

Bauhaus-Universität Weimar  
Fakultät Medien  
Professur Medienökonomie  
Vertretungsprofessor PD Dr. Björn A. Kuchinke

## **Klausur zur Vorlesung „Einführung in die Medienökonomie“**

Sommersemester 2013

17. Juli 2013, 11:00 Uhr

### **Hinweise:**

1. Die Bearbeitungszeit beträgt 60 Minuten. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 60.
2. Bitte bearbeiten Sie alle Aufgaben!
3. Es sind keine Hilfsmittel (Skripten, Vorlesungsunterlagen, Taschenrechner usw.) erlaubt!
4. Bitte jedes Blatt mit Namen versehen!
5. Bitte Korrekturrand frei lassen!
6. Rückseiten können beschrieben werden!

**Name, Vorname:**

**Matrikel-Nummer:**

**Studiengang:**

<b>Aufgabe</b>	<b>1a</b>	<b>1b</b>	<b>1c</b>	<b>1d</b>	<b>2a</b>	<b>2b</b>	<b>2c</b>	<b>3a</b>	<b>3b</b>	<b>3c</b>	<b>3d</b>
<b>Max. Pkt. (60)</b>	2	6	8	4	4	14	2	3	6	5	6

**Viel Erfolg!**

### **Aufgabe 1: Grundlagen (20 Punkte)**

- a) Was versteht man unter dem „First-Copy-Cost-Effekt“? **(2 Punkte)**
- b) Erläutern Sie grafisch und verbal den Begriff der „Dichtevorteile“. Gehen Sie hierbei beispielhaft auf die Briefzustellung ein, bei der Dichtevorteile eine wichtige Rolle spielen und erläutern Sie kurz, welche Probleme sich hieraus ergeben können. **(6 Punkte)**
- c) Stellen Sie grafisch und verbal die Situation eines natürlichen Monopols dar. Machen Sie hierbei auch klar, was das Problem einer solchen natürlichen Monopolstellung ist. **(8 Punkte)**
- d) Welche beiden Effekte hat Werbung? Benennen und definieren Sie diese kurz. **(4 Punkte)**

### **Aufgabe 2: Zweiseitige Märkte (20 Punkte)**

Nehmen Sie an Sie betrachten einen monopolistischen Zeitungsmarkt. Die Nachfrage der Leser nach Copies beträgt:  $p_c = 1 - q_c - 0,2q_a$  und die Nachfrage der Werbekunden nach Anzeigen beträgt:  $p_a = 1 - q_a + 0,6q_c$ . Die Kosten sollen hierbei vernachlässigt werden.

- a) Interpretieren Sie die Netzeffekte in den obigen Nachfragefunktionen. **(4 Punkte)**
- b) Ermitteln Sie die Zahl der verkauften Copies und die Zahl der verkauften Anzeigen sowie die Preise für Leser und Werbekunden. **(14 Punkte)**
- c) Berechnen Sie den Gewinn des Zeitungsmonopolisten. **(2 Punkte)**

### **Aufgabe 3: Steiner-Modell (20 Punkte)**

Nehmen Sie an, es gibt auf einem TV-Markt 1500 Zuschauer. 800 Zuschauer präferieren die Quiz-Show, 400 Zuschauer bevorzugen die Tierdokumentation und 300 Zuschauer wollen das Poker-Spiel sehen.

- a) Nennen Sie die Annahmen des Steiner-Modells. **(3 Punkte)**
- b) Welche Programmstruktur würde aus den oben angenommenen Vorgaben resultieren, wenn es 3 Sender und 3 Sendeplätze (ein Sender, ein Sendeplatz) gibt. Erläutern Sie Ihr Ergebnis! **(6 Punkte)**
- c) Vergleichen und interpretieren Sie ihr Ergebnis aus c) mit dem Ergebnis, wenn ein Monopolist den Markt bedient. Begründen Sie Ihr Ergebnis! **(5 Punkte)**
- d) Welches zentrale (allgemeine) Ergebnis liefert das Steiner-Modell hinsichtlich von Programmviefalt und Marktkonzentration? Diskutieren Sie die Grenzen des Modells bzw. des Ergebnisses. **(6 Punkte)**

Bauhaus-Universität Weimar  
Fakultät Medien  
Professur Medienökonomie  
Vertretungsprofessor PD Dr. Björn A. Kuchinke

## **Klausur zur Vorlesung „Einführung in die Medienökonomie“**

Sommersemester 2013

17. September 2013, 10:00 Uhr

### **Hinweise:**

1. Die Bearbeitungszeit beträgt 60 Minuten. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 60.
2. Bitte bearbeiten Sie alle Aufgaben!
3. Als Hilfsmittel ist ein Taschenrechner (nicht programmierbar) erlaubt!
4. Bitte jedes Blatt mit Namen versehen!
5. Bitte Korrekturrand frei lassen!
6. Rückseiten können beschrieben werden!

