

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.¹ 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 Generationswechselln, »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 Träger 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 vererbbaaren 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.

2.3 (Daten-)Eigentum, Plattformen und digitaler Kapitalismus

Das Sammeln digitaler Daten hat sich in den letzten Jahren unaufhaltsam beschleunigt und dabei Fragen des Eigentums sowie der Kontrolle von ursprünglich privaten Daten aufgeworfen. Ausgeklammert werden allerdings meist Ausbeutungs- und Diskriminierungsverhältnisse. **Amira Moeding** beleuchtet die Auswirkungen von Big Data auf die Fortsetzung und Intensivierung von Rassifizierung durch datengetriebene Technologien. **Tim Franke und Jannis Groß** erweitern die Netzwerktheorie Harrison Whites und beschreiben, wie das Eigentum an Daten Kontrolle über digitale Öffentlichkeiten ausübt. Grundsätzliche Zusammenhänge zwischen Dateneigentum und neuen Arbeitsverhältnissen veranschaulicht **Thilo Rösch** mit einer Weiterentwicklung von Christian Fuchs' Modell der Kapitalakkumulation von Plattformen. Auch **Malte G. Schmidt** betrachtet Daten als Rohstoff und zeichnet daran anknüpfend Deliberationsprozesse nach.

2.4 (Neue) Abhängigkeiten von Journalismus und Medien

Ein Problem, das die Kommunikationswissenschaft seit Fachgründung beschäftigt, ist der »Doppelcharakter privatwirtschaftlicher Medienorganisationen« (Meier 2018, 133), die auf Profit und damit auf Publikum und Werbung zielen, aber ebenfalls Teil der »Infrastruktur der Öffentlichkeit (und der Demokratie)« (Altmeyen 2013, 217) sind. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung verlieren die klassischen Erlösmodelle etablierter Medienorganisationen ihre Finanzierungsleistung, während Medienkonzentration und die Macht der Plattformen zunehmen. Inwiefern dies die Unabhängigkeit von Journalismus und Medienorganisationen betrifft, wird aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet.

Hendrik Theine und Daniel Grabner untersuchen am Beispiel von ORF, Red Bull Media House und *Kronen Zeitung*, inwieweit die Kommodifizierung in sich verändernden Medienstrukturen aktuell in Österreich voranschreitet. Die Lage deutscher Medienhäuser ließen **Uwe Krüger, Pauline Köbele, Mascha Leonie Lang, Milena Scheller und**

Henry Seyffert erfahrene Medienjournalist*innen einschätzen, die nach dem Einfluss von Eigentümer*innen und Manager*innen auf das journalistische Handeln in den jeweiligen Redaktionen befragt wurden. Nicht erst die Döpfner-Leaks im Jahr 2023 stellten den Springer-Konzern hier in den Mittelpunkt des Interesses. Die gefährdete Autonomie von Medienorganisationen und Journalismus adressieren ebenfalls **Ingo Dachwitz und Alexander Fanta**, die dem Einfluss der beiden großen Plattformen Google und Meta nachgehen und Ansätze aufzeigen, wie deren Infrastrukturmacht und »Medien-Mäzenatentum« begegnet werden kann.

2.5 Eigentum in medialen Diskursen

Wie öffentliche Debatten über Eigentumsfragen geführt werden, beforschen drei Studien mittels Kritischer beziehungsweise Wissenssoziologischer Diskursanalyse. **Silas Ketels** betrachtet die mediale Debatte um Kevin Kühnerts öffentlich geäußerte Vorstellungen zum Sozialismus im Mai 2019 und beleuchtet in einer Wissenssoziologischen Diskursanalyse die medialen Diskurspositionen und inwiefern diese mit der Eigentumsform der jeweiligen Medienorganisationen zusammenhängen. **Hendrik Theine, Georg Hubmann und Quirin Dammerer** untersuchten die Berichterstattung österreichischer Tageszeitungen zum Thema Vermögenssteuern im Zeitraum von 2005 bis 2020 mittels einer Kritischen Diskursanalyse. **Martina Thiele, Helena Atteneder und Sascha Thürmann** widmen sich einer weiteren medialen Eigentumsdebatte, der Eigenheimdebatte. Für ihre Kritische Diskursanalyse wählen sie den Untersuchungszeitraum des »Superwahljahrs« 2021 in Deutschland.

