



# Eigentum, Medien, Öffentlichkeit

*Verhandlungen des Netzwerks  
Kritische Kommunikationswissenschaft*

Herausgegeben von Selma Güney,  
Lina Hille, Juliane Pfeiffer, Laura Porak,  
Hendrik Theine

academics



WESTEND

WESTEND



**SELMA GÜNEY, LINA HILLE, JULIANE PFEIFFER,  
LAURA PORAK, HENDRIK THEINE (HG.)**

# **Eigentum, Medien, Öffentlichkeit**

**Verhandlungen des Netzwerks Kritische  
Kommunikationswissenschaft**

**WESTEND**

Mehr über unsere Autor\*innen und Bücher:  
[www.westendverlag.de](http://www.westendverlag.de)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Dieser Band ist im Nachgang der 4. Jahrestagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft entstanden, die unter dem Titel »Eigentum, Medien, Öffentlichkeit« vom 12. bis 14. Mai 2022 an der Universität Wien stattfand, und wird gefördert von der Universität Leipzig mit Mitteln aus dem Publikationsfond für OA-Monographien und -Sammelbände. Die Beiträge in diesem Buch erscheinen unter der Creative-Commons-Lizenz CC BY 4.0:  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>  
DOI: <https://doi.org/10.53291/9783949925092>



Print-ISBN: 978-3-949925-08-5  
E-Pub-ISBN: 978-3-949925-09-2  
© Westend Verlag GmbH, Frankfurt / Main 2023  
Umschlaggestaltung: Buchgut, Berlin  
Satz: Publikations Atelier, Weiterstadt  
Druck und Bindung: CPI – Clausen & Bosse, Leck  
Printed in Germany  
Lektorat: Philipp Müller

# Inhalt

*Selma Güney, Lina Hille, Juliane Pfeiffer, Laura Porak  
und Hendrik Theine*

Einleitung 9

## Zur Einführung

*Sabine Nuss und Hendrik Theine*

Kapitalismus, Eigentum, Medien – einleitende Bemerkungen 29

*Andrea Grisold*

Die Eigentumsfrage in der Ökonomie und am Mediensektor 39

## Reflexionen zur Kritik der politischen Ökonomie der Medien

*Manfred Knoche*

Medien, Journalismus und Öffentlichkeit im Familien-  
Privateigentum. Zur Kritik der politischen Ökonomie  
kapitalistischer Medienunternehmen 55

*Christian Fuchs*

Zur Kritik der Politischen Ökonomie des Digitalen  
Kapitalismus: Die Aktualität von Manfred Knoches  
Beitrag zur Kritik der Politischen Ökonomie der Medien  
und der Kommunikation 76

*Martina Thiele*

Auch im Angebot: Feministische Kapitalismuskritik 96

*Sebastian Sevignani*

Weitermachen! Kritik der Politischen Ökonomie der Medien  
und der Kommunikation als Teil einer kritischen  
Gesellschaftstheorie 118

## **(Daten-)Eigentum, Plattformen und digitaler Kapitalismus**

*Amira Moeding*

Big Data, Rassifizierung und Akkumulation 147

*Tim Franke und Jannis Gruß*

Harrison White, digitale Plattformen und die analytische Kritik 167

*Thilo Rösch*

Die Datenfabrik. Content als Rohstoff zur Kapitalakkumulation auf digitalen Plattformen am Beispiel Youtubes und Christian Fuchs' Modell der digitalen Kapitalakkumulation 195

*Malte G. Schmidt*

Propertisierte Öffentlichkeit – Eigentum, Arbeit und Deliberation in Plattformöffentlichkeiten 214

## **(Neue) Abhängigkeiten von Journalismus und Medien**

*Hendrik Theine und Daniel Grabner*

Vorschreitende Kommodifizierung der Medien in Österreich – konzeptionelle und empirische Befunde zu den gegenwärtigen Entwicklungen 239

*Uwe Krüger, Pauline Köbele, Mascha Leonie Lang,*

*Milena Scheller und Henry Seyffert*

Wie viel Einfluss haben deutsche Medieneigentümer\*innen und -manager\*innen auf den Journalismus?  
Eine qualitative Befragung von Medienjournalist\*innen 262

*Ingo Dachwitz und Alexander Fanta*

Presse und Plattformen: Ohne Google geht nichts.  
Von der neuen Abhängigkeit des Journalismus im Digitalen 287

## **Eigentum in medialen Diskursen**

*Silas Ketels*

Der Einfluss des Medieneigentums auf Kevin  
Kühnerts Sozialismusdebatte 313

*Hendrik Theine, Georg Hubmann und Quirin Dammerer*

Vermögenssteuern im medialen Diskurs: Wertvorstellungen,  
Ausgestaltung und ökonomische Auswirkungen 333

