

 radiobremen[©]

radiobremen



**ENTWICKLUNGSBERICHT
2024**



Einleitung

Der morgendliche Weg zur Arbeit, er führt uns durch ein vielfältiges Land. Fährt man mit der Straßenbahn zum Funkhaus, bekommt man schnell einen Eindruck von den unterschiedlichsten Lebenswirklichkeiten und Mediennutzungsgewohnheiten. Da tippen Schulkinder auf ihren Smartphones, daneben stemmt ein älterer Mensch einen Rollator in die Bahn, aus den Kopfhörern der Mitfahrer:innen dringt Musik aller Stilrichtungen, andere sind auf dem Tablet in einen Film vertieft und wieder andere schauen auf die vorbeiziehenden Bremer Reihenhäuser, manche unterhalten sich oder lesen die Nachrichten auf den Monitoren der BSAG. Jede:n Einzelne:n gilt es, mit unseren Angeboten zu erreichen, sie zu informieren, ob bei buten un binnen im TV oder im Netz, ob im Radio, der ARD Mediathek und Audiothek, bei Arte oder den Tagesthemen. Wir sind immer nah dran an dem, was den Menschen in Bremen und umzu wichtig ist.

Der Entwicklungsbericht 2024 formuliert sieben wesentliche Ziele, allen voran: Radio Bremen berichtet im Auftrag der demokratischen Gesellschaft.

In Zeiten von Desinformation und polarisierten Debatten bleibt unser Kompass 2024 auf den Wesenskern öffentlich-rechtlichen Arbeitens ausgerichtet: die Berichterstattung vor Ort – die faktisch richtige Berichterstattung im Geiste Hannah Arendts: „Meinungsfreiheit ist eine Farce, wenn die Information über die Tatsachen nicht garantiert ist.“

Selten war diese Feststellung so relevant wie heute in einer digitalisierten Medienwelt, in der Kriegspropaganda, Verschwörungsmythen, KI-basierte Deepfakes und algorithmisch bedingte Filterblasen die aufgeklärten Öffentlichkeiten der demokratischen Gesellschaft deformieren. Publizistische Medien werden vom Gatekeeper zum *Truthkeeper*, fungieren als Inseln verlässlicher Informationen. Deshalb legen wir in den kommenden Monaten einen besonderen Fokus auf die Qualitätssicherung unserer journalistischen Arbeit. Wir setzen auf solide Recherchen und stärken das journalistische Handwerkszeug – zum Beispiel mit Hilfe der neuen „Radio Bremen Akademie“.

Um unseren Auftrag als *Integratorin* der demokratischen Gesellschaft zu erfüllen, vertiefen wir den Austausch mit den Menschen in den verschiedenen Stadtteilen Bremerhavens und Bremens. Wir wollen mehr Themen abseits von Groß-Debatten entdecken, unterschiedliche Sichtweisen auf Ereignisse noch deutlicher darstellen, für die Bedeutung bürgerschaftlicher Partizipation sensibilisieren – insbesondere vor dem Hintergrund der Europawahl 2024. Aber auch Unterhaltung ist weiter wichtiger Bestandteil unserer Arbeit: einerseits als verlässlicher Alltagsbegleiter in unruhigen Zeiten, andererseits mit innovativen Leuchttürmen – in der ARD Mediathek mit einer Dokutainment-Serie über die Seenotretter, in der Audiothek mit Highlight-Produktionen aus dem neuen Radio Bremen-Podcast-Board.

Wir sind *Dialogermöglicherin*, wenn wir uns in Stadtteilgesprächen mit den vielfältigen Communities unserer Region vernetzen. Auch auf anderen Feldern werden wir 2024 unser Dialogangebot weiterentwickeln. So soll das geplante Charity-Event „Das Bremer Weihnachtswunder“ den gesellschaftliche Austausch fördern, genauso wie den Zusammenhalt im Land.

Schließlich sind wir *Mit-Architektin* einer als Gegengewicht zu Big Tech verstandenen digitalen Infrastruktur der ARD. Sie entwickelt sich weiter, in ihr werden Kommentar- und Dialogfunktionen an Bedeutung gewinnen.

All diese Rollen sind für Radio Bremen essentiell, um den öffentlich-rechtlichen Auftrag im Dienste einer demokratischen Gesellschaft zu erfüllen. Wir erfüllen ihn mit Rücksicht auf unsere Umwelt. Wir erfüllen ihn wirtschaftlich sparsam. Wir erfüllen ihn im Bewusstsein der aktuellen Mediengesetzgebung: Der § 31 Absatz 4 des Medienstaatsvertrags beschreibt die Aufgabe der Aufsichtsgremien, Qualitätsrichtlinien aufzustellen. Unter Federführung der Gremienvorsitzendenkonferenz hat dies 2023 zu einer fruchtbaren, noch laufenden Diskussion über Qualität im öffentlich-rechtlichen Rundfunk geführt. Viele der von den Gremien diskutierten Qualitätskriterien sind von den genannten Rollen Radio Bremens umfasst: *Truthkeeper* kann nur sein, wer gemäß unumstößlicher *journalistischer Standards* arbeitet; *Integratorin* nur, wer eine *respektvolle Diskurskultur* pflegt, wer *Diversität, Inklusion, Gleichstellung und Chancengleichheit* fördert – um nur einige wenige Überschneidungen zu nennen.

All dies kann nur unter stabilen Rahmenbedingungen und im Vertrauen auf die Freiheit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten geleistet werden: Wir werden die richtigen Formate finden, um die Menschen in der Region mit qualitätsvollen Angeboten zu erreichen.

Erster Garant für stabile Rahmenbedingungen ist das Radio Bremen-Gesetz. Hinzu kommt eine Unternehmenskultur der Transparenz, der Flexibilität und auf Augenhöhe. So haben wir die Herausforderungen des vergangenen öffentlich-rechtlichen Krisenjahres gut und skandalfrei bewältigt.

Radio Bremen hat bereits viele schmerzliche Sparprozesse durchlaufen. Zusätzlich erhöht die andauernde Inflation den finanziellen Druck gerade auf unsere Landesrundfunkanstalt. Insofern wird der beitragsrelevante 24. KEF-Bericht wichtige Weichen für die auftragsgemäße Finanzierung des Hauses stellen. Es ist zu hoffen, dass sich – sollte die KEF eine moderate Erhöhung empfehlen – die Situation von 2021 nicht wiederholt. Angesichts von Populismus, Kriegen, Hass und Hetze braucht es auch finanziell sichere Rahmenbedingungen, um den öffentlich-rechtlichen Auftrag weiter verlässlich und für alle attraktiv zu erfüllen.

Viel Freude beim Lesen wünscht



Dr. Yvette Gerner
Intendantin

Unsere Ziele im Überblick

1 Im Auftrag der demokratischen Gesellschaft berichten

Unser Dreiklang für die Region: unabhängig berichten, Vielfalt darstellen, Verständigung ermöglichen. In Anbetracht von Filterblasen, Desinformation, visuellen Fälschungen und Informationsflut ist klar erkennbarer und vor allem unabhängiger Qualitätsjournalismus wichtiger denn je. Den zunehmenden Meinungspluralismus in der Gesellschaft stellen wir in seiner ganzen Vielfalt dar. Wir verstehen unsere Plattformen und Inhalte als offene Angebote.

2 Den Publikumsdialog und die gesellschaftliche Verständigung im Land stärken

Radio Bremen setzt auf enge Beziehungen mit den Menschen in der Region. In Dialogformaten nehmen wir die programmlichen Anregungen unseres Publikums auf und fördern gesellschaftliche Debatten vor Ort. Wir vernetzen uns mit Vereinen, der Kulturszene, mit Wissenschafts- und Bildungseinrichtungen – das stärkt die Zivilgesellschaft in unserem Land.

3 Innovative Leuchttürme in gewohnter Qualität für die ARD schaffen

Ob journalistische Reportage, dokumentarisches Fernsehformat oder fiktionaler Podcast – wir entwickeln Leuchtturmprojekte für die ARD, die auch über die Region hinaus strahlen. Wir bleiben kreativ und auf der Suche – nach dem nächsten großen Ding für funk, die Big Five-Angebote und für die neue virtuelle Hörspielredaktion der ARD, an der wir maßgeblich beteiligt sind.

4 Mit der ARD demokratisch-digitale Medienumgebungen der Zukunft gestalten

Zurzeit prägen einige globale Tech-Konzerne maßgeblich die Welt der digitalen Kommunikation. Dem will die ARD etwas entgegensetzen. Um ihren Auftrag im Interesse einer demokratischen Gesellschaft auch in Zukunft erfüllen zu können, strebt sie bis 2030 ein gemeinsames, digitales, öffentlich-rechtliches Plattform-Ökosystem an, das allein dem Gemeinwohl und nicht ökonomischen Interessen verpflichtet ist. Es soll die deutsche Medienlandschaft mit einer hohen Reichweite durchdringen.

5 Für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer attraktiv bleiben

Der Wettbewerb um Talente ist auch für Medienunternehmen härter geworden. Um weiterhin attraktiv zu bleiben, gestalten wir neue Arbeitswelten und ermöglichen neue Arbeitsmodelle in divers aufgestellten Teams, setzen auf Eigenverantwortung und eine Kultur auf Augenhöhe. Mobiles Arbeiten und neue Recruiting-Strategien im digitalen Raum werden zum Standard.

6 Nachhaltigkeit und Energieeffizienz fördern

Radio Bremen und die Bremedia wollen klimaneutral werden und verfolgen eine gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie. Die Unternehmensfamilie treibt Projekte auf dem Weg zur Klimaneutralität voran, darüber hinaus leben wir Nachhaltigkeit auch im ARD-Verbund.

7 Sparsam wirtschaften – Finanzbedarf langfristig decken

Wir wirtschaften sparsam und streben zum Ende der Beitragsperiode 2024 einen ausgeglichenen Haushalt an. Die Herausforderungen des 24. KEF-Berichts nehmen wir an. Die Transformation der ARD ermöglicht neue Kooperationen und effizientere Strukturen.



Im Auftrag der demokratischen Gesellschaft berichten

Unser Dreiklang für die Region: unabhängig berichten, Vielfalt darstellen, Verständigung ermöglichen. In Anbetracht von Filterblasen, Desinformation, visuellen Fälschungen und Informationsflut ist klar erkennbarer und vor allem unabhängiger Qualitätsjournalismus wichtiger denn je. Den zunehmenden Meinungspluralismus in der Gesellschaft stellen wir in seiner ganzen Vielfalt dar. Wir verstehen unsere Plattformen und Inhalte als offene Angebote. Sie ermöglichen unseren Nutzerinnen und Nutzern eine informierte, verständigungsorientierte Beteiligung am demokratischen Austausch und an Meinungsbildungsprozessen.