2.6 Bildung und Kulturgüter im (digitalen) Kapitalismus

Die Kommerzialisierung digitaler Lehr- und Lerntechnologien beziehungsweise *Educational Technologies* problematisieren **Holger Pötzsch und Marc Fabian Buck** und plädieren für einen kritischen Umgang

mit den dahinterstehenden Akteuren, für digitale Kompetenz und Open-Source-Alternativen. Die Implikationen des (digitalen) Kapitalismus für weitere meritorische Güter nehmen die weiteren Beiträge des Kapitels in den Blick. **Jens Schröter** diskutiert aufbauend auf Walter Benjamin die Frage des Werts vor dem Hintergrund der (Nicht-)Reproduzierbarkeit auf dem digitalen Kunstmarkt am Beispiel von *Non-Fungible Tokens* (NFTs). **Thomas Spies** widmet sich sodann dem Kulturgut Computerspiele und zeigt am Beispiel von *Disco Elysium* Möglichkeiten und Grenzen von Ideologiekritik im durchkapitalisierten Unterhaltungsmarkt auf.

2.7 Media Ownership beyond Capitalism

Das Netzwerk Kritische Kommunikationswissenschaft möchte nicht nur in die Wissenschaft wirken, sondern auch Impulse für die Medienpraxis geben. Wir waren hochofregiert, dank Transform Europe ein international besetztes Panel von Medienpraktiker*innen auf unserer Tagung begrüßen zu dürfen, die von ihren Erfahrungen in der Organisation und Finanzierung alternativer Medienprojekte berichteten und Gemeinsamkeiten und Herausforderungen diskutierten.² In diesem englischsprachigen Kapitel, das von **Laura Porak und Kerem Schamberger** eingeleitet wird, erhalten wir Einblicke in Geschichte und Gegenwart von vier europäischen Medienprojekten.

Lander Arbelaitz porträtiert das baskische Nachrichtenmagazin *Argia*. Offiziell als Unternehmen organisiert, ist dessen Finanzierungs- und Entscheidungsmodell gemeinschaftsbasiert, indem beispielsweise die Gehälter der Redakteur*innen in einem demokratischen Prozess festgelegt werden. **Boyan Stanislavski** gibt einen Einblick in das Medienprojekt *The Barricade*. Diese auf Englisch erscheinende Publikation wurde von einer Gruppe politischer Aktivist*innen aus ganz Osteuropa – vor allem aus Bulgarien, Polen, Slowakei und Ser-

2 Ein Mitschnitt des Panels »Journalism as a Commons – Media Ownership beyond Capitalism«, das am 13. Mai 2022 stattfand, findet sich unter: <https://youtu.be/1sjKojaQ3lM>.

bien – gegründet, um Nachrichten, Analysen und Kommentare zur Situation im ehemaligen Ostblock zu liefern und dabei insbesondere linke politische Positionen und Entwicklungen zu referieren. **Ulli Weish** stellt den unabhängigen gemeinschaftsorientierten Radiosender *Radio Orange 94.0* vor. Dieser wurde in den 1980er Jahren gegründet und ist seither ein wichtiger Gegenpol und eine unverzichtbare Ergänzung zu den öffentlich-rechtlichen und privaten kommerziellen Medien in Österreich. **Konstantinos Poulis** berichtet schließlich über *The Press Project*, eine kooperative Medienplattform mit Sitz in Griechenland. Sie wurde 2010 in Athen gegründet und konzentriert sich maßgeblich auf investigativen Journalismus. Diese vier Beiträge zeigen anschaulich die Vorteile, welche auf organisatorischer, prozeduraler und inhaltlicher Ebene entstehen, wenn Medieneigentum kritisch hinterfragt wird und dies auch in der Praxis zur Anwendung kommt. Gleichzeitig sind die Herausforderungen, vor denen die vier Medienprojekte stehen, auch Ausdruck der strukturellen Hürden gegenüber alternativen Eigentumsformen im Kapitalismus.

3 Entstehung des Bandes und Dank

Die hier versammelten Beiträge durchliefen im Vorfeld einen mehrstufigen Qualitätssicherungsprozess: In einem offenen, nicht-anonymen Peer-Review-Verfahren sichteten jeweils zwei Gutachter*innen die Einreichungen zur Tagung; die Vortragenden erhielten von ihnen und dann von rund 150 Konferenzteilnehmer*innen in Wien konstruktives Feedback. Die für diesen Band ausformulierten Manuskripte wurden anschließend von jeweils mindestens einer Herausgeber*in sowie einer weiteren Gutachter*in aus dem Umfeld des Netzwerks gelesen und mit Überarbeitungsvorschlägen an die Autor*innen zurückgegeben. Für den Feinschliff sorgte am Ende das scharfsichtige Lektorat des Westend Verlags.

