

Medienökonomische Theorie und Ideologie im Kapitalismus

Einige zitatengestützte¹ Überlegungen zu Marie Luise Kiefers „Medienökonomik“ aus der Sicht einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien

Manfred Knoche

„Kommunikationswissenschaftler, die sich mit Medienökonomie und dem ökonomischen Normensystem auseinandersetzen, sollten daher eine Warnung beachten, die von Ökonomen selbst kommt: die enge Verzahnung von kapitalistischem Wirtschaftssystem und Ökonomie als Wissenschaft.“
(Kiefer 2001, 68)

„Distanz zum Mainstream der neoklassischen Wirtschaftstheorie gewinnt man vor allem auch durch Kenntnis der heterodoxen Ansätze in der Ökonomie: marxistische Ansätze, neuer und alter Institutionalismus, neue und alte politische Ökonomie.“
(Kiefer 2002, 94)

„Insofern ist mit dem hier gewählten Ansatz einer Medienökonomie, der sich wohl, die Einschätzung von Manfred Knoche bestätigend, am ehesten der Neuen Politischen Ökonomie und Institutionenökonomik zuordnen lässt, keine Präjudizierung angestrebt, vielmehr soll eine Bewertungs- und Entscheidungsgrundlage angeboten werden.“
(Kiefer 2001, 39)

„Das sind Ansätze (der Neuen Politischen Ökonomie, MK), die in ‚bürgerlicher‘ ökonomischer und nicht in marxistischer Tradition stehen, auch wenn deren Vertreter die Gefahr ideologischer Voreingenommenheiten und Ausblendungen in Übereinstimmung mit Karl Marx durchaus sehen und auch betonen und insgesamt wenig Berührungspunkte mit marxistischen Autoren und deren Arbeiten haben.“
(Kiefer 2001, 13)

Marie Luise Kiefers wissenschaftliches Verdienst² ist es, dass sie eine umfangreiche systematische „Medienökonomik“ auf der Basis des wirtschaftswissenschaftlichen Theoriengerüsts der Neuen Politischen Ökonomie bzw. der Neuen Institutionenöko-

¹ Dem festlichen Anlass entsprechend schmückte ich meinen Beitrag in klassischer Wissenschaftsmannier mit einer ungewöhnlichen Vielzahl von mehr oder weniger inhaltsschweren Zitaten. Ich bitte diese aber nicht als zierendes Beiwerk, sondern als „Stütze“ (durchaus im Sinne von datengestützt) meiner in diesem Beitrag präsentierten Überlegungen zu lesen. Mit der gezielten, von meinem wissenschaftlichen Erkenntnisinteresse gesteuerten Auswahl aus einer schier unüberschaubaren Vielzahl aussagekräftiger Textstellen soll die Quintessenz und Richtung meiner augenblicklichen, aus meinem immer noch sehr begrenzten Literaturstudium gewonnenen „Einsichten“ und „Positionen“ pointiert „belegt“ werden. Damit sollen auch in wissenschaftlicher Korrektheit die Quellen offengelegt werden, die mir als Denkanregungen für meine hier vorgestellten Überlegungen dienten. Ohne die – hoffentlich denkanregende – Lektüre dieser Zitate wäre mein Text nicht verstehbar. Denn fast könnte man es umgekehrt sehen: Mein Text ist Beiwerk zu den Zitaten.

Meine Wertschätzung der wissenschaftlichen Verdienste von Marie Luise Kiefer sei nicht als „Festschrift-Kompliment“ (miss)zuverstehen, sondern sie beruht auf meinen langjährigen vergleichenden Analysen zur medienökonomischen wissenschaftlichen Literatur (vgl. u.a. Knoche 1999a).

nomik als eine theoretische Grundlage in die Teildisziplin Medienökonomie und damit in die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft eingebracht hat. Damit hat sie wirtschaftswissenschaftliche Theorieansätze auf den Kommunikations- und Medienbereich angewandt, welche jedoch – im Gegensatz zu Ansätzen einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien – die nach wie vor dominante neoklassische Theorie nicht grundlegend in Frage stellen. Die Neue Politische Ökonomie baut vielmehr, worauf Kiefer ausdrücklich hinweist, in wesentlichen Essentials bzw. Axiomen (z.B. methodologischer Individualismus, ökonomisches Verhaltensmodell/homo oeconomicus, Konsumentensouveränität) auf dem meines Erachtens grundsätzlich kritikwürdigen Theoriegebäude der Neoklassik auf, welches sie allerdings in wesentlichen Punkten ergänzt und erweitert (vgl. Kiefer 2001, 39, 53).

Kiefers wesentlicher Beitrag für die Entwicklung der deutschsprachigen Medienökonomie liegt aber vor allem darin, dass sie der vorherrschenden Neoklassik und (in weiterem) Maße dem Neoliberalismus, die bereits in beträchtlichem Ausmaß in die kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie Eingang gefunden haben, einen elaborierten Theorieentwurf „entgegengesetzt“ hat.⁴ Damit hat sie – auch in Abgrenzung zur Anwendung einer „reinen“, vorrangig betriebswirtschaftlich orientierten Medienökonomie – für eine konsequente publizistik- und kommunikationswissenschaftlich orientierte Teildisziplin Medienökonomie argumentiert (vgl. Kiefer 1997a) und zu deren Entwicklung wertvolle Beiträge geliefert. Insgesamt hat sie damit für die Teildisziplin Medienökonomie den Anschluss an eine international verbreitete wirtschaftswissenschaftliche, soziologische und politikwissenschaftliche Theoriediskussion zu Grundfragen von Wirtschaft, Gesellschaft und Medien im Kapitalismus hergestellt. Im Folgenden versuche ich, in möglichst illustrativer Weise die wissenschaftstheoretische Position Kiefers, so wie ich diese aus ihren Veröffentlichungen erkennen kann, aus der Sicht einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien⁵ in den Kontext wissenschaftlicher Diskussionen über Kapitalismus, Neoklassik, Neoliberalismus, Ideologietheorie und Marxismus zu stellen. Ein be-

³ Kritisch in einem doppelten Sinn: hinsichtlich der (wirtschafts)wissenschaftlichen Theorien, die unter verschiedenen (Zusatz-)Bezeichnungen als „Politische Ökonomie“ angeboten werden (vgl. Steining 2003, 67f.), und hinsichtlich der Praxis der „politischen Ökonomie“, die im Medienbereich wirksam ist.

⁴ Marie Luise Kiefers Theorieansatz der Neuen Politischen Ökonomie ist in der deutschsprachigen Medienökonomie bereits auf „fruchtbaren Boden“ gefallen (vgl. z.B. Steining 2001, 2003), ebenfalls hinsichtlich der Institutionenökonomik (vgl. Heinrich/Lobigs 2003).

⁵ Im Gegensatz zur „Medienökonomik“ auf der Basis der Neuen Politischen Ökonomie liegt eine Kritische Politische Ökonomie nicht als zusammengefasste medienökonomische Theorie in Lehrbuchform vor. Meine Überlegungen stützen sich deshalb einerseits auf Veröffentlichungen von AutorInnen, die – größtenteils auf der Basis einer Anwendung Marxscher Arbeiten zur politischen Ökonomie auf den Medienbereich – schon Wesentliches zu einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien beigetragen haben (vgl. die Überblicksdarstellungen bei Grisold 2002; Knoche 1999a+b, 2001, 2002; Meier 2003). Andererseits wurden AutorInnen herangezogen, die – ohne Medienbezug – zu einer aktuellen Weiterentwicklung der Marxschen Theorie sowie zu darauf basierenden aktuellen kritischen Kapitalismusanalysen beigetragen haben. Den Begriff „Kritische Politische Ökonomie der Medien“ benutze ich hier als Sammelbegriff einerseits für Ansätze einer „Radikalen Politischen Ökonomie der öffentlichen/gesellschaftlichen Kommunikation“, wie Meier sie benennt (vgl. Meier 2003), andererseits einer „Kritik der Politischen Ökonomie der Medien“, wie ich sie in bewusster Analogie zur „Kritik der Politischen Ökonomie“ von Karl Marx benenne (vgl. Knoche 2002).

sonderes Augenmerk richte ich dabei auch auf die Kiefersche Erörterung der „Marktfähigkeit“ von Medien als „öffentlichen“ Gütern, welche gerade im Kontext des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bedeutsam ist.

1. Kritik der Neoklassik und des Neoliberalismus: Ökonomische Theorie als Ideologie

„Die Frage nach der ideologischen Funktion ökonomischer Theorien – bekanntlich provoziert durch den Marxismus – spielte (...) eine wichtige Rolle. Seit Beginn der Krise Mitte der 1970er Jahre ebte das Interesse an dem Ideologieproblem in der politischen Ökonomie jedoch mehr und mehr ab – genauer gesagt: es fiel der vermeintlichen ‚Entideologisierung‘ zum Opfer. Diese erweist sich als die erfolgreichste Finte der herrschenden Ideologie, um sich gegen öffentlichkeitswirksame Kritik zu immunisieren. Die herrschende Ideologie – die Ideologie der Herrschenden – verfügt heute über so viel Definitionsmacht, dass alle Kritik am Status quo als ‚ideologisch‘ disqualifiziert werden kann, als überholt und als Rückfall in die Zeit vor der ‚Entideologisierung‘.“
(Zinn 1998, 38)

„Wenn zu Recht von Metamorphosen der Ideologie statt von ihrem Ende gesprochen werden kann, dann wird gezeigt werden müssen, inwiefern der Ideologie in den gegenwärtigen Auseinandersetzungen um Legitimität und Legitimation der gesellschaftlichen Verhältnisse, der wirtschaftlichen wie der politischen, die entscheidende Schlüsselrolle zukommt.“
(Herkommer 2004, 15)

„Medienökonomie (nicht nur) nach der hier gewählten Definition untersucht das Mediensystem kapitalistischer Marktwirtschaften. Diese ideologische und institutionelle Einbettung muss beim Umgang mit dieser Teildisziplin der PKW (Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, MK) stets mit reflektiert werden.“
(Kiefer 2001, 68)

„Markt und Wettbewerb sind danach für das Individuum anstrengende gesellschaftliche Arrangements, Regulierungsregimes und Sanktionssysteme, die der Effizienzsteigerung der Wirtschaft einer Gesellschaft dienen, aber jederzeit auch geändert werden könnten, der Kapitalismus ist eine Ideologie.“
(Kiefer 2002, 94)

Eine Verbindung des Kieferschen Ansatzes zu einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien ergibt sich dadurch, dass Kiefer deutlich auf den grundsätzlichen Ideologiegehalt von Ökonomik als Wissenschaft in ihrer ideologischen Einbindung in kapitalistische Marktwirtschaften aufmerksam macht und dies auch für eine kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie reflektiert. Damit wirkt sie der auch in der Kommunikationswissenschaft weitverbreiteten These von der „Entideologisierung“ der Wissenschaften bzw. der Verkennung der real in Wissenschaft und Medienpraxis betriebenen Ideologisierung entgegen. Die Ideologie(produktion) halte ich nicht nur für ein wichtiges Problemfeld der Medienökonomie als wissenschaftliche Teildisziplin, sondern auch für deren zentrales Untersuchungsfeld: die Ideologieproduktion der Wirtschafts-, Sozial- und Rechtswissenschaften sowie der Medienunternehmen für die Legitimierung und Apologie sowie für Erhalt, Stabilisierung und notwendige Entwicklung („Modernisierung“) des Kapitalismus. Hierzu

kann auf zwei aktuelle wissenschaftliche Grundsatzwerke⁶ zurückgegriffen werden: „Ideologie“ (Ritsert 2002) und „Metamorphosen der Ideologie“ (Herkommer 2004).

2. Die Wiederentdeckung des Kapitalismus auch in der Kommunikationswissenschaft

„Unsere Gesellschaft eine kapitalistische zu nennen, kommt heute anders als noch vor zehn, zwanzig Jahren keinem Tabubruch mehr gleich. Dasselbe gilt für ihre Charakterisierung als Klassengesellschaft. (...) Nicht dass eine neue Übereinstimmung zu beobachten wäre hinsichtlich der Bewertung – der Kapitalismus, die Klassenunterschiede und deren Legitimierung werden durchaus kontrovers beurteilt –, vielmehr ist frappierend, dass sich Apologetik einerseits und Kritik andererseits wieder auf die gleichen Kernbestimmungen der Gesellschaftsformation zu einigen scheinen.“
(Herkommer 2004, 9)

„Die Notwendigkeit eines kapital- und kapitalismuszentrierten medienökonomischen Forschungsansatzes lässt sich ohne Probleme theoretisch begründen, schon allein wenn man berücksichtigt, dass im Kapitalismus Kapitaleigner eine grundgesetzlich geschützte, fast unangreifbare autonome Stellung und Handlungsfreiheit haben. Im Zuge der weitreichenden Privatisierungen, d.h. Kapitalisierungen und Kommerzialisierungen von bislang ausschließlich öffentlich-rechtlich bzw. staatlich organisierten Sektoren einer damit erweiterten Medienindustrie ergeben sich ohne Zweifel zusätzliche empirische Begründungen für eine – auf dieser Basis meines Erachtens realitätsnahe und ergiebige – kommunikationswissenschaftliche Beschäftigung mit kritischen Kapitalismustheorien.“
(Knoche 2002, 102)

„Transformiert werden Medien aber auch in einem Shareholder-value-Kapitalismus, der Information und Öffentlichkeit in einem bislang unbekanntem Ausmaß zur Ware macht. (...) Aufgegeben wird insbesondere ein zentrales politisches Ziel des fordistisch-keynesianischen Sicherheitsstaates, die sozialstaatlich abgestützte ‚Einheitlichkeit der Lebensbedingungen‘ im nationalstaatlichen Raum. Die ‚Solidargemeinschaft‘ des Fordismus wird aufgelöst. Damit stellt sich die Frage nach der Vereinbarkeit von Kapitalismus und Demokratie.“
(Kiefer 2004, 179)

„In dem scheinbar bloß methodologischen Streit geht es letztlich um ein in den gegenwärtigen Debatten über den ‚Kapitalismus‘ aktuelles Grundproblem der Sozialökonomie: ob und in welchem Sinn die heutige Gesellschaft als ‚Marktwirtschaft‘, ‚industrielle Gesellschaft‘, ‚Moderne‘ oder aber als ein ‚Kapitalismus‘ genanntes reales, eigengesetzliches, dynamisches System begriffen werden kann. Es geht hierbei (...) also lediglich um eine neue Runde in dem (...)Kampf gegen die liberal-nominalistische These: ‚es gibt dieses Wesen gar nicht; Kapitalismus ist ein Wort ohne Bedeutung.‘“
(Backhaus 2004, 71)

Bemerkenswert ist ferner, dass Marie Luise Kiefer auch eine spezifische „Erinnerungsarbeit“⁷ insofern geleistet hat, als sie auf das in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft weitgehend vergessene bzw. (bewusst) nicht beachtete

⁶ Der Ideologiebegriff ist sehr vielschichtig und teilweise umstritten, er beinhaltet aber in jedem Fall Verschleierung und/oder Legitimierung von Macht und Herrschaft (gegen die objektiven Interessen der „Beherrschten“) (vgl. Ritsert 2002, 9ff.).

