1. Comcast/NBCUniversal, LLC

Umsatz 2012: $ 62,570 Mrd. (€ 48,700 Mrd.)

Überblick

Comcast/NBCU ist der derzeit weltweit größte Medienkonzern. Sein Hauptsitz liegt in Philadelphia, USA. Etwa 49,8 Millionen Kabel-, Internet- und Telefonkunden konnte der Netzbetreiber zum Jahresende 2011 vorweisen. Im Laufe seines fast 40-jährigen Bestehens entwickelte sich Comcast vom reinen Kabelanbieter zum modernen Kommunikations- und Medienunternehmen - spätestens seit der spektakulären Übernahme des Film- und Fernsehkonzerns NBC Universal, die Anfang 2011 begonnen und Anfang 2013 in einem weiteren Schritt beendet wurde. Comcast besitzt nun unter anderem zwei TV-Senderketten, 26 Fernsehstationen, 20 Kabelkanäle, mehrere Produktionsstudios (darunter auch die Universal Studios), zwei riesige Mehrzweckarenen in Philadelphia sowie Anteile am Eishockey Profi-Team Philadelphia Flyers. Durch die NBC-Übernahme ist Comcast auch am Videoportal Hulu beteiligt, gemeinsam mit Disney, der News Corp. und der Beteiligungsgesellschaft Providence Equity Partners.

Basisdaten Comcast

Hauptsitz:
1500 Market St.
Philadelphia, PA 19102-2148, USA
Telefon: 001-215-665-1700
Telefax: 001-215-981-7790
Internet: www.comcast.com

Branche: Kabelnetze, Pay-TV, Spartenkanäle, Telekommunikation, Internet-Services, Event-Management
Rechtsform: Aktiengesellschaft (seit 1972)
Geschäftsjahr: 01.01. - 31.12.
Gründungsjahr: 1956 (TCI), 1969 (Comcast)

Tab. I: Ökonomische Basisdaten

	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Umsatz (in Mio. US-Dollar)	64.657	62.570	55.842	37.397	35.756	34.265	30.895	24.966	21.075
Gewinn (Verlust) nach Steuern (in Mio. US-Dollar)	7.135	6.203	4.160	3.668	3.638	2.547	2.587	2.533	928
Aktienkurs (in US-Dollar, Jahresende)	51,97	37,36	26,58	24,87	16,68	16,01	17,72	28,13	25,92
Beschäftigte		k.A.	126.000	k.A.	107.000	100.000	100.000	90.000	80.000

Tab. II: Umsatz nach Geschäftsfeldern (in Mio. US-Dollar)

	2013	2012	2011
Cable	41.836	39.604	37.200
NBC Universal	23.650	23.812	21,124

Basisdaten NBC Universal

Hauptsitz: 30 Rockefeller Plaza New York, NY 10112, USA
Telefon: 001-212-664-4444

Telefax: 001-212-664-4085
Internet: www.nbcuni.com

Branche: Film, Fernsehsender (Free-TV, TV-Spartenkanäle), TV-Produktion, TV-Sendestationen, Internet-Services, Freizeitparks
Rechtsform: Aktiengesellschaft
Geschäftsjahr: 01.01. - 31.12.
Gründungsjahr: 1926

Tab. I: Ökonomische Basisdaten NBC Universal 2003-2010

	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Umsatz (in Mio. US-Dollar)	20.373	15.436	16.969	15.416	16.188	14.689	12.886	6.871
Gewinn (Verlust) nach Steuern (in Mio. US-Dollar)	3.907	2.264	3.313	3.107	2.919	3.092	2.558	1.998

Geschäftsführung

Management:

