

Wem gehören die Daten? Vom geposteten Foto zum privaten Marktplatz – digitaler Kapitalismus und seine Eigentumsfragen

* michael.lehner@uni-graz.at, Institut für Geographie und Raumforschung, Universität Graz

** johanna.ruhm@univie.ac.at, Fachdidaktik Geographie und wirtschaftliche Bildung, Universität Wien

eingereicht am: 16.07.2026, akzeptiert am: 04.09.2026

Wem gehören die Daten? Die Frage klingt einfach, führt aber mitten in die Eigentumsordnung des digitalen Kapitalismus: Nutzer*innen produzieren Daten, über die andere verfügen – und bewegen sich auf Märkten, die Privatbesitz sind. Der Beitrag stellt Unterrichtsmaterialien vor, die vom eigenen Bildschirmzeit-Check über die Erarbeitung des Status quo zur begründeten Positionierung gegenüber Reformvorschlägen führen – von Regulierung über Bezahlmodelle bis zu Gemeineigentum.

Keywords: digitales Eigentum, digitaler Kapitalismus, Kontroversität, sozioökonomische Bildung, Unterrichtsmaterialien

Who Owns the Data? From Posted Photos to Private Marketplaces – Digital Capitalism and Its Questions of Ownership

Who owns the data? The question sounds simple, yet it leads right into the property order of digital capitalism: users produce data that others control and act on markets that are themselves private property. This article presents a teaching design that moves from a screen-time check to an analysis of the status quo and towards a reasoned position on reform proposals – from regulation to payment models to common ownership.

Keywords: Digital Property, Digital Capitalism, Controversy, Socio-economic Education, Teaching Materials

1 Einleitung

Ein Foto ist schnell gepostet. Aber wem gehört es dann? Beim Fahrrad ist die Eigentumsfrage einfach zu beantworten: Es ist greifbar, es kann nur eine Person darauf sitzen, und der Kaufvertrag liegt in der Schublade. Beim geposteten Foto ist dies anders gelagert: Die Aufnahme stammt von mir, die Server gehören der Plattform, weitreichende Nutzungsrechte habe ich mit einem Klick auf die Geschäftsbedingungen abgetreten – und die Aufmerksamkeit, die das Foto bindet, wird als Ware gehandelt. Das hat System: Der Medienwissenschaftler Martin Andree (2023: 244) hält die „feindliche Übernahme unserer Gesellschaft durch die Tech-Riesen [für] vielleicht [...] das zweitwichtigste gesellschaftliche Problem nach der Klimakrise“.

Die geographische und wirtschaftliche Bildung hat auf die Digitalisierung vielfältig reagiert – bis hin zu programmatischen Klärungen, die Mündigkeit in einer digital geprägten Welt zum Leitziel erheben (vgl. HGD 2020). Als *Eigentumsfrage* wird die Digitalisierung dabei allerdings selten gestellt. Dabei liegt sie näher, als

es zunächst scheint: Nutzer*innen produzieren mit jedem Klick, jedem Post und jeder Minute Verweildauer Daten, deren Rechte und Erträge bei den Plattformen liegen – sie agieren als ‚Prosumer*innen‘, die zugleich konsumieren und produzieren. Und gehandelt wird teilweise auf Marktplätzen, die selbst Privateigentum sind: auf sogenannten *proprietären Märkten*, deren Eigentümer*innen Zugang, Sichtbarkeit und Preise kontrollieren (vgl. Staab 2020). Die dabei entstandene Konzentration ist enorm – der Gini-Koeffizient der Verweildauer lag 2019 bei 0,988. Auf die zehn stärksten Sites und Apps entfällt mehr als die Hälfte des gesamten Web-Traffics (vgl. Andree & Thomsen 2020).

Wie damit umgehen? Die vorliegenden Antworten könnten unterschiedlicher kaum sein: Sie reichen von schärferer Regulierung der Plattformen (vgl. Andree 2023) über Bezahlmodelle, die Nutzer*innen zu Eigentümer*innen ihrer Daten machen sollen (vgl. Lanier 2014), bis zu Vorschlägen, digitale Infrastrukturen in öffentliches oder gemeinschaftliches Eigentum zu überführen (vgl. Angebauer & Wesche 2024). Das ist eine offene, politisch aufgeladene Kontroverse.

Produktiv diskutierbar wird die Kontroverse u. a. mit einer eigentumstheoretischen Brille, die danach fragt, *wer* über ein Gut verfügt (Rechtssubjekt) und *um welche Art von Gut* es sich handelt (Güterart) – ein Analysewerkzeug, das an anderer Stelle ausführlicher entwickelt wird (vgl. Beitrag in dieser Ausgabe: *Eigentum im GWB-Unterricht*). Für digitale Güter kommt eine zweite Unterscheidung hinzu, weil rechtliches Eigentum, eingeräumte Nutzungsrechte, technische Kontrolle und wirtschaftliche Verwertung auseinanderfallen können: „Rechte auf Datennutzung ohne Übertragungs- und Verwertungsrechte sind Nutzungsrechte, aber keine Eigentumsrechte“ (Angebauer & Wesche 2024: 227). Wer fragt, wem die Daten gehören, fragt deshalb nie nur nach einem Verhältnis, sondern nach mehreren zugleich.

Als Gegenstand digitalen Eigentums fassen Angebauer und Wesche (2024: 218) *digitale Infrastrukturen*: Softwares und Algorithmen, deren materielle Grundlage von Servern bis zu Kabelnetzen reicht – und die Inhalte, die beides in Datenform verarbeiten. Unter den fünf Eigenschaften, die sie diesen Infrastrukturen zuschreiben, ist eine für den Unterricht besonders ergiebig: Infrastrukturen machen Ressourcen zugänglich, auf die zu verzichten nicht freisteht, und zählen deshalb zu den *Bedarfsgütern* (Angebauer & Wesche 2024: 221f.) – für Kommunikation, Information und Teilhabe so grundlegend wie Wohnen oder

Energie. Wir teilen diese Einschätzung; sie bleibt aber eine Position unter mehreren und ist in der Lernumgebung als solche kenntlich gemacht. Denn ob digitale Infrastrukturen Bedarfsgüter sind, ist genau die Frage, an der sich die Reformvorschläge scheiden: Wer sie verneint, kommt mit Regulierung innerhalb der bestehenden Eigentumsordnung aus; wer sie bejaht, gelangt zur Frage der Eigentumsform.

