



Entwicklungsbericht 2023

Einleitung

Angebote für alle zu schaffen, ist der Kern der öffentlich-rechtlichen Arbeit – gerade in Zeiten von Krisen, Verunsicherung und fragmentierten Teilöffentlichkeiten. Angesichts der aktuellen Umbrüche in der Arbeitswelt, beim Klima und in der politischen globalen Landschaft muss sich Radio Bremen diesem Auftrag stellen: mit seinen regionalen Angeboten, mit seinen Beiträgen zum ARD-Programm sowie in seiner strukturellen Entwicklung im Jahr 2023. Die größte Herausforderung bleibt dabei, im Interesse des Gemeinwohls weiter ein qualitativ hochwertiges Programm und Plattformen für den demokratischen Austausch zu bieten und zugleich stärker einen digitalen Marktplatz für verlässliche Informationsvermittlung und gesellschaftlichen Austausch zu schaffen.

So mahnt der Philosoph Jürgen Habermas in seiner jüngsten Schrift: „Ein demokratisches System nimmt im Ganzen Schaden, wenn die Infrastruktur der Öffentlichkeit die Aufmerksamkeit der Bürger nicht mehr auf die relevanten und entscheidungsbedürftigen Themen lenken und die Ausbildung konkurrierender öffentlicher und das heißt: qualitativ gefilterter Meinungen nicht mehr gewährleisten kann.“¹

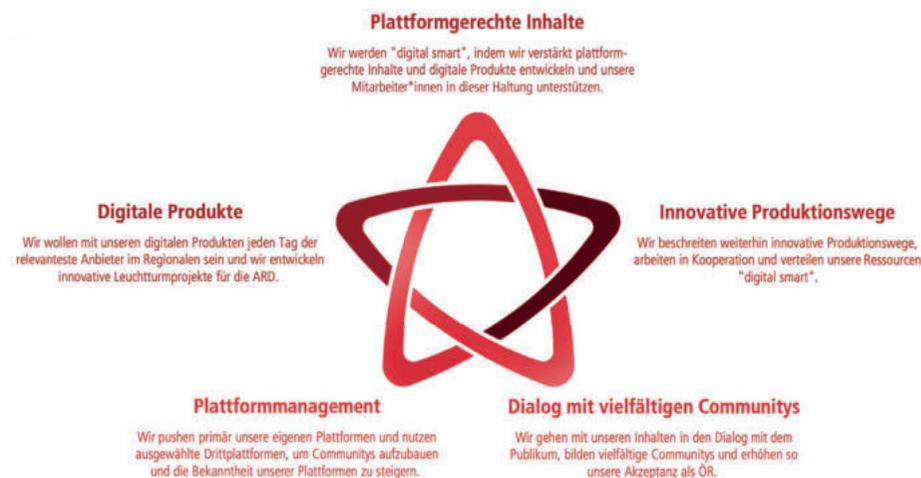
Die digitale Transformation und die sich verändernde Mediennutzung lösen die Grenzziehungen und Handlungsfelder aus der Zeit des klassischen Fernsehens und Radios zunehmend auf. Entsprechende Schlagworte – Crossmedialität, Vernetzung, Dialog – haben die Arbeitsprozesse und die Angebote von Radio Bremen bereits verändert und müssen in einem dynamischen Mediumfeld immer wieder neu definiert, neu priorisiert werden.

Medienforscher:innen gehen aktuell davon aus, dass 2030 die Videonutzung ungefähr zu gleichen Teilen linear und non-linear stattfinden wird. Das heißt, Zuschauer:innen unter 50 Jahren werden in wenigen Jahren kaum mehr für lineare Angebote zu erreichen sein. Angesichts der kurzen Zeitspanne bis zu diesem Kipppunkt müssen wir die digitale Transformation bei Radio Bremen

sowie in der ARD entschieden weiter vorantreiben. Dabei gilt es, die Bedürfnisse der klassischen Mediennutzer:innen nicht aus dem Blick zu lassen und dennoch Mittel so umzuschichten, dass mit den zur Verfügung stehenden Budgets Angebote für alle gemacht werden können. Den Anforderungen an das öffentlich-rechtliche System, die sich aus diesen gesellschaftlichen Veränderungen und der Dynamik der Mediennutzung ergeben, trägt auch der dritte Medienänderungsstaatsvertrag Rechnung.

In diesem Zusammenhang ist der vorliegende Entwicklungsbericht neu aufgebaut. Er bildet nicht mehr die Pläne der einzelnen Angebote und Abteilungen von Radio Bremen ab, sondern strukturiert zentrale Prozesse und Projekte in Form von acht wesentlichen Entwicklungszielen des gesamten Hauses. Im Zentrum der Ziele für 2023 stehen jeweils die Nutzer:innen in Bremen und umzu, wobei dies auch den Blick auf die ARD und alle damit verbundenen Ausspielwege umfasst.

Die Ziele stehen in engem Zusammenhang mit der Radio Bremen Strategie 2021–2024, die wir im letzten Entwicklungsbericht präsentiert haben, und der Digitalstrategie, die das Digitalboard 2022 entwickelt hat.

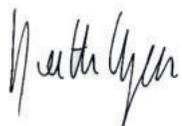


Digitale Transformationsfragen prägen die Entwicklung Radio Bremens in allen Bereichen. Es gilt dabei auch, unsere Stärken klug zu nutzen. Der öffentlich-rechtliche Auftrag, der Fokus auf das Regionale, der Dialog mit dem Publikum und das sparsame Wirtschaften, das fest in der Radio Bremen-DNA verankert ist, müssen in Anbetracht zweier entscheidender Faktoren realisiert werden: Zum einen müssen sowohl die lineare als auch die non-lineare Medienwelt bespielt werden, zum anderen verbringen immer mehr Nutzer:innen einen großen Teil ihrer Zeit im Ökosystem globaler Plattformen. So ist beispielsweise die Berichterstattung über die Bürgerschaftswahl 2023 eine kanalübergreifende Herausforderung, der wir mit hoher Professionalität und Erfahrung sowie mit innovativen Ideen begegnen, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Die Vielfalt unserer Online-Kommunikationsräume wiederum ermöglicht es uns, rund um die Bürgerschaftswahl Zielgruppen passgenau anzusprechen.

Neben den inhaltlichen, qualitativen und innovativen Schwerpunkten des Programms zählen auch strukturelle Ziele bei der Personalgewinnung, die Weiterentwicklung der Radio Bremen Kultur, wichtige technologische Projekte und Nachhaltigkeitskonzepte zu den Entwicklungszielen für 2023. Ihnen allen ist gemein, dass sie keinen Selbstzweck des Unternehmens Radio Bremen darstellen, sondern letztlich dem Ziel der gesellschaftlichen Verantwortung, der Zukunftsfähigkeit des Senders und damit dem Interesse der Allgemeinheit dienen sollen. Dazu gehört auch, den Prozess fortzusetzen, den wir 2022 über Fragen der Compliancestruktur, der Unternehmenskultur sowie zur Aufsicht begonnen haben – in engem und konstruktivem Austausch mit Rundfunkrat und Verwaltungsrat.

Schließlich wird übergeordnet auf ARD- und medienpolitischer Ebene die Anmeldung für den 24. KEF-Bericht großen Raum einnehmen. Denn von einer bedarfsgerechten Finanzierung hängt auch ab, ob wir den Weg der digitalen Transformation erfolgreich fortsetzen und, auftragsgemäß finanziert, weiter im Interesse des Gemeinwohls arbeiten können.

Viel Freude beim Lesen wünscht



Dr. Yvette Gerner
Intendantin



Ziele im Überblick

1

Jeden Tag relevantester Rundfunkanbieter im Regionalen sein

Wir verfolgen den Anspruch, jeden Tag mit qualitativ hochwertigen Angeboten der relevanteste Anbieter im Regionalen zu sein. 2023 planen wir unterschiedliche Programmhilights von der Bürgerschaftswahl bis hin zu verschiedenen Schwerpunkten in den Bereichen Gesellschaft, Wirtschaft, Sport und Klima sowie einer umfangreichen Kulturberichterstattung.

2

Mit qualitativvollen Programmangeboten Leuchttürme schaffen

Wir entwickeln Leuchtturmprojekte für die ARD, die auch über die Region hinaus strahlen und Perspektivzielgruppen erreichen. Es ist Teil der Radio Bremen-DNA, unser Programm in gewohnter Qualität immer wieder neu, innovativ und anders zu denken.

3

Unternehmenskultur an neue Arbeitswelten anpassen

Wir werden die Smart-Work-Projekte fortführen, die wir bereits angestoßen haben, und dabei die Kommunikation gegenüber den Mitarbeiter:innen und den Gremien als wichtigen Baustein für die Akzeptanz des Veränderungsprozesses weiter transparent machen.

4

Technische Innovationen für das moderne Funkhaus vorantreiben

Wir schaffen das moderne Funkhaus der Zukunft. Den technischen Umbau gestalten wir aktiv, sowohl in Hinblick auf innovative, schlanke Produktionswege als auch vor dem Hintergrund von veränderten Arbeitsweisen nach Corona und der Möglichkeit von mobiler Arbeit.

Nachhaltigkeit und Energieeffizienz fördern

Radio Bremen und die Bremedia haben das gemeinsame Ziel, klimaneutral zu werden und verfolgen eine gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie. Das Netzwerk „Nachhaltigkeit“ ist die zentrale Anlaufstelle für die Nachhaltigkeitsaktivitäten innerhalb der Unternehmensfamilie. Wir leben Nachhaltigkeit auch im ARD-Verbund.

5

Dialogangebote und Partnerschaften stärken

Radio Bremen versteht sich nicht nur als Sender, sondern auch als Empfänger. Wir sind gut vernetzt mit den Menschen im Land, mit Vereinen, Institutionen und der Kulturszene. Unsere Dialogangebote wollen wir weiter stärken. Als öffentlich-rechtlicher Sender sind wir bestrebt, demokratische Grundwerte zu fördern und Filterblasen aufzubrechen.

6

Vielfalt im Sender und im Programm ausbauen

Organisation und Programme von Radio Bremen sind so vielfältig wie das Land. Wir verstehen Vielfalt als eine ganzheitliche Aufgabe aller Mitarbeiter:innen, die von der Geschäftsleitung durch gezielte Maßnahmen regelmäßig gefördert und unterstützt wird.

7

Sparsam wirtschaften – Finanzbedarf langfristig decken

Wir wirtschaften sparsam und streben zum Ende der Beitragsperiode 2024 einen ausgeglichenen Haushalt an. Alle neuen technologischen Möglichkeiten sollen immer auch unter dem Gesichtspunkt der Kostenreduktion betrachtet werden. Mit anderen ARD-Anstalten werden wir über weitere Kooperationsmöglichkeiten und Strukturmaßnahmen auch mit Blick auf den digitalen Wandel sprechen.

8



Jeden Tag relevantester Rundfunkanbieter im Regionalen sein

Wir verfolgen den Anspruch, jeden Tag mit qualitativ hochwertigen Angeboten der relevanteste Anbieter im Regionalen zu sein. 2023 planen wir unterschiedliche Programmhilights von der Bürgerschaftswahl bis hin zu verschiedenen Schwerpunkten in den Bereichen Gesellschaft, Wirtschaft, Sport und Klima sowie einer umfangreichen Kulturberichterstattung.



