

# Entwicklungsbericht 2017

# Inhalt

- 2 **Einleitung**
- 3 **Programm-Entwicklung**
- 4 **Zentrale und crossmediale Aktivitäten**
- 10 **Programm-Marken**
- 14 **Fernsehen für Das Erste und das Dritte Programm**
- 16 **Finanzen**
- 18 **Personal**
- 21 **Technik**
- 23 **Kommunikation**
- 24 **Radio Bremen Media GmbH**

### **Radio Bremen im Medienwandel – Bewährtes und Neues weiterentwickeln**

2017 ist das erste Jahr der neuen Beitragsperiode (2017 – 2020) und damit auch das erste Jahr des neu geregelten ARD-Finanzausgleichs. Statt 1 Prozent werden künftig 1,6 Prozent des Beitragsaufkommens der ARD als Finanzausgleichsmasse an die beiden kleinsten Landesrundfunkanstalten verteilt – was für Radio Bremen nach wie vor keine üppige Ausstattung ist, aber eine deutliche Verbesserung und vor allem Planungssicherheit für die kommenden Jahre bedeutet.

Radio Bremen wird seine Gestaltungsspielräume weiterhin vor allem für das Programm nutzen – denn möglichst viel möglichst gutes Programm für das Land Bremen zu machen, das ist unser Auftrag.

Die Weiterentwicklung der bestehenden Programme Bremen Eins, Bremen Vier und Nordwestradio ist eine Daueraufgabe. Hier wird es 2017 vor allem darum gehen, das Profil des Nordwestradios zu schärfen und in seiner Zielgruppe noch bekannter zu machen.

Daneben wird die Programmflotte Radio Bremens 2017 strategisch weiterentwickelt: Nach dem Start von Bremen NEXT liegt der Fokus jetzt auf dem lange geplanten Online-Relaunch. Radio Bremen wird seine regionalen Informationen im Netz künftig unter „butenunbinnen.de“ bündeln und damit seine starke TV-Marke konsequent zu den Netz-Nutzern hin verlängern.

Dafür muss auch intern das crossmediale Arbeiten bei Radio Bremen weiterentwickelt und vertieft werden: Ein bereichsübergreifendes Projekt beschäftigt sich zurzeit damit, wie Reporterinnen und Reporter ihre Arbeitsprozesse außer auf die bisherigen auch auf neue Ausspielwege ausrichten können. Praktiziert wird dies ab 2017 mit einem „Thema des Tages“, das für alle wichtigen Plattformen geplant und produziert wird. Mit solchen publizistischen Schwerpunkten wird Radio Bremen in Bremen, Bremerhaven und umzu für Gesprächsstoff sorgen.

Der Wandel der Mediennutzung wird 2017 auch die ARD weiter beschäftigen: „funk“, das onlinebasierte junge Angebot von ARD und ZDF, ist gerade gestartet. Radio Bremen wird sich auch im kommenden Jahr aktiv an funk und an der Weiterentwicklung des übrigen digitalen Produktportfolios der ARD beteiligen.

Denn die Frage, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk seine Angebote auch in der digitalen Welt platzieren kann, ist entscheidend für unsere Zukunftsfähigkeit und Legitimation. Die medienpolitische Diskussion über Auftrag und Struktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die 2016 begonnen hat, wird 2017 in entsprechende Weichenstellungen der Bundesländer münden.

2017 werden zehn Jahre seit dem Umzug von Radio Bremen an den neuen Standort im Stephani-Viertel vergangen sein. Radio Bremen feiert diesen runden Geburtstag im Herbst mit einem „Tag der offenen Tür“, zu dem alle Bremerinnen und Bremer eingeladen sind. Zehn Jahre neues Funkhaus bedeutet allerdings auch: Wollen wir das Funkhaus auf dem aktuellen Stand der Technik halten, müssen wir jetzt anfangen, wieder zu investieren. Das nächste große technische Projekt wird die Erneuerung der TV-Studios und -Regien. Neben der Einführung der Produktion von „buten un binnen“ in High Definition (HD) wird dabei die Fernsehproduktion durch Kamera- und Regieautomation noch moderner und effizienter gestaltet.

## Programm-Entwicklung

---

„Bei Radio Bremen geht was“, schreibt Kresspro am 19. Juni 2016 als Fazit zu seinem Artikel über das neue, crossmediale, junge Angebot Bremen NEXT. Der Kommunikationsbranchendienst bringt damit auf den Punkt, was durch die Veränderungen der vergangenen Jahre und durch neue Schwerpunktsetzungen in den Programmen von Radio Bremen offensichtlich wird: Der Sender steht im Land und innerhalb der ARD nicht mehr allein für den sparsamen Umgang mit Beitragsgeldern, sondern endlich auch wieder für innovative Programme, guten Journalismus und ein mutiges Vorausgehen im digitalen Wandel.

So startet 2017 nach Bremen NEXT auch das neue Regionalportal „butenunbinnen.de“. Alle regionalen Informationen werden hier künftig 24 Stunden am Tag gebündelt und ausgespielt – „Mobile First“ heißt dabei die Devise. Dafür sorgt eine neu strukturierte Online-Redaktion, die

nunmehr zentral in der Chefredaktion angesiedelt ist. Organisatorisches Herzstück der regionalen Information ist der neue „Stern“: An diesem crossmedialen Planungstisch läuft alles zusammen, was mit regionaler Information zu tun hat – Themenplanung, Einsätze von Reporterinnen und Reportern und Redaktion für Fernsehen, Radio und Online.

Auch beim Start von funk, dem jungen öffentlich-rechtlichem Angebot im Oktober 2016 ist Radio Bremen einer der Treiber gewesen. Mit der ersten eigenproduzierten Web-Serie „Wishlist“, dem aktuellen Format der digitalen Garage „Was mit Fabian“, der Webdoku-Reihe des Journalisten-Netzwerks Y-Kollektiv und der Sportsatire „Wumms“ (in Kooperation mit dem NDR) stellt Radio Bremen in Relation zu seiner Größe die mit Abstand meisten Zulieferungen für funk.

## Zentrale und crossmediale Aktivitäten

---

### Radio Bremen-Desk

2016 / 2017 ist die zukünftige regionale Berichterstattung Radio Bremens ein zentrales Entwicklungsthema. Ziel ist es, künftig mehr eigene Geschichten zu setzen. Dafür ist Ende 2015 ein crossmediales Projekt unter dem Titel „Zukunft der regionalen Berichterstattung“ ins Leben gerufen worden. Es ist in vier Phasen aufgeteilt und wird 2017 abgeschlossen sein.

In mehreren Arbeitsgruppen wird erarbeitet, was organisatorisch und inhaltlich nötig ist, damit die Qualität der regionalen Berichterstattung gesteigert werden kann. Weniger Termin-, sondern mehr Themenjournalismus, Überdenken der Konferenzstrukturen, Personal- und Schichtplanung sowie ein „Thema des Tages“ für alle Ausspielwege – das sind dabei nur einige Stichworte.

Erste Thementage sind in den vergangenen Monaten bereits mit Erfolg ausprobiert worden. Unter anderem sind die Arbeit der Rettungsdienste in Bremen sowie die Auswirkungen im Bundesland von Merkels Ausspruch „Wir schaffen das“ in Hörfunk, Fernsehen und Online als Programmschwerpunkt gesetzt worden. Weitere Thementage werden 2017 folgen.

### Nachrichten

Die zentrale Nachrichtenredaktion von Radio Bremen liefert Meldungen für Bremen Eins, Bremen Vier und das Nordwestradio. Dabei unterscheiden sich die Formate in Themenauswahl, Anmutung und Schwerpunktsetzung. Die Nachrichten bei Bremen Eins und im Nordwestradio sind einordnende, einfach formulierte Nachrichten mit klassischen Kurzbeiträgen von Reporterinnen und Reportern bzw. Korrespondentinnen und Korrespondenten. Die Nachrichten von Bremen Vier werden modern konzipiert: Sie umfassen neben Kurzbeiträgen auch atmosphärische Elemente, moderative Nachrichtentexte und eine Vielzahl von Original-Tönen.

Um die moderne dynamische Ausrichtung der Radio Bremen-Nachrichten weiter auszubauen, benötigt die Redaktion künftig eine höhere Anzahl

von atmosphärischen Nachrichtenstücken und noch mehr Original-Töne aus der Region. Die enge, medienübergreifende Zusammenarbeit mit dem neuen Stern, an dem der aktuelle Desk, das Fernsehmagazin „buten un binnen“ und der Onlinebereich „butenunbinnen.de“ zusammensitzen, bietet dafür die nötigen Voraussetzungen.

Aktuell wird geprüft, welche noch nicht genutzten Möglichkeiten es gibt, zusätzliche Original-Töne zu beschaffen. So könnte die ARD-interne Produktions-App „MuPro“ temporär auch direkt Gesprächspartnerinnen und -partnern zugänglich gemacht werden. Im Ergebnis strebt die Redaktion noch mehr Nähe und Unmittelbarkeit in den Nachrichten an, um als Hörfunkformat publikumsstark und -wirksam bleiben zu können.

### Online

Nach Abschluss der Konzeptionsphase im Relaunch-Projekt ist im Sommer 2016 das Redaktionsteam für das neue Regionalportal „butenunbinnen.de“ an den Start gegangen. Es besteht aus 16 Redakteurinnen und Redakteure, Autorinnen und Autoren, Designerinnen und Designern und Site-Managerinnen und -manager, welche täglich die im Land Bremen relevanten Nachrichten und Geschichten abbilden.

Im Kern ist der Online-Relaunch eine interne Reorganisation der bisher verstreut arbeitenden Onliner von Radio Bremen, die sich in mehreren Phasen vollzieht:

Zunächst ist radiobremen.de inhaltlich, technisch und optisch umstrukturiert und an die Ausrichtung des neuen Regionalportals angepasst worden. Des Weiteren sind die Facebook- und Twitter-Auftritte von „buten un binnen“ überarbeitet worden. Sie haben zum einen ein neues Design erhalten, zum anderen werden sie mit neuen Formaten (kurze Nachrichtenfilme mit Grafik/Text, animierte Grafiken, Facebook Live etc.) bespielt.

Das zweite Halbjahr 2016 diente der neuen Redaktion zur Vorbereitung auf das sendungs- begleitende Portal „butenunbinnen.de“.

---

In Workshops wurden redaktionelle Leitlinien wie die Zielgruppe und die Darstellungsformen des Portals festgelegt, Workflows erarbeitet, Formate entworfen und umfangreiche inhaltliche und technische Schulungen durchgeführt.

Anfang 2017 geht das Regionalportal in frischem Layout und justierter Ausrichtung online. In einem kurzen Parallelbetrieb kann sich die neue Redaktion eingewöhnen und die Migration der Daten durchführen. Danach geht „butenunbinnen.de“ offiziell, begleitet von einer Werbekampagne, an den Start. Sobald das Portal stabil läuft, werden die Internetseiten der vier Radiowellen entwickelt. Im Wesentlichen müssen dafür die spezifischen Audiomodule programmiert und die Seiten programmgerecht gestaltet werden.

Parallel zu diesem Prozess findet der Redaktionsaufbau der Programm-„Cluster“ Bremen Eins/Nordwestradio und Bremen Vier/Funkhaus Europa statt. Dafür werden die Arbeitsplätze der jeweiligen Mitarbeitenden zunächst räumlich zusammengeführt. Dann werden die alten Wellenseiten gemäß der jeweiligen Zielsetzung umstrukturiert und die Inhalte angepasst. Nach Schulungen und Workshops gehen die Wellenseiten sukzessive an den Start.

Wenn der Relaunch der Wellenseiten abgeschlossen ist, wird schließlich die Unternehmensseite von Radio Bremen entwickelt. Der Online-Relaunch wird voraussichtlich Ende 2017 abgeschlossen sein.