**Name, Vorname:**

**Matrikel-Nummer:**

**Studiengang:**

Aufgabe	1a	1b	1c	1d	2a	2b	2c	3a	3b	3c	3d
Max. Pkt. (60)	2	6	8	4	4	14	2	3	6	5	6

**Viel Erfolg!**

### **Aufgabe 1: Grundlagen (20 Punkte)**

- a) Definieren Sie den Begriff „Verbundvorteile“. **(2 Punkte)**
- b) Definieren Sie den Begriff der „Markteintrittsbarriere“ nach BAIN und erläutern Sie kurz zwei Markteintrittsbarrieren die BAIN unterscheidet. **(6 Punkte)**
- c) Erläutern Sie grafisch und verbal den Begriff der „Größenvorteile“. Gehen Sie hierbei auch auf Ursachen von Größenvorteilen ein und geben Sie ein kurzes Beispiel, wo im Mediensektor Größenvorteile relevant sind. **(8 Punkte)**
- d) Grenzen Sie kurz (verbal) Lern- und Erfahrungskurve voneinander ab. **(4 Punkte)**

### **Aufgabe 2: Zweiseitige Märkte (20 Punkte)**

Sie betrachten einen monopolistischen Zeitungsmarkt. Die Nachfrage der Leser nach Copies beträgt:  $p_c = 1 - q_c - 0,5q_a$  und die Nachfrage der Werbekunden nach Anzeigen beträgt:  $p_a = 1 - q_a + 0,5q_c$ . Die Kosten sollen hierbei vernachlässigt werden.

- a) Interpretieren Sie die Netzeffekte in den obigen Nachfragefunktionen. **(4 Punkte)**
- b) Ermitteln Sie die Zahl der verkauften Copies und die Zahl der verkauften Anzeigen sowie die Preise für Leser und Werbekunden. **(14 Punkte)**
- c) Berechnen Sie den Gewinn des Zeitungsmonopolisten. **(2 Punkte)**

### **Aufgabe 3: Steiner-Modell (20 Punkte)**

Nehmen Sie an, es gibt auf einem TV-Markt 15.000 Zuschauer. 8.000 Zuschauer präferieren die Quiz-Show, 4.000 Zuschauer bevorzugen die Tierdokumentation und 3.000 Zuschauer wollen das Poker-Spiel sehen.

- a) Nennen Sie die Annahmen des Steiner-Modells. **(3 Punkte)**
- b) Welche Programmstruktur würde aus den oben angenommenen Vorgaben resultieren, wenn es 3 Sender und 3 Sendeplätze (ein Sender, ein Sendeplatz) gibt. Erläutern Sie Ihr Ergebnis! **(6 Punkte)**
- c) Vergleichen und interpretieren Sie ihr Ergebnis aus c) mit dem Ergebnis, wenn ein Monopolist den Markt bedient. Begründen Sie Ihr Ergebnis! **(5 Punkte)**
- d) Welches zentrale (allgemeine) Ergebnis liefert das Steiner-Modell hinsichtlich von Programmviefalt und Marktkonzentration? Diskutieren Sie die Grenzen des Modells bzw. des Ergebnisses. **(6 Punkte)**

Bauhaus-Universität Weimar  
Fakultät Medien  
Professur Medienökonomik  
Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

## **Klausur zur Vorlesung „Einführung in die Medienökonomie“**

Wintersemester 2013/2014

18. Februar 2014, 10:00 Uhr

### **Hinweise:**

1. Die Bearbeitungszeit beträgt 60 Minuten. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 60.
2. Bitte bearbeiten Sie alle Aufgaben!
3. Als Hilfsmittel ist ein Taschenrechner (nicht programmierbar) erlaubt!
4. Bitte jedes Blatt mit Namen versehen!
5. Bitte Korrekturrand frei lassen!
6. Rückseiten können beschrieben werden!

