



**Karsten Rudolph: Sendestörung**  
**Aufstieg und Krise des öffentlich-rechtlichen**  
**Rundfunks**

Verlag C.H. Beck, München 2025, 240 S.,  
mit 5 Abbildungen  
Paperback: 978-3-406-83690-9, 20,00 Euro

Karsten Rudolph sieht den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht allein durch die digitale Transformation in einer Legitimationskrise: möglicherweise habe er angesichts dieser Herausforderung „seine institutionelle Grundlage verloren“ (Otfried Jarren). Darüber hinaus habe sich die ihn dauerhaft begleitende Kritik – an nicht nur finanziellem Missmanagement (und damit ungerechtfertigt hohen Beitragseinnahmen), nichterfülltem Programmauftrag und grundsätzlich mangelndem Reformwillen – „existenzgefährdend“ verschärft (S. 9). Angesichts dieser Ausgangslage beabsichtigt der Autor eine „historische ... Auseinandersetzung“ mit dem Ziel, die „Wandlungsfähigkeit [des öffentlich-rechtlichen Rundfunks] verlässlich einschätzen“, um damit „über die Geschichte und Gegenwart und Zukunft“ ein Urteil fällen zu können. Mit Kenntnisnahme der „Kontinuitäten und Strukturbrüche, Optionen und Richtungsentscheidungen“ soll dieses jedoch dem Leser überlassen bleiben (S. 10).

Entsprechend der Ankündigung resümiert Karsten Rudolph in viereinhalb der insgesamt fünf Kapitel des Buches die weitgehend aufgearbeitete Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Systems (dessen dann in der Bundesrepublik weiterentwickelten Grundlagen 1945/1948 die alliierten Besatzungsmächte legten) auf Basis der institutionen- wie der rundfunkpolitikgeschichtlichen Forschung. Als solcher ist das Buch als knapper Überblick brauchbar. Die im Wesentlichen zutreffende chronologische Gliederung nach Jahrzehnten – und innerhalb derer die Zuschreibung jeweiliger Hauptthematiken (z. B. für die 1970er Jahre der Kampf um „Ausgewogenheit“) – sind aus der Literatur vertraut. Aspekt- und Akzentsetzungen etwa in Bezug auf das Programmangebot vor allem des voll ausgebauten

Fernsehangebots (Integrationsfunktion, gesellschaftliche Innovationsvermittlung, Fundamentalpolitisierung usw.) bieten keine neuen Gesichtspunkte. Es fehlen jedoch explizite Hinweise auf die Richtungsentscheidungen, Verläufe, verpasste Chancen wie Fehlentscheidungen usw., die die „Wandlungsfähigkeit“ des Systems (oder auch seine Schwachstellen) in der Weise belegten, dass Prognosen dafür formuliert werden könnten, ob überhaupt und wie die Herausforderungen der Gegenwart zu bewältigen wären.

Letztere skizziert er in der zweiten Hälfte des letzten Kapitels auf wenigen Seiten in Bezug auf eine der beiden Legitimationskrisen. Er konstatiert mehr oder weniger ein Versagen von Politik und Rundfunkinstitutionen in den letzten 20 Jahren. Die Akteure seien auf der einen Seite die in der Bundesrepublik allein mit rundfunkpolitischer Kompetenz ausgestatteten Bundesländer und die wettbewerbsrechtlich neoliberal gestimmten EU-Institutionen, auf der anderen der öffentlich-rechtliche Rundfunk und das Bundesverfassungsgericht. Diese hätten sich in immer kleinschrittigeren (belegbar an der Zahl der Rundfunkstaatsverträge mit zahlreichen Novellen bzw. der in immer kürzeren Abständen aufeinander folgenden BVG-Urteilen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk) Auseinandersetzungen um Chancengerechtigkeit im dualen Rundfunksystem klassischer Prägung verzettelt. Dabei sei ihnen weitgehend aus dem Blick geraten, dass spätestens seit Mitte der Nullerjahre die Digitalkonzerne (Social-Media Plattformen und TV-Streaming-Anbieter) begannen, die Kommunikationslandschaft völlig zu verändern. Inzwischen stellen die technischen Basics dieser Konzerne, die digitale Produktion und Distribution (Internet) betreffend, und die damit einhergehenden revolutionär veränderten Rezeptionsbedingungen die Geschäftsgrundlagen öffentlich-rechtlicher wie auch privatkommerzieller (die Entlassungswelle bei RTL Anfang 2026 lässt grüßen) Rundfunkanbieter infrage – d. h. Geschäftsgrundlagen, die auf einem zeitlich linearen mediale Verbreitungssystem mit redaktioneller Bearbeitung („one to many“) beruhen.

Angesichts dieses fundamentalen Bruchs bei den Voraussetzungen der Massenkommunikation hätte es nach Ansicht des Rezensenten im Vergleich zu den historisch überkommenen Herausforderungen eines Gangs durch die Rundfunkgeschichte seit Kriegsende nicht bedurft. Details der deutschen Rundfunkgeschichte etwa wie die permanente Abwehr von Politik- und Parteeinfluss beim NWDR und seinen Nachfolgeanstalten oder beim ZDF, die Ausgewogenheitsdebatten der 1970er, die Konvergenzdebatten zwischen Privaten und Öffentlich-Rechtlichen liefern keine Anhaltspunkte, wie den neuen Herausforderungen zu begegnen sei. Wichtiger wäre ein ausführlicheres Raisonement darüber gewesen, wie, um mit dem von Rudolph zitierten Hamburger Kultursenators Brosda zu formulieren

(S. 9 f.), „ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk mit demokratischer Aufgabe unter veränderten Nutzungsbedingungen“ aussehen könnte, ob und inwieweit sich die überkommene Idee einer nicht von ökonomischen Zwängen total abhängigen öffentlichen Kommunikation in die Zukunft fortschreiben ließe.