*Martina Thiele, Helena Atteneder und Sascha Thürmann*

(H)ausgeträumt? Eine Kritische Diskursanalyse der  
Eigenheimdebatte im Superwahljahr 2021 357

## **Bildung und Kulturgüter im (digitalen) Kapitalismus**

*Holger Pötzsch und Marc Fabian Buck*

Digitalisierung, Daten, Eigentum: Bildung im  
digitalen Kapitalismus 385

*Jens Schröter*

Reproduzierbarkeit, Eigentum, Wert. NFTs in der Kunst 407

*Thomas Spies*

»Do It for the Working Class«: Disco Elysiums kritisches  
Videospieldesign in einer kapitalistischen  
Unterhaltungsindustrie 421

## **Media Ownership beyond Capitalism**

*Laura Porak und Kerem Schamberger*

Islands in the Privately Dominated Sea of Capitalist Media 443

*Lander Arbelaitz*

Argia – Worker-Owned Basque Centenary Media 449

*Boyan Stanislavski*

The Barricade – Online-News from Eastern Europe 459

<i>Ulli Weish</i>	
Radio Orange 94.0 – Viennese Community Radio	463
<i>Konstantinos Poulis</i>	
The Press Project – Greek Independent News	471
Kurzbiografien der Autor*innen	482

# Einleitung

Selma Güney, Lina Hille, Juliane Pfeiffer, Laura Porak  
und Hendrik Theine

## 1 Hintergrund und Idee des Bandes

Spätestens mit der Übernahme von Twitter (mittlerweile X) durch Elon Musk im Herbst 2022 und der anschließenden radikalen Umstrukturierung des Mikroblogging-Dienstes scheint die Frage, wem die Medien eigentlich gehören, zurück im gesellschaftlichen Problembewusstsein zu sein. Teil der einsetzenden öffentlichen Debatte war auch der Umstand, dass es sich bei dem neuen Besitzer nach *Forbes*-Schätzungen um den zu diesem Zeitpunkt reichsten Menschen der Welt handelte (Dolan und Peterson-Withorn 2022). Diskutiert wurde unter anderem, ob es eine gute Idee sei, dass Superreiche sich Medien – und damit einen Teil der Infrastrukturen demokratischer Öffentlichkeiten – ohne Weiteres kaufen können (Klein 2022; Ohnsman 2022). Dabei war Elon Musk nicht der erste Milliardär, der in letzter Zeit die Kontrolle über ein Medienunternehmen übernommen hat. Im Gegenteil: Er reiht sich damit in eine lange Liste von Superreichen ein. Jeff Bezos kaufte 2013 die *Washington Post* und Gautam Adani sicherte sich Ende 2022 die Mehrheit beim indischen Fernsehsender New Delhi Television Ltd (Reuters 2022; Neate 2022). Auch in Europa gibt es entsprechende Beispiele: Die tschechische Milliardärin Renata Kellnerova stieg Februar 2023 als zweitgrößte Aktionärin bei ProSiebenSat.1 ein, Vincent Bolloré gehört durch den Kauf der Canal+-Gruppe 2015 zu einem der wichtigsten Medienunternehmer Frankreichs und der im Oktober 2022 verstorbene Red Bull-Gründer Dietrich Mateschitz schuf mit ServusTV und weiteren Medienmarken einen eigenen Medienkonzern, welcher zu den einflussreichsten in Österreich gehört (Shaller 2023).

Der Konnex von Medieneigentum und ökonomischem Reichtum ist kein neues Phänomen. Einer der prominentesten Medienunternehmer ist Rupert Murdoch, der sich im Laufe seines Lebens in den USA, Großbritannien und Australien mit Unternehmen wie Fox News und *The Sun* ein weitverzweigtes Medienimperium aufgebaut hat (Arsenault und Castells 2008). Silvio Berlusconi dominierte jahrzehntelang die Medienlandschaft Italiens (Hambückers 2006). Und in Deutschland sind viele große Medienhäuser in generationenübergreifendem Besitz reicher Familien, wie der Bertelsmann-Konzern der Familie Mohn, die Hubert Burda Media der Familie Burda oder die Bauer Media Group der Familie Bauer (Ferschli et al. 2019).