⁷ „Erinnerungsarbeit“ insofern, als in Deutschland Anfang der 1970er Jahre bereits ausgeprägt kritische Kapitalismus-bezogene Medientheorien entwickelt worden waren (vgl. u.a. Drüge/Modelmog 1972, Holzer 1973, Hund 1976, Negt/Kluge 1972, Prokop 1974), auf die jedoch Kiefer eigenartigerweise keinen Bezug nimmt. Im Übrigen ist es für die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft charakteristisch, dass die m.E. notwendige Bezugnahme zu Kapitalismustheorie und -kritik eine Seltenheit ist.

Phänomen des Kapitalismus aufmerksam gemacht hat (vgl. z.B. Kiefer 1998; 1999; 2001). Ihr ist es dabei ein explizites Anliegen, Medien im Rahmen kapitalistischer Wirtschaft und Gesellschaft zu betrachten und entsprechend auch kritische Theorien über den Kapitalismus zur Fundierung ihrer eigenen medienökonomischen Theorieentwicklung heranzuziehen. Dies kommt insbesondere in ihrer jüngsten Publikation zu „Medien und neuer Kapitalismus“ zum Ausdruck (vgl. Kiefer 2004), in der von ihr auch kapitalismuskritische (marxistische) Autoren als Grundlage für ihre eigene Argumentation herangezogen werden.

In dieser für die Kommunikationswissenschaft durchaus seltenen kritischen Thematisierung des Kapitalismus mit der auch von Kiefer gestellten „Frage nach der Vereinbarkeit von Kapitalismus und Demokratie“ (Kiefer 2004, 179) scheint mir die stärkste Verbindung des Kieferschen Ansatzes mit einer weiter zu entwickelnden Kritischen Politischen Ökonomie der Medien zu liegen, dies insbesondere hinsichtlich der Weiterentwicklung der kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin Medienökonomie insgesamt. In dieser Hinsicht hat sie – deutlich sichtbar in einigen ihrer Veröffentlichungen, insbesondere neueren Datums – die geringsten „Berührungspunkte mit marxistischen Autoren und deren Arbeiten“ (Kiefer 2001, 13). Dies zeigt sich schon in dem gemeinsamen Objekt der Kritik – dem wissenschaftlichen, wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Neoliberalismus mit den globalen Privatisierungsprozessen.

Zur Entwicklung einer wissenschaftlichen Teildisziplin Medienökonomie in der Kommunikationswissenschaft ist es unumgänglich, dies dürfte inzwischen weitgehend unbestritten sein, fundierte kapitalismuskritische Theorien und Analysen zur Grundlage zu nehmen und sie auf den Medienbereich anzuwenden. Die Analyse des „Kapitalismus des 21. Jahrhunderts“ (Bischoff 1999) und die damit verbundene Frage „Ein neuer Kapitalismus?“ (Candeias/Deppe 2001) kann meines Erachtens am ehesten auf der Basis der Anwendung und Weiterentwicklung Kritischer Politischer Ökonomie geleistet werden. Dazu kann die Neue Politische Ökonomie allerdings kaum etwas beitragen. Denn wie auch immer der gegenwärtige Kapitalismus gekennzeichnet wird – zum Beispiel als „Turbo-Kapitalismus“ (Altvater et al. 1999b), als „Flexibler Kapitalismus“ (Bieling et al. 2001), als „Entfesselter Kapitalismus“ (Bischoff 2003) oder als „Euro-Kapitalismus“ (Beckmann et al. 2003), stets kann die Frage, was ihn aufgrund welcher Merkmale als „neu“ oder „alt“ mit welchen Folgen (für den Medienbereich) charakterisiert, am „realistischsten“ mit theoretischen Ansätzen beantwortet werden, die seit Jahrhunderten in kritischer Weise auf den Untersuchungsgegenstand „Kapitalismus“ spezialisiert sind – und dies sind nun einmal unbestreitbar „marxistische“ Ansätze.

3. Die unberechtigte Angst der WissenschaftlerInnen vor Marx, aber die berechtigte Angst, als Marxist zu gelten

„Eine halbwegs komplette Kenntnis des Marxismus kostet heute, wie mir ein Kollege versichert hat, zwanzigtausend bis fünfundsiebzigtausend Goldmark, und das ist dann ohne die Schikanen. Drunter kriegen Sie nichts Richtiges, höchstens so einen minderwertigen Marxismus ohne Hegel oder einen, wo der Ricardo fehlt usw. Mein Kollege rechnet übrigens nur die Kosten für die Bücher, die Hochschulgebühren und die Arbeitsstunden und nicht, was Ihnen entgeht durch Schwierigkeiten in Ihrer Karriere..., und er lässt weg, dass die Leistungen in bürgerlichen Berufen bedenklich sinken nach einer gründlichen Marxlektüre; in bestimmten Fächern wie Geschichte oder Philosophie werden nie wieder wirklich gut sein, wenns den Marx durchgegangen sind.“
(Bertolt Brecht, zit. nach Krätke 1996, 69)

„Ich weiß nur dies, dass ich kein Marxist bin.“
(Karl Marx, MEW 35, 388, zitiert nach Krätke 1996, 69)

„Von vielen, auch von politischen Gegnern, wird Marx als einer der, wenn nicht der größte Vertreter der Wissenschaft der politischen Ökonomie bezeichnet. Keinem fiel es ein, ihn als Erfinder des Marxismus zu bezeichnen.“
(Krätke 1996, 70)

„Es wird ja nach wie vor offenbar übersehen, dass Karl Marx selbst, wie Josef Schumpeter hervorhebt, nicht nur Genie und Prophet, sondern zunächst einmal ein hervorragender Wirtschaftswissenschaftler gewesen ist, dessen Leistung auf rein ökonomischem Gebiet von Freund wie Feind verkannt wurde.“
(Kiefer 2001, 39)

„Es geht also hier nicht um ‚Marxismus‘ im politischen Sinn, sondern um eine kritische Anwendung und Weiterentwicklung von wissenschaftlichen Analyse- und Theorieansätzen von Karl Marx.“
(Knoche 2001, 180)

„Es ist also keineswegs gerechtfertigt, derartige Ansätze (der Kritik der Politischen Ökonomie, MK) pauschal als marxistische, marxistisch-leninistische oder neomarxistische Wirtschaftstheorien im ideologisch-politischen Sinn zu kennzeichnen oder zu diskriminieren. (...) Es geht also um Marx als Wissenschaftler und um die Prüfung der Brauchbarkeit seiner wissenschaftlichen Methode des historisch-dialektischen Materialismus und seiner kritischen Kapitalismusanalyse als Basis für die Entwicklung einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien.“
(Knoche 2002, 103f.)

„Kritiker der herrschenden Lehre büßten nicht nur in dem Maße Karrierechancen ein, in dem sich über die Nachwuchsförderung der Neoliberalismus gegen den (verkürzten) Keynesianismus durchsetzte, sondern sie waren auch gehalten, ihr begrenztes Zeitbudget Abwehrkämpfen gegen die wieder vordringende Orthodoxie zu widmen und sich auf aktuelle Gefechte einzulassen, die ihre intellektuellen Ressourcen in einem Maße absorbierten, dass für die Weiterarbeit an zukunftsweisenden Gegenpositionen zum herrschenden Markttextremismus immer weniger Potential übrigblieb.“
(Zinn 1998, 50)

„Die Chance der Kritik, sich eine feste Basis zu schaffen, scheint vielmehr von ihrer Fähigkeit abzuhängen, sich dafür Raum innerhalb des Wissenschaftsgebäudes selbst sichern zu können.“
(Vogt 1973, 8)

„Dazu (zur Entwicklung eines marxistischen Forschungsprogramms, MK) braucht man die Versiertheit eines Marx-Philologen, die Kenntnisse eines Historikers des Kapitalismus und der bürgerlichen Gesellschaft, den Überblick eines komparativ arbeitenden Sozialforschers, die analytische Schärfe eines gelernt-

ten Philosophen und außerdem gründliche Kenntnisse der Entwicklungen in vielen Einzelwissenschaften – mehr also, als ein einzelner Kopf normalerweise aushält. Darum wird diese Arbeit auch besser auf viele Köpfe verteilt.“ (Krätke 1996, 84)

Es kann aus mehreren Gründen kaum verwundern, dass die Analysen von Karl Marx und der vergleichsweise wenigen Wirtschafts- und SozialwissenschaftlerInnen, die darauf (vorzugsweise auch immanent kritisch) aufbauen und diese bezogen auf die jeweils aktuelle Entwicklung des Kapitalismus weiterentwickeln, im etablierten Wissenschafts- und Ausbildungsbetrieb der Hochschulen sowie in Politik und Massenmedien in der Regel verschwiegen oder marginalisiert werden. Wenn diese thematisiert werden, so am ehesten negativ, indem sie als antiquiert, überholt, ideologisch oder widerlegt diffamiert werden. Die Gründe für die offensichtlich weit verbreitete Marx-Abstinenz, -Ignoranz oder -Gegnerschaft in der Kommunikationswissenschaft (wie in anderen Wissenschaften) sind vielfältig. Umso höher ist es zu bewerten, dass Marie Luise Kiefer für ihre Arbeit auf teilweise „Übereinstimmung mit Karl Marx“ und auf „insgesamt wenig Berührungspunkte mit marxistischen Autoren und deren Arbeiten“ (Kiefer 2001, 13) hingewiesen hat. Auch hat sie mit Berufung auf Schumpeter Marx als „hervorragenden Wirtschaftswissenschaftler“ (Kiefer 2001, 39) anerkannt und das Kritik-Verständnis von Marx ausdrücklich als „von dem der Neuen Politischen Ökonomie nicht weit entfernt“ (Kiefer 2001, 13) bezeichnet.

Das Kapital hat sich die wissenschaftliche Legitimation und Apologie des Kapitalismus schon immer etwas kosten lassen, sei es durch finanzielle (steuerabzugsfähige) „Förderung“ von Wissenschaft, Forschung, „Think Tanks“, Kunst und Kultur, durch den staatlichen Einsatz von Steuergeldern für staatliche und private Bildungseinrichtungen oder in besonderem Maße durch privatwirtschaftliche und öffentlich-rechtliche Massenmedien, die über Werbung und von Konsumenten (auch noch gewinnbringend) finanziert werden. Heerscharen von WissenschaftlerInnen aller Disziplinen haben seit Generationen weltweit an der Entwicklung von Theorien gearbeitet, die Marx (in der Regel ohne ihn zu nennen oder auf seine Werke näher einzugehen) entweder widerlegen oder überflüssig machen sollen. Vielfach wurden auch Marx'sche Erkenntnisse – ohne auf ihn Bezug zu nehmen – im Gewand anderer, für den Kapitalismus „positiverer“ oder „unverfänglicherer“ Begriffe übernommen. Entsprechend dominieren „Verfahrensweisen, die im etablierten Wissenschaftsbetrieb nach wie vor als Garant von ‚Wissenschaftlichkeit‘ gelten und zu denen eine Generation von StudentInnen nach der anderen abgerichtet wird“ (Krätke 2004, 230). Es kam zur „weltweit eindeutigen Dominanz der neoklassischen Sicht – jedenfalls für die ökonomischen Lehrbücher, mit dem die StudentInnenköpfe erfolgreich bearbeitet werden“ (ebenda, 30).⁸

⁸ Dies gilt ebenso für das früher Publizistik, heute Kommunikationswissenschaft genannte Studium. Zum Beispiel weigerte sich während meiner Studienzeit an der Mainzer Universität Ende der 1960er, Anfang der 1970er Jahre die damalige Institutschefin Prof. Dr. Elisabeth Noelle-Neumann vehement, irgendetwas in das Lehrprogramm aufzunehmen, das Marx- bzw. Marxismusverdächtig war. Die Beschäftigung mit „Kritischer Theorie“ und „Marxismus“ war nur in „freiwilligen“ studentischen Seminaren möglich, die im offiziellen Lehrbetrieb nicht anerkannt wurden.

Diese symbolische Macht der herrschenden Lehre wurde in allen Wissenschaften weltweit durch materielle (politische und arbeitsrechtliche) Macht ergänzt, an deutschen Hochschulen zum Beispiel, als während der 1970er Jahre kurzzeitig versucht wurde, unter Berufung auf das offiziell proklamierte Wissenschafts-Ethos „Pluralismus“ die Lehr- und Forschungsgebiete um Marx'sche Analysen zu erweitern.⁹ Wer damals Marx'sche Theorien adaptierte, wurde – auch im Kontext der Systemkonkurrenz Kapitalismus – Sozialismus und dem dazu geführten „Kalten Krieg“ – als (gefährlicher) Marxist, Kommunist, Systemgegner, „Extremist“ oder „Radikaler“ abgestempelt und in seinen Möglichkeiten der Berufstätigkeit in Wissenschaft, Bildung, Massenmedien etc. erheblich eingeschränkt. Dies gipfelte in der Bundesrepublik Deutschland in den 1970er Jahren unter einer SPD/FDP-Regierung in einem „Radikalenerlass“ als Grundlage für systematische Verfassungsschutzüberprüfungen und Berufsverbote für marxistisch orientierte WissenschaftlerInnen, LehrerInnen, KünstlerInnen etc. (vgl. Histor 1992).¹⁰ In der Regel bedurfte es jedoch in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft keiner offiziellen Berufsverbote: Berufungskommissionen und ihre Gutachter sowie berufende Ministerien arbeiteten so „gründlich nach streng wissenschaftlichen Kriterien“, dass „Marxismusverdächtige“ keine Professur für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bzw. Journalistik bekommen konnten. Diese hatten dabei allerdings „leichtes Spiel“, da es aus den aufgezeigten Gründen bis heute kaum einen „Marx-geschulten“ wissenschaftlichen Nachwuchs gibt, der sich hätte bewerben können. Die Angst der kommunikationswissenschaftlichen Zunft vor Marxisten¹¹ hielt sich deshalb in Grenzen und wurde deshalb auch nur selten manifest.

Aufgrund des geschilderten „Nachholbedarfs“ und angesichts der Aktualität der Kritik der Politischen Ökonomie sollte es zur Entwicklung medienökonomischer Theorie nicht versäumt werden¹², wenigstens „Mit Marx ins 21. Jahrhundert“ (Gerlach et al. 2003) zu gehen. Dies ist allerdings in der Tat äußerst (zeit)aufwendig, da mittlerweile eine Fülle an wissenschaftlicher Literatur verfügbar ist, die den Erkenntniswert von „Marxismus als Sozialwissenschaft“ (Krätke 1996) eindrucksvoll belegt. Insbesondere unter dem auch für die Entwicklung der medienökonomischen

⁹ Ich hatte das risikobehaftete „Glück“, Mitte der 1970er Jahre, als am Institut für Publizistik der Freien Universität Berlin die Beschäftigung mit dem Marx'schen Werk und der Kritik der Politischen Ökonomie (der Medien) Teil des Regelstudiums war, „bildende“ Denkanregungen zu bekommen, die allerdings aus den genannten Gründen lange Zeit „auf Eis gelegt“ werden mussten.

