

Die Eigentumsfrage in der Ökonomie und am Mediensektor

Andrea Grisold

Keywords: *Eigentumsformen, Ungleichheit, Konzentration, Öffentlichkeit*

Grisold, Andrea. 2023. Die Eigentumsfrage in der Ökonomie und am Mediensektor. In: *Eigentum, Medien, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Selma Güney, Lina Hille, Juliane Pfeiffer, Laura Porak und Hendrik Theine, 39–50. Frankfurt am Main: Westend. <https://doi.org/10.53291/LQNN8350>.

Abstract

»Eigentum ist Diebstahl«, ein bekannter Ausspruch von Pierre Proudhon. Aber was macht Eigentum eigentlich? Dieser Beitrag dient dazu, den Rahmen des vorliegenden Tagungsbandes aufzuspannen, indem er einfürend die Rolle von (Medien-)Eigentum in der Ökonomie beleuchtet. Eigentum und Ungleichheit manifestieren sich in Konzentrationsformen und deren Auswirkungen auf Information. Die größten Sorgen und Gefahren im Kontext von konzentriertem Eigentum sind, dass die Macht, Inhalte zu bestimmen, signifikant erhöht wird. Und tatsächlich werden vor dem Hintergrund einer sich verschärfenden Medienkrise diejenigen Eigentumsformen häufiger, die andere – politische oder machtstrategische – Orientierungen als den reinen Profit zum Ziel haben. Wenn Vielfalt ein anzustrebendes Ziel in der Medienberichterstattung darstellt, so ist die Streuung von unterschiedlichen Eigentumsformen zu dessen Erreichung wesentlich.

Andrea Grisold | Wirtschaftsuniversität Wien | andrea.grisold@wu.ac.at

1 Einführung

Anhand von zwei Beispielen soll einführend der Einfluss von Eigentum dargestellt werden, einerseits konkret und jetztzeitig über Konzentrationsformen im Medienbereich, andererseits in der historischen Perspektive auf die Ausgestaltung ökonomischen Handelns und menschlicher Möglichkeiten.

1.1 Beispiel 1: Der Fall Twitter

Nachdem Twitter seinen Account gesperrt hatte, strengte Donald Trump eine Klage gegen das Unternehmen an. Die Maßnahme erfolgte nach dem Sturm auf das Kapitol im Januar 2021; ihr Grund war die demokratiepolitisch sehr bedenkliche Rolle seiner Tweets. Amerikanische Gerichte gaben dieser Klage nicht statt mit der Begründung, Twitter sei ein privatwirtschaftliches Unternehmen und dürfe daher ausschließen (also sperren), wen und was es wolle. Dieses Beispiel veranschaulicht die Problematik hinter Privateigentum eindrücklich. Wenngleich uns auch bewusst sein mag, dass jedes private Unternehmen solch einen Ausschluss von Kund*innen jederzeit vornehmen kann, ist dies doch bei Plattformkonzernen mit hochkonzentriertem Eigentum, welche die öffentliche Kommunikation stark bestimmen, noch einmal von ganz anderer Relevanz. Zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Beitrags hatte Elon Musk gerade vor wenigen Wochen Twitter gekauft und im Anschluss sowohl eine Vielzahl an Mitarbeiter*innen des Unternehmens entlassen als auch eine neue politische Linie des Mikroblogging-Dienstes angekündigt. So plane Musk etwa, »das angebliche Meinungsdictat linker Aktivisten auf der Plattform zu brechen« (Nassehi 2022, 10).

