

Hermann Rotermund

# **Nach dem Rundfunk**

**Die Transformation eines Massenmediums  
zum Online-Medium**

HERBERT VON HALEM VERLAG

## **Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte  
bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Hermann Rotermund

*Nach dem Rundfunk*

*Die Transformation eines Massenmediums zum Online-Medium*

Köln: Halem, 2021

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

© 2021 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print) 978-3-86962-556-0

ISBN (PDF) 978-3-86962-557-7

ISBN (ePub) 978-3-86962-558-4

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im  
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag

LEKTORAT: Imke Hirschmann

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

UMSCHLAGFOTO: Shutterstock, Unsplash

GESTALTUNG: Bruno Dias, Porto (Portugal)

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

# **INHALT**

<b>VORWORT</b>	<b>9</b>
<b>DANKSAGUNG</b>	<b>13</b>
<b>1. MEDIENWANDEL</b>	<b>14</b>
Epochenenden	16
Massenmedien seit 1900	65
Disruptionen	100
Digitalisierung und Konvergenz	103
Die nächste Gesellschaft	109
<b>2. REGULIERUNG</b>	<b>132</b>
Rundfunk als Staatsaufgabe	133
Rundfunkrecht nach 1945	142
Leitideen der Rundfunkfreiheit	187
Breitenwirkung, Aktualität, Suggestivkraft	239

<b>3.</b>	<b>ORGANISATION</b>	<b>247</b>
	Strukturen	247
	Inhalte	256
	Datenmanagement	268
	Crossmedialität	271
	Aspekte der Transformation	284
<b>4.</b>	<b>PUBLIC VALUE</b>	<b>297</b>
	Mark Moore	297
	Gemeinnützige Medien	300
	Drei Dimensionen des Public Value	314
<b>5.</b>	<b>SZENARIEN</b>	<b>329</b>
	Sackgassen	330
	Auswege	341
<b>6.</b>	<b>LITERATUR</b>	<b>350</b>
	Allgemeine Literatur	350
	Gerichtsurteile	375
	Gesetze und Staatsverträge	376