Es ist Teil unseres gesetzlichen Auftrags, den Menschen in Bremen und Bremerhaven einen umfassenden Überblick über regionale Geschehnisse insbesondere in politischer, gesellschaftlicher, kultureller und wissenschaftlicher Hinsicht zu geben. Diesem Auftrag kommt Radio Bremen durch zeitgemäße Qualitätsangebote nach, die die Menschen auf den Kanälen erreichen, wo sie unterwegs sind. 2023 werden wir weiter daran arbeiten, die neuen Ausspielwege zu bedienen und als trimediales Medienhaus die bestehenden Kanäle – Hörfunk, Online, Fernsehen – miteinander zu verschränken.

Ausgewogene, informative und publikumsnahe Politikberichterstattung – Programmschwerpunkt zur Bürgerschaftswahl

Programmprägend wird ab Jahresbeginn die Berichterstattung im Vorfeld der Wahl zur 21. Bremischen Bürgerschaft sein. Die Bürgerschaftswahl findet am 14. Mai 2023 statt. Die Koordination der Programmvorhaben steuert die Chefredaktion. Durch die zentrale Steuerung werden sowohl auf der Arbeitsebene als auch inhaltlich Synergien zwischen den Programmen und den verschiedenen Ausspielwegen sichergestellt.

Die gemeinsame und konsequent crossmediale Planung der Inhalte wird ab März durch die Einführung von OpenMedia als Redaktionssystem erfolgen – das System wird dann auch im Hörfunk genutzt und steht damit allen Mediengattungen im Hause zur Verfügung (siehe auch Ziel 4).

Die Inhalte werden themengetrieben ausgewählt und vielfach aus der Perspektive des Publikums erzählt. Das Credo: Weniger Masse, mehr Klasse. Parallel zum klassischen journalistischen Repertoire der Wahlberichterstattung (Wie funktioniert das? Wer tritt da an?) setzen wir auf thematische Leuchttürme, die formatgerecht und zielgruppenorientiert zur politischen Meinungsbildung beitragen sollen.

Neben der intensiven Nutzung der Meinungsmelder-Befragungen werden in der Vorbereitungsphase eine regionalen Infratest-Befragung sowie möglichst viele weitere dialogische Formate geprüft. Radio Bremen wird zudem auch Inhalte für Menschen mit Beeinträchtigungen anbieten. So ist auf butenunbinnen.de unter anderem ein Angebot in „Leichter Sprache“ rund um die Bürgerschaftswahl geplant.

Darüber hinaus wird die Online-Berichterstattung mit interaktiven Tools und Dashboards anschaulich aufbereitet. Ziel ist es, Informationen und Wissen rund um die Wahl zeitgemäß und auch für jüngere Zielgruppen zu vermitteln und damit eine Orientierung zu ermöglichen.

Die vier Hörfunkwellen Radio Bremens werden die Bürgerschaftswahl mit einem vielfältigen Programmangebot begleiten, hierbei nah an den Menschen sein und den Wahlkampf auch kritisch hinterfragen. Bremen Zwei plant beispielsweise eine eigene Wahlsendung am Sonntagabend und Bremen Eins tourt über einen Zeitraum von zwei Wochen mit dem neuen Dialogmobil durch zufällig ausgewählte und unterschiedlich verteilte Stadtteile. Die Redaktion lässt dabei Menschen zu Wort kommen, die sonst eher selten im Radio zu hören sind.

Am Wahlabend werden wir über alle Ausspielwege hinweg die aktuellen Trends abbilden, Stimmen einholen und Entwicklungen und Hintergründe einordnen. Dazu werden wir sowohl in der Bremischen Bürgerschaft als auch bei den einzelnen Wahlpartys vertreten sein. Die Berichterstattung endet nicht mit dem Wahlabend, sondern umfasst nachträgliche Analysen, Reaktionen bis hin zu Informationen über mögliche Koalitionsverhandlungen und schließlich der konkreten Regierungsbildung.

Weiterentwicklung der Nachrichtenangebote – Themen näher am Publikum formulieren

Bremen Eins und die Fachredaktion Nachrichten wollen gemeinsam die Weiterentwicklung der Nachrichtenangebote fortsetzen. Ziel ist es, die Regionalität innerhalb der Angebote weiter voranzutreiben und Themen näher am Publikum zu formulieren. Sowohl die Nachrichtensendungen als auch die Rundschau sollen inhaltlich und sprachlich weiterentwickelt werden. Außerdem ist geplant, „buten un binnen KOMPAKT“ aus den Halbnachrichten und der Rundschau der Frühsendung auch in die Sendungen der Tagstrecke zu überführen. Wir haben dieses Element bereits 2022 eingeführt.

Kultur im Regionalen abbilden und unterstützen

Bremen Zwei wird auch 2023 die große Vielfalt des kulturellen Lebens der Region abbilden. So steht das 30-jährige Jubiläum der Deutschen Kammerphilharmonie Bremen an. Auch große Festivals wie das Musikfest Bremen und die Literaturfestivals „Poetry on the Road“ und die „Globale“ werden von Bremen Zwei journalistisch begleitet. Das Programm berichtet über die Events und sendet viele der Konzerte und Lesungen live im Radio. Der Sender präsentiert im Jahr mehr als 100 Kultur- und Musikveranstaltungen und veranstaltet knapp 30 eigene Kulturevents – wie Radiokonzerte, exklusive Führungen oder Gesprächsformate. Hinzu kommen Jazzahead und Breminale, bei denen Radio Bremen alle Konzerte mitschneiden wird und selbst mit großer Bühne präsent ist.

Angebote für migrantische Communitys schaffen

Mit „Chai Society“ hat Bremen NEXT einen erfolgreichen Podcast, der sich explizit an eine junge migrantische Zielgruppe richtet. Nach einem Host-Wechsel zur dritten Staffel von „Chai Society“ gilt es auch 2023 diesen Podcast in seiner Themenausrichtung, in seinem Auftritt in den sozialen Kanälen sowie im Off-Air-Bereich weiterzuentwickeln. Mit den „Stadtteilgesprächen“ wollen wir außerdem ein informelles Angebot schaffen, um migrantische Communitys besser kennenzulernen und ihre Themen besser abzubilden (siehe auch Ziel 6).

Neue Ausspielwege bedienen – Regionale Informationen auf TikTok

2022 haben Bremen NEXT und die Regionalredaktionen buten un binnen mit „Whatthefact Bremen“ einen gemeinsamen TikTok-Kanal gestartet, der regionale Inhalte für eine junge Zielgruppe format- und plattformgerecht aufbereitet. Aufbauend auf diesen Erfahrungen wird auch der TikTok-Kanal von Bremen NEXT weiter seinen regionalen Fokus stärken und dort relevante Inhalte produzieren. Die große Resonanz aus der Community zeigt, dass wir gerade auch mit regionalen Inhalten in der richtigen Darstellungsform auf neuen Plattformen eine junge Perspektivzielgruppe für Radio Bremen erschließen können. Das Ziel für 2023 ist, den Kanal von der Testphase in ein regelhaftes Angebot zu überführen.

Ausbau des regionalen Podcast-Angebotes

Genau wie im Fernsehen muss sich Radio Bremen auch im Hörfunk-Bereich die Frage stellen, wie eine digitale Umgestaltung des Mediums aussieht. Eine wichtige Rolle spielen dabei Podcasts. Radio Bremen ist hier schon seit zwei Jahren überproportional in der ARD Audiothek engagiert (siehe auch Ziel 2). 2023 wollen wir noch mehr Podcasts produzieren. Hierzu gehören auch regionale Podcasts mit überregionaler Relevanz und Strahlkraft. 2022 startete beispielsweise die erste Staffel des Podcasts „Mord Nordwest“ mit großem Erfolg. Das True-Crime-Format war der erste regional orientierte Podcast von Radio Bremen. Dieses Format wollen wir 2023 fortführen und neue regional orientierte Podcasts entwickeln.

Regionale Sportberichterstattung im Netz stärken – Vollreportagen der Werder-Spiele

Die Sportredaktion von Radio Bremen ist ein wichtiger Treiber des Audio Netcast der ARD, mit dem insbesondere jüngere Zielgruppen im Netz erreicht werden sollen. Seit der vergangenen Saison hat die ARD die Rechte, alle Spiele der ersten und zweiten Fußball-Bundesliga über ihre digitalen Ausspielwege als Audio-Live-Reportagen in voller Länge anzubieten. Radio Bremen verbreitet den Stream über butenunbinnen.de, die buten-un-binnen-App und auf bremeneins.de. Radio Bremen produziert Werders Heimspiele als Vollreportage mit einem eigenen Reporter, der das komplette Spiel kommentiert. Mit besonderen Aktionen wie beispielsweise der plattdeutschen Vollreportage des Spiels gegen Holstein Kiel weisen wir auf das neue Angebot hin. Die Werder-Spiele gehörten im Jahr 2022 zu den Vollreportagen im ARD-Verbund, die am stärksten nachgefragt waren. Sie kommen zahlenmäßig sogar fast an die Spiele des FC Bayern München heran.

Mehr als Fußball

Neben Werder Bremen begleitet die Sportredaktion von Radio Bremen auch 2023 weitere Teams und Talente: Dazu gehören die Fischtown Pinguins in der Deutschen Eishockey-Liga genauso wie die Tanzformationen des Grün-Gold-Clubs Bremen und der TSG Bremerhaven. Auch die Entwicklungen bei Radsportler Lennard Kämna aus Fischerhude, der 2023 erneut bei der Tour de France starten will, und der Turnerin Karina Schönmaier, die als erste Bremerin für eine Turn-Weltmeisterschaft nominiert wurde, werden wir eng verfolgen. 2023 steht außerdem ein sportlich-gesellschaftliches Highlight im Kalender: die Special Olympics World Games, bei denen Sportler:innen mit geistiger Behinderung antreten. Das US-amerikanische Team wird für uns dabei besonders im Fokus stehen: Die Athlet:innen werden ihr Trainingslager in Bremen und Bremerhaven aufschlagen.

Reichweite erhöhen für die Marke „buten un binnen“

Durch die Corona-Pandemie hat das Bedürfnis nach Information bei vielen Nutzer:innen stark zugenommen. buten un binnen TV und butenunbinnen.de konnten seitdem ihre Reichweite deutlich erhöhen. Für 2023 streben wir an, dieses große Interesse zu halten und über alle Auspielwege hinweg weiter auszubauen. Ein Fokus liegt dabei auch auf jüngeren Zielgruppen.

