46	Seidel	Eine ökonomische Beurteilung des Verfassungsgerichtsurteils zur Gebührenbemessung
71	46	Schusser	Der Streit um die Einführung des digitalen Fernsehens aus spieltheoretischer Sicht
37	43	Grätz	Die Willensbildung in der ARD – eine kritische Darstellung
42	42	Hieronymi	Brauchen wir ARD und ZDF? Positionen der CDU zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
79	34	Honal	Programmgestaltung in der ARD: Intuition oder regelgebundene Absatzplanung?
47	22	Fünfgeld	Ein Zwischenruf zur Neuordnungsdiskussion im Südwesten

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 978-3-938933-98-5