

# Entwicklungsbericht 2016

# Inhalt

2	<b>Einleitung</b>
3	<b>Programm-Entwicklung</b>
4	<b>Zentrale und crossmediale Aktivitäten</b>
8	<b>Programm-Marken</b>
13	<b>Fernsehen für Das Erste und das Dritte Programm</b>
16	<b>Finanzen</b>
18	<b>Personal</b>
20	<b>Technik</b>
22	<b>Kommunikation</b>
23	<b>Radio Bremen Media GmbH</b>

### 2016 – What's (Bremen) NEXT?

Mit Inkrafttreten des 16. Rundfunkänderungsstaatsvertrages und der darin enthaltenen Neuregelung des ARD-Finanzausgleichs ab 2017 kann man sagen: Existenz und Substanz von Radio Bremen sind für die kommenden Jahre gesichert.

Doch auch 2016 stehen einige wichtige Weichenstellungen an: Die Kommission für die Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) wird im Frühjahr 2016 ihren 20. Bericht für die Beitragsperiode 2017 bis 2020 vorlegen. Für Radio Bremen spielen dabei drei Dinge eine Rolle: Die Höhe des Rundfunkbeitrages und die Ausschöpfung im Lande Bremen bestimmen die unmittelbaren Einnahmen. Die Höhe der Einnahmen des gesamten öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind maßgeblich für Radio Bremens Anteil am ARD-internen Finanzausgleich. Und schließlich wird es darauf ankommen, wie die KEF die Rückzahlung der in den letzten Jahren erhaltenen finanziellen Überbrückungsmaßnahmen regelt. Auch die Frage von möglichen Werbebeschränkungen bleibt aktuell und für Radio Bremen ein bedeutendes Thema.

Angesichts wachsender Kosten bei weiterhin knappen Etats muss Radio Bremen 2016 und darüber hinaus weiter sparsam wirtschaften. Aber die gewonnene finanzielle Planungssicherheit gibt zusätzliche Motivation dafür, die notwendige Weiterentwicklung im Programm, bei Personal und Technik voranzutreiben.

Im Programm wird es 2016 vor allem um den Ausbau der Regionalität, um die Sichtbarkeit Radio Bremens in der ARD und um Angebote für junge Zielgruppen gehen.

Im Regionalfernsehen zahlt sich die Konzentration auf die stärkste Marke von Radio Bremen aus: »buten un binnen« entwickelt sich seit dem Relaunch 2013 sehr erfolgreich. Die Kompetenz bei der regionalen Information wird künftig auch online unter »butenunbinnen.de« gebündelt. Die Konzeption für das neue Regionalportal steht, 2016 wird es vor allem um die Web-Entwicklung und die organisatorische Umsetzung gehen.

Seit dem Sommer 2015 tragen insbesondere die Netzreporterinnen und –reporter der Digitalen Garage zu mehr Sichtbarkeit Radio Bremens in

der ARD bei – sie liefern regelmäßig Beiträge zu Netzthemen in die Gemeinschaftsprogramme. 2016 bietet zudem die ARD-Themenwoche »Arbeit und Geld« (AT), die Radio Bremen gemeinsam mit HR und SR federführend gestaltet, eine exzellente Möglichkeit sich zu profilieren.

Wenn die entsprechende staatsvertragliche Umsetzung erfolgt ist, wird 2016 das onlinebasierte Junge Angebot von ARD und ZDF starten. Radio Bremen beteiligt sich aktiv an der Gestaltung und hat zugleich die junge, urbane Zielgruppe im Land Bremen selbst im Blick: 2016 geht das crossmedial ausgerichtete Bremen NEXT an den Start – mit Macherinnen und Machern aus der Zielgruppe und mit einer möglichst engen Verbindung zum Jungen Angebot von ARD und ZDF.

Im Hörfunk gibt es 2016 einige strukturelle Veränderungen: Nach dem programmlichen Relaunch wird das Nordwestradio unter neuer Leitung in alleiniger Verantwortung von Radio Bremen gestaltet. Beim Funkhaus Europa hat 2015 eine Restrukturierung des Programms und der Zulieferungen begonnen, die ab dem 1. April 2016 greifen soll. Für Radio Bremen bedeutet das eine stärkere Konzentration auf das Wochenende. Jetzt kommt es darauf an, die Weiterentwicklung von Funkhaus Europa zu einem jungen, europäischen Kulturprogramm aktiv mitzugestalten.

In der Volontärsausbildung wird Radio Bremen 2016 neue Wege gehen. Neben den bewährten Redaktionsvolontariaten wird es erstmals Schwerpunktvolontariate in den Bereichen Social Media und Musik sowie ein Volontariat im Bereich Programmvermögen und Informationsservice geben.

Bei der Technik steht neben den notwendigen Umbaumaßnahmen für Bremen NEXT der Ausbau von Regie- und Studioteknik für den HD-Standard und die Automation in der Fernsehregie an. Dieses Projekt soll bis 2017 abgeschlossen werden.

Für die Umsetzung all dieser Pläne wurde mit der Wiederwahl des Direktoriums eine wichtige Voraussetzung in Sachen Kontinuität geschaffen. Für Radio Bremen kann das Jahr 2016 kommen.

## Programm-Entwicklung

---

2015 kann Radio Bremen die Früchte seiner Modernisierungsarbeiten am Programm ernten. An erster Stelle ist hier »buten un binnen« zu nennen. Das Regionalmagazin überzeugt mit relevanten Geschichten und neuen Ideen. So wurde beispielsweise eine Straßenbahn der BSAG mit Kameras ausgestattet und zum fahrenden Fernsehstudio umfunktioniert. Auf diese Weise entstand eine Sondersendung mit den Kandidatinnen und Kandidaten zur Bürgerschaftswahl.

Die Zuschauerresonanz von »buten un binnen« steigt seit Monaten kontinuierlich: Bis zum August 2015 erreicht die Hauptausgabe um 19:30 Uhr im Jahresschnitt einen Marktanteil von 24,4 Prozent. Besonders erfreulich ist der signifikante Anstieg bei den jüngeren Zuschauerinnen und Zuschauern. So steigt die Beteiligung bei den 30 bis 39-Jährigen beispielsweise von 4 Prozent (vor dem Relaunch in 2013) auf 26,6 Prozent Marktanteil (jeweils werktags Januar bis August).

Ähnlich gut entwickeln sich die beiden werbetragenden Radioprogramme von Radio Bremen. Nachdem Bremen Vier (108.000 Hörende pro Durchschnittsstunde) und Bremen Eins (112.000) in den vergangenen Jahren ihre Programme mehr auf die Bedürfnisse des Umlandes ausgerichtet haben, können hier auch wieder deutlich mehr Hörerinnen und Hörer gewonnen werden. Nach längerer Durststrecke kommen beide Programme bei den Stundenreichweiten wieder über 100.000 Hörerinnen und Hörer. In Bremen selbst bleiben beide Programme unangefochten Marktführer. Auch das Nordwestradio kann nach seinem Relaunch im Januar 2014 im Bundesland Bremen zulegen und erreicht dort 2015 laut Media Analyse (MA) inzwischen eine Tagesreichweite von 2,2 Prozent.

Die »Tatorte« von Radio Bremen haben in den letzten Jahren eine hervorragende Entwicklung genommen. So war der im März gesendete »Tatort« mit dem Titel »Die Wiederkehr« mit mehr als

10 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauern sowie einem Marktanteil von 28,7 Prozent der erfolgreichste »Tatort« in der Geschichte von Radio Bremen. Damit spielt der Bremer »Tatort« in der ersten Liga der ARD-Krimireihe am Sonntag.

Besondere Akzente konnte in diesem Jahr auch die Chefredaktion unter der neuen Leitung von Andrea Schafarczyk setzen. So hat sich aus der Digitalen Garage in den vergangenen Monaten eine Art ARD-Korrespondentenbüro für Netzthemen entwickelt. Die »ARD-Netzreporter« berichten täglich für »Tagesschau«, »tagesschau24« und das »ARD-Morgenmagazin«.

Dank der Recherche-Redaktion hat Radio Bremen in jüngster Zeit diverse investigative Geschichten für alle seine Programme und für die ARD produziert. Hervorzuheben ist hier der Terroralarm im Frühjahr 2015, über den Radio Bremen auf all seinen Ausspielwegen ausführlich berichtete. Für die »Story im Ersten« entstand anschließend die Dokumentation »Bedingt abwehrbereit – Terroralarm am Wochenende«.