Die potenziell disziplinierende Macht wohlhabender Eigentümer\*innen von privaten Medien gilt es ebenso zu beforschen wie den Einfluss gewinnorientierter Mediengeschäftsmodelle auf journalistische Inhalte. Wenn Superreiche und ihre Unternehmen die Medien kontrollieren, kann dies zu Interessenskonflikten, Voreingenommenheit und möglicherweise zur Manipulation der Berichterstattung führen. Dies wiederum vermag die Vielfalt der Stimmen und Perspektiven einzuschränken, die der Öffentlichkeit präsentiert werden, und die Unabhängigkeit der Medien zu beeinträchtigen (Benson 2019; Pickard 2019). Politiker\*innen befinden sich hier in einem Spannungsfeld zwischen Regulierungsbedarf im Rahmen einer demokratischen Medienordnung und wirtschaftlichen Interessen der Medienunternehmen; ihre Reaktionen erfolgen meist zu langsam oder adressieren die skizzierten Problemlagen wenig bis gar nicht (zum Beispiel Dolata und Schrape 2022, 4; Trappel 2019).

Im gegenwärtigen *neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit* (Habermas 2022; Seeliger und Seignani 2021) spitzen sich die gesellschaftspolitischen Herausforderungen weiter zu. Neben der Finanzierungskrise etablierter Medien nehmen die algorithmische Kontrolle von Kommunikationsflüssen und der Einfluss von digitalen Großkonzernen, die Medien(-infrastrukturen) kapern, im digitalen Kapitalismus zu (zum Beispiel Nechushtai 2018; Theine et al. 2023). Öffentlich-rechtliche Medien stehen unter verstärktem Spar-, Reform- und Legitimationsdruck, während sich parallel der Aufstieg rechts-populistischer Alternativmedien und die Fragmentierung öffentlicher

Arenen fortsetzen – bei fortwirkender medialer Unter- oder Misrepräsentation gesellschaftlich marginalisierter Gruppen (zum Beispiel Lünenborg und Maier 2017; Peil et al. 2020).

Über einen allzu engen Fokus auf Medien hinaus gilt es das Thema Eigentum vor dem Hintergrund der neoliberalen Transformation von Gesellschaften und der damit einhergehenden zunehmenden sozioökonomischen Ungleichheit in den Blick zu nehmen. Sozialwissenschaftliche Studien zeigen, dass die weitreichende Privatisierung, Deregulierung und Neoliberalisierung der Politik, im Einklang mit den Interessen der Mächtigen, enorme Ungleichheit verursacht hat (Sayer 2015; Gilens und Page 2014). Es sind vor allem rassifizierte, migrantisierte und/oder sexistisch diskriminierte Teile der Bevölkerung, die solche Ungleichheit trifft – und zwar intersektional, wie unter anderem der Umgang der deutschen Fleischverarbeitungs- und Schlachtbetriebe Tönnies mit osteuropäischen Arbeiter\*innen zeigt (Götzke 2022; Mauer und Leinius 2021). Darüber hinaus wird immer deutlicher, dass in weiten Teilen der Wirtschaft Monopole oder Oligopole vorherrschen. Durch ihre Vormachtstellung, etwa am Medienmarkt, können Großunternehmen nicht nur in wirtschaftlichen Bereichen, sondern auch in politischen, sozialen und kulturellen Angelegenheiten eine einflussreiche (wenn nicht gar dominante) Rolle einnehmen (Khan und Vaheesan 2017; Stiglitz 2015).

Hinzu kommt die Problematik von (geistigen) Eigentumsregimen im zunehmend digitalen Kapitalismus, welche derzeit politisch und rechtlich verhandelt werden (zum Beispiel Eigentum an Daten in überwachungsgetriebenen Geschäftsmodellen). Die algorithmische Arbeitssteuerung auf unterschiedlichen Online-Plattformen ist ein erstes Anzeichen dafür, wohin der digitale Kapitalismus in der Unterdrückung niedrig entlohnter Arbeiter\*innen – und besonders Migrant\*innen – steuert (Schaupp 2023). Wie und ob Medien all diese wirtschaftlichen, politischen und rechtlichen Prozesse aufgreifen oder gar problematisieren und auch auf welche Art sie selbst davon betroffen sind, beeinflusst die Souveränität demokratischer Staaten und sollte daher dringend in Wissenschaft und Öffentlichkeit adressiert werden.