## Recherche

Neben einer Vielzahl kleinerer Projekte initiiert oder unterstützt die Recherchedaktion von Radio Bremen große und langfristig angelegte Vorhaben. So wurden z.B. die aufwändigen Recherchen zum Arbeitsalltag von Piloten so weit vorangetrieben, dass am Ende eine „Story im Ersten“ (TV) zu diesem Thema vereinbart wurde. Der geplante Sendetermin ist im Mai 2017.

Parallel beschäftigen die Redaktion kontinuierlich Themen, bei denen Radio Bremen sich über einen längeren Zeitraum viel Hintergrundwissen

erworben und fundierte Kompetenz aufgebaut hat. Als Beispiel sei hier das Treiben gewaltbereiter Islamisten zu nennen, das die Redaktion auch im Jahr 2017 beschäftigen wird.

Bei allen Stoffen achtet die Recherchedaktion darauf, dass die multimediale Verbreitung der Inhalte möglichst passgenau erfolgt. Immer wichtiger für die Recherche wird der Datenjournalismus. Auch auf diesem Gebiet wird die Kompetenz der Redaktion weiterentwickelt.

Die tägliche Chronikreihe „As Time Goes By“ wird sich auch im 22. Jahr weiter verändern. Insbesondere die bessere Verbreitung im Netz ist der Redaktion ein Anliegen. Ziel ist es, auffindbarer zu werden und umfassenderes Material für die Beiträge bereitzustellen. Angestrebt wird auch, dass die Chronik in der Audio-Mediathek der ARD gut auffindbar ist.

Die redaktionelle Beratung des jungen Journalisten-Netzwerks Y-Kollektiv durch die Recherchedaktion hat sich schon in den ersten Wochen nach Sendebeginn im Herbst 2016 überaus positiv entwickelt. Das Y-Kollektiv veröffentlicht wöchentlich eine Web-Doku bei funk, dem neuen jungen Angebot von ARD und ZDF sowie auf Drittplattformen. Die jungen Kolleginnen und Kollegen freuen sich ausdrücklich über die durch Erfahrung gewonnene Expertise in der Recherchedaktion. Diese wiederum profitiert von frischen Themen- und Produktionsideen. Im kommenden Jahr sollen die Produktionen des Y-Kollektivs noch stärker für die Ausspielwege der ARD nutzbar gemacht werden.

## Digitale Garage

Auch 2017 werden die Formate und Beiträge der Digitalen Garage wieder bundesweit zu sehen sein. Realisiert werden sie mittlerweile schwerpunktmäßig unter dem Dach von funk, das im Oktober 2016 offiziell an den Start gegangen ist. Florian Hager, der Programmgeschäftsführer des jungen Angebots, hält die Aufstellung der Garage für vorbildlich und hatte schon früh großes Interesse an einer Zusammenarbeit signalisiert.

---

Auf Basis der Erfahrungen rund um die Ende 2015 – zugunsten der Entwicklung neuer Formate für funk – eingestellte „wochenwebschau“ und dem daraus resultierenden Standing in der YouTube-Community hat das Team unter anderem ein neues Konzept rund um den „wochenwebschau“-Moderator und YouTuber Fabian Nolte entworfen. Seit März 2016 ist „Was mit Fabian“ im Netz zu sehen, inzwischen als Teil des Angebots von funk. Nolte kümmert sich um tagesaktuelle Themen, die er aus seiner ganz persönlichen Perspektive kommentiert. „Was mit Fabian“ liefert mehrmals die Woche bei YouTube, Facebook, Snapchat und Twitter Impulse für eine junge Zielgruppe und steht über Posts und Kommentare im täglichen Austausch mit seinen Nutzerinnen und Nutzern.

Ein weiteres Format für das junge Angebot, welches in der Digitalen Garage projektiert wurde, sind die Dokumentationen des Y-Kollektivs. Jeweils donnerstags veröffentlicht ein Team von acht jungen Journalistinnen und Journalisten Web-Dokus und Reportagen auf funk sowie auf Facebook und YouTube. Das Y-Kollektiv liefert relevante journalistische Inhalte in einem zeitgemäßen Format für eine junge Zielgruppe. Für die einzelnen Geschichten gibt es keinen Anspruch auf Vollständigkeit, dafür aber ein Versprechen auf Nähe und auf eine besondere Perspektive.

Seit ihrem Bestehen hat die Digitale Garage immer auch für einen Personal-, Wissens- und Methodentransfer zu anderen Abteilungen und Redaktionen von Radio Bremen gesorgt:

Ein besonders erfolgreiches Beispiel sind die ARD-Netzreporter, die täglich über Internet-Phänomene und Nachrichten im „ARD-Morgenmagazin“ und für ARD-aktuell („tagesschau.de“, „ARD-Nachtmagazin“ etc.) berichten. Inzwischen sind die ARD-Netzreporter in der Chefredaktion von Radio Bremen angesiedelt.

Das Konzept, in Kooperation u. a. mit der Universität Bremen studentische Redakteurinnen und Redakteure als Social Media- und Netz-Operatoren in der Redaktion zu beschäftigen, ist mittlerweile senderübergreifend etabliert und ein großer Gewinn sowohl für das Unternehmen als auch für die Studierenden selbst.

Viele dieser studentischen Mitarbeitenden sind Radio Bremen später als redaktionelle Volontäre treu geblieben oder verstärken den Sender nach Abschluss ihres Studiums als Trainee, Reporterinnen oder Reporter und als Medienforscher. Eine dieser Kolleginnen wird 2017 sogar das ARD-weit erste Social Media-Volontariat abschließen und danach direkt in der Zentrale von funk in Mainz arbeiten.

Und auch die Einführung von Video-Composern, die in integrierten redaktionellen Teams dafür sorgen, dass hochprofessionell gestaltete Webvideos, Animationen und Grafiken tagesaktuell entstehen können, wurde von weiteren Abteilungen im Haus adaptiert.

2017 wird es vor allem darum gehen, innovative Formate wie „Was mit Fabian“ und die Dokumentationen des Y-Kollektivs gemeinsam mit funk weiterzuentwickeln. Da funk erst frisch am Start ist, lassen sich schwer Voraussagen treffen, wohin die Entwicklung gehen wird. Die Redaktion der Digitalen Garage ist jedoch so flexibel aufgestellt, dass sie nicht nur schnell reagieren, sondern den Wandel – im Schulterschluss mit der Zentrale von funk – auch selbst aktiv vorantreiben kann.

### **Junge Angebote**

Zusätzlich zu den Zulieferungen zu funk, die in der Digitalen Garage angesiedelt sind, wurden 2016 zwei weitere Formate für das Junge Angebot von ARD und ZDF entwickelt:

Zum einen die fiktionale Web- und Hörfunkserie „Wishlist“, die in Kooperation mit dem MDR und dem Jungen Angebot produziert wurde. „Wishlist“ ist mit jungen Produzenten aus Wuppertal (Video) und Berlin (Audio) entwickelt worden und in der ersten Staffel auf 10 Folgen angelegt. Die Serie ist im Oktober 2016 gestartet, eine zweite Staffel ist geplant. Betreut wird sie von einer jungen Redakteurin und einem jungen Redakteur, die überwiegend in der Digitalen Garage und bei Bremen NEXT arbeiten. Hier wird für 2017 redaktionelle Kontinuität angestrebt.

---

Zum anderen wurde in Kooperation mit dem NDR das Sportsatireformat „Wumms“, für das es bereits seit 2015 eine gleichnamige Fernsehumsatzung gab, als reines Social Media- und Onlineformat weiterentwickelt. Auch hier wird es 2017 vor allem darum gehen, entsprechende redaktionelle Strukturen weiterzuentwickeln.

## Sport

Die Herausforderungen dafür, den Sport im Land Bremen möglichst vielfältig, bunt, spannend und aktuell abzubilden, sind gestiegen. Durch den Aufstieg der Fischtown Pinguins in die höchste deutsche Eishockey Liga DEL ist Bremen zurzeit im Fußball, Basketball und im Eishockey erstklassig. Dies ist insofern erstaunlich, da sowohl die Fußballer von Werder Bremen als auch die Basketballer aus Bremerhaven im laufenden Jahr akut abstiegsgefährdet waren. Dank dieser Entwicklung wird auch die Sportredaktion von Radio Bremen weiterhin nicht nur für ein regionales Publikum, sondern auch deutschlandweit senden.

Nach wie vor ist die Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Sportredaktion von Radio Bremen auch ARD-weit anerkannt. So waren insgesamt elf Kolleginnen und Kollegen bei den sportlichen Großereignissen Fußball-Europameisterschaft, Olympische Spiele, Paralympics und Tour de France im Einsatz.

Ende 2016 stand noch die Übertragung der Weltmeisterschaft der Lateinformationen aus der Bremer Stadthalle im Dritten auf dem Programm. Im Sommer 2017 wird es voraussichtlich die zweite Auflage vom „Tag des Amateurfußballs“ geben, an dem alle Pokalfinals der DFB-Landesverbände ausgetragen und live im Ersten übertragen werden. Dort leistet die Redaktion mit dem Bremer Lotto-Pokalfinale einen Beitrag.

## Studio Bremerhaven

Das Bremerhavener Team wird 2016 / 2017 verstärkt. Für das Fernsehregionalmagazin „buten un binnen“ sowie für den Onlinebereich sind bereits neue Kolleginnen und Kollegen eingearbeitet worden. Weitere Autorinnen und Autoren, die möglichst Online-Kompetenz mitbringen, werden noch gesucht. Das Ziel ist, eine medienübergreifende Berichterstattung aus Bremerhaven zu etablieren, wobei Themensuche und -recherche gemeinsam angegangen werden sollen.

In Bremerhaven sind bereits eine Reihe von Themen erfolgreich und effizient für die verschiedenen medialen Plattformen bearbeitet worden. Die vernetzte Recherche und der schnelle Informationsaustausch haben insgesamt zu einer verbesserten Berichterstattung für Hörfunk, Fernsehen, Nachrichten und Online geführt. Diese Erfahrungen werden auch bei den laufenden Projekten innerhalb von Radio Bremen berücksichtigt. Relevant ist dies beispielsweise für die Aufstellung des crossmedialen Sterns im Bremer Funkhaus.

Mit Blick auf die gewünschte Teamorientierung bei der Zusammenarbeit der Reporterinnen und Reporter sind die derzeitigen baulichen und räumlichen Gegebenheiten im Studio Bremerhaven ungünstig. Um sich bei der Planung, Bewertung und Begleitung regionaler Themen medienübergreifend besser abzustimmen zu können, ist es erforderlich, dass die Beteiligten möglichst mit Sichtkontakt zueinander arbeiten. Das ist im Studio Bremerhaven wegen der kleinteiligen Anordnung der Büros über zwei Etagen nur eingeschränkt möglich.

Inzwischen ist ein Projekt auf den Weg gebracht worden, in dem Optionen zur Verbesserung der Raumsituation geprüft werden. Es geht vor allem darum, für die Teammitglieder ausreichend viele Arbeitsplätze bereit zu stellen und so anzuordnen, dass ein ungehinderter Informations- und Ideenfluss möglich ist. Insbesondere bei der schnell getakteten aktuellen Berichterstattung hat sich gezeigt, dass damit wertvolle Zeit gewonnen und konsistentes Berichten erst ermöglicht wird.

## **Programmvermögen und Informationsservice (P.I.)**

Ein Jahr nach der Umbenennung der Abteilung „Dokumentation und Archive“ in „Programmvermögen und Informationsservice (P.I.)“ wirkt P.I. als medienübergreifender Bereich auch bei der Entwicklung und Einführung neuer Prozesse, Strukturen und Technologien über mehrere Gewerke hinweg mit.