Mit einem von der Chefredaktion initiierten Thementag »Flüchtlinge« – ebenfalls im Frühjahr – setzte Radio Bremen schon weit vor allen anderen Sendern bei diesem für das Jahr 2015 so wichtigen Thema eigene Akzente über alle Programme hinweg. Ebenfalls crossmedial wurden die drei Großereignisse Bürgerschaftswahl, Sail und »50 Jahre Beat-Club« mit kluger Vernetzung von Hörfunk, Fernsehen und Online abgebildet.

An zwei Baustellen wurde 2015 besonders intensiv gearbeitet: Der gesamte Online-Bereich wird intern von einer Projektgruppe umstrukturiert. Alle Online-auftritte werden überarbeitet. Unter dem Namen »butenunbinnen.de« soll ein neues Regionalportal entstehen. Und für die jungen Zielgruppen nimmt das junge Angebot Bremen NEXT langsam Formen an. Hieran arbeitet ebenfalls eine Projektgruppe. Sowohl das neue Regionalportal als auch Bremen NEXT sollen im Sommer 2016 starten.

## Zentrale und crossmediale Aktivitäten

---

### Radio Bremen-Desk

Der crossmediale Desk ist seit 2011 die redaktionelle Schnittstelle zwischen Fernsehen, Hörfunk und Online. Ziel ist es, das publizistische Gewicht Radio Bremens zu stärken und die Inhalte auf den verschiedenen Kanälen besser miteinander zu vernetzen. So konnten wichtige und bedeutsame Geschichten aus der Region verlässlich auf möglichst vielen Plattformen umgesetzt werden.

Dazu gehörte zusammen mit der Recherche-Redaktion die Berichterstattung über die Salafisten in Bremen sowie die Koordination der Berichterstattung am Terroralarm-Wochenende. Trimedial zusammengearbeitet haben die Reporterinnen und Reporter auch bei Großereignissen wie der Explosion der Chemiefirma in Ritterhude oder bei parlamentarischen Untersuchungsausschüssen. Der Desk hat darüber hinaus die Wahl zur Bremischen Bürgerschaft für die Hörfunkwellen Radio Bremens und der ARD koordiniert.

Neben der Planung größerer Themen und Projekte koordiniert der Desk auch Thementage und -wochen. Im Frühjahr haben beispielsweise alle Programme von Radio Bremen einen Tag lang über Flüchtlinge berichtet – mit Reportagen, vielen Hintergründen und Service-Infos («wie kann ich helfen»). Zusammen mit der Recherche-Redaktion und dem Studio Bremerhaven will der Desk künftig einmal im Jahr ein crossmediales Ereignis setzen.

Mit dem geplanten Regionalportal »butunenbinnen.de« werden die Onlineseiten, aber auch Social Media, künftig stärker ins Zentrum der Berichterstattung rücken. Außerdem werden sich die Reporterinnen und Reporter des Desks – neben dem Setzen und Abdecken von nachrichtlichen Themen für die Fachredaktion Nachrichten und die Rundschau auf Bremen Eins – zusätzlich um gesprächsrelevante Themen und Beiträge insbesondere für die Radioprogramme und Online kümmern.

### Nachrichten

Die Fachredaktion Nachrichten bildet gemeinsam mit dem crossmedialen Desk das Informationszentrum von Radio Bremen. Hier laufen alle regionalen, bundesweiten und internationalen Themen zusammen. Die Redakteurinnen und Redakteure bringen die Inhalte auf den Punkt und geben sie auf vielfältige Weise an das Publikum weiter. Die zentrale Nachrichtenredaktion produziert die Nachrichten für alle Hörfunkprogramme von Radio Bremen: Bremen Eins, Bremen Vier, Nordwestradio und bis Ende März 2016, Funkhaus Europa.

Auswahl, Sprache und Anmutung der Hörfunk-Nachrichten sind montags bis freitags von 5 Uhr bis 18 Uhr der jeweiligen Zielgruppe angepasst. Auch am Wochenende gibt es zu Hauptzeiten formatspezifische Nachrichten. Dabei sind die Formate der Bremen Vier- und der Funkhaus Europa-Nachrichten modern konzipiert mit atmosphärischen Elementen, Kurzbeiträgen, moderativen Nachrichtentexten sowie möglichst vielen Originaltönen. Die Nachrichten bei Bremen Eins und im Nordwestradio haben eher eine klassische Ausrichtung. Allen gemein sind verständlich und klar formulierte Sätze.

Durch die enge Zusammenarbeit mit dem Desk und einem regen Themenaustausch mit dem Fernsehmagazin »buten un binnen« können auch viele selbstgesetzte Themen schnell und umfassend verbreitet werden.

Ebenfalls in der Nachrichtenredaktion angesiedelt ist die Funktion des Online-RvD, verantwortlich für die Inhalte der Nachrichten-Seite und der Homepage. Zusätzlich werden wichtige regionalen Nachrichten in Kurzform getwittert. Schon jetzt steigt die Zahl der Follower kontinuierlich an. Mit dem geplanten Online-Relaunch ist auch das Ziel verbunden, die von Radio Bremen generierten Nachrichten auch im Netz möglichst breit und zielgruppengerecht anzubieten.

---

Um die modernen Nachrichtenformate weiter auszubauen und die verschiedenen Formate zu schärfen, sollen künftig insbesondere mehr O-Töne aus der Region sowie mehr atmosphärische Nachrichtenstücke gesendet werden. Dies soll in enger Zusammenarbeit mit dem crossmedialen Desk geschehen. Die ARD-eigene multimediale Produktions-App »MuPro« erleichtert es den Reporterinnen und Reportern, direkt von Ereignissen zu berichten und auch vor Ort Nachrichtenstücke zu produzieren. Zusätzlich können mehr O-Töne zugeliefert werden. Ein weiteres Ziel ist es, durch O-Töne und andere stilbildende Elemente die Dynamik der Nachrichtenausgaben zu erhöhen.

## Online

Der Online-Bereich stand 2015 vor der besonderen Herausforderung, neben der Bewältigung des Tagesgeschäfts den Online-Relaunch voranzutreiben. Die Konzeptphase des Projekts ist erfolgreich abgeschlossen, jetzt wurde die Entwicklung des neuen Onlineauftritts auf den Weg gebracht. Im kommenden Jahr stehen die Web-Entwicklung und die organisatorische Umsetzung der neuen Online-Struktur im Mittelpunkt.

Um den Online-Bereich zu stärken, soll aus der Online-Koordination eine neue Abteilung werden, die über einen eigenen Etat verfügt und der alle Online-Redakteurinnen und -Redakteure der wichtigen Programmmarken zugeordnet werden. Die übergeordnete Devise für die programmbegleitenden Angebote lautet dabei: »Zentral organisiert, aber dezentral platziert«.

Vorrangig ist hierbei, eine Redaktion für das neue Regionalportal aufzubauen. Damit soll zu jeder Zeit sichergestellt werden, dass »butenunbinnen.de« die erste Adresse für Nachrichten, Informationen und Geschichten aus der Region ist – aktuell, verlässlich und überraschend. Hier soll der Premium Content angeboten werden, der Journalismus »Made by Radio Bremen« von anderen Angeboten unterscheidet:

- »Online first«: In Planung und Aufbereitung der Themen wird Online stets mitgedacht.
- Es wird konsequent crossmedial gearbeitet.
- Es gelten durchgehend die journalistischen Standards der ARD.
- »Service is king«. Das Angebot soll den Nutzerinnen und Nutzern echten Mehrwert und praktischen Nutzwert für ihren Alltag bringen.
- Hochwertige, professionelle Videos sind ein regionales Alleinstellungsmerkmal.
- Interaktion mit den Userinnen und Usern schafft Bindung und inhaltlichen Mehrwert.