Dieser Prozess war sicherlich (zeit-)aufwendiger als bei den meisten anderen Publikationen, jedoch ermöglichte er – neben der Qualitätssicherung – den Austausch zwischen den am Band Beteiligten, den wir als inspirierend, produktiv und kooperativ erlebten. Wir

haben viel voneinander lernen können, neue Perspektiven kennengelernt, spannende Beiträge gelesen – und Tatsache: Wir haben auch einmal *Disco Elysium* gespielt (vgl. Spies in diesem Band). All das ist nicht selbstverständlich angesichts der prekären Arbeitsbedingungen in der Wissenschaft, mit denen sich ein Großteil der Forschenden konfrontiert sieht. Daher möchten wir allen Autor*innen und allen Gutachter*innen danken, die mit ihrer Zeit, ihrer Expertise und ihrer Wertschätzung zur Entstehung des Bandes beigetragen haben.

Verbunden sind wir weiterhin dem Westend Verlag, der nach den beiden letzten KriKoWi-Tagungsbänden *Ideologie, Kritik, Öffentlichkeit* (Krüger und Seignani 2020) und *Transformation der Medien – Medien der Transformation* (Borchers et al. 2021) nun auch diesen dritten publiziert. Große Unterstützung erfuhren wir dort erneut von Lea Mara Eßer, Leiterin der Wissenschaftssparte des Verlags, und von Philipp Müller als Lektor.

Dass der Band nicht nur auf Papier, sondern auch wieder online in einer Open-Access-Variante unter der Lizenz CC BY erscheinen kann (abzurufen unter der DOI <https://doi.org/10.53291/9783949925092>), ist dank der Förderung des Open-Access-Publikationsfonds für Monographien und Sammelbände der Universität Leipzig möglich.³ Ein Dank geht insbesondere an Jeannine Kunert vom Open Science Office der Universitätsbibliothek Leipzig.

Schließlich gäbe es diesen Sammelband nicht ohne die Wiener Tagung, die 2022 von Sevda Can Arslan, Nils S. Borchers, Yuviki Diah, Marlen van den Ecker, Selma Güney, Lina Hille, Uwe Krüger, Melanie Malczok, Aljoscha Paulus, Juliane Pfeiffer, Laura Porak, Kerem Schamberger, Sebastian Seignani, Hendrik Theine und Mandy Tröger mit viel Herzblut organisiert und von Kolleg*innen vom Department of Economics der Wirtschaftsuniversität Wien unterstützt wurde. Dank gilt auch der Otto-Brenner-Stiftung und der Arbeiterkammer Wien für die finanzielle Unterstützung der Tagung.

Wir hoffen, dass das nun zu Wege gebrachte Buch sein Publikum

3 An dieser Stelle möchten wir auf die treffende Kritik von Manfred Knoche (in diesem Band) verweisen, der kritisiert, dass »Universitäten und Förderinstitutionen regelmäßig sogar für Open-Access-Publikationen Steuergelder an die Verlage [zahlen]«, und ergänzt: »bedauerlicherweise auch für den vorliegenden Band«.

erreicht, zu dem Wissenschaftler*innen der verschiedenen Disziplinen, Medienpraktiker*innen und -politiker*innen sowie Expert*innen ebenso gehören wie interessierte Studierende, (Medien-)Aktivist*innen und weitere Neugierige. Wir würden uns freuen, wenn der Band auf mindestens ebenso große Resonanz wie unsere Tagung stößt und als Anregung fungiert: zum Weiter- und Miteinanderdenken, zum Weiter- und Miteinanderforschen, zum gemeinsamen Gestalten von Mediensystemen und Eigentumsformen jenseits kapitalistischer Profit-, Verwertungs- und Unterdrückungslogiken.