- Brian L. Roberts, Chairman and CEO, Comcast Corporation
- Michael J. Angelakis, Chief Financial Officer, Comcast Corporation
- Stephen B. Burke, Executive Vice President, Comcast Corporation, Chief Executive Officer, NBCUniversal
- David L. Cohen, Executive Vice President, Comcast Corporation
- Neil Smit, Executive Vice President, Chief Executive Officer of Comcast Cable and President of Comcast Cable
- Arthur R. Block, Esquire, Senior Vice President, General Counsel and Secretary, Comcast Corporation
- Lawrence J. Salva, Senior Vice President, Chief Accounting Officer and Controller, Comcast Corporation

Aufsichtsrat:

- Kenneth J. Bacon, Fannie Mae
- Sheldon M. Bonovitz, Duane Morris LLP
- Eduardo G. Mestre, Evercore Partners Inc.
- Joseph J. Collins, Aegis, LLC
- J. Michael Cook, International Flavors & Fragrances, Inc.
- Gerald L. Hassell, The Bank of New York Mellon
- Jeffrey A. Honickman, Pepsi-Cola & National Brand Beverages, Ltd.
- Brian L. Roberts, Comcast
- Ralph J. Roberts, Comcast
- Dr. Judith Rodin, Rockefeller Foundation
- Jonathan A. Rodgers, TV One

Geschichte und Profil Comcast

Innerhalb von etwa 40 Jahren baute die Roberts-Familie einen kleinen Kabelnetzanbieter mit 1.200 Kunden in Tupelo/Mississippi zum weltweit größten Kabelkonzern aus. 1969, sechs Jahre nach dem Einstieg in die Kabelbranche, gründete Ralph Roberts das Unternehmen Comcast (?COMmunication?/ ?broadCAST?). Von Beginn an wuchs der Konzern vor allem durch eine aggressive Akquisitionsstrategie. Im Zuge des

Kabelbooms der 1970er Jahre erwarb die Firma mehrere Regionalnetze, in den 1980ern folgte die Übernahme größerer Konkurrenten, 1986 verdoppelte Comcast seine Kundenzahl auf 1,2 Millionen durch den Anteilsankauf der Group W Cable, und 1988 erwarb die Firma 50 Prozent an Storer Communications und erreichte damit zwei Millionen Kunden.

1990 übernahm Ralph J. Roberts Sohn Brian die Konzernleitung, investierte in Glasfasertechnologie und forcierte die Diversifizierung in Richtung Programmproduktion. 1995 sicherte sich Comcast durch einen viel beachteten 1,4-Milliarden-Dollar-Deal gemeinsam mit TCI 57 Prozent der Anteile am Teleshopping-Sender QVC, 1997 erfolgte (als Joint Venture mit der Walt Disney Corp.) die Übernahme einer Kontrollmehrheit am Kabelkanal E! Entertainment. 1999 kam es zum Wettstreit um den Kabelrivalen MediaOne, der damaligen Nummer Vier im Geschäft. Ende März verkündete Comcast schon die Fusion mit MediaOne, als die Telefongesellschaft AT&T mit einer 58-Milliarden-Gegenofferte auf den Plan trat. Schließlich musste Comcast sein Angebot zurückziehen, konnte dafür aber im Gegenzug zwei Millionen Kabelhaushalte von AT&T für rund neun Milliarden Dollar übernehmen.