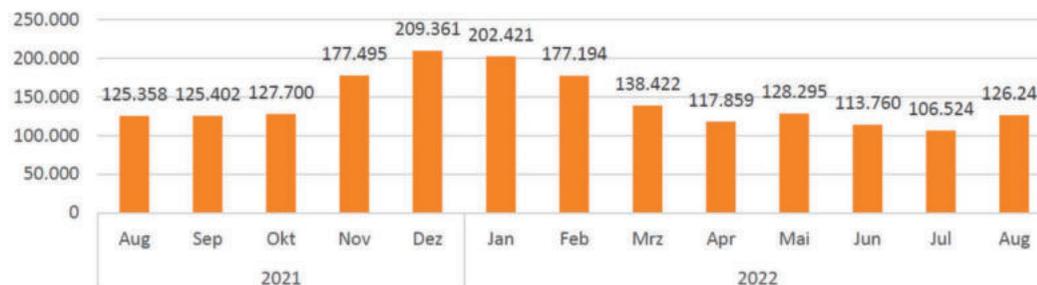
Das sind unsere Prioritäten

- **Ausgewogene, informative und publikumsnahe Wahlberichterstattung auf allen Kanälen**
- **Weiterentwicklung der Nachrichtenangebote – Themen näher am Publikum formulieren**
- **Kultur im Regionalen abbilden und unterstützen**
- **Migrantische Communitys erreichen**
- **Etablierung des regionalen Nachrichtenangebots von Bremen NEXT auf TikTok, um eine junge Zielgruppe zu erreichen**
- **Ausbau des regionalen Podcast-Angebotes**
- **Regionale Sportberichterstattung im Netz stärken**
- **Reichweite erhöhen für die Marke „buten un binnen“**



Erfolgskennzahlen 2022: buten un binnen TV, Online, Marktanteil Hörfunk

Visits pro Tag butenunbinnen.de



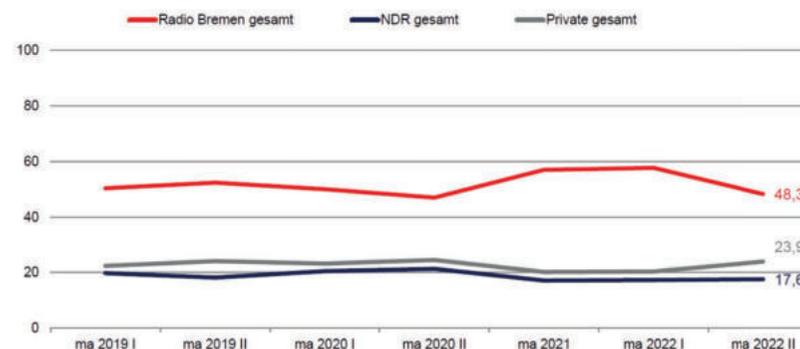
Quelle: AT Internet (API), Zeitraum: August 2021 bis August 2022

Sehbeteiligung und Marktanteil buten un binnen TV im Vergleich

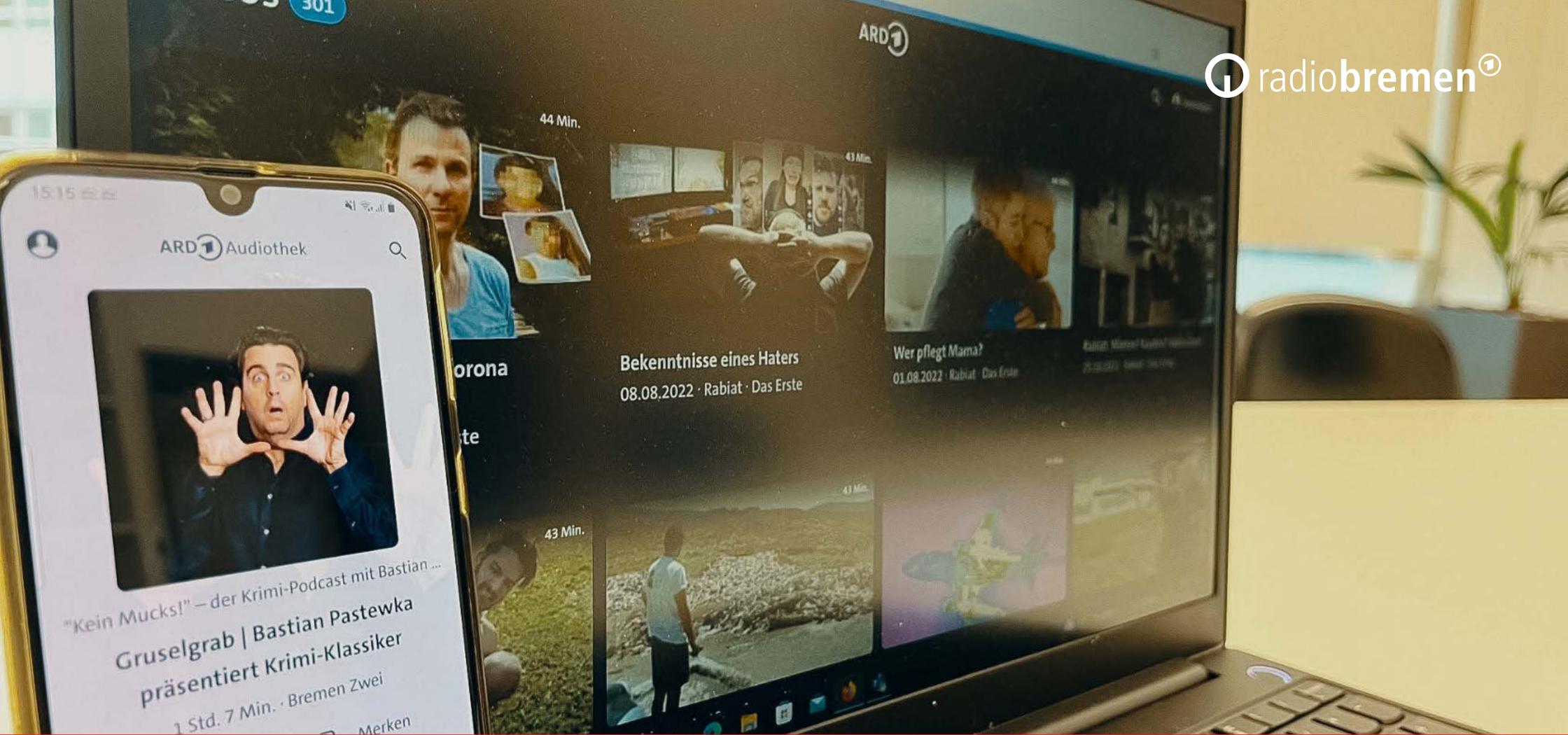
		Juli	August	Differenz	Gesamtjahr
NDR Regional 19.30 Uhr (Montag-Sonntag)	Sehb. (Mio.)	1,105	1,056	-0,049	1,279
	MA %	29,0	28,9	-0,1	29,3
Hallo Niedersachsen	Sehb. (Mio.)	0,420	0,411	-0,009	0,514
	MA %	21,5	22,1	0,6	22,6
Schleswig-Holstein Magazin	Sehb. (Mio.)	0,290	0,268	-0,022	0,311
	MA %	36,3	35,1	-1,2	34,9
Nordmagazin	Sehb. (Mio.)	0,202	0,192	-0,010	0,239
	MA %	37,3	36,6	-0,7	40,0
Hamburg Journal	Sehb. (Mio.)	0,128	0,125	-0,003	0,146
	MA %	35,7	34,4	-1,3	34,4
buten un binnen	Sehb. (Mio.)	0,064	0,060	-0,004	0,069
	MA %	42,5	43,3	0,8	40,4

Landesprogramme um 19:30 Uhr, Sehbeteiligung in Mio., Marktanteil in %, Mo–So, Juli, August und Gesamtjahr 2022
Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE

Marktanteil Hörfunk im Land Bremen



Marktanteil in %, Mo–Fr, Land Bremen
Quelle: ma Radio, 2019 - 2022



Mit qualitativollen Programmangeboten Leuchttürme schaffen

Wir entwickeln Leuchtturmprojekte für die ARD, die auch über die Region hinaus strahlen und Perspektivzielgruppen erreichen. Es ist Teil der Radio Bremen-DNA, unser Programm in gewohnter Qualität immer wieder neu, innovativ und anders zu denken.



Radio Bremen fällt in der ARD und auf dem nationalen Medienmarkt immer wieder durch ungewöhnliche Formate und neue Programmideen auf. Durch die Pluralisierung und Fragmentierung der Medienlandschaft entsteht für uns die Chance, diesem Anspruch auch in Zukunft gerecht zu werden. Voraussetzung dafür sind zielgruppengerechte Inhalte, neue Ideen und Angebote, die von Beginn an konsequent auch für die Auspielung im Online-Angebot der ARD gedacht sind. Als kleine Landesrundfunkanstalt steuern wir weniger Inhalte zur ARD Audiothek bei als andere Anstalten. Doch gemessen an den Wiedergaben pro Beitrag stehen wir im Vergleich sehr gut da. Auch 2023 wollen wir mit zielgruppenadäquatem und passgenauem Content erfolgreich sein. Damit leisten wir einen Beitrag zum digitalen Erfolg und zur Auffälligkeit der ARD im Netz.

Serielles Erzählen in der ARD Audiothek weiterentwickeln

Mit der Podcast-Fiction-Serie „Lost in Neulich – Kein Dorf für Anfänger“ hat Radio Bremen für die ARD etwas komplett Neues angeschoben und ihren Ruf als Vernetzerin in der ARD gestärkt. Die Serie ist auf Initiative von Radio Bremen als Koproduktion mit dem MDR, SWR und RBB entstanden. Inzwischen haben sich auch der hr, NDR und WDR dieser Initiative angeschlossen. Ziel ist es, unter dem neuen Label „ARD Audiothek Original“ fiktionale, serielle Formate gemeinsam zu entwickeln, die auf die Nutzung im Netz ausgerichtet sind. Die erste Staffel wurde allein in der ARD Audiothek fast eine Million Mal abgerufen und zudem in einer ganzen Reihe von Radioprogrammen der ARD auch linear ausgestrahlt. Bremen Zwei produziert 2023 die zweite Staffel der Podcast-Serie. Auch in der neuen Staffel wird es um Ökologie, Nachhaltigkeit, die Suche nach Geschlechteridentität und den Rassismus in der Gesellschaft gehen. Der Krimi der ersten Staffel wird weitererzählt.

„ARD Audiothek Original“

Als öffentlich-rechtliche Landesrundfunkanstalt sind wir mit unseren Podcasts auch auf Drittplattformen wie Apple Podcasts und Spotify präsent, um dort Nutzer:innen mit unseren Inhalten zu erreichen. Gleichzeitig wollen wir die ARD Audiothek als eigene Plattform stärken. Aus diesem Grund wird ein Teil unserer Podcasts – die „ARD Audiothek Originals“ – dort zuerst oder exklusiv angeboten.



Dokumentationen für spezielle Zielgruppen entwickeln und zur Marke ausbauen

Radio Bremen stärkt das eigene Label „Rabiat by Y-Kollektiv“ durch Kooperationen mit dem SWR und dem BR. Die Schlagzahl der jungen Reportagen wird auf zwölf Ausgaben pro Jahr erhöht. „Rabiat by Y-Kollektiv“ ist ein „Hero-Format“ der Mediathek und wird dort entsprechend präsent beworben und platziert. Sechs Reportagen werden jährlich auch im Ersten gezeigt. „Rabiat“ hat den „Premios Ondas“ gewonnen und war mehrfach für den Grimme-Preis nominiert. Die Markenentwicklung im Internet ist von großer Bedeutung, um mit der Digitalisierung der Mediennutzung Schritt zu halten und die internetaffinen Zielgruppen auch in Zukunft zu erreichen. Das „Y-Kollektiv“ ist ein gutes Beispiel für die erfolgreiche digitale Entwicklung bei Radio Bremen, die über die ARD hinaus eine große Strahlkraft besitzt.

„Hero-Format“

Als „Hero-Formate“ werden Produktionen bezeichnet, die zielgruppenspezifisch und massentauglich produziert werden und bei denen eine starke Kommunikation und bekannte Protagonist:innen den Erfolg ermöglichen sollen. Im Audio-Bereich können die Landesrundfunkanstalten regelmäßig außergewöhnliche Ideen einreichen, die Lücken im Portfolio füllen und die wichtigen thematischen Felder stärken soll. Eine Jury wählt die besten Ideen aus, die anschließend gefördert und produziert werden.