Sehanteil und Marktanteil buten un binnen TV im Vergleich

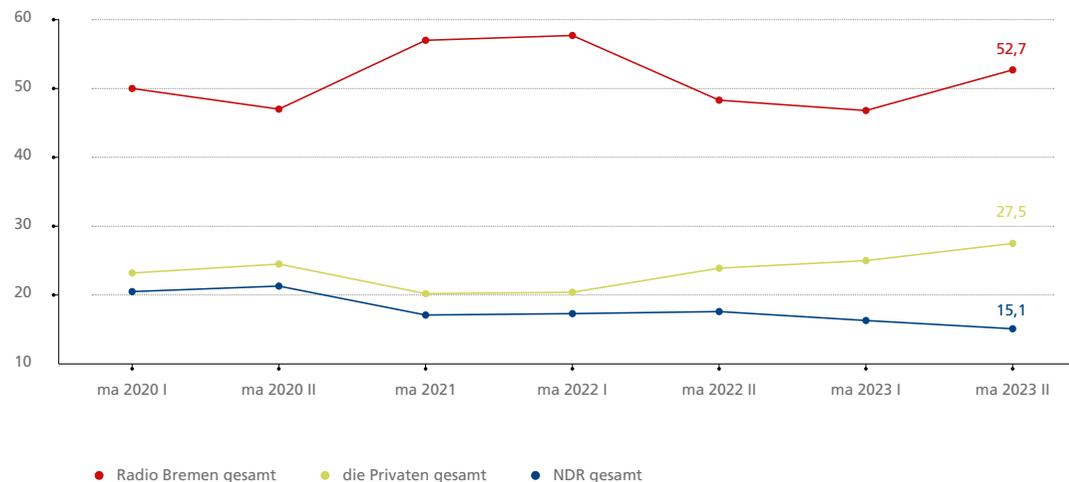
		AUGUST	SEPTEMBER	DIFFERENZ	GESAMTJAHR
NDR Regional	Sehbeteiligung (Mio.)	1,093	1,108	0,015	1,183
	Marktanteil in %	29,7	29,8	0,1	29,1
Hallo Niedersachsen	Sehbeteiligung (Mio.)	0,455	0,458	0,003	0,48
	Marktanteil in %	23,5	23,8	0,3	22,6
Schleswig-Holstein Magazin	Sehbeteiligung (Mio.)	0,271	0,261	-0,010	0,284
	Marktanteil in %	36,9	34,8	-2,1	35,2
Nordmagazin	Sehbeteiligung (Mio.)	0,184	0,200	0,016	0,209
	Marktanteil in %	35,8	37,8	0,2	37,3
Hamburg Journal	Sehbeteiligung (Mio.)	0,122	0,125	0,003	0,144
	Marktanteil in %	35,7	36,2	0,5	36,3
buten un binnen	Sehbeteiligung (Mio.)	0,062	0,064	0,002	0,065
	Marktanteil in %	39,4	39,0	-0,4	38,5

Landesprogramme um 19:30 Uhr, Sehbeteiligung in Mio., Marktanteil in Prozent, Mo–So, Zeitraum: Januar 2022 bis September 2023. Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE.

Der Marktanteil sagt aus, wie hoch der Anteil der Sehdauer an der Gesamtsehdauer von Fernsehen zum besagten Zeitpunkt ist.

Die Sehbeteiligung sagt aus, wie viele Zuschauer:innen eine Sendung im Verhältnis zur Sendedauer geschaut haben.

Marktanteil Hörfunk im Land Bremen



Marktanteil in Prozent, Mo–Fr, Land Bremen. Quelle: ma Radio, 2020–2023.

Der Marktanteil sagt aus, wie hoch der Anteil der Hördauer eines Radiosenders/Programms an der Gesamthördauer von Radio ist.

Radio Bremen nimmt den Auftrag ernst, der im Medienstaatsvertrag verankert ist und trägt zur politisch-gesellschaftlichen Teilhabe im Land Bremen bei. Wir informieren alle Bürger:innen umfassend über das politische Geschehen in der Region, dem Land und der Welt. Wir bieten Orientierung und zeigen Möglichkeiten für bürgerschaftliches Engagement im politischen Alltag.

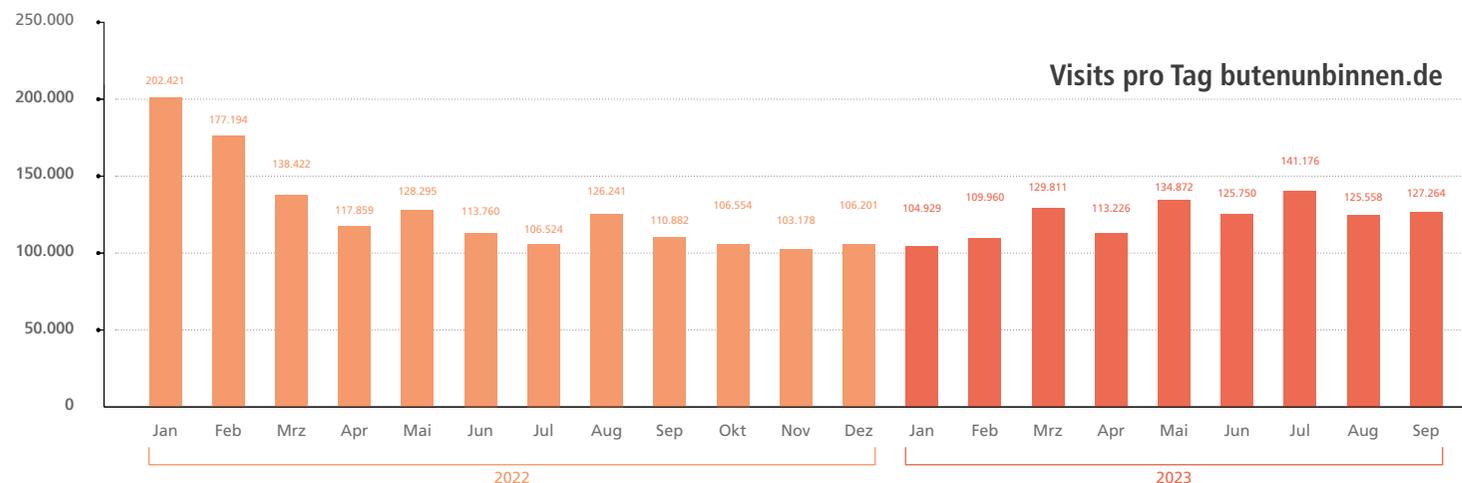
Politikberichterstattung: Neu Formate für alle!

Am 14. Mai 2023 haben die Bremer:innen die 21. Bremische Bürgerschaft gewählt. Radio Bremen hat darüber auf allen Kanälen berichtet – im Hörfunk, online, in den sozialen Medien und im TV. Allein am Wahltag hat butenunbinnen.de mit 480.000 Besuchen auf der Website einen neuen Rekordwert erzielt. Mit dem „Wahlmobil“ hat buten un binnen in den Bremer Stadtteilen und in Bremerhaven außerdem ein erfolgreiches Dialog-Format

etabliert, das auch crossmedial großen Anklang fand. Politiker:innen tauschten sich hier zu sechs großen Wahlthemen direkt mit dem Publikum aus.

Neu war das Format „Wahlen in Zahlen“: Einordnend und unterhaltsam standen hier die Daten im Mittelpunkt, anhand derer konkrete Fragen wie „Wer sind die Nichtwähler?“, „Was verdient ein Abgeordneter?“ oder „Was ist wichtig für die Wahlentscheidung?“ beantwortet wurden.

Einer besonderen Herausforderung stellte sich Bremen NEXT: Die Redaktion wollte politische Prozesse verständlich, interessant und relevant für die Lebensrealität junger Menschen erklären. Herausgekommen sind interaktive Storys und Reportagen zu Jugendarmut, Klimawandel oder Bildung, ein „Bürgermeistercheck“ mit den Spitzenkandidat:innen und niedrigschwellige Einstiege ins Thema auf allen wichtigen Kanälen der Community. Auf Tiktok zum Beispiel mit Inhalten zu: „Wie geht eigentlich Wählen?“, „Was kostet eine Wahl?“ und „Inside Bürgerschaft“.



Ein Visit bezeichnet einen zusammenhängenden Nutzungsvorgang, der beginnt, wenn ein:e Nutzer:in innerhalb eines Angebotes eine Page Impression erzeugt. Der Visit wird als beendet angesehen, wenn länger als 30 Minuten keine Page Impression durch die/den Nutzer:in erzeugt worden ist.

Zeitraum: Januar 2022 bis September 2023
Quelle: AT Internet (API).

Im Juni 2024 findet die Wahl zum Europäischen Parlament statt. Unsere größten Herausforderungen dabei: die europäischen Themen aus einem bremischen Blickwinkel zu beleuchten und Interesse an der Wahl zu wecken. Wieviel EU steckt eigentlich in Bremen, Bremerhaven und dem Sendegebiet? Wo spüren wir in unserer Region die Entscheidungen auf EU-Ebene, wo profitieren wir davon? Die Radio Bremen-Programme werden sich in verschiedenen Sendungen, mit formatspezifischen Schwerpunkten diesen Fragen widmen.

Regionaler Dialog-Journalismus:

Die Meinung der Bremerinnen und Bremer zählt!

Die „Radio Bremen Meinungsmelder“ sind eines der prägnantesten Beispiele für unseren Ansatz des Dialog-Journalismus. Das Format holt die Meinungen und die Vielfalt der Men-



Das Wahlmobil machte am 2. Mai 2023 im Apollo-Theater Bremerhaven halt. Armut, Leerstand oder Klima – das Publikum hatte viele Fragen an sechs Bremerhavener Politiker:innen.

schen aus Bremerhaven und Bremen direkt in unser Programm – einen ähnlichen Effekt erzielen wir mit den informellen Stadtteilgesprächen der Redaktionen mit den Communitys vor Ort. So wollen wir uns 2024 in der laufenden Berichterstattung verstärkt den Quartieren jenseits der Innenstadtbezirke widmen: Wie ist die Lebensrealität der Menschen in den Bereichen des Sendgebietes, über die seltener gesprochen wird? Welche Sorgen und Nöte treiben die Menschen in benachteiligten Stadtteilen oder auch Umlandgemeinden um – zum Beispiel in Bremen-Nord, dem Osten des Bremer Stadtgebiets, in Bremerhaven-Lehe oder in Gröpelingen?

Ausweislich der sozioökonomischen Daten haben sich die Lebensbedingungen in vielen dieser Stadtteile eher verschlechtert. An den Ergebnissen der jüngsten Bürgerschaftswahl ist außerdem ablesbar, dass gerade in diesen Quartieren Menschen mit ihrer Stimme Protest ausdrücken. Kommunikation darüber findet kaum statt – und das wollen wir ändern.

Unterrepräsentierte Gegenden ins Programm holen

Einen ersten Aufschlag hat Radio Bremen mit der buten un binnen-Berichterstattung über die Zustände an der Tami-Oelfken-Schule in Bremen-Lüssum gemacht. Sie ist das Schlusslicht in Bremen, was die Unterrichtsversorgung angeht. Es fehlt dort an Räumen und an Personal. buten un binnen berichtete mit mehreren Filmen und im Hörfunk über die Missstände. Diese Form der Berichterstattung wird Radio Bremen intensivieren.



Nachrichtenbedürfnisse bedienen und das Land Bremen überregional platzieren

Im vergangenen Jahr hat sich „buten un binnen KOMPAKT“ als regionales Informationsformat in den Bremen Eins-Nachrichten etabliert. Das Format bildet konsequent regional relevante Informationen ab, die „vor der Haustür“ des Publikums spielen. Da es sich in den vergangenen Monaten bewährt hat, haben wir bei Bremen Eins zu allen relevanten Tageszeiten weitere Sendeplätze für „buten un binnen KOMPAKT“ geschaffen.

Der nächste Schritt wird die non-lineare Weiterentwicklung von „buten un binnen KOMPAKT“ sein. Ziel ist, in einem relativ kurzen Zeitraum Ideen zu entwickeln, die den Grundgedanken des Formats beibehalten und gleichzeitig den Anforderungen eines digitalen, zeitunabhängig abrufbaren Produkts gerecht werden. In einer crossredaktionellen Projektgruppe von Redakteur:innen aus den Bereichen Nachrichten, buten un binnen Radio und Online entstehen derzeit erste Entwürfe für ein entsprechendes Digitalprodukt. 2024 möchten wir die Formatentwicklung abschließen.

Neben der Europawahl wird 2024 das 125-jährige Bestehen des SV Werder Bremen ein Höhepunkt unserer Regionalberichterstattung. Das Bremer Sportjahr steht aber nicht nur im Zeichen des Fußballs, sondern etwa auch des Radballs – Sportbegeisterte dürfen sich auf die Berichte über die Hallenradsport Weltmeisterschaft freuen. In Bremerhaven wird sich Radio Bremen mit den Maritimen Tagen im August für die Sail 2025 warmlaufen.

Überregional wollen wir Bremen und Bremerhaven noch stärker darstellen: Die Neuaufstellung des ARD-Mittagsmagazins mit einem zweistündigen Programm bietet dafür Chancen, denn dort sollen Berichte aus allen Regionen Deutschlands Platz finden.