Bereits 2001 bot sich der Roberts-Familie eine Gelegenheit zur Revanche, als AT&T den Verkauf seines Kabelgeschäfts in Aussicht stellte ? ein Geschäftsbereich, der erst 1999 mit dem Kauf der Pionier-Firma Tele-Communications Inc. (TCI) entstanden war. Deren Vorstandsvorsitzender John C. Malone hatte seit 1984 rund 150 Firmen übernommen und zugleich neue TV-Kanäle gestartet. Nachdem Malone 1999 lange einen Käufer gesucht hatte, ging TCI im Zuge eines 44-Milliarden-Dollar-Geschäfts in AT&T Broadband auf. AT&T-Chef Michael Armstrong investierte weitere 100 Milliarden Dollar in die Kabelnetze, bis die Investoren die Geduld verloren und der Aktienkurs unter Druck geriet. 2001 ließ der überschuldete Telefonriese dann verlauten, seine Kabelsparte wieder abstoßen zu wollen. Ein hitziges Bietergefecht begann. Neben Comcast bewarben sich auch AOL Time Warner (Time Warner in der Mediendatenbank) und Cox Communications um AT&T Broadband und seine damals über 13 Millionen Kunden. Mit dem Versuch einer feindlichen Übernahme startete Comcast recht unglücklich ins Rennen. Später hatte Brian Roberts aber einen mächtigen Verbündeten. Microsoft half mit einem Milliardenbetrag aus, vor allem um einen Sieg des Erzrivalen im Breitband-Business, Time Warner, zu verhindern. Kurz vor Weihnachten 2001 fiel die Entscheidung. Zum Preis von 47 Milliarden Dollar in Aktien und der Übernahme von 25 Milliarden Dollar Schulden erhielt Comcast den Zuschlag.

Nach der Mega-Fusion ordnete das Unternehmen seine Inhalte-Aktivitäten neu. Die QVC Gruppe wurde 2003 für 7,9 Milliarden Dollar an Liberty Media verkauft, dafür gingen mehrere Spartenkanäle on air: 2002 der Videospiele-Kanal G4, der dann 2004 durch das aufgekaufte Tech TV ergänzt wurde, TV One (2003), das auf die schwarze Bevölkerung abzielt und SportsNetChicago (2003). Zudem übernahm das Unternehmen 2003 alle Anteile am The Golf Channel. Dieses langsame Wachstum aber genügte dem Dealmaker Roberts nicht. 2004 präsentierte er einen verwegenen Plan, die feindliche Übernahme des Disney-Konzerns, dessen CEO Eisner 2003 unter heftigen Beschuss der Anteilseigner geraten war. Damit wäre Comcast dem Vorbild von Time Warner gefolgt, Inhalte und Infrastruktur zu kombinieren. Die 66 Milliarden-Dollar-Offerte wurde aber weder von Disneys Eignern noch den Comcast-Aktionären gebilligt, und Roberts musste im April kapitulieren. Als Sony im gleichen Jahr dann das Traditionsstudio MGM erwarb, war Comcast nur als Juniorpartner am Tisch. Für 300 Millionen Dollar sicherte sich der Konzern das Recht, Filme aus dem MGM-Studio-Katalog auf gemeinsamen Joint Venture-Kanälen mit Sony in seinen Netzen anzubieten. Knapp ein Jahr nach der Disney-Attacke konnte Roberts dann doch eine Großfusion unter Dach und Fach bringen. Gemeinsam mit Time Warner kaufte Comcast im April 2005 Adelphia, die bankrotte Nummer Fünf in der amerikanischen Kabelbranche und gewann nochmals 1,8 Millionen Kunden hinzu ? zu einem Preis von 3,5 Milliarden Dollar.

?Ralph Roberts ist ein harter Hund?, so äußerte sich der schillernde TV-Entrepreneur Barry Diller, Chef der Interactive Corp., über den Comcast-Gründer. Diller hatte 1994 als QVC-Präsident die Übernahme des Shoppingsenders durch CBS geplant, nicht zuletzt, um selbst in der Hierarchie des großen Networks aufsteigen zu können. Doch er hatte die Rechnung ohne den Comcast-Gründer gemacht. Ralph Roberts war nicht bereit, seine Position als größter QVC-Aktionär aufzugeben und machte gemeinsam mit TCI ein erfolgreiches Gegenangebot.

