

Inhalt

1. Einführung	15
1.1. Heuschrecken – Von der Bibel in den Spiegel	15
1.1.1. Einleitung.....	15
1.1.2. Tiermetaphern, Kapitalismus und die Heuschrecken.....	17
1.1.3. Die Heuschrecken-Debatte – Eine Chronik	22
1.2. Ausgangspunkt der Arbeit.....	26
1.2.1. Allgemeine Relevanz: Interdisziplinaritätsdefizit	26
1.2.2. Spezielle Relevanz für Betrachtungsgegenstand PE	29
1.2.3. Forschungsleitfragen	31
1.2.4. Aufbau der Arbeit	33
Vorbemerkung zu Kapitel 2 und 3	36
2. Wirtschaftliche Grundlagen von Private Equity.....	39
2.1. Überblick	39
2.1.1. Einleitung	39
2.1.2. Begriffsklärung	39
2.1.3. Entwicklung des PE-Marktes	43
2.1.4. Akteure beim Buyout-Prozess.....	46
2.2. Pre-Investmentphase.....	57
2.2.1. Fundraising.....	58
2.2.2. Deal-Flow und Screening.....	58
2.3. Pre-Investmentphase.....	60
2.3.1. Unternehmensbewertung.....	60
2.3.2. Die Due Diligence.....	61
2.3.3. Verhandlung und Vertragsgestaltung.....	64
2.3.4. Strukturierung und Finanzierung	65
2.4. Post-Investmentphase	74
2.4.1. Leverage und Disziplinierung	74

2.4.2.	Restrukturierungsmaßnahmen.....	76
2.4.3.	Strip it flip it oder Buy and Build?.....	77
2.4.4.	Der Exit.....	79
3.	Das regulatorische Umfeld für Private Equity	83
3.1.	Allgemeines regulatorisches Umfeld.....	83
3.1.1.	Corporate Governance als Ausgangspunkt	83
3.1.2.	Arbeitsrecht.....	84
3.1.3.	Kapitalmarktrecht.....	85
3.1.4.	Gläubigerrecht.....	86
3.1.5.	Steuerrecht.....	86
3.1.6.	Aufsichtsrecht	87
3.2.	Spezielles regulatorisches Umfeld.....	88
3.2.1.	Das Gesetz zur Modernisierung der Rahmenbedingungen für Kapitalbeteiligungsgesellschaften (MoRaKG)	88
3.2.2.	Das Risikobegrenzungs-gesetz	90
3.3.	Drei Experten, drei Meinungen – Die Debatte um Regulierung.....	92
3.3.1.	Die Debatte in Deutschland.....	92
3.3.2.	Die Debatte in Europa und in den USA	94
4.	Für die Forschungsleitfragen relevante kommunikationswissenschaftliche Aspekte	97
4.1.	Grundlagen des Wirtschaftsjournalismus	97
4.1.1.	Historische Entwicklung	97
4.1.2.	Klassifikation und Marktübersicht	99
4.1.3.	Wirtschaftsjournalisten, ihr Selbstverständnis und ihr Publikum.....	102
4.2.	Nachrichtenselektion	108
4.2.1.	Gatekeeper-Forschung	110
4.2.2.	Nachrichtenwertforschung	111
4.2.3.	Schlüsselereignisse.....	116
4.2.4.	News Bias	117
4.3.	Medien, Konflikte und Realität	119
4.3.1.	Berichterstattung in Konflikten.....	120
4.3.2.	Mediale Realitätskonstruktion.....	126
4.3.3.	Qualität in der Wirtschaftsberichterstattung.....	133
4.3.4.	Wirtschaftsberichterstattung in der Krise?	137