**Name, Vorname:**

**Matrikel-Nummer:**

**Studiengang:**

Aufgabe	1a	1b	1c	1d	2a	2b	2c	3a	3b	3c	3d
<b>Max. Pkt. (60)</b>	2	6	8	4	4	14	2	3	6	5	6

**Viel Erfolg!**

### **Aufgabe 1: Grundlagen (20 Punkte)**

- a) Definieren Sie den Begriff „Verbundvorteile“. **(2 Punkte)**
- b) Definieren Sie den Begriff der „Markteintrittsbarriere“ nach BAIN und erläutern Sie kurz zwei Markteintrittsbarrieren die BAIN unterscheidet. **(6 Punkte)**
- c) Erläutern Sie grafisch und verbal den Begriff der „Größenvorteile“. Gehen Sie hierbei auch auf Ursachen von Größenvorteilen ein und geben Sie ein kurzes Beispiel, wo im Mediensektor Größenvorteile relevant sind. **(8 Punkte)**
- d) Grenzen Sie kurz (verbal) Lern- und Erfahrungskurve voneinander ab. **(4 Punkte)**

### **Aufgabe 2: Zweiseitige Märkte (20 Punkte)**

Sie betrachten einen monopolistischen Zeitungsmarkt. Die Nachfrage der Leser nach Copies beträgt:  $p_c = 1 - q_c + 0,2q_a$  und die Nachfrage der Werbekunden nach Anzeigen beträgt:  $p_a = 1 - q_a - 0,6q_c$ . Die Kosten sollen hierbei vernachlässigt werden.

- a) Interpretieren Sie die Netzeffekte in den obigen Nachfragefunktionen. **(4 Punkte)**
- b) Ermitteln Sie die Zahl der verkauften Copies und die Zahl der verkauften Anzeigen sowie die Preise für Leser und Werbekunden. **(14 Punkte)**
- c) Berechnen Sie den Gewinn des Zeitungsmonopolisten. **(2 Punkte)**

### **Aufgabe 3: Steiner-Modell (20 Punkte)**

Nehmen Sie an, es gibt auf einem TV-Markt 150.000 Zuschauer. 80.000 Zuschauer präferieren die Quiz-Show, 40.000 Zuschauer bevorzugen die Tierdokumentation und 30.000 Zuschauer wollen das Poker-Spiel sehen.

- a) Nennen Sie die Annahmen des Steiner-Modells. **(3 Punkte)**
- b) Welche Programmstruktur würde aus den oben angenommenen Vorgaben resultieren, wenn es 3 Sender und 3 Sendeplätze (ein Sender, ein Sendeplatz) gibt. Erläutern Sie Ihr Ergebnis! **(6 Punkte)**
- c) Vergleichen und interpretieren Sie ihr Ergebnis aus c) mit dem Ergebnis, wenn ein Monopolist den Markt bedient. Begründen Sie Ihr Ergebnis! **(5 Punkte)**
- d) Welches zentrale (allgemeine) Ergebnis liefert das Steiner-Modell hinsichtlich von Programmviefalt und Marktkonzentration? Diskutieren Sie die Grenzen des Modells bzw. des Ergebnisses. **(6 Punkte)**

Bauhaus-Universität Weimar  
Fakultät Medien  
Professur Medienökonomik  
Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

## **Klausur zur Vorlesung „Einführung in die Medienökonomie“**

Wintersemester 2013/2014

26. März 2014, 11:00 Uhr

### **Hinweise:**

1. Die Bearbeitungszeit beträgt 60 Minuten. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 60.
2. Bitte bearbeiten Sie alle Aufgaben!
3. Als Hilfsmittel ist ein Taschenrechner (nicht programmierbar) erlaubt!
4. Bitte jedes Blatt mit Namen versehen!
5. Bitte Korrekturrand frei lassen!
6. Rückseiten können beschrieben werden!

**Name, Vorname:**

**Matrikel-Nummer:**

**Studiengang:**

Aufgabe	1a	1b	1c	1d	2a	2b	2c	3a	3b	3c	3d
Max. Pkt. (60)	2	6	8	4	4	14	2	3	6	5	6

**Viel Erfolg!**

### **Aufgabe 1: Grundlagen (20 Punkte)**

- a) Was versteht man unter dem „First-Copy-Cost-Effekt“? **(2 Punkte)**
- b) Erläutern Sie grafisch und verbal den Begriff der „Dichtevorteile“. Gehen Sie hierbei beispielhaft auf die Briefzustellung ein, bei der Dichtevorteile eine wichtige Rolle spielen und erläutern Sie kurz, welche Probleme sich hieraus ergeben können. **(6 Punkte)**
- c) Stellen Sie grafisch und verbal die Situation eines natürlichen Monopols dar. Machen Sie hierbei auch klar, was das Problem einer solchen natürlichen Monopolstellung ist. **(8 Punkte)**
- d) Welche beiden Effekte hat Werbung? Benennen und definieren Sie diese kurz. **(4 Punkte)**

### **Aufgabe 2: Zweiseitige Märkte (20 Punkte)**

Nehmen Sie an Sie betrachten einen monopolistischen Zeitungsmarkt. Die Nachfrage der Leser nach Copies beträgt:  $p_c = 1 - q_c - 0,2q_a$  und die Nachfrage der Werbekunden nach Anzeigen beträgt:  $p_a = 1 - q_a + 0,6q_c$ . Die Kosten sollen hierbei vernachlässigt werden.