2 Das didaktische Arrangement

2.1 Zielgruppe, Erprobung und Lehrplanbezug

Die hier dokumentierten Materialien sind für einen Workshop entstanden und dort mit einer gemischten Gruppe aus Schüler*innen, Lehrer*innen, Fachdidaktiker*innen und Studierenden erprobt worden. In dieser Form richten sie sich in erster Linie an die Aus-, Fort- und Weiterbildung von Lehrpersonen. Fachwissen wird nicht vorausgesetzt.

Zugleich verstehen wir die Materialien als Anregung für den Unterricht der Sekundarstufe II: Einzelne Infoblätter – besonders 1.3 mit seinen wirtschaftstheoretischen Begriffen und die Zitate in 2.2 – verlangen für den Schulgebrauch sprachliche Anpassung und ggf. didaktische Reduktion. Für eine solche Übertragung bietet der Lehrplan der AHS-Oberstufe (BMB

Tab. 1: Ablaufskizze des Arrangements

Phase	Dauer	Beschreibung	Material	Lernziel
1 Einstieg: Bildschirmzeit-Check	15 Min.	Teilnehmende rufen ihre Wochen-Bildschirmzeit ab und rechnen sie aufs Jahr hoch; Murmelrunde. Erste Antworten auf die Frage, wem gehört, was in dieser Zeit entsteht – Fotos, Nachrichten, Klicks, Verweildauer –, werden auf Kärtchen festgehalten.	–	Die eigene Betroffenheit in Prozessen der Digitalisierung analysieren; Vorwissen aktivieren
2 Status quo: digitales Eigentum	35 Min.	Kleingruppen wählen aus vier Diskussionsimpulsen und erarbeiten mit den Infoblättern Besonderheiten digitalen Eigentums; Ergebnisse werden auf Postern festgehalten; auf zusätzlichen Kärtchen wird notiert, was sie am Status quo für verteidigungs- bzw. kritikwürdig halten.	M1 (inkl. Infoblätter 1.1–1.4)	Besonderheiten digitalen Eigentums erklären; prüfen, ob digitale Infrastrukturen Merkmale eines Bedarfsguts aufweisen (Sachurteil)
3 Präsentationen	15 Min.	Gruppen stellen ihre Poster im Plenum vor; die Lehrperson bündelt die Befunde.	–	Ergebnisse darstellen und miteinander vergleichen (Sachurteil)
4 Alternativen erschließen	40 Min.	Gruppenpuzzle: Expert*innengruppen erarbeiten je einen Reformvorschlag (Regulierung, Bezahlmodell, öffentliches bzw. gemeinschaftliches Eigentum); anschließend stellen sich die Expert*innen die Ansätze in gemischten Stammgruppen gegenseitig vor.	M2 (inkl. Infoblätter 2.1–2.3)	Drei Reformvorschläge erläutern; unterschiedliche Regulierungsmodelle vergleichen
5 Gruppenstandpunkt	15 Min.	Stammgruppen wägen die Vorschläge – einschließlich der Verteidigung des Status quo – gegeneinander ab und formulieren einen gemeinsamen Standpunkt auf einem Kärtchen.	M2 (Arbeitsauftrag)	Die Vorschläge kriteriengeleitet beurteilen und einen gemeinsamen Standpunkt begründen (Werturteil)
6 Positionierung im Plenum	20 Min.	Gruppen stellen ihre Standpunkte vor; anschließend ergänzt jede*r einzeln auf der Rückseite des eigenen Kärtchens aus Phase 1 die nun begründete Antwort.	–	Den eigenen Standpunkt begründen und zur Ausgangsposition in Beziehung setzen (Werturteil)

2016: 66) mehrere Anknüpfungspunkte, vor allem im *Kompetenzmodul 7 (Lokal – regional – global: Vernetzungen – Wahrnehmungen – Konflikte)*. Einschlägig sind dort drei Lernziele: „Den eigenen Standort bzw. die lokale Betroffenheit in Prozessen der Globalisierung in Bezug auf persönliche Chancen und Risiken analysieren“ trägt den Einstieg, „Machtverhältnisse in politischen und ökonomischen Systemen analysieren“ die Erarbeitung des Status quo (M1) und „Unterschiedliche Wirtschafts- und Regulierungsmodelle vergleichen“ die Alternativenphase (M2). Ein zweiter Anschluss besteht zum *Kompetenzmodul 5*, wo das Zustandekommen wirtschaftlicher Daten nachzuvollziehen und deren Aussagekraft zu beurteilen ist – einschlägig für die Erhebungsdaten in Infoblatt 1.4.

Das Arrangement ist ab etwa zwölf Teilnehmenden gut umsetzbar; für kleinere Gruppen bietet sich die in Kap. 2.3 skizzierte Kurzvariante an. Sämtliche Angaben verstehen sich als Vorschläge, die an die eigene Gruppe angepasst werden können und sollen.

2.2 Ablaufskizze

Die Lernumgebung umfasst sechs aufeinander aufbauende Phasen (siehe Tab. 1). Realistisch sind dafür drei Unterrichtseinheiten; eine gekürzte Fassung in zwei Einheiten ist in Kap. 2.3 beschrieben.

2.3 Hinweise zur Umsetzung

Der Bildschirmzeit-Check (Phase 1) kommt ohne Material aus: Die Teilnehmenden rufen auf dem eigenen Handy die Wochen-Bildschirmzeit ab und rechnen sie grob aufs Jahr hoch. Nach einer kurzen Murmelrunde folgt die Wendung zum Thema: In dieser Zeit wurde nicht nur konsumiert, sondern auch produziert. Hilfreich ist, die entstandenen Güter gemeinsam zu sammeln – hochgeladene Fotos und Videos, geschriebene Nachrichten, Bewertungen und Likes, dazu die Spuren, die hinterlassen werden: Standorte, Suchanfragen, Verweildauern. Erst wenn geklärt ist, wovon überhaupt die Rede ist, lässt sich die Leitfrage sinnvoll beantworten: Wem gehört, was in dieser Zeit entsteht? Die ersten Antworten werden auf Kärtchen gesammelt und bleiben bis zum Ende sichtbar. Die Einstiegsphase schließt mit der Frage: ‚Was müsste dir jemand zahlen, damit du alle deine Chats, Fotos und Standortdaten verkaufst?‘

In der anschließenden Phase geht es um die Erarbeitung des Status quo (Phase 2, M1); sie ist als Wahlangebot konzipiert: Vier Diskussionsimpulse mit zugehörigen Infoblättern eröffnen unterschiedliche Zugänge – begrifflich (Besonderheiten digitaler Güter), ökonomisch (Prosumption, proprietäre Märkte) und empirisch (Vermessung der Aufmerksamkeitsverteilung). Die Gruppen müssen nicht alles bearbeiten;

sie wählen, was sie anspricht. Neben den Postern halten sie auf Kärtchen fest, was sie am Status quo als besonders verteidigungs- bzw. kritikwürdig erachten. Damit wird eine erste Bewertung angebahnt, noch nicht die Positionierung – diese bleibt den Phasen 5 und 6 vorbehalten.