Ralph Roberts, der Selfmade-Milliardär und Gentleman mit sanfter Stimme, kann sich heute zurücklehnen. Sein Sohn und Nachfolger Brian, der 1981 als Kabelinstallateur ins Unternehmen einstieg, kam schnell in der Firmenhierarchie voran. Obwohl er 1990 Präsident von Comcast wurde, erschien auch der Vater zu dieser Zeit noch täglich am Firmensitz. Das wurde von der Branche zunächst skeptisch beäugt. Mit dem Übertrag der Stimmrechtsaktien Ende 1997 galt der Wachwechsel an der Firmenspitze jedoch als vollzogen. Beobachter sprechen von einem reibungslosen Generationentransfer ? trotz des enormen innerfamiliären Konfliktpotenzials, das Transaktionen dieser Größe bergen.

Es war Brian Roberts erster großer Coup, den zögerlichen Bill Gates davon zu überzeugen, dass das Fernsehkabel zukünftig für elektronische Inhalte die wichtigste Pipeline in die Wohnzimmer sein werde. Seitdem ist der gute Draht zu den Software-Leuten aus Redmond ein Schlüssel für den Comcast-Aufstieg. Gates investierte schon 1997 eine Milliarde Dollar in Comcast, und es war Microsoft-Vizepräsident Henry (Hank) P. Vigil, der Brian Roberts bei einem Business Lunch in Manhattan auf die Fährte von AT&T Broadband setzte. Auch bei dem Design der elektronischen Programmführer ? wegen der Navigationsfunktion eines der Schlüsselangebote im digitalen Fernsehen ? sicherte sich das Unternehmen 2004 die Unterstützung der Entwickler aus Redmond.

Sein Meisterstück lieferte Roberts jedoch Übernahme von NBCUniversal ab. Die Regulierungsbehörde FCC gab im Januar 2011 grünes Licht, für 13,8 Milliarden das Film- und Fernsehunternehmen vom Mutterkonzern General Electric zu kaufen. Durch die Übernahme setzt sich die Konsolidierung des stark konzentrierten Mediensystems der Vereinigten Staaten weiter fort. Mit rund 23 Millionen Kabel- , 17 Millionen Internet- und acht Millionen Mobilkunden verfügt Comcast über einen landesweiten Marktanteil von 30 Prozent. Durch die Übernahme von NBC Universal kontrolliert das Unternehmen künftig unter anderem zusätzlich zwei TV-Senderketten, 26 Fernsehstationen, 20 Kabelkanäle und mehrere Fernseh- und Filmproduktionsfirmen (darunter auch die Universal Studios). Kritiker befürchten, Comcast könnte diese Marktmacht dazu benutzen, Preise zu erhöhen, konkurrierende Inhalteproduzenten vom eigenen Distributionsnetzwerk auszuschließen und so den Rest an Vielfalt, der noch im US-Fernsehen erkennbar ist, weiter zu verringern. Die Obama-Administration, die unter anderem mit dem Ziel angetreten war, der Konzentration im Mediensektor entgegen zu wirken, beugte sich dem Druck der Comcast-Lobbyisten. In den vergangenen zwei Jahr schüttete das Unternehmen mehr als 15 Millionen US-Dollar an Kongressabgeordnete aus. Insgesamt 78 ehemalige Regierungsmitglieder stehen gegenwärtig als Lobbyisten auf der Gehaltsliste von Comcast. (Für die Geschichte von NBCUniversal siehe hier)

Geschichte und Profil NBCUniversal

Die US-Regierung hatte im Ersten Weltkrieg die gesamte Radio-Industrie unter staatliche Kontrolle gestellt. Dadurch lösten sich Patentstreitigkeiten und der Forschung flossen erhebliche finanzielle Mittel zu. Nach dem Krieg bat die Regierung General Electric, die Radiopatente zu nutzen und das Medium technisch weiterzuentwickeln. Die Folge war die Gründung von RCA. Für eine Millionen Dollar kaufte RCA dann 1926 den New Yorker Sender WEAF (Western Electric AT&T Fone) und einen Washingtoner Schwestersender. RCA begründete damit den Aufbau eines Sendernetzes, das sich über ganz Amerika erstreckte. General Electric beteiligte sich mit 30 Prozent, Westinghouse mit 20 Prozent. Die verbleibenden 50 Prozent gehörten RCA. Der Name der Senderkette war The National Broadcasting Company (NBC). Im Jahr 1932 wurde das Radio-Monopol von der Regierung zerschlagen. GE und Westinghouse mussten sich aus dem Kartell zurückziehen. Bis 1985 gehörte NBC zwischenzeitlich nur zu RCA.

