

INHALT

Vorwort	7
---------------	---

Teil 1: DIE MEDIEN-SUPERMÄRKTE 11

Tour d'Horizon: Die Mega-Industrie	13
Der Weltmeister aller Klassen	16
Der geheimnisvolle Riese	20
Der Champion von morgen	22

Status quo: Der Kampf um Europa 26

Die große Offensive	27
Die spektakulärsten Coups	30
Das internationale Informationsnetz	33
Der Wilde Osten	35

Teil 2: EINE BRANCHE IM UMBRUCH 47

Printmedien: Die Presse unter Druck	48
Konzentration, Konkurrenz und Krisen	54
Der Wandel in der Presselandschaft	67
Die wichtigsten Print-Imperien	85

Fernsehen: Die Tele-Visionen 96

Das Ende der Monopole	97
Die neuen TV-Matadore	111
Die Taktik der Privatsender	118

Radio: Die Funk-Revolution 125

Der Boom im Äther	126
Die Outsider sind in	133
Die kommerzielle Welle	138

Neue Medien: Die Zukunft am Himmel 144

Der Kabel-Salat in Europa	145
Der Krieg der Satelliten	152
Die Troubles der Pioniere	158

Teil 3: DIE MEDIEN-MULTIS	165
Die Stars: Europas erste Garde	167
Der Gigant aus Gütersloh: Bertelsmann	169
Die französische Geheimwaffe: Hachette	175
Das Spiel ohne Grenzen: Rupert Murdoch	179
Die Robert Maxwell-Story	186
Der TV-König aus Italien: Silvio Berlusconi	192
Die Geheimtips: Die zweite Garnitur	197
Die Stars im Hintergrund:	
Reed, Pearson, Elsevier, Ringier	197
Die Industrie-Capos:	
Agnelli und De Benedetti	202
Der deutsche Clan:	
Springer, Kirch, Burda, Bauer	205
Teil 4: EIN Szenario 2000	217
Die Schlacht am Werbemarkt	221
Das Fazit der Zukunft	227
ANMERKUNGEN	233
ANHANG	251
Die Multis	256
Presse	280
Fernsehen	285
Radio	292
Werbung	294
LITERATURVERZEICHNIS	305
REGISTER	315