Die Präsentationen (Phase 3) stellen den gemeinsamen Überblick her. Hier lohnt es sich, die Frage nach dem Bedarfsgut ausdrücklich zu stellen: Kommunikation, Information und Teilhabe laufen heute über digitale Infrastrukturen – folgt daraus, dass es sich um eine Grundversorgung handelt, auf die zu verzichten niemandem freisteht? Sind digitale Infrastrukturen als Bedarfsgut unverzichtbar? Angebauer und Wesche (2024: 221 f.) bejahen das; die Materialien führen ihre Kriterien an, überlassen die Prüfung aber den Lernenden. Die Lehrperson kann die These als Deutungsangebot einbringen. Diese These ist zugleich der Punkt, an dem sich die Vorschläge der folgenden Phase unterscheiden.

Die Alternativen-Phase (Phase 4, M2) folgt der Logik des Gruppenpuzzles: Expert*innengruppen erschließen je einen von drei Vorschlägen unterschiedlicher Reichweite – Regulierung innerhalb der bestehenden Eigentumsordnung (Andree 2023), ein Bezahlmodell, das die Marktlogik beibehält, aber Nutzer*innen entlohnt (Lanier 2014), und der Wechsel der Eigentumsform hin zu öffentlichem oder gemeinschaftlichem Plattform Eigentum (Angebauer & Wesche 2024). Anschließend stellen sich die Expert*innen ihre Ansätze in gemischten Stammgruppen gegenseitig vor.

Erst auf dieser Grundlage folgt die Urteilsbildung (Phase 5). Die Stammgruppen wägen die Vorschläge – einschließlich der Verteidigung des Status quo – gegeneinander ab und formulieren einen Gruppenstandpunkt. Die Kontroversität ist dabei im Material selbst angelegt, etwa durch die Kritik von Angebauer und Wesche an Laniers Modell; das Beispiel im Material zeigt zudem, dass auch ein dokumentierter Disens ein legitimes Ergebnis ist.

Die Positionierung im Plenum (Phase 6) führt zusammen: Die Gruppen stellen ihre Standpunkte vor, anschließend lohnt der Blick zurück auf die Kärtchen aus Phase 1. Außerdem sollte Zeit eingeräumt werden, dass jede*r zum Abschluss einen eigenen Standpunkt formulieren kann – wenige Sätze genügen.

Das Arrangement lässt sich auf zwei Einheiten verschlanken: Das Puzzle entfällt zugunsten einer einfachen Wahlvariante, bei der jede Gruppe nur einen Ansatz bearbeitet und ihn direkt ins Plenum einbringt (Phase 4: 25 Min.). Verkürzt werden können ferner der Einstieg (10 Min.), die Präsentationen (10 Min.) und der Gruppenstandpunkt (10 Min.). Das individuelle Abschlussurteil sollte auch in dieser Fassung erhalten bleiben.

3 Materialien im Anhang

- **M1** Wem gehören die Daten? Überblick über den Status quo – Arbeitsauftrag mit vier Diskussionsimpulsen, dazu die Infoblätter 1.1 bis 1.4 (Besonderheiten digitalen Eigentums; Digitaler Kapitalismus: vom Inhalt zum Privateigentum; Privateigentum an Märkten; Atlas der digitalen Welt)
- **M2** Alternative Zugänge zur gegenwärtigen Form digitalen Eigentums – Arbeitsauftrag für das Gruppenpuzzle, dazu die Infoblätter 2.1 bis 2.3 (15 Maßnahmen zur Regulierung; libertäres Bezahlmodell; gemeinschaftliches und öffentliches Digitaleigentum)

4 Fazit

Daten gehören zum Alltag – und doch bleibt meist unhinterfragt, wer eigentlich über sie verfügt. Die vorgestellte Lernumgebung macht diese Frage zum Gegenstand: Vom eigenen Bildschirmzeit-Konto ausgehend erarbeiten die Teilnehmenden die Besonderheiten digitalen Eigentums, lernen mit Regulierung, Bezahlmodell und Gemeineigentum die Bandbreite der Reformvorschläge kennen, handeln in der Gruppe einen begründeten Standpunkt aus und prüfen zuletzt, was aus ihrer eigenen Ausgangsantwort geworden ist.

Zugleich zeigt die Lernumgebung exemplarisch, wie ergiebig die eigentumstheoretische Brille für den GWB-Unterricht ist: Wer fragt, wer über ein Gut verfügt und um welche Art von Gut es sich handelt, kann vom geposteten Foto bis zum privaten Marktplatz eine ganze Gegenwartsdebatte ordnen – und dieselbe Brille taugt ebenso für Wohnraum, Böden oder Naturgüter.

Die Materialien im Anhang sind für unterschiedliche Kontexte adaptierbar – von der Aus- und Fortbildung von Lehrpersonen bis zum Unterricht der

Sekundarstufe II. Wir laden herzlich dazu ein, sie den eigenen Gruppen anzupassen. Die Eigentumsfrage des Digitalen ist jedenfalls zu wichtig, um sie den Nutzungsbedingungen zu überlassen.

Dank

Vielen Dank an die Reviewer*innen für die Anregungen und Hinweise. Dieser Artikel wurde durch finanzielle Unterstützung der Universität Graz Open Access publiziert.

Literatur

- Andree, M. (2023): Big Tech muss weg! Die Digitalkonzerne zerstören Demokratie und Wirtschaft – wir werden sie stoppen. Campus, Frankfurt am Main.
- Andree, M. & T. Thomsen (2020): Atlas der digitalen Welt. Campus, Frankfurt am Main.
- Angebauer, N. & T. Wesche (2024): Theorien des Eigentums zur Einführung. Junius, Hamburg.
- BMB – Bundesministerium für Bildung (2016): Verordnung der Bundesministerin für Bildung, mit der die Verordnung über die Lehrpläne der allgemein bildenden höheren Schulen geändert wird; Bekanntmachung, mit der die Bekanntmachung der Lehrpläne für den Religionsunterricht an diesen Schulen geändert wird. Wien. BGBl. II Nr. 219/2016 vom 9.8.2016. <https://www.ris.bka.gv.at/eli/bgbl/II/2016/219>
- HGD – Hochschulverband für Geographiedidaktik (2020): Der Beitrag des Fachs Geographie zur Bildung in einer durch Digitalisierung und Mediatisierung geprägten Welt. Positionspapier. <https://geographiedidaktik.org/download/der-beitrag-des-fachs-geographie-zur-bildung-in-einer-durch-digitalisierung-und-mediatisierung-gepraegten-welt/?wpdmdl=1501&refresh=6a549d49a63b31783930185> (13.07.2026)
- Lanier, J. (2014): Wem gehört die Zukunft? Hoffmann und Campe, Hamburg.
- Staab, P. (2020): Digitaler Kapitalismus. Markt und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit. Suhrkamp, Berlin.

