



Dokumentation

**Engagement britischer und deutscher Medienunternehmen
auf den gegenseitigen Medienmärkten**

**Engagement britischer und deutscher Medienunternehmen
auf den gegenseitigen Medienmärkten**

Aktenzeichen: WD 10 – 3000 – 014/17
Abschluss der Arbeit: 6. April 2017
Fachbereich: WD 10: Kultur, Medien und Sport

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Gegenstand vorliegender Dokumentation sind Auskünfte über das Engagement führender britischer Medienunternehmen insbesondere in Deutschland sowie im übrigen europäischen Ausland bzw. über das Engagement führender deutscher Medienunternehmen in Großbritannien.

Aktuelle Erkenntnisse hierzu sind den in der Mediendatenbank „mediadb.eu“ des Instituts für Medien- und Kommunikationspolitik gGmbH zusammengestellten Informationen zu den 100 größten Medienkonzernen 2016 zu entnehmen:

- Institut für Medien- und Kommunikationspolitik gGmbH (Hrsg.), *Ranking der 100 größten Medienkonzerne 2016*, <http://www.mediadb.eu/rankings/intl-medienkonzerne-2016.html>

– Anlage 1 –

Siehe darin die einschlägigen Angaben zu RELX Group (24.), Pearson plc (30.), ITV plc (47.) und Daily Mail & General Trust plc (67.) sowie Bauer Media Group (71.), Hubert Burda Media Group GmbH & Co. KG (72.) und Georg von Holtzbrinck GmbH (83.).

Medienbeteiligungen von ProSiebenSat.1 Media SE, des Burda-Konzerns, des Springer-Konzerns und der Bauer Media Gruppe in Großbritannien werden im Übrigen sichtbar bei:

- Intendant des Hessischen Rundfunks in Zusammenarbeit mit der ARD-Werbung (Hrsg.), *Media Perspektiven – Basisdaten 2015*, Seiten 33, 35, 39, 44 und 45; abrufbar unter: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Basisdaten_2015_komplett_und_verlinkt.pdf

– Anlage 2 –

Zusätzliche Informationen zu den Tätigkeiten britischer Medienunternehmen enthalten folgende Materialien:

- Institut für Medien- und Kommunikationspolitik gGmbH (Hrsg.), *Länderporträt Großbritannien*; abrufbar unter: <http://www.mediadb.eu/europa/grossbritannien.html>

– Anlage 3 –

- European Journalism Centre (Hrsg.), *Media Landscapes: United Kingdom*, written by Michael Bromley; abrufbar unter: http://ejc.net/media_landscapes/united-kingdom#

– Anlage 4 –

- Media Reform Coalition (Hrsg.), *Who owns the UK Media?*; abrufbar unter: http://www.mediareform.org.uk/wp-content/uploads/2015/10/Who_owns_the_UK_media-report_plus_appendix1.pdf

– Anlage 5 –