Literatur

- Altmeppen, Klaus Dieter. 2013. Medienökonomie. In: *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, herausgegeben von Günter Bentele, Hans Bernd Brosius und Otfried Jarren, 217–218. Wiesbaden: Springer VS.
- Arsenault, Amelia, und Manuel Castells. 2008. Switching Power: Rupert Murdoch and the Global Business of Media Politics: A Sociological Analysis. *International Sociology* 23 (4): 488–513. <https://doi.org/10.1177/0268580908090725>.
- Benson, Rodney. 2019. Rethinking the Sociology of Media Ownership. In: *Routledge Handbook of Cultural Sociology*, herausgegeben von Laura Grindstaff, Ming-Cheng M. Lo und John R. Hall, 2. Auflage, 387–396. London: Routledge.
- Birkinbine, Benjamin, Rodrigo Gomez und Janet Wasko (Hrsg.). 2016. *Global Media Giants*. New York: Routledge.
- Bohrmann, Hans. 2002. Medienökonomie – eine lange Zeit versteckte Teildisziplin – dargestellt am Beispiel von Forschung und Lehre in Berlin. In: *Medienökonomie in der Kommunikationswissenschaft. Bedeutung, Grundfragen und Entwicklungsperspektiven. Manfred Knoche zum 60. Geburtstag*, herausgegeben von Gabriele Siegert, 113–129. Münster: LIT.
- Bohrmann, Hans. 2003. Fachgeschichtliche Bemerkungen zur Medienökonomie. In: *Medien und Ökonomie: Band 1/2: Grundlagen der Medienökonomie: Soziologie, Kultur, Politik, Philosophie, International, Geschichte, Technik, Journalistik*, herausgegeben von Klaus-Dieter Altmeppen und Matthias Karmasin, 169–179. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Bücher, Karl. 1921. Zur Frage der Pressreform. *Zeitschrift für die Gesamte Staatswissenschaft* 76 (3): 296–331. <http://www.jstor.org/stable/40744233>.
- Curran, James. 2019. Triple Crisis of Journalism. *Journalism* 20 (1): 190–193.
- Dolan, Kerry A., und Chase Peterson-Withorn. 2022. Forbes World's Billionaires List. The Richest in 2022. *Forbes*. <https://www.forbes.com/billionaires-2022/>. Zugegriffen: 12.06.2023.
- Dolata, Ulrich, und Jan-Felix Schrape. 2022. Internet, Big Data und digitale Plattformen: Politische Ökonomie – Kommunikation – Regulierung. *KZfSS Kölner Zeit-*

- schrift für Soziologie und Sozialpsychologie 74: 1–9. <https://doi.org/10.1007/s11577-022-00843-6>.
- Dovifat, Emil. 1990 [1927]. *Der amerikanische Journalismus. Reprint der Ausgabe von 1927*, herausgegeben von Stephan Ruß-Mohl. Berlin: Colloquium.
- Dovifat, Emil. 1998 [1928]. Wege und Ziele der zeitungswissenschaftlichen Arbeit (Antrittsvorlesung), 23. November 1928. In: *Emil Dovifat. Studien und Dokumente zu Leben und Werk*, herausgegeben von Bernd Sösemann und Gunda Stöber, 464–477. Berlin: Walter de Gruyter.
- Ferschli, Benjamin, Daniel Grabner und Hendrik Theine. 2019. *Zur Politischen Ökonomie der Medien in Deutschland. Eine Analyse der Konzentrationstendenzen und Besitzverhältnisse*. ISW-Report 118. München: Institut für sozial-ökologische Wirtschaftsforschung.
- Fuchs, Christian. 2020. *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. London: University of Westminster Press.
- Gilens, Martin, und Benjamin Page. 2014. Testing Theories of American Politics: Elites, Interest Groups, and Average Citizens. *Perspectives on Politics* 12 (3): 564–581.
- Götzke, Manfred. 2022. Tönnies und Co. Zwei Jahre nach den Corona-Ausbrüchen in der Fleischindustrie. *Deutschlandfunk* vom 14.06.2022. <https://www.deutschlandfunk.de/corona-fleischindustrie-toennies-bilanz-100.html>. Zugegriffen: 19.06.2023.
- Hambücker, Martin. 2006. *Arrivederci Berlusconi. Medienpolitische Verflechtungen in Italien seit 1945*. Konstanz: UVK.
- Jin, Dal Yong Jin. 2018. Political Economy of the Media. In: *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, herausgegeben von Jon Nussbaum. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.551>.
- Khan, Lina M., und Sandeep Vaheesan. 2017. Market Power and Inequality: The Antitrust Counterrevolution and Its Discontents. *Harvard Law & Policy Review* 11: 235.
- Klein, Howard. 2022. The True Tragedy behind Musk's Twitter Buyout Is the Power of Billionaires. *The Hill* vom 18.11.2022. <https://thehill.com/opinion/finance/3742074-the-true-tragedy-behind-musks-twitter-buyout-is-the-power-of-billionaires/>. Zugegriffen: 19.06.2023.
- Knoche, Manfred. 2013. Krisenhafte kapitalistische Produktionsweise als Triebkraft für Restrukturierungen und Transformationen (in) der Medienindustrie. Erklärende Theorieelemente einer Kritik der politischen Ökonomie der Medien. In: *Langfristiger Wandel von Medienstrukturen: Theorie, Methoden, Befunde*, herausgegeben von Wolfgang Seufert und Felix Sattelberger, 87–111. Baden-Baden: Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845249278-87>.
- Knoche, Manfred. 2015. The Media Industry's Structural Transformation in Capitalism and the Role of the State: Media Economics in the Age of Digital Communications. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique* 14 (1): 18–47. <https://doi.org/10.31269/triplec.v14i1.730>.
- Knoche, Manfred. 2023. Medien, Journalismus und Öffentlichkeit im Familien-Priuateigentum. Zur Kritik der politischen Ökonomie kapitalistischer Medienunter-

