

Inhalt

Einleitung

Für eine neue Unternehmensform in den Medien 7

Verlorene Illusionen 9 • Medien sind keine Ware 11 • Medien und Demokratie 13 • Die Medien retten 15

Kapitel 1

Informationszeitalter? 17

Informationen jenseits der Medien 18 • Eine Fülle von Rechts- und Finanzierungsformen 21 • Was ist Information? 23 • Die Journalisten und der Presseausweis 25 • Die Zahl der Journalisten 26 • Eine Revolution der journalistischen Tätigkeit 28 • Immer weniger Journalisten... pro Zeitung 30 • Ins Netz gegangen 32 • Sinkende Qualität der Inhalte? 36 • Mehr Online-Inhalte? 39

Kapitel 2

Zerplatzte Hoffnungen 43

Entstehung der Zeitungswerbung 44 • Immer mehr Werbung? 46 • Immer weniger Werbung 49 • Immer mehr Wettbewerb? 53 • Grenzen des Wettbewerbs 54 • Folgeschäden des Wettbewerbs 59 • Immer mehr Internetleser? 62 • Werden die Medien künstlich am Leben erhalten? 66 • Wie umfangreich sind die Pressehilfen wirklich? 68 • Presseförderung im Kontext 70 • Die Pressehilfen reformieren 74 • Die Hoffnung auf ein neues «goldenes Zeitalter» 76 • Freiheitsverluste 77

Kapitel 3

Ein neues Modell für das 21. Jahrhundert 83

Das Gesetz des Marktes überwinden 84 • Der Markt und die Märkte 88 • Nicht gewinnorientierte Medien 89 • Unternehmensführung und Aktien 92 • Meine Weltreise 94 • Der Preis der Unabhängigkeit 98 • Grenzen 101 • Das Beispiel der Genossenschaften 102 • Ein neues Modell: die Mediengesellschaft 105 • Kapital und Macht 109 • Stimmrechte in der Mediengesellschaft 111 • Veranschaulichung 113 • Die Vorteile der Mediengesellschaft 115 • Eine Alternative zum System der Pressehilfen 118

Schlussbetrachtung

Kapitalismus und Demokratie 121

Das Ende der Postkutsche 121 • Endspiel? 123

Anmerkungen 128