1.2 Beispiel 2: Einhegung als ursprüngliche Akkumulation

Gehen wir an die Anfänge unseres derzeitigen Wirtschaftssystems, des bürgerlichen Kapitalismus, zurück, so war eines für dessen Durch-

setzung ganz zentral: privates Eigentum. Deshalb darf es auch nicht verwundern, dass im Zuge einer »ursprünglichen Kapitalakkumulation« beispielsweise landwirtschaftlicher Grundbesitz eingezogen wurde. Das heißt, es fand eine gewaltsame Enteignung von früher meist als *Commons* genutztem Ackerland statt (Rosa Luxemburg nennt dies einen »historischen Scheidungsprozess von Produzenten und Produktionsmittel«). Somit musste das landlos gewordene Proletariat als Arbeitskraft in die Fabriken und fortan die Nahrungsmittel kaufen, die es früher noch selbst angebaut hatte.¹

Dies als Beispiel dafür, dass Kapitalismus und privates Eigentum untrennbar miteinander verbunden sind, sich ursächlich bedingen (für ebenso detail- wie facettenreiche Analysen dieser gewaltsamen Einverleibung und Einhegung zu Beginn der Neuzeit siehe Bauer 1925; Polanyi 1944; Bauer und Matis 1988).

1.3 Die Rolle von Eigentum

Eine bis heute wirkmächtige Begründungsstrategie klassischer Eigentumstheorien leitet Eigentum und seine Legitimation aus dem Begriff der Freiheit ab. So haben dies von Hayek (1960) oder die Mont Pelerin Society (Ebeling 2022) immer wieder argumentiert. Das ist edel und schön, greift aber durchaus zu kurz – wie zuvor schon anhand der Inbesitznahme des Ackerlands gezeigt.

Politisch linke Kritik brandmarkt Privateigentum als das Grundübel schlechthin, bildet es doch eine entscheidende Voraussetzung dafür, dass sich kapitalistische Strukturen durchsetzen und am Leben halten können. Dabei ist die Erkenntnis, dass der Kapitalismus sowohl zerstörerische Potenziale wie auch kreative, den Fortschritt befördernde Elemente in sich trägt (das hat besonders die französische Regulationstheorie anschaulich zu zeigen vermocht, etwa in Aglietta 2000), keinesfalls neu. So muss auch jeglicher Wandel der

1 In den letzten Jahren wurde die Analogie zur Landnahme gerne für den initialen Akt der Begründung von Ordnung und Regeln in der digitalen Plattformökonomie gebraucht (siehe Seemann 2021; Zuboff 2018).

Medienstrukturen vor dem Hintergrund genereller ökonomisch-gesellschaftlicher Transformationsprozesse gesehen werden (Grisold 2004). Dies gilt gleichsam in beide »Richtungen«: Medien können sich von wirtschaftlicher Entwicklung nicht abschotten (als Beispiel seien hier prozyklische Werbeeinnahmen erwähnt), befördern ihrerseits aber auch die Ökonomie (etwa über die Ausweitung von Märkten).

In regulationstheoretischen Termini formuliert, ist für die Dynamik der Akkumulation privates Eigentum konstitutiv. Um allerdings dieses System, die Dynamik nicht überborden und damit zerstörerisch werden zu lassen, ist ein Regulierungsregime vonnöten, es zu »zähmen«, welches alternative Formen von Eigentum neben dem Privaten braucht. Dies für die Medienindustrien zu skizzieren, nehme ich im Folgenden aus Sicht einer Heterodoxen Ökonomin und aus Sicht der Politischen Ökonomie der Medien vor.

2 Eigentumsstrukturen in den Medien

Ungleichheit, in unserem Falle besonders ökonomische Ungleichheit, formt beim Themenkomplex der Eigentumsfrage eine zentrale Kategorie. Jedenfalls ist mit der Konzentration von Vermögen (Walker et al. 2022; Chancel et al. 2022), mithin der dahinterliegenden Eigentumsordnung, auch eine Krisenanfälligkeit verbunden, die solche Verteilungsebenen noch einmal gefährlicher macht.

2.1 Die historische Entwicklung: Konzentration

Ungleichheit ist nicht zuletzt im Eigentum an Medienunternehmen zu beobachten, und ein hohes Ausmaß an Medieneigentum macht Angst. Die Sorge ist, dass eine immer geringere Anzahl an Firmen immer größere Märkte kontrolliert, somit aber nationales wie transnationales Agenda Setting betreiben und dadurch die öffentliche Meinung sowie die Demokratie als solche beeinflussen oder gar gefährden kann. Medieneigentum muss im weiteren Kontext gesehen

und – wie auch Ungleichheit – nicht losgelöst von ökonomischen und gesellschaftlichen Verfasstheiten analysiert werden.