- a) Interpretieren Sie die Netzeffekte in den obigen Nachfragefunktionen. **(4 Punkte)**
- b) Ermitteln Sie die Zahl der verkauften Copies und die Zahl der verkauften Anzeigen sowie die Preise für Leser und Werbekunden. **(14 Punkte)**
- c) Berechnen Sie den Gewinn des Zeitungsmonopolisten. **(2 Punkte)**

### **Aufgabe 3: Steiner-Modell (20 Punkte)**

Nehmen Sie an, es gibt auf einem TV-Markt 1.500 Zuschauer. 800 Zuschauer präferieren die Quiz-Show, 400 Zuschauer bevorzugen die Tierdokumentation und 300 Zuschauer wollen das Poker-Spiel sehen.

- a) Nennen Sie die Annahmen des Steiner-Modells. **(3 Punkte)**
- b) Welche Programmstruktur würde aus den oben angenommenen Vorgaben resultieren, wenn es 3 Sender und 3 Sendeplätze (ein Sender, ein Sendeplatz) gibt. Erläutern Sie Ihr Ergebnis! **(6 Punkte)**
- c) Vergleichen und interpretieren Sie Ihr Ergebnis aus b) mit dem Ergebnis, wenn ein Monopolist den Markt bedient. Begründen Sie Ihr Ergebnis! **(5 Punkte)**
- d) Welches zentrale (allgemeine) Ergebnis liefert das Steiner-Modell hinsichtlich von Programmvietfalt und Marktkonzentration? Diskutieren Sie die Grenzen des Modells bzw. des Ergebnisses. **(6 Punkte)**



## Klausur zur Vorlesung „Einführung in die Medienökonomik“

Sommersemester 2014, 17. Juli 2014, 13:00 Uhr, Gelber Saal

**Hinweise:**

1. Die Bearbeitungszeit beträgt 60 Minuten. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 60.
2. Bitte bearbeiten Sie alle Aufgaben!
3. Als Hilfsmittel ist ein Taschenrechner (nicht programmierbar) und das GWB erlaubt!
4. Bitte jedes Blatt mit Namen versehen!
5. Bitte Korrekturrand frei lassen!
6. Rückseiten können beschrieben werden!

**Name, Vorname:**

**Matrikel-Nummer:**

**Studiengang:**

Aufgab e	1a	1b	1c	1d	2a	2b	2c	3
Max. Pkt. (60)	2	6	8	4	4	14	2	20

---

**Unterschrift**

**Viel Erfolg!**

### **Aufgabe 1: Grundlagen (20 Punkte)**

- a) Worin besteht der mikroökonomische Unterschied zwischen kurz- und langfristigen Kosten? **(2 Punkte)**
- b) Zeichnen Sie den idealtypischen Verlauf der Plankostenkurve, wenn „Economies of Scale“ vorliegen und erläutern Sie diesen. Machen Sie hierbei auch deutlich wo die mindestoptimale Betriebsgröße zu finden ist und wie diese definiert ist. **(8 Punkte)**
- c) Es gibt zwei Kategorien, in die die Gründe für das Auftreten von „Economies of Scale“ eingeordnet werden. Welche sind diese und worin besteht der Unterschied? Gehen Sie anschließend konkret auf je einen Grund aus einer dieser Kategorien ein und erläutern Sie diese kurz. **(6 Punkte)**
- d) Welche Faktoren kennen Sie, die „Economies of Scale“ relativieren? Gehen Sie auf zwei Faktoren kurz ein. **(4 Punkte)**

### **Aufgabe 2: Zweiseitige Märkte (20 Punkte)**

Nehmen Sie an Sie betrachten einen monopolistischen Zeitungsmarkt. Die Nachfrage der Leser nach Copies beträgt:  $p_c = 1 - q_c - 0,2q_a$  und die Nachfrage der Werbekunden nach Anzeigen beträgt:  $p_a = 1 - q_a + 0,8q_c$ . Die Kosten sollen hierbei vernachlässigt werden.

