

## **Inhaltsverzeichnis**

Inhaltsverzeichnis.....	5
Vorwort.....	6
Abbildungsverzeichnis.....	7
Tabellenverzeichnis.....	8
Abkürzungsverzeichnis.....	10
1. Einführung – „ <i>Greed is good!</i> “.....	12
1.1 Die „Heuschrecken“-Debatte in Deutschland – Chronologie der Ereignisse.....	12
1.2 Forschungsinteresse.....	17
1.3 Aufbau der Arbeit.....	18
2 Theoretische Ansätze.....	19
2.1 Theorien der journalistischen Nachrichtenauswahl.....	19
2.2 Qualität im Journalismus.....	24
2.3 Private Equity und Hedge-Fonds.....	31
3 Forschungsfragen und Hypothesen.....	37
3.1 Formale Entwicklung der „Heuschrecken“-Debatte.....	38
3.2 Inhaltliche Entwicklung der „Heuschrecken“-Debatte.....	40
4 Methodenteil.....	43
4.1 Die Inhaltsanalyse in der empirischen Kommunikationsforschung.....	43
4.2 Untersuchungszeitraum.....	44
4.3 Stichprobenauswahl.....	44
4.4 Categoriesystem und Codebuch.....	45
4.5 Reliabilität.....	50
4.6 Validität.....	52
5 Befunde.....	53
5.1 Formale Befunde.....	53
5.2 Inhaltliche Befunde.....	67
6 Fazit – „ <i>Is greed still good?</i> “.....	94
6.1 Vom Schattendasein ins Rampenlicht – Die Debatte aus Sicht der PE- Branche.....	95
6.2 Wahlkampfgetöse statt Inhalt – Die Debatte aus Sicht der Parteien.....	97
6.3 Zwischen Lobeshymnen und Bashing – Die Debatte aus Sicht der Medien.....	98
7 Quellenverzeichnis.....	100
8 Abbildungsverzeichnis.....	107
9 Appendix.....	108
9.1 Interviews.....	108
9.2 Codebuch.....	114
9.3 Codeplan.....	117
9.4 Codebogen.....	125