Für das neue Angebot ARD-History in der Mediathek und im Ersten entwickelt Radio Bremen moderne serielle Doku-Formate und Podcasts wie beispielsweise „#UnterAlmans – migrantische Geschichte(n)“. Die fünfteilige Serie erzählt fast 70 Jahre Einwanderungsgeschichte erstmals umfassend aus migrantischer Perspektive.

2023 ist für KIKA und die ARD Mediathek „Die Weltretter AG“ in Planung, eine Koproduktion mit dem SWR. Die zehnteilige Doku-Serie stellt konkrete Lösungen für die großen Umweltprobleme der Klimakrise am Beispiel von Kindern quer über den afrikanischen Kontinent vor und verknüpft sie mit den Erfahrungen europäischer Kinder. Außerdem setzen wir das Digitalprojekt

„#Ukraine – mein Land im Krieg“ fort. Damit begleiten wir die Lebenswirklichkeit ukrainischer Kinder seit Kriegsbeginn. Für ARTE sind außerdem bisher fünf Projekte geplant, unter anderem Produktionen zu Nordsee-Wracks, verschiedenen Nationalparks in Nordamerika und Europa, sowie ein Film zum Thema „Kunstzerstörer“.

Vergangenes würdigen – 100. Geburtstag von „Loriot“

Radio Bremen und der NDR planen eine gemeinsame Geburtstagssendung anlässlich des 100. Geburtstages von Vicco von Bülow alias Loriot. Diese soll im nächsten Jahr zur Hauptsendezeit im Ersten ausgestrahlt werden soll. Darüber hinaus produziert Radio Bremen mit dem SWR die Highlight-Dokumentation „Das loriotsche Jahrhundert“ für das Erste und die ARD Mediathek. Zudem ist geplant, dass alle Loriot-Folgen in der ARD Mediathek zu sehen sein werden. Der hundertste Geburtstag soll auf allen Auspielwegen gewürdigt werden. Das Projekt wird durch das Radio Bremen Kulturboard gesteuert.

Kulturangebote vernetzt denken

Im crossmedialen Kulturboard von Radio Bremen treffen sich Programmverantwortliche aus den Programmbereichen Gesellschaft & Entertainment und Neue Kultur. Ziel des Boards ist es, kulturell anspruchsvolle Produktionen zu entwickeln. Das Kulturboard plant für 2023 zwei 360-Grad-Highlight-Projekte für ARD Mediathek, Audiothek, lineares Fernsehen und Hörfunkwellen. Solche Projekte bedienen alle Auspielwege und Kanäle und bieten dabei verschiedene und ungewöhnliche Perspektiven. Für Ende April projektieren wir den Deutschen Jazzpreis aus dem Metropol-Theater mit Preisverleihung und Konzertabend. Auch zum ARD-Format „Kultur Creators“ wollen wir 2023 beitragen. Der Ideenwettbewerb ist auch eine Möglichkeit, die regionale Kulturszene zu fördern und neue Verbindungen zu schaffen. Beim ersten Durchlauf der „Kultur Creators“ gewann eine Idee aus Bremerhaven. Die Mediengestalterin Ann-Kristin Hitzemann setzt in ihrem Vorschlag „Deep-Dialog“ auf Verständigung statt Small Talk und setzt dieses Format gemeinsam mit Radio Bremen um.

Menschen mit fiktionalen Produktionen aus Bremen und Bremerhaven unterhalten

Radio Bremen verfolgt auch 2023 das Ziel, die Präsenz auf allen Premium-Plätzen im Ersten und in der ARD Mediathek beizubehalten bzw. auszubauen. Bei fiktionalen Produktionen von Radio Bremen klingen immer wieder gesellschaftlich relevante Themen an. Durch Drehorte im Land Bremen und umzu schaffen wir ein bundesweites Schaufenster für das Land und die Region.

Der nächste Bremer „Tatort“ mit dem Titel „Donuts“ wird im Frühjahr 2023 ausgestrahlt. In der Folge geraten junge Erwachsene aus der Autotuner-Szene unter Mordverdacht. Der „Tatort“ spielt in Bremerhaven und neben den drei bekannten Ermittler:innen kommen auch zwei neue Bremerhavener Kommissar:innen zum Einsatz. Darüber hinaus beginnen im späten Frühjahr 2023 die Dreharbeiten zum nächsten Tatort mit dem Arbeitstitel „Angst im Dunkeln“.

Der Spielfilm „Der Lux“ wird voraussichtlich 2023 im Ersten gesendet. In der romantischen Komödie kommt es für den erfolgreichen, aber dezent selbstgefälligen Schauspieler Tim Seebach (Oliver Mommsen) anders als gedacht. Während eines kurzen Besuchs an der Nordseeküste stirbt seine geliebte Mutter. Die nüchterne Sachlichkeit der Heimat am Meer hält ihm den Spiegel vor. Zum ersten Mal wurde ein Film komplett in der Region Bremerhaven/Cuxhaven gedreht.

Der Kinofilm „Rabiye Kurnaz gegen George W. Busch“ wird 2023 erstmalig im Fernsehen zu sehen sein. Der Kinofilm hat 2022 diverse wichtige Preise gewonnen. Nach einer wahren Geschichte der Bremerin Rabiye Kurnaz erzählt der Film den Kampf einer Mutter um ihren Sohn, der von der US-Army gefoltert und nach Guantanamo verschleppt wird. Die Federführung des Films lag beim NDR, Radio Bremen ist einer der Koproduzenten.

Wir freuen uns, dass die Sketch-Comedy-Sendung „Kroymann“ auch fünf Jahre nach dem Start weiterhin so erfolgreich ist wie zu Beginn. Dies gilt sowohl für die lineare Ausstrahlung im Fernsehen als auch für die digitale Marke in den sozialen Medien. Im Januar 2023 sehen wir eine neue Folge. Die Produktion weiterer Folgen der Sketch Comedy ist ebenfalls für das nächste Jahr vorgesehen.

In der Entwicklung ist „WaPo Nordsee“ (Arbeitstitel), eine Krimiserie, in der die Wasserschutzpolizei aus Bremerhaven an der niedersächsischen Küste, im Watt, auf den Ostfriesischen Inseln und in den großen und kleinen Häfen ermittelt. Wenn es einen Zuschlag der Koordination Vorabend gibt, sollen die Dreharbeiten 2024 folgen.

Fest zugesagt ist die Produktion „Zoll“, ein Donnerstagskrimi im Ersten. „Zoll“ wird ab November 2022 gedreht und im nächsten Jahr gesendet.





Unternehmenskultur an neue Arbeitswelten anpassen

Wir werden die Smart-Work-Projekte fortführen, die wir bereits angestoßen haben, und dabei die Kommunikation gegenüber den Mitarbeiter:innen und den Gremien als wichtigen Baustein für die Akzeptanz des Veränderungsprozesses weiter transparent machen.



Radio Bremens Unternehmenskultur ist geprägt von der offenen und dialogischen Art und Weise, wie wir miteinander umgehen, arbeiten und gestalten. Im Fokus unseres Miteinanders stehen unter anderem Vertrauen, Qualität, Kreativität, Offenheit für neue Perspektiven, Flexibilität und Wertschätzung. Angelehnt an diese Kultur und die unternehmensstrategischen Ziele stärkt Radio Bremen mit gezielten Entwicklungsmaßnahmen eine crossmediale, agile und innovative Arbeitskultur, die neue Trends und Situationen schnell erkennt und darauf reagiert.

Unternehmenskultur als integraler Bestandteil unserer Compliance-Strukturen

Compliance- und Kontrollstrukturen müssen immer wieder überprüft werden, nicht nur in Krisen. Radio Bremen unterstützt 2023 die Bemühungen der ARD, gemeinsame Compliancestandards durchzusetzen. Außerdem setzen wir die Ergebnisse der eigenen Überprüfung um. Dazu gehören unter anderem verpflichtende Schulungen der Mitarbeiter:innen und die Einsetzung eines externen Antikorruptionsbeauftragten. Vor allem wollen wir jedoch unsere vertrauensvolle und offene Unternehmenskultur stärken. Denn auch sie hilft, arglistiges Handeln zu verhindern und Probleme frühzeitig zu erkennen. Im Austausch mit der ARD Gremienvorsitzendenkonferenz, dem Rundfunkrat und dem Verwaltungsrat begleiten wir den Prozess übergreifender Gremienkontrollen gemäß drittem Medienänderungsstaatsvertrag und dessen Ableitungen auf die Ebene der Landesrundfunkanstalten offen und konstruktiv.

Führungskräfte als Kulturentwickler stärken

Weil sich die Arbeitswelten stetig verändern, initialisiert und unterstützt Radio Bremen gezielt die Weiterentwicklung der Unternehmenskultur. Hierzu zählen die Kulturprozesse, die seit fast zehn Jahren laufen und von der Direktion für Unternehmensentwicklung und Menschen gesteuert werden. Das „Organisationsentwicklungs-Curriculum“, das Führungskräfte von Radio Bremen befähigt, die Organisation ganzheitlich zu betrachten, hat dazu geführt, dass Führungskräfte sich als Team- und Kulturentwickler:innen verstehen. Für 2023 sind komprimierte Wiederholungsseminare geplant.

Ganzheitliche Kulturentwicklung fördern

Neben dem Curriculum für Führungskräfte dienen weitere Maßnahmen der Kulturentwicklung bei Radio Bremen. So lernen auch Kolleg:innen ohne Führungserfahrung beim Nachwuchskräfte-Programm, in Diversity-Schulungen und Großgruppen-Veranstaltungen die Strategiethemen von Radio Bremen kennen. Diese Programme werden 2023 entsprechend der Unternehmensstrategie weiterentwickelt und fortgeführt. Zudem werden etablierte Formate der Personalentwicklung zukunftsorientiert ausgebaut. Ein neues Thema ist die Weiterentwicklung der digitalen Arbeitskultur, die wir mit diversen Seminarangeboten aktiv fördern wollen.

Smart-Work-Prozesse und -Projekte fortführen, neue Prozesse anstoßen

New Work ist ein wichtiger Teil der Unternehmensstrategie für die Jahre 2021 bis 2024. Ziele sind, auch in Zukunft ein attraktiver Arbeitgeber zu bleiben, unseren gesellschaftlichen Auftrag zeitgemäß und mit Exzellenz zu erfüllen sowie die Zukunftsfähigkeit durch effiziente Produktions- und Arbeitsweisen sicherzustellen. Als Rahmung für die Art und Weise, wie wir bei Radio Bremen arbeiten und es auch in Zukunft tun wollen, dienen die Smart-Work-Dimensionen: Wirksamkeit, Selbstorganisation, Lernende Haltung und Vernetzung.

Ende 2022 schließen drei Smart-Work-Teams ihre Prozesse ab. 2023 folgen weitere Smart-Work-Teams, die über das Jahr verteilt ihren jeweiligen Prozess durchlaufen. Zudem wird die Umgestaltung der Reporter:innen-Fläche unter dem Gesichtspunkt des Smart-Work-Prozesses erfolgen. Das gilt für die Ausstattung genauso wie die Technik.