Unter dem Dach der künftigen Online-Abteilung werden auch die Webauftritte der Hörfunkwellen organisiert. Deren Konzepte sind von

---

dem Grundgedanken getragen, dass das Internet für das Radio vor allem ein Interaktionsmedium ist. Von zentraler Bedeutung für die künftigen Wellenauftritte ist daher der Ausbau von Interaktion und Kommunikation. Ferner sollen die Seiten Elemente mit hohem Nutzwert bieten: Z.B. einen attraktiven Audioplayer mit dem Livestream und der Musiktitelsuche, Übersichten zu Programmaktionen, Events und Informationen zu den Moderatorinnen und Moderatoren. Darüber hinaus spielt der zeitsouveräne Zugriff auf Programme und Sendungen eine immer größere Rolle. Insbesondere die Möglichkeit zum Nachhören von exklusiven Audios, Serien und Sendereihen, die attraktiv aufbereitet sind, soll vorrangig angeboten werden.

## **Digitale Garage**

Die Redakteurinnen und Redakteure der Digitalen Garage berichten bundesweit in der ARD und auf diversen Onlineplattformen über aktuelle Phänomene des Internets.

Insbesondere die Belieferung von »ARD-Morgenmagazin« und ARD-aktuell (»tagesschau24«, »Nachtmagazin« im Ersten, »tagesschau.de«) wurde 2015 intensiviert, seit Juni berichten die »Netzreporter« täglich. Damit einhergehend wurde die technische Infrastruktur der Garage ausgebaut und es wurden verbesserte schlanke und effiziente Arbeitsprozesse etabliert. Dabei setzt die Garage kompetente und leistungsstarke Video-Journalisten (VJs) ein, die den gesamten Prozess in ihrer Hand haben: recherchieren, texten, filmen, animieren, schneiden, vertonen, überspielen.

Die »ARD-Netzreporter« erzielen eine große Reichweite in den sozialen Netzwerken von »Morgenmagazin« und »Tagesschau«. Ihre Beiträge werden dort regelmäßig am häufigsten geklickt und kommentiert.

Die schlanken Produktionen nutzt auch die »wochenwebschau«, die inzwischen neben der Wochenzusammenfassung (für ARD-Digitalkanäle und als Web-Format) auch aktuelle, tägliche Produktionen für Facebook, YouTube, Twitter, Instagram und tumblr liefert. Highlights im Jahr 2015 waren »wochenwebschau«-Ausgaben direkt von der re:publica in Berlin und von den Videodays in Köln (mehr als 175.000 Klicks).

Die Digitale Garage hat außerdem bei der crossmedialen Begleitung von Radio Bremen-Produktionen geholfen. Für die ARD-Vorabendserie »Unter Gaunern« organisierte die Garage eine Kooperation mit drei erfolgreichen YouTubern (u.a. Joyce Ilg) und generierte so mehr als 350.000 Aufrufe der »Unter Gaunern«-YouTube-Clips. Für den »Tatort« »Wer Wind erntet, sät Sturm« gab es einen »After-Tatort-Talk« mit Oliver Mommsen inkl. Live-Streaming über soziale Netzwerke.

---

Für die »ARD-Themenwoche« im Herbst 2016, in der es um den Wert der Arbeit geht, ist die Digitale Garage maßgeblich an der Konzeptentwicklung und Planung der Social Media-Aktivitäten für die ARD beteiligt.

Die Kompetenzen und Produktionen der Digitalen Garage sowie der »ARD-Netzreporter« sollen 2016 weiterentwickelt werden. Besondere Bedeutung wird dabei die Zusammenarbeit mit dem neuen Jungen Angebot von ARD und ZDF haben.

## **Studio Bremerhaven**

Das crossmediale Profil des Studios Bremerhaven wird im kommenden Jahr deutlich geschärft. Zum Start von »butenunbinnen.de« wird die Redaktion auch personell gestärkt, damit Bremerhaven im neuen Onlineauftritt gut wahrnehmbar ist. Themen und Geschichten aus der Stadt und dem Umland werden dann speziell für das Onlineangebot aufbereitet und präsentiert.

Die Zulieferungen für das Fernsehmagazin »buten un binnen« sollen weiter verstetigt werden. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der videojournalistischen Umsetzung tagesaktueller Themen. Darüber hinaus arbeitet das Bremerhavener Team bei Hintergrund- und Schwerpunktthemen eng mit der Redaktion von »buten un binnen« zusammen. Der Video-Schnittplatz im Studio ist in die Erneuerung der Fernseh-Produktionssysteme einbezogen.

Die Nachrichtenredaktion und die Hörfunkwellen werden auch im kommenden Jahr zu den Hauptabnehmern von Beiträgen und Meldungen gehören. Die neue multimediale Produktions-App »MuPro« macht es jetzt möglich, Reporterinnen und Reporter unkompliziert auf die Wellen zu schalten und live aus der Stadt und der Region zu berichten. Die Sonntagssendung aus dem Studio Bremerhaven auf Bremen Eins bleibt ein Programmfenster für Geschichten und Lebensgefühl aus Bremerhaven und umzu.

Da die Bereiche Online und Fernsehen an Gewicht gewinnen werden, soll die Redaktionsfläche im Studio angepasst werden. Das Ziel ist, allen Kolleginnen und Kollegen, die tagesaktuell arbeiten, einen direkten Informationsaustausch zu ermöglichen. Dazu wird ein neues Raumkonzept umgesetzt, in dem Hörfunk, Online und Fernsehen aufeinander bezogen arbeiten können.



## Sport

Fünfmal die Woche sieben Minuten Sport im Radio Bremen Fernsehen, dazu an jedem Sonntag der rund 10-minütige Sportblock in »buten un binnen« – das ist ein klares Versprechen und eine große Herausforderung: Die Sportberichterstattung ist eine tragende Säule des erfolgreichen Fernsehregionalprogramms von Radio Bremen.

Für 2016 soll die Akzeptanz der Sendung beim Publikum erhöht werden, um den Erfolg der 18 Uhr Schiene zu stabilisieren. Nach den 40 Folgen der beliebten Serie »Mein erstes Mal« geht es nun darum, Ideen für neue Rubriken und Serien zu erarbeiten. Hier steht der Wunsch im Vordergrund, die Zuschauerinnen und Zuschauer noch stärker miteinzubeziehen. Ein erster Schritt auf diesem Weg ist die Werder-Aktion »Kabinenpredigt« gewesen, bei der Zuschauerinnen und Zuschauer in die Rolle von Werder-Trainer Viktor Skripnik schlüpfen können, um die Mannschaft zu motivieren. Im Zusammenspiel von Bremen Eins, Social Media und »buten un binnen« hat die Sportredaktion mit der »Kabinenpredigt« eine intensivere Bindung zum Publikum gesucht. Viele der »gefühlten« Fußballtrainerinnen und -trainer nutzen die »Kabinenpredigt« als Plattform, um sich mit Werder kreativ auseinanderzusetzen.

Auch innovative Ideen von Bremen NEXT oder der Digitalen Garage werden in der Sportredaktion aufgegriffen und auf ihre Tauglichkeit im linear ausgestrahlten Programm geprüft. Daraus ist beispielsweise das Format »Gerüchteküche« für den Sportblitz entstanden.

Aus der Fachredaktion Sport werden für die sportlichen Großereignisse des Jahres 2016 etliche Mitarbeitende für die ARD-Teams nominiert. Sowohl bei der Fußball- Europameisterschaft in Frankreich, als auch bei den Olympischen Spielen und Paralympics in Brasilien können sich Reporterinnen und Redakteure von Radio Bremen beweisen. Die Mitarbeitenden gewinnen in den ARD-Teams enorm an Know How und kehren regelmäßig hochmotiviert an ihren Bremer Arbeitsplatz zurück.

Die Sportberichterstattung bietet neben emotionalen auch immer politische und gesellschaftlich relevante Aspekte. Diesem Umstand folgend, befasst sich

das Nordwestradio seit einem Jahr verstärkt mit sportlichen Ereignissen. Der Sport ist am Morgen und am Nachmittag im Programm präsent. Nach Bremen Eins und Bremen Vier liefert die Sportredaktion damit für eine dritte Radiowelle täglich mehrfach sportaktuelle Themen zu.

## Programmvermögen und Informationsservice

Als Ergebnis einer bereichsübergreifenden Denkgruppe ist 2015 der Abteilungsname »Dokumentation und Archive« in »Programmvermögen und Informationsservice« (kurz: PI) geändert worden. Die Mitarbeitenden gehören jeweils einer der beiden tragenden Säulen des Bereichs – »Programmvermögen und -dokumentation« oder »Informationstechnik und Informationsservice« – an.

