

Medienakteure der Moderne

Herausgegeben von Peter Hoeres und Dominik Geppert

Medien machen Geschichte. Die neue Reihe *Medienakteure der Moderne* ist geschichtswissenschaftlich orientiert. Sie behandelt Medien (Printmedien, audiovisuelle und digitale Medien) nicht als *black box*. Vielmehr thematisiert sie quellenbasiert ihre internen Strukturen und Prozesse ebenso wie ihre Inhalte und Wirkungen. Für eine moderne Mediengeschichte sind Medien nicht (nur) Quellen zur Erforschung anderer gesellschaftlicher Teilsysteme, sondern besitzen selbst Akteursqualitäten: sie handeln, haben Konsequenzen, folgen ihrer Eigenlogik und interagieren mit anderen Institutionen und Systemen. Insofern eröffnet die Reihe Perspektiven über die Mediengeschichte hinaus.

ISSN: 2629-6314 - Zitiervorschlag: MDM

Stand: 30.10.2020. Preisänderungen vorbehalten.

Jetzt bestellen:

https://www.mohrsiebeck.com/schriftenreihe/medienakteure-der-moderne-mdm?no_cache=1

order@mohrsiebeck.com

Telefon: +49 (0)7071-923-0

Telefax: +49 (0)7071-51104

Kutzner, Maximilian

Marktwirtschaft schreiben

Das Wirtschaftsressort der Frankfurter Allgemeinen Zeitung 1949 bis 1992

Band 1
2019. XI, 360 Seiten.

ISBN 9783161581793
Festeinband 59,00 €

ISBN 9783161581809
eBook PDF 59,00 €

Welche Bedeutung hatte das Wirtschaftsressort der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* für die Geschichte der Bundesrepublik? Welche Leitbilder, Strukturen und Prinzipien prägten die journalistische Arbeit? Der Autor beleuchtet, wie eng die Zeitungsmacher mit Entscheidungsträgern aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Öffentlichkeit zusammenarbeiteten. Sowohl die FAZ als auch die Geschichte des Wirtschaftsjournalismus sind bisher kaum historisch kontextualisiert worden. Die Arbeit betritt damit Neuland. Exklusiv für das Projekt wurde das Hausarchiv der Zeitung geöffnet. So gelang es erstmals, einen Blick auf die bisher verborgenen Hintergründe der Berichterstattung zu werfen.

In den 1950er und 1960er Jahren sensibilisierte das Wirtschaftsressort Politik, Wirtschaft und Wissenschaft für die Bedeutung von Öffentlichkeit. Für andere Medien war es Vorreiter in puncto Themensetzung und Gestaltung. In den 1970er Jahren wurde es zur publizistischen außerparlamentarischen Opposition zur sozialliberalen Wirtschaftspolitik durch seine konsequente pro-marktwirtschaftliche Haltung und zum medialen Interessenvertreter der Unternehmerschaft in der Bundesrepublik. Später war es Vorreiter bei der Popularisierung des Aktienmarktes.

Das Wirtschaftsressort war von einem ordoliberalen Leitbild bestimmt, welches im Verlauf der Jahre um marktliberale Elemente erweitert wurde. Das Leitbild hatte Einfluss auf die Themensetzung, die Personalauswahl und die Organisation der Redaktion. Die Herausgeber und Redakteure pflegten intensive Kontakte zu Politikern, Unternehmern und Wissenschaftlern. So konnte das Wirtschaftsressort seine Wirkung auf alle Gesellschaftsbereiche entfalten und wurde dadurch selbst geprägt.