Regional der relevanteste Rundfunkanbieter sein

Unser Fernseh-Regionalmagazin ist in der bundesweiten Hitliste der Regionalmagazine das dritte Jahr in Folge auf Platz Eins gelandet. Durchschnittlich haben knapp 40 Prozent der Fernsehzuschauer:innen im Land Bremen um 19:30 Uhr buten un binnen eingeschaltet. Diese Erfolgsserie wollen wir 2024 fortsetzen und arbeiten aktuell daran, unser Regionalmagazin digital weiterzuentwickeln.

Zur Weiterentwicklung des digitalen Angebots von buten un binnen gehört auch, dass Radio Bremen im November 2023 die Plattform X, vormals Twitter, verlassen hat. Der buten un binnen-Kanal auf der Plattform wurde abgeschaltet, da Hassrede und Falschaussagen nach unserer Wahrnehmung so stark zugenommen haben, dass X nicht mehr das richtige Umfeld für unser faktenbasiertes Nachrichtenangebot ist. Zugleich startet buten un binnen einen neuen Kanal im Messenger-Dienst Whatsapp, um insbesondere auch jungen Nutzer:innen einen weiteren Zugangspunkt für Neuigkeiten aus der Region zu bieten.



Den Publikumsdialog und die gesellschaftliche Verständigung im Land stärken

Radio Bremen setzt auf enge Beziehungen mit den Menschen in der Region. In Dialogformaten nehmen wir die programmlichen Anregungen unseres Publikums auf und fördern gesellschaftliche Debatten vor Ort. Wir vernetzen uns mit Vereinen, der Kulturszene, mit Wissenschafts- und Bildungseinrichtungen – das stärkt die Zivilgesellschaft in unserem Land.

Die Menschen im Land Bremen sind in engem Kontakt mit Radio Bremen. Das zeigen auch die Ergebnisse der Zielgruppenstudie Anfang 2023: Mehr als 40 Prozent der Befragten gaben darin an, schon einmal direkten Kontakt zu Radio Bremen aufgenommen zu haben. Seitdem die Besuchsprogramme und öffentlichen Events nach der Pandemie wieder ange laufen sind, haben Tausende in Bremen und Bremerhaven unsere Angebote angenommen und sind in den direkten Dialog mit uns getreten.

Größter Publikumsmagnet 2023 war der Tag der offenen Tür am 2. September mit mehr als 5.000 Besucherinnen und Besuchern. Über das ganze Jahr verteilt kamen zusätzlich rund 3.000 Menschen zu Führungen und Gesprächen ins Bremer Funkhaus sowie ins Studio Bremerhaven und mehr als 2.500 Interessierte zu den Film-Previews und Filmsonntag-Vorführungen von Radio Bremen-Produktionen, bei denen das Publikum anschließend mit den Macher:innen diskutieren konnte. Die Anmerkungen und die Kritik des Publikums am Tag der offenen Tür haben wir systematisch gesammelt und ausgewertet. Diese Rückmel dungen fließen nun in unsere Arbeit ein.

Hinzu kommen die regelhaften nutzerzentrierten Dialogformate des Programms, die unter anderem mit Umfragen und Dialog in den sozialen Netzwerken, den Radiosendern und mit der Zuschauerredaktion jeden Tag die Menschen in der Region erreichen. Über diese Kanäle finden Stimmungen aus verschiedenen Bereichen der Gesellschaft Platz in den Programmen. Außerdem geben sie den Bürger:innen die Möglichkeit, inhaltliche Impulse zu setzen. 2024 gilt es, den Dialog auf weiteren Ebenen und mit speziellen Zielgruppen auszubauen. Unsere erfolgreichen Formate werden wir fortführen. Mit den vielfältigen Aktionen und Angeboten erfüllen wir auch eine Anforderung des 3. Medienänderungsstaatsvertrags, der im Juni 2023 in Kraft getreten ist. Er legt fest, dass wir uns als Landesrundfunkanstalt in einem „kontinuierlichen Dialog mit der Bevölkerung“ austauschen, insbesondere über „Qualität, Leistung und Fortentwicklung unseres Angebots“.

Tag der offenen Tür 2023

Die Besucher:innen am Tag der offenen Tür zeigten sich begeistert von den Angeboten und Möglichkeiten und nutzten die vielfältigen Gelegenheiten zum Dialog. Im Vergleich zum Tag der offenen Tür 2017 kamen 2023 mehr als doppelt so viele Menschen ins Funkhaus. „Am besten haben mir die Studiotouren gefallen“, so ein Besucher. Die Möglichkeit, „ihre“ Stimmen hinterm Mikrofon persönlich zu treffen, nahmen viele Gäste besonders gerne wahr. Sie trafen auch auf die Teams, die unsere Sendungen hinter den Kameras und Mikrofonen gestalten, erkundeten das Funkhaus an der Weser und genossen das Unterhaltungsprogramm im Außenbereich. Verantwortliche des Senders, Programmacher:innen sowie Vertreter:innen der Aufsichtsgremien standen dem Publikum für Fragen zur Verfügung.



Der Tag der offenen Tür 2023 stand im Zeichen des Austauschs der Programmacher:innen mit dem Publikum, mehr als 5.000 Menschen folgten der Einladung ins Funkhaus.

„... trifft Radio Bremen“

2024 wollen wir gesellschaftliche Gruppen noch gezielter einladen, mit uns in den Dialog zu treten. Wir orientieren uns dabei an einem Format, mit dem der SWR bereits gute Erfahrungen gesammelt hat. Mögliche Veranstaltungen sind „Feuerwehr trifft Radio Bremen“ oder „Pflege trifft Radio Bremen“. Die Gruppen sind jeweils eingeladen, Radio Bremen und unsere Arbeitsweise kennenzulernen. Gleichzeitig wollen wir von den Besucher:innen wissen, welche Themen sie umtreiben und was sie sich von uns wünschen. Bei einem gemeinsamen Treffen im Funkhaus tauschen sich die Beteiligten aus.

Smart Work-Prozess im Team Publikumskontakt

Das Team Publikumskontakt hat Ende 2023 einen Smart Work-Prozess gestartet. Alle, die bei Radio Bremen Kontakt zu Nutzer:innen haben, sollen zukünftig auf dieselben Informationsquellen zugreifen, sich auf eine gemeinsame nutzerorientierte Ansprache verständigen und sich effizient vernetzen. So bekommen die Nutzer:innen in Zukunft noch schneller passgenaue Informationen, wenn sie uns kontaktieren.

ARD-Content im öffentlichen Raum

Im Auftrag der ARD startet Radio Bremen 2024 ein Pilotprojekt, um Menschen im öffentlichen Raum Audio- und Video-Inhalte anzubieten. Informationstafeln sollen vor Sehenswürdigkeiten oder historischen Gebäuden in Bremen mithilfe eines QR-Codes zu unseren Beiträgen in der ARD Mediathek und Audiothek führen. Unsere digitalen Inhalte finden so einen Weg an Orte, wo sie unmittelbar einen Mehrwert bringen.

Fortführung unserer erfolgreichen Formate

<i>Medientour Plus</i>	<i>Führungen mit anschließender Diskussion im Funkhaus Bremen und im Studio Bremerhaven.</i>
<i>Radio Bremen-Filmsonntag</i>	<i>Vorführung von Radio Bremen-Produktionen im Kino mit anschließendem Gespräch mit den Filmemacher:innen.</i>
<i>Stadtteilgespräch</i>	<i>Wir treffen Vertreter:innen migrantischer Communitys in Bremen und reden über die Herausforderungen in ihren Stadtteilen. Organisiert von der Kommunikation, begleitet von Mitarbeiter:innen aus dem Programm.</i>
<i>Radio Bremen im Dialog</i>	<i>Zu wechselnden gesellschaftsrelevanten Themen bieten wir Diskussionsrunden an, beispielsweise zum Phänomen der „Klimakleber“ oder den Chancen und Herausforderungen von künstlicher Intelligenz. Expert:innen, Wissenschaftler:innen und Betroffene tauschen sich aus und auch das Publikum ist eingeladen, sich aktiv zu beteiligen.</i>
<i>Eine Stunde reden</i>	<i>Bremen Zwei-Moderator Mario Neumann kommt mit Menschen ins Gespräch. Seine Gesprächspartner:innen sucht er dabei nicht gezielt aus, sondern trifft sie zufällig auf der Straße.</i>
<i>Bremen Eins Radtour</i>	<i>Gemeinsam mit rund 300 Hörer:innen radeln Bremen Eins-Moderator:innen durch die Natur und kommen in den Dialog. Höhepunkt war 2023 die Sommerparty in Osterholz-Scharmbeck.</i>
<i>Bremen Vier 90er-Tag</i>	<i>Wenn das Team von Bremen Vier seine Tattooketten und Tamagotchis herausholt, startet im gesamten Sendegebiet eine große Party auf allen Bremen Vier-Kanälen.</i>



Aktionen im Programm

Auch für die Programme von Radio Bremen rückt 2024 der Austausch mit dem Publikum weiter in den Fokus. Ein Leuchtturm-Event bei Bremen Eins wird die Weihnachts-Charity-Veranstaltung „Das Bremer Weihnachtswunder“, gemeinsam organisiert mit der Wirtschaftsförderung Bremen. Zwei Moderations-Teams senden dabei mehrere Tage rund um die Uhr aus einem gläsernen Studio auf dem Bremer Weihnachtsmarkt Wunsch-Titel des Publikums gegen Spenden für einen guten Zweck.

Bremen Zwei gibt zufällig ausgewählten Bremer:innen in „Eine Stunde reden“ eine Stimme. Bremen NEXT möchte das erfolgreiche Vor-Ort-Sendekonzept weiter ausweiten, das 2023 mit dem Deutschen Radiopreis ausgezeichnet wurde. Und Bremen Vier setzt das beliebte Format des „User-Labs“ fort. 2023 konnten Hörer:innen in Workshops selbst Wunsch-Aktionen fürs Programm entwickeln. Die Ergebnisse flossen unter anderem in die Konzeption der Programmaktion „Bremen Vier, mach ma!“ ein.



Das Sendeteam von Bremen NEXT mit Reporter Janik Resa, Senderedakteurin Larissa Sobral und Moderator Jochen Burchard in der JVA Oslebshausen. Die Live-Sendung aus dem Jugendvollzug bekam den Deutschen Radiopreis 2023.

Bei regionalen Highlights vor Ort

Wir können als Landesrundfunkanstalt viele der größeren Veranstaltungen in unserem Sendegebiet, wie die Breminale in Bremen oder die Maritimen Tage in Bremerhaven, begleiten. Wir sind mit unseren Dialogständen und Mitarbeitenden vor Ort und kommen dort mit unserem Publikum ins Gespräch, sind für Fragen und Anregungen ansprechbar.

Unsere eigenen Veranstaltungen, wie die Tatort-Preview und die Preview der Dokumentation „Loriot 100“, sind mittlerweile selbst zu Highlights im Bremer Kalender geworden. Auch dort gehen wir aktiv auf unser Publikum zu und geben den Menschen die Möglichkeit, die Gesichter und Stimmen aus dem Programm persönlich kennenzulernen.



Innovative Leuchttürme in gewohnter Qualität für die ARD schaffen

Ob journalistische Reportage, dokumentarisches Fernsehformat oder fiktionaler Podcast – wir entwickeln Leuchtturmprojekte für die ARD, die auch über die Region hinaus strahlen. Wir bleiben kreativ und auf der Suche nach dem nächsten großen Ding für funk, die Big Five und für die neue virtuelle Hörspielredaktion der ARD, an der wir maßgeblich beteiligt sind.

Radio Bremen wird in der ARD immer wieder durch innovative Leuchttürme sichtbar – so auch 2024. Die ARD befindet sich in einem Transformationsprozess. Radio Bremen arbeitet aktiv daran, die Reformen umzusetzen und mitzugestalten. So schaffen wir Freiräume für einen weiteren Qualitätsschub. Darüber hinaus wollen wir auch 2024 Perspektivzielgruppen erschließen, also Menschen, die bisher noch keine öffentlich-rechtlichen Angebote nutzen für unsere Programme gewinnen. Etablierte Formate entwickeln wir konsequent digital weiter.