Die historische Entwicklung, der Wandel hin zu erhöhter Medienkonzentration ist keinesfalls ein neues Phänomen, wie die Arbeiten von Knoche et al. (1980) oder Bagdikian (1990) seit den 1970er Jahren bereits gezeigt haben (für die aktuellere Situation siehe Noam und The International Media Concentration Collaboration 2016).

Aber mit der Wende vom keynesianischen zum neoliberalen Modell wurde diese Eigentumskonzentration weiter verschärft. Einige Meilensteine dazu sind beispielsweise, dass sich deutsche Medienunternehmen ab den 1980er Jahren in großem Stil in den kleinen österreichischen Markt eingekauft haben. So verwundert es denn auch nicht, dass damals bereits eine Entflechtung marktbeherrschender Medienunternehmen gefordert wurde.

Zur gleichen Zeit wurde das als veraltet angesehene öffentlich-rechtliche Eigentum (damals im kontinentaleuropäischen Raum oftmals noch Monopol) an Rundfunkstationen aufgeweicht: jedenfalls mittels der Zulassung von privater Konkurrenz, in manchen Staaten sogar über die Zerschlagung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkstationen durch den Entzug der finanziellen Mittel. In den USA, dem Paradebeispiel des bürgerlichen Kapitalismus, wurden zu ähnlicher Zeit die starken Konzentrationsbeschränkungen (*Fin-Syn Rules*) gelockert (1980er Jahre) und schrittweise abgeschafft (bis 1993). Bestimmend dahinter stand eine ökonomische Wende, eine klare Werthaltung: die Perspektive des allmächtigen Marktes. Demzufolge schafft Konkurrenz Wettbewerb, und Wettbewerb bringt die beste aller unternehmerischen Welten hervor.

Auch wenn inzwischen – und viele ökonomische Krisen später – die Erkenntnis, dass Ökonomie so simpel nicht funktioniert, die Oberhand gewonnen hat, so lässt sich doch die Pfadabhängigkeit nicht mehr rückgängig machen: Re-Regulierung ist bedeutend schwieriger als Deregulierung. Wettbewerbspolitik war das Gebot der 1980er und 1990er Jahre; daraus resultierten durchaus mehr Medien-Outlets, nicht zwangsläufig aber erhöhte Medienvielfalt, und jedenfalls hohe Eigentumskonzentration (Grisold 2004).

2.2 Die unterschiedlichen Eigentumsformen von Medien

Wie schon in historischer Perspektive lassen sich auch heutzutage diverse Eigentumsformen bei Medienunternehmen vorfinden. Die *Commons* ebenso wie die *Shared Economy* stehen hier als Schlagworte, ferner genossenschaftliches Eigentum, öffentliches Eigentum und dann noch die vielen Formen von Privateigentum, vom Familienunternehmen über Aktiengesellschaften bis hin zu Stiftungen.

Die verschiedenen Eigentumsverhältnisse von Medienunternehmen gehen mit unterschiedlichen Gründen, solch ein Unternehmen ins Leben zu rufen oder weiterzuführen, einher, mit sehr diversen Finanzierungsoptionen und ganz unterschiedlichen Organisationsformen. Wenn Vielfalt Anliegen und Vision in der Medienberichterstattung ist, so erweist sich für deren Realisierung die Streuung von diversen Eigentumsformen als konstitutiv.

Im Jahr 2013 kaufte Amazon-Gründer Jeff Bezos die finanziell schwächelnde, aber politisch einflussreiche *Washington Post* für 250 Millionen US-Dollar. Im Jahr 2022 erwarb Elon Musk für 44 Milliarden US-Dollar Twitter. Dietrich Mateschitz, der verstorbene Hauptaktionär von Red Bull, leistete sich eine per se nicht profitable private TV-Station in Österreich. Diese drei stehen exemplarisch für schwerreiche Individuen, die ihr Vermögen in anderen Bereichen erwirtschaftet und sich damit später in ein Massenmedium eingekauft haben. Im Gegensatz dazu gibt es ebenso die eingesessenen Familien, die Medienimperien führen; für Deutschland kann hier die Springer-Familie ebenso genannt werden wie beispielsweise Burda oder die Familie Mohn mit Bertelsmann.