Smart-Work-Prozesse durch interne Teamlots:innen begleiten

Radio Bremen hat bereichs- und hierarchieübergreifend Kolleg:innen zu systemischen Prozessmoderator:innen ausgebildet, zu sogenannten Smart-Work-Teamlots:innen. Ab 2023 werden sie den Smart-Work-Prozess wirksam mitgestalten, indem sie weitere Redaktions- und Abteilungsteams in ihren Prozessen beratend begleiten.

Impulse von außen

Für 2023 sind kurzweilige, branchenfremde Impulse von externen Unternehmen geplant. Diese werden allen interessierten Mitarbeiter:innen angeboten, zum Beispiel in Form von Funkhausgesprächen. Insbesondere die positiven Erfahrungswerte mit der neuen Großgruppen-Veranstaltung „Zukunftsboard“ hat uns veranlasst, das Format 2023 fortzuführen. Im „Zukunftsboard“ werden strategische Zukunftsthemen unter gleichberechtigter Beteiligung von Mitarbeiter:innen und Führungskräften diskutiert und Ideen erarbeitet.





Technische Innovationen für das moderne Funkhaus vorantreiben

Wir schaffen das moderne Funkhaus der Zukunft. Den technischen Umbau gestalten wir aktiv, sowohl im Hinblick auf innovative, schlanke Produktionswege als auch vor dem Hintergrund von veränderten Arbeitsweisen nach Corona und der Möglichkeit von mobiler Arbeit.



Zeitgemäße Informationstechnik, um mobil zu arbeiten und zu produzieren, ist die Grundlage für alle Prozesse in der digitalen Medienwelt. Damit wir mit unserem Funkhaus technisch allen Anforderungen gerecht bleiben können, werden wir 2023 die laufenden Erneuerungsprozesse fortführen und neue Vorhaben beginnen. Wir berücksichtigen dabei die ARD-weiten Vereinheitlichungen und Kooperationen. Konkret gehen wir vor allem die folgenden Erneuerungsprozesse an.

Radio Bremen Remote – das ortsflexible Arbeiten als neuer Standard

In der Pandemie ist das ortsflexible Arbeiten und Produzieren zum zweiten Standard neben der klassischen ortsgebundenen Arbeit im Funkhaus geworden. Die mobilen Arbeitsmethoden sollen 2023 weiter ausgebaut werden. Sie sind im Smart-Work-Prozess organisatorisch verankert. Mobiles Arbeiten ermöglicht den Mitarbeiter:innen mehr Flexibilität und erhöht die Attraktivität von Radio Bremen als Arbeitgeber. Voraussetzung dafür ist, dass die technischen Rahmenbedingungen definiert und eingerichtet werden, damit möglichst viele Systeme sowie Hard- und Software flexibel und mobil genutzt werden können. Dieses Vorhaben haben wir im Zuge der Pandemie gestartet und werden es in den nächsten Jahren voranbringen.

Ohne fundierte Basis geht nichts – wir optimieren unser IT-Netzwerk

Das IT-Netzwerk ist die Basis sämtlicher Workflows und Prozesse in den Redaktionen, der Produktion und Verwaltung. Nur wenn unser Netzwerk die stetig steigenden Bedarfe erfüllen kann, ist die Unternehmensfamilie Radio Bremen in der Lage, Schritt zu halten. Dafür müssen das vorhandene Netzwerk und seine eingesetzten aktiven Komponenten erneuert und ausgebaut werden. Für eine zukunftsweisende Erneuerung werden neueste Anforderungen und technische Möglichkeiten abgeglichen. 2023 wird eine Fachgruppe auf diesen Abgleich aufbauend eine gute Lösung erarbeiten. Die Umsetzung ist für 2023/2024 geplant.

Parallel dazu müssen die vorhandenen klassischen Komponenten der Informationstechnik laufend auf den aktuellsten Stand gebracht werden. Die entsprechenden Zeitzyklen werden immer kürzer, die zu berücksichtigenden Schnittstellen und Systemverknüpfungen werden komplexer und von größerer Bedeutung. Die Datenmengen und notwendigen Bandbreiten steigen stetig. Häufigere Updates von Betriebssystemen – und dadurch bedingt auch die Erneuerung von Hardware – sind die Folge. Dezentrale Systeme und die Cloud-Nutzung anstelle herkömmlicher Hard- und Software werden eine zunehmend größere Rolle spielen.

Audio der Zukunft – wir erneuern unsere Hörfunkproduktion

Anfang 2023 werden wir die Optimierung und Erweiterung des Redaktionssystems OpenMedia auf den Hörfunk erfolgreich abschließen. Unabhängig davon stehen für die klassischen Hörfunkbereiche grundlegende technische Erneuerungen an, da die Technik auf den neuesten Stand gebracht werden muss. Dazu gehören der Hauptschallraum, die Sendestudios, Kreuzschienen und zentrale Steuerungssysteme. Zusätzlich verändern sich auch die Nutzungsformen und die Anforderungen unseres Publikums an die Produkte. Eine bereichsübergreifende Gruppe begleitet diesen Reinvestitionsprozess und hat dabei auch den Auftrag, Ideen für neue, smarte Produktionsformen zu sammeln und

Was ist OpenMedia?

OpenMedia ist unser Online-Redaktionssystem. Es bietet eine Arbeitsplattform, auf die medienübergreifend alle Redaktionen zugreifen. Auf OpenMedia erfolgt die crossmediale Arbeitsplanung, der Themenaustausch, die übergreifende Ideenentwicklung und Publikationsplanung. OpenMedia ist die Basis der crossmedialen Zusammenarbeit unter den Redaktionen und wird die anderen Planungstools ablösen.

Management von Inhalten und Metadaten

Für das vernetzte Arbeiten entlang der Prozessketten der Bewegtbildproduktion braucht es ein verbindendes Element. Das System zum Speichern und Verwalten von Daten muss ersetzt werden. Zukünftig werden neue Technologien eingesetzt, die modular aufgebaut sind und dadurch eine größere technologische Offenheit bieten und mit der bestehenden technischen Produktionsstruktur synchronisiert werden. Darüber hinaus sollen Prozesse flexibler, smarter und anwendungsorientierter abgebildet werden. Zusätzlich soll der redaktionsnahe Schnitt ausgebaut werden. Dieses herausfordernde Projekt soll 2023/2024 realisiert werden.

Was ist Management von Inhalten und Metadaten?

Bei der Bewegtbildproduktion entstehen viele Datensätze, wie Videodateien und zugehörige Metadaten. Als Metadaten bezeichnet man strukturierte Daten, die übergreifende Informationen über die Datei beinhalten, also beispielsweise ein Video. Um die Daten zu verwalten und wiederzufinden, braucht es ein zentrales System. Das sogenannte Media Asset Management übernimmt die Verwaltung und Organisation dieser Daten und ist vielfältig über Schnittstellen in die Hausinfrastruktur integriert. Software-Oberflächen bilden die Schnittstellen zu Redaktion und Produktion.

IT-Sicherheit – ein Dauerthema mit steigender Bedeutung

Die Sicherheit der Informationstechnik ist heutzutage unverzichtbar und wird wichtiger, weil es immer mehr Angriffe auf die IT-Infrastruktur gibt. Die IT-Sicherheit zu gewährleisten, ist ein stetiger Prozess, den die Unternehmensfamilie Radio Bremen schon lange verfolgt, der aber auch zunehmend mehr Aufmerksamkeit und höhere Investitionen verlangt. Der Aufgabenumfang der IT-Sicherheitsfachkraft nimmt dabei kontinuierlich zu. Die Arbeitsgruppe zur IT-Sicherheit wird daher auch 2023 fortgeführt. Die Maßnahmen zur IT-Sicherheit werden regelmäßig auf ihren aktuellen Stand geprüft und bei Bedarf werden neue Sicherheitsmechanismen installiert. Wir koordinieren uns dabei auch mit

der ARD. Um die Belegschaft stetig „wach“ und informiert zu halten, werden außerdem Sicherheitshinweise und Aufklärungen in kürzeren Abständen notwendig. Um die Sensibilität zu erhöhen, sind auch 2023 besondere „Awareness-Maßnahmen“ geplant.

Digitalradio – der Ausbau geht voran, UKW bleibt wichtig

Die Nutzung des digitalen Radioempfangs steigt kontinuierlich. Radio Bremen arbeitet am Netzausbau und optimiert die Empfangsmöglichkeiten von DAB+. Bei der Diskussion um die unterschiedlichen Empfangswege DAB+ und UKW steht für Radio Bremen im Vordergrund, dass wir weiterhin unser Publikum erreichen müssen, um unseren Auftrag zu erfüllen. Als langfristige Thematik innerhalb komplexer medienpolitischer Rahmenbedingungen wird uns der Ausbau von DAB+ und eine mögliche Abschaltung von UKW auch über das Jahr 2023 hinaus beschäftigen.

Digitalradio

Früher wurde das terrestrische Radio nur über die analoge UKW-Technik verbreitet. 2011 wurde die Übertragungstechnik „DAB+“ eingeführt. Seitdem können auch Zusatzdienste auf dem Radiodisplay angezeigt werden, wie programmbegleitende Textinformationen, Senderlogos, Albumcover, Speicherung von programmbegleitenden Audiodateien oder ergänzende Webseiten. Diese zusätzlichen Informationen müssen wir redaktionell erzeugen und verarbeiten. Die dafür notwendigen Ergänzungen müssen bei der Erneuerung der Hörfunkproduktion berücksichtigt werden.



Nachhaltigkeit und Energieeffizienz fördern

Radio Bremen und die Bremedia übernehmen gesellschaftliche Verantwortung und wollen klimaneutral werden. Das Netzwerk „Nachhaltigkeit“ ist die zentrale Anlaufstelle für die Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Unternehmensfamilie. Wir leben Nachhaltigkeit auch im ARD-Verbund.



Die digitale Transformation der Welt verschärft auch eines der drängendsten Probleme unserer Zeit: den ökologischen Fußabdruck der Menschheit. Die Produktion von Medieninhalten hat Anteil daran, dass dieser Fußabdruck größer wird. Um den Anteil Radio Bremens daran zu verringern, wurde das Thema Nachhaltigkeit und Energieeffizienz als Ziel in diesen Bericht aufgenommen. Auch angesichts des andauernden Angriffskrieges auf die Ukraine erhält dieses Ziel zusätzliche Brisanz für die Rundfunkanstalt.

Vor diesem Hintergrund und aufgrund neuer gesetzlicher Vorgaben haben wir uns im Jahr 2022 dazu entschieden, sämtliche Wertschöpfungsprozesse und Handlungen noch nachhaltiger zu gestalten und konsequent auf das Ziel der „Klimaneutralität“ auszurichten. An der Umsetzung dieser Nachhaltigkeitsstrategie werden sowohl die Kolleg:innen im Haus aktiv beteiligt als auch die Synergien und Verbindungen im ARD-Verbund genutzt.

Proaktives Nachhaltigkeitsmanagement – gesteuert vom Netzwerk Nachhaltigkeit

Das proaktive Nachhaltigkeitsmanagement der Unternehmensfamilie basiert auf drei Nachhaltigkeitsprinzipien (siehe Grafik) und wird 2023 fortgeführt. Gesteuert werden alle Nachhaltigkeitsaktivitäten vom Netzwerk Nachhaltigkeit, der zentralen Anlaufstelle für alle Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Unternehmensfamilie. Das Ziel ist es, im Jahr 2023 die in den Regelprozessen angestoßenen Unterprojekte in den drei Clustern „Green Production“, „Quick Wins“ und „Big Wins“ weiter voranzutreiben.

