

Online-Datenbank Internationale Medienkonzerne

Einige Medienkonzerne verfügen über Budgets in der Höhe von Nationalstaaten. Als Motoren und Moderatoren der Globalisierung haben sie wirtschaftliche und meinungsbildende Macht. Der aktuellen Herausforderung, ihre Geschäftssparten der Old Economy mit denen der New Economy zu verbinden, begegnen sie durch Umstrukturierungen, Kooperationen oder Fusionen mit Spezialanbietern (Werbevermarkter) oder gewachsenen Plattformen (MySpace, YouTube). Technischer Fortschritt und Konkurrenzdruck treiben Großkonzerne an, ihre Geschäftsfelder auf nationalen und internationalen Märkten auszuweiten. Dazu gehen sie auch Partnerschaften mit Finanzinvestoren ein, deren Einfluss in einigen Medienkonzernen erheblich ist.

Wer steckt hinter den großen Medienunternehmen? Wie sind sie aufgestellt? Welchen Strategien folgen sie? Welche Rolle spielt der deutsche Markt bei den globalen Plänen? Welche Rolle spielen die Kapitalinvestoren? Aufbauend auf der Studie *Wer beherrscht die Medien?* von 2005 wurde vom Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM) die Mediendatenbank mediadb.eu eingerichtet. Sie liefert umfassende und stets aktualisierte Strukturdaten zu internationalen Medienkonzernen sowie News-Meldungen zum medienökonomischen Geschehen.

Für das Ranking der weltweit größten Medienkonzerne werden Medienkonzerne als Unternehmen definiert, deren strategischer Fokus auf der Inhalte-Produktion in den Bereichen Print, TV, Film und Internet liegt. Da manche US-amerikanische Kabelnetzbetreiber maßgeblich auf die Verbreitung von Programminhalten einwirken und selbst als Inhalteproduzenten auftreten, finden diese sich im Ranking der Medienkonzerne wieder. Die Präsentation der Medienkonzerne erfolgt in Form von Rankings. Aufgeführt wird jeweils der Mutterkonzern (z. B. News Corporation), auch wenn ein Tochterunternehmen (z. B. BSkyB) für sich allein den Umsatz in der Größenordnung konkurrierender Konzerne aufweist. Die Größe eines Konzerns bemisst sich dabei am Medienumsatz des jeweils letzten Geschäftsjahres. Basis für die Umsatzzahlen ist der Betrag in Originalwährung. Zur Umrechnung in Euro wird der Mittelkurs des jeweiligen Jahres herangezogen.

Feedback zur Mediendatenbank an: [info\(at\)mediadb.eu](mailto:info(at)mediadb.eu)

Letzte Änderung: 8.06.2010 12:17 | Verantwortlich: Prof. Dr. Gisela Schmalz/Thomas Schnedler