- a) Interpretieren Sie die Netzeffekte in den obigen Nachfragefunktionen. **(4 Punkte)**
- b) Ermitteln Sie die Zahl der verkauften Copies und die Zahl der verkauften Anzeigen sowie die Preise für Leser und Werbekunden. **(14 Punkte)**
- c) Berechnen Sie den Gewinn des Zeitungsmonopolisten. **(2 Punkte)**

### **Aufgabe 3: Steiner-Modell (20 Punkte)**

Nehmen Sie an, es gibt auf einem TV-Markt 15.000 Zuschauer. 8.000 Zuschauer präferieren die Quiz-Show, 4.000 Zuschauer bevorzugen die Tierdokumentation und 3.000 Zuschauer wollen das Poker-Spiel sehen.

- a) Nennen Sie die Annahmen des Steiner-Modells. **(3 Punkte)**
- b) Welche Programmstruktur würde aus den oben angenommenen Vorgaben resultieren, wenn es 3 Sender und 3 Sendeplätze (ein Sender, ein Sendeplatz) gibt. Erläutern Sie Ihr Ergebnis! **(6 Punkte)**
- c) Vergleichen und interpretieren Sie ihr Ergebnis aus c) mit dem Ergebnis, wenn ein Monopolist den Markt bedient. Begründen Sie Ihr Ergebnis! **(5 Punkte)**
- d) Welches zentrale (allgemeine) Ergebnis liefert das Steiner-Modell hinsichtlich von Programmviefalt und Marktkonzentration? Diskutieren Sie die Grenzen des Modells bzw. des Ergebnisses. **(6 Punkte)**

## Klausur zur Vorlesung „Einführung in die Medienökonomik“

Wintersemester 2014/2015, 19. Februar 2015, 14:00 Uhr, Gelber Saal

**Hinweise:**

1. Die Bearbeitungszeit beträgt 60 Minuten. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 60.
2. Bitte bearbeiten Sie alle Aufgaben!
3. Als Hilfsmittel ist ein Taschenrechner (nicht programmierbar) und das GWB erlaubt!
4. Bitte jedes Blatt mit Namen versehen!
5. Bitte Korrekturrand frei lassen!
6. Rückseiten können beschrieben werden!

**Name, Vorname:**

**Matrikel-Nummer:**

**Studiengang:**

Aufgabe	1a	1b	1c	1d	2a	2b	2c	3a	3b	3c	3d
Max. Pkt. (60)	2	6	8	4	4	14	2	3	6	5	6

---

**Aufgabe 1: Grundlagen (20 Punkte)**

- a) Was versteht man unter dem „First-Copy-Cost-Effekt“? **(2 Punkte)**
- b) Erläutern Sie grafisch und verbal den Begriff der „Dichtevorteile“. Gehen Sie hierbei beispielhaft auf die Briefzustellung ein, bei der Dichtevorteile eine wichtige Rolle spielen und erläutern Sie kurz, welche Probleme sich hieraus ergeben können. **(6 Punkte)**
- c) Stellen Sie grafisch und verbal die Situation eines natürlichen Monopols dar. Machen Sie hierbei auch klar, was das Problem einer solchen natürlichen Monopolstellung ist. **(8 Punkte)**
- d) Welche beiden Effekte hat Werbung? Benennen und definieren Sie diese kurz. **(4 Punkte)**

**Aufgabe 2: Zweiseitige Märkte (20 Punkte)**

Nehmen Sie an Sie betrachten einen monopolistischen Zeitungsmarkt. Die Nachfrage der Leser nach Copies beträgt:  $p_c = 1 - q_c - 0,2q_a$  und die Nachfrage der Werbekunden nach Anzeigen beträgt:  $p_a = 1 - q_a + 0,6q_c$ . Die Kosten sollen hierbei vernachlässigt werden.

- a) Interpretieren Sie die Netzeffekte in den obigen Nachfragefunktionen. **(4 Punkte)**
- b) Ermitteln Sie die Zahl der verkauften Copies und die Zahl der verkauften Anzeigen sowie die Preise für Leser und Werbekunden. **(14 Punkte)**
- c) Berechnen Sie den Gewinn des Zeitungsmonopolisten. **(2 Punkte)**

**Aufgabe 3: Steiner-Modell (20 Punkte)**

Nehmen Sie an, es gibt auf einem TV-Markt 1500 Zuschauer. 800 Zuschauer präferieren die Quiz-Show, 400 Zuschauer bevorzugen die Tierdokumentation und 300 Zuschauer wollen das Poker-Spiel sehen.