2016 gilt es, die Zusammenarbeit von Informationsspezialisten und Programmschaffenden zu intensivieren. Dabei stehen die Verwaltung der Metadaten, die frühe Einbindung der Abteilung in die Produktionsprozesse und die teilweise Verlagerung der dokumentarischen Arbeit in Richtung Prozess- und Qualitätskontrolle zugunsten der Informationsgewinnung im Vordergrund. Im neuen Selbstverständnis entwickelt sich der Informationswächter zum Informationspartner weiter.

Die engere Verzahnung von PI- und Programm-mitarbeitenden soll neben der regelmäßigen Ausschöpfung des wertvollen Programmvermögens von Radio Bremen vor allem die Workflows im Haus strukturell verbessern. Im Ergebnis kann das Publikum zeitnah über verschiedene Kanäle zielgruppengerecht informiert und unterhalten werden.

Konkrete Projekte werden 2016 die Langzeitarchivierung, die Retro-Digitalisierung und die Weiterentwicklung der Archivdatenbanken sowie die ARD-Kooperationen auf den Gebieten der Metadatenstandards und Informationssysteme bleiben.

## Programm-Marken

---

### Bremen Eins

Bremen Eins konnte 2015 seine Marktführerschaft im Land Bremen festigen und auch im niedersächsischen Teil seines Sendegebietes wieder deutlich Boden gutmachen. Diese gute Marktposition gilt es im Verlauf des kommenden Jahres auszubauen.

Erfreulicherweise ist es gelungen, in der Kernzielgruppe der 50 bis 69-Jährigen wieder deutlich an Akzeptanz zu gewinnen. Das ist in erster Linie auf die ebenso behutsame wie kontinuierliche Weiterentwicklung der Musikausrichtung zurückzuführen.

Neben der regionalen Informationskompetenz, die für Bremen Eins profilbildend ist, wird der Erfolg der Welle auch im nächsten Jahr wesentlich vom Musikangebot abhängen. Mit Blick auf die Erreichbarkeit des jüngeren Teils der Zielgruppe ist der Claim – weg von den Oldies – hin zu den »größten Hits aller Zeiten« geändert worden.

Außerdem hat Bremen Eins erstmals sein Sounddesign (Verpackungselemente wie Jingles, etc.) erneuert. Das Ziel ist, frischere Akzente zu setzen, ein noch nicht erschlossenes Hörerpotenzial auf sich aufmerksam zu machen und bestenfalls dauerhaft an Bremen Eins zu binden.

Auch 2016 wird die Redaktion durch diverse Aktionen Programm-Highlights kreieren. Stellvertretend für dieses Jahr sei die Sail in Bremerhaven genannt, die Bremen Eins nicht nur Anlass für eine tägliche, intensive Berichterstattung im Programm und auf der Internetseite von Bremen Eins bot, sondern auch zu zwei monothematischen Live-Sendungen aus dem Studio Bremerhaven führte.

Die Sixdays, die Breminale, die Fußball-Europameisterschaft, die Olympischen Spiele und auch die schon fast traditionelle Sommeraktion »Der Bremen Eins Ferientag« werden 2016 Programm-Höhepunkte sein.

Das Projekt »Die Bremen Eins Radioshow« wird ebenso fortgesetzt wie die On- und Off-Air-Aktionen rund um den »Bremen Eins Bulli«.

Last but not least wird sich Bremen Eins eine neue Redaktionsstruktur geben: Neben den CvD-Funktionen Wort und Musik gibt es künftig die CvD-Funktion Layout. Hintergrund ist die Erkenntnis, dass für ein Programm wie Bremen Eins ein kontinuierliches Qualitätsmanagement nicht nur in Bezug auf die journalistischen Inhalte, sondern auch in Bezug auf die formale Ausrichtung sinnvoll und notwendig ist.

Das Aufgabengebiet CvD-Layout umfasst darüber hinaus die Konzeption von neuen Sendeformaten, die Entwicklung von Aktionen und deren Verknüpfung mit dem Programm, den Onlineauftritt und Social Media-Aktivitäten, die Zusammenarbeit mit anderen Programmen (Cross-Promotion) sowie die Kooperation mit dem Marketing und der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

### Bremen Vier

Bremen Vier konnte 2015 insbesondere im niedersächsischen Umland die Akzeptanz steigern. Inzwischen erreicht das Programm wieder mehr als 100.000 Hörerinnen und Hörer in der Durchschnittsstunde.

Der Samstag wurde mit zwei neuen Sendungen (»Bremen Vier frei Haus« und »Bremen Vier kommt rum«) aufgewertet. Der Samstagmorgen startet mit Veranstaltungstipps und Spielelementen. Am Vormittag ab 10 Uhr liegt der Fokus jeweils auf einem ausgesuchten Ort im Sendegebiet, den Bremen Vier mit seinem Ü-Wagen besucht.

Auch von großen Events wie dem Hurricane-Festival und der Breminale gab es dieses Jahr komplette Livesendungen. Diese Events wurden außerdem umfangreich in sozialen Netzwerken und online abgebildet. Dabei kommen auch bei Bremen Vier verstärkt Videos zum Einsatz.

---

Das Musikformat von Bremen Vier hatte Mitte des Jahres einen Relaunch. Gestützt auf Forschungsergebnisse wurde die Anzahl der Titel im Musik-Pool des Programms erhöht. Das Musikformat erhielt eine stilistische Korrektur und wurde im Hinblick auf die Zielgruppe optimiert.

In naher Zukunft stehen einige Wechsel in der Moderation an. So ist im Herbst 2015 ein neues Team in der Morgenshow gestartet, daneben wird es auch im Tagesprogramm einige Änderungen in der Moderation geben.

Als crossmediales Format wurden auch 2015 insgesamt acht Folgen der »LateLine« mit Moderator Ingmar Stadelmann produziert. Die Zukunft des Formates ist derzeit ungewiss, da durch die Einstellung von »EinsPlus« (zugunsten des Jungen Angebotes von ARD und ZDF) der Fernsehpartner wegfallen wird.

### **Nordwestradio**

Nach dem großen Relaunch 2014 stand das Nordwestradio 2015 im Zeichen der Konsolidierung. Insbesondere bei der Musikauswahl, der Moderation sowie der On- und Off-Air-Promotion ist das Profil geschärft worden. Am Morgen konzentriert sich das Programm stärker auf wenige dominante Themen. Durch ihre Aufbereitung in unterschiedlichen Zugängen erfahren auch Hörerinnen und Hörer mit kurzer Hördauer das Wichtigste, alle anderen profitieren durch die Varianz der inhaltlichen Vertiefung. Programmschwerpunkte waren u.a. die Wahl zur Bremischen Bürgerschaft sowie das Ende des Zweiten Weltkriegs. Auch die Kolumnen wurden aufgefrischt. Unter anderem gibt es seit Frühjahr 2015 eine Pop-Kolumne, die von Kolleginnen und Kollegen der Musikredaktion des Nordwestradios produziert wird.

Die Zahlen der Media Analyse zeigen, dass das »neue« Nordwestradio beim Publikum Anklang findet. Im Land Bremen zogen Bekanntheitsgrad (»schon mal gehört«) und Tagesreichweite an. Nachholbedarf gibt es dagegen nach wie vor im Umland.

Für die Qualität des Programms sprechen auch zahlreiche Preise, die Produktionen des Nordwestradios erhielten: U.a. der Grammy für die beste Opernaufnahme, der Echo Klassik 2015 für die beste Operneinspielung (bis 17./18. Jh.) und für die beste Welt-Ersteinspielung sowie der Robert-Geisendörfer-Preis der Evangelischen Kirche für das Hörspiel »Nicht genug« (SR/RB). Die Online-Chronik »70 Jahre Kriegsende im Nordwesten« wurde für den Deutschen Radiopreis in der Kategorie »Beste Programmaktion« nominiert.

Im Jahr 2016 stehen organisatorisch zwei große Veränderungen an: Zum 1. Januar endet die Kooperation mit dem Norddeutschen Rundfunk, die bisher Grundlage des Nordwestradios war. Radio Bremen wird das Programm in alleiniger Verantwortung weiterführen. Im Februar gibt es einen Wechsel in der Programmleitung, weil der bisherige Leiter nach mehr als zwölf Jahren an der Spitze der Welle Ende Januar mit Erreichen der Altersgrenze ausscheidet.