Y-Kollektiv: ein Format für die ARD Mediathek

Im Juli 2023 wechselte das Y-Kollektiv von funk in die ARD Mediathek. Ein großer Schritt – schließlich wird das Y-Kollektiv als „die“ junge Doku-Marke der ARD gehandelt. Es soll mit einer über sieben Jahre lang aufgebauten Social-Media-Community im Rücken das junge Publikum erreichen und an die Mediathek binden. Dieser Schritt ist sowohl organisatorisch als auch finanziell herausfordernd. Wir setzen ihn als Gemeinschaftsprojekt unter der Federführung von Radio Bremen um. Beteiligt sind künftig auch der Bayerische Rundfunk, der Hessische Rundfunk, der Mitteldeutsche Rundfunk, der Rundfunk Berlin-Brandenburg, der Saarländische Rundfunk, der Südwestdeutsche Rundfunk, der Westdeutsche Rundfunk und Das Erste sowie die ARD Mediathek. Dort, auf der eigenen „Bühne“ der Mediathek, soll es den erfolgreichen und reichweitenstarken Journalismus des Y-Kollektivs in Zukunft vor allem geben.

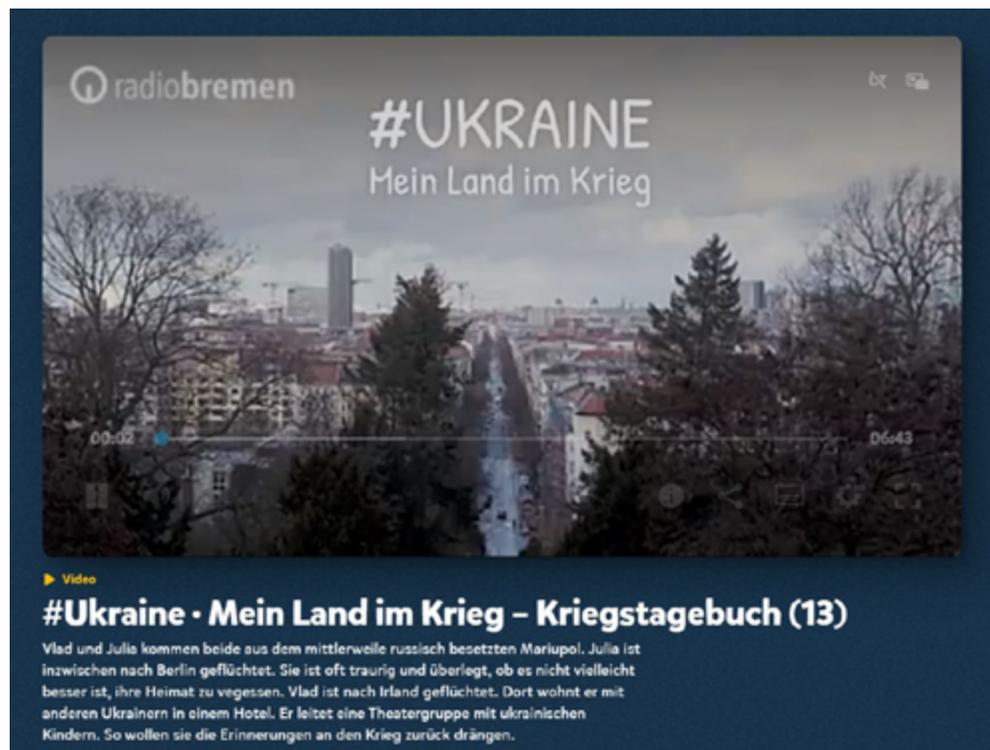
Die ARD Mediathek ist damit die neue Heimatadresse des Y-Kollektivs. Hier finden sich seit dem 13. Juli 2023 die jungen Reportagen zu den kontroversen Themen unserer Zeit. Das TV-Format „Rabiat by Y-Kollektiv“ fusioniert mit dem Y-Kollektiv und wird 2024 als „Y-Kollektiv +“ längere Geschichten mit größerer Tiefe erzählen. Auch in Zukunft spielt der enge Kontakt zur Community eine wichtige Rolle für das Y-Kollektiv. Deshalb wird es

weiterhin in den sozialen Netzwerken, auf Youtube und Instagram, aktiv sein. Dort verfolgt es von nun an eine Conversion-Strategie, die das Publikum auf exklusive Inhalte in der ARD Mediathek aufmerksam macht. Insgesamt sind 2024 für die ARD Mediathek 33 Folgen geplant, die Radio Bremen als Formatredaktion federführend mitbetreibt.

Zulieferungen für das Gemeinschaftsangebot in gewohnter Qualität

Neben dem Y-Kollektiv entstehen bei Radio Bremen jedes Jahr zahlreiche Beiträge für das Gemeinschaftsprogramm der ARD. Auch 2024 werden wir in gewohnter Qualität zuliefern. Exemplarisch seien an dieser Stelle zwei Projekte genannt: Aus traurigem Anlass wird eine vierte Staffel der KIKA-Dokureihe „#Ukraine – mein Land im Krieg“ produziert. Jüngst wurde das Projekt, in dem Kinder aus der Ukraine über ihren Alltag im Krieg oder im Exil berichten, mit dem Robert Geisendörfer Preis ausgezeichnet.

Der Arte-Dokumentarfilm „Unser Wasser – unser Leben“ nimmt sich eines weiteren Konfliktthemas an. Vor dem Hintergrund des Klimawandels erzählen zwei Prix Europa-Preisträger über den zunehmenden weltweiten Kampf um die lebensnotwendige Ressource Wasser.



Die KiKA-Dokureihe „#Ukraine – mein Land im Krieg“ in der KiKA Mediathek. Aus der Begründung der Jury des Robert Geisendörfer Preises: „Die Episoden handeln von Kellerverstecken und zerstörten Häusern. Die Jungen und Mädchen berichten von Flucht und vom Verlust geliebter Haustiere, sie sprechen über Angst und Traurigkeit. [...] Die Reihe weckt Empathie und Mitgefühl, sie verdeutlicht, was Krieg bedeutet, ohne Ängste zu schüren.“

Mehr Bremen und umzu in der ARD Mediathek

Die ARD möchte in Zukunft verstärkt regionale Inhalte in der Mediathek verfügbar machen. Radio Bremen unterstützt diese Strategie, indem wir uns an der Arbeitsgruppe „Entwicklung“ beteiligen. Diese sucht nach Formaten und Inhalten, die dafür geeignet sind. Gemeinsam mit dem NDR plant Radio Bremen beispielsweise eine regionale Doku-Serie über die Seenotretter, deren Einsatzleitstelle in Bremen beheimatet ist. Die ARD bewertet die geplante Doku-Serie als Highlight-Produktion, die prominent in der ARD Mediathek platziert werden soll.

Mehr Qualität und digitale Schlagkraft durch Reformen

Im Rahmen der Transformation der ARD arbeiten alle Radio Bremen-Programme an neuen Formaten, die auf die Kooperation mehrerer Landesrundfunkanstalten setzen. Erste Reformschritte, die wir 2023 eingeleitet haben, befinden sich derzeit in ihrer Umsetzungsphase. Die vereinbarten Kooperationsmodelle sollen 2024 implementiert werden. So arbeitet zum Beispiel die Kulturwelle Bremen Zwei mit anderen Kulturwellen der ARD an einem gemeinsamen Abend- und Nachtprogramm. Geplant sind gemeinsame Musikstrecken und Wortsendungen. Konkret werden Bremer Musiksendungen dann auch in den Sendegebieten der pop-orientierten Kulturwellen von MDR und BR zu hören sein.

Aktuell befinden sich auch Bremen Eins, Bremen Vier und Bremen NEXT in Prüfprozessen, deren Ergebnisse 2024 in die Umsetzung gehen werden. Die Finanzmittel, die wir durch Kooperationen einsparen, wollen wir für digitale Programmvorhaben und damit für eine zunehmend größere Zahl von digitalen Radio Bremen-Nutzer:innen verwenden.

Im Bereich des Hörspiels wird es mit einer virtuellen ARD-Gemeinschaftsredaktion 2024 weitreichende Neuerungen geben: Hörspiele produzieren wir zukünftig primär für das Digitale bzw. für die ARD Audiothek. Das Hörspiel ist ein zentrales Differenzierungsmerkmal der ARD Audiothek und soll beim Wachstum speziell in jüngeren Zielgruppen eine noch größere Rolle spielen. Dies geschieht in enger Verbindung mit den linearen Sendeplätzen, auf denen die Digital-First-Inhalte auch gesendet werden.

Im Programmbereich Neue Kultur entsteht ein Podcast-Board. Das Podcast-Board verantwortet, beauftragt, distribuiert und beobachtet die Podcast-Produktionen von Radio Bremen. Die bisher dezentralen Podcast-Produktionen und -Anstrengungen der einzelnen Redaktionen und Abteilungen werden so aufeinander abgestimmt und professionalisiert. Das Podcast-Board beauftragt künftig eigene Podcast-Vorhaben für die ARD und betreut die Podcast-Ideen der Radiowellen und Redaktionen.

Neben einem Lorient-Podcast, der zum 100. Geburtstag des berühmten Humoristen Vicco von Bülow produziert und am 4. November 2023 veröffentlicht wird, arbeitet das Board aktuell an einem Podcast über Hans-Joachim Bohlmann, einen der größten Kunstzerstörer der Geschichte. Die vierteilige Reihe soll am 1. Februar 2024 veröffentlicht werden.

Mehr Mittel fürs Digitale

Die ARD Reformen im linearen Radioprogramm setzen Mittel frei, mit denen wir das Podcast-Board bei Radio Bremen aufbauen und finanziell ausstatten können. Dafür haben wir im Programmbereich Neue Kultur die Stelle eines Podcast-Koordinators eingerichtet. 2024 soll es einen eigenen Etat bekommen. Es ist das Ziel der ARD, in der kommenden Beitragsperiode im Programm rund 250 Millionen Euro für Umschichtungen ins Digitale freizusetzen.

i

Mehr Highlight-Produktionen für unsere Kanäle

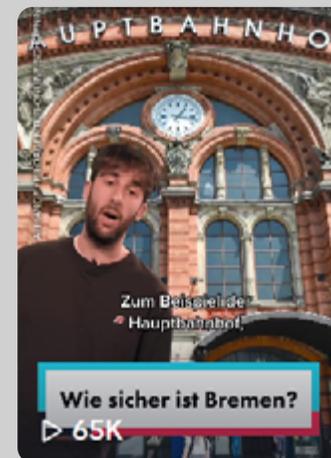
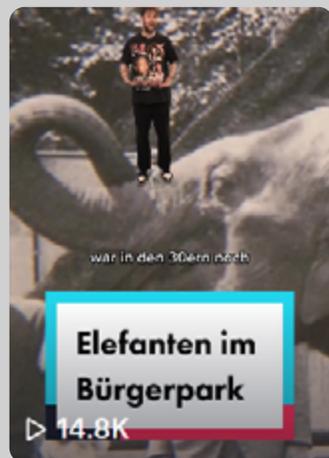
2023 haben wir einen der gesprächswertigsten Podcasts in Deutschland entwickelt: „Fighting Long Covid“ erzählt die Geschichte einer Betroffenen, die in der jungen Szene prominent ist. Bremen Vier hat mit Moderatorin und Podcasterin Visa Vie über ihr Leben mit den Folgen ihrer Corona-Infektion gesprochen – ein Thema, das viele Menschen auch jenseits der Grenzen des Sendegebiets bewegte: Der Podcast wurde in der ARD Audiothek und auf Spotify über 750.000 Mal aufgerufen und war über mehrere Wochen auf Platz zwei der Spotify-Podcast-Charts. Die erste Folge haben knapp 140.000 Menschen gehört.

Ebenfalls erfolgreich war die Podcast-Reihe „Unter Almans“ der Bremer Cosmo-Redaktion. Host Salwa Houmsi blickt mit ihren Gästen zurück auf die Anfänge der bundesdeutschen Migrationsgeschichte, bezieht die Community mit ein und schaut konstruktiv auf das, was in Zukunft besser laufen kann. Die Podcast-Serie hat den Civi-Medienpreis gewonnen und war für den Deutschen Podcastpreis und den Deutschen Radiopreis nominiert. 2024 wollen wir ähnlich gesprächswertige Podcast-Formate entwickeln.

