

Jörg Wojahn: Konzentration globaler Medienmacht und das Recht auf Information

Frankfurt/M., Bern, Berlin, Bruxelles, New York, Wien: Peter Lang 1999, 292 S., ISBN 3-631-35140-2, DM 89,-

Der freie Fluss von Informationen wird nicht nur durch die Staatsmacht eingeschränkt: Private, global tätige Medienunternehmen bedrohen ebenso die Informationsfreiheit. Auf Grund der Fusionswelle im Medienbereich stehen den Rezipienten auch in einem globalen Kontext immer mehr Medien von immer weniger Konzernen zur Verfügung. Dieser Befund ist der Ausgangspunkt von Jörg Wojahns rechtswissenschaftlicher Dissertation. Er geht darin der Frage nach, inwiefern die Menschenrechte – im Speziellen der Artikel 19 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen von 1948 – die Informationsfreiheit des Einzelnen auch gegenüber Medienkonzernen, und nicht nur Staaten, gewährleisten. Des Weiteren wird die Frage nach einem Recht auf Information des Einzelnen gegenüber den Medien und dessen Durchsetzbarkeit angesprochen.

Im ersten Teil wird versucht, die Globalisierung der Medienlandschaft nachzuzeichnen. Hier stellt Wojahn, trotz aller Vorbehalte gegenüber der Methoden zu ihrer Messung, weltweit eine Tendenz zur Konzentration im Mediensektor fest. Der zweite Teil ist der juristischen Diskussion gewidmet, ob der Einzelne ein Recht auf Information gegenüber Privaten hat. Gegenüber dem Staat ist die Informationsfreiheit als Menschenrecht in verschiedenen völkerrechtlichen Instrumenten, wie Menschenrechtskodifikationen oder das Völkergewohnheitsrecht, geregelt. Diese Instrumente sind aber nicht für unmittelbar private Dritte wirksam. Der Autor kommt

aber zu dem Schluss, dass sich aus den Kodifikationen zur Informationsfreiheit für den Staat eine objektive Pflicht entsteht, die Grundversorgung aller zu gewährleisten. Allerdings müsse der Staat nicht dafür sorgen, dass jeder Einzelne vollumfänglich zu seinem Recht auf Information kommt. Zudem geht Wojahn davon aus, dass transnationale Medienunternehmen als Völkerrechtssubjekte zu gelten haben. Daraus kann man ableiten, dass auch global tätige Unternehmen an die völkergewohnheitsrechtliche Ausprägung des Rechts auf Information als Abwehrrecht gebunden sind (vgl. S.169). Im dritten und letzten Teil werden die Möglichkeiten zur Durchsetzung des Rechts auf Information ausgelotet. Als Garant der Menschenrechte wird dem Staat die Rolle zugeteilt, Machtkonzentration einzudämmen und Angebotsvielfalt im Medienbereich zu fördern. Dabei sollte er aber nicht die Informationsfreiheit der Medienunternehmen allzu sehr einschränken. Das staatliche Handeln soll vor allem eine grösstmögliche Pluralität des Informationsangebotes hervorbringen. Um die globalen Probleme im Mediensektor zu lösen, schlägt Wojahn eine konzertierte bzw. koordinierte Aktion der Staaten vor. Bei der Beschreibung der einzelnen Massnahmen zur Pluralitätssicherung wird deshalb besonders auf den inter- oder supranationalen Kontext hingewiesen. Wojahn unterscheidet zwischen Instrumenten, die entweder die Vielfalt der Anbieter (Aussenpluralität) oder die Vielfalt des Angebotes (Binnenpluralität) im Auge haben. Er plädiert für ein koordiniertes oder supranationales Wettbewerbsrecht, das die Vielfalt des Angebotes sichern soll. Flankiert werden könne es durch Beschränkungen von Exklusivverträgen und gezielter Medienförderung. Den Konzepten der Aussenpluralität wird damit der Vorzug gegeben. Zudem darf niemand willkürlich von der Informationsversorgung ausgegrenzt werden. Dies könne sowohl durch einen Kontrahierungszwang für Informationsanbieter als auch durch die Gewährleistung einer Grundversorgung erreicht werden.