Programmlich wird sich das Nordwestradio 2016 vor allem der Entwicklung weiterer Formate der Hörerbeteiligung widmen. Ältere Formate (»Redefreiheit«, »Durch dick und dünn«) werden auf ihre Hörerbindung im Sendegebiet hin überprüft. Ein besonderes Augenmerk liegt darauf, die Akzeptanz im Ausstrahlungsgebiet weiter zu steigern.

### **Funkhaus Europa**

Funkhaus Europa hat 2015 große Bestätigung für sein kosmopolitisches und multikulturelles Programmformat erhalten: Die Kölner Funkhaus Europa Moderatorin Siham El-Maimouni wurde mit dem Deutschen Radiopreis in der Kategorie »Beste Moderatorin« ausgezeichnet und die in Bremen kuratierte Funkhaus Europa Facebook-Seite konnte die 40.000er Fan-Marke »knacken«. Beides sind Zeichen, dass die Positionierung des Programms als junges und journalistisch anspruchsvolles Format aufgeht.

---

In der zweiten Jahreshälfte war und ist Funkhaus Europa programmlich voll und ganz mit dem Thema »Flüchtlinge in Europa« beschäftigt. Mit diversen Programmaktionen (Flüchtlinge machen Programm, Statement-Aktion von Promis, tägliches »Refugee Radio« in arabischer und englischer Sprache) realisiert Funkhaus Europa seinen eigenen Zugang, nicht nur über, sondern vor allem mit den Flüchtlingen zu sprechen.

2016 wird es darum gehen, den 2015 begonnenen Prozess der Reorganisation von Funkhaus Europa fortzuführen und erfolgreich abzuschließen. Der WDR hatte Ende 2014 den Kooperationsvertrag mit Radio Bremen (und dem RBB) vorsorglich gekündigt, um so die Möglichkeit einer umfassenden Reform des Programms und der Zulieferbeziehungen in Funkhaus Europa zu eröffnen. Es ist geplant, dass Radio Bremen ab April 2016 das komplette deutschsprachige Programm am Wochenende zuliefert. Bremen verzichtet dafür auf die bisherigen wochentäglichen Nachmittagsendungen. Auch die Musikauswahl von Funkhaus Europa wird ab April 2016 zentral vom WDR aus Köln kommen. Funkhaus Europa wird ab April 2016 schließlich die gemeinsamen WDR-Nachrichten übernehmen. Das in Bremen produzierte eigene Nachrichtenformat für Funkhaus Europa wird eingestellt.

Hintergrund für diese Veränderungen sind die laufenden Sparanstrengungen des WDR. Der WDR wird – wie auch für andere Programme – 2016 für das Funkhaus Europa weniger Geld zur Verfügung haben als im Jahr 2015. Für Radio Bremen wird es 2016 darum gehen, den Umbauprozess von Funkhaus Europa so zu steuern, dass trotz des schrumpfenden Etats die hohe journalistische Qualität des Programms erhalten bleibt und Härten bei der möglichen Reduzierung von Beschäftigungsumfängen bei den Mitarbeitenden vermieden bzw. aufgefangen werden.

Funkhaus Europa soll in Köln, Bremen und Berlin künftig als junges, europäisches Kulturradio positioniert werden. Inhaltlich ist der Umstieg auf das Wochenende für die Bremer Redaktion eine Chance. In einem im Oktober 2015 gestarteten

Kreativprozess entwickelt die Redaktion ein junges, journalistisch anspruchsvolles und kreatives Samstags- und Sonntagsprogramm, das insgesamt der speziellen Hörsituation des Wochenendes gerecht werden wird.

Über die Hälfte der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Funkhauses Europa stammt aus Einwandererfamilien. Funkhaus Europa bildet damit schon heute die zukünftige Realität der Stadtgesellschaften von Bremen und Bremerhaven ab. Das Programm begreift sich als Impulsgeber für andere Radio Bremen Wellen, Redaktionen und Abteilungen. Themen wie »Diversity« oder »interkulturelles Zusammenleben« werden in den nächsten Jahren noch wichtiger werden. Radio Bremen wird vermehrt – nicht nur für seine Funkhaus Europa Redaktion – migrantische Nachwuchs-Journalistinnen und -Journalisten brauchen, die die gesellschaftliche Realität glaubwürdig abbilden und als »Role Models« dienen können.

### **Bremen NEXT**

Bremen NEXT ist das junge crossmediale Angebot von Radio Bremen für 15 bis 25-jährige Bremerinnen und Bremer. Diese Generation ist mobil unterwegs, »teilt« für sie relevante Inhalte mit ihren Freundinnen und Freunden und ist extrem aktiv in öffentlichen und privaten Netzwerken. An diesen Bedürfnissen richtet Bremen NEXT seine Angebote aus. Bremen NEXT ist von Anfang an für die mobile Nutzung optimiert.

Seit Mai 2015 wird Bremen NEXT im Rahmen eines Projektes kontinuierlich als die neue, junge Marke von Radio Bremen ausgebaut. Journalistische Ansprache, Inhalte und Formen werden im Rahmen des Projektes zusammen mit jungen Bremerinnen und Bremern entwickelt. Ein Team aus jungen Bremer Moderatorinnen und Moderatoren, DJs, Webdesignern, Journalistinnen und Journalisten erarbeitet zusammen mit Redakteuren von Radio Bremen das Programm.

---

Im Rahmen des Projektes entstehen eine eigene Redaktionsfläche, crossmedial zu nutzende Studios/Schneideräume und eine Eventfläche. Ziel ist es, im Spätsommer 2016 Bremen NEXT zu »launchen«. Live-Radioshows, eigene Webvideos, Visual Radio Clips, ein authentischer Social Media-Auftritt, ein ständiger Dialog mit den Nutzerinnen und Nutzern, eigene Parties und Konzertpräsentationen sollen Bremen NEXT zu einer crossmedialen Marke auch in der Stadt machen.

Bremen NEXT wird sich als junges crossmediales Angebot für Bremen, Bremerhaven und umzu in seinen Inhalten und deren Aufbereitungen sowohl an den Bedürfnissen und der Lebensrealität seiner Zielgruppe als auch an den hohen Anforderungen und Qualitätsansprüchen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ausrichten. Ziel ist es, ein professionelles Programm mit verlässlichen Orientierungsangeboten, Information in verständlicher Sprache, authentischem Lifestyle, redaktionell aufbereitetem Service und glaubhaftem Journalismus aufzubauen. Bremen NEXT wird darüber hinaus eng mit dem für Oktober 2016 geplanten jungen Angebot von ARD und ZDF kooperieren und diesem entsprechende Inhalte zuliefern.

In einer crossmedial arbeitenden Redaktion mit speziell dafür entwickelten Workflows sollen Themen ausspielwegsübergreifend geplant, konzipiert und der Plattform entsprechend produziert und konfektioniert werden – stets in dem Bewusstsein, dass Bremen NEXT als jüngstes Angebot von Radio Bremen auch am stärksten den sich in der Zielgruppe ändernden Mediennutzungsgewohnheiten unterworfen ist. Hier gilt es, kontinuierlich neue Entwicklungen im digitalen und technischen Bereich zu verfolgen, zu bewerten und dahingehend eigene Ideen und Konzepte zu entwickeln und nachhaltig umzusetzen – und damit auch neue Wege für Radio Bremen zu beschreiten.

Bremen NEXT ist dabei auch ein Programm für Migrantinnen und Migranten. In Bremen und Bremerhaven liegt der Anteil von Menschen, deren Familien nicht aus Deutschland kommen, in den Altersgruppen der 15 bis 25-Jährigen bei knapp 40 Prozent. Das Projektteam von Bremen

NEXT bildet das schon jetzt gut ab und besteht zu einem guten Teil aus jungen Migrantinnen und Migranten. Die Interkulturalität ist ein normaler und selbstverständlicher Bestandteil der jungen bremischen Lebenswelt, des Programms und der Redaktion von Bremen NEXT.