¹⁰ Prominentes Berufsverbots-Opfer wurde zum Beispiel Horst Holzer, einer der profiliertesten Anwender der Marx'schen Theorie auf den Bereich der Massenmedien (vgl. Histor 1992, 18; 32; Langenbacher 2000).

¹¹ Diese „Angst“, die sich in Anbetracht der realen „Machtverhältnisse“ eher als Machtdemonstration artikuliert, konzentrierte sich in den 1970er Jahren auf eine „rote Kadernschmiede“ am Institut für Publizistik der Freien Universität Berlin.

¹² Ein weiterer Grund für die Nicht-Beschäftigung mit Marx'schen Theorieansätzen ist vermutlich auch in nicht unerheblichem Ausmaß die – in Anbetracht der ausufernden, oft schwer verständlichen und kontroversen Literatur – mit Recht zu fürchtende Mühsal und Unerquicklichkeit des Studiums des „Marxismus“, zumal dieses aufgrund der damit verbundenen deutlich schlechten Berufs- und Karrierechancen subjektiv nur schwerlich als „lohnend“ betrachtet werden kann. Dies kann auch erklären, warum die Politische Ökonomie in der Kommunikationswissenschaft bis heute „Die vergessene Theorie“ (Robes 1990) ist.

Theorie äußerst relevanten Gesichtspunkt der Kritik des Neoliberalismus oder etwa zur Beantwortung der Frage „Das Ende des Neoliberalismus?“ (Bischoff et al. 1998) ist die reichlich vorhandene Marx fundierte wissenschaftliche Literatur eine wertvolle „Fundgrube“; ohne eine – zugegebenermaßen „mühsame“ Auf- und Einarbeitung dieser Literatur – kann meines Erachtens eine medienökonomische Theorie auf Dauer nicht „bestehen“.

4. Exkurs: Bourdieu als Ideologiekritiker – ein „neuer Marx“? Oder: Mit Marx und Bourdieu über Bourdieu hinaus

„Bourdieu jedenfalls hat nie ein Hehl daraus gemacht, dass er die Marxsche Theorie für ungeeignet hält, die gegenwärtigen Verhältnisse angemessen zu erklären.“
(Herkommer 2003, 222)

„Eine reflexive Soziologie kann die Intellektuellen von ihren Illusionen befreien, und zuallererst von der Illusion, keine Illusionen zu haben, vor allem was sie selbst angeht, und sie kann zumindest dazu beitragen, ihnen jede passiv-unbewusste Beteiligung an der symbolischen Herrschaft schwerer zu machen.“
(Bourdieu/Wacquant 1996, 231, zitiert nach Herkommer 2003, 235)

„Ideologietheorie (...) ist wesentliches Produkt und Element des Zeitalters der Aufklärung. Ihre klassische Gestalt erhielt sie mit Marx. Keine spätere wissenschaftliche Arbeit zu diesem Thema, inzwischen in kaum noch überschaubarer Anzahl, hat diese Vorgabe umgehen können, ob sie sich zu ihr im Wesentlichen zustimmend oder ablehnend verhielt, ob sie in der Tradition kritischer Theorie und Wissenssoziologie stand, oder dem Positivismus verpflichtet war. (...) Das Hauptaugenmerk gilt den Fragen der Formveränderungen des Ideologischen und der Ideologie des Neoliberalismus als der dominanten oder hegemonialen Ideologie im gegenwärtigen, ‚entfesselten‘ Kapitalismus.“
(Herkommer 2004, 68)

„Mit Marx und Bourdieu über Bourdieu hinaus.“
(Herkommer 2003, 240)

Zur Ideologiekritik haben nicht nur „streng“ marxistisch orientierte AutorInnen beigetragen, sondern vor allem auch Vertreter der „Kritischen Theorie“, allerdings auf Basis der Marxschen Analyse, und in starkem Maße auch Pierre Bourdieu, welcher der Marxschen Kritik sehr kritisch gegenüberstand.¹³ Aus der Sicht einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien erscheint mir vieles aus dem Bourdieuschen Werk (vgl. als Überblick z.B. Steinrück 2004) für die Entwicklung der medienökonomischen Theorie brauchbar, insbesondere seine Ideologiekritik des Neoliberalismus, des Wissenschaftsbetriebs und der Rolle der Wissenschaften in der Gesellschaft sowie seine kritischen Analysen zum Zusammenhang von Ökonomie und Kultur und speziell zum Zusammenhang von Ökonomie und Fernsehen.

¹³ Lesenswerte Kapitel zur Kritischen Theorie und zu Bourdieu als Beitrag zur Entwicklung der Medienökonomie enthält die Habilitationsschrift von Andrea Grisold (2002, 167-212). Herkommer (2003) stellt Bourdieu als „Kritiker der neoliberalen Utopie“ in den Mittelpunkt, kontrastiert dessen Theorie aber mit einer „Marxistischen Ideologietheorie“. Ritsert (2002) bietet ein heterodoxes Spektrum an „Ideologietheoretikern“ (Karl Mannheim, Theodor Adorno, Max Weber, Jürgen Habermas, Michel Foucault).

5. Distanz zu Marx – Nähe und Distanz zur Neoklassik: Neue Politische Ökonomie in der Kommunikationswissenschaft

„Auch das Kritik-Verständnis von Marx, der als Ökonom darunter ja vornehmlich wissenschaftliche Analyse mit dem Ziel der Veränderung von als nicht befriedigend bewerteten (gesellschaftlichen) Zuständen verstand, ist von dem der Neuen Politischen Ökonomie nicht weit entfernt.“
(Kiefer 2001, 13)

„Es scheint mir gerade mit Blick auf den für den wissenschaftlichen Zugriff auf Medien und Medienkommunikation gesetzten Bezugsrahmen wichtig, diese heterodoxen Stimmen in den Wirtschaftswissenschaften zu kennen, um vorgeblich unwiderlegbare Argumente und unumstößliche Weisheiten neoliberaler Wirtschaftswissenschaft und -politik relativieren, historisieren und zurückweisen zu können.“
(Kiefer 2002, 95)

„Insgesamt will politische Ökonomie nicht nur erklären, wie es zum Beispiel die Soziologie, aber auch wohl die PKW als ihre wissenschaftliche Aufgabe ansehen, sie will auch gestalten. Ihr Ziel ist letztendlich die ‚theoretische Ableitung von Reformempfehlungen‘.“
(Kiefer 2001, 59)

„Soweit der Vorschlag einer soziologischen Reorientierung der ökonomischen Theorie in Betracht kommt, hat zum Beispiel die neue politische Ökonomie einen erstaunlichen Erfolg bei der Erklärung des soziopolitischen Rahmens der Gesellschaft gehabt. In kürzester Zeit – verglichen mit den Dekaden ineffektiver methodologischer und soziologischer Kritik – hat sie einen festen Platz in der ökonomischen Theorie gewonnen.“
(Frank 1976, 140)

„Medienökonomie, wie sie in diesem Buch in einem ersten Versuch ausgearbeitet wurde, verschiebt das kommunikationswissenschaftliche Interesse damit von der Mikro- auf die Meso- und Makroebene und kann durch Adaption entsprechender Theorieansätze hier einen zumindest prima facie durchaus sinnvollen und notwendigen Beitrag leisten. Die Figur des kommunikationswissenschaftlichen Beraters zum Beispiel für das politische System, aber auch die demokratische Öffentlichkeit könnte dadurch systematisch entwickelt werden (...) Es sind vor allem medienpolitische Fragen, für die sich mit der hier entwickelten Medienökonomik begründete und theoriegestützte Antworten erarbeiten lassen.“
(Kiefer 2001, 401f.)

„Der Ansatz der Neuen InstitutionalistInnen stellt summa summarum nichts anderes dar als ein neoklassisches Verhaltensmodell, in dem eben Transaktionskosten inkludiert sind. Er leitet sich aus der Tradition eines klassischen Liberalismus ab (...). Ganz im Sinne dieser Tradition und im Gegensatz zu den ‚alten‘ InstitutionalistInnen sehen die Vertreter des ‚neuen‘ Institutionalismus das abstrakte Individuum als die zentrale Entscheidungseinheit an.“
(Grisold 2002, 114)

Marie Luise Kiefer hat mit einer Vielzahl von Veröffentlichungen als eine von Wenigen ein generelles Bewusstsein für „Politische Ökonomie“ in der Kommunikationswissenschaft wiederbelebt. Sie möchte grundsätzlich „statt von Medienökonomie lieber von Politischer Ökonomie der Medien sprechen, Politische Ökonomie allerdings nicht oder jedenfalls nicht vorrangig im Sinne der marxistischen Tradition, sondern in Übernahme zentraler Ansätze der Neuen Politischen Ökonomie (NPÖ) als Teildisziplin der Wirtschaftswissenschaften, wie sie sich seit Anfang der 80er Jahre in bewusster Anknüpfung an die Tradition der klassischen Political Economy auch in Deutschland entwickelt“ (Kiefer 1997c, 186). Als Grundlage medienökonomischer Theorieentwicklung favorisiert sie also die Anwendung der NPÖ als Teil-

wissenschaft der Wirtschaftswissenschaften¹⁴, insofern eine stark wirtschaftswissenschaftlich geprägte kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie.

Es handelt sich dabei allerdings insofern auch um einen sozialwissenschaftlichen Ansatz, als in Abgrenzung bzw. Kritik hinsichtlich des dominanten neoklassischen Paradigmas der „reinen“ Ökonomie die traditionelle Nichtberücksichtigung außerökonomischer Zielsetzungen im Ansatz durch Einbeziehung sozialer und politischer Dimensionen überwunden wird. Im Mittelpunkt steht die Frage, in welcher Weise bestimmte Institutionen, insbesondere der Steuerungsmechanismus Markt, die Erreichung gesellschaftlicher Ziele der Medien fördern oder behindern (vgl. Meier/Trappel 2001, 167f.). Mit ihrem erklärten Ziel der theoretischen Ableitung von Reformempfehlungen unterscheidet sie sich von einer „reinen“, „unpolitischen“ Wirtschaftswissenschaft, deren Behauptung ihres „Unpolitisch-Seins“ zweifellos als Ideologie zu werten ist. Hervorzuheben ist, dass Kiefer mit ihrer „Medienökonomik“ wirtschaftswissenschaftliche Erkenntnisse nur als eine „Bewertungs- und Entscheidungsgrundlage“ (Kiefer 2001, 39) zur Beurteilung anbietet, ob diese Ansätze tauglich, ergänzungsbedürftig oder zu verwerfen sind.

Der Ansatz der NPÖ ist einer unter mehreren „Politischen Ökonomien“ (vgl. Knoche 1999a, 76ff.; 2002, 103; Siegert 2003, 233f.; Steininger 2001, 210ff., dort auch (148-209) Darstellung und Kritik der neoklassischen Medien- und Informationsökonomie sowie der Neuen Institutionenökonomik). Werner A. Meier zum Beispiel unterscheidet sechs Richtungen: die Klassische Politische Ökonomie des 18./19. Jahrhunderts, auf der alle nachfolgenden Richtungen in verschiedener Weise aufbauen, sodann einerseits die Neue Politische Ökonomie, die mit der Liberalen und der Institutionellen Politischen Ökonomie sowie mit der Neoklassischen Ökonomie eng verbunden ist, sowie andererseits die Radikale Politische Ökonomie, die auf der Marxistischen und ebenfalls auf der Institutionellen Politischen Ökonomie aufbaut (vgl. Meier 2003, 219ff.).¹⁵

Aus der Sicht einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien (speziell auch „Kritik der Politischen Ökonomie der Medien“) (vgl. Knoche 2002) hat der Ansatz der NPÖ im Vergleich zur neoklassischen Ökonomie einige elementare Vorteile, die schon darin zu sehen sind, dass auf dieser Basis in bestimmtem Maße eine Kritik der Neoklassik und des Neoliberalismus hinsichtlich seiner Verabsolutierung von Privatisierung, Markt und Wettbewerb als Steuerungselemente von Wirtschaft und Gesellschaft möglich ist. Diese Kritik wird von Kiefer auch eindrucksvoll geleistet. Im Vergleich zur Kritischen oder Radikalen Politischen Ökonomie¹⁶ ist mit dem Ansatz

der NPÖ jedoch der meines Erachtens schwerwiegende Nachteil verbunden, dass sie „auf dem Theoriebestand der Neoklassik auf(baut)“ (Kiefer 2002, 97) und deshalb deren Basiskonzept mit grundlegenden Annahmen (Axiomen), zum Beispiel das herrschende individuelle ökonomische Verhaltensmodell oder das Rationalitätsaxiom, weitgehend übernimmt, diese allenfalls teilweise, nicht grundsätzlich, in Frage stellt.

Die Neue Politische Ökonomie ist also mit dem grundsätzlichen Widerspruch behaftet, dass sie sich zwar tendenziell als „Alternative“ (richtiger eigentlich: als Ergänzung und Erweiterung) zur herrschenden Neoklassischen Ökonomik versteht, sich jedoch von dieser nicht wirklich lösen will. Aus der Sicht einer Kritischen Politischen Ökonomie, die ja gerade eine „radikale“ wissenschaftliche Kritik der Neoklassik und folglich auch der darauf aufbauenden Theorieansätze als grundlegend für die Entwicklung kritischer politisch-ökonomischer Theorieansätze betrachtet, ist dieses „Verhaftetsein“ der NPÖ in der Neoklassik als eine ihrer entscheidenden Schwächen zu werten.

Prinzipiell hat jedoch die Kiefersche Anwendung von Ansätzen einer NPÖ auf den Medienbereich auch einige unbestreitbare Vorteile für die Entwicklung „realistischer“ medienökonomischer Theorie. Angesichts der gesellschaftlichen Machtverhältnisse im fortgeschrittenen Kapitalismus und den damit einhergehenden aktuellen Entwicklungen im Medienbereich erscheint die praktische Umsetzung von theoretischen Ableitungen von Reformempfehlungen, die Kiefer mit Hilfe der NPÖ unter „Rückgriff auf Stimmen aus dem linksideologisch eher unverdächtigen Lager der Ökonomen“ (Kiefer 2001, 401) anstrebt, wesentlich aussichtsreicher als etwa mit Hilfe von Kritischer, Radikaler oder gar Marxistischer Politischer Ökonomie. Die dem Ansatz Kiefers zu Grunde liegende Mischung von Nähe und Distanz, Anwendung und Kritik des neoklassischen Mainstreams der Wirtschaftswissenschaften sowie die kreative Verbindung von positiver und normativer Theorie (Kiefer 2002, 95f.) könnte sich als pragmatisch orientiertes theoretisches „Erfolgsrezept“¹⁷ im Sinne der angestrebten Ziele erweisen. Zumindest besteht eine gewisse Chance, dass dieser theoretische Ansatz als Legitimationsbasis für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im dominanten politischen Spektrum „Gehör finden“ und deshalb praktisch wirksam werden kann.

