

Matthias Schumann
Thomas Hess

Grundfragen der Medienwirtschaft

Eine betriebswirtschaftliche
Einführung

Zweite, verbesserte und erweiterte Auflage

Mit 115 Abbildungen



Springer

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| 1 Grundlagen | 1 |
| 1.1 Beispiele für betriebswirtschaftliche Fragestellungen in Medienunternehmen..... | 1 |
| 1.2 Wirtschaften in einer Marktwirtschaft..... | 2 |
| 1.3 Medienunternehmen..... | 6 |
| 1.3.1 Massenmedien..... | 6 |
| 1.3.2 Typen von Medienunternehmen..... | 9 |
| 1.3.3 Medienunternehmen als Betrachtungsgegenstand der Betriebswirtschaftslehre..... | 12 |
| 1.4 Rahmenentscheidungen in Medienunternehmen..... | 14 |
| 1.4.1 Wahl der Rechtsform..... | 14 |
| 1.4.1.1 Privatrechtliche Rechtsformen..... | 14 |
| 1.4.1.2 Öffentlich-rechtliche Rechtsformen..... | 17 |
| 1.4.2 Festlegen der Unternehmensziele..... | 17 |
| 1.5 Aufbau des Lehrbuchs..... | 19 |
| 1.6 Aufgaben zu Kapitel 1..... | 21 |
| 2 Die produktorientierte Perspektive | 22 |
| 2.1 Medienmärkte..... | 22 |
| 2.1.1 Grundlegende Spezifika von Medienmärkten..... | 22 |
| 2.1.2 Struktur deutscher Medienmärkte..... | 28 |
| 2.1.3 Regulierung deutscher Medienmärkte..... | 33 |
| 2.1.4 Vorgehen bei einer Marktanalyse..... | 34 |
| 2.2 Absatz in Medienunternehmen..... | 38 |
| 2.2.1 Produktnutzen als Ausgangspunkt..... | 38 |
| 2.2.2 Positionieren eines Produkts..... | 45 |
| 2.2.2.1 Zielgruppe..... | 46 |
| 2.2.2.2 Produkteigenschaften..... | 48 |
| 2.2.3 Festlegen der Konditionen für ein Produkt..... | 49 |
| 2.2.3.1 Erlösquellen..... | 50 |
| 2.2.3.2 Klassische Ansätze zur Preisfestlegung..... | 51 |
| 2.2.3.3 Neuere Ansätze zur Preisfestlegung..... | 55 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 2.2.4 | Sonstige Instrumente zur Unterstützung der Vermarktung ... | 60 |
| 2.2.4.1 | Aufbau einer Marke..... | 60 |
| 2.2.4.2 | Aufbau einer langfristigen Geschäftsbeziehung..... | 62 |
| 2.2.4.3 | Kommunikation mit potenziellen Abnehmern..... | 62 |
| 2.3 | Produktion in Medienunternehmen..... | 63 |
| 2.3.1 | Produktion und Produktionsfaktoren..... | 63 |
| 2.3.2 | Produktions- und Kostenfunktionen..... | 66 |
| 2.3.3 | Aufbau eines Lagers..... | 70 |
| 2.4 | Abstimmung zwischen Absatz und Produktion..... | 74 |
| 2.4.1 | Mehrfachverwertung von Inhalten..... | 74 |
| 2.4.2 | Anzeigen-Auflagen-Spirale..... | 78 |
| 2.5 | Aufgaben zu Kapitel 2..... | 80 |
| 3 | Die ressourcenorientierte Perspektive..... | 82 |
| 3.1 | Die Ressource „Personal“ in Medienunternehmen..... | 82 |
| 3.1.1 | Verhaltensorientierte Grundlagen..... | 82 |
| 3.1.1.1 | Menschenbilder..... | 82 |
| 3.1.1.2 | Motivationstheorien..... | 84 |
| 3.1.1.3 | Ökonomische Theorie..... | 86 |
| 3.1.2 | Der personalwirtschaftliche Lebenszyklus..... | 87 |
| 3.1.2.1 | Personalbedarfsermittlung..... | 87 |
| 3.1.2.2 | Personalgewinnung..... | 89 |
| 3.1.2.3 | Personaleinsatz..... | 92 |
| 3.1.2.4 | Personalentwicklung..... | 95 |
| 3.1.2.5 | Personalfreisetzung..... | 97 |
| 3.1.3 | Arbeitsrechtliche Aspekte..... | 98 |
| 3.1.3.1 | Individualarbeitsrecht..... | 98 |
| 3.1.3.2 | Kollektivarbeitsrecht..... | 99 |
| 3.2 | Die Ressource „Anwendungssystem“ in Medienunternehmen ... | 101 |
| 3.2.1 | Technische Grundlagen für Anwendungssysteme..... | 101 |
| 3.2.1.1 | Hardware..... | 102 |
| 3.2.1.2 | Software..... | 107 |
| 3.2.1.3 | Rechnernetze..... | 112 |
| 3.2.2 | Anwendungssysteme in Medienunternehmen..... | 115 |
| 3.2.2.1 | Anwendungssysteme für wertschöpfende Prozesse..... | 115 |
| 3.2.2.2 | Anwendungssysteme für unterstützende Prozesse..... | 122 |