Anhang

M1 Wem gehören die Daten? Überblick über den Status quo

Arbeitsauftrag: Erarbeitet einen Überblick über die Besonderheiten der gegenwärtigen Form digitalen Eigentums. Wählt dazu aus den vier Impulsen aus, was euch anspricht – ihr müsst nicht alle bearbeiten. Die Infoblätter liefern das nötige Hintergrundwissen. Haltet eure Ergebnisse auf einem Poster fest.

Notiert außerdem auf Moderationskärtchen – je ein Stichwort oder einen Satz –, was ihr an den gegenwärtigen Verhältnissen für besonders **verteidigungswürdig** und was für besonders **kritikwürdig** haltet.

Übersicht

Impuls zu Infoblatt 1.1: Der Medienwissenschaftler Martin Andree ist der Auffassung, die Frage ‚Wem gehören die Daten?‘ sei ‚das zweitwichtigste gesellschaftliche Problem nach der Klimakrise‘.

- Erläutert, worin Andree das Problem sieht.
- Beurteilt seine Einschätzung: Was ist das Besondere an dieser Problemstellung? Wie schätzt ihr die Bedeutung dieser Frage ein? Inwiefern seid ihr der Meinung, diese Frage ist (k)eine besonders wichtige Frage unserer Gegenwart?

Impuls zu Infoblatt 1.2: Wie erlangen Tech-Unternehmen Verfügungsmacht über ein gepostetes Foto oder über eure Verweildauer auf TikTok?

- Beschreibt die drei Schritte, in denen das geschieht.
- Prüft an einem eigenen Beispiel, ob ihr schon einmal ‚Prosumer*innen‘ wart – ob ihr also etwas konsumiert und dabei zugleich Daten produziert habt.
- Erörtert, welche Alternativen bestehen, wenn man diese Rolle nicht einnehmen möchte.

Impuls zu Infoblatt 1.3: Ein besonderes Merkmal des digitalen Kapitalismus sind Märkte, die selbst Privateigentum sind – sogenannte **proprietäre Märkte**.

- Erklärt, was einen proprietären Markt von einem gewöhnlichen Markt unterscheidet.
- Nennt Beispiele aus eurem Alltag.
- Philipp Staab sieht im digitalen Kapitalismus keine völlig neue Wirtschaftsform, sondern die Wiederkehr einer sehr alten – des Merkantilismus, nur in privater Hand. Beurteilt diesen Vergleich.

Impuls zu Infoblatt 1.4: Im *Atlas der digitalen Welt* wird gemessen, wie sich die Aufmerksamkeit im Netz verteilt.

- Beschreibt, wie diese Daten zustande gekommen sind, und beurteilt, was sie zeigen können – und was nicht.
- Vergleicht den Wert der digitalen Konzentration mit dem Gedankenexperiment auf dem Infoblatt.
- Erörtert, welche Folgen diese Konzentration in verschiedenen Bereichen haben kann: im Alltag, für Meinungsbildung und Demokratie, im Konsum.

Infoblatt #1.1 Besonderheiten von digitalem Eigentum¹

Wenn wir ein Fahrrad kaufen, ist die Sache klar: Es besteht aus Metall und Gummi, wir können es anfassen, und wenn jemand darauf sitzt, kann niemand sonst gleichzeitig fahren. Die Frage ‚Wem gehört dieses Fahrrad?‘ lässt sich meist eindeutig beantworten.

Beim geposteten Foto zerfällt dieselbe Frage in vier:

- **Eigentum:** Wem gehört die Sache rechtlich?
- **Nutzungsrecht:** Wer darf sie verwenden, weitergeben, verwerten?
- **Faktische Kontrolle:** Wer hat sie technisch in der Hand – wer kann sie löschen, sperren, sichtbar machen?
- **Verwertung:** Wer verdient daran?

Beim Fahrrad fallen diese vier Antworten zusammen. Beim Foto nicht: Die Aufnahme stammt von euch, die Nutzungsrechte habt ihr mit den Geschäftsbedingungen weitgehend abgetreten, die technische Kontrolle liegt bei der Plattform und verdient wird an der Aufmerksamkeit, die das Foto bindet. Wer nach digitalem Eigentum fragt, muss diese vier Ebenen auseinanderhalten.

Angebauer und Wesche (2024) fassen den Gegenstand digitalen Eigentums unter dem Begriff der *digitalen Infrastrukturen* zusammen und schreiben ihm fünf Eigenschaften zu.

1. Strukturzusammenhang: Verwobenheit ist grundlegend. Digitale Produkte bestehen immer aus drei Ebenen:

- **Hardware** (z. B. Server, Smartphone)
- **Software** (z. B. Code, Algorithmen)
- **Daten** (z. B. Fotos, Chatverläufe)

Diese Ebenen sind eng miteinander verknüpft und gehören oft verschiedenen Akteur*innen. Dir gehört vielleicht das Gerät, einem Unternehmen die Software oder die Nutzungsrechte an den Daten.

Auf Grund dieser Verwobenheiten wird auch von **Eigentumsketten** gesprochen: „Ein*e Eigentümer*in verfügt hier nur in einem beschränkten Sinn über einen Bestandteil, weil dessen Funktionsweise von anderen Teilen abhängt, über die wiederum andere Eigentümer*innen verfügen“ (Angebauer & Wesche 2024: 219).

2. Immaterialität: Unendlich kopierbar: Digitale Güter sind nicht-rivalisierend: Viele Menschen können denselben Song hören oder dieselbe Software nutzen, ohne dass sie ‚aufgebraucht‘ wird. Während die erste Erstellung teuer sein kann, ist jede weitere Kopie nahezu kostenlos – eine Herausforderung für klassische Eigentumslogiken.

3. Netzwerkeffekte: Wert entsteht durch Masse: Einzelne Daten werden oft erst durch die Verknüpfung mit Millionen anderen Daten wertvoll. Algorithmen lernen nicht von einzelnen Personen, sondern von großen Datenmengen.