Mehr Engagement bei Tiktok

Vertikale Videos bei Plattformen wie Tiktok und Instagram sind ein anhaltender Trend. Vor allem jüngere Menschen sind es gewohnt, ihre Smartphones hochkant zu halten, wenn sie sich Kurzvideos ansehen. Außen und binnen wird für seine Online-Angebote deswegen die Produktion solcher Videos vorantreiben. Das gilt ebenso für Bewegtbild-Content, der speziell für das Netz entsteht. Ein neuer Player macht Außen und binnen.de auch technisch noch besser nutzbar. Videos starten dann nach nur einem Klick.

Das regionale Informationsformat „WhatTheFactBremen“, das Bremen NEXT und die Regionalredaktion Außen und binnen-Online gemeinsam für die Plattform Tiktok entwickelt haben, haben wir aus seiner Testphase erfolgreich in ein Regelformat überführt. Durchschnittliche Abrufzahlen im fünfstelligen Bereich pro Video unterstreichen, dass sich gut gemachte regionale Inhalte auch für eine junge Zielgruppe durchsetzen: Seien es historische Rückblicke, aktuelle Entwicklungen oder Geschichten regionaler Held:innen – die Themen und die Machart kommen gut an. „WhatTheFactBremen“ ist ein gutes Beispiel für einen iterativen Entwicklungsprozess, in dem Feedbackschleifen mit der Zielgruppe fest in der Weiterentwicklung des Formats installiert sind.



Der Tiktok-Kanal „WhatTheFactBremen“ bereitet regionale Inhalte für ein junges Publikum auf und hat über 15.000 Follower:innen.

4



Mit der ARD demokratisch-digitale Medienumgebungen der Zukunft gestalten

Zurzeit prägen einige globale Tech-Konzerne maßgeblich die Welt der digitalen Kommunikation. Ihre technologischen Plattformen, Algorithmen und Logiken beeinflussen, welche Medieninhalte die Nutzerinnen und Nutzer erreichen und wie diese ausgespielt werden. Zugleich dienen sie wirtschaftlichen Interessen. Dem will die ARD etwas entgegenzusetzen. Um ihren Auftrag im Interesse einer demokratischen Gesellschaft auch in Zukunft erfüllen zu können, strebt sie bis 2030 ein gemeinsames, digitales, öffentlich-rechtliches Plattform-Ökosystem an, das allein dem Gemeinwohl und nicht ökonomischen Interessen verpflichtet ist. Dieses Netzwerk soll die deutsche Medienlandschaft mit einer hohen Reichweite durchdringen und durch Qualität und Vielfalt maßgeblich prägen. Radio Bremen trägt dazu bei, dieses Ziel zu erreichen.

Nur auf unseren Plattformen bestimmen wirklich wir die Regeln. Wir können dort für einen fairen und fruchtbaren Austausch sorgen. Jeder und jedem steht es frei, sich daran zu beteiligen. Deshalb arbeiten wir mit Hochdruck daran, die Attraktivität unserer Plattformen zu verbessern und mit hochwertigen Inhalten für ein breites Publikum interessant zu sein. Neben dem Ausbau von Personalisierung und der Usability-Optimierung wird sich Radio Bremen besonders dafür einsetzen, Dialog und Partizipation auf den eigenen Portalen zu ermöglichen. Drittplattformen bleiben mit Blick auf die Gesamtheit der Nutzenden wichtig, wir setzen uns aber vermehrt für Konversionsprojekte von Drittplattformen auf die Big Five-Angebote der ARD ein.

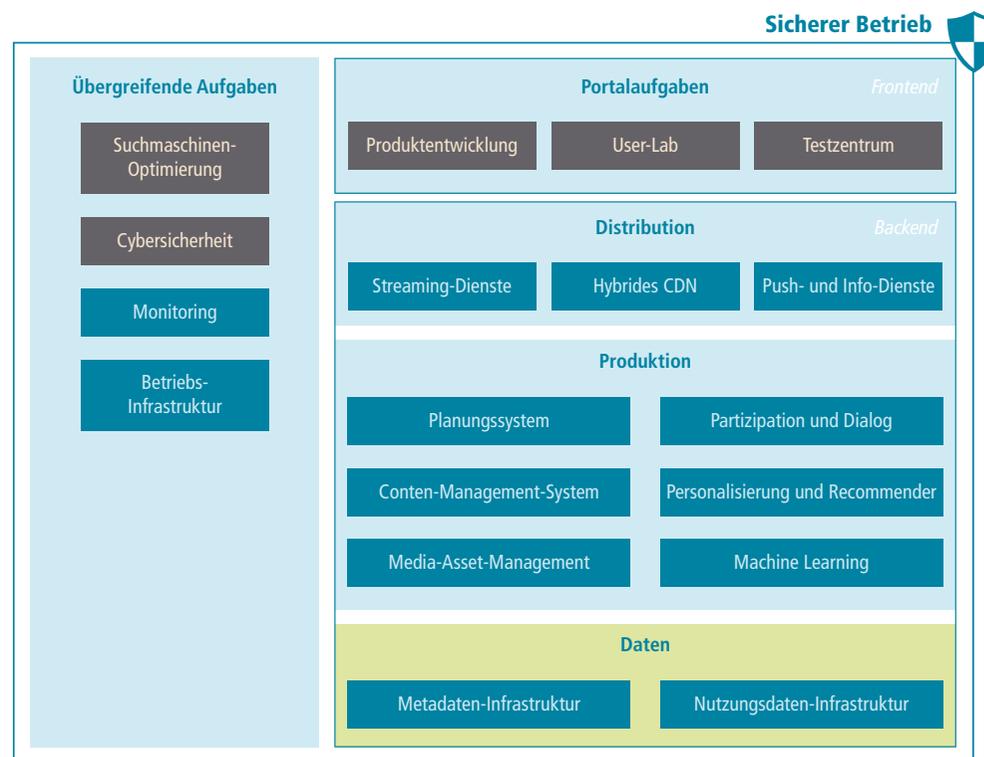
Mit Dialog im Streaming-Wettbewerb punkten

Die ARD Mediathek und ARD Audiothek sind – so wie auch konkurrierende Plattformen – in erster Linie als Streamingplattformen konzipiert. Feedback und Dialog in Form von Bewertungen oder Kommentaren sind bisher nicht möglich – anders als auf Drittplattformen wie Youtube oder Facebook. Radio Bremen hat sich dafür eingesetzt, Dialogfunktionen auf unseren eigenen Plattformen einzuführen und dazu 2022 einen Pilotversuch durchgeführt.

Auf Basis der Ergebnisse hat die ARD beschlossen, im Laufe des Jahres 2024 grundsätzlich Dialogfunktionen sowohl in der Mediathek als auch in der Audiothek zu implementieren. Künftig sollen Redaktionen die Möglichkeit haben, unterschiedliche Level an Dialogmöglichkeiten für ihre Formate freizuschalten. Voraussetzung hierfür ist ein entsprechendes Community-Management. Damit wollen wir in Zukunft die besten Funktionen aus Streamingplattformen und sozialen Netzwerken in unseren Mediatheken miteinander verbinden.

Digitale Erneuerung – für ein regionales Inhalte-Netzwerk

Radio Bremen und die ARD beschleunigen ihren Umbau hin zu einem regional verankerten, digitalen, öffentlich-rechtlichen Inhalte-Netzwerk. Grundlage ist eine moderne technologische Basis, die elementare Grundfunktionen für digitale Produkte bietet. Um den notwendigen Modernisierungsschub zu erreichen, hat die ARD das Projekt Digitale Erneuerung bei der KEF für die Jahre 2025–2028 angemeldet. Es besteht aus 18 Modulen.



Die neue Infrastruktur des Projekts Digitale Erneuerung funktioniert nach dem Baukastenprinzip und bietet so Flexibilität für weitere Partner, die eigene Basis-Systeme etwa für Content-Management weiterverwenden können. Die Hürde für die Teilnahme ist minimal. Alle profitieren von einer gemeinsamen Datenbasis. Diese stellt das obligatorische Modul „Daten“ sicher. Für maximale Synergie sollen alle Produkte der ARD vollständig auf Funktionen der gemeinsamen Infrastruktur aufbauen.

Die Intendant:innen der ARD haben 2023 festgelegt, welche Medienhäuser bei den jeweiligen Modulen die Verantwortung übernehmen. Radio Bremen hat die Federführung für das Modul „Partizipation- und Dialogservices“ übernommen. Es bildet die technische Grundlage für einen engeren Kontakt mit den Nutzer:innen und ihre Teilnahme, indem Interaktionspunkte wie Kommentarfunktionen, Diskussionsformate und Like-Buttons in eigenen Portalen realisiert und Werkzeuge für die koordinierte Nutzung der vielfältigen Möglichkeiten in Social-Media-Auftritten angeboten werden. Radio Bremen wird das Thema inhaltlich und technologisch vorantreiben, direkt an das Projekt-Management-Office der ARD berichten und ist für die Erfüllung des Projektauftrags verantwortlich. Andere Landesrundfunkanstalten unterstützen die Federführung Radio Bremens. Die Planung soll bis Ende 2024 abgeschlossen sein. Der Aufbau der neuen Infrastruktur soll in der Beitragsperiode 2025 bis 2028 erfolgen und bis 2030 komplett vollendet werden.

Digitale Erneuerung

Langfristiges Ziel ist die Entwicklung eines breiten, öffentlich-rechtlichen Streaming-Angebots im Sinne eines Netzwerks. Es soll ein digitaler Ort für die Inhalte der ARD entstehen, der die Medienvielfalt in Deutschland sichert. Im Rahmen der digitalen Erneuerung der ARD wird eine gemeinsame technische Infrastruktur für alle Landesrundfunkanstalten geschaffen, die auch auf die Zusammenarbeit mit dem ZDF bei dem gemeinsamen Streaming-Netzwerk von ARD und ZDF einzahlt. Zuständig für das Entwicklungsprojekt ist die Produktions- und Technik-Kommission (PTKO).

i

Audio der Zukunft – Update der Hörfunkproduktion

Im Hörfunk müssen wir die vorhandene Technik in immer kürzeren Abständen aktualisieren. So stehen auch 2024 technische Neuerungen an. 2023 haben wir bereits das Redaktionssystem Openmedia optimiert und auf den Hörfunk erweitert.

Auch die Nutzungsformen und Anforderungen an die Produkte seitens Redaktion und Produktion verändern sich. Aus diesem Grund haben wir das Projekt „Audio der Zukunft“ gestartet, das zum Ziel hat, Hörfunkproduktionen und Podcasts technisch auf den neuesten Stand zu bringen. In einem ersten Schritt erfassen wir konkrete Aufstellungen, Bedürfnisse und Workflows. Hierzu zählen z.B. infrastrukturelle Anforderungen genauso wie zeitliche und funktionelle. Um den Umstieg und die Erneuerung effizient umzusetzen, lässt sich Radio Bremen auch von Medienhäusern außerhalb der ARD inspirieren. 2024 soll das Projekt „Audio der Zukunft“ in die Umsetzung gehen.

Optimierung der Social-Media-Präsenz von Radio Bremen

Die ARD und auch Radio Bremen nutzen Drittplattformen, um Teile ihrer Angebote zu verbreiten und bekannter zu machen. Um die Mittel dafür so effizient wie möglich einzusetzen, überprüft die ARD derzeit ihr Social-Media-Portfolio. Auch bei Radio Bremen analysieren wir fortlaufend, welche Social-Media-Angebote wir weiterentwickeln wollen und welche Social-Media-Konten wir gegebenenfalls zusammenführen oder einstellen. Daran arbeiten wir auch 2024 weiter mit unseren Expert:innen für Social-Media und Distribution aus der Digitalen Strategie.