All dies sind Beispiele für den Bereich der vielfältigen privaten Eigentumsverhältnisse und ihrer Veränderungen. In den Begründungen für die Erlangung von Eigentum an Medien sehen wir zunehmend unterschiedliche Entwicklungen: Eigentümer*innen, bei denen der Profitgedanke im Vordergrund steht, stehen solchen gegenüber, die ihr Vermögen mit anderen Unternehmungen erlangt haben, gleichwohl von der symbolischen Ebene der Medienproduktion angezogen sind (Medien als Teil eines Unternehmenskonglomerats). Bei Letzteren wird das ökonomische Kalkül hintangestellt (nicht notwendiger-

weise aber ausgehebelt). Und doch: Als Dietrich Mateschitz Kapital in sein Medienunternehmen Red Bull Media House investierte, war es ihm ein zentrales Anliegen, dass dort nach seinen Regeln gespielt wurde: Bei ihm hieß das beispielsweise, dass seine Angestellten sich nicht gewerkschaftlich organisieren durften.

Der zweite große Bereich unterschiedlicher Eigentumsformen ist jener des öffentlichen Eigentums, der qua definitionem nicht profitorientiert agiert. Das heißt aber keineswegs, dass nicht auch spezifische Interessen verfolgt werden, von Personen in den Organisationen, eventuell sogar von der Organisation als Gesamtheit. Während Verfechter*innen des öffentlichen Rundfunks betonen, dass dort eine ausgewogenere Berichterstattung erfolgen kann oder gar erfolgt (Neuberger 2019; Jauert und Lowe 2005), warnen kritische Stimmen vor möglicher Beeinflussung, besonders auf politischer Ebene (Owen 1975).²

Speziell von politisch linker Seite wird die Wichtigkeit alternativer Unternehmensformen betont, die oftmals auch mit partizipativer Organisation einhergehen. Die möglichen Gesellschaftsformen sind vielfältig, von genossenschaftlichem Eigentum über NGOs hin zu Vereinen und Stiftungen reicht das Spektrum, das auch von unterschiedlichen Finanzierungsformen geprägt ist (Cagé 2016; Pickard 2019). Diese Unternehmen leisten einen wichtigen Beitrag zur Medienvielfalt, die wir notwendig brauchen. Dabei darf aber nicht vergessen werden, dass wir sie keineswegs ideologisch überfrachten sollten: Denn wenn die ökonomische Stärke fehlt, sind sie auf den Status von Nischenproduktionen verwiesen.

Ich komme nun zurück zur Heterodoxen Ökonomie und was diese leisten kann. Heterodoxe Theorien zu Medieneigentum sehen die Bedeutung von Macht, adressieren die Existenz von Interessenskonflikten zwischen Eigentum, Inhalten, Beschäftigten, Politik, Ökonomie und betonen die Eigenschaften von Medien als öffentlichen Gütern. Dies bedeutet, dass bei der gegebenen Dominanz von privatwirtschaftlichem Eigentum an Medien (sowohl in den traditionellen Massenmedien, viel stärker aber auch noch bei den Plattformunter-

2 Diese ist aber auch bei anderen Formen des Eigentums keineswegs ausgeschlossen.

nehmen; siehe Gawer und Srnicek 2021) über Alternativen zum (Privat-)Eigentum gesprochen werden muss. Damit ist nicht gesagt, dass diese in jedem Fall normativ vorzuziehen seien. Vielmehr soll die – bereits bestehende, sicher aber noch ausbaufähige – Heterogenität von Eigentum in unterschiedlichen Kontexten sichtbar gemacht werden. Damit sind dann auch jeweils andere Macht-, Verfügungs- und Ungleichheitsverhältnisse verbunden.