Netzwerk Nachhaltigkeit

Das „Netzwerk Nachhaltigkeit“ wurde 2022 ins Leben gerufen. Es ist die zentrale Anlaufstelle für die Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Unternehmensfamilie. Vertreten sind Kolleg:innen aus verschiedenen Bereichen von Radio Bremen und der Bremedia Produktion GmbH. Gesteuert wird das Netzwerk durch die Stelle des Nachhaltigkeitskoordinators in der Betriebsdirektion.



Wie wir nachhaltiger werden – unsere Maßnahmen

<p>Big Wins</p>	EB-Lastenfahrad konzipieren CO2-Kalkulator für Produktionen	Nicht Job-Rad, Sondern E-Auto Besondere Programmaktionen	Papierloses Arbeiten III – Digitale Workflows Radio Bremen Remote	Ortsunabhängige HF-Produktion
<p>Quick Wins</p>	Nutzung von Dach- und Fassadenflächen Energieeffizienz-Check in Programm/Intranet Optimierung der Klimatechnik	Abschalten von Geräten/ Räumen nach Dienstende Überarbeitung der Reiseordnung Umstellung auf Digitalabos	Papierloses Arbeiten I – Einfache Signatur/Umläufe Ökologische Nachhaltigkeit als Beschaffungskriterium	Papierloses Arbeiten II – digitale Belege / Doks Bessere ARD-Vernetzung In der Produktion Nachhaltiges Merchandise Klimaneutrale Werbung
<p>Green Production</p>	Green Consultant Netzanschlüsse (v.a. bei Fiction)	CO2-Bilanz (ex ante) CO2-Bilanz (ex post) Aufladbare Akkus Bio-Lebensmittel (mind. 33%) Vegetarische (1x/Woche)	Abschlussbericht Flüge erst ab Bahnfahrt +5h Emissionsarme Autos Mehrweg-Geschirr Nachhaltiges Holz mit FSC-Siegel	Öko-Strom (zertifiziert) Diesel mit EURO6-Norm Recyclingpapier (+90% Altfaser) Generatorverbot (Unterhaltung) Öko-Hotels (50% aller Nächte) Nur Havariegeneratoren (Studio) Regionale Lebensmittel (mind. 50 %) Mülltrennung in allen Bereichen
<p>Fundament</p>	Netzwerk Nachhaltigkeit ESG-Report RB (ab 2024)	Kommunikation (intern) Kommunikation (extern) ARD-Bericht Nachhaltigkeit	Beteiligung Kolleg:innen Energie-Audit	Aktionen/ Events Nachhaltigkeit im Programm

Soll: 18 von 21

Green Production – nachhaltigeres Produzieren im ganzen ARD-Verbund

Größte Priorität bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsvorhaben hat das Thema „Green Production“. Gemäß einer ARD-Vereinbarung hat die Unternehmensfamilie Radio Bremen ab 2024/2025 zum Zweck der ökologischen Nachhaltigkeit 18 der 21 sogenannten „Green Production“-Kriterien zu erfüllen. Das Spektrum dieser Kriterien reicht von nachhaltigerem Reisen über klimaschonende Fuhrparks, ein regionaleres und bewussteres Catering, eine möglichst netzbasierte Stromversorgung bis hin zur Begleitung der Eigen- und Auftragsproduktionen durch sogenannte Green Consultants. Diese beraten, erstellen eine ökologische Bilanzierung vor beziehungsweise nach der Produktion und erstatten regelmäßig Bericht. 2023 sollen die Green Consultants ausgebildet sein und ihre Arbeit aufnehmen. Darüber hinaus streben wir als Unternehmensfamilie an, die Green-Production-Kriterien bis spätestens 2025 möglichst vollständig zu erfüllen. Die dazu notwendigen Maßnahmen werden von der Koordination Produktion und den Green Consultants ergriffen.

Green Consultant

Green Consultants sind speziell ausgebildete Kolleg:innen, die unsere Produktionen bei der umweltbewussten Umsetzung unterstützen. Sie beraten, erstellen Ökobilanzen und evaluieren die Fortschritte in ihren regelmäßigen Berichten. Auch bei Nachhaltigkeitsprojekten wirken sie mit.

Quick und Big Wins – kleine und große Sprünge für die Nachhaltigkeit

Zusätzlich zu den Green-Production-Maßnahmen realisieren wir kleine und größere Nachhaltigkeitsprojekte im Rahmen der Regelprozesse. Die Ideen kommen zum Großteil aus dem Kreis der Kolleg:innen der Unternehmensfamilie. Dabei geht es um kleine Vorhaben wie die Überarbeitung der Reiseordnung zur Verringerung von Flügen oder eine Ergänzung der Beschaffungsordnung um Nachhaltigkeitsaspekte. Aber auch mittlere bis größere Vorhaben sollen die

Nachhaltigkeit stärken: Eine bessere Nutzung von Dach- und Fassadenflächen, die Konzipierung eines Lastenfahrrads für die Fernsehproduktion oder der Ausbau des ortsflexiblen Arbeitens („Radio Bremen Remote“) sind nur einige dieser Vorhaben.

Vernetzt und verbunden – im ARD-Board Ökologische Nachhaltigkeit

Bei unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten setzen wir auch 2023 auf die Synergien und Verbindungen im ARD-Verbund. 2023 legen alle Landesrundfunkanstalten gemeinsam den nächsten anstaltsübergreifenden ARD-Nachhaltigkeitsbericht vor. Zudem geht die Zusammenarbeit der ARD-Anstalten in den Themenfeldern „Nachhaltige Medienproduktion“, „Nachhaltiges Betriebsmanagement“, „Nachhaltige Verbreitung“, „Nachhaltiges Eventmanagement“ sowie „Green IT“ weiter. Die Gesamt-Koordination hierfür liegt beim ARD-Board Ökologische Nachhaltigkeit. Federführend ist der Bayerische Rundfunk. Vertreten sind die zentralen Ansprechpartner:innen der einzelnen Rundfunkanstalten unter anderem von Radio Bremen. Administrative Unterstützung leistet das ARD-Generalsekretariat.

Unsere Nachhaltigkeitsprinzipien

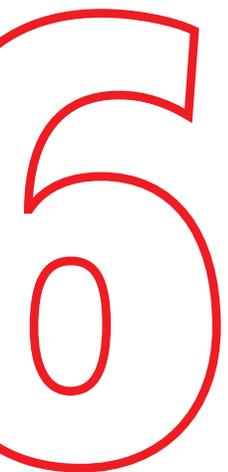
1. **Wir übernehmen Verantwortung.**
(Evaluation und Verbesserung aller Wertschöpfungsketten)
2. **Wir investieren nachhaltig.**
(Beschaffungskriterium: Ökologische Nachhaltigkeit)
3. **Wir sind transparent.**
(Offener Stakeholder-Dialog)





Dialogangebote und Partnerschaften stärken

Wir sind gut vernetzt mit den Menschen im Land, mit Vereinen, Institutionen und der Kulturszene. Als öffentlich-rechtlicher Sender wollen wir demokratische Grundwerte fördern und Filterblasen aufbrechen. Die Dialogangebote der Kommunikationsabteilung tun dies auf verschiedenen Ebenen.





Um die Akzeptanz für unsere Programmangebote langfristig zu sichern, ist es notwendig, dass wir den Austausch mit den Menschen weiter intensivieren. Als kleine Landesrundfunkanstalt, deren Sendegebiet auf die Bevölkerung von zwei Städten fokussiert ist, hat Radio Bremen die besondere Chance einer besonderen Nähe zum Publikum zu den Menschen im Land. Durch verschiedene neue Formate wollen wir uns 2023 den Menschen in Bremen und Bremerhaven noch stärker öffnen, hören, was sie bewegt, Feedback einbeziehen und transparent zeigen, wie wir als öffentlich-rechtliche Medien arbeiten.

Radio Bremen im Dialog – über gesellschaftlich relevante Themen sprechen

Unsere Programme bilden jeden Tag die Themen und Diskussionen ab, die gesellschaftlich relevant sind. Seit 2022 bieten wir darüber hinaus auch auf ganz direkter Ebene die Möglichkeit, dass sich Expert:innen, Wissenschaftler:innen, Betroffene und Bremer:innen zu diesen Fragen austauschen. Bei unserer Diskussionsreihe „Radio Bremen im Dialog“ treffen sie aufeinander und diskutieren über Themen wie Verschwörungsmymen oder ob Sprache unsere Gesellschaft spaltet. Das Publikum ist eingeladen, sich aktiv zu beteiligen. Mitarbeiter:innen von Radio Bremen moderieren die Runde. Die Diskussionsreihe setzen wir 2023 fort. Pro Quartal ist eine Veranstaltung geplant – jedes Jahr eine davon in Bremerhaven.

Medientour Plus – Besucherführung 2.0

Den öffentlich-rechtlichen Rundfunk persönlich erlebbar machen und gleichzeitig mit den Macher:innen des Programms in Kontakt kommen, das sind die Ziele unserer neuen Besucherführung. Dafür haben wir die „Medientour“ als „Medientour Plus“ neu aufgelegt. An die Führung durch die Redaktionsräume schließt sich ein Austausch mit Redakteur:innen an. Diese sprechen über ihre Arbeit und beantworten Fragen. Themen sind unter anderem: Wie funktioniert investigativer Journalismus? Wer steckt hinter dem Bremer Tatort? Wie entsteht das buten-un-binnen-Wetter?

Tag der offenen Tür – Bremen zu Gast im Funkhaus

Ein weiteres wichtiges Projekt ist 2023 der „Tag der offenen Tür“. Die Bremer:innen können an diesem Tag unser Funkhaus besuchen und einen Einblick in unsere Arbeitsweise bekommen. Ein Rahmenprogramm wird den Tag ebenso begleiten wie die Möglichkeit, uns und unsere Produktionen kritisch zu hinterfragen und mehr über die Zusammenhänge Radio Bremens und der ARD zu erfahren. Unserer Mitarbeiter:innen werden zeigen, dass die journalistische Arbeit von Radio Bremen nicht hinter verschlossenen Türen erfolgt. So kommt der Aktionstag 2023 genau zum richtigen Zeitpunkt, um den Vorurteilen von Gegner:innen eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit Offenheit und Information zu begegnen.

Stadtteilgespräche – vielfältige migrantische Communitys besser erreichen

Mit unserem Angebot des „Stadtteilgesprächs“ wollen wir die vielfältigen migrantischen Communitys in Bremen besser erreichen und besser abbilden. Mit einem kleinen Team aus Programmacher:innen und -verantwortlichen gehen wir in die Stadtteile und treffen uns dort mit ausgewählten Gruppen. Das Ziel: mehr über die Besonderheiten und Herausforderungen der Stadtteile und ihrer Bewohner:innen erfahren. Die Themen der Besuche können sich anschließend auch in der Berichterstattung wiederfinden. Bis zum Ende des Jahres 2023 werden wir alle Bremer Stadtteile besucht haben. Das gilt auch für die Quartiere in Bremerhaven. Das Angebot soll perspektivisch verstetigt werden.

