
Inhalt

Dieter Hildebrandt	
Einfall für zwei	9
Gebrauchsanleitung	12
1. Kapitel	
Erfahrungen von unten	17
Was die Leute sagen	19
Die diskrete Nonchalance der Selbstbedienung	20
Hunger auf Geschichten	22
Boris Becker am Kiez-Tresen	23
Wir schwimmen nicht in Milch und Honig	24
Die Erzeugung von Quälgeistern	29
Die McDonaldisierung des Rundfunks	30
Das Repräsentative im Nicht-Repräsentativen	33
Stammtisch- und Sesselgemurmel	36
In Distanz zu sich selbst	37
	5

2. Kapitel	
Portrait eines Medienunternehmens	39
Der SFB: Einer unter anderen	41
Wie der Sender organisiert ist	44
Gremien: Die Freiheitschancen des Destruktiven	48
Übergeordnete Gremien	54
Was eingenommen und ausgegeben wird: Der Wirtschaftsplan	56
Die Gewinne der Töchter und die Geheimnisse des Handelsrechts	64

3. Kapitel	
Gruppenbild mit Riesen. Deutsche Medienmultis	75
Wem SAT 1 und RTLplus gehören	77
Das B in BRD bedeutet: Bertelsmann	79
Europa den Riesenzwerge?	85

4. Kapitel	
Deutsche Medienzukunft	93
Auszug aus dem Leseland und Rückkehr dorthin	95
Aufmarsch der Pressegiganten	98
Bewölkte Rundfunklandschaften	101

5. Kapitel	
Bücher, Lesen. Bücher lesen!	117
Häusliche Medienzentren. Medienausstattung deutscher Haushalte	119
Wer sieht fern? Wer liest? Wie die Deutschen ihre Medien nutzen	123
Lesen oder lesen lassen? Wer lernt lesen?	129
Wie lernt man lesen? Wer lehrt lesen?	133
Was wird gelesen?	135

Warum Buchkaufhäuser die Bücher verteuern. Über die Lage des Buchhandels	137
---	-----

6. Kapitel

Fahrpläne durch den Alltag.

Zeitungen und Zeitschriften	141
Wer liest Tageszeitungen?	143
Was bringen Tageszeitungen?	147
Ein Hohn auf das Grundgesetz? Konzentration im Pressewesen	149
Zeitungsland DDR?	151
Zeitschriften: Die große Chance für Gedrucktes	153

7. Kapitel

An der Spitze: Otto, der Außerfriesische.

Kino und Film in der BRD	159
Mobilitätsmedium Kino	161
Großstadtmedium Kino. Keine Freiheit auf dem Kinomarkt	162
Die Medienkoalition. Ohne Fernsehen kein Film	165

8. Kapitel

Pop-Musik und das Neueste aus der Nachbarschaft.

Hörfunk in der Bundesrepublik	169
Gerangel auf dem Hörfunkmarkt	171
Enttäuschte Erwartungen, verfehlt Ideologien und verbliebene Hoffnungen	175
Das Portemonnaie der Radio-Tage	178
Lohnt sich der öffentlich-rechtliche Hörfunkaufwand?	180
Aufklärung ist nicht unwirksam	183
Wer zahlt? Einige technische Aspekte des Hörfunksystems	184

9. Kapitel

Des Zeitengeists gewaltig freches Toben.

Ein Kapitel über unser Lieblingsmedium 187

Fernsehen: Deutsches Lieblingsmedium 189

Keine Zeigefingerspiele! 193

Gebührenzahler an die Kasse!

Die ökonomischen Lehren der Verkabelung 195

Das Fernsehen ist nicht das Gefängnis.

Gegen Fernsehkonkurrenz keine
grundsätzlichen Einwendungen 199

Das Fernsehen ist ein Freizeitmedium,
keine Volksbildungsanstalt 202

Wird das Fernsehen immer schlechter? 204

Die Fernseh-Milliarden: Woher? Wohin? 207

Anhang 215

I. Goethe übers Fernsehen 217

Vorspiel auf dem Theater 218

II. Anschriftenliste 225

III. Hinweise 228