Nächster Schritt für die ARD Audiothek

Die ARD Audiothek wird sich in Zukunft zu einer zentralen Audioplattform für ein Live-Radioerlebnis weiterentwickeln. In einer Pilotwerkstatt arbeiten ein Team aus der Digitalen Strategie und das Team Online der Bremedia gemeinsam mit Kolleg:innen aus allen Landesrundfunkanstalten daran, mit der Audiothek ein attraktives Zuhause für die Radioprogramme der ARD zu schaffen. Diese „Wellen Heimat“ wird es den einzelnen Radiosendern ermöglichen, ihre Alleinstellungsmerkmale und ihre Markenidentität zu integrieren. Es soll dort auch Optionen für Live-Interaktionen mit Studiofeedback und -messaging geben.

Von anderen Rundfunkanstalten lernen

In Zeiten, in denen sich technische und strukturelle Gegebenheiten der Medienproduktion stetig ändern, sind wir ständig auf der Suche nach smarten Lösungen, um Radio Bremen zukunftssicher zu machen und auf schlanke, aber stabile Pfeiler zu stellen. Deshalb halten wir aktuell mehr denn je Ausschau nach Impulsen außerhalb der ARD und planen, uns 2024 von innovativen Medienmacher:innen in ihrem Arbeitsalltag inspirieren zu lassen. Die Programmdirektion will in kleinen Gruppen auf Recherchereisen nach Skandinavien, England und in die Benelux-Staaten gehen – an Orte, in denen Redaktionen jetzt schon mit smarten Lösungen arbeiten. Wir wollen vor Ort selbst erleben, wie zum Beispiel das Sendestudio der Zukunft aussehen kann, wie man mit dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz journalistische Exzellenz vorantreibt, wie innovative Programmgestaltung aussehen kann und auf welche Trends wir uns in den nächsten Jahren fokussieren sollten. Was wir bei unseren Kolleg:innen lernen, werden wir in Projekten bei Radio Bremen umsetzen.



5

Für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer attraktiv bleiben

Der Wettbewerb um Talente ist auch für Medienunternehmen härter geworden. Um weiterhin attraktiv zu bleiben, gestalten wir neue Arbeitswelten und ermöglichen neue Arbeitsmodelle in divers aufgestellten Teams, setzen auf Eigenverantwortung und eine Kultur auf Augenhöhe. Mobiles Arbeiten und neue Recruiting-Strategien im digitalen Raum werden zum Standard. Zugleich bleiben wir attraktive Arbeitgeberin, indem wir alle Kolleginnen und Kollegen bei der Transformation Radio Bremens und der ARD mitnehmen und beteiligen.

Der Arbeitsmarkt hat sich in den vergangenen Jahren von einem Arbeitgebermarkt zu einem Arbeitnehmermarkt gewandelt. Um auch in Zukunft attraktive Arbeitgeberin zu bleiben, setzt Radio Bremen auf eine moderne Organisationsentwicklung, smarte Arbeitsweisen, eine offene Betriebskultur auf Augenhöhe sowie neue Recruiting-Strategien.

Personal halten – Onboarding und Qualifizierung

Neue Mitarbeiter:innen sollen einen positiven und reibungslosen Einstieg bei Radio Bremen erleben. Aus diesem Grund treibt Radio Bremen verschiedene Onboarding-Maßnahmen voran. Außerdem spielt die fachliche Qualifizierung von neuen und länger tätigen Mitarbeitenden eine wichtige Rolle.

Unter dem Namen „Radio Bremen Akademie“ hat die Stabstelle Organisations- und Personalentwicklung in Zusammenarbeit mit der Chefredaktion im Jahr 2023 ein neues Angebot zur Qualifizierung der journalistisch arbeitenden Kolleg:innen gestartet.

Ziel ist es, die Qualität der Berichterstattung stabil zu halten und weiterzuentwickeln. Dabei setzt die Akademie auf das vorhandene Wissen in der Organisation und befähigt Journalist:innen aus dem Haus, ihre Erfahrungen und Kenntnisse als Trainer:innen weiterzugeben.

Aktuell arbeitet die Stabsstelle an weiteren Lernvideos, Seminaren und Materialien, die aus dem Input der Redaktionen entstehen. Auch 2024 wollen wir auf diese Weise qualitativ hochwertiges Lernen im journalistischen Alltag unterstützen.

Smart Work – neue und moderne Arbeitsweisen gestalten

Um ihrem Anspruch einer attraktiven Arbeitgeberin gerecht zu werden, setzt Radio Bremen mit dem Smart Work-Prozess die Organisations- und Kulturentwicklung der vergangenen Jahre fort. Die Ziele, die die Teams im Smart Work-Prozess entwickeln, ermöglichen neue, moderne Formen der Zusammenarbeit und stärken Kreativität, Flexibilität sowie den vertrauensvollen und wertschätzenden Umgang mit- und untereinander.

Dies ist die Voraussetzung dafür, die Zukunftsfähigkeit Radio Bremens mit qualifizierten Mitarbeitenden sowie durch effiziente Produktions- und Arbeitsweisen sicherzustellen. Nur so kann Radio Bremen den öffentlich-rechtlichen Auftrag zeitgemäß erfüllen. Mittlerweile haben vier Teams den Smart Work-Prozess durchlaufen und ihre Arbeitsweisen ihren Bedürfnissen entsprechend neu gestaltet.

Die Kulturredaktion Bremen Zwei durchläuft den Prozess aktuell, die Fachredaktion Sport und das Team Publikumsdialog sind im Oktober 2023 gestartet, der Bereich Zentrale Programmaufgaben und der Programmbereich Gesellschaft sind für 2024 eingeplant. Zudem wird Radio Bremen 2024 weitere Mitarbeitende zu sogenannten Teamlots:innen ausbilden. Sie unterstützen die Teams als Prozessmoderator:innen dabei, ihre selbstgewählten Ziele für eine smartere Arbeitswelt zu erarbeiten und umzusetzen.

Das ortsflexible Arbeiten als neuer Standard

Ein weiteres Merkmal einer attraktiven Arbeitgeberin ist es, Arbeitnehmer:innen dort, wo es möglich ist, die freie Wahl des Arbeitsortes zu lassen. Das ortsflexible Arbeiten und Produzieren mit bis zu 50 Prozent Homeoffice hat sich bei Radio Bremen in den vergangenen Jahren normalisiert und ergänzt die klassische ortsgebundene Arbeit im Funkhaus.

2024 werden im Zuge des Umbaus der Reporter:innen-Fläche alle Mitarbeitenden dieses Bereichs erstmals komplett mit Notebooks gemäß dem technischen Konzept „Radio Bremen Remote“ ausgestattet. Außerdem installieren wir an allen Plätzen auf der Fläche den sogenannten „Arbeitsplatz 2.0“ und setzen in deutlich höherem Maße als zuvor auf den Selbstschnitt der Beiträge durch die Reporter:innen.

Reporter:innen-Fläche

Das Smart Work-Team hat die Fläche in verschiedene Zonen aufgeteilt, um Arbeitsplätze und Arbeitsmöglichkeiten für unterschiedliche Bedürfnisse zu schaffen: für aktuelle Berichterstattung (inklusive neuer Vertonungskabine vor Ort), für crossmediales, kollaboriertes und kreatives Arbeiten, für konzentrierte Stillarbeit beziehungsweise diskrete Recherche, für kleinere Sitzungen sowie für das schnelle Ankommen und den kollegialen Austausch. Damit wurde auch unterschiedlichen Arbeitszyklen und -zusammenhängen Rechnung getragen. Die Umbaumaßnahmen starten Ende Dezember 2023, die Freigabe der neugestalteten Fläche ist für April 2024 terminiert.



Smarte Gestaltung der Arbeitsfläche durch Reporter:innen: Sie haben selbst erarbeitet, wie die neuen Arbeitsplätze und -möglichkeiten im 1. Obergeschoss des Hauses Diepenau angeordnet und ausgestattet werden.

Führungskräfte als Kulturentwicklerinnen und -entwickler

Angesichts sich ständig ändernder Arbeitswelten möchte Radio Bremen die Unternehmenskultur weiterentwickeln. Dies erreichen wir unter anderem durch Kulturprozesse, die seit mehr als einem Jahrzehnt die Direktion für Unternehmensentwicklung und Menschen steuert. 2024 liegt der Fokus der Kulturentwicklung darauf, das Gefühl der Eigenverantwortung aller Mitarbeitenden sowie die Feedback- und Fehlerkultur in der Organisation zu stärken. Dies geschieht z.B. über kompakte Workshop-Formate, sogenannte „Refresher“, die an die Organisationsentwicklungs-Curricula vergangener Jahre anknüpfen.

Auch das Basis-Führungskräfte-Entwicklungsprogramm „Blick nach vorne“, das jede neue Führungskraft bei Radio Bremen durchlaufen muss, entwickeln wir 2024 in diesem Sinne weiter. Zudem vernetzt sich die Stabstelle OE/PE verstärkt mit anderen Rundfunkanstalten, um den Wissenstransfer zu fördern und neue Formate zu entwickeln. Der Weg zu mehr Eigenverantwortung und Führung auf Augenhöhe zeigt sich auch in dem Bestreben, ein Führungsleitbild für Radio Bremen zu entwickeln – gemeinsam mit den Mitarbeitenden.



Die Direktion für Unternehmensentwicklung und Betrieb verantwortet mit ihrer Stabsstelle OE/PE die Führungskräfte- und Kulturentwicklung bei Radio Bremen.

Einbindung aller Mitarbeitenden in die Strategie-Entwicklung 2025–2028

Bei der Strategie-Entwicklung für 2025–2028 zeigt sich ebenfalls die Unternehmenskultur Radio Bremens – alle Mitarbeiter:innen arbeiten auf Augenhöhe. So hat sich das Direktorium gegen einen Strategieprozess von oben und für einen alle Mitarbeitenden beteiligenden Weg der Strategie-Entwicklung entschieden und lädt bereits Ende 2023 alle interessierten Kolleg:innen ein, ihre Ideen einzubringen.

Konkrete Schritte sind dabei z.B. Strategie-Gespräche der Führungskräfte mit ihren Teams, ein interaktives Funkhausgespräch und eine unternehmensweite Umfrage zu den Handlungsfeldern, die in der Strategie Berücksichtigung finden sollen. Alle Ergebnisse fließen 2024 in einen eintägigen Workshop ein, das „Zukunftsbord“. Dabei vertiefen Führungskräfte und Mitarbeitende die strategischen Überlegungen und Handlungsfelder.

Die Ergebnisse der verschiedenen Beteiligungsformate bilden die Grundlage der Radio Bremen Strategie 2025–2028. In Zeiten konstanter Veränderung setzen wir auf die gemeinsame Stärke und Innovationskraft aller Radio Bremen-Mitarbeiter:innen, um dem Publikum auch in Zukunft ein attraktives Programmangebot zu machen.