Die neu im Bereich P.I. angesiedelte Metadaten-Koordination hat sich zum Ziel gesetzt, das Metadaten-Handling bei Radio Bremen zu optimieren. Eine konsistente Metadaten-Haltung und -Pfleger wird immer mehr zu einer entscheidenden Voraussetzung für die Verbreitung von redaktionellen Inhalten über verschiedene digitale Plattformen hinweg. Interdisziplinär soll mit Expertinnen und Experten ein durchgängiger Metadatenfluss – von der Programmplanung über die Produktion, das Rechtenmanagement bis zur Archivierung und Verbreitung – erzeugt werden. Hierbei gilt es, zunächst die Workflows zu analysieren und mit den Anforderungen der ARD in Einklang zu bringen.

Neben der notwendigen Programmdokumentation aller relevanten Medien, sollen neue Informationsangebote eingeführt und der Informationsfluss von P.I. in Richtung Programm weiter ausgebaut werden. In diesem Zusammenhang bildet P.I. derzeit einen Wissenschaftlichen Dokumentar aus. Während des Volontariats werden vom Wissenschaftlichen Dokumentar u.a. die Relevanz von Informationen und Medien bewertet sowie Lösungswege für aktuelle Fragestellungen entwickelt. Anschließend wirkt der Volontär verantwortlich an der Aufbereitung und Bereitstellung und/oder Umsetzung der Erkenntnisse für das Programm mit. Die Durchführung eines innovativen abschließenden Projektes, wie beispielsweise die Integration von Mining-Verfahren (Analysetools zur automatischen Spracherkennung und Strukturanalyse von audiovisuellen Daten), rundet das Volontariat ab.

Die Langzeitarchivierung, die gemeinsame Erarbeitung und Abstimmung von Standardworkflows zur Digitalisierung alter Fernseh-Bestände sowie die gemeinsame Weiterentwicklung von Archivdatenbank- und Informationssystemen bleiben 2017 wichtige Geschäftsfelder in den Kooperationen mit anderen ARD-Anstalten.

## **Zentrale Programmaufgaben (ZPA)**

Die neue Bezeichnung ZPA für die frühere Fernsehprogrammplanung trägt dem Umstand Rechnung, dass auch in diesem Bereich zunehmend multimedial gearbeitet wird. Dabei stehen einige grundsätzliche Veränderungen an: Die Umstellung der Fernsehproduktion auf High Definition (HD) erfordert eine Anpassung hausinterner Workflows, die bis ins Jahr 2017 reichen – vom Filetransfer bis zur Archivierung der Untertitel (UT)-Dateien, von der Sendeabwicklung bis zum ARD/ZDF-Fernseh-Programmaustausch.

Mit dem Upgrade der vernetzten Produktionssysteme sowie der Einführung von „FESAD 8“ werden sich die Abläufe im Fernseh-Programmaustausch 2017 technisch verändern. Darüber hinaus bekommt die Zentrale Programmplanung Zugang zum ARTE-Redaktionssystem „APAX“ und wird hier u.a. die Distribution von Untertitelungs-Dateien an ARTE übernehmen.

Auch die barrierefreien Angebote werden stetig weiter verbessert. Zukünftig wird es beispielsweise möglich sein, im HbbTV-Angebot von Radio Bremen die Untertitel individuell in Farbe und Kontrast einzustellen. Zudem kann die Position der Untertitel individuell angepasst werden, z.B. auch ganz außerhalb des Bewegtbild-Bereiches.

Darüber hinaus werden laufende Projekte – wie die zentrale Festivalkoordination für Hörfunk und Fernsehen, der Bremer Fernsehpreis und die Zuschauerredaktion – stetig weiterentwickelt. Seit August 2016 vertritt der Leiter von ZPA die strategischen Interessen Radio Bremens auch in der ARD AG Digitalradio (DAB+).

---

## **Programmtechnologien und –innovationen (PTI)**

Hausintern ist PTI eng an den technischen Großprojekten beteiligt. 2017 wird dies im Wesentlichen die Erneuerung der Fernsehtechnik sein. Diese wird im Projekt „Erneuerung TV-Komplex (TVK)“ gebündelt. Auch die anstehende Erneuerung des Hörfunkkomplexes wird eng von PTI begleitet werden. Dabei erfüllen die beiden Kollegen mit einem jeweiligen Schwerpunkt auf Video oder Audio eine duale Funktion: Sie vertreten in den jeweiligen Arbeitsgruppen die Interessen des Programms und stehen den Programmentscheidern in technischen Belangen beratend zur Seite.

Grundsätzlich hat PTI zum Ziel, zeitgemäße und/oder vereinfachte Produktionsmöglichkeiten zu realisieren. Im Hörfunk ist unter der Koordination von PTI beispielsweise die Möglichkeit geschaffen worden, das Programm zu den Randzeiten vollautomatisch ablaufen zu lassen. Im Fernsehen werden unter dem Schlagwort „Smarte Produktion“ innovative Produktionsverfahren für die aktuelle Berichterstattung getestet und gegebenenfalls – wie im Fall der VJ-Lounge – mit Hilfe von PTI eingeführt.

Unter Beteiligung von PTI ist das Radio Bremen-Angebot auf Smart-Fernsehern deutlich ausgebaut worden: Neu ist beispielsweise, dass Radio Bremen seit diesem Jahr nicht nur in der klassischen HbbTV-Mediathek auffindbar ist. Nun sind die Inhalte auch in den Portalen der großen Geräte-Hersteller (Samsung, LG, Philips) sowie bei Amazon Fire TV, Apple TV, Android TV und bei T-Entertain abrufbar. PTI behält die Entwicklung im Auge und wird sich gegebenenfalls um weitere Plattformen bemühen.

Des Weiteren sind die HbbTV-Untertitel nun über alle DVB-Verbreitungswege, also via Satellit, Kabel oder über klassische Antenne, empfangbar. Bis Ende 2016 wird das Fernsehangebot von Radio Bremen rund um die Uhr im Livestream über das Internet und auf Smartphones nutzbar sein. Zusätzlich können bei wichtigen Ereignissen kurzfristig zusätzliche Event-Streams freigeschaltet werden. PTI kümmert sich darum, zu welchen Gelegenheiten sich diese am besten realisieren lassen.

Auch im Hörfunk wird Radio Bremen den wachsenden multimedialen Anforderungen gerecht. Dies gilt sowohl nach außen für unsere Hörerinnen und Hörer, die die Programme von Radio Bremen auf zahlreichen Plattformen und nicht zuletzt auch auf unseren selbst entwickelten Apps empfangen können, als auch nach innen, indem beispielsweise mit der ARD-eigenen multimedialen Produktions-App „MuPro“ modernste Produktionsmittel in den Redaktionen Anwendung finden. PTI entwickelt diese Apps zum Teil selbst oder ist innerhalb der ARD maßgeblich an deren Entstehen beteiligt.

Eine auf das umfangreiche Hörfunk-Angebot der ARD ausgelegte Audio-App wird zusammen mit PTI im Verbund mit den anderen Landesrundfunkanstalten und dem Deutschlandradio entwickelt. PTI arbeitet außerdem auf ARD- und EBU-Ebene an verschiedenen Zukunftsprojekten mit: Unter anderem werden der Nachfolger der Tagesschau-Reporter-App sowie eine gemeinsame ARD-IT-Initiative entwickelt.

## Programm-Marken

---

### Bremen Eins

Bremen Eins hat 2016 seine Markführerschaft im Land Bremen noch einmal ausgebaut und gehört bundesweit zu den Top 10 der erfolgreichsten Hörfunkprogramme. Auch in den werberelevanten Stundenreichweiten konnte Bremen Eins seine gute Position festigen. 2017 gilt es, den Erfolg im Land Bremen zu konsolidieren und sich gegen eine stärker werdende Konkurrenz im niedersächsischen Teil des Sendegebietes zu behaupten.

Weiterhin wird es darauf ankommen, das Musikangebot kontinuierlich in Richtung der Zielgruppe zu entwickeln, um das Profil in diesem für den Programmerfolg essentiellen Bereich zu schärfen.

Profilbildend wird für Bremen Eins auch 2017 die regionale Berichterstattung sein. Neben dem kompakten Nachrichten-Magazin „Rundschau“, das weiterhin fünfmal täglich zu hören sein wird, stützen die wellenspezifischen Nachrichten, die von 6.00 bis 18.00 Uhr stündlich und in der morgendlichen Prime Time halbstündlich ausgestrahlt werden, die regionale Informationskompetenz von Bremen Eins. In den Magazinsendungen wird mit Hilfe des Desks und des Studios in Bremerhaven die regionale Berichterstattung verstärkt werden.

Im Zuge der Stärkung der regionalen Informationskompetenz soll auch die crossmediale Zusammenarbeit mit „buten un binnen“ weiter ausgebaut werden. Verstärkt werden auch die Online-Aktivitäten von Bremen Eins: Von der für 2017 geplanten Neuorganisation der Abteilung durch ein „Clustering“ der (personellen) Ressourcen zusammen mit dem Nordwestradio wird erwartet, dass das Onlineangebot verbessert und verstetigt werden kann und damit eine Bereicherung für die immer größere Nutzerschaft darstellen wird.

Ein wichtiger Aspekt wird die sichtbare Präsenz von Bremen Eins in der Region bleiben. Das betrifft sowohl die journalistische Berichterstattung mittels Ü-Wagen, als auch den weiteren Einsatz des „Bremen Eins Bulli“, der als Botschafter für Programm und Marke fungiert und dabei hilft, die Bekanntheit von Bremen Eins zu erhöhen und die Bindung der Hörerinnen und Hörer an Bremen Eins zu festigen.

### Bremen Vier

Bremen Vier hat im September 2016 sein Tagesprogramm reformiert, um die Zielgruppe der 30 bis 49-Jährigen zielsicher anzusprechen. Vor diesem Hintergrund sind das Programm und die redaktionellen Abläufe auf den Prüfstand gestellt worden.

Bremen Vier konzentriert sich nun auf den direkten Livekontakt zu Hörerinnen und Hörer, um Stimmen und Stimmungen im Bremen Vier-Land aufzunehmen und zu spiegeln. Eine wichtige Rolle spielen dabei die Bremen Vier-Reporterinnen und -Reporter, die häufiger als bisher im Programm auftauchen. Sie melden sich täglich live direkt von den Orten des Geschehens. Moderne, schlanke Produktionsmöglichkeiten wie die „MuPro“-App helfen dabei, dies auch ohne hohen technischen Aufwand (Ü-Wagen) in bester Klangqualität umsetzen zu können.

Um stets aktuell reagieren zu können, ist die Sendungsstruktur am Tage geändert worden. Ab 10.00 Uhr ist die Sendung „Bremen Vier läuft“ eingeführt worden. Sie begleitet die Hörerinnen und Hörer durch den Tag und trägt dabei den unterschiedlichen Hörsituationen Rechnung. So gibt es je nach Tageszeit im Rahmen von „Bremen Vier läuft“ längere Themenstrecken oder kürzere Passagen mit schnellen Wechseln. Dazu werden alle zwei Stunden zusätzlich zu den stündlichen Nachrichten Updates gebracht.

2017 wird es darum gehen, die eingeschlagene Richtung konsequent weiter zu verfolgen. Außerdem wird das Onlineangebot von Bremen Vier überarbeitet und in einem Programm-Cluster mit dem Funkhaus Europa neu organisiert.

