

Fernsehen als Ware?

Wie Private-Equity-Investoren nach ProSiebenSat.1 griffen

ProSiebenSat.1 im Jahr 2003: Die Nummer Eins im Fernsehwerbemarkt, ein Umsatz von mehr als 1,8 Milliarden Euro und die zweitgrößte Sendergruppe Deutschlands. Fernsehen ist mithin nicht nur ein Massenmedium, sondern vor allem ein Riesengeschäft. Kein Wunder, dass 2003 die Heuschrecken kamen. Der US-Milliardär Haim Saban läutete eine Wachablösung in der deutschen Fernsehlandschaft ein: Erstmals übernahm bei einem Senderverbund ein fachfremder Finanzinvestor die Geschäfte. Die ProSiebenSat.1 Media AG wechselte von Medienmogul Leo Kirch in die Hände einer Private-Equity-Gesellschaft. Daran hat sich auch mit den neuen Inhabern KKR und Permira nichts geändert. Und die Herren aus dem Ausland wollen ausschließlich eines: Gewinne. Wie das Gesicht und die Qualität des Programms sich damit ändert, ob die Beschäftigten nur noch als Humankapital betrachtet werden, und ob das Fernsehen damit endgültig zur reinen Ware verkommt, untersucht dieses Buch. Welche Ziele haben die Investoren langfristig und wie verlässlich sind sie für den Medienstandort Deutschland?



24,90 €

23,27 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783828822368

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8288-2236-8

Verlag: Tectum

Erscheinungstermin: 05.04.2010

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2010

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 384 g

Seiten: 265

Format (B x H): 148 x 210 mm