3 Wer zahlt, schafft an: Eigentum und Berichterstattung

Am Mediensektor ist eine der größten Gefahren von konzentriertem Eigentum abzulesen: Eigentum hat die Möglichkeit und Macht, Inhalte zu bestimmen. Aber will es das auch? Und selbst wenn nicht, passiert es nicht trotzdem?

Der Einfluss von Medieneigentümer*innen auf die Berichterstattung kann über direkte Weisung erfolgen, frei nach dem Prinzip: »Wer zahlt, schafft an.« Keineswegs muss solch ein Eingriff aber unmittelbar erfolgen, existieren doch weitaus subtilere Mechanismen. Vorauseilender Gehorsam seitens der Angestellten wäre ein möglicher Rahmen. Für ein bestimmtes Unternehmen zu arbeiten, bedeutet auch, die ebendort herrschenden institutionellen Rahmen, Bedingungen, die Routinen, Normen und Werte zu akzeptieren. Damit ist ein direktes Durchgriffsrecht der Eigentümer gar nicht mehr notwendig, sondern wird auch ohne formale Eingriffe exekutiert.

So braucht es auch nicht allzu verwundern, dass gewisse Themen in den Medien nur wenig angesprochen oder negativ konnotiert werden: Prekär Beschäftigte, Arbeitslose, generell die Anliegen von Arbeitnehmer*innen und Gewerkschaften sind jedenfalls unterrepräsentiert (Grisold und Preston 2020). Auf wirtschaftspolitischer Ebene werden hingegen die Besteuerung von Vermögen, Unternehmensgewinnen oder Erbschaften diskreditiert oder verschwiegen (Grisold und Preston 2020; Theine und Grisold 2022). Diese sehr selektiven Muster bei ökonomischen Themen in der Medienberichterstattung, besonders bei Ungleichheitsthemen, sind eklatant, aber

nicht weiter verwunderlich (Grisold und Theine 2020; Grabner et al. 2020).

4 Die Aufgabe: Veränderungen der Eigentumsstrukturen und Herstellung von Öffentlichkeit

Eine mögliche Sichtweise auf Eigentumsformen am Mediensektor ist die folgende: Es muss ein zentrales Ziel darstellen, Medien von kommerziellen Zwängen zu befreien. Ein nach Gewinnmaximierung operierendes, kommerzielles Mediensystem wird von wohlhabenden Eliten kontrolliert, ist aber auch zunehmend abhängig von Werbeeinnahmen und Sponsoring. Zumindest erstere wandern derzeit rapide zu Plattform-Unternehmen ab. Daher ergibt sich als zentrale Politikempfehlung, dass zeitgemäße, zweckmäßige Medienreformen neuartige Formen von Ressourcen erfordern, um somit ein erweitertes Spektrum an alternativen Medienformen und Medien-Institutionen zu ermöglichen. Diese benötigen sowohl unterschiedliche Zielsetzungen als auch institutionelle Formen (bezüglich des Managements sowie organisatorischer Settings) – andere, als dies in traditionellen Medien für gewöhnlich der Fall ist. So fordert etwa Victor Pickard (2019) mit Blick auf die USA, einerseits *Community Journalism*, öffentlich finanziert, um auch lokale Märkte zu bedienen, und andererseits *Public Service Media*, also mit öffentlichen Geldern finanzierte Medien (wir in Europa sind diesbezüglich vielleicht etwas desillusionierter).

Eine breitere Öffentlichkeit herzustellen, ist das Gebot der Stunde, somit egalitäre Perspektiven, also solche der unterschiedlichen Interessensgruppen, zu ermöglichen. Jürgen Habermas (1962) hat in seinem Oeuvre *Strukturwandel der Öffentlichkeit* aufgezeigt, dass Öffentlichkeit in ihrer positiv-idealistischen Bedeutung zwar als Ideal, nicht aber als empirischer Befund je existierte. Im Jahr 2022 hat er den Klassiker in einem Beitrag zu Überlegungen über einen erneuten Strukturwandel reinterpretiert und dabei die vielfältigen neuen digitalen Formen von Öffentlichkeiten miteinbezogen (Habermas 1962; 2022).