### Bremen NEXT

Am 17. August 2016 ist Bremen NEXT als crossmediales Angebot von Radio Bremen für junge Menschen aus Bremen, Bremerhaven und Umgebung gestartet. Bremen NEXT ist auf allen relevanten Social Media-Plattformen wie Facebook, YouTube, Instagram, Snapchat und WhatsApp vertreten. Zudem beinhaltet es eine eigene Website und ein neues Radioprogramm mit moderierten

---

Sendestrecken am Morgen und Nachmittag (Montag bis Freitag: 6.00 – 10.00 Uhr und 14.00 – 18.00 Uhr, Samstag/Sonntag 10.00 – 18.00 Uhr). Darüber hinaus gibt es am Abend spezielle DJ-Shows (Mittwoch bis Samstag 20.00 – 22.00 Uhr). Zudem werden live Visual Radio Clips ins Netz gestreamt. Bremen NEXT steht auf allen diesen Kanälen im ständigen Austausch mit der Zielgruppe. Das Angebot ist für die in der jungen Zielgruppe besonders verbreitete mobile Auspielung optimiert.

In seinem Themenspektrum und in der Aufbereitung der Inhalte orientiert sich Bremen NEXT – im Rahmen der Anforderungen und Qualitätsansprüche des öffentlichen-rechtlichen Rundfunks – an den Bedürfnissen und der Lebensrealität seiner Zielgruppe. Bremen NEXT schafft mit seinem Angebot besondere Erlebnisse für die Zielgruppe und bietet ihr gleichzeitig verlässlich Orientierung – vom Ausgehen in der Stadt bis zum politischen Weltgeschehen. Komplexe Themen werden erklärt, Informationen in für die Zielgruppe verständlicher Sprache aufbereitet.

Regionale Berichterstattung, spannende Geschichten aus Bremen und Bremerhaven, authentischer Lifestyle, gelebte Jugendkultur, redaktionell aufbereiteter Service und glaubhafter Journalismus sind die Grundpfeiler des Angebots. Interkulturalität ist selbstverständlicher Bestandteil von Bremen NEXT.

Die im Oktober gestartete Zusammenarbeit mit funk, dem jungen öffentlich-rechtlichen Angebot von ARD und ZDF, soll auch in 2017 fortgesetzt werden.

Zusammen mit der Bremischen Landesmedienanstalt hat Bremen NEXT zudem das Projekt „24h Creator Space“ entwickelt, bei dem junge Videomacherinnen und Videomacher aus der Region in den Räumlichkeiten von Bremen NEXT unter professioneller Anleitung ihre Arbeitsweise verbessern können.

Bremen NEXT ist zusammen mit seinem Start in einen kontinuierlichen Weiterentwicklungsprozess eingestiegen. Als jüngstes Angebot von Radio Bremen ist Bremen NEXT am stärksten den sich ändernden Nutzungsgewohnheiten

seiner Zielgruppe unterworfen. Für 2017 und die Folgejahre gilt es deshalb, neue Entwicklungen im digitalen und technischen Bereich zu verfolgen, zu bewerten und dahingehend eigene Ideen und Konzepte zu entwickeln und nachhaltig umzusetzen. Dazu gehört ausdrücklich der Anspruch, mit neuen Formaten und Techniken zu experimentieren, neue Formen der Wissens- und Informationsvermittlung zu entwickeln und andere Wege zu beschreiten, um mit der Zielgruppe in einem direkten Austausch und Kontakt zu kommen.

### **Nordwestradio**

Das Nordwestradio hat seine Akzeptanz in Bremen und im Ausstrahlungsgebiet 2016 leicht ausbauen können. Um sich neue Hörerpotenziale zu erschließen, werden neue Sende- und Aktionsformen ausprobiert. So ist 2016 eine Call In-Sendung mit dem Schauspieler und Bremer „Tatort-Kommissar“ Oliver Mommsen gestartet, „Mare“ ist zusammen mit Gewinnern aus dem Publikum auf eine Weser-Reise gegangen und mit dem „Seitenwechsel“ hat die Redaktion des Nordwestradios mit den Redaktionen von Nordwest-Zeitung und Nordsee-Zeitung für jeweils einen Tag öffentlichkeitswirksam die Rollen getauscht.

Auch für das vergleichsweise reife Publikum des Nordwestradios werden Onlineangebote und die sozialen Netzwerke immer wichtiger. Das Nordwestradio hat deshalb damit begonnen, den wertvollen Content der Welle auch als Bewegtbild zu produzieren. So werden von Interviews mit wichtigen Gesprächspartnern oder von Künstlertreffen Videos produziert. Ein Jazz-Konzert ist mit Bild und Ton live ins Netz gestreamt worden, der journalistische Output auf Facebook ist erweitert worden. Die Geschichte des „Gespensterschiffs“ in Bremerhaven – ein Folter-Schiff der SA, das 1933 im Bereich Alter-/Neuer Hafen am Pier lag – wurde nicht nur fürs Radio, sondern auch in mehreren Videos crossmedial erzählt und auf der Website des Nordwestradios und in verschiedenen Social Media-Kanälen ausgespielt.

Im Jahr 2016 sind die „Radio Sessions“ konsolidiert und um eine crossmediale Komponente ergänzt worden. Bei den „Radio Sessions“ spielen Bands

---

und Solokünstler live im Studio des Nordwestradios. Damit dies nicht nur zu hören, sondern auch zu sehen ist, werden Video-Clips der Auftritte für die Onlineseite und die sozialen Netzwerke produziert. Bislang finden diese Konzerte ohne Publikum statt, 2017 sollen erstmals Hörerinnen und Hörer eingeladen werden. Die „Radio Session“ könnte dann beispielsweise auf der Event-Fläche von Bremen NEXT stattfinden. Es ist geplant, die crossmediale Komponente 2017 auch auf den Klassikbereich auszuweiten.

Die Aktivitäten der Orchester in Bremen und Bremerhaven sind für das Nordwestradio wichtige Anlässe für Produktionen und redaktionelle Berichterstattung. So hat das Nordwestradio einige Konzerte der Bremer Philharmoniker und der Deutschen Kammerphilharmonie Bremen mitgeschnitten, die Arbeit der Orchester aber auch journalistisch begleitet. Auch das Städtische Orchester Bremerhaven wurde im Nordwestradio präsentiert. Die Kooperationen mit der Jazzhead und dem Musikfest Bremen sorgten auch im Jahr 2016 für breitgefächerte Programminhalte aus den Bereichen Klassik und Jazz. Es ist geplant, die Zusammenarbeit 2017 fortzusetzen.

2017 wird es außerdem darum gehen, sowohl das Programm als auch die Marke Nordwestradio noch einmal zu überprüfen und bei Bedarf präziser zu formulieren, um im Ergebnis größere Teile der Zielgruppe zu erreichen. Ziele eines dafür aufgesetzten Projekts sind, die Programmteile auf die realen Hör- und Lebenssituationen der Zielgruppe noch besser auszurichten, auch am Wochenende möglichst viele Live-Sendungen zu etablieren, das Musikformat an der einen oder anderen Stellen zu schärfen, crossmediale Erzählformen auf Basis der bestehenden Formate (Hörspiel, Feature) zu entwickeln, den Dialog mit dem Publikum über die Möglichkeiten der sozialen Netzwerke auszubauen und insgesamt den wertvollen Content besser im Netz und zur Nutzung auf mobilen Endgeräten zu platzieren. Im Ergebnis soll das Nordwestradio Ende des Sommers 2017 mit einem aufgefrischten Programm an den Start zu gehen.

## **Funkhaus Europa**

Die Bremer Redaktion von Funkhaus Europa hat 2016 einen schwierigen Transformationsprozess erfolgreich bewältigt. Der WDR hatte zum Ende des Jahres 2015 den Kooperationsvertrag mit Radio Bremen gekündigt, um so die Zulieferbeziehungen zwischen den Programmteilen in Köln und Bremen neu regeln zu können. Seit dem 1. Juli 2016 sendet die Bremer Redaktion deshalb in einer komplett neuen Sendestruktur. Die Sendeflächen von Montag bis Freitag werden nun in Köln produziert. Auch die Musikauswahl wird von Köln aus gesteuert. Zudem ist Radio Bremen nicht mehr für die Nachrichten verantwortlich. Stattdessen wird nun das deutschsprachige Programm am Wochenende (samstags und sonntags jeweils von 6.00 – 20.00 Uhr) sowie an gesetzlichen Feiertagen von Bremen aus zugeliefert.

2017 wird es darum gehen, dass insgesamt gut gestartete neue Wochenendprogramm inhaltlich und formal zu konsolidieren und einzelnen Programmangeboten noch schärfere Konturen zu geben. Dazu gehört auch die Entwicklung neuer digitaler und analoger Programm-Formate. Zusätzlich soll das Programm von Funkhaus Europa noch besser in das Gesamtangebot von Radio Bremen eingebracht werden. Die Austauschmöglichkeiten und Synergien mit dem Y-Kollektiv, mit Bremen NEXT, der Digitalen Garage, den ARD-Netzreportern und dem Nordwestradio werden weiter geprüft und dort, wo es sinnvoll ist, verstetigt und ausgebaut.

Innerhalb des Wochenendprogramms sind Rubriken entwickelt worden, die das Profil des modernen, kosmopolitischen Kulturradios schärfen. Es geht dabei u.a. um Themen wie Nachhaltigkeit, Sciences-Slams und Diversity. Ein prägendes Thema der Berichterstattung werden dabei – wie schon im Jahr zuvor – wieder Flucht und Migration sein. Im Unterschied zu manch anderen spricht Funkhaus Europa dabei nicht über, sondern mit den Geflohenen. Die Redaktion wird 2017 auch die Reihe der Expertinnen und Experten mit migrantischem Hintergrund verstärken. Inhaltlich soll noch stärker als bisher auf Fragen eingegangen werden, die durch den Zuzug aus Krisenregionen in Deutschland aufgeworfen werden. Impulse dafür erhofft sich die Redaktion auch durch die Mitarbeit

geflohenen Journalistinnen und Journalisten, die inzwischen über gute Deutschkenntnisse verfügen. Erste Praktikumsangebote sind von der Redaktion vorbereitet worden.

Alleinstellungsmerkmal von Funkhaus Europa ist die Musik des „Global Pop“. Die abendliche Musikstrecke ab 18.00 Uhr ist dafür ein hervorragender Resonanzboden. Highlight im Jahr 2016 war das Konzert von Patrice auf der „Big Up Party“ von Funkhaus Europa vor knapp 1.000 Zuschauerinnen und Zuschauern. Die Publikumsresonanz auf die Berichterstattung von Festivals ist so gut, dass diese Reihe 2017 fortgesetzt werden soll.

### **buten un binnen**

Der mit dem Relaunch eingeleitete Erfolg bei der Reichweite verstetigt sich: Im laufenden Jahr erreicht „buten un binnen um 6“ die Spitzenposition unter den fünf norddeutschen Landesprogrammen um 18.00 Uhr. Die Hauptausgabe von „buten un binnen“ um 19.30 Uhr erreicht den dritten Platz und liegt damit vor dem „Hamburg Journal“ und „Hallo Niedersachsen“. Parallel verzeichnet „buten un binnen“ signifikante Reichweiten im Social Media-Bereich (u.a. bei Facebook und YouTube). Diese Entwicklung geht mit dem strategischen Ziel der Ausweitung von „buten un binnen“ weg von der linearen Fernsehmarke hin zur multimedialen Informationsmarke einher.

Im Zentrum steht dabei die journalistische und inhaltliche Qualität der Redaktion. Das Fundament der Zukunftssicherung der Marke „buten un binnen“ ist und bleibt die gut recherchierte und spannend erzählte Geschichte. Dazu braucht es ein Team journalistischer Überzeugungstäterinnen und -täter. Diesen Journalistentypus in Zeiten technologischen und distributorischen Wandels zu schützen und zu fördern – das ist die wesentliche redaktionelle Herausforderung der Zukunft.