Dieser Problemaufriss demonstriert eindrücklich, dass Fragen von Medieneigentum und Medienbesitz im Forschungsinteresse der Kom-

munikations- und Medienwissenschaft liegen – und mit Gründung des Faches vor gut hundert Jahren auch bereits lagen, wie insbesondere Hans Bohrmann (2002; 2003) aufgezeigt hat.<sup>1</sup> Die ersten Vertreter der universitären Zeitungskunde problematisierten den »vorgeschriftene[n] kapitalistische[n] Charakter der Tagespresse« (Bücher 1921, 300) und den »fatalen Dualismus, auf den das Zeitungswesen aufgebaut ist, in seinem Charakter als privates Erwerbsunternehmen, das öffentlichen Interessen dienen soll« (Dovifat 1990 [1927], 64). Karl Büchers (1921, 300) von Ferdinand Lasalle übernommene Feststellung, die Zeitung sei »[g]eschäftlich [...] ein Erwerbsunternehmen, das Annoncenraum herstellt und verkauft, der nur durch redaktionellen Teil absetzbar gemacht werden kann«, ist in den 1920er Jahren Grundlage seiner Vorschläge für eine Reform der Presse. Emil Dovifat (1998 [1928], 476) thematisiert 1928 in seiner Berliner Antrittsvorlesung eine »weiter wachsende [...] Konzentration des Zeitungs- und Nachrichtenwesens in den Händen mächtiger Wirtschaftsgruppen«, die aus seiner Sicht die innere Unabhängigkeit der Presse bedrohten. Aufgabe der Zeitungswissenschaft sei laut Dovifat die »*Erforschung des Wechselspiels zwischen den geistigen, den technischen und den wirtschaftlichen Kräften innerhalb der Zeitung*« (ebd., 470, Hervorhebung im Original).

Laut Hans Bohrmann (2003, 173) sei dann aber am Berliner Institut »das Verhältnis dieser drei Faktoren zueinander unbestimmt« geblieben und das »geistige Element« hätte dominiert. »Ökonomische Aspekte spielten nur am Rande eine Rolle« (ebd.); es blieb vor, während und nach der NS-Zeit vor allem bei der Erstellung pressestatistischer Handbücher, deren Daten mit unzulänglicher Methodik erhoben und ausgewertet wurden. Bis in die 1960er Jahre hinein konstatiert Bohrmann (2003, 175) eine »ökonomische [...] Abstinenz der Zeitungswissenschaft«. Die Konzentrationsprozesse in der Bundesrepublik und die Wiederbelebung von Kapitalismus- und Ideologiekritik im Zuge der 68er-Bewegung waren Impulse für eine Hinwendung

---

1 Zur weiteren fachgeschichtlichen Einordnung siehe unter anderem Koenen (2016) sowie Löblich und Venema (2020); speziell zur Rolle Emil Dovifats in der Zeit des Nationalsozialismus siehe Pfeiffer (2018).

zu medienökonomischer Forschung innerhalb des Fachs, das nach Generationswechseln, »empirisch-sozialwissenschaftlicher Wende« (Löblich 2010), Ausbau und Binnendifferenzierung inzwischen die Medienökonomie als Teildisziplin und in einer Fachgruppe der Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft etabliert hat. Die Medienökonomie entfernt sich jedoch zunehmend von einer Perspektive auf die Medien – und damit auch die Eigentumsstrukturen von Medien.

Angesichts dieser dem Fach zu attestierenden »Eigentumsvergessenheit« (KriKoWi 2020) und der oben skizzierten Herausforderungen fand im Mai 2022 unter dem Titel »Eigentum, Medien, Öffentlichkeit« die vierte Tagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft (KriKoWi) an der Wirtschaftsuniversität Wien statt, auf deren Basis der nun vorliegende Tagungsband entstanden ist. Wie die Tagung vereint der Band Beiträge aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie aus Nachbardisziplinen wie der Soziologie, der Politologie, der Science and Technology Studies, der Wirtschaftswissenschaft und der Geschichtswissenschaft. Die Beitragenden forschen und arbeiten in Deutschland, Österreich, Norwegen, Griechenland, Bulgarien, der Schweiz und dem Baskenland. Unter den Autor\*innen sind Wissenschaftler\*innen verschiedenen Alters, aus unterschiedlichen Laufbahnabschnitten und Beschäftigungsverhältnissen sowie Praktiker\*innen aus (Wissenschafts-)Politik und Medien.