4. Datafizierung: Wenn Leben zu Daten wird: Durch Sensoren, Plattformen und Tracking werden immer mehr Aspekte unseres Lebens in Daten übersetzt. Dinge, die früher flüchtig waren – Bewegungen, Kommunikation, Körperdaten – werden speicherbar und ökonomisch verwertbar. Dadurch entsteht eine neue Eigentumsfrage: Wer darf über diese Daten verfügen?

5. Digitale Infrastruktur als Grundversorgung: Zugang zu digitalen Diensten – Kommunikation, Information oder Online-Banking – ist heute zentral für gesellschaftliche Teilhabe. Dadurch stellt sich die Frage, wer solche Infrastrukturen kontrollieren soll – die Eigentumsfrage wird in solchen Fällen besonders bedeutsam.

Prüft selbst: Trifft dieses Kriterium auf die Dienste zu, die ihr täglich nutzt? Bei welchen schon, bei welchen nicht? Lässt sich auf digitale Infrastrukturen (nicht) verzichten, um am gesellschaftlichen Leben teilnehmen zu können?

¹ nach S. 218–222 aus: Angebauer, N. & T. Wesche (2024): Theorien des Eigentums zur Einführung. Junius, Hamburg.

Infoblatt #1.2 Digitaler Kapitalismus: Vom Inhalt zum Privateigentum²

Datafizierung – die Umwandlung von Handlungen, Bewegungen oder Kommunikation in Daten – allein macht noch keinen digitalen Kapitalismus. Sie geschieht in jeder digitalisierten Gesellschaft. Kennzeichnend ist etwas anderes: dass die entstehenden Daten als **Privateigentum** organisiert und wirtschaftlich verwertet werden (vgl. Angebauer & Wesche 2024).

Bemerkenswert daran ist, dass hier Eigentum überhaupt erst entsteht. Soziale Kontakte, Ortswechsel, Stimmungen oder Witze sind in der analogen Welt niemandes Eigentum – sie sind flüchtig. Erst indem sie in Daten übersetzt werden, werden sie zu etwas, worüber sich verfügen lässt. Angebauer und Wesche (2024: 223) sprechen deshalb von **Eigentumsschöpfung**: „Eigentum an Informationen, die zuvor kein Eigentum waren, kommt hier erst in die Welt.“

Das geschieht in drei Schritten.

1. Produktion – Nutzerinnen als ‚Prosumer*innen‘: Im Internet verschwimmt die Grenze zwischen Produktion und Konsum. Plattformen wie TikTok oder Instagram stellen vor allem die technische Infrastruktur bereit. Die Inhalte und Daten entstehen durch die Aktivitäten der Nutzer*innen: Posts, Klicks, Likes oder Verweildauer. Da Menschen dabei gleichzeitig konsumieren und produzieren, spricht man von ‚Prosumer*innen‘ – Nutzer*innen, die zugleich Daten erzeugen, aus denen Plattformen wirtschaftlichen Wert ziehen.

2. Aneignung – Zugang gegen Rechte: Die Aneignung erfolgt meist über Nutzungsbedingungen und Cookies. Wer eine Plattform verwenden will, räumt den Unternehmen als Gegenleistung für den Zugang die Rechte an den anfallenden Daten ein; Angebauer und Wesche (2024) nennen diesen Schritt Okkupation.

So werden Informationen, die zuvor kein Eigentum waren – etwa Kommunikationsmuster, Bewegungsdaten oder Interessen – rechtlich zur Verwertung freigegeben und technisch der Kontrolle von Unternehmen unterstellt. „Zwar sind personenbezogene Daten durch Persönlichkeitsrechte und Datenschutzrechte geschützt“ – durch Verfahren der Anonymisierung werde aber ein Großteil dennoch „als eigentumsförmige Informationen in Besitz genommen“ (Angebauer & Wesche 2024: 225).

3. Kommodifizierung – Daten als Ware: Anschließend werden diese Daten ökonomisch verwertet. Einzelne Klicks sind wenig wertvoll, doch große Datenmengen ermöglichen etwa Verhaltensprofile. Diese Profile werden genutzt oder verkauft – zum Beispiel für zielgerichtete Werbung, Marktanalysen oder politische Kommunikation.

² nach S. 223–226 aus: Angebauer, N. & T. Wesche (2024): Theorien des Eigentums zur Einführung. Junius, Hamburg.

Infoblatt #1.3 Digitaler Kapitalismus: Privateigentum an Märkten³

Im klassischen Kapitalismus gab es eine klare Vorstellung vom Markt: Er war ein Ort, an dem sich Angebot und Nachfrage trafen. Unternehmen konkurrierten *auf* diesem Markt.

Im digitalen Kapitalismus hat sich das grundlegend geändert. Die neuen Leitunternehmen – Alphabet/Google, Apple, Amazon, Meta/Facebook – konkurrieren nicht mehr nur auf Märkten. **Sie sind die Märkte.**

Sie sind keine bloßen Händler, sondern **Vermittler** und **Türsteher**. Wer seine App verkaufen will, muss in den App-Store. Wer gefunden werden will, muss auf Google gelistet sein.

1. Das System: Märkte im Privatbesitz: Oft wird bei diesem Phänomen von *proprietären Märkten* gesprochen. Das bedeutet: Der Marktplatz selbst ist Privateigentum und kann von den Eigentümer*innen bestimmt werden. Die Märkte lassen sich als ein soziotechnisches Ökosystem auffassen – mit einem Lock-in-Effekt. Wer einmal ein iPhone, eine Apple Watch und Apps für hunderte Euro gekauft hat, wechselt nicht mal eben zu Android. Man ist gewissermaßen ‚eingesperrt‘.

2. Die vier Formen der Macht: Da ihnen der Marktplatz gehört, können die Konzerne die Regeln bestimmen. Ihre Macht zeigt sich in vier Kontrollmechanismen:

- **Informationskontrolle:** Der Marktbesitzer sieht alles. Amazon weiß genau, welches Produkt sich wie gut verkauft, noch bevor der/die eigentliche Hersteller*in es merkt. Dieser ‚Daten-Extraktivismus‘ erlaubt es ihnen, das Verhalten von Käufer*innen und Verkäufer*innen vorherzusagen.
- **Zugangskontrolle:** Der Türsteher-Effekt. Die Plattform entscheidet, wer mitspielen darf. Apple kann Apps aus dem Store werfen; YouTube kann Kanäle demonetarisieren. Sie entscheiden auch, was du siehst: Der Algorithmus bestimmt, welches Angebot ganz oben steht und welches unsichtbar bleibt.
- **Preiskontrolle:** Plattformen können den Wettbewerb steuern. Sie können von Händlern Gebühren verlangen, die diese an die Kunden weitergeben müssen, oder eigene Konkurrenzprodukte (wie ‚Amazon Basics‘) günstiger platzieren, um andere Anbieter zu unterbieten.
- **Leistungskontrolle:** Über Bewertungssysteme (Sterne, Likes) werden Dienstleister diszipliniert. Ein*e Uber-Fahrer*in mit schlechtem Rating fliegt aus dem System. So lagert die Plattform das Qualitätsmanagement an die Nutzer*innen aus und übt massiven Druck auf die Arbeitenden aus.