Programmlich ist die Redaktion mit einer Mischung aus Geschichten, Formatvielfalt, täglicher aktueller Berichterstattung und verstärktem Anteil an Live-Auftritten auf einem guten Weg. Zusätzlich werden mit Kirsten Rademacher und Felix Krömer zwei Hauptmoderierende eingesetzt, die „buten

un binnen“ souverän präsentieren. Lena Döring ist als vielversprechende Nachwuchs-Moderatorin dazugekommen, die die Sendung auch für jüngere Zielgruppen interessant macht. Die Berichterstattung über die Landespolitik sowie aus Bremerhaven soll durch den Einsatz von neuen Reporterinnen und Reportern verstärkt werden.

2017 werden neben der inhaltlichen Qualität der Berichterstattung technische Entwicklungen im Vordergrund stehen. Derzeit arbeitet sich Radio Bremen aus dem SD-Zeitalter an die Sendefähigkeit in High Definition (HD) heran. Zugleich läuft ein großes und komplexes Projekt zur technologischen Erneuerung in Redaktion, Studio und Regie. Das Projekt „TV-Komplex“ wird flankiert vom Ausbau smarter Produktionsweisen, dem verstärktem Einsatz von Video-Journalistinnen und –Journalisten (VJ), der Förderung des redaktionsnahen Schnitts und Versuchen im Storytelling unter Einsatz des Smartphones. Die Veränderung von Arbeitsabläufen und Berufsbildern unter den Vorzeichen der Digitalisierung, des Medienwandels und der Multiplattform-Fähigkeit unserer Inhalte vollzieht sich rasant und tiefgreifend.

### **3nach9**

„3nach9“ ist die zweite Fernsehmarke Radio Bremens, deren Auftritt multimedial ausgebaut werden soll. Im Dritten Fernsehprogramm bewegt sich die Talkshow seit Februar 2016 wieder im zweistelligen Marktanteilsbereich. Dies ist für den Sendeplatz am Freitagabend eine gute Entwicklung. Hintergrund der positiven Tendenz sind redaktionelle Veränderungen: Die Gästeakquise, die Dossiers, die Mischung der Gäste und das Zusammenspiel der Moderierenden sind überprüft und verändert worden. Die Redaktion hat in Recherche und Planung deutlich an Profil gewonnen. Im Ergebnis sind bei „3nach9“ häufiger „1 A-Gäste“ mit guten Geschichten zu sehen.

Der Informations- und Unterhaltungswert der Sendung hat sich erhöht, was für eine breitere Vermarktung über andere Kanäle hilfreich ist. Tatsächlich lässt sich auch jüngeres Publikum auf die ‚Mutter aller Talkshows‘ ein, wenn die Redaktion es auf Facebook geschickt anstellt. Die Marke kann den Sprung ins Netz schaffen – dies ist das erklärte Ziel.

## Fernsehen für Das Erste und das Dritte Programm

---

### ARD-aktuell

Die ARD-aktuell-Redaktion von Radio Bremen hat ihren Vorsprung in der ARD ausgebaut, was die Berichterstattung über Netzinhalte angeht. Keine andere Landesrundfunkanstalt der ARD liefert dazu so viele Stücke in die ARD-Nachrichtenmagazine und in die Netzportale der „Tagesschau“ wie Radio Bremen.

Für die Rubrik „Netzreporter“ im „ARD-Morgenmagazin“ sind zudem neue Formate entwickelt worden, die neben den Netz-Phänomenen zum Beispiel auch Social Media-Plattformen erklären oder investigative Recherchen im Netz begleiten. Zudem sind für das „ARD-Morgenmagazin“ erste Stücke produziert worden, die aus der Redaktion des Y-Kollektivs stammen, mit der Radio Bremen an funk, dem jungen Angebot von ARD und ZDF, beteiligt ist. Damit wird ein erster und weiter ausbaubarer Weg eingeschlagen, um die hochwertigen Reportagen des Y-Kollektivs linear auch für ARD-Gemeinschaftsangebote zu nutzen. Der Plan für 2017 ist, dieses hohe Niveau zu halten und der ARD-internen Konkurrenz, die ebenfalls verstärkt auf Netzthemen setzt, selbstbewusst entgegenzutreten.

2016 ist es bisher gelungen, die Anzahl der Beiträge aus Bremen für die Nachrichtenmagazine der ARD auf einem hohen Niveau zu halten. Dies ist umso erwähnenswerter, als sich die Berichterstattung in den überregionalen Nachrichtenmagazinen 2016 angesichts der globalen Themenlage stärker auf das Ausland, auf Brüssel und auf die Bundespolitik konzentriert.

Die ARD-aktuell-Redaktion bei Radio Bremen hat sich in diesem Jahr auch mit erheblichem Anteil an den drei Folgen der ARD-Gemeinschaftsdokumentation „Schaffen wir das?“ zur Flüchtlingssituation beteiligt. Diese ist im Abendprogramm des Ersten ausgestrahlt worden.

Für die Bundestagswahl 2017 produziert Radio Bremen ein weiteres Mal die große Abend-Dokumentation über die kleinen Parteien im Ersten. Die Vorbereitungen und Planungen sind Mitte 2016 gestartet. Kooperationspartner ist wieder der Saarländische Rundfunk.

### Dokumentationen

Die Dokumentationen von Radio Bremen haben 2016 in der ersten Liga gespielt. Diesen Anspruch hat die Redaktion auch für 2017. Radio Bremen ist auf den relevanten Dokumentations- und Reportageplätzen des Ersten vertreten: „Story im Ersten“, „Geschichte im Ersten“, „Deutschland deine Künstler“ und „Deutschlandreportage“. In den entsprechenden Arbeitskreisen und Koordinationen agiert Radio Bremen als gern gesehener Partner auf Augenhöhe. Diese Positionierung wird strategisch von hoher Bedeutung bleiben. Außerdem beteiligt sich Radio Bremen – synergetisch zum Programmplatz „Geschichte im Ersten“ – im Dritten am Programmplatz „Unsere Geschichte“.

In bereits bewährter Tradition ist im Sommer die achte Staffel der nachmittäglichen Zoo-Serie „Seehund, Puma & Co“ gelaufen. Für die Zukunft geht Radio Bremen mit zwei Vorschlägen der Bremedia Produktion GmbH auf ein gegebenenfalls neues Nachmittagsformat für den Sendeplatz um 16.10 Uhr ins Rennen: „Bühnenwechsel“ und „Hotels“ sind die jeweiligen Arbeitstitel.

Die Dokumentarfilm-Redaktion von Radio Bremen hat sich zudem wieder – zusammen mit dem MDR – an ein Weihnachtsmärchen gewagt. „Prinz Himmelblau und Fee Lupine“ ist bereits der dritte Märchenfilm, der im Rahmen der Reihe „Sechs auf einen Streich“ an einem der Weihnachtsfeiertage im Ersten ausgestrahlt wird. Drehorte waren neben der Burg Falkenstein im Harz Orte in der Umgebung von Bremen.

Im gemeinsamen Dritten Fernsehprogramm (NDR / Radio Bremen Fernsehen) hält Radio Bremen an der Weiterentwicklung der Dokumentationsreihe „Unter deutschen Dächern“ fest. Die zweite Staffel ist mit der ersten Folge unter dem Titel „Späte Liebe“ zuschauerstark gestartet. Die weiteren Folgen mussten dann allerdings gegen die starke Fußball-Konkurrenz (EM) antreten, entsprechend schwächer waren die Quoten. In 2017 wird es eine dritte Staffel von „Unter deutschen Dächern“ geben.

Weiterhin beteiligt sich Radio Bremen an der mehrfach preisgekrönten Kinder-Doku-Reihe „Schau in meine Welt“ des KiKA. In dem Film „Die drei Karatekids“ wird über ein Trio herausragender Kinder-Karatekas aus Bremerhaven berichtet. Außerdem porträtiert Radio Bremen mit „Jan, der Nordsee-Ranger“ in der KiKA-Themenwoche „Umwelt“ einen Jungen aus Wilhelmshaven.

Die Radio Bremen-Dokumentationen in Zusammenarbeit mit ARTE entwickeln sich immer stärker zu preisgekrönter Exzellenz – dies wird auch für 2017 angestrebt. Unter anderem erhielt im Oktober die Wissenschaftsdokumentation „Stimmen im Kopf“ auf dem World Health Summit im Auswärtigen Amt in Berlin den renommierten „Next Generation of Science Journalists“ Award 2016.

Inhaltlich setzt Radio Bremen auch 2017 bei seinen ARTE-Angeboten auf eine Vielzahl anspruchsvoller Themen. Beispielsweise ist zum Programmschwerpunkt „500 Jahre Reformation“ ein großes Projekt in Vorbereitung: Zusammen mit dem RBB und dem SWR konzipiert Radio Bremen eine sechsteilige Reihe für ARTE. Noch 2016 werden außerdem fertiggestellt: „Queen – Bohemian Rhapsody“, ein Rückblick auf den Aufstieg der Popgruppe sowie eine Dokumentation zum Jahrestag der Anschläge in Paris. Außerdem sind eine Reihe über moderne Wolkenkratzer, die im Oktober im Architekturmuseum in einer Preview gezeigt wurde, und eine zehnteilige Reihe zum Themenschwerpunkt Europa, die sich mit landestypischen Vorurteilen beschäftigt, produziert bzw. in Arbeit.

### **Fiktion und Unterhaltung**

Mit dem „Tatort“ sind Radio Bremen und das Bundesland Bremen im Ersten bundesweit verlässlich präsent. Strategisch ist diese imagestarke Krimimarkte für Radio Bremen nach wie von herausgehobenem Interesse. An keiner anderen Stelle kann so konzentriert eine derart hohe Aufmerksamkeit für ortsansässige Geschichten und Themen generiert werden. Die fiktiven Charaktere des Kommissaren-Duos Inga

Lürsen und Stedefreund verkörpern den Kampf für eine gerechte Gesellschaft, unterhaltsame Tradition und bodenständige Ermittlungsarbeit gleichermaßen. Für 2017 sind wieder zwei Tatorte geplant: „Nachtsicht“ und „Die Frau in Rot“ lauten die Arbeitstitel. Für beide Filme übernimmt Florian Baxmeyer die Regie.

Loriots „Weihnachten bei Hoppenstedts“ ist bereits wieder für den Heiligabend im Nachmittagsprogramm des Ersten programmiert. Auch in allen Dritten Programmen sind die alten Unterhaltungsklassiker von Radio Bremen in der Wiederholung sehr gefragt und werden immer wieder gerne eingesetzt.

Für die Comedy-Schiene im Ersten um 23.30 Uhr plant und entwickelt der Programmbereich Gesellschaft zurzeit die Satiresendung „Kroymann“ (AT). Radio Bremen tritt hier den Beweis an, dass ein unverbrauchtes Sketchformat keine Frage des Lebensalters der Protagonistin ist. Eine halbe Stunde schlüpft Maren Kroymann in verschiedensten Frauenrollen. So verkörpert sie z.B. das älteste Mitglied der Aktivistinnengruppe Femen oder eine Berliner Seniorin mit eigenem Instagram-Account. Die Ausstrahlung soll im Frühjahr 2017 erfolgen.

Unter der Federführung der Degeto beteiligen sich Radio Bremen und die Nordmedia an der Ziegler-Filmproduktion „Gladbeck“ (AT). Der Zweiteiler rund um das Gladbecker Geiseldrama von 1988 wird als Eventprogrammierung im Ersten laufen. Radio Bremen plant für 2017/2018 eine ergänzende Dokumentation.

Radio Bremen ist schließlich Co-Partner für den Film „Paula“, der im Dezember 2016 in den Kinos startet. Regisseur Christian Schwochow erzählt darin die Lebensgeschichte der Malerin Paula Modersohn-Becker. Die Weltpremiere fand bereits am 7. August 2016 auf dem Film Festival „Piazza Grande“ in Locarno statt.