Diese Herangehensweise folgt einem schon vielfach von Reformbefürwortern in Theorie und Praxis angewandten Muster: die herrschenden Theorien, besser gesagt: Macht und Herrschaft im Kapitalismus legitimierende Ideologien¹⁸ im wissenschaftlichen Theoriegewand, an „ihrem Anspruch packen“ bzw. „mit den eigenen Waffen schlagen“ zu wollen. Es handelt sich dabei um das Einfordern der Realisierung von idealtypischen demokratischen Freiheiten, sozialer Gerechtigkeit etc. Dies wurde auch immer wieder in der demokratietheoretischen Diskussion zu Anspruch und

¹⁴ Wobei sie die NPÖ nicht als geschlossene Schule ansieht und deren Konzepte auch nicht in toto übernimmt (vgl. Kiefer 2002, 96f.).

¹⁵ Meier selber plädiert mit eigenen Beiträgen, auf die weiter unten noch eingegangen wird, engagiert für die Entwicklung und Anwendung einer Radikalen Politischen Ökonomie in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die er anhand von grundlegenden Referenzen und Schlüsselbegriffen idealtypisch vom Wirtschaftsliberalismus bzw. der Neoklassischen Ökonomie unterscheidet (vgl. Meier 1996/97; 1997; 2003).

¹⁶ Die – meines Erachtens nicht fundamentalen – Unterschiede der zur Zeit in der Kommunikationswissenschaft teilweise nebeneinander gestellten „Kritischen“, „Marxistischen“ oder „Radikalen“ Politischen Ökonomie (der Medien bzw. der gesellschaftlichen/öffentlichen Kommunikation) sollen an die-

ser Stelle nicht diskutiert werden. Dominant sind die ausgeprägten Gemeinsamkeiten in der Theoriebasis, der Herangehensweise und in den wissenschaftlichen Analyse-Ergebnissen.

¹⁷ Ein derartiger „Erfolg“ wäre nicht verwunderlich unter Berücksichtigung der Erkenntnis, dass es den VertreterInnen einer „herrschenden Theorie“ lieber ist, dass ihre „Lehre“ nur ergänzt und erweitert anstatt grundsätzlich kritisiert und „widerlegt“ wird.

¹⁸ So bezeichnet zum Beispiel auch Kiefer den Kapitalismus als eine Ideologie (vgl. Kiefer 2002, 94).

Realität von Medien und Öffentlichkeit, zum Beispiel mit Hinweisen auf das Grundgesetz oder Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts zu Pressefreiheit oder Publizistischer Vielfalt – allerdings zumeist wenig erfolgreich – versucht.

6. Öffentliche Güter und deren „Marktfähigkeit“: Die herrschende ökonomische Theorie „mit ihren eigenen Waffen schlagen“?

„Leitmotiv der (...) Kritik ist, wie gesagt, fast durchweg der Gedanke, dass es nicht möglich sei, die ökonomische Theorie innerhalb ihres eigenen Ansatzes zu heilen, etwa dadurch, dass man einzelne Elemente der Theorie auswechselt, diese aber im wesentlichen beibehält.“
(Vogt 1973, 15)

„Medieninhalte sind öffentliche Güter. Alle Medien erfüllen das Kriterium der Nichtrivalität des Konsums mit Blick auf ihre Inhalte. (...) Die Zuordnung von Medien zu den Güterarten muss zwischen Medieninhalt als dem eigentlich nutzenstiftenden Gut und Medienträger unterscheiden. Medieninhalte sind immaterielle, öffentliche Güter mit externen Effekten und teilweise meritorischem Charakter. (...) Öffentliche Güter lassen sich in drei Gruppen einteilen je nachdem, ob beide Kriterien nicht gegeben sind (reine öffentliche Güter) oder jeweils eines der Kriterien nicht vorliegt: Club- bzw. Allmendegüter. Bis auf das terrestrisch und unverzerrt verbreitete Fernsehen, das ein reines öffentliches Gut darstellt, sind Medien Clubgüter, also öffentliche Güter im engeren Sinn.“
(Kiefer 2001, 146; 155)

„Die Zuordnung zu den Gruppen öffentlicher Güter ist allerdings kein unveränderliches Datum, sie ist abhängig vom Stand der Technik, von der betrachteten Gruppe, von der Organisationsform bzw. dem institutionellen Arrangement und damit letztlich auch von gesellschaftlichen Zielvorstellungen. Auch die Frage, welches der beiden Kriterien (Konsumrivalität und Ausschlussmöglichkeit, MK) für die Unterscheidung öffentlicher von privaten Gütern ausschlaggebend sei, ist unter Ökonomen nicht eindeutig entschieden.“
(Kiefer 2001, 155)

„Ein reines öffentliches Gut ist nach den Definitionen der ökonomischen Güterlehre nur der drahtlos und unverzerrt verbreitete Rundfunk. (...) Kabelfernsehen und Kabelrundfunk sowie alle Formen von Pay-TV oder Pay Radio sind Club- oder Mautgüter, also öffentliche Güter im engeren Sinn. Die Nichtrivalität im Konsum ist in vollem Umfang wie beim drahtlosen Rundfunk gegeben (...), aber das Ausschlussprinzip ist handhabbar. (...) Als öffentliche Güter im engeren Sinn, also als Club- oder Mautgüter lassen sich auch alle anderen Massenmedien bezeichnen. Die Nichtrivalität im Konsum ist hier jedoch nicht in der unbeschränkten Form wie bei den Rundfunkmedien gegeben, sondern innerhalb bestimmter Kapazitätsgrenzen der Verbreitungsform.“
(Kiefer 2001, 148, 149)

„Daher lässt sich die Frage der privaten oder öffentlichen Bereitstellung öffentlicher Güter nicht vorrangig unter Gesichtspunkten der ökonomischen Effizienz entscheiden. Vor allem wenn es sich bei den öffentlichen Gütern um ‚Lebensgüter‘ handelt, die für ein menschenwürdiges Leben auf historisch gegebenem Niveau unverzichtbar sind, sind Fragen der Bereitstellung, der Gewährleistung des Zugangs zu und des Schutzes von öffentlichen Gütern untrennbar mit der politischen Ordnung als ganzer verknüpft.“
(Mahnkopf 2004, 85)

„Diese private Aneignung der Produkte (durch die Kapitaleigner, MK), die durch ein Rechtsinstitut und die Ideologie des freien Tausches gesichert ist, wird nun in der Vorstellung der Menschen und – dies ist hier wichtig – auch in den Begriffen der Wirtschaftstheorie zu Eigenschaften der Produkte selbst. Die Unterscheidung in öffentliche und private Güter geht also tatsächlich nicht auf Merkmale oder Eigen-

schaften der Güter an sich zurück, sondern auf bestimmte gesellschaftliche Verhältnisse zwischen Personen (...). Die Wirtschaftstheorie sitzt dem positivistischen Schein des Gegebenen auf, wenn sie von der Tatsache privater Güter, die auf dem Markt gehandelt werden, ausgeht und öffentliche Güter als solche bestimmt, bei denen die private, individuelle Aneignung der Güter oder Nutzungen nicht möglich ist (Ausschlussprinzip) oder zumindest Nutzungen (Nutzungsmöglichkeiten) bei mehreren Individuen gleichzeitig möglich sind.“
(Frank 1976, 156)

„Während Altwater im Gleichklang mit vielen sozialen Bewegungen für eine umfassende Definition (öffentlicher Güter, MK) plädiert, wollen die meisten Ökonomen den Umfang an öffentlichen Gütern gering halten und diese mittels marktförmiger Instrumente bereitstellen.“
(Scherrer 2003, 165)

„Der Mangel an theoretischer Begründung der gesellschaftlichen Vorteilhaftigkeit des Public-service-Modells im Rundfunk scheint eine der wesentlichen Ursachen zu sein für die aktuelle Schwächung des öffentlichen Mediensektors, nicht nur wirtschaftlich, sondern auch in der gesellschaftlichen Akzeptanz des Modells.“
(Kiefer 1998, 112)

„(...) doch ist es eine beabsichtigte Wirkung der Liberalisierung von Dienstleistungsmärkten, dass öffentliche Anbieter mit privaten konkurrieren. Dies setzt bei den öffentlichen Anbietern die Kommerzialisierung der Leistungserstellung und danach den (...) Prozess in Gang, an dessen Ende oft die teilweise oder vollständige (formelle oder sogar materielle) Privatisierung steht.“
(Mahnkopf 2004, 83)

Angesichts der offensichtlichen allumfassenden „Privatisierung der Welt“ (Huffschmid 2004) und der neoliberalen „Durchkapitalisierung“ (Knoche, 2001, 178) aller Lebensbereiche, die wesentliche Kennzeichen der gegenwärtigen Phase der Entwicklung (Transformation) des Kapitalismus sind, in deren Kontext auch „Globale öffentliche Güter unter Privatisierungsdruck“ (Brunnengräber 2003) geraten sind, erscheinen mir die diesbezüglichen Beiträge von Marie Luise Kiefer von besonderer Bedeutung zu sein. Deshalb konzentriere ich mich im Folgenden auf das, was sie zum Thema „öffentliche und private Güter“ veröffentlicht hat.¹⁹ Hierzu argumentiert sie u.a. mit Hinweis auf spezifische Eigenschaften von Medien als „ökonomische Güter“, und zwar durch die Charakterisierung als öffentliche Güter (Kollektivgüter) und als meritorische Güter sowie mit Hinweis auf „externe Effekte“ immanent wirtschaftswissenschaftlich, indem sie daraus ein (teilweises) „Marktversagen“ für den Medienbereich herleitet und darüber eine unter mehreren Begründungen für die Notwendigkeit bzw. Berechtigung eines öffentlichen Rundfunks liefert. Sie kann dabei auf gängige wirtschaftswissenschaftliche Definitionen von öffentlichen Gütern und Marktversagen zurückgreifen (vgl. z.B. Kiefer 2001, 132ff.), was den Vorteil haben kann, dass dies eventuell in erhöhtem Maße auf ein gewisses „Verständnis“ in relevanten wissenschaftlichen und politischen Kreisen stößt, „zur Not“ sogar in Medienunternehmer- und Medienmanagerkreisen, sobald es in deren wohlkalkuliertem Partialinteresse als opportun erscheint.

¹⁹ Dies geschieht in diesem Beitrag aus Platzgründen nur beispielhaft; es soll damit nicht ausgedrückt werden, dass mit der Problematik der „öffentlichen Güter“ der Kiefersche Ansatz „steht oder fällt“, wiewohl dieser Problematik erkennbar – im Kontext einer Reihe von weiteren Definitions- und Zuordnungs-Bemühungen für „Medien als ökonomische Güter“ – eine besondere Bedeutung zur Fundierung der medienökonomischen Theorie zukommt (vgl. zusammenfassend Kiefer 2001, 154ff.).

In der Sichtweise²⁰ einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien haben diese wirtschaftswissenschaftlichen Definitionen allerdings den objektiven Nachteil, dass sie sehr technisch-formal gehalten sind und deshalb leicht durch die Praxis „ausgeholt“ werden können, wie dies auch sichtbar im Rahmen der aktuellen weltweiten Privatisierungsprozesse in großem Umfang geschieht. Öffentliche Güter sind in erster Linie in defensiver Weise negativ gegenüber privaten Gütern definiert, durch die Merkmale Nicht-Rivalität im Konsum und Nicht-Ausschluss(möglichkeit) vom Konsum. Durch die Verbindung von öffentlichen Gütern mit „Marktversagen“ haftet diesen zusätzlich ein Makel an, welches es in einer marktverherrlichenden ökonomischen Theorie eigentlich gar nicht geben kann oder darf. Entsprechend vielfältig sind die theoretischen Bemühungen der Mainstream-Wirtschaftswissenschaften²¹, vor allem aber auch der Privatwirtschaft, den Tatbestand des Marktversagens in Theorie und Praxis auf möglichst wenige Fälle einzuengen, und zwar auf diejenigen, die aus der Sicht der Gewinnerzielungsabsicht als nicht rentabel erscheinen. Dies ist ja ursprünglich Sinn und Aufgabe der finanzwissenschaftlichen Theorie, auf die sich die NPÖ beruft: Die Bestimmung der wirtschaftlichen Staatstätigkeit, möglichst reduziert auf das Notwendigste, nach dem Maßstab der marktlichen Effizienz.

Ein theoretisches Grundproblem der beiden Definitionsmerkmale für öffentliche Güter, auf das auch Kiefer hinweist, ist darin zu sehen, dass damit nicht feststehende, quasi „natürliche“, sondern in Wirklichkeit nur variable und manipulierbare²² Merkmale zum Maßstab genommen werden (vgl. Kaul/Kocks 2003, 41). Auch Medienprodukte sind in dieser Sichtweise nicht „an sich“²³ öffentliche oder private Güter, sondern jeweils das, wozu sie gemacht werden, entweder durch die Privatwirtschaft oder durch die Politik, in der Regel im Zusammenwirken dieser beiden. So ist es auch eine unternehmenspraktische Entscheidung, ob zum Beispiel ein Medienprodukt zu einem privaten Gut gemacht wird, obwohl zum Beispiel (eingeschränkte) Nicht-Rivalität im Konsum vorliegt (Beispiel: Pay TV). Und es ist sogar

²⁰ In meiner Argumentation stütze ich mich vor allem auf die bereits Mitte der 1970er Jahre vorgelegte grundsätzliche Kritik am Konzept der NPÖ zur Bestimmung öffentlicher Güter von Frank (1976, 143ff.) und von mehreren Autoren in den Sammelbänden von Brunnengraber 2003 und Huffscheid 2004, von denen eine Reihe von aussagekräftigen Argumenten als Zitate aufgenommen wurden.

²¹ Auch von Seiten der Marktbefürworter der Mainstream-Wirtschaftswissenschaften (insbesondere neoklassische Wohlfahrtsökonomie, Transaktionskostenökonomie, Theorie der „contestable markets“, Hayeks Theorie vom Markt als „Entdeckungsverfahren“) wird dieser Ansatz der Neuen Politischen Ökonomie (NPÖ) heftig kritisiert – allerdings mit entgegengesetzten Zielsetzungen und Argumenten (vgl. für den Medienbereich: Braun 1990, 113 ff.), insbesondere mit dem Versuch des theoretischen Nachweises der Überlegenheit des Marktes und der marktformigen, privatwirtschaftlichen Bereitstellung „öffentlicher“ Güter (vgl. Hinweise dazu bei Scherrer 2003, 165ff.). Diese Argumentationsweise überzeugt mich nicht. Ich werte diese Kritik vielmehr als Zeichen für eine gewisse „Güte“ der Güter-Argumentation der NPÖ.

²² Dazu auch Kiefers Hinweis: „das Ausschlussprinzip ist handhabbar“ (Kiefer 2001, 149).