3. Das Geschäftsmodell: Die Miete für den Markt: Womit verdienen diese Plattformen ihr eigentliches Geld? Nicht zwingend durch den Verkauf von Waren, sondern durch **Marktbesitzrenten**.

Der Soziologe Philipp Staab (2020) beschreibt damit Einnahmen, die allein daraus folgen, dass den Unternehmen der Marktplatz gehört. Ein klassisches Beispiel ist die Provision im App-Store: Als Staab dies 2020 beschrieb, behielten Google und Apple von jeder Transaktion in ihren Stores dreißig Prozent ein – unabhängig davon, wie viel Arbeit in einer App steckt. Das ist ein Einkommen auf Basis von Eigentumsmacht.

4. Das Problem der Unknappheit lösen: Warum ist das nötig? Digitale Güter (MP3s, Software, Texte) lassen sich unendlich oft kopieren, ohne dass sie knapper werden. Eigentlich müssten sie sehr billig oder gar kostenlos sein.

Doch damit lässt sich kein Geld verdienen. Proprietäre Märkte erzeugen daher **künstliche Knappheit**. Nur indem die Konzerne die Verteilungskanäle kontrollieren (z. B. Kopierschutz, Streaming-Abos, geschlossene App-Stores), können sie aus digitalen Gütern, die sich nahezu ohne zusätzliche Kosten vervielfältigen lassen, Waren machen.

Fazit: Philipp Staab nennt diesen Zustand ‚privatisierten Merkantilismus‘. Diese Machtkonzentration würde an Zeiten erinnern, in denen Könige bestimmten und Handelskompanien das Monopol für den Gewürzhandel gaben. Neu ist, wer die Kontrolle ausübt – nicht mehr Staatsoberhäupter, sondern private Unternehmen.

³ nach: Staab, P. (2020): Digitaler Kapitalismus. Markt und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit. Suhrkamp, Berlin.

Infoblatt #1.4: Atlas der digitalen Welt⁴

Wo verbringen wir die meiste Zeit im Internet? Der *Atlas der digitalen Welt* von Martin Andree und Timo Thomsen geht dieser Frage nach: Er bietet eine kartografische Bestandsaufnahme des digitalen Raums.

Mit dem *Atlas der digitalen Welt* liegt eine Vermessung der digitalen Aufmerksamkeitsverteilung vor⁵. Statt sich auf subjektive Umfragen zu verlassen, werten die Autoren Verhaltensdaten aus, um die tatsächlichen Nutzer*innenströme sichtbar zu machen. Die Ergebnisse widerlegen den Mythos vom demokratischen, vielfältigen Netz: Das Internet entpuppt sich als strenges Oligopol, in dem wenige Giganten wie YouTube, Apple und Facebook über 30 % der gesamten Aufmerksamkeit binden. Diese extreme Marktkonzentration lässt kaum Raum für Wettbewerb und wird durch Algorithmen weiter verstärkt.

1. Die Top 10

„Die 500 stärksten Sites und Apps ziehen 85,8% des gesamten digitalen Traffics auf sich. [D]ie Top 10 machen insgesamt schon über 50 % des gesamten Web-Traffics aus“ (Andree & Thomsen 2020: 28) (siehe Abb.).

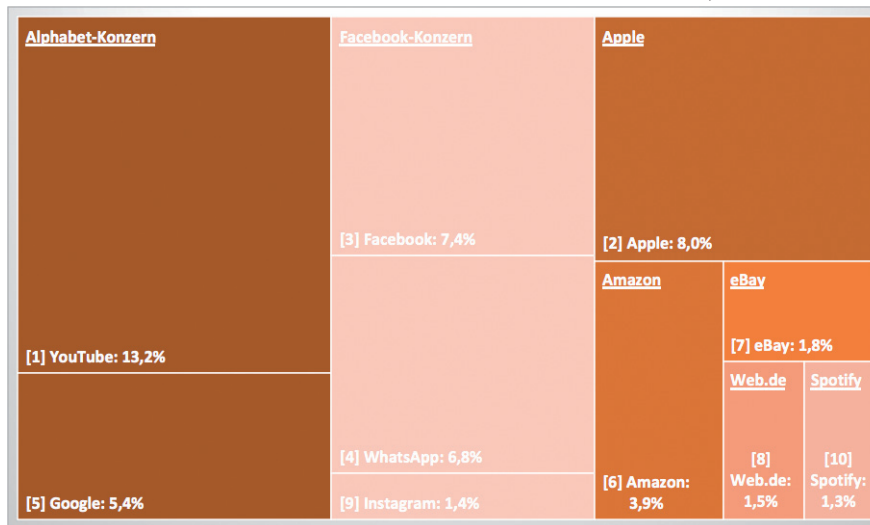


Abb.: Traffic-Shares der Top-10-Sites & -Apps nach Konzernzugehörigkeit
(Quelle: eigene Darstellung nach Andree & Thomsen 2020: 28)⁶

2. Extrem ungleiche Verteilung: Das Ausmaß der digitalen Konzentration in einer einzigen Zahl

Die Autoren berechnen hierfür den **Gini-Koeffizienten**, ein Maß der (Un-)Gleichheit: Der Gini-Koeffizient wird als eine Zahl zwischen Null und Eins angegeben. Null steht für Gleichverteilung, bei der alle gleich viel haben. Eins steht für das Gegenteil: Eine Person hat alles, alle anderen haben nichts – maximale Ungleichverteilung. Der Wert für die digitale Konzentration (der Verweildauer) liegt bei **0,988 (!)**.

Die Autoren entwickeln als Vergleichsmaßstab für diesen ermittelten Wert ein Gedankenexperiment: „Stellen Sie sich modellhaft ein Land vor, in dem das Vermögen wie folgt verteilt ist:

- 1 Person besitzt 1.000.000 Euro.
- 10 Personen besitzen 100.000 Euro.
- 100 Personen besitzen 10.000 Euro.
- 1.000 Personen besitzen 1.000 Euro.
- 10.000 Personen besitzen 100 Euro.
- 100.000 Personen besitzen 10 Euro.
- 1.000.000 Personen besitzen 1 Euro.