NBC hatte bereits 1927, ein Jahr nach seiner Gründung, die erste landesweite Sendung ausgestrahlt. Nachdem sich NBC in den 30er Jahren als Radiogröße etablierte, gehörte das Unternehmen auch zu den Pionieren des Fernsehens. Erste Experimente unternahm NBC 1932 vom Empire State Building aus. 1941 erhielt NBC die erste lokale Lizenz zum Betrieb eines Fernsehprogramms im Bundesstaat New York. Die nächsten 15 Jahre verbrachte der Sender mit dem Aufbau eines landesweiten ?Netzwerks? an Sendestationen im Wettlauf mit CBS und ABC. Quizshows, Talk-Sendungen und Nachrichten waren damals die wichtigsten Programmformate. Trotz Dauerbrennern wie der ?Late Night Show? oder Hits wie ?Bonanza? blieb NBC

während der 60er Jahre in der Zuschauergunst aber stets hinter CBS. In den 70er Jahren zog auch ABC an NBC vorbei. Da es damals nur drei Programme gab, fand sich der einst führende Fernsehkanal plötzlich in der Rolle des abgeschlagenen Letzten. Dies änderte sich mit der ?Cosby Show?, die 1984 auf Sendung ging. Die Sitcom-Komödie mit Bill Cosby lockte regelmäßig Millionen vor die Bildschirme, Programme wie ?Cheers? und ?Miami Vice? taten das Übrige, um NBC zur Nummer Eins bei den Quoten zu machen.

1985 kaufte General Electric für 6,3 Milliarden Dollar RCA und damit fiel NBC an das Gründungsunternehmen zurück. Der damalige GE-Chef Jack Welch setzte den Finanzexperten Bob Wright an die Spitze von NBC, der sich gleich mit einer Fülle von Kosteneinsparungsmaßnahmen unbeliebt machte. Anders als in den 1920er Jahren passte NBC nicht mehr zu GE, die das Medienunternehmen kaufte, weil sie auf Gewinn hofften ? ebenso wie die Sparten Gesundheitstechnologie und Finanzdienstleistern, die ebenfalls nichts mit dem Kerngeschäft zu tun hatten. 1991 war NBC bei den Quoten wieder weit hinter ABC und CBS und viele rechneten damit, dass GE das Abenteuer Fernsehen bald beenden würde. Doch GE hielt an NBC und Wright fest. Mit neuen Serien wie ?Seinfeld?, ?Frazer? und ?Friends? eroberte NBC 1996 die Marktführung wieder zurück und gab sie bis zur Fusion mit Universal nicht mehr ab. In den 90er Jahren startete NBC auch den Wirtschaftssender CNBC sowie ein Joint-Venture mit Microsoft, den progressiven Nachrichtensender MSNBC (2005 verkaufte Microsoft seine Anteile am Sender; 2012 die Anteile an der Online-Nachrichtenplattform MSNBC.com, die daraufhin in NBCNews.com umbenannt wurde).