²³ Dies ist im Rahmen der NPÖ auch gar nicht intendiert. Denn nach der finanzwirtschaftlichen Theorie, die hierbei zu Grunde liegt, geht es ja nicht um eine fest stehende „Natur“ der Güter, sondern nur um Entscheidungen, welche Güter – nach marktwirtschaftlichen Kriterien – zu welcher Zeit „günstiger Weise“ (nach dem Maßstab der „Markt-Effizienz“) privat oder (ausnahmsweise) öffentlich bereit gestellt werden sollen. Diese Entscheidungen können unter veränderten Bedingungen jederzeit revidiert werden, wie die weltweite Privatisierungswelle – auch im Medienbereich – deutlich zeigt. Die Kritik an den Definitionsmerkmalen zur Güter-Bestimmung der NPÖ ist deshalb grundsätzlicher Natur, nicht etwa darauf bezogen, dass eventuell in Einzelfällen „falsche“ Zuordnungen gemacht werden.

unter Umständen eine medienpolitische und unternehmerische Entscheidung, ein Medienprodukt zum privaten Gut zu machen, obwohl Nicht-Rivalität und Nicht-Ausschluss(möglichkeit) vorliegt (Beispiel: privates terrestrisches Fernsehen), etwa durch Privatisierung öffentlich-rechtlicher oder staatlicher Rundfunkanstalten, wie in Frankreich geschehen.

Die Kritik daran aus der Sicht einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien ist daher eine theoretisch-grundsätzliche und eine praktisch-politische. Es zeigt sich meines Erachtens sehr deutlich, dass es kaum möglich ist, die herrschende ökonomische Theorie „mit ihren eigenen Waffen zu schlagen“. Denn es erweist sich als äußerst problematisch, den rein wirtschaftswissenschaftlichen Ansatz der „ökonomischen Güterlehre“ mit dementsprechend spezifisch ausgewählten Definitionsmerkmalen für öffentliche und private Güter auf Medienprodukte anzuwenden. Mit dieser Art der „Transformation von Politik und Makroökonomie in die Mikroökonomie“ (Scheer 2003) ist eine Ökonomisierung des Politischen verbunden, die schon im Ansatz zur erklärten Zielsetzung, (unter anderem) daraus die Berechtigung und Notwendigkeit eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks abzuleiten, im Widerspruch steht bzw. dieser nur in sehr zwiespältiger Weise dienlich ist. Die angewandten mikroökonomischen, finanzwissenschaftlichen Definitionsmerkmale zur Unterscheidung von öffentlichen und privaten Gütern sind ja unverkennbar schon „ökonomisch-politisch“ in dem Sinn, dass in diese die Interessen der zu Grunde liegenden neoklassischen Theorie und der durch sie legitimierten Privatwirtschaft „eingearbeitet“ sind: das grundsätzliche Interesse, möglichst alle profitablen (zumindest als solche erscheinenden) Güter nicht nur theoretisch als private Güter und als „marktfähig“ zu definieren, sondern diese vor allem zum aus der Sicht der Privatwirtschaft „passendsten“ Zeitpunkt konkret zu privatisieren und zu vermarkten, und dies möglichst unbehelligt von staatlichen und/oder basisdemokratischen Ansprüchen und Interventionsversuchen, etwa mit Berufung auf nach politischen Kriterien als „öffentlich“ eingeordnete Güter („Lebensgüter“) (vgl. Mahnkopf 2004, 85). Hierin ist eindeutig – ein meines Erachtens in einer Demokratie nicht gerechtfertigtes – wissenschaftlich legitimes Primat der Ökonomie gegenüber der Politik zu erkennen, und zwar in der Weise, dass die Politik nach scheinbar objektiven wissenschaftlichen Kriterien von Partikularinteressen der Wirtschaft bestimmt wird, die als „wissenschaftlich bewiesene wirtschaftliche Zwänge“ geltend gemacht werden.

Dazu bietet der Medienbereich äußerst anschauliche Beispiele: Schon theoretisch schrumpft – gemäß der Theorie durchaus „korrekt“ – der Bereich der „reinen“ (beide Definitionskriterien erfüllt) öffentlichen Güter auf den „drahtlos und unverzerrt verbreiteten“ Rundfunk, der „Rest“, das sind fast alle(!) Massenmedien, kann nur den öffentlichen Gütern „im engeren Sinn“ zugeordnet werden. Das hierzu – quasi zur „wenigstens definitorischen Rettung“ von Medien als öffentlichen Gütern – allein herangezogene Kriterium der Nicht-Rivalität im Konsum, welches bei den meisten Massenmedien sogar nur in eingeschränkter Form Gültigkeit hat, ist nur von „akademischem“ Wert. Denn Politik und Wirtschaftspraxis orientieren sich, gestützt

von „streng“ definierenden Wirtschaftstheoretikern²⁴, die entweder die Erfüllung von beiden Kriterien oder nur des Kriteriums der Ausschlussmöglichkeit als Grundlage für die Zuordnung zu öffentlichen Gütern gelten lassen, nach dem für sie einzig relevanten Kriterium: dem Ausschlussprinzip, welches sie schon immer – wie man sieht, sehr erfolgreich – im Medienbereich nach (Kapital-)Kräften in Kraft gesetzt haben und vermutlich weiterhin setzen werden. Insofern erfüllt die wirtschaftstheoretische Anstrengung der Definition von öffentlichen und privaten Gütern auf Basis der gewählten Definitionsmerkmale erkennbar objektiv eine ideologische Funktion²⁵ in dem Sinn, dass sie der wissenschaftlichen Legitimation und Rechtfertigung der bestehenden privatwirtschaftlichen Organisation der Medien und ihrer weiteren Privatisierung dienlich ist und damit direkt oder indirekt für die Existenzsicherung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks und seiner – politisch legitimierbaren – Entwicklungsmöglichkeiten sogar kontraproduktiv sein kann.²⁶

Diese Sicht und Herangehensweise der NPÖ ist demnach konträr zu derjenigen einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien, in der gerade umgekehrt die Politisierung des Ökonomischen als die adäquate Herangehensweise für erforderlich gehalten wird.²⁷ In diesem Kontext ist die Bestimmung von öffentlichen Gütern in Demokratien in erster Linie ein politisches Problem, das auch nach politischen Kriterien entschieden werden sollte. Kriterien für die Einordnung als öffentliche Güter sind zum Beispiel „Lebenswichtigkeit“ und „Notwendigkeit“ der Güter für Individuen und Gesellschaft, soziale Gerechtigkeit, demokratische Erfordernisse etc., also bewusst nach theoretisch begründeten normativen Maßstäben. Danach können bestimmte Güter, auch wenn die Merkmale der Nicht-Ausschließbarkeit und Nicht-Rivalität²⁸ nicht vorliegen, dennoch öffentliche Güter sein.²⁹ Kiefers Entscheidung

²⁴ Zu denen Marie Luise Kiefer sicher nicht zu zählen ist.

²⁵ Dies ist für mich nicht erstaunlich, da ich, wie auch Kiefer, von einer „enge(n) Verzahnung von kapitalistischem Wirtschaftssystem und Ökonomie als Wissenschaft“ (Kiefer 2001, 68) ausgehe, zusätzlich von einer weitgehenden Interessenidentität von Politik (Staat) und Wirtschaft (vgl. Knoche 1999b, 180ff.). Damit unterstelle ich aber nicht, dass es immer auch die subjektive Absicht einzelner WissenschaftlerInnen ist, diese Ideologie- und Legitimationsfunktion zu erfüllen. Gerade bei Marie Luise Kiefer bin ich mir ziemlich sicher, aus dem Kontext ihres Gesamtwerks eine entgegengesetzte Intention zu erkennen.

²⁶ Ich unterstelle den Vertretern der NPÖ keineswegs eine subjektive Legitimierungsabsicht in dieser Richtung, aber ich möchte auf die objektive Funktionserfüllung hinweisen, die insofern „theoriegemäß“ ist, als diese „ökonomische Güterlehre“ auf dem Fundament der Neoklassik (Mikroökonomie und Finanzwissenschaft) aufgebaut ist.

²⁷ Kiefers Anwendung des Konzepts der Meritorik, insbesondere aber der Verfassungs- bzw. Konstitutionsökonomik kann zwar als Versuch gewertet werden, durch (individuell-)vertragstheoretische (Meritorik) und gesellschaftsvertragstheoretische (Konstitutionsökonomik) Ansätze einen „politischen Faktor“ in die Theorie einzuführen, letztlich bleiben aber auch diese Ansätze (rein) ökonomisch und dem individualistischen Paradigma der Neoklassik verhaftet (vgl. Kiefer 2003).

²⁸ Dies nur gedanklich, um den Kontrast zur NPÖ zu betonen; in Wirklichkeit kommen ja diese beiden Kriterien im Rahmen einer Kritischen Politischen Ökonomie (der Medien) bewusst nicht zur Anwendung.

²⁹ Ob diese prinzipiell öffentlichen Güter, das gilt auch für Medienprodukte, öffentlich oder privat bereit gestellt werden, ist dann eine Frage der politischen Machtverhältnisse und Auseinandersetzungen, die allerdings auch von „herrschenden“ wissenschaftlichen Theorien und daran orientierter Politik als Legitimations- und Erklärungsbasis nicht unwesentlich beeinflusst werden, wie das Beispiel des Siegeszugs des Neoliberalismus belegt. Eindrucksvolle, vielfältige Beispiele für den weltweiten „Kampf“ um (globale) öffentliche Güter finden sich in Brunnengraber 2003 und Huffschmid 2004.

für die Herangehensweise der NPÖ bei der Bestimmung öffentlicher und privater Güter wirkt auf mich gerade in diesem Kontext etwas unverständlich, da sie ansonsten erkennbar die Anwendung von gesellschaftlichen (kollektiven) und politischen Kriterien für den Medienbereich für erforderlich hält und sogar die grundsätzliche „Frage nach der Vereinbarkeit von Kapitalismus und Demokratie“ (Kiefer 2004, 179) aufwirft.

Konträr ist auch die grundsätzliche Herangehensweise in anderer Hinsicht: In der Sicht einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien ist nicht die „Marktfähigkeit“ von Gütern nach dem Maßstab der „Markteffizienz“ und der unternehmerischen Profitabilität und eines danach definierten „Marktversagens“ der Maßstab (mit der praktischen Folge, dass nur ein ständig abnehmender Rest an als nicht marktfähig und nicht profitabel angesehenen Gütern als „öffentlich“ erklärt wird). Vielmehr sind, gestützt durch die kritische empirische Analyse der realen Funktionserfüllungen privatwirtschaftlicher Medien im Kapitalismus³⁰ und unter Einbeziehung der genannten politischen Maßstäbe, alle Medien prinzipiell als öffentliche Güter anzusehen, die unter der Zielsetzung einer individuellen und gesamtgesellschaftlichen „Wohlfahrt“ in einer Demokratie nicht der privatwirtschaftlichen/kommerziellen Verfügungsmacht unterliegen sollten. Die Bereitstellung von Medien als öffentliche Güter müsste in einer Demokratie grundsätzlich auch öffentlich legitimiert und kontrollierbar sein. Wenn es sozusagen „mit rechten Dingen“ zuginge, wäre eigentlich auch in konservativer demokratietheoretischer Sicht eine private Bereitstellung von Medien grundsätzlich nicht gerechtfertigt, weil die Kapitaleigner der Medienunternehmen keinerlei demokratische Legitimationsbasis haben und die Medienunternehmen keiner öffentlichen Kontrolle zugänglich sind.

Letztendlich entscheiden in der Praxis die an den Märkten tätigen Medienunternehmen, wo nötig mit Unterstützung der Politik, nach den Gesichtspunkten technischer Möglichkeiten, betrieblicher Kosten (für die Beseitigung eines ursprünglichen Nicht-Ausschlusses) und Gewinnaussichten, welche Medienprodukte zu „marktfähigen“ privaten Gütern erklärt und gemacht werden. In der Praxis sind dies ja nicht zufällig ohnehin schon seit ihrem Bestehen alle Medien, z.Zt. noch mit Ausnahme der „öffentlichen-Guts-Oase“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, der jedoch bekanntlich ebenfalls zunehmend im Visier der Privatisierer ist. In der Praxis wird also offensichtlich – dies kann man der Theorie nicht vorwerfen – die Nicht-Rivalität nicht beachtet, sondern (fast) ausschließlich das Ausschlussprinzip in Kraft gesetzt, genauer gesagt: das Kapitalverwertungsprinzip. Medien als „öffentliche“ Güter gerinnen damit sichtbar theoretisch und praktisch zu einer Rest-Kategorie.³¹ In der

³⁰ Hier zeigt sich deutlich auch ein grundsätzlich konträres Verständnis von „Marktversagen“, das im Gegensatz zur Sichtweise der NPÖ darin zu sehen ist, dass anhand der Realität der privatwirtschaftlichen Medien erkennbar ist, dass gerade eine marktliche, privatwirtschaftliche Bereitstellung der definitionsgemäß nach dem realisierten Ausschlussprinzip „privatisierten“ Medien hinsichtlich der für öffentliche Güter erforderlichen Zielerfüllung „versagt“. In der Sicht einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien sind also gerade die Ergebnisse der (privatwirtschaftlichen) Produktion und der Konsumtion von Medien als privaten Gütern Zeichen eines kritikwürdigen „Marktversagens“.

³¹ Dies gilt übrigens ebenso für die Mehrzahl der nach politischen Maßstäben definierten öffentlichen Güter (vgl. Brunnengraber 2003).

Praxis wird der theoretische Ansatz der öffentlichen Güter sogar von Seiten der Wissenschaft, Politik und Privatwirtschaft „missbraucht“, um damit eine Marginalisierung und letztendlich eine Existenzgefährdung eines – in bestimmter politischer Absicht auf ein öffentliches und meritorisches Gut „reduzierten“ – öffentlich-rechtlichen Rundfunks durch Beschränkung auf „unrentable“ Gebiete wie „Grundversorgung“ zu rechtfertigen (vgl. z.B. Müller 1998, 195f.).

Die Kritik am Konzept der „öffentlichen Güter“ soll keineswegs darüber hinwegtäuschen, dass Marie Luise Kiefer bislang als Einzige in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft eine fundierte und elaborierte ökonomisch-theoretische Begründung der gesellschaftlichen Vorteilhaftigkeit, oder anders ausgedrückt: der Berechtigung und Notwendigkeit eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks vorgelegt hat (vgl. z.B. Kiefer 1994; 1996a; 1996b; 2001). Sie hat damit eine wirtschaftswissenschaftlich begründete Legitimationsbasis für die (Weiter-)Existenz eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Rahmen eines dualen Rundfunksystems geliefert. Dies hat sie – hier ist sie allerdings nicht die einzige – mit einer grundlegenden theoretischen Kritik des privatwirtschaftlichen Rundfunks und der Presse verbunden (vgl. z.B. Kiefer 1997b, 1998, 1999).