- nehmen. In: *Eigentum, Medien, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Selma Güney, Lina Hille, Juliane Pfeiffer, Laura Porak und Hendrik Theine, 55–75. Frankfurt am Main: Westend. <https://doi.org/10.53291/ZNWQ4333>.
- Koenen, Erik (Hrsg.). 2016. *Die Entdeckung der Kommunikationswissenschaft. 100 Jahre kommunikationswissenschaftliche Fachtradition in Leipzig: Von der Zeitungskunde zur Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Köln: Herbert von Halem.
- KriKoWi [Netzwerk Kritische Kommunikationswissenschaft]. 2020. Call for Papers für die nächste KriKoWi-Tagung zum Thema »Eigentum, Medien, Öffentlichkeit«. *KriKoWi.net* vom 25.11.2020, <https://krikowi.net/2020/11/25/call-for-papers-fur-die-krikowi-tagung-2021/>. Zugegriffen: 19.06.2023.
- Lai, Signe Sophus, und Sofie Flensburg. 2021. Invasive Species of the App Ecosystem: Exploring the Political Economy of Mobile Communication. *International Journal of Communication* 15: 2301–2318.
- Löblich, Maria (2010). *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft*. Köln: Herbert von Halem.
- Löblich, Maria, und Niklas Venema (Hrsg.). 2020. »Regierungszeit des Mittelbaus«?: Annäherungen an die Berliner Publizistikwissenschaft nach der Studentenbewegung. Köln: Herbert von Halem.
- Lünenborg, Margreth, und Tanja Maier. 2017. Wir und die Anderen? Eine Analyse der Bildberichterstattung deutschsprachiger Printmedien zu den Themen Flucht, Migration und Integration. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Mauer, Heike, und Johanna Leinius. 2021. Einleitung: Intersektionalität und Postkolonialität – Kritische feministische Perspektiven auf Politik und Macht. In: *Intersektionalität und Postkolonialität: Kritische feministische Perspektiven auf Politik und Macht*, herausgegeben von Heike Mauer und Johanna Leinius, 7–30. Opladen: Barbara Budrich. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1c5c1c.3>.
- McChesney, Robert W. 2013. The Political Economy of Communication: An Idiosyncratic Presentation of an Emerging Subfield. In: *The International Encyclopedia of Media Studies*, herausgegeben von Angharad N. Valdivia. New Jersey: John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems031>.
- Meier, Klaus. 2018. *Journalistik*. 4., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK.
- Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication*. London: Sage.
- Neate, Rupert. 2022. »Extra Level of Power«: Billionaires Who Have Bought up the Media. *The Guardian* vom 03.05.2022. <https://www.theguardian.com/news/2022/may/03/billionaires-extra-power-media-ownership-elon-musk>. Zugegriffen: 19.06.2023.
- Nechushtai, Efrat. 2018. Could Digital Platforms Capture the Media through Infrastructure? *Journalism* 19 (8): 1043–1058. <https://doi.org/10.1177/1464884917725163>.
- 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.
- Ohnsman, Alan. 2022. Rupert Murdoch 2.0: How Twitter Gives Elon Musk the Power to Shape Public Opinion. *Forbes* vom 03.11.2022. <https://www.forbes.com/>