### **buten un binnen**

Der Marktanteil und die Reichweite von »buten un binnen« konnten 2015 erhöht werden. Werktags erreicht das Magazin immer häufiger Werte von über 30 Prozent Marktanteil, die Wochenenden tendieren gegen 20 Prozent. Der im Relaunch 2013 eingeschlagene Kurs hat sich als richtig erwiesen. Er soll auch 2016 fortgesetzt werden. Leitbild ist das Senderversprechen: Aktualität, Relevanz und Gesprächswert. Im Alltag bedeutet dies, dass die Redaktion jeden Tag Antworten auf die Fragen finden muss: Wie nahe ist ein Thema an den Interessen und Lebenswirklichkeiten der Zuschauerinnen und Zuschauer? Wie gelingt es, sie klar durch die Sendung zu führen? Welche crossmediale Ergänzung ist möglich?

2016 wird für »buten un binnen« das Jahr neuer Ausspielwege. Die Fernsehredaktion von »buten un binnen« beteiligt sich intensiv am Online-Relaunch – schließlich soll ein regionales Onlineportal unter dem Markennamen »butenunbinnen.de« entstehen. In der Redaktion sind Inhalt und Expertise für ein solches Portal vorhanden und bereits entwickelt. Denn schon seit 2014 beschäftigt sie sich mit den internetbasierten Ausspielwegen – und hier insbesondere mit den sozialen Netzwerken.

In den sozialen Medien ist es »buten un binnen« gelungen, die Nutzerschaft deutlich zu verjüngen. So ist der Großteil der Userinnen und User im Facebook-Kanal von »buten un binnen« zwischen 25 und 44 Jahren alt. Spitzenreichweiten von mehr als 200.000 Klicks sind keine Seltenheit mehr. Besonders erfreulich sind die hohen Interaktionsraten: Es gibt eine hohe Bereitschaft und ein großes Interesse der Nutzerinnen und Nutzer, Beiträge zu kommentieren. Diese Meinungsäußerungen können dann auch in der Fernsehsendung genutzt werden. Konsequenz baut

---

die Redaktion ihre crossmediale Kompetenz aus und verwebt digitales und lineares Angebot zu einem komplexen Programm für alle Menschen, denen die Ereignisse in unserem Bundesland am Herzen liegen.

Fortschritte in der Fernsehtechnik werden im Jahr 2016 ebenfalls die Arbeit in der Redaktion beeinflussen. Neue Schnittsysteme und eine neue Regie sowie die HD-Fähigkeit des Studios erfordern ein Überdenken und Anpassen der Workflows.

Darüber hinaus wird es darum gehen, das bisher Erreichte abzusichern und auszubauen. Die Sendung kann noch mehr Kontur, Haltung und Handschrift gewinnen.

### **3nach9**

Im Oktober 2015 wurde die 500. Folge der dienstältesten Talkshow im Deutschen Fernsehen ausgestrahlt. Seit November 1974 waren mehr als 3.000 Gesprächsgäste bei »3nach9« – Weltstars, aber auch der Mann oder die Frau von der Straße. Es gab Aufreger, Skandale und Spektakel. Auch nach mehr als 40 Jahren ist »3nach9« noch immer überraschend und auf der Höhe der Zeit. Die Jubiläumssendung wurde bundesweit von einer Million Menschen gesehen. Mit einem Marktanteil von 14,2 Prozent war sie die mit Abstand meistgenutzte Ausgabe des Jahres.

Für »3nach9« war das Jahr 2015 auch ein Jahr der Neuorientierung. Nach dem Studio-Relaunch im Herbst 2014 begann eine Zeit der Experimente. Die Talkrunde wurde nicht mehr komplett um einen Tisch versammelt. Stattdessen haben die Gespräche in größeren und kleineren Gruppen stattgefunden. Die starre Abfolge der Vorstellungsfilm wurde durch ein flexibleres Konzept ersetzt. Die Zusammensetzung und Größe der Gästerunde wurde variiert.

Für 2016 geht es darum, aus den gewonnenen Erkenntnissen ein schlüssiges Konzept zu erstellen. Dabei wurde die Redaktion im September um eine Redakteurin verstärkt. In dieser Konstellation geht die Sendung ins Jahr 2016.

### **Zentrale Programmaufgaben**

Seit November 2015 wird die aus der Fernsehprogrammplanung entstandene Abteilung unter dem Titel »Zentrale Programmaufgaben« geführt. Die neue Bezeichnung trägt dem Umstand Rechnung, dass in diesem Bereich zunehmend multimedial gearbeitet wird.

Im kommenden Jahr stehen einige grundsätzliche Veränderungen an: Personalwechsel und ständig steigende konzeptionelle und technische Anforderungen bedingen eine Umgestaltung der Zuständigkeiten und Aufgabenverteilung in der Abteilung.

Weil die Produktion auf HD umgestellt wird, müssen sämtliche hausinterne Workflows überarbeitet werden. Dies erfordert technisch-organisatorische Anpassungen sowohl im Bereich der Sendeabwicklung als auch im ARD/ZDF-Fernseh-Programmaustausch. Ziel ist eine Optimierung der Prozesse.

Außerdem ist geplant, die Arbeitsprozesse bei der Einplanung von Radio Bremen Produktionen im gemeinsamen dritten Fernsehprogramm (NDR/Radio Bremen Fernsehen) sowie in allen anderen dritten Programmen und Spartensendern noch mehr zu bündeln und zu verschlanken.

Auch bei den barrierefreien Angeboten sind weitere Verbesserungen geplant. So sollen u.a. die Untertitel zukünftig auch in der Mediathek abrufbar sein.

Darüber hinaus werden laufende Projekte – wie die zentrale Festivalkoordination für Hörfunk und Fernsehen und der Bremer Fernsehpreis – weiter entwickelt.

## Fernsehen für Das Erste und das Dritte Programm

---

### ARD-aktuell

Die ARD-aktuell Redaktion von Radio Bremen hat ihren Vorsprung bei der Abbildung von Internetinhalten für die Nachrichtenmagazine des Ersten weiter ausgebaut. Mittlerweile ist Radio Bremen auch bei Nachrichtenlagen erster Ansprechpartner der Tagesschau für Sonderberichterstattung, wenn es um die Reaktionen im Internet und den sozialen Netzen geht.

So lieferten die »ARD-Netzreporter« aus Bremen zum Beispiel Beiträge für die Sondersendungen und »Brennpunkte« zum Absturz des Germanwings-Flugzeuges in den französischen Alpen. Die »ARD-Netzreporter« der Digitalen Garage haben nun zudem eine eigene feste Rubrik, die pro Ausgabe mehrmals im »Morgenmagazin« im Ersten ausgestrahlt wird. In den Wochen, in denen das »Morgenmagazin« vom ZDF produziert wird, beliefern die »Netzreporter« täglich »tagesschau.de« und die Social Media-Auftritte der »Tagesschau« mit Beiträgen, die zu den am häufigsten aufgerufenen dieser Portale gehören. Damit ist Radio Bremen innerhalb der ARD Vorreiter darin, die zukunftssträchtigen Netzportale der »Tagesschau« mit speziell darauf zugeschnittenen Beiträgen zu beliefern. 2016 soll dieser Vorsprung gefestigt werden. Dazu wird eine stete Anpassung der Informationsangebote an die – sich ständig ändernden – Konsumgewohnheiten der Nutzerinnen und Nutzer erforderlich sein.

Schwerpunkte der linearen Berichterstattung im Ersten waren der AfD-Parteitag in Bremen, das sogenannte Terroralarm-Wochenende und die Wahlen zur Bremischen Bürgerschaft mit dem anschließenden Rücktritt von Bürgermeister Böhrnsen. Insgesamt hat die Bremer Redaktion für ARD-aktuell niemals zuvor so viele Beiträge und Live-Schalten in das Erste geliefert wie 2015.

### Dokumentationen

Die Dokumentationen von Radio Bremen Fernsehen werden auch 2016 wieder in der ersten Liga spielen. Dabei setzt der Bereich auf starke Stücke in der Primetime des Ersten und auf Innovationen im gemeinsamen dritten Programm (NDR/Radio Bremen Fernsehen).

