

Referat 4

Internes Rechnungswesen: Wirtschaftlichkeitsrechnung, Kosten- und Erlösarten

**Friedrich-Schiller-Universität Jena
Institut für Kommunikationswissenschaft
Seminar: Medienwirtschaft II
Seminarleiter: Felix Sattelberger, M.A.
Wintersemester 2011/12
Referenten: Julia Garbe, Simone Neubauer
Datum: 12.12.2011**

Gliederung

- 1) Unterscheidung Internes – Externes Rechnungswesen
- 2) Aufgaben des Internen Rechnungswesens
- 3) Herausforderungen an das IRW in Medienunternehmen
- 4) Die Kosten- und Erlösstruktur in Medienunternehmen
 - Kostenarten
 - Erlösarten
- 5) Datenquellen
- 6) Literatur

betriebliches Rechnungswesen



internes Rechnungswesen

- Adressaten: Entscheidungsträger im Unternehmen
- Informationen zu Kosten, Erlösen und Gewinnen
- wesentlicher Bestandteil ist die Kostenrechnung: Welche Kosten entstehen wo und wofür?

Methodik: Kosten- und Leistungsrechnung

externes Rechnungswesen

- Adressaten: Gläubiger, z.B. Lieferanten, Kreditgeber, Arbeitnehmer, Staat
- Informationen zu Schuldendeckungsmöglichkeiten und durch Steuern belastbaren Gewinn
- gebunden an handels- und steuerrechtliche Vorschriften

Methodik: Bilanz, GuV

Aufgaben des internen RW (nach Seufert)

Information für die Unternehmensführung und die Mitarbeiter über

- die **Kosten der produzierten Produkte** (Welchen Preis muss ich verlangen, um Gewinn zu machen? Ab welcher Absatzmenge mache ich Gewinn?)
- den **Umfang der Soll-Ist-Abweichungen** bei Unternehmenszielen (Wie hoch war mein Umsatzwachstum? Wie hoch ist die Rendite?)
- mögliche **Krisensymptome** (durch einen Zeitvergleich)

Aufgaben des internen Rechnungswesens (nach Ossadnik)

Abbildung des wirtschaftlich bedeutsamen Geschehens im Leistungserstellungsprozess

- **Dokumentation** des Unternehmensprozesses
- **Planung**
- **Kontrolle** des Betriebsgeschehens
- **Verhaltenssteuerung**

Informationsempfänger: interne Entscheidungsträger, Mitarbeiter

Herausforderungen an das IRW bei Medienunternehmen (1)

Unterschiedlichkeit von Medien- und Verlagsprodukten

- Einprodukt-Unternehmen (z.B. Fachmagazin)
- Kuppelprodukte mit Mehrfachverwertung (Verlag, Rundfunk, Fernsehen)

Kombination aus Kultur- und Wirtschaftsgut → neben finanziellen auch gesellschafts-politische Ziele

Folge: bewusst erkennbare oder verdeckte **Quersubventionierung** einzelner Produkte

Herausforderungen an das IRW in Medienunternehmen (2)

