

Anwendungsaufgaben/-fälle Multimedialwirtschaft

Aufgabe 1

Erklären Sie kurz, welche Stellung das Medienmanagement in der Betriebswirtschaftslehre einnimmt!

Aufgabe 2

Was ist unter einem „Leistungssystem“ zu verstehen? Beschreiben Sie die einzelnen Aspekte des Leistungssystems von Medienunternehmen!

Aufgabe 3

Der Musikverlag „EMO“ hat eine neue Single des international bekannten Hip-Hop-Künstlers „Sniff Cat“ produziert. Der Verlag möchte den erfolversprechenden Song über drei verschiedene Produktlinien vermarkten. So können Konsumenten entweder die klassische Single, eine Maxi Single oder die digitale Version als MP3 erwerben. Der Verkaufspreis der Single beträgt 5,49 €, während die Maxi Single 8,49 € kosten soll. Der Grund für den höheren Preis gegenüber der klassischen Single liegt in exklusiven Bonusmaterial und einem hochwertigen Booklet mit Künstlerinformationen. Der Preis der MP-3 Version des Songs beträgt 0,99 €.

Die „EMO“ prognostiziert für die klassische Single einen Absatz von 135.000 Einheiten für die kommende Planungsperiode. Von der Maxi Single sollen dagegen 115.000 Stück abgesetzt werden. Außerdem geht die „EMO“ davon aus, dass insgesamt 650.000 MP3s heruntergeladen werden.

	Verkaufsprognose	Preis/Stück	Fixkosten	variable Kosten
Single	135.000 Stück	5,49 €	324.500 €	0,55 €
Maxi Single	115.000 Stück	8,49 €	358.750 €	0,75 €
MP3	650.000 Stück	0,99 €	209.250 €	0,02 €

Errechnen Sie den Umsatz und den Deckungsbeitrag dieser drei Produktionslinien und interpretieren Sie die Ergebnisse!

Aufgabe 4

Wodurch ist die Auflagen-Anzeigen-Spirale charakterisiert?

Aufgabe 5

Welche einzelnen Schritte sind im Produktionsprozess von redaktionellen Beiträgen zu berücksichtigen?

Aufgabe 6

Ein Hersteller von Sportartikeln plant, durch Werbung in speziellen Fachzeitschriften verstärkt Aufmerksamkeit bei seinen Zielgruppen zu erlangen. Der Vorstand hat hierfür ein jährliches Werbebudget von 55.000 € freigegeben. Nach einer ersten Analyse erscheinen vier verschiedene, bei der Zielgruppe des Unternehmens beliebte Fachzeitschriften zur Ansprache des spezifischen Kundensegments erfolgversprechend. Welcher Umfang ist bei der Belegung der Fachzeitschriften sinnvoll bzw. wie kann die Kontaktzahl maximiert werden?

Berechnen Sie folgende Größen:

- Tausend-Kontakte-Preise pro Zeitschrift
- Streuplanung für die einzelnen Zeitschriften (Aufteilung des Jahreswerbebudgets, so dass möglichst viele Leser mit der Werbung erreicht werden)
- Bruttoreichweite der Werbebotschaft (Summe aller Kontakte mit der Werbebotschaft)

Fachzeitschrift	Leser	Kosten/Ausgabe	Ausgaben/Jahr
1. Der Sportler	66.000	6.850 €	12
2. Der Langläufer	52.000	4.600 €	4
3. Der Jogger	40.500	3.825 €	6
4. Bolzer-Sportmagazin	57.250	5.830 €	6