## Finanzen

---

Für Radio Bremen stellen die Erträge aus den Rundfunkbeiträgen und die Erträge aus dem Finanzausgleich der ARD nach wie vor die beiden wichtigsten Einnahmequellen dar.

Der im April 2016 veröffentlichte 20. Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) enthält daher für die ARD im Allgemeinen und für Radio Bremen im Besonderen für die Zukunft wesentliche Feststellungen. Die ARD hatte zum 20. Bericht für die Periode 2017 – 2020 insgesamt einen Fehlbetrag von 396 Mio. Euro angemeldet. Die KEF hat jedoch 774 Mio. Euro der angemeldeten Beträge nicht anerkannt – demzufolge also keinen Fehlbetrag festgestellt, sondern einen Überschuss in Höhe von 378 Mio. Euro für die kommende Beitragsperiode errechnet.

Dabei ist zu beachten, dass die 2013 – 2016 gebildete Rücklage aus Beitragsmehrerträgen den Anstalten für die Beitragsperiode 2017 – 2020 zur Verfügung gestellt wird. Hintergrund ist die Umstellung auf das neue Beitragsmodell („Haushaltsbeitrag“) zum 1. Januar 2013. Diese Umstellung hatte zu Mehrerträgen im Vergleich zu den prognostizierten Werten geführt. Daraus wurde diese gesonderte Rücklage gebildet, die nicht für das operative Geschäft verwendet werden durfte. Zum 20. KEF-Bericht hat die KEF nun der Auflösung dieser Rücklage zum 1. Januar 2017 zugestimmt.

Der festgestellte Finanzüberschuss führt dazu, dass die KEF dem Rundfunkgesetzgeber – also den Bundesländern – empfohlen hat, den Rundfunkbeitrag ab 2017 von derzeit monatlich 17,50 Euro pro Haushalt um 30 Cent zu senken. Die ARD hat demgegenüber für eine Risikovorsorge plädiert: Sie hat vorgeschlagen, den Beitrag stabil bei 17,50 Euro zu halten und damit eine neue Beitragsrücklage zu bilden. Aus dieser könnte die KEF im Bedarfsfall Mittel freigeben. Diese Beitragsrücklage könnte auch genutzt werden, um eine Beitragserhöhung ab 2021 zu vermeiden oder geringer ausfallen zu lassen. Am 28. Oktober 2016 haben die Länder auf der Jahreskonferenz der Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten in Rostock beschlossen, den Rundfunkbeitrag ab 2017 nicht zu senken, sondern bei 17,50 Euro im Monat

zu belassen. Die gegenüber den KEF-Schätzungen überzähligen Mittel sollen eine Beitrags-Reserve (II) fließen.

Radio Bremen hat durch die ARD Liquiditätshilfen für die Jahre 2013 und 2014 in Höhe von 8,7 Mio. Euro erhalten sowie für die Jahre 2015 und 2016 zusätzliche Mittel in Höhe von 9,8 Mio. Euro. Die Rückzahlung dieser Unterstützung kann nun erfolgen, da Radio Bremen aus dem ARD-Nettobeitragsaufkommen 2017 bis 2020 vorab eine entsprechende Zuweisung erhält. Die ARD hat sich inzwischen auch über die technische Abwicklung dieses Vorgangs verständigt.

Mit der Änderung des Rundfunkfinanzierungs-Staatsvertrags wurde schließlich der ARD-Finanzausgleich neu geregelt. Die Finanzausgleichsmasse wird ab 2017 von 1 Prozent auf 1,6 Prozent ansteigen. Und: Radio Bremen erhält künftig 49,08 Prozent (bisher: 46,24 Prozent) aus dieser Finanzausgleichsmasse. Damit wurde ein entscheidender Schritt zur Sicherung der Lebens- und Funktionsfähigkeit der kleinsten Landesrundfunkanstalt der ARD getan. Gegenüber der Beitragsperiode 2009 – 2012 ist das Niveau der Einnahmen von Radio Bremen durch den neuen Finanzausgleich um ca. 12 % angestiegen. Dies hat Radio Bremen in der Beitragsperiode 2013 – 2016 eine moderate Weiterentwicklung seines Programmangebotes erlaubt. In absoluten Zahlen lässt sich die Höhe der Mehrerträge nicht genau beziffern, da sie abhängig ist von den Einnahmen des Gesamtsystems. In diesem Sinne wird sich Radio Bremen – wie alle anderen Landesrundfunkanstalten auch – durch die Feststellungen der KEF im 20. Bericht bzw. durch die Abschöpfung der Mehrerträge für eine Beitrags-Reserve (II) darauf einstellen müssen, dass die realen Kosten schneller steigen werden als die Einnahmen.

Die ab 2017 zu erwartenden Mehreinnahmen werden daher nicht alle Kostensteigerungen decken. Die Wirtschaftspläne 2017 ff. müssen dieser Erwartung angepasst werden – mit dem Ziel, bis zum Ende der Beitragsperiode 2017 – 2020 ein ausgeglichenes operatives Ergebnis zu haben.

---

Die nun vorhandene Planungssicherheit und entsprechende interne Umschichtungen werden es auch in der kommenden Periode erlauben, dass Radio Bremen seine Programme moderat weiterentwickeln kann.

In einigen Bundesländern wird derzeit über weitere Werbebeschränkungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk diskutiert. Durch das im Februar 2016 in Kraft getretene neue WDR-Gesetz wurden bereits Beschränkungen bei der Hörfunkwerbung umgesetzt, von denen nicht nur der WDR direkt betroffen ist. Über die nationalen Kombi-Angebote für Hörfunkwerbung werden sich diese Beschränkungen auch auf Radio Bremen auswirken.

Die Erträge aus Werbung sind für Radio Bremen von besonderer Bedeutung: Im Verhältnis zum ARD-Durchschnitt erzielt Radio Bremen relativ betrachtet das Dreifache an Erträgen aus dieser Einnahmequelle. Radio Bremen ist also in besonderem Maße auf einen Ausgleich für Einnahmeverluste aus Werbung angewiesen, wie sie die KEF den Rundfunkanstalten in Aussicht gestellt hat. Die ARD hatte für die bereits existierenden Werbebeschränkungen in Nordrhein-Westfalen einen notwendigen Kompensationsbetrag von rund 92 Mio. Euro für 2017 – 2020 ermittelt und bei der KEF angemeldet. Die KEF hat diesen Betrag allerdings nicht mehr in die Feststellung des Finanzbedarfes im 20. Bericht einbezogen.

Entscheidend für die Einnahmen aus Hörfunk-Werbung sind die Ergebnisse der Media-Analyse. Diese bildet die Grundlage zur Berechnung der Preise für Hörfunkspots und für die Erlöse aus den Werbekombinationen mit anderen Sendern. Die jüngste Media-Analyse Radio II/2016 bedeutet insofern eine besondere Herausforderung, als sie einen Rückgang der Reichweite im Programm Bremen Vier ausweist – insbesondere in der werberelevanten Zielgruppe 14 – 49 Jahre. Mit einer Programmreform sowie mit Mitteln des Marketings begegnet Radio Bremen dieser Entwicklung.

Weitere Risiken bestehen im Finanzergebnis Radio Bremens: Neben den Erträgen aus Beiträgen, Finanzausgleich und Werbung haben die Finanzerträge für Radio Bremen eine relevante Größenordnung. Die Besonderheit dieser Einnahme-Größe besteht darin, dass diese Erträge von der allgemeinen Entwicklung der Kapitalmärkte abhängen. Negative Ergebnisse am Finanzmarkt schlagen sich unmittelbar in der Ertrags- und Aufwandsrechnung sowie in der Liquiditätssituation nieder. Nach Einschätzung der meisten Experten wird sich die Niedrigzins-Lage am Kapitalmarkt in den kommenden Jahren nicht verbessern, für einige Anlage-Klassen (z.B. Anleihen) eher weiter verschlechtern.

## Personal

---

Die Zahl der Festangestellten wird auch 2017 weiterhin auf dem Niveau der Vorjahre bleiben. Es sind für 2017 insgesamt 210 Planstellen vorgesehen, 2016 waren es 212. Die Zahl der Ein- und Austritte hält sich in etwa die Waage.

Die Resonanz auf Stellenausschreibungen ist nach wie vor gut, so dass Radio Bremen alle Vakanzen qualifiziert besetzen kann. Zugleich hat sich die Abteilung Personal, Honorare und Lizenzen zum Ziel gesetzt, die Darstellung von Radio Bremen als einem attraktiven Arbeitgeber zu optimieren.

Das Durchschnittsalter der Festangestellten liegt weiterhin bei ca. 50 Jahren (der zweithöchste Wert innerhalb der ARD). Für die Besetzung von freien oder perspektivisch freiwerdenden Stellen bei Radio Bremen wird auch zukünftig der im Haus ausgebildete Nachwuchs eine wichtige Rolle spielen. Entsprechende Vorbereitung und Förderung bleiben wichtiger Bestandteil der Personalentwicklung.

Rund ein Drittel der Mitarbeitenden von Radio Bremen arbeitet in Teilzeit. Von den Teilzeitbeschäftigten sind 85 Prozent Frauen. Radio Bremen möchte die überwiegend befristet beantragte Teilzeit auch weiterhin ermöglichen, um somit den Mitarbeitenden eine möglichst gute Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privatleben anbieten zu können. Dabei ist es das Ziel von Radio Bremen, mehr Männer zu ermutigen, in Familien- oder auch in anderen Lebensphasen die Möglichkeit von Teilzeitarbeit zu nutzen.

In diesem Kontext erwartet Radio Bremen eine steigende Nachfrage nach flexiblen Arbeitsmöglichkeiten auch im „Home Office“. Derzeit fragen insbesondere junge Mütter nach dieser Möglichkeit. Eine modernere und flexiblere Arbeitsweise wird bei Radio Bremen dadurch erleichtert, dass – zunächst als befristetes Pilotprojekt – eine Dienstvereinbarung zur alternierenden Telearbeit umgesetzt wird, die mit der Personalvertretung verabredet wurde.

Nach guten Erfahrungen mit einem ersten Redaktionsvolontariat mit einem Tätigkeits-schwerpunkt bei den Inhalten für Social Media-Plattformen will Radio Bremen 2017 erneut einen Volontariatsplatz mit dieser Ausrichtung besetzen.

2016 hat die Arbeitsgruppe „Diversity“ ihre Tätigkeit aufgenommen. Im Fokus steht zunächst eine Analyse, welche Themen aus den vielfältigen Dimensionen von Diversity (Geschlecht, Alter, sexuelle Orientierung, ethnische Herkunft, Behinderung, Religion und Weltanschauung) bei Radio Bremen konkret anzugehen sind. Dazu gehört die Ermittlung des Status Quo, wo das Unternehmen schon heute besonders vielfältig ist oder wo bestehende Aktivitäten gebündelt werden könnten. Dafür bereitet die Gruppe eine Umfrage vor und berät das Direktorium über mögliche Aktivitäten bei Radio Bremen.

Neben den Festangestellten beschäftigte Radio Bremen in 2016 rund 210 arbeitnehmerähnliche Personen. Dies sind freie Mitarbeitende, die regelmäßig und überwiegend für Radio Bremen tätig werden. Für 2017 wird diese Zahl voraussichtlich auf diesem Niveau bleiben.

Bei den Beteiligungsunternehmen werden für 2017 insgesamt 236 Planstellen geplant, 211 in der Bremedia Produktion GmbH und 35 in der Radio Bremen Media GmbH. Durch eine für Anfang 2017 geplante Überleitung des Bereichs Gebäudemanagements von der Bremedia Produktion GmbH in die Radio Bremen Media GmbH werden sich die Personalbestände entsprechend verändern.