Wie nähern wir uns solch einer neuen Öffentlichkeit an? Denn wenn es, wie Habermas dargelegt hat, zu einer Veränderung von Werten, Normen und Ansichten in einer Gesellschaft kommt, die sich als hegemonial bezeichnen ließe, so dürfe diese Öffentlichkeit – so seine Aussage schon in den 1960er Jahren – keinesfalls auf Produktionsaktivitäten und Lobbying reduziert werden.

5 Fazit

Was sollen wir tun, um die Eigentumsfrage zu verändern; wie einen *Public Service*, der diese Bezeichnung verdient, herstellen? Genau diese Thematik wird im vorliegenden Sammelband beleuchtet. Die Pragmatik mag sagen: Das geht nicht! Aber die Vernunft sagt: Ohne einen Wandel der Eigentumsstrukturen werden die Inhalte der Medien nicht vielfältiger werden. Keinesfalls sollte man bestehende Strukturen, Bedingungen und ökonomische Zwänge als selbstverständlich akzeptieren und nicht länger zu ändern versuchen.

Enden möchte ich mit einem Zitat des österreichischen Literatur-Nobelpreisträgers Peter Handke (2017, 90), welches meiner Einschätzung nach die Einfachheit sowie die Radikalität des Andersdenkens anschaulich und wortgewaltig beschreibt:

»Nichts mehr, an meiner Fahrt wie an meinem Vorhaben, erschien mir auf einmal selbstverständlich. Und recht so! Und war es mir überhaupt vorher je selbstverständlich gewesen? Keinmal. Nicht ein einziges Mal.«

Auf das Thema Eigentum und Medien umgelegt, würde ich es so kontextualisieren: Wenn über Medienberichte eine den Namen verdienende Öffentlichkeit hergestellt werden soll, so gilt es hierfür die Eigentumsfrage zu stellen. Die (tendenzielle) Undenkbarkeit ist dann mitzudenken: dass mit den klassischen liberalen Formen des Eigentums keine befriedigende Wahlfreiheit bestehe und dass zunehmende Ungleichheit von Vermögen und Einkommen auch zu zunehmender Macht führe, über Medieneigentum Inhalte beeinflussen zu können.

Der vorliegende Sammelband ist ein weiterer, wichtiger Schritt, ebendiese Problematik zu hinterfragen und zu debattieren.