Ausgehend von einem breiten, aber nichtsdestotrotz inhaltlich zu bestimmenden Kritikbegriff, der eine Vielzahl theoretischer und methodologischer Perspektiven vereint (van den Ecker und Tröger 2022), versammelt der Tagungsband vielfältige Ansätze, die Medien-eigentum als zentrales Thema betrachten – wie etwa die kritische politische Ökonomie der Medien und Kommunikation (Fuchs 2020; Jin 2018; Winseck 2017; Knoche 2015; McChesney 2013; Wasko et al. 2011; Mosco 2009). Grundlagen bilden unter anderem Forschung im Bereich der Medienkonzentration und des Medieneigentums (zum Beispiel Birkinbine et al. 2016; Noam und The International Media Concentration Collaboration 2016), Fragen des Einflusses von Medieneigentümer\*innen auf Medieninhalte (zum Beispiel Benson

2019) sowie die zunehmende Relevanz von Eigentum und Kontrolle von Legacy-Medien – das heißt sogenannten »alten« Medien wie Presse, Radio und TV. Darüber hinaus werden neu entstehende Formen von (digitalen) Mediengeschäftsmodellen angesichts der Krise der herkömmlichen Medien und der Transformation der Mediennutzung (zum Beispiel Pickard 2020; Curran 2019) im Zusammenhang mit Eigentumsverhältnissen diskutiert. Beispiele hierfür liefern der Aufstieg globaler Internet- und Plattformkonzerne (zum Beispiel Lai und Flensburg 2021), datengetriebene Technologien und Künstliche Intelligenz sowie deren zunehmende Relevanz für Ökonomie und Gesellschaft im digitalen Kapitalismus (zum Beispiel Törnberg 2023).

## 2 Aufbau des Bandes

Um diese vielschichtigen und komplexen Themenfelder »Eigentum, Medien, Öffentlichkeit« zu bearbeiten und zugänglich zu machen, haben wir diesen Sammelband in sieben Kapitel geteilt. Diese werden im Folgenden kurz vorgestellt.

### 2.1 Zur Einführung

Was ist eigentlich Eigentum? Welche Rolle spielt es in (kapitalistischen) Ökonomien? Wie ist das Verhältnis zwischen Eigentum und Medien gestaltet? Die beiden Beiträge des einführenden Kapitels beschäftigen sich mit diesen Fragen und legen damit wichtige wirtschafts- und politikwissenschaftliche Grundlagen für den Tagungsband. **Sabine Nuss und Hendrik Theine** beleuchten die Funktion von Eigentum in gegenwärtigen kapitalistischen Ökonomien. Sie beschreiben die Herausbildung und Entstehung des heutigen Eigentumsbegriffs und untersuchen einen dafür fundamentalen Zusammenhang: die Trennung von Besitz und Eigentum. Schließlich übertragen sie diese Überlegungen auf die Medien. **Andrea Grisold** thematisiert aus einer politisch-ökonomischen Perspektive die hohe

Konzentration des Medieneigentums, die Rolle unterschiedlicher Eigentumsformen und die Frage, wie Eigentum die Berichterstattung beeinflusst.

## 2.2 Reflexionen zur Kritik der politischen Ökonomie der Medien

Wer in der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienwissenschaft über Eigentum spricht, kommt an Manfred Knoche nicht vorbei. Knoche hat die immense Bedeutung des grundgesetzlich geschützten und vererbaren Privateigentums an Produktionsmitteln für die Transformation und Restrukturierung der Medienindustrie immer wieder betont samt »dem daraus abgeleiteten Zweck der Produktion, die Kapitalakkumulation mit dem Ziel der Profitmaximierung, die Produktionsverhältnisse als Herrschaftsverhältnisse von Kapitaleignern über Arbeitende (Verfügungsmacht über Arbeitskraft als Ware und Aneignung des produzierten Mehrwerts), das Recht der alleinigen Bestimmung der Produktionsziele und des entsprechenden Kapitaleinsatzes, die Aneignung der Produkte durch Kapitaleigner« (Knoche 2013, 93).

Knoches Beiträge zu einer kritischen politischen Ökonomie der Medien würdigten wir während der Tagung in einem eigenen Panel, in dem Knoche selbst und Wissenschaftler\*innen, die seine Arbeiten begleitet, aufgegriffen und weitergeführt haben, vertreten waren. Deren Ausarbeitungen finden sich im Band nun wieder.

Den Aufschlag liefert **Manfred Knoche** und beleuchtet Medien, Journalismus und Öffentlichkeit in kapitalistischen Medienunternehmen. **Christian Fuchs** überträgt Knoches Beitrag zur Kritik der Politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation auf Phänomene des digitalen Kapitalismus und zeigt die Aktualität des Ansatzes auf. **Martina Thiele** erweitert den Forschungsansatz um eine explizit feministische Kapitalismuskritik. **Sebastian Sevignani** beschließt das Kapitel mit der Losung »Weitermachen!« und argumentiert für ein Verständnis der Kritischen Politischen Ökonomie der Medien und Kommunikation als Teil einer kritischen Gesellschafts- und Kapitalismustheorie.