Aus der Sicht einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien ist jedoch schon seit langem auch die (Selbst-)Kommerzialisierung des öffentlichen Rundfunks und dessen Funktionserfüllung im Kapitalismus ein Gegenstand der Kritik (vgl. z.B. Holzer 1975; 1994). Die Selbstkommerzialisierung ist für Kiefer „bei genauerem Hinschauen sicher weniger fortgeschritten, als von Freund und Feind dieser Medienorganisationsform gern behauptet“ (Kiefer 1996b, 25). Zu kritisieren ist generell, dass die Anwendung der Neuen Politischen Ökonomie auf den Medienbereich als positive und normative Wirtschaftswissenschaft nur in eingeschränktem Maße ein Instrumentarium bereitstellt, welches bei der grundsätzlichen Kritik einer kapitalistischen Medienindustrie unter Einbeziehung auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks weiter helfen könnte. Marie Luise Kiefer leistet diese Kritik (an Privatisierung und Kommerzialisierung der Medien im Kapitalismus) eher „außerhalb“ des Ansatzes der Neuen Politischen Ökonomie (vgl. Kiefer 1997b; 1999; 2004). Dass sie dabei den öffentlich-rechtlichen Rundfunk „ausspart“, ist individuell verständlich angesichts ihrer genannten Zielsetzung, die Berechtigung und Notwendigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wirtschaftswissenschaftstheoretisch zu fundieren. Unter dem Aspekt einer erkenntnisfördernden Theorie müsste jedoch auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk in die kritische Analyse mit einbezogen werden.

Als Schwäche des Kieferschen Ansatzes aus der Sicht einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien ist ferner zu kennzeichnen, dass einerseits das duale Rundfunksystem nicht in Frage gestellt wird und andererseits der Bereich der nichtkommerziellen Medien als mögliche Ergänzung oder Alternative zu privatwirtschaftlichen oder öffentlich-rechtlichen Medien in ihrer medienökonomischen Theorie keine Berücksichtigung findet (vgl. zur seltenen Berücksichtigung von Theorien zum „Dritten Sektor“, zur „Alternativen Ökonomie“ und zu nichtkommerziellen „Alternativmedien“ Grisold 2003 und Knoche 2003).

7. Mehr oder weniger Nähe zu Marx – Große Distanz zur Neoklassik: Radikale/Kritische Politische Ökonomie der öffentlichen Kommunikation/der Medien³²

„Nie zuvor gab es so viele offene Angriffe auf die herrschende Neoklassik aus Reihen der Ökonomen-zunft selbst.(...) Nie zuvor gab es weltweit eine so umfangreiche Gegenbewegung von Ökonomen und anderen Sozialwissenschaftlern aus vielen Ländern, die die Ablehnung der herrschenden Lehre eint und die zusammen auf der Suche nach einem anderen Paradigma der Politischen Ökonomie sind. Diese radikalen oder kritischen Ökonomen sind keineswegs Marxisten; aber sie sind bereit und interessiert, den eng umzäunten Spielplatz der reinen Ökonomie zu verlassen und sich von den sozialwissenschaftlichen Nachbardisziplinen inspirieren zu lassen. Ihre Unzufriedenheit mit dem Programm wie der Leistungsbilanz der herrschenden Ökonomie macht sie neugierig auf grenzüberschreitende Forschungsreisen ins Reich der Politischen Ökonomie. Nie war daher eine reformulierte Kritik der Politischen Ökonomie so wichtig wie heute.“
(Krätke 1996, 112f.)

„Die Radikale oder Kritische Politische Ökonomie gehört im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften zu den unorthodoxen Schulen. Sie betrachtet sich in dem Sinn als kritisch, als sie systematisch dominierende Annahmen und Handlungsmaximen der orthodoxen Wirtschafts- und Sozialwissenschaften theoretisch, methodisch und praktisch in Frage stellt.“
(Meier 2003, 221)

„Gegenstandsbereich einer Kritik der Politischen Ökonomie ist entsprechend ihrem Entstehungszusammenhang nach wie vor einerseits die Kritik der jeweils herrschenden (bürgerlichen) Wirtschaftswissenschaften und auch der in ihrem Rahmen entwickelten (Neuen) Politischen Ökonomien.(...) Hierbei zeigt sich, dass eine Kritik der Politischen Ökonomie nicht ein Zweig der Wirtschaftswissenschaft, sondern umfassende Gesellschaftswissenschaft ist. Im Gegensatz zur ‚reinen‘ Wirtschaftswissenschaft, die durch das Ausblenden des politischen Charakters der Ökonomie gekennzeichnet ist, geht es hierbei um die Analyse und Kritik der ökonomisch-politischen Voraussetzungen und Strukturbedingungen der kapitalistischen Produktionsweise und damit um deren Funktionsweise und Dynamik.“
(Knoche 2002, 104f.)

„Soweit man an den Anfang einer Neubegründung der Politischen Ökonomie die Auseinandersetzung mit dem positivistischen Wissenschaftsprogramm stellt, (...) gibt man zu erkennen, dass es bei der Überwindung der bürgerlichen Ökonomie um die Ablösung der bürgerlich-idealistischen Wissenschaftsauffassung überhaupt geht. Damit ist die Forderung nach Politischer Ökonomie keine Bezeichnungsfrage, sondern ein Positionsproblem.“
(Kade 1973, 152)

„Sie (die Krise des Fordismus, MK) ist zugleich eine Krise der fordistisch-wohlfahrtsstaatlichen Vergesellschaftungs- und Politikformen (...). Postfordistische Schlüsselindustrien entwickeln sich insbesondere im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie (...). Sie ermöglichen einen neuen Schub der Durchkapitalisierung und Kommodifizierung gesellschaftlicher Sektoren, die sich Kapitalverwertungsinteressen bislang entzogen, (...)“
(Kiefer 2004, 170f.)

„Vielmehr wird an dieser Stelle in Anlehnung an die Thesen Manuel Castels' argumentiert, dass das fordistische Produktionsregime in dieser Branche (Fernsehen, MK) keinesfalls destabilisiert wurde oder

³² Gemäß der Zielsetzung des Beitrags, Überlegungen zu Marie Luise Kiefers Medienökonomik aus der Sicht einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien in den Mittelpunkt zu stellen, werden in diesem Kapitel nur kurze Hinweise gegeben – zumal, wie bereits erwähnt, in der aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Medienökonomie zur Radikalen/Kritischen Politischen Ökonomie der öffentlichen Kommunikation/der Medien bislang keine der Kieferschen Medienökonomik gleichwertigen elaborienten Theorieentwürfe vorliegen.

zu einem Ende gekommen ist, vielmehr an Dominanz gewonnen hat, somit von einem neofordistischen Regime auszugehen ist“.
(Grisold 2002, 473f.)

„Als Transformationstheorien (zur Entwicklung des Kapitalismus, MK) verstehen sich und werden genannt der Neo-Schumpeterianische Ansatz, (...) der Marxismus natürlich und die darauf aufbauende französische Regulationstheorie (...). Die Regulationstheorie ist ein methodologischer Ansatz, der nicht nur die Produktions-, sondern auch die Konsumnormen und den institutionellen Rahmen kapitalistischer Entwicklungsphasen zu fassen versucht und so deren retrospektive Analyse anstrebt.“
(Kiefer 2004, 172f.)

„Das von der französischen Schule der Regulation entwickelte Konzept von Regulations- und Akkumulationsregimes war demgemäss anleitend für eine (von den Regulationisten selbst in markanter Weise vernachlässigte) empirische Analyse des Fernsehsektors als eines massenmedialen Teilbereichs der Kulturindustrien; d.h. der Fernsehsektor ist in Bezug zu setzen zu einer Entwicklungstheorie der Regulation, die unterschiedliche Regulationsregimes in unterschiedlichen Phasen des kapitalistischen Systems feststellt.“
(Grisold 2002, 474)

In seinem instruktiven aktuellen Überblicksartikel zur „Politischen Ökonomie“ charakterisiert Werner A. Meier Radikale Politische Ökonomie als „Sammelbecken unorthodoxer Ansätze“ (Meier 2003, 219). Er hebt dabei die Fähigkeit und Bereitschaft aller unorthodoxen Schulen hervor, „herrschende Wahrheiten und Glaubenssätze als Mythen zu entlarven und sie als Ideologien zur Aufrechterhaltung des herrschenden Machtsystems zu entmystifizieren“ (ebenda, 220). Ferner betont er, dass politökonomisch argumentierende KommunikationswissenschaftlerInnen mehrheitlich einen soziologischen bzw. sozialwissenschaftlichen Hintergrund mit Wurzeln in der Kritischen Theorie und im Marxismus haben (vgl. ebenda, 228).

Eine zentrale Aufgabe des Lehr- und Forschungsfeldes der von ihm favorisierten Politischen Ökonomie öffentlicher Kommunikation³³ sieht Meier darin, „öffentliche Kommunikationsprozesse als spezifisch gesellschaftlich zu analysieren. Sie hat herauszuarbeiten, auf welche Weise kapitalistische/marktwirtschaftliche Produktionsverhältnisse die über Massenmedien vollzogene gesellschaftliche Kommunikation beeinflussen“ (ebenda, 229). Entsprechend geht er davon aus, „dass die kapitalistische Institutionalisierung und damit auch die marktwirtschaftliche Logik zentral für die Art und Weise der Medienproduktion, -distribution und -konsumtion sind“ (ebenda, 229). Als Kennzeichen einer politischen Ökonomie öffentlicher Kommunikation nennt er insbesondere die Struktur- und Makroperspektive der Analyse. Er sieht eine Dominanz angloamerikanischer Vertreterinnen und Vertreter in diesem Forschungsfeld und führt dazu vierzig Namen von WissenschaftlerInnen auf.³⁴ In

³³ In diesem Beitrag und auch an anderer Stelle spricht er zum Teil von Politischer Ökonomie der Kommunikation und/oder der Medien (vgl. Meier/Trappel 2001, 170f.), an anderer Stelle von Politischer Ökonomie gesellschaftlicher Kommunikation (vgl. Meier 1997). Ich gehe aber trotz dieser unterschiedlichen Bezeichnungen nicht von unterschiedlichen Bedeutungszuweisungen aus.

³⁴ Dies mag zwar grosso modo eventuell quantitativ gesehen zutreffen, aber dennoch erstaunt, dass Meier in diesem Überblicksartikel die durchaus auch in beträchtlichem Ausmaß vorhandenen deutschsprachigen VertreterInnen gänzlich ausblendet. Selbst Andrea Grisold, die ansonsten sichtbar die Leidenschaft für angloamerikanische AutorInnen mit Meier teilt, weist in ihrem grundsätzlich mit Meier übereinstimmenden Überblickskapitel zur „Politischen Ökonomie der Medien“ (Grisold 2002, 148-166) zumindest darauf hin, dass historisch-materialistische Arbeiten der 1970er Jahre „auch im deutschsprachigen Raum ein nicht unwichtiges Feld absteckten“ (ebenda, 152). Im Übrigen moniert sie, dass „für mich als Ökonomin“ auch manches verwundert, nämlich dass unter den der Politischen Ökonomie zugeordneten angloamerikanischen AutorInnen der beiden Sammelbände zur „Political Economy of the Media“, die auch von Meier als hauptsächliche Quelle herangezogen wurden, auch solche zu finden sind, die „von mir nur schwerlich der Politischen Ökonomie zugerechnet würde(n)“ (ebenda, 151).

einer früheren Veröffentlichung bezog sich Meier jedoch auch auf deutschsprachige Autoren, insbesondere auf Horst Holzer (vgl. Meier 1996/97, 71), so dass ich hier keine grundsätzliche „Richtungsentscheidung“³⁵ erkennen kann, zumal politökonomisch orientierte Autoren in beiden Sprachkreisen auf ähnlicher theoretischer Basis zu ähnlichen Analyseergebnissen gelangen, was als Beleg für die Brauchbarkeit der theoretischen Ansätze gewertet werden kann.

Theorieansätze, die sich unter der Sammelbezeichnung „Kritische Politische Ökonomie der Medien“ subsumieren lassen, unterscheiden sich hinsichtlich ihrer bevorzugten theoretischen Basis, d.h. der Orientierung an schon verfügbaren kritischen Theorien. So bezieht sich Christian Steininger zur Fundierung einer „Politischen Ökonomie der Medien“ auch auf das „Habermassche Denkgebäude“ (Steininger 2001, 25ff.). Dieter Prokop orientiert sich zur Entwicklung seiner „Neuen kritischen Medienforschung“ (Prokop 2000) an der „Kritischen Theorie“ (Horkheimer/Adorno und Weiterentwicklungen), wobei er diese auch stark kritisiert (vgl. Prokop 2003). Die bislang umfassendste und fundierteste Grundlage für die Entwicklung einer (Kritischen)³⁶ Politischen Ökonomie der Medien hat Andrea Grisold (2002) in ihrer Habilitationsschrift vorgelegt, durch Verarbeitung (das bedeutet nicht unbedingt Übernahme) von Ansätzen der institutionellen Ökonomie, der Kulturökonomik, der Politischen Ökonomie der Medien, der Kritischen Theorie, der Bourdieuschen Theorie, der Systemtheorie und der Cultural Studies. Zentral für ihre Arbeit ist die Adaption von (französischer) Regulationstheorie und von Fordismuskonzepten für eine empirische Analyse der TV-Industrie. Hierdurch ergibt sich eine Verbindung zu Kiefers (2004) aktueller Bezugnahme auf (Post-)Fordismustheorien und Regulationstheorie. Ich selber (Knoche 2001, 2002) plädiere für die Entwicklung einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien, die einerseits – in Übereinstimmung mit Meier und Grisold – auf den hierzu bereits vorhandenen, relativ weit entwickelten Theorieansätzen aufbaut, andererseits auf der Marxschen Kritik der Politischen Ökonomie (vgl. dazu z.B. auch die aktuellen erläuternden Einführungen von Altvater et al. 1999a und Heinrich 2004) und auf aktuellen (sozialwissenschaftlichen) kritischen Kapitalismustheorien und -analysen (vgl. zu „Marxismus als Sozialwissenschaft“ Krätke 1996).

³⁵ Ich bewerte es als eine besondere Form der „Arbeitsteilung“, da ich mich – zugegebenermaßen auch „einseitig“ – auf deutschsprachige Autoren stütze.

³⁶ Grisold verwendet den Zusatz „Kritisch“ – ähnlich wie Meier – (bewusst) nicht, verwendet aber auch nicht den Zusatz „Radikal“, ihre schlichte Bezeichnung „Politische Ökonomie der Medien“ ist aus ihrer Sichtweise als Ökonomin durchaus nachvollziehbar. Ihr Beitrag zur Entwicklung medienökonomischer Theorie kann aber meines Erachtens ohne Probleme in die Gruppe „Kritischer Politischer Ökonomie der Medien“ eingeordnet werden.

8. Zusammenfassende Schlussbemerkungen (auch um Missverständnissen vorzubeugen)

„Erst wenn das Feld möglicher wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse ausreichend durchleuchtet ist, scheint also ein begründetes Urteil möglich, ob die Ansätze tauglich, ergänzungsbedürftig oder zu verwerfen sind.“
(Kiefer 2001, 39)

„Nun konnte Lury noch zu Beginn der 1990er Jahre mit durchaus großer Berechtigung die Feststellung treffen, dass Analysen von Massenmedien und ‚Kultur‘ – trotz der herausragenden Bedeutung, die ihnen in (post)fordistischen Gesellschaften zukommt –, die Sozial- wie die Wirtschaftswissenschaften traditionellerweise vor massive Probleme stellen. Daran hat auch eine sich im letzten Jahrzehnt weiter ausformierende Politische Ökonomie der Medien nichts wesentliches verändert, wenn sie in Teilen auch genau an diesem Punkt angesetzt hat, einen – häufig kontrovers debattierten (und somit durchaus diskursiven) – theoretischen Analyserahmen zu entwickeln.“
(Grisold 2002, 478)

„Die PKW (Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, speziell Medienökonomik, MK) hat hier eine Bringschuld gegenüber Politik und Gesellschaft im Sinne der Erarbeitung von Orientierungswissen (...) und der Übermittlung dieses Wissens an das Bundesverfassungsgericht, die demokratische Öffentlichkeit und die mit Regulierungsfragen beauftragten staatlichen Stellen.“
(Kiefer 2001, 400f.)