- a) Nennen Sie die Annahmen des Steiner-Modells. **(3 Punkte)**
- b) Welche Programmstruktur würde aus den oben angenommenen Vorgaben resultieren, wenn es 3 Sender und 3 Sendeplätze (ein Sender, ein Sendeplatz) gibt. Erläutern Sie Ihr Ergebnis! **(6 Punkte)**
- c) Vergleichen und interpretieren Sie ihr Ergebnis aus c) mit dem Ergebnis, wenn ein Monopolist den Markt bedient. Begründen Sie Ihr Ergebnis! **(5 Punkte)**
- d) Welches zentrale (allgemeine) Ergebnis liefert das Steiner-Modell hinsichtlich von Programmvielfalt und Marktkonzentration? Diskutieren Sie die Grenzen des Modells bzw. des Ergebnisses. **(6 Punkte)**



Bauhaus-Universität Weimar  
Fakultät Medien  
Professur Medienökonomik  
Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

## **Klausur zur Vorlesung „Einführung in die Medienökonomik“**

Sommersemester 2015

20. Juli 2015, 11:00 Uhr, Gelber Saal

### **Hinweise:**

1. Die Bearbeitungszeit beträgt 60 Minuten. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 60.
2. Bitte bearbeiten Sie alle Aufgaben!
3. Als Hilfsmittel ist ein Taschenrechner (nicht programmierbar) erlaubt!
4. Bitte jedes Blatt mit Namen versehen!
5. Bitte Korrekturrand frei lassen!
6. Rückseiten können beschrieben werden!

**Name, Vorname:**

**Matrikel-Nummer:**

**Studiengang:**

<b>Aufgabe</b>	<b>1a</b>	<b>1b</b>	<b>1c</b>	<b>1d</b>	<b>1e</b>	<b>1f</b>	<b>1g</b>	<b>2a</b>	<b>2b</b>	<b>2c</b>	<b>2d</b>
<b>Max. Pkt. (60)</b>	2	2	8	8	8	8	4	3	6	5	6

**Viel Erfolg!**

### **Aufgabe 1: Grundlagen (40 Punkte)**

- a) Definieren Sie den Begriff „Verbundvorteile“. **(2 Punkte)**
- b) Was versteht man unter dem „First-Copy-Cost-Effekt“? **(2 Punkte)**
- c) Erläutern Sie grafisch und verbal den Begriff der „Dichtevorteile“. Gehen Sie hierbei beispielhaft auf die Briefzustellung ein, bei der Dichtevorteile eine wichtige Rolle spielen und erläutern Sie kurz, welche Probleme sich hieraus ergeben können. **(8 Punkte)**
- d) Erläutern Sie grafisch und verbal den Begriff der „Größenvorteile“. Gehen Sie hierbei auch auf Ursachen von Größenvorteilen ein und geben Sie ein kurzes Beispiel, wo im Mediensektor Größenvorteile relevant sind. **(8 Punkte)**
- e) Definieren Sie den Begriff der „Markteintrittsbarriere“ nach BAIN und erläutern Sie kurz zwei Markteintrittsbarrieren die BAIN unterscheidet. **(8 Punkte)**
- f) Stellen Sie grafisch und verbal die Situation eines natürlichen Monopols dar. Machen Sie hierbei auch klar, was das Problem einer solchen natürlichen Monopolstellung ist. **(8 Punkte)**
- g) Grenzen Sie kurz (verbal) Lern- und Erfahrungskurve voneinander ab. **(4 Punkte)**

### **Aufgabe 2: Steiner-Modell (20 Punkte)**

Nehmen Sie an, es gibt auf einem TV-Markt 1.500 Zuschauer. 800 Zuschauer präferieren die Quiz-Show, 400 Zuschauer bevorzugen die Tierdokumentation und 300 Zuschauer wollen das Poker-Spiel sehen.