Medienkompetenz für Kinder und Jugendliche vermitteln

Medienkompetenz zu vermitteln, ist eine Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Bei Radio Bremen starten die ersten Angebote schon im jungen Alter mit „Bremen Vier in der Grundschule“. Für die weiterführenden Schulen haben wir verschiedene Angebote: Bei „90 Minuten Medienkompetenz“ sowie während des „Bremer Medienschultags“ kommen Redakteur:innen von Radio Bremen in die Schulen und tauschen sich mit den Klassen über Themen wie Fake News, die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Nachrichtenfaktoren oder die Sportberichterstattung aus. Bei den „NEXT-Klassenbesuchen“ können Schüler:innen das NEXT-Studio besuchen und vor Ort sehen, wie das Programm entsteht. NEXT bietet außerdem Praktika zur Berufsorientierung an. Mit mehr als 70 Klassen werden wir so 2023 in den Dialog treten.

2022 hat Radio Bremen zusammen mit der Bremischen Landesmedienanstalt ein Medienkompetenzangebot in Form von Erklärvideos für Senior:innen entwickelt. Das Konzept soll 2023 fortentwickelt werden. So sollen auch Videos für Menschen mit kognitiven Einschränkungen entstehen. Dabei werden wir Menschen aus den betroffenen Gruppen einbinden, die uns beschreiben können, welche Fragen sie in Bezug auf Medienkompetenz haben.

**Radio Bremen Filmsonntag
kostenlos Radio-Bremen-Produktionen erleben**

Wir wollen unsere Dokumentationen, Reportagen und fiktionalen Produktionen sichtbarer machen und einen Dialog darüber anstoßen. Deshalb organisiert die Kommunikationsabteilung den „Radio Bremen Filmsonntag“: Einmal im Monat sehen interessierte Bremer:innen kostenlos aktuelle Filme und Schätze aus dem Archiv im Bremer Filmkunsttheater „Atlantis“. Anschließend stehen die Filmemacher:innen für eine Diskussion zur Verfügung.

Immer nah am Publikum – Aktionen im Programm

Auch die Programme von Radio Bremen vertiefen 2023 ihre Dialogstrategien und verbinden ihre Aktionen mit einem direkten Austausch. So veranstaltet Bremen Eins eine große Fahrradtour. Bremen Zwei plant, die erfolgreichen Radiosessions wieder mit Publikum fortzuführen. Bremen Vier geht mit der Sendung „Kommt rum“ direkt zu den Hörer:innen. Auch Bremen NEXT geht 2023 „on Tour“ und sendet zwei Wochen lang von verschiedenen Orten im Sendegebiet. Die Wellen veranstalten außerdem ihre eigenen Besuchstouren und geben ihrem Publikum dort die Möglichkeit zu einem direkten Austausch.

Bei regionalen Highlights vor Ort

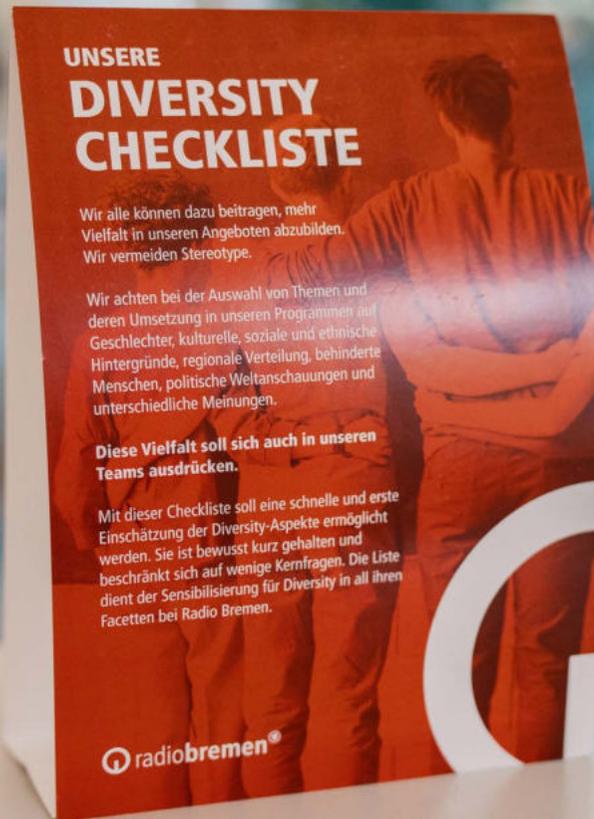
Als kleiner Sender mit einem kleinen Sendegebiet sind wir bei vielen Festlichkeiten in Bremen und Bremerhaven vor Ort. Wir nutzen diese Gelegenheiten, um mit unserem Publikum ins Gespräch zu kommen und für seine Fragen ansprechbar zu sein. Dazu gehören Veranstaltungen wie die Breminale oder die Maritimen Tage in Bremerhaven.

Unsere Tatort- und Märchenpreviews sind mittlerweile zu Highlights im Bremer Veranstaltungskalender geworden. Dort gehen wir aktiv auf unser Publikum zu und geben den Menschen die Möglichkeit, die Gesichter und Stimmen aus dem Programm persönlich kennenzulernen. Auch Live-Folgen unserer erfolgreichen Podcasts sind 2023 mit Publikum geplant.

Dialogformate und Kennzahlen im Überblick

Dialogformat	Kennzahlen
Radio Bremen im Dialog	Eine Veranstaltung pro Quartal – davon eine in Bremerhaven
Medientour Plus	Monatliches Angebot
Tag der offenen Tür	Einmalig
Stadtteilgespräche	Fortlaufend; alle Bremer Stadtteile und Quartiere in Bremerhaven
Medienkompetenzangebote für Kinder und Jugendliche	Regelmäßig; mehr als 70 Klassen
Radio Bremen Filmsonntag	Monatliches Angebot
Aktionen im Programm	<ul style="list-style-type: none"> • Bremen Eins Fahrradtour • Bremen Zwei Radiosessions mit Publikum • Bremen Vier „Kommt rum“ • Bremen NEXT „on Tour“
Regionale Highlights	Diverse kleine und große Veranstaltungen z. B. Breminale, Maritime Tage



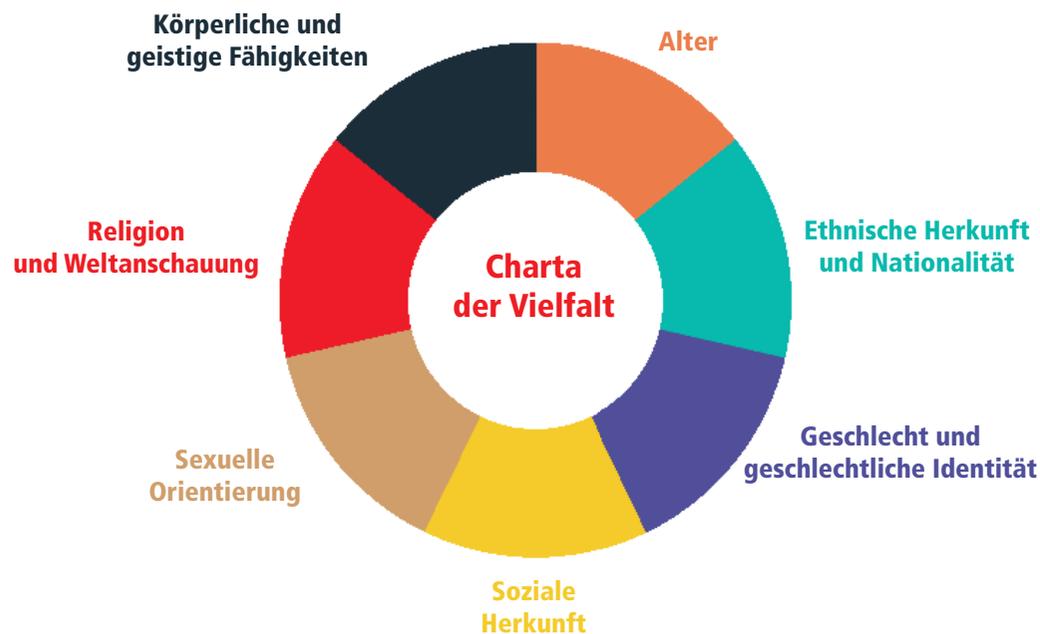


Vielfalt im Sender und im Programm ausbauen

Organisation und Programme von Radio Bremen sind so vielfältig wie das Land. Wir verstehen Vielfalt als eine ganzheitliche Aufgabe aller Mitarbeiter:innen, die von der Geschäftsleitung durch gezielte Maßnahmen regelmäßig gefördert und unterstützt wird.



Mehr Vielfalt im Programm, mehr Vielfalt in der Belegschaft – mit diesen Themen beschäftigt sich Radio Bremen schon seit vielen Jahren. 2011 hat Radio Bremen als eine der ersten ARD-Anstalten die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet. Denn unseren gesellschaftlichen Auftrag können wir nur dann erfüllen, wenn wir die Vielfalt der Gesellschaft in unserem Sendegebiet auch in unserem Programm und in unserer Belegschaft zeigen. Dies ist ein andauernder Prozess, den es immer wieder zu überprüfen und weiterzuentwickeln gilt. Das Thema „Diversity“ wird deshalb auch 2023 eines der wichtigsten und strategisch bedeutendsten im Programm und in der Verwaltung sein.



Vielfalt im Programm

Die Publikumseingaben im Rahmen der Auftragsdebatte der Länder haben deutlich gemacht, dass Vielfaltsfaktoren im Programm von den Menschen aufmerksam beobachtet werden. Dabei spielen eine politische Ausgewogenheit bei der Berichterstattung und die Abbildung unterschiedlicher Weltanschauungen ebenso eine Rolle wie der Blick auf Gleichstellungsfragen und ein entsprechend bewusstes Hinterfragen von Klischees und die Repräsentanz von Männern und Frauen bis hin zu weiteren geschlechtlichen Identitäten. Wir setzen auf eine geschlechtssensible Sprache im Programm. Als weiterer Vielfaltsfaktor gilt es – gerade in Bremen – besonders auf unterschiedliche Herkünfte zu achten und die verschiedenen Sichtweisen, Probleme und Interessen in unseren Programmen widerzuspiegeln. Die „Brebau-Recherche“ von buten un binnen über die Diskriminierung bei der Wohnungssuche hat 2022 den Stern-Preis und damit eine der bedeutendsten Auszeichnungen für Journalist:innen gewonnen. Bremen NEXT gewann 2022 den Bremer Diversity-Preis. Diese Auszeichnungen bestätigen, dass Radio Bremen mit seinen Programmen auf dem richtigen Weg ist. Die Podcast-Serie „Lost in Neulich“ thematisiert die unterschiedlichen Lebenswelten von Stadt und Land und stellt damit eine weitere Vielfalts-Dimension in den Vordergrund.

Im Mai findet der Deutsche Diversity-Tag statt, an dem sich Radio Bremen schon seit einigen Jahren mit unterschiedlichen Programm-Aktionen beteiligt. Auch 2023 werden wir rund um den Diversity-Tag in Fernsehen, Hörfunk und Online das Thema Vielfalt in den Mittelpunkt stellen und mit kreativen Ideen Zeichen für mehr Vielfalt setzen. Parallel dazu werden diese Programm-Aktionen von internen Veranstaltungen für die Mitarbeiter:innen begleitet, um diese für das Thema weiter zu sensibilisieren, weiterzubilden und aufzuklären.