Literatur

- Aglietta, Michel. 2000. *Ein neues Akkumulationsregime. Die Regulationstheorie auf dem Prüfstand*. Hamburg: VSA.
- Bagdikian, Ben H. 1990. *The Media Monopoly*. 3. Auflage, Boston: Beacon Press.
- Bauer, Otto. 1925. *Der Kampf um Wald und Weide. Studien zur österreichischen Agrargeschichte und Agrarpolitik*. Wien: Verlag der Wiener Volksbuchhandlung.
- Bauer, Leonhard, und Herbert Mattis. 1988. *Die Geburt der Neuzeit*. München: DTV.
- Cagé, Julia. 2016. *Saving the Media. Capitalism, Crowdfunding, and Democracy*. Cambridge (MA): Harvard University Press.
- Chancel, Lucas, Thomas Piketty, Emmanuel Saez und Gabriel Zucman. 2022. World Inequality Report 2022. World Inequality Lab. wir2022.wid.world. Zugegriffen: 02.04.2023.
- Ebeling, Richard M. 2022. In the Beginning: The Mont Pelerin Society, 1947. *The Future of Freedom Foundation* vom 01.05.2022. <https://www.fff.org/explore-freedom/article/in-the-beginning-the-mont-pelerin-society-1947/>. Zugegriffen: 19.01.2023.
- Gawer, Annabelle, und Nick Srnicek. 2021. Online Platforms: Economic and Societal Effects. European Parliamentary Research Service. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/656336/EPRS_STU\(2021\)656336_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/656336/EPRS_STU(2021)656336_EN.pdf). Zugegriffen: 02.04.2023.
- Grabner, Daniel Patrick, Andrea Grisold und Hendrik Theine. 2020. Stagnation, Social Tensions, Unfairness: Economic Inequality as a Problem. In: *Economic Inequality and News Media: Discourse, Power, and Redistribution*, herausgegeben von Andrea Grisold und Paschal Preston, 144–168. Oxford: Oxford University Press.
- Grisold, Andrea. 2004. *Kulturindustrie Fernsehen: Zum Wechselverhältnis von Ökonomie und Massenmedien*. Wien: Löcker.
- Grisold, Andrea, und Paschal Preston (Hrsg.). 2020. *Economic Inequality and News Media: Discourse, Power, and Redistribution*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190053901.001.0001>.
- Grisold, Andrea, und Hendrik Theine. 2020. »Now, What Exactly is the Problem?« Media Coverage of Economic Inequalities and Redistribution Policies: The Piketty Case. *Journal of Economic Issues* 54 (4): 1071–1094. <https://doi.org/10.1080/00213624.2020.1829905>.
- Habermas, Jürgen. 1962. *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen. 2022. Überlegungen und Hypothesen zu einem erneuten Strukturwandel der politischen Öffentlichkeit. In: *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit*, herausgegeben von Jürgen Habermas, 470–500. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Handke, Peter. 2017. *Die Obstdiebin*. Berlin: Suhrkamp.
- Jauert, Per, und Gregory Ferrel Lowe. 2005. Public Service Broadcasting for Social and Cultural Citizenship. Renewing the Enlightenment Mission In: *Cultural Di-*

- lemmas in Public Service Broadcasting*, herausgegeben von Per Jauert und Gregory Ferrel Lowe, 13–33. Göteborg: Nordicom.
- Knoche, Manfred, Sigfried Klau und Axel Zerdick. 1980. *Probleme der Pressekonzentrationsforschung. Ein Expertencolloquium an der Freien Universität Berlin*. Baden-Baden: Nomos.
- Nassehi, Armin. 2022. Pechvogel. *Die Zeit* vom 17.11.2022.
- Neuberger, Christoph. 2019. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Qualitätsdiskurs. Substanzielle und prozedurale Bestimmung des gesellschaftlichen Mehrwerts. *Media Perspektiven* (10): 434–443.
- Noam, Eli M., und The International Media Concentration Collaboration (Hrsg.). 2016. *Who Owns the World's Media? Media Concentration and Ownership around the World*. Oxford: Oxford University Press.
- Owen, Bruce M. 1975. *Economics and Freedom of Expression. Media Structure and the First Amendment*. Cambridge (MA), London: Ballinger Publishing.
- Pickard, Victor. 2019. *Democracy without Journalism? Confronting the Misinformation Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Polanyi, Karl. 1944. *The Great Transformation. The Political and Economic Origins of Our Time*. New York: Rinehart.
- Seemann, Michael. 2021. *Die Macht der Plattformen: Politik in Zeiten der Internetgiganten*. Berlin: Ch. Links.
- Theine, Hendrik, und Andrea Grisold. 2022. Die Medienberichterstattung zur Vermögens- und Erbschaftsbesteuerung in Deutschland: eine korpuslinguistische Analyse. *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 32: 189–219. <https://doi.org/10.1007/s41358-022-00314-6>.
- von Hayek, Friedrich August. 1960. *The Constitution of Liberty*. Chicago: University of Chicago Press.
- Walker, Jo, Matthew Martin, Emma Seery, Nabil Abdo, Anthony Kamande und Max Lawson. 2022. *The 2022 Commitment to Reducing Inequality (CRI) Index*. Oxford: Development Finance International und Oxfam International. <http://dx.doi.org/10.21201/2022.9325>.
- Zuboff, Shoshana. 2018. *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt am Main: Campus.

Open Access

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz CC BY 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.