- a) Nennen Sie die Annahmen des Steiner-Modells. **(3 Punkte)**
- b) Welche Programmstruktur würde aus den oben angenommenen Vorgaben resultieren, wenn es 3 Sender und 3 Sendeplätze (ein Sender, ein Sendeplatz) gibt. Erläutern Sie Ihr Ergebnis! **(6 Punkte)**
- c) Vergleichen und interpretieren Sie ihr Ergebnis aus c) mit dem Ergebnis, wenn ein Monopolist den Markt bedient. Begründen Sie Ihr Ergebnis! **(5 Punkte)**
- d) Welches zentrale (allgemeine) Ergebnis liefert das Steiner-Modell hinsichtlich von Programmvelfalt und Marktkonzentration? Diskutieren Sie die Grenzen des Modells bzw. des Ergebnisses. **(6 Punkte)**

Bauhaus-Universität Weimar  
Fakultät Medien  
Professur Medienökonomik  
Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

## Klausur zur Vorlesung „Einführung in die Medienökonomik“

Sommersemester 2016

22. Juli 2016, 11:00 Uhr, Gelber Saal

**Hinweise:**

7. Die Bearbeitungszeit beträgt 90 Minuten. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 90.
8. Bitte bearbeiten Sie alle Aufgaben!
9. Als Hilfsmittel ist ein Taschenrechner (nicht programmierbar) erlaubt!
10. Bitte jedes Blatt mit Namen versehen!
11. Bitte Korrekturrand frei lassen!
12. Rückseiten können beschrieben werden!

**Name, Vorname:**

**Matrikel-Nummer:**

**Studiengang:**

Aufgabe	1a	1b	1c	1d	1e	1f	2a	2b	2c	2d	3a	3b	3c	3d
Max. Pkt. (90)	6	10	5	8	8	3	8	12	4	6	3	6	5	6

**Unterschrift**

---

**Viel Erfolg!**



### **Aufgabe 1: Grundlagen (40 Punkte)**

- h) Worin bestehen die zentralen Unterschiede zwischen kurz- und langfristigen Kosten? **(6 Punkte)**
- i) Grenzen Sie die Begriffe Fixkostendegression und Größenvorteile sowohl verbal als auch grafisch voneinander ab. **(10 Punkte)**
- j) Weshalb können Größenvorteile laut Bain eine Markteintrittsbarriere darstellen? (keine grafische Darstellung erforderlich). **(5 Punkte)**
- k) Erläutern Sie grafisch und verbal die Marktform des Monopols. Gehen Sie dabei auf die Preis- und Mengensetzung des Monopolisten ein. **(8 Punkte)**
- l) Erläutern Sie grafisch und verbal den Begriff des natürlichen Monopols. Machen Sie hierbei auch klar, worin das Problem einer solchen natürlichen Monopolstellung besteht. **(8 Punkte)**
- m) Was ist unter dem First-Copy-Cost-Effekt zu verstehen? **(3 Punkte)**

### **Aufgabe 2: Zweiseitige Märkte (30 Punkte)**

Sie betrachten einen monopolistischen Zeitungsmarkt. Die Nachfrage der Leser nach Copies beträgt:  $p = 1 - q + a \cdot s$  und die Nachfrage der Werbekunden nach Anzeigen beträgt:  $r = 1 - s + e \cdot q$ . Die Kosten sollen hierbei vernachlässigt werden.

- e) Worin besteht der Unterschied zwischen der Betrachtung des Zeitungsmarkts nach der traditionellen einseitigen Sichtweise und nach der Theorie mehrseitiger Marktplätze? **(8 Punkte)**
- f) Berechnen Sie die optimalen Mengen des Zeitungsmonopolisten. **(12 Punkte)**
- g) Nehmen Sie im Folgenden an, es gelte  $a = 0,6$  und  $e = 0,4$ . Interpretieren Sie diese Werte. **(4 Punkte)**
- h) Berechnen Sie die optimalen Preise und das Gewinnoptimum des Monopolisten für  $a = 0,6$  und  $e = 0,4$ . **(6 Punkte)**

**Hinweis:** Die gegebenen Variablen dürfen nicht geändert werden. Rechnen Sie bitte mit  $p = 1 - q + a \cdot s$  und  $r = 1 - s + e \cdot q$ .

### **Aufgabe 3: Steiner-Modell (20 Punkte)**

Nehmen Sie an, es gibt auf einem TV-Markt 3.100 Zuschauer. 1.600 Zuschauer präferieren die Koch-Show, 800 Zuschauer bevorzugen eine Politiksendung und 700 Zuschauer wollen ein Fußballspiel sehen.