„Nur ein Narr würde leugnen, dass manche Spielarten des Kapitalismus humaner als andere sind. (...) Vielleicht könnten wir durch eine gewaltige Anstrengung dem Kapitalismus von neuem zivilisierende Beschränkungen auferlegen.(...) Anstelle dieses ständigen Pendelns zwischen der Freisetzung der zerstörerischen Tendenzen des Kapitalismus einerseits und deren teilweiser Eindämmung andererseits, wäre es da nicht in der Tat viel besser, den Kapitalismus durch ‚etwas Netteres‘ zu ersetzen?“
(Callinicos 2003, 129f.)

Wenn in diesem Beitrag Marie Luise Kiefers „Medienökonomik“ aus der Sicht einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien diskutiert wurde, so wird damit nicht – wie ich hoffentlich deutlich vermitteln konnte – Kiefers Werk als „unkritisch“ eingestuft.³⁷ Im Gegenteil: Ihre (Kapitalismus)kritischen Theorieansätze, insbesondere ihre Kritik des wirtschaftswissenschaftlichen „mainstreams“ Neoklassik und Neoliberalismus sowie der Privatisierung und Kommerzialisierung der Medien, ist für die Entwicklung der kommunikationswissenschaftlichen Medienökonomie von unschätzbarem Wert. Ganz im Sinne Kiefers geht es mir nicht um die Gegenüberstellung von „geschlossenen Schulen“ und entsprechenden Dogmatisierungen, sondern um einen Beitrag dazu, dass „ein begründetes Urteil möglich (ist), ob die Ansätze tauglich, ergänzungsbedürftig oder zu verwerfen sind“ (Kiefer 2001, 39). Damit soll – ebenfalls im Sinne Kiefers – eine weitere „Bewertungs- und Entscheidungsgrund-

³⁷ Selbst Dieter Prokop, der in nicht immer durchschaubarer Weise Kritische Medientheorien von Positivistischen abgrenzt, stuft die Kiefersche „Medienökonomik“ unter „Kritische Medientheorie“ (Prokop 2002, 173f., 245) ein. Die von ihm auch als kritisch eingeordnete „Neue Politische Ökonomie“ ist jedoch mitnichten die Neue Politische Ökonomie, die Kiefer auf den Medienbereich angewandt hat, wie der dazu angegebenen (Kapitalismuskritischen) Literatur zu entnehmen ist (Ebenda, 244f.). Die vielfältigen Ansätze einer Kritischen Politischen Ökonomie öffentlicher/gesellschaftlicher Kommunikation bzw. der Medien beliebt Prokop – auch in seinem „Lexikon der neuen kritischen Medienforschung“ (Prokop 2000) – eigenartigerweise ganz zu ignorieren.

lage angeboten werden“ (ebenda, 39). Dadurch konnten Gemeinsamkeiten und Unterschiede der bislang in die kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie eingebrachten verschiedenen Theorieansätze benannt werden. Bei meinen vergleichenden Überlegungen habe ich – unbeschadet anderer möglicher Unterscheidungskriterien – die mir für den medienökonomischen Untersuchungsgegenstand „Medien im Kapitalismus“ als wichtig erscheinenden herangezogen: Nähe und Distanz zu kritischen Kapitalismustheorien und -analysen und zu Marxschen Theorien und Analysen inklusive ihrer aktuellen Weiterentwicklungen sowie Grad der Fokussierung auf die Problematik der Ideologie(produktion) im Sinne einer Legitimierung des Kapitalismus und kapitalistischer Medien sowohl in der Wissenschaft als auch in der Medienproduktion.

Anhand dieser Kriterien konnten insbesondere „Nähe und Distanz“ der Kieferschen Theorieansätze zu denjenigen einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien deutlich werden. Zusammengefasst zeigte sich, dass einerseits die Distanz zur Anwendung der Neuen Politischen Ökonomie (NPÖ), vor allem aufgrund ihrer Verwurzelung in der Neoklassik und der Nicht-Berücksichtigung Marxscher Theorie, teilweise beträchtlich ist. Andererseits zeigt sich durch die Orientierung an der „Neuen Institutionenökonomik“ (als Teil der NPÖ) ein wichtiger „Brückenschlag“, da das Institutionenkonzept auch bei einigen Vertretern einer Kritischen bzw. Radikalen Politischen Ökonomie der Medien Zuspruch findet. Aus der Sicht einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien, wie ich sie favorisiere, ergibt sich jedoch die größte Nähe bei medienökonomischen Theorien, die Kiefer gewissermaßen „außerhalb“ der NPÖ entwickelt. Hierbei zeigt sich auch, dass Kiefer in der Tat „insgesamt wenig Berührungspunkte mit marxistischen Autoren und deren Arbeiten“ (Kiefer 2001, 13) hat.

Der Vergleich der verschiedenen medienökonomischen Theorien macht vor allem deutlich, dass offensichtlich auch in der Medienökonomie – wie schon seit Alters her in allen Wissenschaften – die Unterschiede zwischen den Theorien in beträchtlichem Maße von unterschiedlichen normativen Voraussetzungen wie Erkenntnisinteressen, Zielsetzungen und Vorstellungen von den Aufgaben und (Soll-) Funktionen von Wissenschaft geprägt sind. Das bedeutet in der Regel, dass die verschiedenen Theorien im externen Vergleich schwerlich als „falsch“ oder „richtig“ eingestuft werden können. Sie können aber durchaus vergleichend hinsichtlich ihrer inneren Konsistenz, ihrer Schwächen und Stärken, Vor- und Nachteile etc. beurteilt werden. Vor allem können sie hinsichtlich ihrer normativen Grundlagen und dem damit möglicherweise verbundenen Ideologiegehalt kritisiert werden. Beide in diesem Beitrag verglichenen (Gruppen von) medienökonomischen Theorieansätze(n) betonen ja – im Gegensatz zu angeblich „wertfreien“ Theorien – mit Recht ihre normative Orientierung, sie unterscheiden sich allerdings zum Teil erheblich hinsichtlich der Art und Richtung ihrer Normativität.

Zur vergleichenden Beurteilung des „Wertes“ von Theorien müsste aber letztendlich ein „objektivierbares“ Außenkriterium herangezogen werden. In diesem Sinne ist die Frage nach dem (bewussten oder unbewussten) „Ideologiegehalt“ von Theorien für mich ein wesentliches Kriterium. Gerade die medienökonomische

Theorie, die potenziell den „Nerv“ des Kapitalismus und der kapitalistischen Medienindustrie trifft, kann nach diesem Kriterium sehr gut unterschieden werden: Theorieansätze, die – stets bewusst oder unbewusst – normativ eine Legitimierung und Stützung der privaten Medienwirtschaft sowie eine Verschleierung der (selbst)zerstörerischen Tendenzen von Kapitalismus und kapitalistischer Medienindustrie intendieren (an Neoklassik und Neoliberalismus orientiert), andere, die zu einer an liberalen Idealen orientierten Kritik und Reform (Neue Politische Ökonomie/Neue Institutionenökonomik) tendieren, und wiederum andere, die grundsätzliche Kritik üben sowie zu einer „radikalen“ Reform bis hin zu einer Überwindung von Kapitalismus und kapitalistischer Medienindustrie sowie einer „Entschleierung“ und „De-Legitimierung“ der (selbst)zerstörerischen Tendenzen von Kapitalismus und kapitalistischer Medienindustrie beitragen wollen (Kritische/Radikale Politische Ökonomie der Kommunikation/der Medien). Die jeweiligen normativen Voraussetzungen prägen sichtbar durchgreifend das jeweilige Theoriegebäude. Das kann im negativsten Fall dazu führen, dass bestimmte Theorien „reine Ideologie“ sind, also im Sinne wissenschaftlicher Erkenntnisgewinnung als „wertlos“ anzusehen sind.

Unter dem – jedenfalls theoretisch – anerkannten Außenkriterium, dass wissenschaftliche Theorien in abstrahierender Form zur Beschreibung und Erklärung der „Realität“ beitragen sollten (auch um brauchbares „Orientierungswissen“ bzw. Reformempfehlungen für Wirtschaft, Politik und eine demokratische Öffentlichkeit zur Verfügung stellen zu können), sollte es eigentlich – jenseits der normativen Voraussetzungen – ein wissenschaftliches Bestreben geben, weitgehend der „Realität der Medien im Kapitalismus“ auf die Spur zu kommen. Unter Berücksichtigung eines derartigen wissenschaftlichen Selbstverständnisses gehe ich (bewusst idealistisch-optimistisch) von einem gleichartigen (gemeinsamen) Interesse und entsprechenden (arbeitsteiligen) Anstrengungen der beteiligten WissenschaftlerInnen von Neuer Politischer Ökonomie (der Medien) und Kritik der Politischen Ökonomie der Medien zur Entwicklung einer kommunikationswissenschaftlichen Medienökonomie in dem Sinne aus, dass „realistische“ wissenschaftliche Erkenntnisse gewonnen werden, die erklären können, warum die „Medien im Kapitalismus“ so sind, wie sie erscheinen, und die prognostizieren können, wie sie voraussichtlich weiter entwickelt werden. Wesentliches ist jetzt schon zu erkennen: Je nachdem, welche Ursachen erkannt oder angenommen werden, z.B. das Verhalten der Konsumenten und die staatliche Medienpolitik (Neoklassik/Neoliberalismus) oder Markt/Wettbewerb/Konzentration und die privatwirtschaftliche Organisationsform der Medien (Neue Politische Ökonomie) oder die Einbettung der Medien in den Kapitalismus (Kritische Politische Ökonomie der Medien), unterscheiden sich die jeweiligen medienökonomischen Theorien zum Teil beträchtlich.

Und es ist durchaus folgerichtig, dass die verschiedenen Theorieansätze auch nach den Kriterien „idealistisch“ („Soll-Funktionen“ der Medien als Maßstab der Theorie) und „materialistisch“ („Real-Funktionen“ der Medien als Ergebnis der Analyse) unterschieden werden können. Hierzu ist nicht nur ein grundsätzlicher Unterschied zwischen NPÖ (tendenziell „idealistisch“) und Kritischer Politischer Ökonomie der Medien (tendenziell „materialistisch“) festzustellen, sondern auch im

Vergleich verschiedener „kritischer“ Theorien. Wenn zum Beispiel Andrea Grisold – nach meinem Eindruck eher in Form eines „emotionalen Stoßseufzers als Mensch und Bürgerin“ – beklagt, „dass es vielmehr die rein materialistische Position ist, die uns ohne Hoffnung auf Veränderung zurücklässt“, so dass ihr „gerade der Kampf um die Herstellung einer demokratischen Öffentlichkeit ohne Bezug zum Idealistischen (...) aussichtslos und von vornherein vergebens (erscheint)“ (Grisold 2002, 208)³⁸, dann zeigt sich hier ein Grundsatzproblem: Einerseits ist menschlich verständlich, dass auch WissenschaftlerInnen im Kapitalismus nicht ohne Hoffnung auf Veränderung leben wollen und dementsprechend ihre wissenschaftlichen Theorien „hoffnungsvoll“ gestalten wollen. Andererseits ist es meines Erachtens wissenschaftlich nicht vertretbar, durch „Bezug zum Idealistischen“ Hoffnungen zu nähren, die aufgrund der kritischen „materialistischen“ Analyse nicht gerechtfertigt sind und sich folglich als „Illusion“ erweisen (können). In dieser Weise würde dann auch eine kritische „idealistische“ Wissenschaft – wahrscheinlich unbeabsichtigt – zur Ideologiekonstruktion beitragen.

Ich sehe es gerade umgekehrt: Der Kampf um die Herstellung einer demokratischen Öffentlichkeit ist, so hat sich in der Vergangenheit immer wieder deutlich gezeigt, aussichtslos und vergebens gewesen, weil er mit Bezug zum Idealistischen, zum Beispiel auf der Basis (alt)liberaler „Ideale“ geführt wurde. Wie aussichtsreich und nicht vergebens ein derartiger „Kampf“ wirklich sein kann, lässt sich meines Erachtens am Ehesten auf der Basis einer historisch-materialistischen Theorie und Analyse einschätzen, weil deren wesentlicher Bestandteil Aussagen über die gesellschaftlichen Macht-, Herrschafts- und Kräfteverhältnisse sind, auch in der Medienindustrie. Denn gerade eine „materialistische“ Analyse ist an individuellen und gesellschaftlichen „idealen“ Zielsetzungen orientiert und kann aufzeigen, wie unter welchen gesellschaftlichen Bedingungen ein Kampf um die Herstellung einer in diesem Sinne „idealen“ demokratischen Öffentlichkeit aussichtslos oder aussichtsreich sein kann, wie dieser Kampf geführt werden müsste, um eine „radikale“ (an den Wurzeln ansetzende) Veränderung der kritisierten gesellschaftlichen Verhältnisse zu erreichen.

Literatur

- Altvater, Elmar/Hecker, Rolf/Heinrich, Michael/Schaper-Rinkel, Petra (1999a): Kapital.doc: Das Kapital (Bd.1) von Marx in Schaubildern mit Kommentaren. Münster, Westfälisches Dampfboot
- Altvater, Elmar/Haug, Frigga/Negt, Oskar (1999b): Turbo-Kapitalismus. Gesellschaft im Übergang ins 21. Jahrhundert. Hamburg, VSA
- Backhaus, Hans-Georg (2004): Der „fiktive Kommunismus“ als die apologetische Grundlage der akademischen Makroökonomie. In: Becker, Jens/Brakemeier, Heinz (Hrsg.): Vereinigung freier Individu-

³⁸ Folgerichtig stuft sie auch den materialistischen Ansatz von Horkheimer/Adorno für mich unverständlicherweise unter dem gängigen Etikett „Kulturpessimismus“ (Grisold 2002, 167 ff.) ein, mit dem die Erkenntnisse und Theorien der „Kritischen Theorie“ – meines Erachtens wissenschaftlich nicht gerechtfertigt – häufig „abgetan“ werden.