### Personalentwicklung

In den vergangenen Jahren standen die Führungskräfte von Radio Bremen im Vordergrund der Maßnahmen zur Personalentwicklung. Neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung des begonnenen Führungskräfteprogramms sollen nun verstärkt auch andere Schwerpunkte gesetzt werden.

Für 2017 planen Personalabteilung und Programmdirektion gemeinsam Angebote für Reporterinnen und Reporter sowie für Assistenzen, Sekretärinnen und Sekretäre.

Die Förderung und Entwicklung für Mitarbeitende im Bereich der Assistenzen und Sekretariate wird als bedarfsorientiertes Programm angeboten, in dessen Vordergrund ergänzende Qualifizierungen

---

sowie die Förderung des Austauschs untereinander stehen. Der Personalabteilung ist es dabei wichtig, diese Maßnahmen so zielgenau wie möglich auf die einzelnen Personen zuzuschneiden.

Das Qualifizierungsprogramm für Reporterinnen und Reporter wird bedarfsgerecht mit der Programmdirektion entwickelt. Ziel ist es, das vorhandene Qualitätsniveau noch weiter zu steigern und zu vereinheitlichen. Zugleich werden die Kompetenzen erweitert, die im Zusammenhang medienübergreifender Berichterstattung und zukünftiger Produktionsweisen benötigt werden.

Das Programm für Führungskräfte wird 2017 u.a. mit dem jährlichen Tages-Workshop „Führung“ fortgesetzt. Im kommenden Jahr wird er zum Thema „Gesundes Führen/Vitale Selbstführung“ stattfinden. Ziel ist es, zum einen die Vorgesetzten selbst zu unterstützen und zum anderen mit ihnen Wege und Möglichkeiten zu erarbeiten, wie sie auch die gesunde Entwicklung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern können. An dem Workshop-Tag nehmen die Mitglieder des gesetzlichen Direktoriums sowie sämtliche Führungskräfte teil.

Zusätzlich wird Radio Bremen im Jahr 2017 eine Gruppe interessierter Führungskräfte in der Methode „kollegiale Beratung“ ausbilden. Das Ziel ist, dass sich Führungskräfte gegenseitig methodisch strukturiert und auf Augenhöhe beraten können. Dadurch wird die Führungskompetenz im Haus insgesamt gestärkt, indem das Angebot externer Beratung durch internes Erfahrungswissen ergänzt wird.

Gemeinsam mit der Programmdirektion hat die Abteilung Personal, Honorare und Lizenzen bereits 2016 regelmäßige „Perspektivgespräche“ für arbeitnehmerähnliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verabredet und dazu ein standardisiertes Gesprächsprotokoll entwickelt. Diese Gespräche folgen dabei dem Modell der bewährten Mitarbeitendengespräche mit Festangestellten. Für beide Seiten – die Führungskräfte und die Mitarbeitenden – soll durch diese Gespräche eine größere Verlässlichkeit in der Zusammenarbeit erreicht werden, ein verbessertes, strukturiertes Feedback und transparentere Zukunftsperspektiven.

Radio Bremen ermöglicht über das Portal „SharePoint“ den digitalen Austausch und gemeinsames Bearbeiten von elektronischen Dokumenten. Dafür wird die Personalabteilung vermehrt Schulungen anbieten, um die Nutzung im Haus weiter zu etablieren.

Die Ende 2016 mit vier Teilnehmerinnen abgeschlossene Pilotphase eines einjährigen Mentoring-Programmes zur Förderung und Identifikation von weiblichem Führungskräftepotential wird jetzt durch die Direktion für Unternehmensentwicklung und Betrieb evaluiert. Danach wird das Direktorium über eine Fortsetzung beraten. Mehr Geschlechtergerechtigkeit und Vielfalt auf allen Führungsebenen von Radio Bremen zu schaffen, bleibt eine bestehende Herausforderung.

## **Tarifverträge**

Der aktuelle Gehaltstarifvertrag kann zum 30. September 2017 gekündigt werden, so dass für 2017 entsprechende Tarifverhandlungen erwartet werden. In diesem Zusammenhang stehen auch wieder Aktualisierungen und Überarbeitungen des Manteltarifvertrages an.

Die Geschäftsleitung von Radio Bremen und die Gewerkschaften ver.di und DJV haben 2016 einen eigenen Tarifvertrag für das crossmediale Angebot Bremen NEXT abgeschlossen. Damit wird die Vergütung für arbeitnehmerähnliche Mitarbeitende geregelt, die bei Beginn der Tätigkeit für Bremen NEXT noch keine journalistische oder vergleichbare Ausbildung haben. Für diese Mitarbeitenden ist das Honorar nach der Dauer der Tätigkeit für Bremen NEXT gestaffelt. Der Tarifvertrag gilt seit dem 1. August 2016 und kann erstmals 2018 gekündigt werden.

---

## **Beruf, Familie und Gesundheit**

Die Aktivitäten der Arbeitsgruppe „Beruf und Familie“ hat die Personalabteilung vorerst zurückgestellt. Sie wird die inhaltliche Ausrichtung dieser Arbeitsgruppe überprüfen, nachdem der Arbeitskreis „Gesundheit“ sich konsolidiert hat. Ziel ist eine Abstimmung der Themenfelder zwischen beiden Arbeitsgruppen.

Der Arbeitskreis Gesundheit ist reorganisiert worden und hat seine Arbeit wieder aufgenommen. Es geht jetzt darum, den Bedarf an gesundheitsfördernden Angeboten für die Beschäftigten zu ermitteln. Vorrangig wird die Gruppe valide Kennzahlen erheben, aus denen sich Auffälligkeiten und Prioritäten bei der Gesundheit der Mitarbeitenden ablesen lassen. Anschließend wird es darum gehen, geeignete Maßnahmen zu konzipieren. Der AK Gesundheit wird dabei weiterhin eng auch mit dem Arbeitsschutzausschuss zusammenarbeiten.

Die Medientechnik im Funkhaus von Radio Bremen befindet sich – seit der offiziellen Abnahme des Neubauprojektes Medientechnik im Januar 2009 – im mittlerweile achten Jahr des Dauerbetriebes. Wegen des generellen Zyklus der sich stetig wandelnden IT-Technik befindet sich Radio Bremen mitten in umfangreichen technischen Erneuerungsprozessen. Die technischen Planungen der kommenden Jahre sind zum einen an diesen notwendigen Erneuerungen orientiert, zum anderen wird Radio Bremen kontinuierlich daran arbeiten, die Vernetzung der Ausspielwege Fernsehen, Hörfunk und Online weiter zu optimieren.

### **Erneuerung TV-Komplex (TVK)**

Gemäß den Absprachen mit den anderen Landesrundfunkanstalten hat Radio Bremen bereits in den vergangenen Jahren technische Einrichtungen installiert, um Fernsehbeiträge in HD an die ARD übermitteln zu können. Zusätzlich ist es erforderlich, die eigentliche TV-Produktion des Senders diesem technischen Standard anzupassen, also durchgängig eigene HD-Produktionen zu ermöglichen. Im Kern betrifft dies die aktuelle regionale Fernsehberichterstattung von „buten un binnen“.

Aufbauend auf eine Evaluierungsphase wurde Ende 2015 mit dem Projekt „Erneuerung TV-Komplex (TVK)“ begonnen – geleitet von der Koordination Technik und eng abgestimmt sowohl mit der Bremedia Produktion GmbH als auch mit der Redaktion. Die Projektgruppe ist derzeit mit der konkreten Planungs- und Ausschreibungsphase befasst. Der Fokus liegt neben dem HD-Ausbau in Studio und Regie auf den Themenfeldern Redaktionsablaufsystem, Regieautomation und Robotik. Die neuen technischen Komponenten ermöglichen es, den Fernseh-Produktionsbetrieb nicht nur in besserer Bildqualität, sondern auch kostensparend mit weniger Personal und mit einem neuen Studiodesign zu realisieren. Das Projekt hat eine geplante Laufzeit bis Ende 2018.

### **Optimierung des Redaktionssystems**

Radio Bremen entwickelt das medienübergreifende Arbeiten kontinuierlich weiter und wird daher mittelfristig auch das Redaktionssystem erneuern. Für den Bereich des Fernsehens wird dieser Schritt bereits innerhalb des Projekts TVK mit dem Einsatz eines neuen Redaktionsablaufsystems vorbereitet. Dessen Realisierung ist für Ende 2018 geplant. Anschließend ist das neue Tool zu etablieren und zu evaluieren. Danach wird Radio Bremen prüfen, welche Konsequenzen und Möglichkeiten sich daraus in Bezug auf ein medienübergreifendes Redaktionssystem für die – schon heute mitgedachten – Bereiche Hörfunk und Online im Detail ergeben.

### **Digitales Antennenfernsehen (DVB-T2)**

Bei ARD und ZDF laufen die Planungen für die Umstellung von DVB-T auf DVB-T2: Bei dem Vorhaben wird innerhalb kürzester Zeit deutschlandweit die gesamte terrestrische TV-Programmverbreitung umgestellt. Vorteile sind vor allem eine größere Programmvierfalt und bessere Bildqualität. Für Radio Bremen ist das terrestrische Fernsehen ein wichtiger Ausspielweg, denn rund ein Viertel der Haushalte im Sendegebiet nutzt diese Technik. Nachdem umfangreiche Abstimmungen im Bereich der EU-Frequenzkoordination und bei der Beschaffung und Installationen der Sendertechnik bereits erfolgt sind, wird Anfang 2017 mit der Umstellung selbst begonnen. Radio Bremen ist in die Planungen der ARD eng eingebunden und wird entsprechend in der Region die Umstellung im Frühjahr 2017 realisieren.

### **Digitalradio**

Radio Bremen betreibt Digitalradio sehr erfolgreich seit Anfang 2012. In Abstimmung mit der ARD und nach einer Evaluierung der KEF können demnächst weitere Investitionen getätigt werden. Den weiteren Ausbau für die Versorgung von Bremerhaven plant Radio Bremen für das erste Quartal 2017. Im Rahmen des weiteren Ausbaus ist außerdem eine Leistungserhöhung im Raum Bremen vorgesehen.

---

## **Erneuerung der Hörfunkbereiche**

Unabhängig von der Optimierung des Redaktionssystems stehen auch für die klassischen Hörfunkbereiche (Hauptschallraum, Sendestudios, zentrale Steuerungssysteme) grundlegende technische Erneuerungen an. Sobald die technischen Aufgaben im Zuge des neuen Angebots Bremen NEXT abgeschlossen sind, startet hierzu eine Arbeitsgruppe. Die Umsetzung der Erneuerungen ist für 2017 und 2018 geplant.

## **Netzwerk**

Das vorhandene Netzwerk für den elektronischen Informations- und Datenaustausch mit seinen aktiven Komponenten ist – wie die gesamte andere Technik – bereits seit dem Umzug 2007 in Betrieb und entspricht daher nicht mehr dem aktuellen Stand. Aus diesem Grund hat die Koordination Technik gemeinsam mit der Bremedia Produktion GmbH ein Projekt zur Erneuerung des Netzwerks gestartet. Die Netzwerkerneuerung soll im Frühjahr 2017 abgeschlossen werden.

## **Strategiegruppe**

Medientechnik verändert sich zurzeit in einem hohen Tempo und erfordert fortlaufend strategische Entscheidungen. In der gemeinsamen Strategie-Gruppe von Radio Bremen und der Bremedia Produktion GmbH sollen Trends und Marktentwicklungen diskutiert sowie Potential für Anwendung und Berücksichtigung bei bzw. für Radio Bremen gesucht werden. Vor allem Fragen der zukünftigen Distribution der Programme und Inhalte sowie Veränderungen innerhalb der Produktion sind dabei im Fokus.

