Datenbank Onlinekonzerne

Hiermit stellen wir die dynamischsten und jüngsten Konzerne im Medienbereich vor: Onlinekonzerne. Sie werden zwar nach Umsätzen präsentiert. Da sie jedoch zum Teil höchst unterschiedliche Güter anbieten und unterschiedliche Geschäftsmodelle aufweisen, ist diese Liste nicht als Ranking zu begreifen. Dass die Onlinekonzerne sich nicht einfach nach Kennzahlen vergleichen lassen, zeigen die einzelnen Portäts.

Als Onlinekonzerne bezeichnen wir Konzerne, die den Hauptteil ihres Umsatzes in der digitalen Wirtschaft realisieren. Die einen stellen Online-Infrastrukturen bereit, andere handeln mit Software, wieder andere lassen auf eigenen, digitalen Plattformen Handel treiben und verdienen an Gebühren und Provisionen. Der Online-Enzyklopädie-Betreiber Wikimedia stellt seine Web 2.0-Anwendungen sogar bislang gratis zur Verfügung.

Die auf mediadb.eu porträtierten Onlineunternehmen sind selbst in der Regel keine Inhaltehersteller, nur Vermittler derselben. Medienpolitisch sind sie deshalb trotzdem von Interesse. Sie bündeln fremde Inhalte und archivieren Informationen darüber, a) welche Inhalte von wie vielen und welchen Interessenten konsumiert (gelesen, gesehen, gehört, bestellt) und b) welche Inhalte von welchen aktiven Usern eingestellt (hochgeladen, eingetragen) wurden. Das über Jahre hinweg von manchen Konzernen (Google, Yahoo, eBay) gesammelte Wissen über Einzeluser macht nicht nur werbetreibende Unternehmen, sondern auch Regierungen neidisch und zu Kunden von Daten über das Onlineverhalten der Nutzer. Außerdem haben die bekanntesten Internetplayer wie Google dank ihrer Suchmaschinen die Macht, Inhalte zu promoten oder zu blocken, wie in China geschehen.

Auffällig ist die Verzahnung der großen Online-Unternehmen, hervorgerufen durch teilweise identische Risikokapitalgeber wie Sequoia Capital (Google und Yahoo) oder durch Personen, die in den einen Unternehmen als CEOs und in den anderen als Aufsichtsrat fungieren. Außerdem ist beachtenswert, dass die nach Finanzzahlen und nach Eyeballs erfolgreichsten Online-Player US-amerikanische Gründungen sind und jeweils ihren Hauptsitz in den USA und dort an der Westküste (Silicon Valley, Seattle) haben.

Spektakuläre Käufe von Web 2.0-Portalen haben den digitalen Sektor aufgemischt. MySpace wurde etwa von der News Corporation Murdochs und YouTube von Google gekauft (wobei Myspace sich als Flop herausstellte und wieder verkauft wurde). Bewegung kam Ende Januar 2008 in die Branche, als Microsoft eine Summe von knapp 45 Mrd. US-Dollar (29 Mrd. Euro) bot, um den Google-Konkurrenten Yahoo zu übernehmen. Nachdem der Übernahmeversuch abgeschmettert wurde, war Yahoo-CEO und ?Gründer Jerry Yang unter Druck geraten und musste daraufhin seinen Posten räumen. Derartiges Besitzgerangel, bei dem es um mehr als um Geld geht, nämlich um Technologien, Zugang zu Adressen, Userzahlen und Markennamen, wird in Zukunft gewiss noch häufig stattfinden. Spannend ist es auch, weiter zu beobachten, wie Online-Infrastrukturanbieter mit Content-Lieferanten und mit Kunden verfahren.

mediadb.eu dokumentiert, was bei den großen Online-Konzernen passiert.

Prof. Dr. Gisela Schmalz

Onlinekonzerne 2013

1.	Apple Inc. (Cupertino / USA)	€ 121,815 Mrd.
2.	Microsoft Corporation (Redmond/ USA)	€ 57,381 Mrd.
3.	Amazon.com Inc. (Seattle/ USA)	€ 47,551 Mrd.
4.	Google Inc. (Mountain View/ USA)	€ 39,052 Mrd.
5.	eBay Inc. (San Jose /USA)	€ 10,954 Mrd.
6.	Facebook, Inc. (Palo Alto/ USA)	€ 3,961 Mrd.

7. Yahoo! Inc. (Sunnyvale/ USA) € 3,882 Mrd.
8. IAC/InterActiveCorp. (New York/ USA) € 2,180 Mrd.
9. Twitter (San Francisco/ USA) € 0,272 Mrd.
10. Wikimedia Foundation, Inc. (St. Petersburg/USA) € 0,033 Mrd.

Letzte Änderung: 30.04.2013 11:32