Vielfalt bei der Personalauswahl

„Vielfalt leben“ heißt für Radio Bremen auch, bei der Personalauswahl auf Vielfältigkeit zu achten. Grundlage dafür soll eine für 2023 geplante, freiwillige Umfrage unter den Mitarbeiter:innen sein, die sämtliche Dimensionen von Diversität abfragt. Die Ergebnisse sollen als Steuerungsinstrument für die strategische Personalplanung und -entwicklung dienen. Des Weiteren werden Ausschreibungstexte entsprechend weiterentwickelt sowie weitere Plattformen wie Social Media für Ausschreibungen in den Fokus rücken, um potenzielle Bewerber:innen mit Diversitätsmerkmalen besser zu erreichen.

Im April 2023 werden neun Volontär:innen ihre journalistische Ausbildung bei Radio Bremen beginnen. Die Vorauswahl der künftigen Volontär:innen trifft 2022 eine divers aufgestellte Kommission. Bereits im Vorfeld wurden Ausschreibung und Auswahlverfahren weiterentwickelt, um in Bezug auf Diversität möglichst viele unterschiedliche Bewerber:innen anzusprechen.

Vielfalt in der Personalentwicklung

2023 wird Radio Bremen das unternehmensstrategische Ziel mit entsprechenden Organisations- und Personalentwicklungsmaßnahmen begleiten und fördern. Der bewusste Umgang mit unterschiedlichen Diversity-Dimensionen ist ein Schlüsselfaktor für eine vielfältige und erfolgreiche (Zusammen-)Arbeit und vielschichtige Berichterstattung von Radio Bremen. So wird unter anderem das 2022 pilotierte Seminarprogramm „Rundum Diversität“ für Führungskräfte und Mitarbeiter:innen weiterentwickelt und erneut angeboten.

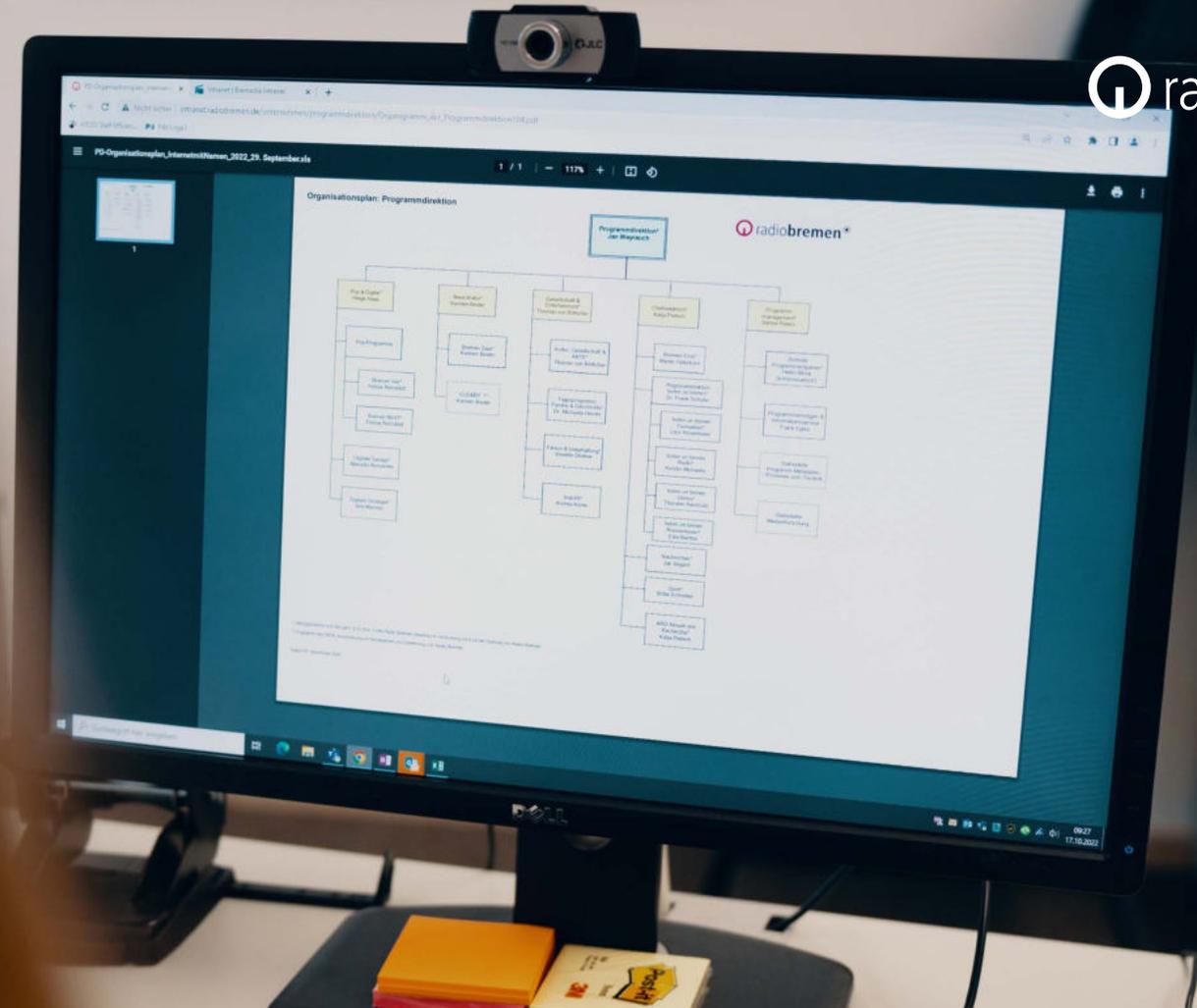
Vielfalt zur Zukunftssicherung

Diversität ist für Radio Bremen eines der wichtigsten unternehmensstrategischen Ziele, um allen Mitarbeiter:innen ein optimales und modernes Arbeitsumfeld zu bieten – unabhängig von ihrem Alter, Geschlecht, körperlichen oder geistigen Beeinträchtigungen, ihrer ethnischen und sozialen Herkunft, religiösen oder sexuellen Orientierung.

Seminarprogramm „Rundum Diversität“

1. Unconscious Bias – Allgemein
2. Unconscious Bias in der Personalauswahl
3. Umgang mit Diversität im Team
4. Diversität im journalistischen Alltag





8 Sparsam wirtschaften – Finanzbedarf langfristig decken

Wir wirtschaften sparsam und streben zum Ende der Beitragsperiode 2024 einen ausgeglichenen Haushalt an. Alle neuen technologischen Möglichkeiten sollen immer auch unter dem Gesichtspunkt der Kostenreduktion betrachtet werden. Mit anderen ARD-Anstalten werden wir über weitere Kooperationsmöglichkeiten sprechen.



Der verantwortungsbewusste Umgang mit den vorhandenen Budgets nach den Prinzipien von Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit prägt Radio Bremen. Dabei ist es das gemeinsame Ziel aller Bereiche, möglichst viel Geld für das Programm bereitzustellen. Dafür unterstützen wir auch im kommenden Jahr die Strukturreformen der ARD und arbeiten aktiv an Vorschlägen für neue Kooperationen mit. Außerdem überprüfen wir fortlaufend, inwieweit wir die internen Prozesse durch eigene Maßnahmen oder ARD-Kooperationen noch effizienter und sparsamer gestalten können.

Beitragsperiode 2021 bis 2024 – bedarfsgerechte Finanzierung trifft auf angespannte Wirtschaftslage

Für die Beitragsperiode 2021–2024 hatte die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) im 22. Bericht einen Rundfunkbeitrag von 18,36 Euro empfohlen und sich damit für eine Anhebung des monatlichen Beitrags um 86 Cent ausgesprochen. Nachdem die Beitragserhöhung Anfang 2021 wegen der fehlenden Zustimmung Sachsen-Anhalts zunächst ausblieb, wurde die bedarfsgerechte Finanzierung durch das Bundesverfassungsgericht im Juli 2021 wiederhergestellt.

Wenngleich die bedarfsgerechte Finanzierung damit auch 2023 gesichert ist, wird die finanzielle Situation Radio Bremens in den nächsten Monaten maßgeblich von den verschiedenen gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen beeinflusst werden – mit Auswirkungen auf die gesamte Beitragsperiode. Die Nachwirkungen der Corona-Pandemie und der Krieg in der Ukraine haben sich bereits negativ auf die gesamtwirtschaftliche Situation Deutschlands ausgewirkt. Dies lässt sich beispielsweise an der gestiegenen Inflationsrate erkennen. Dieser Trend wird sich auch 2023 fortsetzen und gemeinsam mit den gestörten Lieferketten und der unsicheren Energieversorgungslage substanzielle Risiken für die deutsche Konjunktur und an den Finanzmärkten verursachen.

Neben den hohen Energiepreisen werden sich die finanziellen Folgen dieser Entwicklungen bei Radio Bremen 2023 insbesondere durch

geringere Finanzerträge bemerkbar machen. Des Weiteren finden seit 2022 Tarifverhandlungen mit den Gewerkschaften statt, die zu steigenden Kosten im Personalbereich führen werden.

(D)ein SAP – Chance einer ARD-einheitlichen Digitalisierung der Verwaltung

Technologisch wird es 2023 im Finanzbereich Neuerungen geben. Im Fokus steht das ARD-weite Projekt „(D)ein SAP“. Ziel des Projektes ist es, die betriebswirtschaftlichen Prozesse der gesamten ARD, des Deutschlandradios und der Deutschen Welle zu harmonisieren und die Verfahren einheitlich, transparent und effizient zu gestalten. Nicht nur im Programm, sondern auch in der Verwaltung sollen somit die Chancen der Digitalisierung genutzt werden.

Nachdem der MDR als Pilotanstalt zum 1. Januar 2023 seine Prozesse umstellen und die neue Software einführen wird, folgt Radio Bremen gemeinsam mit vier anderen Anstalten Anfang 2024. Die Vorbereitungen dafür werden das Jahr 2023 prägen.

Gleichzeitig ist das Projekt „(D)ein SAP“ Teil der ARD-weiten Strukturreformen. Wie bereits in der Vergangenheit wird Radio Bremen auch künftig solche Reformprozesse aktiv unterstützen und darüber hinaus prüfen, ob sich durch Kooperationen Einsparmöglichkeiten realisieren lassen.

Beitragsperiode 2025–2028:

Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit im Blick

Der nächste beitragsrelevante KEF-Bericht ist der 24. KEF-Bericht, der die Beitragsperiode ab 2025 in den Blick nehmen wird. In diesem Zusammenhang werden die Rundfunkanstalten ihren Finanzbedarf zum 30. April 2023 anmelden. Dies geschieht vor dem Hintergrund der beschriebenen Anforderungen des digitalen Umbaus in enger Abstimmung in der ARD. Basis für die anstaltsindividuelle Anmeldung ist die interne mittelfristige Finanzplanung, die im Herbst 2022 für die Beitragsperiode 2025–2028 aufgestellt wird. Entsprechend der Finanzordnung werden dabei wie immer die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit beachtet werden – Grundsätze, die bei Radio Bremen im besonderen Maße verankert sind.

Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF)

Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) stellt den Finanzbedarf von ARD, ZDF, Deutschlandradio und ARTE fest und berichtet den Landesregierungen alle zwei Jahre über die Finanzlage der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Dabei legt sie in der Regel abwechselnd einen Beitragsbericht mit Empfehlungen zur Beitragshöhe oder einen Zwischenbericht vor.



Impressum

Radio Bremen

Diepenau 10
28195 Bremen

Tel. (0421) 24 60
Fax (0421) 24 64 12 00
www.radiobremen.de

Gestaltung und Fotos:
Patrick Schulze

Alle Bildrechte liegen bei Radio Bremen.

November 2022