Für »Die Story im Ersten«, »Geschichte im Ersten« und »Die Deutschlandreportage im Ersten« liefert Radio Bremen möglichst viele relevante, gesprächswertige und auffällige Dokumentationen. 2015 hat die Redaktion mit der Story »Bedingt abwehrbereit – Terroralarm am Wochenende« Aufmerksamkeit und Reichweite erzielt und es ins ARD-Kontingent zur Nominierung für den renommierten Grimme-Preis geschafft. Selbiges gelang auch der Geschichtsdokumentation »Heimat Namibia«, die mit 10 Prozent Marktanteil im Jahr 2015 die höchste Akzeptanz aller Dokumentationen auf dem Sendeplatz »Geschichte im Ersten« erreichte.

Für die Geschichtsdokumentation »Hitlers-U-Boot-Bunker« gab es im November 2015 den Journalistenpreis des Deutschen Nationalkomitees für Denkmalschutz. Die Redaktion hat sich zudem mit einem Portrait über die Musikerin Annette Dasch an der hochwertigen Reihe »Deutschland Deine Künstler« beteiligt und mit der Geschichtsdokumentation »Generation Beat-Club« an die musikalischen Wurzeln Radio Bremens angeknüpft.

2016 wird unter Federführung von Radio Bremen eine Dokumentation zum sechzigsten Geburtstag Herbert Grönemeyers entstehen. Mehrere Geschichtsthemen – von Hitlers Flakhelfern bis zur untergegangenen Filmfabrik in Bendestorf – sind in Planung, Umsetzung und Dreh. Die Planungen für »Die Story im Ersten« reichen vom investigativen Mafia-Film bis zur Annäherung an das Darknet, der Schmutzdecke des Internets.

Ins gemeinsame Dritte (NDR / Radio Bremen Fernsehen) hat die Redaktion Geschichtsdokumentationen unter dem Reihentitel »Unsere Geschichte« eingebracht, u. a. eine viel beachtete und opulente Dokumentation über den Leuchtturm Roter Sand.



---

Seit 2015 beteiligt sich Radio Bremen an der mehrfach preisgekrönten Kinder-Doku-Reihe »Schau in meine Welt« des KIKA, u.a. in der Themenwoche »Respekt für deine Rechte« – dort wurde das Porträt einer 13-jährigen Bremerhavenerin mit großer Leidenschaft für Musik ausgestrahlt: »Monja – stark mit Musik«.

Die Geburt des Eisbärenbabys Lale im Zoo Bremerhaven hat Radio Bremen eine vorgezogene siebte Staffel der Zoo-Doku-Serie »Seehund, Puma & Co.« beschert. Diese Staffel lief sehr erfolgreich im September 2015.

Zudem hat sich die Dokumentarfilm-Redaktion von Radio Bremen – zusammen mit dem MDR – wieder an ein Weihnachtsmärchen gewagt. Nach dem Erfolg von »Von einem, der auszog, das Fürchten zu lernen«, der einen der Hauptpreise des renommierten Kinderfilmfestivals Goldener Spatz gewann und beim Kinderfilmfest in Dresden KINOLINO als bester Kinderfilm ausgezeichnet wurde, hat Radio Bremen ein weiteres Weihnachtsmärchen aufgelegt. Der Film »Nussknacker und Mausekönig« wird am ersten Weihnachtstag im Ersten ausgestrahlt und war bereits für den deutschen Wettbewerb des internationalen Kinderfilmfestivals Schlingel im Oktober 2015 nominiert.

Im gemeinsamen Dritten sucht Radio Bremen seit Anfang 2015 die Innovation durch Wiederbelebung einer alten und ehemals starken Marke. »Unter deutschen Dächern« entstand neu als multimediale Idee. Online ([www.unter-deutschen-daechern.de](http://www.unter-deutschen-daechern.de)), auf Facebook, Twitter und im Fernsehen mit einer ersten Viererstaffel, die im Januar 2015 gesendet wurde. Die zweite Staffel mit vier Filmen wird im ersten Quartal 2016 ausgestrahlt.

Für das Kulturprogramm ARTE stellt Radio Bremen mit großem Erfolg Sendungen in den Bereichen Wissenschaft, Wunderwelten, Entdeckungen, Geschichte, Musik, Pop-Kultur, Kultur am Sonntag, Kunst und Kultur und Grand Format her. Mehrere ARTE-Produktionen aus dem Hause Radio Bremen waren für einen Grimme Preis nominiert, gewannen den Alternativen Medienpreis (»Helden der Zukunft«) und den Medienpreis der Kindernothilfe (»Erlesene Welten«).

## Fernsehfilm und Unterhaltung

Für die Reihe »Tatort« im Ersten entstanden im Jahr 2015 zwei sehr spannende Krimis mit gesellschaftlich relevantem und psychologisch komplexem Hintergrund wie sie typisch für Radio Bremen sind. Die Krimifilme des Jahres 2015 mit den Titeln »Die Wiederkehr« und »Wer Wind erntet, sät Sturm« waren extrem erfolgreich. »Die Wiederkehr« brachte mit 10,62 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauern und einem Marktanteil von 28,7 Prozent einen neuen Rekord für die »Tatort«-Filme aus Bremen. »Wer Wind erntet, sät Sturm« erzielte mit 28,2 Prozent Marktanteil ebenfalls einen Spitzenwert unter der starken Marke »Tatort«.

Die Bremer »Tatort«-Filme für 2016 sind wieder eine dramaturgisch schlüssige Mixtur aus gesellschaftlicher Relevanz und kriminalistischer Hochspannung. Das Erste wird sie hervorgehoben an Pfingsten und in der ARD-Themenwoche im Herbst platzieren.

Anfang des Jahres 2016 kommt der für ARTE produzierte Spielfilm »Lügen und andere Wahrheiten« ins Fernsehen. Der Film hatte seine Premiere auf dem Filmfest in München und lief bereits erfolgreich in den Kinos.

Ähnlich wie 2015 beteiligt sich Radio Bremen auch 2016 an einer internationalen Kinoproduktion, die ebenfalls im Fernsehen zu sehen sein wird. »Paula« verfilmt in Bestbesetzung das Leben der Worpsweder Künstlerin Paula Modersohn-Becker.

Radio Bremen schöpft aus seinen Qualitätsproduktionen immer wieder wertvolles Programmvermögen. Im Ersten, den dritten Programmen und auf den digitalen Kanälen des Ersten werden »Tatort«-Krimis und Unterhaltungsklassiker wie »Am laufenden Band«, »Musikladen«, »Rudis Tagesschau« und »Weihnachten bei Hoppenstedts« gern und häufig wiederholt. Auch für 2016 gehört das Makeln von Programmschätzen zur Radio Bremen-Strategie der maximal möglichen Sichtbarkeit.



---

## **Musik**

Am 25. September 1965 wurde die erste Sendung des »Beat-Club« ausgestrahlt – im September 2015 hat Radio Bremen den 50. Geburtstag der legendären Musiksending im Fernsehen gefeiert. Im Ersten lief die sehr gut eingeschaltete Dokumentation »Generation Beat-Club«. Im gemeinsamen dritten Programm mit dem NDR gab es eine Show zum Jubiläum und eine lange »Beat-Club«-Nacht.

Für 2016 sind Dokumentationen für ARTE Popkultur geplant, die zum Teil auf das reichhaltige Fernseh-Musik-Archiv von Radio Bremen zurückgreifen.

## Finanzen

---

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

Seit dem 1. Januar 2013 ersetzt der geräte-unabhängige Rundfunkbeitrag die geräteabhängige Rundfunkgebühr. Diese Umstellung führte zu einer Stabilisierung der wichtigsten Ertragsquelle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) geht in ihrem 19. Bericht, der die Periode 2013 - 2016 umfasst, von etwa 3,8 Prozent höheren Beitragserträgen aus. Nach Empfehlung der KEF wird ein Teil der Mehreinnahmen einer speziellen Rücklage zugeführt, die aktuell nicht verwendet werden darf und in der nächsten Beitragsperiode (2017 - 2020) einen möglichen Anstieg des Rundfunkbeitrages aufgrund gestiegener Kosten bei den Landesrundfunkanstalten abfangen soll. Der andere Teil der Mehreinnahmen wurde für eine Beitragssenkung verwendet: Seit dem 1. April 2015 ist der Rundfunkbeitrag von 17,98 Euro auf 17,50 Euro pro Haushalt gesunken. Inzwischen wurde der Rundfunkbeitragsstaatsvertrag weiter angepasst. So sinkt der Beitrag für privilegierte Einrichtungen (z.B. Kindertagesstätten) und die Datenschutzregelungen wurden erweitert. Zugleich wurde vereinbart, dass auch in der kommenden Beitragsperiode ein Abgleich der Meldedaten stattfindet. Ziel ist es, Beitragsstabilität und Beitragsgerechtigkeit zu sichern – zum Beispiel auch bei Umzügen von Beitragszahlerinnen und Beitragszahlern.