Die meisten Menschen sind der Meinung, dass es sich hier um ein Land handelt, in dem das Vermögen sehr ungleich verteilt ist – und tatsächlich beträgt der **Gini-Koeffizient für dieses Beispiel 0,825**“ (Andree & Thomsen 2020: 29 f.).

Nachdenkaufgabe: Stellt die Ergebnisse aus diesem Experiment dem Wert der digitalen Konzentration (der Verweildauer) gegenüber.

⁴ nach: Andree, M. & T. Thomsen (2020): *Atlas der digitalen Welt*. Campus, Frankfurt am Main.

⁵ Grundlage ist eine Stichprobe von rund 16000 Nutzer*innen, deren Webseiten- und App-Aufrufe über einen Zeitraum von drei Monaten im 3. Quartal von 2019 erfasst wurden – über alle Endgeräte hinweg. Dabei wurden insgesamt 223 Millionen einzelne Seitenaufrufe ausgewertet. Auf diese Weise konnten insgesamt knapp 132000 unterschiedliche digitale Angebote identifiziert werden. Um im Vergleich zu diesen tatsächlichen Zugriffen eine Vorstellung der Größe des digitalen Universums zu gewinnen: Die Anzahl aller aktiven Registrierungen der länderspezifischen Domain für Deutschland (.de) liegt (1. Mai 2020) bei 16417216.

⁶ Mittlerweile liegt mit Vermessung der digitalen Welt eine aktualisierte Fortschreibung der Untersuchung vor. Sie bestätigt die grundlegende Diagnose einer extremen Konzentration digitaler Aufmerksamkeit auf wenige Plattformkonzerne und ergänzt sie um neue Entwicklungen, insbesondere den Aufstieg von TikTok, die Verbreitung generativer KI sowie die zunehmende Plattformabhängigkeit journalistischer und politischer Inhalte. Siehe: Andree, M. (2026): *Vermessung der digitalen Welt. Das Kompakthandbuch: Aktivitäten, Player, Märkte, Trends*. Campus, Frankfurt a. M.

M2 Alternative Zugänge zur gegenwärtigen Form digitalen Eigentums

Im Folgenden werden drei Vorschläge vorgestellt, wie die gegenwärtigen Formen digitalen Eigentums verändert werden könnten⁷. Erarbeitet den euch zugeteilten Ansatz anhand des zugehörigen Infoblatts und erläutert ihn anschließend in eurer Stammgruppe.

Ziel: Vergleicht die drei Vorschläge miteinander sowie mit dem Status quo. Welches Szenario erscheint euch wünschenswert? Wägt ihre Vor- und Nachteile gegeneinander ab und formuliert als Gruppe einen begründeten Standpunkt. Haltet ihn auf einem Moderationskärtchen fest. Kommt ihr zu keiner gemeinsamen Position, notiert den Dissens.

Überblick:

- **15 Maßnahmen, „um das Netz zu befreien“ (Infoblatt #2.1):**

Andree (2023) schlägt 15 konkrete Maßnahmen vor, die in aktuelle Eigentumsrechte eingreifen und direkt umsetzbar sind, wie beispielsweise ‚Stopp der Monetarisierung strafbarer Inhalte‘ oder ‚Volle Outlink-Freiheit für Content Creators‘.

- **Libertäres Bezahlmodell (Infoblatt #2.2)**

Lanier (2014) schlägt ein Bezahlmodell vor, bei dem die Nutzer*innen für ihre Daten direkt bezahlt werden sollen.

- **Digitales Eigentum jenseits des Privateigentums (Infoblatt #2.3)**

Angebauer und Wesche (2024) schlagen Alternativen zur privaten Eigentumsform vor und fordern das Recht auf Mitbestimmung zurück.

⁷ nach S. 223–226 aus: Angebauer, N. & T. Wesche (2024): Theorien des Eigentums zur Einführung. Junius, Hamburg.

Infoblatt #2.1 15 Maßnahmen, um „das Netz zu befreien“⁸

Auf europäischer Ebene gibt es mit dem *Digital Services Act* (DSA) und dem *Digital Markets Act* (DMA) erste Versuche einer Regulierung. Sie gelten als eine Art Internet-Grundgesetz und verpflichten Plattformen beispielsweise dazu, problematische Inhalte zu moderieren und gegen Desinformation vorzugehen; ihre Wirksamkeit schätzen Angebauer und Wesche (2024: 229)⁹ allerdings als gering ein.

Auch Andree (2023) hält diese Regeln für unzureichend. Er schlägt daher folgende konkrete Erweiterungen vor:

15 Maßnahmen, um „das Netz zu befreien“ (nach Andree 2023: 255–263)

Nr.	Maßnahme	Kurzbeschreibung
1	Offene Standards	Alle Plattformen sollen zusammenarbeiten können.
2	Outlink-Freiheit	Links zu anderen Seiten dürfen nicht benachteiligt werden.
3	Transparenz	Plattformen müssen ihre Zahlen offenlegen.
4	Faire Besteuerung	Steuern dort zahlen, wo Geld verdient wird.
5	Transparenz in der Politik	Einfluss auf Politik sichtbar machen.
6	Geschäftsfelder trennen	Zu viel Macht in einer Hand verhindern.
7	Keine Traffic-Manipulation	Niemand darf heimlich bevorzugt werden.
8	Neutrale Algorithmen	Algorithmen sollen fair entscheiden.
9	Vergemeinschaftung von Daten	Datenmonopole aufbrechen und Wettbewerb ermöglichen.
10	Konzerne aufspalten	Zu große Unternehmen kleiner machen.
11	Plattform ≠ Inhalte	Betreiber und Inhalte trennen.
12	Marktanteile begrenzen	Niemand soll den Markt beherrschen.
13	Illegale Inhalte	Mit Straftaten kein Geld verdienen.
14	AGB gemeinsam festlegen	Nutzer bestimmen Regeln mit.
15	Community-Kontrolle	Nutzer überprüfen wichtige Entscheidungen.

Diskussion:

1. Sprecht die Maßnahmen einzeln durch. Wenn ihr mehr wissen wollt, recherchiert im Internet oder schlagt direkt beim Autor nach (siehe Andree 2023: 255f.).
2. Diskutiert, wie ihr zu den vorgeschlagenen Maßnahmen in Summe steht. Erläutert, ob ihr diese Maßnahmen als passend bzw. ausreichend erachtet.
3. Bewertet, welche der Maßnahmen ihr für besonders wirksam haltet und welche weniger.