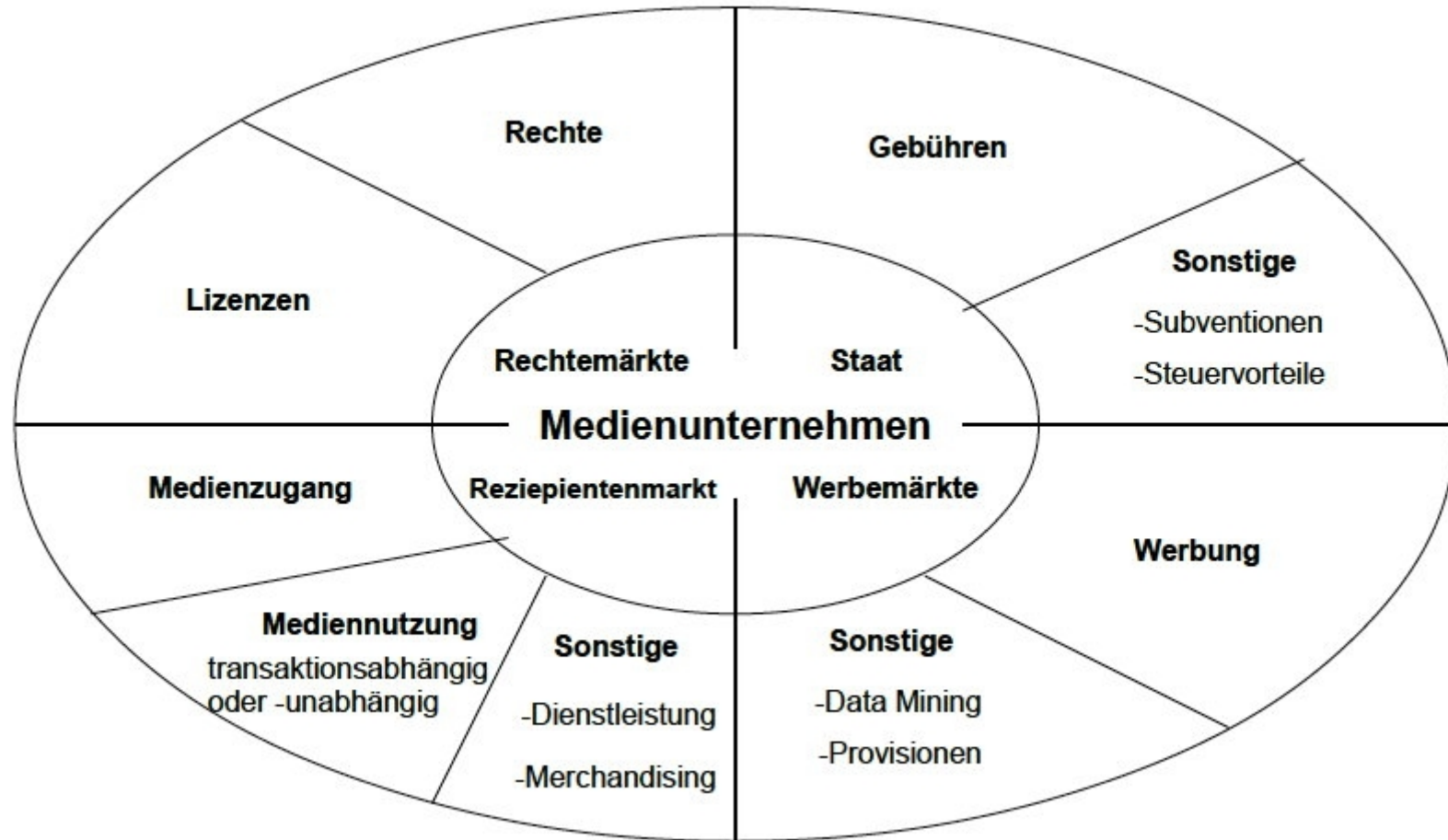
Verschiedene Erlösarten für ein und dasselbe Produkt

- Einzelverkaufserlöse
- Werbeerlöse (inkl. komplexe Rabattsysteme)

→ gemischte Formen und Detaillierungsgrade der Kosten- und Leistungsrechnungen, aber: **angewandte Methoden der Kostenrechnungen** unterscheiden sich nicht grundsätzlich von den Systemen anderer Industriezweige

Kosten- und Erlösstruktur in Medienunternehmen

Systematik der Erlösformen



nach Wirtz

Erlösarten von Medienunternehmen nach Mediengattungen

| | Musik | Belletristik, Sachbuch | Zeitschriften und Zeitungen | Internet- Infodienst | privater Rundfunk | Pay-TV | öffentlicher Rundfunk |
|------------|------------------------------------|--|--|--|--------------------------|-----------------------|--|
| Erlösarten | Einzelpreis | Buchpreis Preisbind. Abo (bei Buchclub) | Copypreis Preisbind. Abo Werbeerlös | Einzelpreis Abo Werbeerlös Sponsoring | Werbeerlös Sponsoring | Abo Sponsoring | Gebühren Werbeerlös Sponsoring |
| | Rabattsysteme / Erlösschmälerungen | | | | | | |