- sites/alanohnsman/2022/11/03/elon-musk-twitter-social-media-baron/?sh=79edc77e2873. Zugegriffen: 19.06.2023.
- Peil, Corinna, Kathrin Friederike Müller, Ricarda Drüeke, Stephan Niemand und Raik Roth. 2020: Technik – Medien – Geschlecht revisited. Gender im Kontext von Datafizierung, Algorithmen und digitalen Medientechnologien. Eine kritische Bestandsaufnahme. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 68 (3): 211–238. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2020-3-211>.
- Pfeiffer, Juliane. 2018. Emil Dovifat. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Michael Meyen und Thomas Wiedemann, Köln: Herbert von Halem. <http://blexkom.halemverlag.de/emil-dovifat/> Zugegriffen: 19.06.2023.
- Pickard, Victor. 2018. Digital Journalism and Regulation: Ownership and Control. In: *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies*, herausgegeben von Scott Eldridge II und Bob Franklin, 211–222. New York: Routledge.
- Pickard, Victor. 2019. *Democracy without Journalism? Confronting the Misinformation Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Pickard, Victor. 2020. Restructuring Democratic Infrastructures: A Policy Approach to the Journalism Crisis. *Digital Journalism* 8 (6): 704–719.
- Reuters. 2022. Billionaire Adani to Control Nearly 65% of NDTV as Founders Sell Stake. *Reuters* vom 23.12.2022. <https://www.reuters.com/business/media-telecom/indias-ndtv-founders-transfer-most-their-stake-adani-2022-12-23/>. Zugegriffen: 19.06.2023.
- Sayer, Andrew. 2015. *Why We Can't Afford the Rich*. Bristol: Policy Press.
- Schaupp, Simon. 2023. Algorithmische Arbeitssteuerung und marktorientiertes Migrationsregime. Eine verkannte Wahlverwandtschaft. *WSI-Mitteilungen* 76 (2): 103–111. <https://doi.org/10.5771/0342-300X-2023-2-103>.
- Seeliger, Martin, und Sebastian Seignani (Hrsg.). 2021. Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit? *Leviathan – Berliner Zeitschrift für Sozialwissenschaften*, Sonderband 37. Baden-Baden: Nomos.
- Shaller, Caspar. 2023. Oligarch:innen in Medienunternehmen: Superreiche auf Sendung. *taz* vom 02.02.2023. <https://taz.de/Oligarchinnen-in-Medienunternehmen/!5914315/>. Zugegriffen: 19.06.2023.
- Spies, Thomas. 2023. »Do It for the Working Class«: Disco Elysiums kritisches Videospiel-design in einer kapitalistischen Unterhaltungsindustrie. In: *Eigentum, Medien, Öffentlichkeit. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Selma Güney, Lina Hille, Juliane Pfeiffer, Laura Porak und Hendrik Theine, 421–439. Frankfurt am Main: Westend. <https://doi.org/10.53291/ADKE7924>.
- Stiglitz, Joseph E. 2015. The Origins of Inequality, and Policies to Contain It. *National Tax Journal* 68 (2): 425–448.
- Theine, Hendrik, Mandy Tröger und Sebastian Seignani. 2023. Wer beherrscht die Medien? Zur Erfassung des Journalismus durch Technologiekonzerne. In: *Welche Öffentlichkeit brauchen wir? Zur Zukunft des Journalismus und demokratischer*

- Medien*, herausgegeben von Jupp Legrand, Benedikt Linden und Hans-Jürgen Arlt, 21–34. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Törnberg, Petter. 2023. How Platforms Govern: Social Regulation in Digital Capitalism. *Big Data & Society* 10 (1). <https://doi.org/10.1177/20539517231153808>.
- Trapp, Josef. 2019. Inequality, (New) Media and Communications. In: *Digital Media Inequalities: Policies against Divides, Distrust and Discrimination*, herausgegeben von Josef Trapp, 9–30. Göteborg: Nordicom.
- van den Ecker, Marlen, und Mandy Tröger. 2022. Zum Kritikbegriff des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft. In: *Kritik (in) der Kommunikationswissenschaft* herausgegeben von Sigrid Kannengießer, Peter Gentzel, Cornelia Wallner und Jeffrey Wimmer, 1–11. Bremen: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. <https://doi.org/10.21241/ssoar.81215>.
- Wasko, Janet, Graham Murdock und Helena Sousa (Hrsg.). 2011. *The Handbook of Political Economy of Communications*. Malden: Blackwell.
- Winseck, Dwayne. 2017. Reconstructing the Political Economy of Communication for the Digital Media Age. *The Political Economy of Communication* 4 (2): 73–114.

Open Access

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