| | |
|---|------------|
| 3.2.2.3 Das Integrationsproblem in zwei Varianten..... | 124 |
| 3.2.3 Entwicklung und Einführung von Anwendungssystemen.... | 127 |
| 3.2.3.1 Phasenorientierte Entwicklung von Individualsoftware | 128 |
| 3.2.3.2 Prototyping..... | 132 |
| 3.2.3.3 Einführung betriebswirtschaftlicher Standardsoftware. | 135 |
| 3.3 Aufgaben zu Kapitel 3..... | 142 |
| 4 Die kaufmännische Perspektive..... | 144 |
| 4.1 Rechnungswesen in Medienunternehmen..... | 144 |
| 4.1.1 Aufbau und Systematik des Rechnungswesens..... | 144 |
| • 4.1.2 Externes Rechnungswesen..... | 145 |
| . 4.1.2.1 Buchführung..... | 145 |
| • 4.1.2.2 Jahresabschluss..... | 155 |
| • 4.1.2.3 Bilanzanalyse..... | 162 |
| . 4.1.3 Internes Rechnungswesen..... | 164 |
| . 4.1.3.1 Aufbau der Kostenrechnung..... | 164 |
| . 4.1.3.2 Kostenartenrechnung..... | 168 |
| 4.1.3.3 Kostenstellenrechnung..... | 172 |
| 4.1.3.4 Kostenträgerrechnung..... | 177 |
| 4.2 Finanzwirtschaft in Medienunternehmen..... | 184 |
| 4.2.1 Grundfragen der Finanzwirtschaft..... | 184 |
| 4.2.2 Finanzierungsformen..... | 185 |
| 4.2.2.1 Finanzierungsformen im Überblick..... | 185 |
| 4.2.2.2 Einlagen-/Beteiligungsfinanzierung..... | 187 |
| 4.2.2.3 Kreditaufnahme..... | 191 |
| 4.2.2.4 Selbstfinanzierung..... | 194 |
| 4.2.3 Investitionsrechnung..... | 195 |
| 4.2.3.1 Statische Verfahren..... | 196 |
| 4.2.3.2 Dynamische Verfahren..... | 200 |
| 4.3 Wertorientierung in Medienunternehmen..... | 204 |
| 4.3.1 Idee der Wertorientierung..... | 204 |
| 4.3.2 Discounted Cash Flow-Methode und Economic Value Added-Konzept..... | 205 |
| 4.4 Aufgaben zu Kapitel 4..... | 207 |
| 5 Die managementorientierte Perspektive..... | 210 |
| 5.1 Hauptfunktionen des Management..... | 210 |

| | |
|--|-----|
| 5.1.1 Begriff und Merkmale des Management..... | 210 |
| 5.1.2 Prozessuale Dimension..... | 212 |
| 5.1.3 Strukturelle Dimension..... | 216 |
| 5.1.4 Personelle Dimension..... | 219 |
| 5.2 Ausgewählte Elemente von Managementsystemen in Medienunternehmen..... | 223 |
| 5.2.1 Planungs- und Kontrollsysteme..... | 224 |
| 5.2.1.1 Strategische Ebene..... | 225 |
| 5.2.1.2 Operative Ebene..... | 232 |
| 5.2.2 Organisationssysteme..... | 237 |
| 5.2.2.1 Innerbetriebliche Perspektive..... | 237 |
| 5.2.2.2 Zwischenbetriebliche Perspektive..... | 241 |
| 5.3 Aufgaben zu Kapitel 5..... | 247 |
| | |
| Fallbeispiel KrossOver Verlag..... | 249 |
| Abkürzungsverzeichnis..... | 256 |
| Literaturverzeichnis..... | 259 |
| Stichwortverzeichnis..... | 266 |