
Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber	9
I Medien und Medienentwicklung	
Von der Vergangenheit und Zukunft der Zeitung <i>Ursula Wirz</i>	13
«Infotainment» – Information der Zukunft? <i>Louis Bosshart</i>	23
Les médias bernois doivent rester en mains bernoises! <i>Marc Gassmann</i>	31
Medien zwischen Informations- und Werbemarkt <i>Albert P. Stäheli</i>	41
Die nicht relevanten über Fünfzigjährigen <i>Matthias Steinmann</i>	47
Internet – das Ende der publizistischen Sorgfalt? <i>Hans Heinrich Coninx</i>	59
Gedanken zum Wirtschaftsjournalismus <i>Peter Nobel</i>	69

II Verleger und Unternehmertum

Vom Reiz, ein Medienunternehmen zu führen <i>Georges Bindschedler</i>	89
Die Verlegerpersönlichkeit <i>Iwan Rickenbacher</i>	97
Manager und Medien <i>Dieter Jäggi</i>	105
Geld, Geist und die Handschrift des Chefs <i>Urs Schweizer</i>	115
Zeitungspapierfabrikanten und Zeitungsverleger <i>Erwin Reinhardt</i>	119
Fürsprecher und Unternehmertum <i>Riccardo Gullotti</i>	127
Bekenntnis zur regionalen Verankerung <i>Markus Kündig</i>	135
Vom neuen Berner Geist <i>Elisabeth Zölch</i>	141

III Wege zum Medienunternehmer

Erinnerungen eines Jugendfreunds <i>Hans Feldmann</i>	151
Beobachtungen eines Verhandlungspartners <i>Hans Kellerhals</i>	159
Von der Freude am Bauen <i>Vinzenz Losinger</i>	169
Führung von Panzerverbänden <i>Ulrich Zwygart</i>	175
Private Banking in schwierigen Zeiten <i>Wolfgang Wiegand</i>	189

IV Ausgewählte Aspekte

Wenn Schweigen nicht Gold ist 201

Peter Ziegler

Der Schein trügt nicht – oder doch? 207

Georg Krneta

Vom amtlichen Umgang mit den Medien 215

Franz A. Blankart

Autorinnen und Autoren 233