- a) Nennen Sie die Annahmen des Steiner-Modells. **(3 Punkte)**
- b) Welche Programmstruktur würde aus den oben angenommenen Vorgaben resultieren, wenn es 3 Sender und 3 Sendeplätze (ein Sender, ein Sendeplatz) gibt. Erläutern Sie Ihr Ergebnis! **(6 Punkte)**

- c) Vergleichen und interpretieren Sie Ihr Ergebnis aus c) mit dem Ergebnis, wenn ein Monopolist den Markt bedient. Begründen Sie Ihr Ergebnis! **(5 Punkte)**
- d) Welches zentrale (allgemeine) Ergebnis liefert das Steiner-Modell hinsichtlich der Programmvierfalt und Marktkonzentration? Diskutieren Sie die Grenzen des Modells bzw. des Ergebnisses. **(6 Punkte)**

Bauhaus-Universität Weimar  
Fakultät Medien  
Professur Medienökonomik  
Prof. Dr. Björn A. Kuchinke

## Wiederholungsklausur zur Vorlesung „Einführung in die Medienökonomik“

Sommersemester 2016

28. September 2016, 11:00 Uhr, Gelber Saal

### Hinweise:

13. Die Bearbeitungszeit beträgt 90 Minuten. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 90.
14. Bitte bearbeiten Sie alle Aufgaben!
15. Als Hilfsmittel ist ein Taschenrechner (nicht programmierbar) erlaubt!
16. Bitte jedes Blatt mit Namen versehen!
17. Bitte Korrekturrand frei lassen!
18. Rückseiten können beschrieben werden!

Name, Vorname:

Matrikel-Nummer:

Studiengang:

Aufgabe	1a	1b	1c	1d	1e	2a	2b	2c	2d	3a	3b	3c
Max. Pkt. (90)	2	18	8	4	8	8	8	12	4	6	6	6

Unterschrift

---

Viel Erfolg!

### **Aufgabe 1: Grundlagen (40 Punkte)**

- e) Definieren Sie den Begriff „Verbundvorteile“. **(2 Punkte)**
- f) Definieren Sie den Begriff der „Markteintrittsbarriere“ nach BAIN und erläutern Sie die von BAIN angeführten Eintrittsbarrieren ausführlich. Veranschaulichen Sie Ihre Ausführungen ggf. grafisch. **(18 Punkte)**
- g) Erläutern Sie grafisch und verbal den Begriff der „Größenvorteile“. Gehen Sie hierbei auch auf Ursachen von Größenvorteilen ein und geben Sie ein kurzes Beispiel, wo im Mediensektor Größenvorteile relevant sind. **(8 Punkte)**
- h) Grenzen Sie kurz (verbal) Lern- und Erfahrungskurve voneinander ab. **(4 Punkte)**
- i) Welche zwei Effekte kann Werbung haben? Nennen und erläutern Sie diese ausführlich. **(8 Punkte)**

### **Aufgabe 2: Zweiseitige Märkte (32 Punkte)**

Sie betrachten einen monopolistischen Zeitungsmarkt. Die Nachfrage der Leser nach Copies beträgt:  $p = 1 - q + d \cdot s$  und die Nachfrage der Werbekunden nach Anzeigen beträgt:  $r = 1 - s + g \cdot q$ . Die Kosten sollen hierbei vernachlässigt werden.

- i) Erläutern Sie die Grundlagen der Theorie zweiseitiger Märkte. **(8 Punkte)**
- j) Berechnen Sie den Gewinn eines Zeitungsmonopolisten auf einem einseitigen Markt. **(8 Punkte)**
- k) Berechnen Sie die optimalen Mengen des Zeitungsmonopolisten. **(12 Punkte)**
- l) Vergleichen Sie die Ergebnisse aus b) und c) miteinander. **(4 Punkte)**

**Hinweis:** Die gegebenen Variablen dürfen nicht geändert werden. Rechnen Sie bitte mit  $p = 1 - q + d \cdot s$  und  $r = 1 - s + g \cdot q$ .

### **Aufgabe 3: Steiner-Modell (18 Punkte)**

Nehmen Sie an, es gibt auf einem TV-Markt 2.000 Zuschauer. 1.000 Zuschauer präferieren die Koch-Show, 600 Zuschauer bevorzugen eine Politiksendung und 400 Zuschauer wollen ein Fußballspiel sehen.

- e) Nennen Sie die Annahmen des Steiner-Modells. **(6 Punkte)**
- f) Welche Programmstruktur würde aus den oben angenommenen Vorgaben resultieren, wenn es 3 Sender und 3 Sendeplätze (ein Sender, ein Sendeplatz) gibt. Erläutern Sie Ihr Ergebnis! **(6 Punkte)**

g) Vergleichen und interpretieren Sie Ihr Ergebnis aus b) mit dem Ergebnis, wenn ein Monopolist den Markt bedient. Begründen Sie Ihr Ergebnis! **(6 Punkte)**