Eingehender hätten aus einer verkürzten historischen Perspektive die Gründe für das beschriebene Totalversagen thematisiert werden können. Liegen sie in etwaigen Konstruktionsfehlern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bzw. des dualen Systems, liegen sie in der medienpolitischen Kompetenz der Bundesländer oder eher bei den „Denkmöglichkeiten“ der entscheidenden Akteure? Was die Legitimationskrise des öffentlich-rechtlichen Systems jenseits der durch die Digitalkonzerne verursachten Existenzkrise angeht, also historisch überkommene strukturelle Defizite und/oder akteursbedingte(s) Fehleinschätzungen und -verhalten, liefert das Buch keine neuen Erkenntnisse. Vom Egoismus nicht nur der kleineren Bundesländer am Festhalten an ‚ihrer‘ (Zwerg-)Rundfunkanstalt bzw. des Aufrechterhaltens etwa einem jeweiligen Regionalproporz geschuldeter ineffektiver Strukturen ist nicht die Rede.

Was die betriebswirtschaftliche Seite angeht, hat sich mit der Einrichtung der Kommission für die Ermittlung des Finanzbedarfs der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (KEF) und damit für die letzten vier bis fünf Jahrzehnte eine (meist auf die jeweils aktuelle Situation bezogene und jetzt bereits historisch gewordene) rundfunkökonomische Forschung in der Wissenschaft teils unter Beteiligung der Anstalten entwickelt. Auf diese hätte Bezug genommen werden können, um organisatorische Ineffizienz, Bürokrati-

tismus bei aufgeblähten Apparaten durch Doppelstrukturen u. v. m. zu belegen. In Verbindung mit einer nachgewiesenen verfestigten Mentalität der Beherrschung in den öffentlich-rechtlichen Institutionen hätten diese jenseits von medienwirksamen (BILD, FAZ) Pauschalvorwürfen operationalisiert werden müssen. Erst dann ließen sich Urteile über die Zukunftsfähigkeit des Systems mit größerer Sicherheit formulieren.

**Prof. Dr. Edgar Lersch, Tübingen**  
**Leiter des Historischen Archivs des SWR i. R.**

## Impressum

### Herausgeber:

Prof. Dr. Uwe Eisenbeis,  
Hochschule der Medien, Stuttgart  
Prof. Dr. Martin Gläser,  
Hochschule der Medien, Stuttgart  
Prof. Dr. Georgios Gounalakis,  
Philipps-Universität Marburg  
Prof. Dr. Thomas Hess,  
Ludwig-Maximilians-Universität München  
Prof. Dr. Frank Lobigs,  
Technische Universität Dortmund  
Prof. Dr. Christoph Neuberger,  
Frei Universität Berlin  
Prof. Dr. Insa Sjurts,  
Berufliche Hochschule Hamburg

### Schriftleitung:

Prof. Dr. Martin Gläser (verantwortlich)  
Hochschule der Medien,  
Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart

### Verlag:

New Business Verlag GmbH & Co. KG  
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg  
Tel.: 040 - 609 009-0  
Fax: 040 - 609 009-15  
e-Mail: info@new-business.de

Verleger: Peter Strahlendorf  
Kfm. Geschäftsführung:  
Antje-Betina Weidlich-Strahlendorf  
Projektbetreuung: Natascha Przegendza  
Layout: Daniela Rocksinn

Vertrieb: Angelika Schmidt  
Anzeigen: Peter Strahlendorf (verantwortlich)  
Anzeigendisposition: Silke Reyher-Timmann

### Bankverbindung:

IBAN: DE74200505501217131323  
BIC/SWIFT: HASPDE3333  
IBAN: DE07200400000482282100  
BIC/SWIFT: COBADE3333

### Druck und Lithos:

Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH  
Gutenbergring 73-75, 22848 Norderstedt

### Bezugsbedingungen:

Jahresabonnement 98,- Euro (zzgl. Versand und USt.),  
Studentenabonnement 49,- Euro (zzgl. Versand und USt.).

Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht mit einer Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird.

Erscheinungsweise: 4-mal jährlich

Namentlich gekennzeichnete Artikel müssen nicht die Meinung der Herausgeber/Redaktion wiedergeben. Unverlangt eingesandte Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.

ISSN 1613-0669

# Wissenschaftliche Forschung trifft auf gelebte Markenarbeit



## BRÜCKENBAU MARKE – Markenwissen(schaft) to go

New Business Verlag (2025)  
ISBN 978-3-936182-78-1,  
144 Seiten, vierfarbig, 38.90 Euro zzgl. Versand



**QR-Code scannen  
und bestellen**

oder [www.markenartikel-magazin/  
brueckenbau-marke](http://www.markenartikel-magazin/brueckenbau-marke) besuchen



**Inhalt + Leseprobe:**  
[www.markenartikel-magazin.de/  
brueckenbau-marke](http://www.markenartikel-magazin.de/brueckenbau-marke)



Foto: B\*lab

Prof. Dr. Carsten Baumgarth ist  
Professor für Markenführung an  
der HWR Berlin, Betreiber des  
Forschungs-labors B\*lab und  
Initiator des Instagram-Wissen-  
schaftskanals 'Brückenbau Marke  
– Wissenschaft trifft Praxis'.