4.4. Medien, Politik und Lobbys.....	144
4.4.1. Politische PR, Inszenierung und Symbolpolitik.....	148
4.4.2. Lobbys und Interessen-PR	151
4.4.3. Agenda-Setting, Agenda-Building und Priming	152
4.4.4. Agenda-Setting bei Wirtschaftsthemen.....	158
4.4.5. Agenda-Setting, Lobbying und Regulierung.....	160
5. Theoretischer Überbau der Untersuchung	163
5.1. Frames, Framing und Framing-Forschung	163
5.1.1. Framing und Ansätze der Framing-Forschung.....	163
5.1.2. Medien-Frames in der Wirtschaftsberichterstattung	167
5.2. Framing als kommunikationswissenschaftliche Querschnittsdisziplin.....	172
5.2.1. Framing und Agenda-Setting	173
5.2.2. Framing und Nachrichtenfaktoren.....	176
5.2.3. Framing und Schlüsselereignisse	177
5.2.4. Framing und News Bias	180
5.2.5. Framing und politische PR.....	182
5.2.6. Framing im Kontext von Werten, Metaphern und Stories	187
5.3. Begründungszusammenhang	189
5.3.1. Forschungsrelevanz.....	189
5.3.2. Forschungsstand.....	190
5.3.3. Weiterer Forschungsbedarf	203
6. Empirische Untersuchung	209
6.1. Entdeckungszusammenhang.....	209
6.1.1. Forschungsfragen Set 1: Längsschnittbetrachtung	210
6.1.2. Forschungsfragen Set 2: Querschnittbetrachtung.....	213
6.1.3. Forschungsfragen Set 3: Mediale Realität und objektive Realität.....	215
6.2. Untersuchungsobjekt	216
6.2.1. Mediensample	216
6.2.2. Untersuchungszeitraum.....	218
6.2.3. Die Stichprobe.....	218
6.3. Untersuchungsanlage.....	222
6.3.1. Entwicklung der Frames	223
6.3.2. Codierlogik, Codieranweisungen und Beispiele	237

6.3.3.	Reliabilität des Messinstruments.....	255
6.3.4.	Validität und Einbezug weiterer Daten	259
7.	Ergebnisse.....	265
7.1.	Ergebnisse Set 1: Längsschnittbetrachtung	266
7.1.1.	Entwicklung der Berichterstattung im Kontext von Ereignissen.....	266
7.1.2.	Entwicklung der Berichterstattung im Kontext von PR	274
7.1.3.	Entwicklung der gesamten Berichterstattung im Längsschnitt.....	288
7.2.	Ergebnisse Set 2: Querschnittsbetrachtung.....	300
7.2.1.	News Bias durch Bewertung und Gewichtung von Idee-Elementen	300
7.2.2.	News Bias durch Gewichtung und Bewertung von Kommunikatoren	318
7.3.	Ergebnisse Set 3: Mediale Realität und objektive Realität	329
7.3.1.	Realitätskonstruktion und Nachrichtenfaktoren	330
7.3.2.	Statische Realitätskonstruktion	337
7.3.3.	Dynamische Realitätskonstruktion.....	342
8.	Schlussbetrachtung	363
8.1.	Zusammenfassung und Diskussion.....	363
8.1.1.	Kurzzusammenfassung der Arbeit	363
8.1.2.	Diskussion: Erst die Heuschrecken, dann die Krise	368
8.1.3.	Diskussion: Ergebnisse des News Bias im Kontext von Journalisten, Entscheidern und der Bevölkerung.....	376
8.1.4.	Diskussion: Realitätskonstruktion und mediales Versagen	378
8.2.	Kritische Würdigung der Arbeit	379
8.2.1.	Kategoriensystem.....	380
8.2.2.	Auf Ebene der Sets an Forschungsfragen.....	382
8.3.	Ausblick.....	385
8.3.1.	Theorie und Methodik – Die Top-Down-Perspektive	386
8.3.2.	Praktische Fragestellungen – Die Bottom-Up-Perspektive	388
8.3.3.	Schlussbemerkung.....	397
9.	Literaturverzeichnis.....	399

„Heuschrecken“ zwischen Rendite, Reportage und
Regulierung

Die Bedeutung von Private Equity in Ökonomie und
Öffentlichkeit

Bayaz, D.

2014, XIV, 412 S. 107 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-04036-9