## **Sicherheit der Informationstechnik**

Für eine öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt ist die Erfüllung ihrer staatsvertraglichen Aufgaben ohne den vielfältigen Einsatz von Informationstechnik (IT) nicht mehr denkbar. Verfügbarkeit, Vertraulichkeit und Integrität der digitalen Informationen sind dabei ebenso von essentieller Bedeutung wie ein abgestimmtes Handeln in Fragen der Informationssicherheit. Die Unternehmensgruppe Radio Bremen hat eine kontinuierliche „Arbeitsgruppe IT-Sicherheit“ etabliert, um gemeinsam und firmenübergreifend mit den sich ständig wandelnden Herausforderungen dauerhaft angemessen umgehen zu können. Die Gruppe behandelt in erster Linie datenschutzrechtliche und IT-sicherheitstechnische Fragen und reflektiert mögliche Auswirkungen auf Radio Bremen und seine Tochterunternehmen. Herausforderungen und Themen ergeben sich aus dem täglichen Regelbetrieb, aus der Installation und Nutzung von technischen Hard- und Softwarekomponenten sowie aus externen Bedrohungen und Angriffen durch Schadsoftware, zum Beispiel Trojaner und Viren.

## Kommunikation

---

Eine der Voraussetzungen für die Bindung an Radio Bremen ist eine sich an den Bedürfnissen der einzelnen Zielgruppen orientierte Kommunikation. Das gilt für die Kommunikation nach außen, aber auch innerhalb des Unternehmens bzw. der Unternehmensgruppe.

Die Wahl der richtigen Kommunikationskanäle und -maßnahmen und das Übermitteln verständlicher Botschaften gehören zu den Aufgaben des Kommunikationsbereichs bei Radio Bremen. Dabei geht es insgesamt darum, Interesse für das vielfältige Programmangebot von Radio Bremen zu wecken und über das Unternehmen zu informieren sowie die Vorteile des öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems herauszustellen. Aber auch bevorstehende Veränderungen müssen verständlich kommuniziert werden, damit es sowohl dem Publikum als auch allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern möglich ist, sich ein transparentes Bild von Radio Bremen zu machen.

Dem häufig formulierten Wunsch nach mehr Transparenz im öffentlich-rechtlichen Rundfunk kommt Radio Bremen in Abstimmung mit anderen ARD-Anstalten durch vielfältige Veröffentlichungen im Internet nach.

Wesentliche Aufgaben der Kommunikationsbereiche für 2017:

- Die ausführliche Information des Publikums über die vielfältigen Programmangebote von Radio Bremen ist die Hauptaufgabe des Bereichs Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Im Mittelpunkt der Kommunikation stehen 2017 die beiden Bremer „Tatorte“ „Nachtsicht“ (AT) und „Die Frau in Rot“ (AT). Auch über die weitere Staffel des Doku-Formats „Unter deutschen Dächern“ wird das interessierte Publikum zu informieren sein. Eine umfangreiche kommunikative Begleitung erfordert 2017 insbesondere der geplante Relaunch der Onlineseiten verbunden mit dem Aufbau des neuen regionalen Infoportals „butenunbinnen.de“. Wenn schließlich die

für 2017 geplanten Feinjustierungen des Nordwestradios spruchreif sind, gilt es die Neuerungen der Presse und dem Publikum vorzustellen. Besondere Anstrengungen, aber auch große Chancen, sich der Öffentlichkeit zu präsentieren, bietet zudem der für September geplante Tag der offenen Tür aus Anlass „10 Jahre Radio Bremen Neu“.

- Zu den Hauptaufgaben in der internen Kommunikation gehört die Information der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Radio Bremen und der Tochterunternehmen über Veränderungen sowohl bei Radio Bremen als auch in der ARD. Dabei ist das Intranet weiterhin ein zentrales Informationsmittel- und Kommunikationsmittel. Doch auch Veranstaltungen wie Funkhausgespräche, Fach-Vorträge, Quartalsgespräche mit Führungskräften, Formate wie das „Future Frühstück“ und regelmäßige Redaktionsbesuche des Intendanten sind wichtige Foren, um über Themen, die für Radio Bremen von Bedeutung sind, ins Gespräch zu kommen. Es bleibt das Ziel der Leitung von Radio Bremen, den Dialog im Unternehmen zu fördern. Neben dem direkten Austausch bei Veranstaltungen dienen auch die Kommentarfunktion im Intranet sowie die Sozialen Medien – z.B. Facebook – diesem Ziel. Inhaltlich wird 2017 weiterhin der Medienwandel und die daraus resultierenden Folgen für Radio Bremen ein Schwerpunkt der internen Kommunikation sein. Aber auch die Diskussion über eine Veränderung von Auftrag und Strukturen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wird ein wichtiges Thema mit Informations- und Diskussionsbedarf werden.

## Radio Bremen Media GmbH

---

Die Radio Bremen Media GmbH bündelt als 100-prozentige Tochter Radio Bremens Dienstleistungen in den Geschäftsbereichen

- Werbung/Marketing
- Vermietung Technik/Gebäude und
- Services.

Sie hat die Aufgabe, durch effektive Vermarktung und kostengünstige Dienstleistungen für Radio Bremen das Finanzergebnis der Muttergesellschaft zu entlasten.

### **Geschäftsbereich Werbung / Marketing**

Die Vermarktung der Werbezeiten in Funk und Fernsehen ist die für das Finanzergebnis der Radio Bremen Media GmbH wesentliche Aufgabe. Dieses Geschäftsfeld ist sowohl von konjunkturellen Rahmenbedingungen als auch von den Reichweiten der werbetragenden Programme abhängig.

Der Gesamt-Werbemarkt ist im Zeitraum Januar – August 2016 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 5,4 Prozent gewachsen (Bruttoumsätze nach Nielsen Media Research).

Der Fernsehbereich weist im Zeitraum Januar – August 2016 ein Plus von 7,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf. Die Vermarktung des Ersten entwickelt sich im Vorjahresvergleich mit einem Plus von 13,9 Prozent (inkl. Sponsoring) positiv. Wesentlicher Faktor hierfür ist die erfolgreiche Vermarktung der Fußball-Europameisterschaft. Die Radio Bremen Media GmbH ist mit einem Erlös- und Kostenanteil von 0,75 Prozent an diesen nationalen Umsätzen beteiligt.

Die Radiowerbung verzeichnet bundesweit im Zeitraum Januar – August 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Plus von 8,2 Prozent. Die Vermarktung von nationalen und teilnationalen Werbekombinationen der öffentlich-rechtlichen werbetragenden Programme sowie einzelner Privatradios ist bei der ARD/AS&S-Radio GmbH gebündelt. Ihr Umsatz ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,3 Prozent gesunken.

Mit dem Vermarktungsjahr 2017 werden Radio FFN und Energy Bremen als Mandanten der AS&S beitreten. Dadurch wird sich die Vermarktungsstrategie der AS&S für den Norden und auch für Bremen verändern. Mit neuen bzw. veränderten Werbeangeboten sollen vor allem Buchungen aus dem nationalen Markt gesteigert werden.

Welchen Anteil aus den Erlösen der nationalen bzw. teilnationalen Werbekombination die werbetragenden Programme von Radio Bremen erzielen, ergibt sich aus den Reichweiten, also den erreichten Hörerinnen und Hörern pro Stunde. Basis der Preis- und Umsatzentwicklung 2016 waren die Ergebnisse der Media-Analyse Radio II/2015. Die Programme Bremen Eins und Bremen Vier konnten ihre Reichweiten 2015 im Vergleich zu 2014 steigern, so dass sich für das Geschäftsjahr 2016 eine Steigerung der Hörfunkumsätze gegenüber dem Vorjahr abzeichnet.

Die beiden Media-Analysen des Jahres 2016 (MA Radio I/2016 und II/2016) zeigen jedoch für Bremen Vier einen negativen Verlauf bei den für den Werbemarkt relevanten Werten „Hörer pro Stunde“, während Bremen Eins seine Reichweite halten konnte. Da der größere Anteil der Werbeumsätze über Bremen Vier erwirtschaftet wird, ist für 2017 mit sinkenden Werbeeinnahmen zu rechnen.

Seit 2011 ist für die regionale Vermarktung der Programme Bremen Eins, Bremen Vier und NDR2 die ndr sales & services GmbH zuständig, eine gemeinsame Tochter von NDR Media GmbH und Radio Bremen Media GmbH. Auch 2015 konnte die ndr sales & services GmbH das Geschäftsjahr mit einem positiven Ergebnis abschließen und hat sich inzwischen im regionalen Markt als maßgeblicher Anbieter öffentlich-rechtlicher Werbezeiten etabliert.

Mit dem Start des linearen Radioprogramms Bremen NEXT auf UKW wurde auch dieses Angebot in das Vermarktungsportfolio der Radio Bremen Media GmbH bzw. der ndr sales & services GmbH aufgenommen.

---

## Marketing

Die Steuerung und Durchführung des Programm-Marketings, der Eventplanung und von marktrelevanten Projekten für Radio Bremen ist seit 2011 bei der Radio Bremen Media GmbH gebündelt. Diese plant und koordiniert die öffentliche Auftritte der Radio Bremen-Programme auf Konzerten, Messen, Volksfesten und Festivals (z.B. Sechs-Tage-Rennen, Breminale, Hurricane-Festival). Darüber hinaus werden alle Werbekampagnen und Marketingaktionen für die verschiedenen Programme und Angebote des Hauses in der Radio Bremen Media GmbH organisiert. Schwerpunkte für 2017 werden das neue Angebot Bremen NEXT sowie der erneuerte Online-Auftritt „butenunbinnen.de“ sein.

Die Radio Bremen Media GmbH unterstützt schließlich die Forschung und die Programmplanung bei Radio Bremen in Fragen der Positionierung und Marktanalyse.

## Geschäftsbereich Vermietung Technik / Gebäude

Die Radio Bremen Media GmbH beschafft nach Maßgabe der konzernweiten Investitionsplanung die rundfunkspezifische Technik sowie die Daten- und Kommunikationstechnik für die gesamte Unternehmensgruppe Radio Bremen. Die Radio Bremen Media GmbH investiert in diesem Segment und vermietet die jeweiligen Betriebsmittel an Radio Bremen sowie an die Bremedia Produktion GmbH. Diese Investitionen sind ausschließlich durch die Anforderungen der Kunden vorgegeben.

Darüber hinaus vermietet die Radio Bremen Media GmbH Flächen des Medienstandortes Stephani-Viertel an die Gesellschaften der Unternehmensgruppe Radio Bremen und – zu einem kleineren Teil – auch an Dritte. Benötigte Flächen, die sich nicht im Eigentum der Unternehmensgruppe befinden, werden durch die Radio Bremen Media GmbH angemietet.

## Geschäftsbereich Services

Der Geschäftsbereich Services umfasst die Leistungsbereiche Gebäudemanagement (Post, Lager, Hausverwaltung, Hausmeisterei und Versorgungstechnik) sowie das Rechnungswesen (Finanzbuchhaltung, Controlling) mit angrenzenden Aufgaben. Dieser Geschäftsbereich fungiert als Dienstleister für Dritte und als Shared Service Center für die Unternehmensgruppe Radio Bremen. Es ist geplant, diesen Geschäftsbereich in die Bremedia Produktion GmbH überzuleiten, um dort alle Shared Service Center der Unternehmensgruppe von Radio Bremen zusammenzuführen.

**Radio Bremen**

Diepenau 10  
28195 Bremen

Tel. (0421) 24 60  
Fax (0421) 24 64 12 00  
[www.radiobremen.de](http://www.radiobremen.de)

Gestaltung:  
cmgrafix communication media

November 2016

# Impressum