- en. Kritik der Tauschgesellschaft und gesellschaftliches Gesamtsubjekt bei Theodor W. Adorno. Hamburg, VSA, S. 60-121
- Beckmann, Martin/Bieling, Hans-Jürgen/Deppe, Frank (Hrsg.) (2003): „Euro-Kapitalismus“ und globale politische Ökonomie. Hamburg, VSA
- Bieling, Hans-Jürgen/Dörre, Klaus/Steinhilber, Jochen/Urban, Hans-Jürgen (Hrsg.) (2001): Flexibler Kapitalismus. Analysen, Kritik und politische Praxis. Frank Deppe zum 60. Geburtstag. Hamburg, VSA
- Bischoff, Joachim/Deppe, Frank/Kisker, Klaus Peter (Hrsg.) (1998): Das Ende des Neoliberalismus? Wie die Republik verändert wurde. Hamburg, VSA
- Bischoff, Joachim (1999): Der Kapitalismus des 21. Jahrhunderts. Systemkrise oder Rückkehr zur Prosperität? Hamburg, VSA
- Bischoff, Joachim (2003): Entfesselter Kapitalismus. Transformation des europäischen Sozialmodells. Hamburg, VSA
- Braun, Gabriele (1990): Massenmedien und Gesellschaft. Eine Untersuchung über die institutionelle Ordnung eines Kommunikationsprozesses freier Meinungsbildung. Tübingen, Mohr
- Brunnengräber, Achim (Hrsg.) (2003): Globale Öffentliche Güter unter Privatisierungsdruck. Festschrift für Elmar Altwater. Münster, Westfälisches Dampfboot
- Callinicos, Alex (2003): Ein Anti-Kapitalistisches Manifest. Hamburg, VSA
- Candeias, Mario/Deppe, Frank (Hrsg.) (2001): Ein neuer Kapitalismus? Akkumulationsregime – Shareholder Society – Neoliberalismus und Neue Sozialdemokratie. Hamburg, VSA
- Dröge, Franz/Modelmog, Ilse (1972): Wissen ohne Bewusstsein. Materialien zur Medienanalyse der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt a.M., Athenäum
- Frank, Jürgen (1976): Kritische Ökonomie. Einführung in Grundsätze und Kontroversen wirtschaftswissenschaftlicher Theoriebildung. Reinbek, Rowohlt
- Gerlach, Olaf/Kalming, Stefan/Nowak, Andreas (Hrsg.) (2003): Mit Marx ins 21. Jahrhundert. Zur Aktualität der Kritik der Politischen Ökonomie. Für Klaus Peter Kisker zum 70. Geburtstag. Hamburg, VSA
- Grisol, Andrea (2002): Was haben Pavarotti und Fordismus gemein? Produktionsbedingungen in den Kulturindustrien am Beispiel Fernsehen. Wien, Wirtschaftsuniversität Wien, Habilitation
- Grisol, Andrea (2003): Finanzierungsmodelle und -praxis nichtkommerzieller Radios. In: Medien Journal, 4, S. 44-55
- Heinrich, Jürgen/Lobigs, Frank (2003): Neue Institutionenökonomik. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ökonomie. Band 1/1: Grundlagen der Medienökonomie: Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, S. 245-268
- Heinrich, Michael (2004): Kritik der politischen Ökonomie. Eine Einführung. Stuttgart, Schmetterling
- Herkommer, Sebastian (2003): Kapitalismus-Kritik bei Pierre Bourdieu. In: Gerlach, Olaf/Kalming, Stefan/Nowak, Andreas (Hrsg.): Mit Marx ins 21. Jahrhundert. Zur Aktualität der Kritik der Politischen Ökonomie. Für Klaus Peter Kisker zum 70. Geburtstag. Hamburg, VSA, S. 222-241
- Herkommer, Sebastian (2004): Metamorphosen der Ideologie. Zur Analyse des Neoliberalismus durch Pierre Bourdieu und aus marxistischer Perspektive. Hamburg, VSA
- Histor, Manfred (1992): Willy Brandts vergessene Opfer. Geschichte und Statistik der politisch motivierten Berufsverbote in Westdeutschland 1971-1988. 2. Aufl., Freiburg, Ahriman
- Holzer, Horst (1973): Kommunikationssoziologie. Reinbek, Rowohlt
- Holzer, Horst (1975): Theorie des Fernsehens. Fernseh-Kommunikation in der Bundesrepublik Deutschland. Hamburg, Hoffmann und Campe
- Holzer, Horst (1994): Medienkommunikation. Einführung in handlungs- und gesellschaftstheoretische Konzeptionen. Opladen, Westdeutscher Verlag
- Huffschmid, Jörg (Koordinator) (2004): Die Privatisierung der Welt. Hintergründe, Folgen, Gegenstrategien. Reader des wissenschaftlichen Beirats von Attac. Hamburg, VSA
- Hund, Wulf D. (1976): Ware Nachricht und Informationsfetisch. Zur Theorie der gesellschaftlichen Kommunikation. Darmstadt, Luchterhand
- Kade, Gerhard (1973): Politische Ökonomie – heute. In: Vogt, Winfried (Hrsg.): Seminar: Politische Ökonomie. Zur Kritik der herrschenden Nationalökonomie. Frankfurt a.M., Suhrkamp, S. 149-168
- Kaul, Inge/Kocks, Alexander (2003): Globale öffentliche Güter. Zur Relevanz des Begriffs. In: Brunnengräber, Achim (Hrsg.): Globale Öffentliche Güter unter Privatisierungsdruck. Festschrift für Elmar Altwater. Münster, Westfälisches Dampfboot, S. 39-56
- Kiefer, Marie Luise (1994): Die Dominanz des Ökonomischen. Kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk überleben? In: epd / Kirche und Rundfunk Nr. 63 vom 13. August 1994, S. 3-9
- Kiefer, Marie Luise (1996a): Das duale Rundfunksystem – wirtschaftstheoretisch betrachtet. In: Hömberg, Walter/Pürer, Heinz (Hrsg.): Medien-Transformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Konstanz, UVK, S. 81-97
- Kiefer, Marie Luise (1996b): Unverzichtbar oder überflüssig? Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Multimedia-Welt. In: Rundfunk und Fernsehen, 1, S. 7-26
- Kiefer, Marie Luise (1997a): Ein Votum für eine publizistikwissenschaftlich orientierte Medienökonomie. In: Publizistik, 1, S. 54-61
- Kiefer, Marie Luise (1997b): Privatisierung – cui bono? In: Medien Journal, 2, S. 4-13
- Kiefer, Marie Luise (1997c): Politische Ökonomie der Medien. Korreferat. In: Bonfadelli, Heinz/Rathgeb, Jürgen (Hrsg.): Publizistikwissenschaftliche Basistheorien und ihre Praxistauglichkeit. Zürich, Universität Zürich, S. 185-189
- Kiefer, Marie Luise (1998): Die ökonomischen Zwangsjacken der Kultur. Wirtschaftliche Bedingungen der Kulturproduktion und -distribution durch Massenmedien. In: Saxer, Ulrich (Hrsg.): Medien-Kulturkommunikation. Opladen, Westdeutscher Verlag, S. 97-114
- Kiefer, Marie Luise (1999): Privatisierung und Kommerzialisierung der Medienwirtschaft als zeitgeschichtlicher Prozess. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Massenmedien und Zeitgeschichte. Konstanz, UVK, S. 705-717
- Kiefer, Marie Luise (2001): Medienökonomik. Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien. München, Wien, Oldenbourg
- Kiefer, Marie Luise (2002): Medienökonomie als publizistikwissenschaftliche Teildisziplin in Anlehnung an Konzepte der Neuen Politischen Ökonomie. In: Siegert, Gabriele (Hrsg.): Medienökonomie in der Kommunikationswissenschaft. Bedeutung, Grundfragen und Entwicklungsperspektiven. Manfred Knoche zum 60. Geburtstag. Münster, LIT, S. 91-100
- Kiefer, Marie Luise (2003): Medienfunktionen als meritorische Güter. In: Medien Journal, 3, S. 31-46
- Kiefer, Marie Luise (2004): Medien und neuer Kapitalismus. In: Siegert, Gabriele/Lobigs, Frank (Hrsg.): Zwischen Marktversagen und Medienvielfalt. Medienmärkte im Fokus neuer medienökonomischer Anwendungen. Baden-Baden, Nomos, S. 169-183
- Knoche, Manfred (1999a): Media Economics as a Subdiscipline of Communication Science. In: Brosius, Hans-Bernd/Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): The German communication yearbook. Cresskill/NJ, Hampton Press, S. 69-100

- Knoche, Manfred (1999b): Das Kapital als Strukturwandler der Medienindustrie – und der Staat als sein Agent? Lehrstücke der Medienökonomie im Zeitalter digitaler Kommunikation. In: Knoche, Manfred/Siegert, Gabriele (Hrsg.): Strukturwandel der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation. München, R. Fischer, S. 149-193
- Knoche, Manfred (2001): Kapitalisierung der Medienindustrie aus politökonomischer Perspektive. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 2, S. 177-194
- Knoche, Manfred (2002): Kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien. In: Siegert, Gabriele (Hrsg.): Medienökonomie in der Kommunikationswissenschaft. Bedeutung, Grundfragen und Entwicklungsperspektiven. Manfred Knoche zum 60. Geburtstag. Münster/Hamburg/London, LIT, S. 101-109
- Knoche, Manfred (2003): Freie Radios – frei von Staat, Markt und Kapital(ismus)? Zur Widersprüchlichkeit Alternativer Medien und Ökonomie. In: Medien Journal, 4, S. 4-19
- Krätke, Michael (1996): Marxismus als Sozialwissenschaft. In: Haug, Frigga/Krätke, Michael (Hrsg.): Materialien zum Historisch-Kritisches Wörterbuch des Marxismus. Für Wolfgang Fritz Haug zum 60. Geburtstag. Hamburg, Argument, S. 69-122
- Krätke, Michael R. (2004): Mythos Markt oder Wo der gesellschaftliche Verstand (nicht) zu haben ist. In: Becker, Jens/Brakemeier, Heinz (Hrsg.): Vereinigung freier Individuen. Kritik der Tauschgesellschaft und gesellschaftliches Gesamtsubjekt bei Theodor W. Adorno. Hamburg, VSA, S. 217-246
- Langenbucher, Wolfgang R. (2000): Im Gedenken an Horst Holzer. In: Publizistik, 4, S. 500-501
- Mahnkopf, Birgit (2004): Wider die Privatisierung öffentlicher Güter oder: Warum die soziale Demokratie das erste Opfer der Privatisierung wird. In: Hufschmid, Jörg (Kordinator): Die Privatisierung der Welt. Hintergründe, Folgen, Gegenstrategien. Reader des wissenschaftlichen Beirats von Attac. Hamburg, VSA, S. 79-94
- Meier, Werner A. (1996/97): Globaler Medienwandel aus politökonomischer Perspektive. In: Medienwissenschaft Schweiz, 2/1996 und 1/1997, S. 70-85
- Meier, Werner A. (1997): Zwischen traditioneller Medienökonomie und politischer Ökonomie gesellschaftlicher Kommunikation. In: Bonfadelli, Heinz/Rathgeb, Jürgen (Hrsg.): Publizistikwissenschaftliche Basistheorien und ihre Praxistauglichkeit. Zürich, Universität Zürich, S. 173-183
- Meier, Werner A. (2003): Politische Ökonomie. In: Altmeyen, Klaus-Dieter /Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ökonomie. Band 1/1: Grundlagen der Medienökonomie: Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, S. 215-243
- Meier, Werner A./Trappel, Josef (2001): Medienökonomie. In: Jarren, Otfried/Bonfadelli, Heinz (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern/Stuttgart/Wien, Paul Haupt, S. 161-196
- Müller, Monica (1998): Markt- und Politikversagen im Fernsehsektor. Frankfurt a.M./Berlin/Bern/New York/Paris/Wien, Lang
- Negt, Oskar/Kluge, Alexander (1972): Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt a.M., Suhrkamp
- Prokop, Dieter (1974): Massenkultur und Spontaneität. Zur veränderten Warenform der Massenkommunikation im Spätkapitalismus. Frankfurt a.M., Suhrkamp
- Prokop, Dieter (2000): Der Medien-Kapitalismus. Das Lexikon der neuen kritischen Medienforschung. Hamburg, VSA
- Prokop, Dieter (2003): Mit Adorno gegen Adorno. Negative Dialektik der Kulturindustrie. Hamburg, VSA
- Ritsert, Jürgen (2002): Ideologie. Theoreme und Probleme der Wissenssoziologie. Münster, Westfälisches Dampfboot
- Robes, Jochen (1990): Die vergessene Theorie. Historischer Materialismus und gesellschaftliche Kommunikation. Zur Rekonstruktion des theoretischen Gehalts und der historischen Entwicklung eines kommunikationswissenschaftlichen Ansatzes. Stuttgart, Silberburg
- Scheer, Hermann (2003): Problemflucht: die Ökonomisierung des Politischen. Die Transformation von Politik und Makroökonomie in die Mikroökonomie. In: Brunnengräber, Achim (Hrsg.): Globale Öffentliche Güter unter Privatisierungsdruck. Festschrift für Elmar Altwater. Münster, Westfälisches Dampfboot, S. 158-164
- Scherrer, Christoph (2003): Markt über Alles? Von der vergeblichen Suche nach einem exakten Nachweis für die Überlegenheit des Marktes. In: Brunnengräber, Achim (Hrsg.): Globale Öffentliche Güter unter Privatisierungsdruck. Festschrift für Elmar Altwater. Münster, Westfälisches Dampfboot, S. 165-185
- Siegert, Gabriele (2003): Medienökonomie. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd /Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, S. 228-244
- Steininger, Christian (2001): Zur politischen Ökonomie der Medien. Eine Untersuchung am Beispiel des dualen Rundfunksystems. 2., akt. Aufl., Wien, WUV
- Steininger, Christian (2003): Politische Ökonomie und Medienpolitik. In: Medien Journal, 3, S. 67-78
- Steinrück, Margareta (Hrsg.) (2004): Pierre Bourdieu. Politisches Forschen, Denken und Eingreifen. Hamburg, VSA
- Vogt, Winfried (1973): Einleitung. In: Vogt, Winfried (Hrsg.): Seminar: Politische Ökonomie. Zur Kritik der herrschenden Nationalökonomie. Frankfurt a.M., Suhrkamp, S. 7-20
- Zinn, Karl Georg (1998): Ideologie als materielle Macht. Zur rückerobernten Massenwirksamkeit des reaktionären Wirtschaftsliberalismus. In: Bischoff, Joachim /Deppe, Frank/Kisker, Klaus Peter (Hrsg.): Das Ende des Neoliberalismus? Wie die Republik verändert wurde. Hamburg, VSA, S. 37-52

Christa-Maria Ridder · Wolfgang R. Langenbacher
Ulrich Saxer · Christian Steininger (Hrsg.)

Bausteine einer Theorie des öffentlich-recht- lichen Rundfunks

Festschrift für Marie Luise Kiefer



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN



VS Verlag für Sozialwissenschaften

Entstanden mit Beginn des Jahres 2004 aus den beiden Häusern

Leske+Budrich und Westdeutscher Verlag.

Die breite Basis für sozialwissenschaftliches Publizieren

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;

detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

1. Auflage Januar 2005

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2005

Lektorat: Barbara Emig-Roller

Der VS Verlag für Sozialwissenschaften ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Satz: Burgunde Görlich-Roth

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Rosch-Buch, Scheßlitz

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 3-531-14388-3