Quelle: Wilms/Zündorf 2006 (in Anlehnung an Köcher 2000)

Kostenarten nach Jorasz

- Personalkosten
- Materialkosten
- Kalkulatorische Abschreibungen
- Kalkulatorische Zinsen
- Fremdleistungskosten
- Wagniskosten
- Steuern

Kostenarten nach Schuhmann & Hess

Kosten für

- Personal
- extern bezogene Leistungen
- Rechte und Lizenzen
- Material
- Anlagennutzung
- Kapitaleinsatz

Kostenarten nach Wirtz

- Handelsspanne:
 - Marge Einzelhandel
 - Marge Großhandel
- Produktions- & Distributionskosten:
 - Vertrieb
 - Druck
- First copy costs:
 - Content Produktion
 - Marketing
 - Verwaltung

Ausgabenstruktur deutscher Fernsehsender

| | Inhalte | Personal | Verbreitung | sonstiges |
|------------------|---------|----------|-------------|-----------|
| ARD | 39% | 30% | 5% | 26% |
| ZDF | 50% | 19% | 5% | 25% |
| Privat-Fernsehen | 61% | 12% | 11% | 16% |

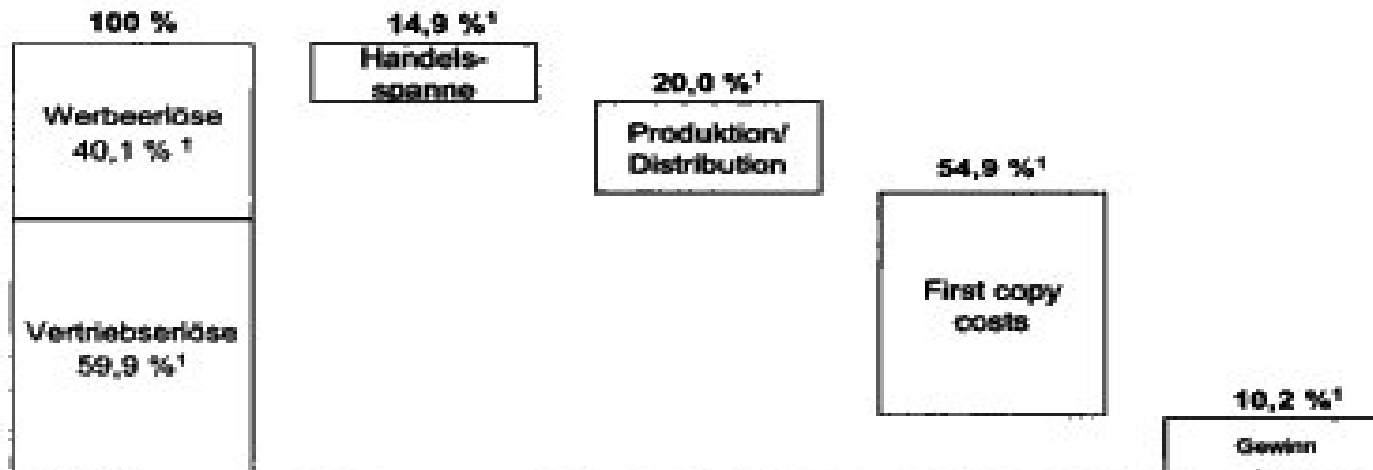
Quelle: Radtke/Dilevka 2009 (Daten zu ARD und ZDF für 2007, Privatfernsehen für 2006)

