

Inhalt

Vorwort 9

Der Fall Thomas Middelhoff –

Was hinter den Kulissen geschah 15

»Thomas, es ist aus ...« 15

Der Fall AOL Time Warner: Aktionäre klagen,
Börsenaufsicht und US-Justiz ermitteln 20

Gab es auch bei Bertelsmann Insidergeschäfte? 25

With a little help from Bertelsmann ... 26

Das Online-Werbeparadies Europa – eine Fata Morgana für Aktionäre 28

AOL Europe schockt die AOL-Time-Warner-Aktionäre 31

Warten auf Bertelsmann – Der Deal mit Terra Lycos 35

Miami Vice: Villalonga, Quattrone, Middelhoff und Co. 38

Was in Sachen Bertelsmann und Thomas Middelhoff noch folgen kann 42

Ein theologischer Verlag in der westfälischen Provinz –

Die Frühgeschichte des Hauses Bertelsmann (1835–1932) 46

Was du ererbt von deinen Vätern ... 46

Carl Bertelsmann, der Gründer (1835–1850) 47

Heinrich Bertelsmann, der Käufer (1851–1887) 53

Johannes Mohn, der »vierte Pastor von Gütersloh« (1887–1921) 58

Heinrich Mohn, der Romanverleger, und sein Vertriebsgenie (ab 1921) 60

Die Kriegsgewinnler –

Bertelsmann im Dritten Reich 69

Die Geschichtsklitterung 69

Bertelsmann erforscht seine Geschichte 74

Volksausgaben und Kriegserlebnishbücher (1933–1939) 79

Großlieferant der Wehrmacht	89
Korruption, Hasardeure, Blanko-Schecks	93
Bertelsmann im Visier der NS-Justiz	100
Die »Schließung« des Verlags	106
Das Schicksal des Matthias Lackas	108
Von den Nazis zu den Briten: Wie man eine Lizenz erschleicht	109

Der Lesering als Fundament des Weltunternehmens – Bertelsmann in den Fünfziger- und Sechzigerjahren 119

Wer lesen kann, liest Bertelsmann!	119
Die Bertelsmann-Methoden	125
Schuld sind immer die anderen ...	130
Die Geister, die ich rief ...	134
Die rettende Idee	138
Die Hauptfaktoren des Lesering-Erfolgs	141
Die Bertelsmann-Rhetorik: Ideologie, Vertrauenswerbung oder Firmenkult?	145
Unternehmen außer Konkurrenz	151
Die Bertelsmann-Kultur: die Legende vom »Roten Mohn«	154
Die Selbstherrlichkeit des Firmen-Patriarchen	160

Die Bertelsmann-Unternehmenskultur – Proklamation und Praxis 167

Vom Lesering zum Medienriesen: weltweite Expansion ...	167
... und die Gütersloher Stammbetriebe: Reinhard Mohns	
Musterschüler Jochen Werner	170
»Partnerschaft« – aber nur auf Zeit und bei Gelegenheit	174
»Mitsprache«: Beteiligung ohne Einfluss	180
Der Betriebsrat als Organ der Harmonisierung	184
»Dezentrale Führung« und zentrale Kontrolle	187
Gewinnbeteiligung: Wie oft und wie lange noch?	193
Unternehmenstyp: neofeudal	196
Japanische Verhältnisse für den Bertelsmann-Patriarchen	202
Die Ära Liz Mohn	205

Wie Reformen gemacht werden –

Die Bertelsmann Stiftung und ihr politischer Einfluss 213

Im Zentrum der Macht 213

Der Rockefeller von Gütersloh 215

Effizienz regiert die Welt – Bertelsmanns Reform Think Tank 222

Die Stiftung und die Agenda 2010 226

Werner Weidenfelds Kontakthof 230

Ein (Ex-)Bundespräsident im Internet-Fieber 237

Politik und Wirtschaft – ein Karussell 242

Der Kanzler(innen)berater 247

Medienunternehmen oder Gemischtwarenladen? –

Weiß Bertelsmann, was es auf dem Weltmarkt will? 251

Die Napster-Groteske 251

Die Entwicklung der Konzernstruktur 256

Unüberbietbarer Geltungsanspruch 264

Die Kulturbringer 266

... und dann bitte noch den größten Verlag der Welt 273

Bertelsmann kapert RTL 278

arvato, der Post-Dienstleister 284

Gruner + Jahr, der Fremdkörper 292

Der Konzern und die Presse 296

Die Bertelsmann-Massenkultur 299

Wie geht es weiter mit Bertelsmann? 310

Anmerkungen 320

Zeittafel 332

Literatur 338

Personenregister 343