Wojahn leitet in seiner rechtswissenschaftlichen Dissertation aus den Menschenrechten ein Recht auf Information für den Einzelnen ab, das der Staat auch gegenüber privaten Konzernen zu schützen hat. Nachvollziehbar ist die Forderung, dass dies auf internationalem bzw. supranationalem Wege erfolgen soll. Der Befund aber, dass die Globalisierung und die einhergehenden Konzentrationstendenzen zu einer Verknappung der Angebotsvielfalt führen muss, ist nicht stimmig. So kann es beispielsweise durchaus vorkommen, dass ausländische Anbieter Monopole bzw. Kartelle brechen. Zudem ist es auch nicht völlig klar, ob eine Markt- bzw. Wettbewerbsstruktur zwingend zu einer publizistischen Konzentration führen muss. So können die einzelnen Medien von anderen substituiert werden. Abgesehen von einigen Ereignissen macht es keinen Unterschied, ob beispielsweise Wahlergebnisse der Zeitung, dem Radio oder dem Fernsehen entnommen werden. Bei der Aufzählung der Marktstrukturen fehlt ein Konzept: die *contestable markets*. Diese von Baumol und Willig 1981 entwickelte Marktstruktur ist dadurch gekennzeichnet, dass trotz hoher Fixkosten, die für ein Monopol typisch sind, ähnliche Ergebnisse wie in einem kompetitiven Markt erzielt werden können.

Zwei Mängel bleiben noch zu erwähnen: Zum einen geht der Autor viel zu wenig auf die Möglichkeiten des Internets für die Informationsfreiheit ein. Das Thema wird zwar kurz angesprochen aber nicht ausgeführt. Dies kann auch damit zusammenhängen, dass das Internet aus einem rechtsfreien Raum entstanden ist und bis vor kurzem von den Rechtswissenschaften vernachlässigt worden ist. Der zweite Mangel ist das Fehlen einer Analyse der Nachfrageseite. Die Rezipienten werden grösstenteils ausgeklammert. Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung werden ebenso wie die Frage, wieviel Vielfalt denn nachgefragt wird, nicht berücksichtigt.

Gerald Hosp (Freiburg im Üechtland)

Hinweise

- Dörner, Andreas: Politainment. Frankfurt/M. 2000. 200 S., ISBN 3-518-12203-7.
- Faulstich, Werner: Medienkulturen. München 2000. 230 S., ISBN 3-7705-3514-6.
- Früchtl, Josef/ Jörg Zimmermann (Hg.): Ästhetik der Inszenierung. Frankfurt/M. 2000. 300 S., ISBN 3-518-12196-0.
- Hickethier, Knut: Medienwissenschaft heute. Paradigmen - Methoden - Veränderungen. Wiesbaden 2000. 260 S., ISBN 3-531-13431-0.
- Leonhard, Joachim Felix/ Hans-Werner Ludwig, Dietrich Schwarze/ Erich Straßner: Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 3 Teilbände. Berlin, New York 1999. 1025 S., ISBN 3-11-013961-8.
- Merten, Klaus: Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd. 1 & Bd. 2. Münster 2000. 592 bzw. 350 S., ISBN 3-89473-592-9.
- Noltenius, Rainer (Hg.): Gibt es ein Leben ohne Arbeit. Arbeitslosigkeit in Kunst und Medien - Mangel und Hoffnung. Essen 2000. 160 S., ISBN 3-88474-813-0.
- Roters, Gunnar/ Walter Klingler/ Maria Gerhards (Hg.): Unterhaltungs- und Unterhaltungsrezeption. Baden-Baden 2000. 232 S., ISBN 3-7890-6735-0.
- Schultz, David A. (Hg.): It's Show Time. Media, Politics, and Popular Culture. New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt/M., Oxford, Wien 2000. 277 S., ISBN 0-8204-4135-X.
- Thomaß, Barbara/ Michaela Tzankoff (Hg.): Medien und Medienpolitik in den Transformationsgesellschaften. Wiesbaden 2000. 250 S., ISBN 3-531-13476-0.
- van den Berg, Roel Bentz: Die unsichtbare Faust. Magische Momente der Popkultur. Frankfurt/M. 2000. 250 S., ISBN 3-518-12205-3.
- Wilke, Jürgen: Grundzüge der Medien-geschichte. Von den Anfängen bis ins 20. Jahrhundert. Wien 2000. 380 S., ISBN 3-412-07300-8.