Am 12. Mai 2004 lud NBC-Chef Bob Wright zu einer Pressekonferenz am Konzernsitz in der Radio City Music Hall im Herzen von New York City, um den Zusammenschluss seines Fernsehsenders mit den Universal Studios offiziell zu verkünden. Im Oktober 2003 hatte es der 61-jährige Wright geschafft, im Bieterverfahren um Universal Interessenten wie das Hollywoodstudio Metro-Goldwyn-Mayer sowie eine Investorengruppe rund um den früheren Universal-Eigentümer Edgar Bronfman Jr. auszustechen. Acht Monate später waren alle Verträge für die Gründung von NBC Universal unterschrieben. Mit diesem Schritt beendete NBC als letzte der drei großen Fernsehanstalten der USA seinen Status als autonome TV-Einrichtung. Während jedoch ABC und CBS in den Jahren zuvor von größeren Einheiten (Disney, Viacom) geschluckt wurden, behielt NBC nach seiner Fusion die Kontrolle. Es war NBC, das Universal kaufte, nicht umgekehrt. Der Verkäufer Vivendi bekam neben 3,3 Milliarden Dollar Bargeld lediglich eine Minderheitsbeteiligung von 20 Prozent am gemeinsamen Konzern.

Universal ist deutlich älter als NBC. Die Firma taucht 1912 zum ersten Mal auf als neuer Name für die Kinokette und Filmproduktionsgruppe des deutschen US-Immigranten Carl Lämmle. Der ehrgeizige Württemberger hatte sechs Jahre zuvor sein erstes Kino in Chicago eröffnet und expandierte zügig. Dass Lämmle sein Geschäft auf die Kinofilmproduktion erweiterte, hatte allerdings weniger mit Leidenschaft als vielmehr mit einer Protestaktion zu tun. Nachdem sich der Jungunternehmer den ungünstigen Konditionen des Filmverleihkartells der Edison Gruppe nicht beugen wollte, wurden seine Kinos nicht mehr beliefert. Um weiter Filme zeigen zu können, gab es nur einen Weg: Lämmle musste selbst produzieren. Dazu kaufte er 1911 das Nestor Studio in Hollywood. Universal spezialisierte sich anfangs vor allem auf Horrorfilme und machte Lämmle zum wichtiges Mitspieler der US-Filmproduktion. Frankenstein, Dracula, die Mumie, das Phantom der Oper, sie alle wurden zu Klassikern des Studios.

In den Geschäftsberichten von General Electric erschien der Medienriese als eine von elf Geschäftssparten, die Fernseh- und Film-Manager mussten sich in ihren wirtschaftlichen Leistungen folglich mit ?Schwesterfirmen? aus so unterschiedlichen Bereichen wie der Medizintechnik oder der Triebwerkherstellung messen. Wichtigster Garant für ein eher bescheidenes, zurückhaltendes Agieren in der Branche der Eitelkeiten war Langzeitchef Bob Wright. Der Finanzfachmann stand über zwanzig Jahren an der Spitze von NBC. Keiner seiner Branchenkollegen konnte auf eine ähnlich lange Amtszeit zurückblicken. Die Öffentlichkeitsarbeit überließWright allerdings in der Regel seinem Programmchef Jeffrey Zucker. Zucker war es auch, der 2009 gemeinsam mit Comcasts CEO Brian Roberts die Übernahme von NBC Universal einfädelte, die Anfang 2011 in die Tat umgesetzt wurde.

Management

Wie sein 40 Jahre älterer Vater Ralph ist auch Brian Roberts ein ?old-fashioned cable guy?, eher zurückhaltend und weniger exaltiert als die meisten der superreichen Kabelbarone, zudem ausgestattet mit ?stählernem Siegeswillen? (?New York Times?). Unter ihm hat sich der Firmenwert auf 57 Milliarden US-Dollar hochgeschraubt, zu einem Plus von 1.300 Prozent. Comcast schlug regelmäßig Konkurrenten und Börsenindizes. Heute, nach vier Jahrzehnten an der Weltspitze der Kabelindustrie angelangt, wird Comcast nach wie vor von den Roberts kontrolliert, was den Investoren keine Sorgen bereitet. Sie sprechen der Comcast-Führung außerordentliche Fähigkeiten zu. Die Roberts-Familie hält über Fondsgesellschaften 33% der Aktien an Comcast Corp.