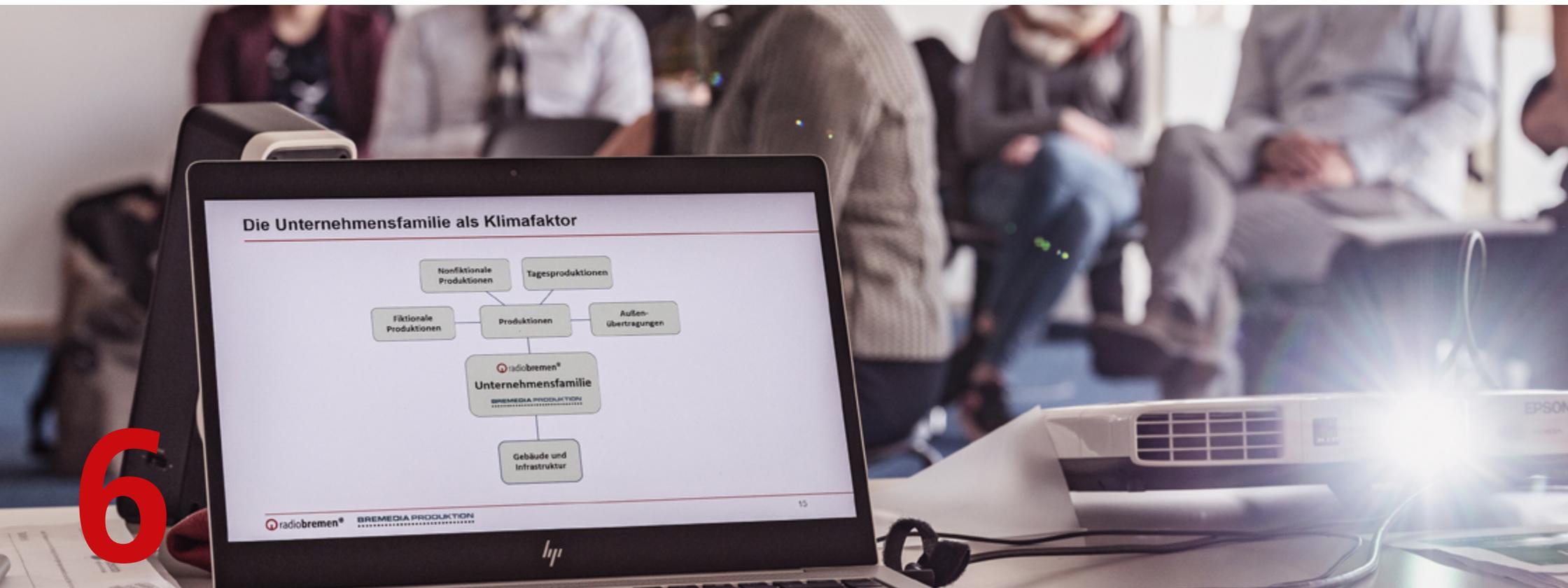
Vielfalt fördern und neue Talente entdecken

Diversität in der Mitarbeiterschaft ist für Radio Bremen eines der wichtigsten unternehmensstrategischen Ziele: Unabhängig von Alter, Geschlecht, körperlichen oder geistigen Behinderungen, ethnischer und sozialer Herkunft, religiöser oder sexueller Orientierung wollen wir einer vielfältigen Belegschaft ein optimales und modernes Arbeitsumfeld bieten. Um dieses Ziel zu erreichen, setzt Radio Bremen auf verschiedene Maßnahmen, sie reichen von einer diversen Volontär:innenauswahl bis hin zum „Inklupreneur“-Programm.

Das Projekt „Inklupreneur“ unterstützt die Gestaltung einer inklusiven Arbeitsumgebung, um mehr Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung zu schaffen. Der externe Kooperationspartner unterstützt Radio Bremen durch regelmäßige Coachings und Workshops, um einerseits die Arbeitsumgebung barrierefrei anzupassen und andererseits die Bewerbungsprozesse für Menschen mit Behinderung offener zu gestalten.



Auftaktveranstaltung des Projekts „Inklupreneur“ im März 2023 auf dem Nordic CAMPUS, Berufsbildungswerk Bremen.



Nachhaltigkeit und Energieeffizienz fördern

Radio Bremen und die Bremedia wollen klimaneutral werden und verfolgen eine gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie. Die Nachhaltigkeitskordinatorin treibt übergreifende Projekte der Unternehmensfamilie auf dem Weg zur Klimaneutralität voran, darüber hinaus leben wir Nachhaltigkeit auch im ARD-Verbund.

Beim Thema Nachhaltigkeit setzen Radio Bremen, die Bremedia und die ARD auf Kooperation. Zwischen den ARD-Anstalten geht die Koordination in den folgenden Themenfeldern weiter: „Nachhaltige Medienproduktion“, „Nachhaltiges Betriebsmanagement“, „Nachhaltige Verbreitung“, „Nachhaltiges Eventmanagement“ sowie „Green IT“. Vor Ort gehen wir diese Themen ganz konkret an, sie reichen von der Umstellung der Energieversorgung des Funkhauses über die Inbetriebnahme von Lastenfahrrädern bis hin zur Einführung eines nachhaltigeren Caterings.

Ressourcenschonende Produktionsmethoden haben bei Radio Bremen einen hohen Stellenwert. So können wir Kosten reduzieren und ökologische Verantwortung übernehmen. Radio Bremen prüft alle Wertschöpfungsprozesse und Handlungen darauf, ob wir sie sparsamer und damit nachhaltiger gestalten können. Wie im Entwicklungsbericht 2023 dargestellt, werden die Mitarbeitenden und ihre Expertisen in die Nachhaltigkeitsbemühungen eingebunden. Von den 21 Nachhaltigkeitskriterien, auf die sich die ARD verständigt hat, erfüllen wir bereits 14. Unser nächstes Ziel ist, das vereinbarte Soll von 18 Kriterien zu erreichen.

„Green Production“ – nachhaltigeres Produzieren im gesamten ARD-Verbund

Größte Priorität bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsvorhaben hat das Thema „Green Production“. Gemäß einer ARD-Vereinbarung hat die Unternehmensfamilie 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. Im Jahr 2023 haben zwei Kolleginnen eine Weiterbildung zur Green Consultant abgeschlossen. Sie unterstützen unsere Produktionen bei der umweltbewussten Umsetzung, erstellen Ökobilanzen und evaluieren die Fortschritte in ihren regelmäßigen Berichten. Bis zum jetzigen Zeitpunkt hat Radio Bremen bereits 14 „Green Production“-Kriterien umgesetzt. Im Jahr 2024 arbeiten wir weiter daran, die Vorhaben umzusetzen, um das Ziel der geforderten Soll-Kriterien zu erfüllen. So werden unter anderem das Thema Verpflegung bei Produktionen und das Ziel, in größerem Umfang auf Flugreisen zu verzichten, angegangen und verwirklicht.

Klimaneutrale Energieversorgung am Standort

Die Energieversorgung des Bremer Funkhauses ist nur in Teilen Gegenstand der ARD-„Green Production“-Vereinbarung – Radio Bremen hat auf diesem Gebiet weitere Potenziale identifiziert: Aktuell wird im Funkhaus noch eine Gasheizung betrieben. Zusätzlich wird bereits die Abwärme aus den Kältemaschinen genutzt, die ganzjährig die Technik- und Produktionsräume kühlen. Die Voraussetzungen für eine klimaneutrale Energieversorgung prüfen wir zurzeit, z.B. die Installation einer Solaranlage, die hochgradige Nutzung von Abwärme oder den Anschluss an die Fernwärmeversorgung.

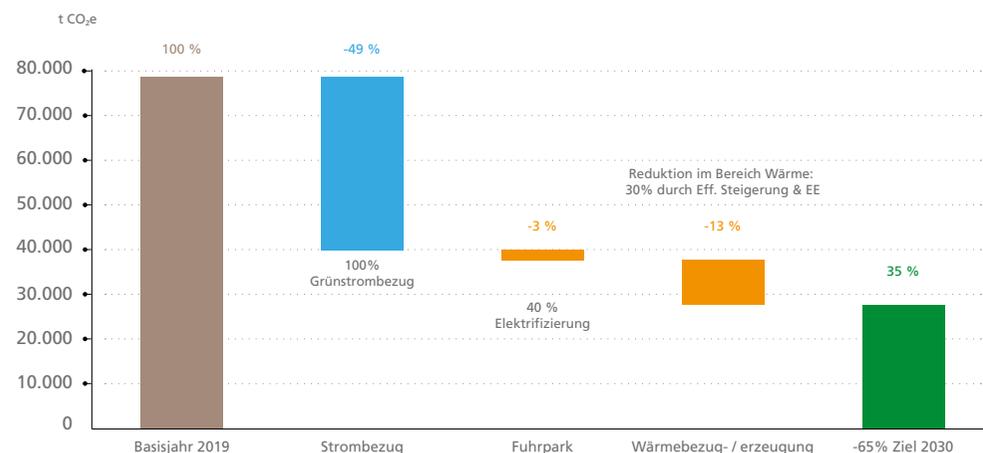
BIG WINS	EB-Lastenfahrrad konzipieren	Nicht Job-Rad, sondern E-Auto	Papierloses Arbeiten III – Digitale Workflows	Audio der Zukunft	CO ₂ Kalkulator für Produktionen
	Besondere Programmaktionen	Radio Bremen Remote			
QUICK WINS	Nutzung von Dach- und Fassadenflächen	Abschalten von Geräten/ Räumen nach Dienstende	Papierloses Arbeiten I – Einfache Signatur/Umläufe	Papierloses Arbeiten II – Digitale Belege/Doks	Nachhaltiges Merchandise
	Energieeffizienz-Check in Programm/Intranet	Überarbeitung der Reiseordnung	Ökologische Nachhaltigkeit als Beschaffungskriterium	Bessere ARD-Vernetzung in der Produktion	Klimaneutrale Werbung
	Optimierung der Klimatechnik	Umstellung auf Digitalabos			
GREEN PRODUCTION	Green Consultant	CO ₂ -Bilanz (ex ante)	CO ₂ -Bilanz (ex post)	Abschluss-Bericht	Öko-Strom (zertifiziert)
	Generatorverbot (Unterhaltung)	Nur Havariegeneratoren (Studio)	Netzanschlüsse (v.a. bei Fiktion)	Aufladbare Akkus	Flüge erst ab Bahnfahrt + 5 Stunden
	Emissionsarme Autos	Diesel mit EURO 6-Norm	Öko-Hotels (50 % aller Nächte)	Regionale Lebensmittel (mind. 50 %)	Bio-Lebensmittel (mind. 33 %)
	Vegetarisch (1x pro Woche)	Befragung zu ökologischer Verpflegung	Mehrweg-Geschirr	Recyclingpapier (+ 90 % Altfaser)	Nachhaltiges Holz mit FSC-Siegel
	Mülltrennung in allen Bereichen				
Soll: 18 von 21 · Ist: 14 von 21					
FUNDAMENT	Netzwerk Nachhaltigkeit	Kommunikation (intern)	Kommunikation (extern)	Beteiligung Kolleg:innen	Aktionen/ Events
	Nachhaltigkeit im Programm	ESG-Report Radio Bremen (ab 2024)	ARD-Bericht Nachhaltigkeit	Energie-Audit	

● umgesetzt
 ● in Umsetzung
 ● zu verabschieden
 ● in Vorbereitung
 ● offen

Weniger CO₂ bis 2030

Um die eigenen Bestrebungen beim Thema Nachhaltigkeit zu systematisieren, hat die ARD im Jahr 2021 das ARD-Board Ökologische Nachhaltigkeit eingerichtet. Bereits im Jahr 2020 erschien der erste ARD-Nachhaltigkeitsbericht. Ihren zweiten Bericht zur ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit veröffentlicht die ARD im vierten Quartal 2023. Für ihr Engagement für mehr Nachhaltigkeit in der deutschen Medienwirtschaft wurde die ARD mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet.

Die ARD strebt an, die CO₂-Emissionsmenge, die der ARD-Medienverbund in den Scopes 1 und 2 (siehe Infokasten) erzeugt, schrittweise bis zum Jahr 2030 um 65 Prozent zu reduzieren. Als Vergleich dient das Basisjahr 2019. Radio Bremen und die Bremedia sind bestrebt, ein noch höheres Reduktionsziel zu erreichen – bis hin zur Klimaneutralität.



Klimaziel für Scope 1 und 2 – Empfehlung eines 65-prozentigen Reduktionpfades auf Basis von Science-Based-Targets (SBT). Die absolute Reduktion des ARD-Medienverbundes bis 2030 auf Basis des Jahres 2019 würde ca. 51.000 t CO₂e (-65 %) betragen. Dies entspricht einer jährlichen Reduktion von -4.630 t CO₂e (-5,9% p.a.).

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 dafür 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.

So startet im Frühjahr 2024 eine Pilotphase mit E-Lastenfahrrädern. Als nachhaltige Alternative für Dreharbeiten in der Bremer Innenstadt werden zwei E-Lastenfahrräder und ein E-Bike angeschafft: ein Lastenfahrrad für das Ton-Equipment, eins für die Kamera und ein reguläres E-Bike für die Redakteur:in. Somit haben unsere Teams die Möglichkeit, funktionsnahe Drehs klimaneutral zu erreichen.