⁸ nach: Andree, M. (2023): Big Tech muss weg! Die Digitalkonzerne zerstören Demokratie und Wirtschaft – wir werden sie stoppen. Campus, Frankfurt am Main.

⁹ Angebauer, N. & T. Wesche (2024): Theorien des Eigentums zur Einführung. Junius, Hamburg.

Infoblatt #2.2 Libertäres Bezahlmodell¹⁰

Jaron Lanier schlägt ein Bezahlmodell vor, bei dem die Nutzer*innen für ihre Daten direkt bezahlt werden sollen (z. B. durch Gebühren, Rabatte oder ein Datengrundeinkommen). Er stellt sich das folgendermaßen vor:

„Die digitale Technologie verändert die Art und Weise, wie Macht (oder ein Stellvertreter von Macht, also Geld oder politische Ämter) errungen, verloren, verteilt und verteidigt wird“ (Lanier 2014: 45).

„In einer Welt der digitalen Würde wäre jeder einzelne Mensch der kommerzielle Eigentümer aller seiner Daten, die sich aus seiner Situation oder seinem Verhalten ermitteln lassen. (Wenn man Informationen nur als Maske betrachtet, hinter der sich echte Menschen verbergen, erkennt man, dass digitale Daten einen beständigen Wert haben und nicht nur einen gelegentlichen.) Wenn eine Person etwas sagt oder tut, das selbst in geringem Maße zu einer Datenbank beiträgt, die es beispielsweise einem Algorithmus für maschinelle Übersetzung oder für Marktprognosen erlaubt, eine Berechnung durchzuführen, dann würde diese Person eine **Nanozahlung** erhalten, und zwar proportional sowohl zum Ausmaß ihres Beitrags als auch zum daraus resultierenden Wert. Die Nanozahlungen würden sich summieren und die Grundlage bilden für einen neuen Gesellschaftsvertrag, bei dem die Menschen motiviert sind, substanzielle Beiträge zur Informationsökonomie zu leisten“ (Lanier 2014: 46).

Kritik:

Angebauer und Wesche (2024)¹¹ üben scharfe Kritik an Laniers Ansatz, weil dieser die **Vermarktung** unseres Lebens immer weiter vorantreibt und Nutzer*innen nur mit Geld ‚besänftigt‘, anstatt ihnen die notwendigen **Mitbestimmungsrechte** über die digitalen Plattformen und Systeme zu geben.

Diskussion:

- Erläutert, was Lanier vorschlägt und wie er es begründet.
- Stellt Laniers Modell der Kritik von Angebauer und Wesche gegenüber.
- Beurteilt, ob eine Bezahlung der Nutzer*innen das Problem löst oder zu kurz greift. Begründet eure Einschätzung.

¹⁰ nach: Lanier, J. (2014): Wem gehört die Zukunft? Hoffmann und Campe, Hamburg.

¹¹ Angebauer, N. & T. Wesche (2024): Theorien des Eigentums zur Einführung. Junius, Hamburg.

Infoblatt #2.3 Gemeinschaftliches und öffentliches Digitaleigentum¹²

Wenige Tech-Giganten besitzen die Infrastruktur, auf der wir uns digital bewegen, und wandeln unsere Gefühle, Kontakte und Standorte in privates Eigentum um. Angebauer und Wesche (2024: 228–234) schlagen folgende Alternativen vor, um das Recht auf Mitbestimmung zurückzufordern.

1. Öffentliches Eigentum: Infrastruktur wird verpachtet

Eine Idee ist es, große Plattformen (wie soziale Netzwerke oder Suchmaschinen) in öffentliches Eigentum zu überführen – ähnlich wie Schienennetze oder Wasserleitungen.

- **konkret:** Der Staat besitzt die Plattform, verpachtet den Betrieb aber an private Unternehmen.
- **Regeln:** Die Unternehmen dürfen Gewinne machen, sind aber an eine strenge Geschäftsordnung gebunden. Sie müssten ihre Algorithmen offenlegen (Transparenz) und wären zur ‚publizistischen Sorgfalt‘ verpflichtet (z. B. durch Faktenchecks).
- **Argumentation:** Da wir durch unsere Klicks und Beiträge den Wert der Plattformen erst erschaffen, steht uns ein anteiliges Eigentumsrecht zu. In diesem Modell fungiert der Staat als Treuhänder, während Nutzer*innen in Gremien direkt mitentscheiden, wie die Plattform gestaltet wird.

2. Gemeinschaftliches Eigentum: Die Macht der Commons

Jenseits von Staat und Markt gibt es das **Gemeineigentum (Commons)**. Hier gehört die Plattform weder einem Konzern noch dem Staat, sondern der Gemeinschaft derer, die sie nutzen. Angebauer und Wesche (2024) diskutieren zwei unterschiedliche Ansätze:

- **Plattform-Kooperativismus:** In Genossenschaften (wie der Foto-Plattform Stocksy) gehört das Unternehmen den Arbeitenden und Urheber*innen selbst. Sie entscheiden demokratisch über ihre Arbeitsbedingungen und die Ziele der Plattform.
- **Open-Access-Netzwerke:** Echtes Gemeineigentum bedeutet hier mehr als nur ‚gratis lesen‘. Die Nutzer*innen bestimmen selbst über die Regeln der Plattform, die Qualitätssicherung und die Löschung von Inhalten. In Netzwerken wie Mastodon („Soziales Netzwerk, das nicht käuflich ist“, wie es sich selbst beschreibt) gehört auch die Infrastruktur keinem Konzern, sondern wird von der Community auf vielen vernetzten Servern selbst verwaltet.

Zusammenfassung: Drei Wege der Kontrolle

Eigentümer*in	Wer entscheidet?	Ziel
Privat	Tech-Konzerne	Profitmaximierung & Marktmacht
Öffentlich	Staat & Nutzer*innen-Vertretung	Grundversorgung & demokratische Regeln
Gemeinsam	Die Nutzer*innen-Community	Selbstverwaltung & freier Zugang

Diskussion:

1. Vergleicht die drei Eigentumsformen aus der Tabelle und nennt jeweils Stärken und Schwächen.
2. Bereitet euren Zugang für die Stammgruppen auf: Erläutert ihn in etwa drei Minuten und begründet, wie ihr ihn beurteilt.

¹² nach: Angebauer, N. & T. Wesche (2024): Theorien des Eigentums zur Einführung. Junius, Hamburg.