Neben Brian Roberts hat sich Cheflobbyist David Cohen zum einflussreichsten Mann in Comcasts Führungsebene gemausert. Der selbsternannte "Consigliere" von Roberts kommandiert eine 20-köpfiges Lobbying-Büro und verteilt mehr als acht Millionen US-Dollar jährlich an Kongressabgeordnete in Washington, D.C. Aus seiner eigenen Tasche hat knapp eine Million Dollar für President Obama gespendet, der Roberts einen "guten Freund" nennt. Als Cohens Meisterstück gilt die spektakuläre Übernahme von NBC Universal im Jahr 2010.

Comcast gilt als eines der arbeitnehmerfeindlichsten Unternehmen der USA. Der Konzern kämpft seit Jahren vehement gegen eine gewerkschaftliche Organisation seiner Mitarbeiter. Dabei werden Mitarbeiter finanziell bevorteilt, die davon absehen, einer Gewerkschaft beizutreten. Die Comcast-Chefs Brian Robert und Stephen Burke verdienten 2009 mit 25, bzw. 31 Millionen US-Dollar etwa eintausend mal so viel wie ein durchschnittlicher Comcast-Angestellter. Die Gewerkschaft Communications Workers of America (CWA), die auch Comcast-Mitarbeiter vertritt, schloss sich jüngst offiziell den "Occupy Wall Street"-Protesten an.

Geschäftsfelder

Comcast hatte als Kabelnetzbetreiber angefangen und konzentriert sich auch weiterhin auf diesen Geschäftsbereich: Über 95 Prozent seines Umsatzes erwirtschaftete das Unternehmen mit Kabel-TV, High-Speed-Internet und digitalen Telefondiensten in sogenannten Triple Play-Angeboten. Mit rund 23 Millionen Kabel- , 17 Millionen Internet- und acht Millionen Mobilkunden verfügt Comcast über einen landesweiten Marktanteil von 30 Prozent.

Zu den Geschäftsfeldern von NBC Universal zählen zwei große TV *networks* in den USA (NBC und die zweitgrößte spanische Senderkette Telemundo), Fernsehkanäle (u.a. E!, USA Network, Bravo, Telemundo, Sprout, CNBC, MSNBC, The Weather Channel) sowie Produktionsfirmen für Fernsehunterhaltung, Kinofilme, Nachrichten, Sport und Informationen. Drei große Themenparks in Hollywood, Orlando und in Osaka gehören ebenfalls zum Konzern. NBC betreibt ferner einen eigenen Online-Shop, der neben DVDs Merchandisingprodukte zu den großen Fernseh-, Film und Sportevents verkauft (für eine vollständige Übersicht über Tochterfirmen und Beteiligungen siehe NBC-Homepage)

Die 32-prozentige Beteiligung am Videoportal Hulu hat Comcast durch seine Übernahme des Fernsehsenders NBC erworben, der hier gemeinsam mit dem zu Disney gehörenden TV-Sender ABC und der News Corp mit ihren Fox-Sendern eine Zweitverwertung für hochwertige TV-Inhalte probiert. Mit der Beteiligung an NowThisNews, einem Start-Up, das Mini-Nachrichtensegmente für Social Media-Plattformen produziert, will NBC der sich rasant ausbreitenden Second Screen-Affinität der TV-Zuschauer Rechnung tragen. Mit der Technologie-News-Website ReCode (ehemals AllthingsD) wurde ebenfalls eine strategische Partnerschaft eingefädelt.

In Deutschland hat NBC seinen einzigen frei empfangbaren NBC-Sender außerhalb der USA verkauft: ?Das Vierte? ging an das Unternehmen Mini Movie International Channel des russischen Medienunternehmers Dmitri Lesnevsky, der den Sender aber im Mai 2010 an Phönix Medien weiterverkaufte. NBC besitzt Anteile an verschiedenen Sendern, etwa am Sundance Channel, HBO (Asien), HBO (China), Showtime und TV1

(Australien/Neuseeland), LAPTV (Lateinamerika), The History Channel (Deutschland, Österreich, und Schweiz) und Telecine (Brasilien). NBC erreicht nach eigenen Angaben mehr als 70 Millionen Haushalte in 40 verschiedenen Ländern.