Kostenverteilung in Medienunternehmen, Anteile an Gesamtkosten

| | Produktionskosten (FCC) | Vervielfältigungs-, Distributionskosten | sonstige Kosten |
|---|----------------------------|--|-----------------|
| Privatfernsehen | 68,9% | 7,1% | 24,0% |
| öffentlich- rechtliches Fernsehen | 55,9% | 9,2% | 34,9% |
| Zeitschrift | 29,5% | 34,7% | 34,8% |
| Abonnementzeitung | 20,0% | 58,5% | 21,5% |

Kostenstruktur der deutschen Medien 1992 im Verhältnis zu den Gesamtkosten
(Quelle: Wilms/Zündorf 2006 in Anlehnung an Wirtz)

Kosten- und Erlösstruktur in der Medienwirtschaft nach Wirtz



| Medium | Vertrieb | Werbung | Handels- spanne ² | Produktion/ Distribution ³ | First copy costs ⁵ | Gewinn |
|-----------------------------|---------------|---------------|---------------------------------|--|----------------------------------|---------------|
| Zeitungen/ Zeitschriften | 38 % | 62 % | - | 48 % ⁴ | 42 % | 10 % |
| Buch | 100 % | - | 29 % | 25 % | 41 % | 5 % |
| Film | 100 % | - | 42 % | 15 % | 40 % | 3 % |
| TV | 10 % | 90 % | - | 14 % | 78 % | 8 % |
| Radio | 13 % | 87 % | - | 7 % | 84 % | 9 % |
| Musik | 100 % | - | 20 % | 39 % | 35 % | 6 % |
| Video-/Com- puterspiele | 100 % | - | 28 % | 12 % | 44 % | 16 % |
| Internet | 18 % | 82 % | - | - | 75 % | 25 % |
| Durchschnitt | 59,9 % | 40,1 % | 14,9 % | 20,0 % | 54,9 % | 10,2 % |

1) Durchschnitt für unterstehende Medienbranchen
4) inklusive Presse-Großz

2) Handelsspanne = Intermediationskosten

3) Herstellkosten für Content-Produktion, Lizenzen, Werbeaufträge, Marketing und Verwertung

5) Variable Fertigungskosten und Auslieferung an Internethändler

Vgl. Wirtz, Bernd W. (2009): Medien- und Internetmanagement. S. 82

Einzel- & Gemeinkosten

- Einzelkosten:
 - lassen sich direkt auf die Kostenträger zurechnen
 - variabel
- Gemeinkosten:
 - lassen sich nur indirekt zurechnen
 - unterteilt in Stelleneinzel- und Stellengemeinkosten
 - fix und/oder variabel

Datenquellen

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten
Nielsen Media Research
ARD und ZDF
Media-Analyse
Statistisches Bundesamt
KEK

Literatur

Jorasz, William (2008): Kosten- und Leistungsrechnung: Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen, 4., überarbeitete Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Ossadnik, Wolfgang (2008): Kosten- und Leistungsrechnung. Berlin: Springer.

Radtke, Stefan Ulrich/Dilevka, Inita (2009): Empirischer Überblick über die deutsche Fernsehindustrie. Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie, H. 256. Institut für Rundfunkökonomie: Köln.

Schildbach, Thomas / Homburg, Carsten (2009): Kosten- und Leistungsrechnung, 10., überarbeitete Auflage. Stuttgart : Lucius & Lucius.

Schumann/Hess, Thomas (2009): Grundfragen der Medienwirtschaft. Eine betriebswirtschaftliche Einführung. Berlin (u.a.): Springer.

Seufert, Wolfgang. Vorlesung Einführung in die Medienökonomie.

Wilms, Stefan A./ Zündorf, Horst (2006): Kosten- und Leistungsrechnung – Modelle und Vorgehensweisen in Medienunternehmen. In: Scholz, Christian (Hrsg.): Handbuch Medienmanagement. Berlin (u.a.): Springer, S. 879 - 898

Wirtz, Bernd W. (2009): Medien- und Internetmanagement. Wiesbaden: Gabler