Scopes

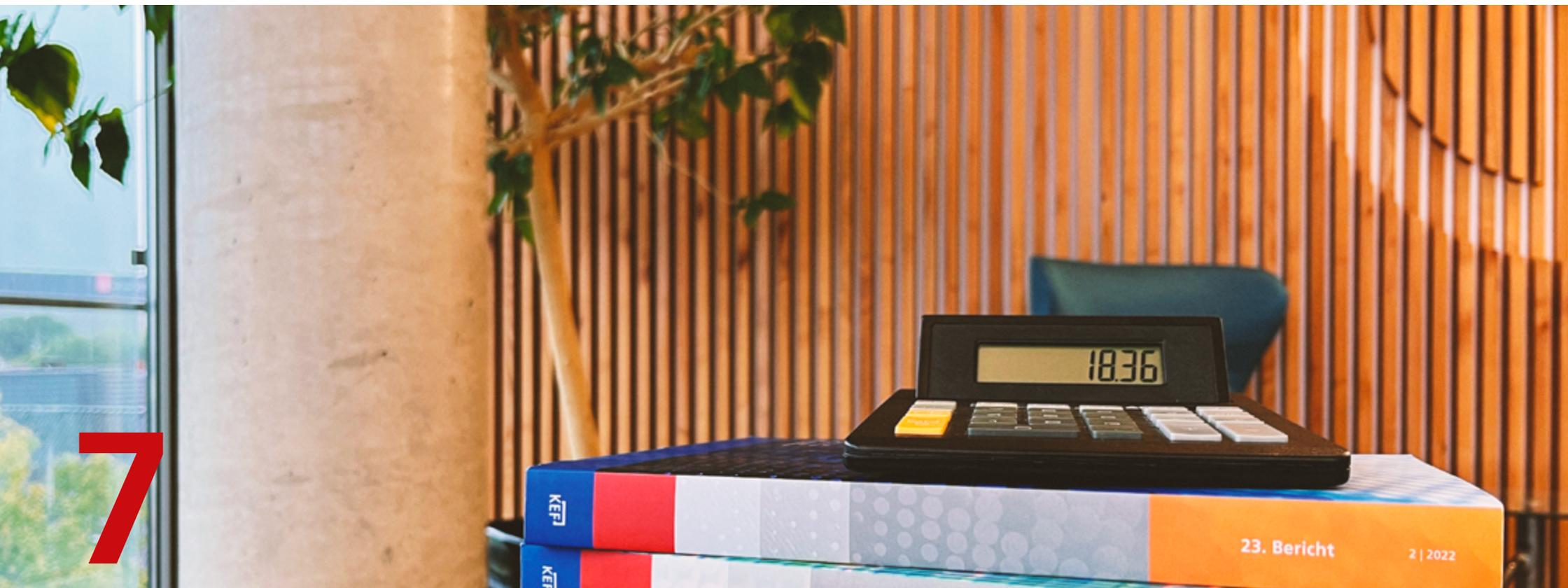
Es gibt drei Geltungsbereiche, in denen Unternehmen oder Organisationen Treibhausgase emittieren. Diese Geltungsbereiche werden als „Scopes“ bezeichnet.

Scope 1: Emissionen aus Quellen, die direkt im Besitz oder Geltungsbereich des Unternehmens sind (z.B. der Betrieb der Heizung, der Klimaanlage oder des Fuhrparks).

Scope 2: Emissionen aus der Nutzung von Energie, die das Unternehmen einkauft (z.B. Stromverbrauch, Wärme, Kühlung, etc.).

Scope 3: Emissionen, die aus Aktivitäten resultieren, die nicht direkt zum Unternehmen gehören (z.B. aus Geschäftsreisen oder dem Abfallmanagement).





7

Sparsam wirtschaften – Finanzbedarf langfristig decken

Wir wirtschaften sparsam und streben zum Ende der Beitragsperiode 2024 einen ausgeglichenen Haushalt an. Die Herausforderungen des 24. KEF-Berichts nehmen wir an. Die Transformation der ARD ermöglicht neue Kooperationen und effizientere Strukturen.

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 Beitrags um monatlich 86 Cent ausgesprochen. Nachdem die Beitragserhöhung zum 1. Januar 2021 wegen der fehlenden Zustimmung Sachsen-Anhalts ausgeblieben war, stellte das Bundesverfassungsgericht die bedarfsgerechte Finanzierung im Juli 2021 her. Gleichzeitig erhöhte sich der Finanzausgleich für die beiden kleinen Rundfunkanstalten von 1,6 Prozent in zwei Stufen auf aktuell 1,8 Prozent.

Wenngleich die Erfüllung des Auftrags damit für 2024 grundsätzlich gesichert ist, wird die finanzielle Situation Radio Bremens in den nächsten Monaten weiter maßgeblich von den gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen beeinflusst werden. Dies wird sich auch in den 2024 anstehenden Tarifverhandlungen bemerkbar machen, da der aktuelle Tarifvertrag zum 30. April 2024 endet.

Auf Basis der aktuell bekannten Zahlen wirtschaftet Radio Bremen weiter sparsam und strebt zum Ende der Beitragsperiode 2024 einen ausgeglichenen Haushalt an. Die Ergebnisse des 24. KEF-Berichtes werden den Verlauf des Finanzjahres allerdings deutlich beeinflussen.

(D)ein SAP – für einheitliche, transparente und effiziente Verwaltungsprozesse

Radio Bremen konnte 2023 die technologischen Neuerungen im Verwaltungsbereich erfolgreich vorantreiben. Im Fokus steht derzeit das ARD-weite Projekt „(D)ein SAP“. Die beteiligten Fachbereiche bei Radio Bremen arbeiten daran, SAP S4/Hana so schnell wie möglich einzuführen. Alle bisherigen Qualitätsprüfpunkte haben wir erreicht. Insbesondere die Testphasen im Sommer 2023 haben wir mit Bravour bestanden – trotz begrenzter

Kapazität. Damit befindet sich Radio Bremen auf der Zielgeraden und kann zum 1. Januar 2024 wie geplant produktiv gehen.

Ziel des SAP-Projektes ist es, die betriebswirtschaftlichen Prozesse für alle ARD-Anstalten und das Deutschlandradio zu harmonisieren und die Verfahren einheitlich, transparent und effizient zu gestalten. Auch die Verwaltung soll so die Chancen der Digitalisierung nutzen. Nachdem der MDR als Pilotanstalt seine Prozesse zum 1. Januar 2023 umgestellt und die neue Software eingeführt hat, folgt Radio Bremen gemeinsam mit HR, BR und Deutscher Welle zum 1. Januar 2024.



Neben Radio Bremen setzen Deutsche Welle, Hessischer Rundfunk und Bayerischer Rundfunk ab 2024 auf (D)ein SAP.

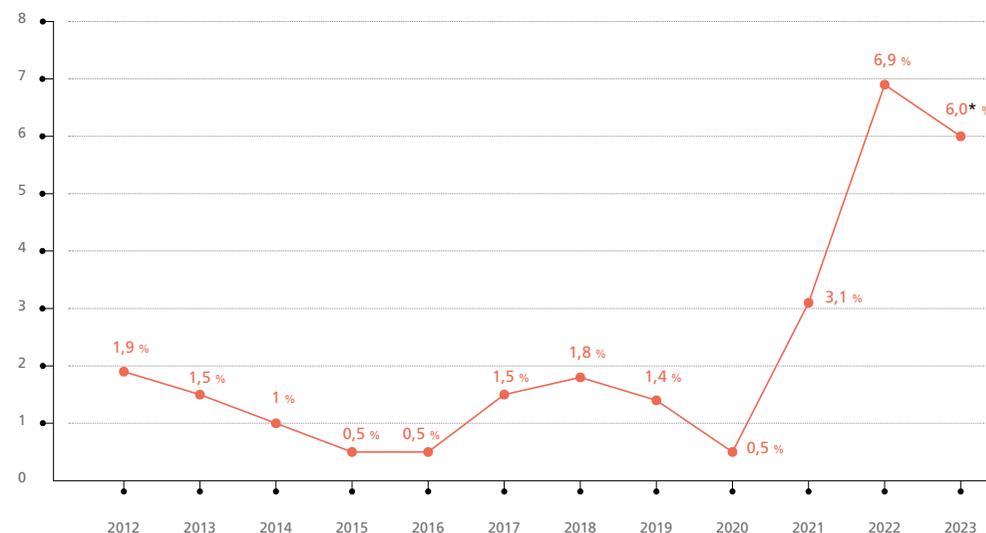
Beitragsperiode 2025–2028

Der 24. KEF-Bericht, der derzeit erstellt wird, nimmt als beitragsrelevanter Bericht erstmals die Beitragsperiode ab 2025 in den Blick.

Chancen bestehen darin, dass die ARD mit der Anmeldung des Entwicklungsprojekts „Digitale Erneuerung“ die Herausforderungen der Digitalisierung erkannt hat und aktiv angeht. Wenn die KEF diese Bedarfe anerkennt, ist die ARD gut aufgestellt, um den Medienwandel mit der notwendigen Weiterentwicklung ihrer Angebote, ihrer internen Strukturen und ihrer Schwerpunkte aktiv zu gestalten. Am Ende der Beitragsperiode wird die Medienwelt – nach bisherigen Prognosen – unmittelbar vor einem Kipppunkt stehen, an dem der zeitautonome Onlineabruf von Videoinhalten den linearen TV-Konsum übersteigt. Auch Audioinhalte werden Nutzer:innen dann noch stärker online nachfragen.

Sorgen bereitet Radio Bremen die dauerhaft hohe Inflation. Konnten die Kostensteigerungen 2022 und 2023 durch verschiedene Maßnahmen, wie z.B. die Reduzierung des Mengengerüsts bei der Programmherstellung und den Verzicht auf Mittelüberträge im Haushalt, abgefedert werden, so wird die Finanzsituation gerade für Radio Bremen als kleinere und finanzschwächere Anstalt mit einer dauerhaft hohen Inflation zunehmend schwieriger.

Bleibe die KEF im 24. Bericht bei 18,36 Euro, so müssten wir mit Blick auf die nächste Beitragsperiode bereits 2024 nicht nur die unterjährigen Herausforderungen stemmen, sondern auch einen schmerzhaften Bremsvorgang einleiten und deutliche Einsparungen für die Beitragsperiode 2025–2028 beschließen.



* Januar bis September des Jahres 2023

*Die Inflationsrate für Deutschland ist in den vergangenen Jahren stark angestiegen.
Die Teuerung wirkt sich auch auf die Kosten Radio Bremens aus.*

Sollte die KEF eine moderate Beitragserhöhung empfehlen, stellt sich die Frage, ob diese medienpolitisch umgesetzt wird. Hier gibt es Anzeichen, dass die Politik eine Anhebung des Rundfunkbeitrags als gesellschaftlich nicht konsensfähig betrachtet. Eine „Nullrunde“ würde allerdings zu erheblichen Finanzierungsproblemen in der ARD führen. Allein die gegenwärtige Inflation macht eine Anpassung des Beitrags notwendig, um die bisherigen Aufgaben weiter in der gewohnten Qualität erfüllen zu können. Da die finanzielle Ausstattung Radio Bremens ohnehin wenige Spielräume lässt, würden sich eine ausbleibende Erhöhung – also faktisch eine Kürzung – unmittelbar auf unsere Angebote auswirken. Wir vertrauen darauf, dass die KEF und die Länder das Verfahren ordnungsgemäß durchführen, um die auftragsgemäße Finanzierung Radio Bremens sicherzustellen.

Die Veröffentlichung des 24. KEF-Berichtes ist für Februar 2024 vorgesehen. Unabhängig von der Beitragsempfehlung der KEF wird sich Radio Bremen – wie in der Vergangenheit – den kommenden Herausforderungen auch in Zukunft stellen und Modernisierungsprozesse sowie den Ausbau arbeitsteiliger Strukturen in der Gemeinschaft aktiv begleiten.

Kommission zur Entwicklung des Finanzbedarfs (KEF)

Die Kommission zur Überprüfung und 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. Im Zwischenbericht werden Prognosen der Kommission geprüft und Veränderungen dokumentiert. Der nächste beitragsrelevante Bericht ist der 24. Bericht.



Impressum

Radio Bremen · Diepenau 10 · 28195 Bremen
Fon 0421 / 24 60 · Fax 0421 / 246 412 00
www.radiobremen.de

Gestaltung: Sabina Weinrich

Alle Bildrechte liegen bei Radio Bremen
November 2023