Aktuelle Entwicklung

Die letzten Jahre wurden durch die Übernahme von NBC Universal bestimmt, die im Januar 2011 begonnen und Anfang 2013 komplett abgeschlossen wurde. (Siehe hierzu das Dossier der mediadb.eu-Redaktion). Das Wachstumstreben des Medien- und Kabelkonzerns ist jedoch anscheinend noch längst nicht gestillt. So einigte sich das Unternehmen im Februar 2014 mit seinem größten Konkurrenten Time Warner Cable auf eine Übernahme im Umfang von 45 Mrd. US-Dollar in Aktien. Was die Geschfätsführung als weiteren Meilenstein in der Unternehmensgeschichte feiert, nahmen Medien-NGOs und Verbraucherorganisationen mit Entsetzen zur Kenntnis. Die Regulierungsbehörde FCC muss jetzt entscheiden, ob es die Übernahme genehmigt.

Das Jahr 2013 begann für den Medienriesen mit starken Geschäften. Der Gesamtumsatz stieg um 2,9 Prozent auf 15,31 Mrd Dollar, das operative Einkommen gar um 11,2 Prozent auf 3,076 Mrd Dollar. Die Cash Cows waren das Kabelgeschäft und die gut performenden Fernsehsender und Filmproduktionen. Das zweite Quartal brachte nochmals sieben Prozent Umsatzwachstum auf insgesamt 16,27 Mrd Dollar, bei einem operativen Einkommen von 3,435 Mrd Dollar. Das erste Halbjahr 2013 brachte fünf Prozent mehr Umsatz mit insgesamt 31,6 Mrd Dollar. Mit Ende des dritten Quartals stiegen die Umsätze um 5,2 Prozent auf 16,151 Mrd Dollar, das operative Einkommen stieg um zwölf Prozent auf 3,414 Mrd Dollar. Die Steigerungsraten sind allerdings um die Sondereffekte durch die Olympiade 2012 bereinigt. Für die ersten neun Monate des Jahres 2013 meldet Comcast insgesamt 2,4 Prozent Wachstum auf 47,731 Mrd Dollar, bei einem operativen Gewinn von 9,916 Mrd Dollar.

Strategisch setzt der Medienkonzern auf vorsichtige Erneuerung durch digitale Verbreitung. So liefert Comcast seinen Abonnenten über die mobile App "Xfinity TV-Player" 15 Kanäle mit Live-Fernsehen direkt auf Smartphones iPads und andere Tablets. Damit werden die tragbaren Bildschirme effektiv zum "Second Screen". Ein weiterer Schritt in diese Richtung dürfte die Kooperation mit dem Kurznachrichtendienst Twitter sein. Ab Herbst 2013 können Twitter-Nutzer auf Sendungen der Comcast-Tochter NBC Universal hinweisen und gleich einen so genannten "See It"-Button mit verschicken. Dieser ist mit einer Twitter-Card verknüpft, die den Link zum Streaming des Programms enthält. Die Adressaten können die Links auf ihren Smartphones oder Tablets öffnen und die Sendung sofort ansehen oder sogar aufnehmen. Voraussetzung ist dabei, dass die Empfänger der Botschaften gleichfalls Comcast-Kunden sind, also für den Erhalt der Dienste per Abo bereits bezahlt haben. Vermutlich wird Comcast auch seine eigenen Twitter-Konten zur Programmwerbung nutzen.

Links

Informationen des Unternehmens:

» Pressemitteilungen
» Finanzinformationen

Presseberichterstattung:

- Süddeutsche Zeitung: Comcast - Unterm Hammer (27.07.2009)

Letzte Änderung: 17.02.2014 17:25 | Verantwortlich: Ulrich Mikulsky- von Schweinitz