Unter Berücksichtigung dieser Beschlüsse haben die Ministerpräsidentinnen und -präsidenten einen Staatsvertrag verabredet, der ab 1. Januar 2017 in Kraft treten soll.

Die Einnahmesituation von Radio Bremen wird durch die Neuregelung des Finanzausgleichs der ARD stabilisiert. Seit 2015 wurde der Leistungs- und Gegenleistungsausgleich verstetigt und zu einem großen Teil von zweckgebundenen Leistungen in Geld gewandelt. Im Rahmen eines sogenannten freiwilligen Finanzausgleichs erhöhte

die ARD ihre Leistungen an Radio Bremen um 5,0 Mio. Euro pro Jahr. Zudem wurde festgelegt, dass der zusätzliche Finanzbedarf von Radio Bremen in Höhe von weiteren jeweils 4,9 Mio. Euro in den Jahren 2015 und 2016 zunächst von der ARD über die Beitragsmehrerträge vorfinanziert wird. Damit ist für die Jahre 2015 und 2016 eine für Radio Bremen auskömmliche Übergangslösung geschaffen worden.

Für die Zeit ab 2017 wird zudem mehr Geld aus dem Rundfunkbeitrag für den ARD-Finanzausgleich zur Verfügung stehen: Dann werden nicht mehr 1 Prozent, sondern 1,6 Prozent von den der ARD zustehenden Mitteln der Finanzausgleichsmasse zugeführt. Radio Bremen erhält künftig 49,08 Prozent (bisher: 46,24 Prozent) aus dieser Finanzausgleichsmasse. In absoluten Zahlen lässt sich die Höhe der Mehrerträge daraus noch nicht genau beziffern.

Diese Neuregelung des ARD-Finanzausgleichs sichert für die kommenden Jahre die Existenz und in bescheidenem Maße auch die Entwicklungsmöglichkeiten Radio Bremens. Es wird nun darauf ankommen, die zusätzlichen Mittel möglichst effizient zur Sicherung des Bestandes und für zukunftsweisende Projekte einzusetzen.

Im Jahr 2015 hat auch Radio Bremen seinen Finanzbedarf für die Periode von 2017 - 2020 bei der KEF angemeldet. Wichtige Punkte sind dabei Rückzahlungen an die ARD: Zum einen die oben genannte Vorfinanzierung für 2015 und 2016 in Höhe von insgesamt 9,8 Mio. Euro, zum anderen die Liquiditätshilfe aus den Jahren 2013 und 2014 in Höhe von 8,7 Mio. Euro.

Bereits seit einiger Zeit wird auf politischer Ebene erneut über Werbebeschränkungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk diskutiert. Weitere Schritte dazu wurden auf die Konferenz der Ministerpräsidentinnen und -präsidenten (MPK) im Frühjahr 2016 vertagt. Sollte es hier zu Änderungen kommen, könnte dies auch deutliche Auswirkungen auf Radio Bremen mit seinen beiden werbetragenden Hörfunkprogrammen Bremen Eins und Bremen Vier haben: Bei Radio Bremen haben die Werbeeinnahmen einen

---

deutlich höheren Anteil am Gesamtbudget als bei anderen Landesrundfunkanstalten. Im Falle von Beschränkungen wäre Radio Bremen also in besonderem Maße auf einen Ausgleich für die daraus resultierenden Einnahmeverluste angewiesen.

Entscheidend für die Einnahmen aus Hörfunk-Werbung sind die Ergebnisse der Media Analyse, die die Grundlage zur Berechnung der Hörfunkspot-Preise und der Erlöse aus den Werbekombinationen mit anderen Sendern bildet. Die Ergebnisse der jüngsten Media Analyse Radio II/2015 bedeuten besondere Herausforderungen: Zwar haben sich die Werte für Bremen Eins und Bremen Vier stabilisiert bzw. leicht verbessert. Insgesamt haben beide Programme in den letzten Jahren aber vor allem im Umland an Reichweite verloren, während der Wettbewerber Radio Energy insbesondere bei den jüngeren Hörerinnen und Hörern beliebter wurde. Dem ist nun sowohl programmlich als auch mit Mitteln des Marketings zu begegnen.

Weitere Risiken bestehen im Finanzergebnis: Neben den Erträgen aus Beiträgen, Finanzausgleich und Werbung haben die Finanzerträge für Radio Bremen eine relevante Größenordnung. Die Besonderheit besteht darin, dass diese Erträge von der allgemeinen Entwicklung der Kapitalmärkte abhängen. Negative Ergebnisse am Finanzmarkt schlagen sich unmittelbar in der Ertrags- und Aufwandsrechnung sowie in der Liquiditätssituation nieder.

Grundsätzlich muss Radio Bremen auch 2016 sparsam haushalten. Die zusätzlichen Leistungen der ARD und die staatsvertragliche Neuregelung des ARD-Finanzausgleichs ermöglichen es aber, die Substanz der kleinsten Landesrundfunkanstalt zu erhalten und für die Zukunft auf einer sicheren Grundlage zu planen.

## Personal

---

Die Zahl der Festangestellten bei Radio Bremen bleibt auch 2016 auf dem Niveau der Vorjahre. Es sind 212 Planstellen vorgesehen, 2015 waren es 211. Das Durchschnittsalter der Festangestellten liegt weiterhin, wie auch in den Vorjahren, bei ca. 50 Jahren.

Die Personalabteilung hat für 2016 die Begleitung einiger wichtiger Projekte und Entwicklungen im Fokus, wie z.B. Bremen NEXT, den Online-Relaunch oder die sich durch Änderungen in der Zusammenarbeit zwischen Radio Bremen und dem WDR ergebenden Auswirkungen auf das Funkhaus Europa.

Im Jahr 2016 werden bei Radio Bremen wieder Volontärinnen und Volontäre ihre Ausbildung beginnen. Neben den bewährten Redaktionsvolontariaten wird es erstmals ein Schwerpunktvolontariat im Bereich Social Media und eines im Bereich Musik geben. In der Abteilung Programmvermögen und Informationsservice (PI) gibt es ein weiteres Volontariat, in dem der Abschluss als staatlich anerkannte Wissenschaftliche Dokumentarin bzw. als staatlich anerkannter Wissenschaftlicher Dokumentar vergeben wird.

Die Personalgewinnung soll noch stärker als bisher Diversity-Aspekte berücksichtigen, also die Vielfalt im Unternehmen fördern und beleben. Zu den Dimensionen von Diversity werden klassisch Fragen der Herkunft, Religion, Behinderung, Geschlecht, Alter und sexuellen Orientierung gezählt. Zu einigen dieser Themen gibt es bei Radio Bremen schon Initiativen und Ansätze. Um das übergreifende Querschnittsthema Vielfalt zukünftig systematischer anzugehen, wurde eine Arbeitsgruppe um entsprechende Vorschläge gebeten, die dann im Direktorium beraten werden. Der Ansatz muss den Möglichkeiten von Radio Bremen entsprechen, zugleich aber auch der Bedeutung des Themas angesichts demografischer Veränderungen (bei Publikum und Personal) gerecht werden. Dabei wird sicher eine Rolle spielen, wie andere ARD-Anstalten mit dem Thema umgehen und welche Anregungen von Mitarbeitenden aufgenommen werden können. Vorstellbar sind z.B. Workshops und andere Veranstaltungen zum Thema Diversity oder Veränderungen in der Ausschreibungspraxis.

## Personalentwicklung

Nach der erfolgreichen Integration der Führungskräfteentwicklung in die Unternehmenskultur des Hauses in den vergangenen Jahren gilt es, 2016 weitere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit einzubeziehen. Ergänzend zu den personalführenden Vorgesetzten werden diejenigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingebunden, die zeitlich begrenzt fachlich führen. Dies sind beispielsweise Chefinnen und Chefs vom Dienst oder Redakteurinnen und Redakteure vom Dienst.

Das umfangreiche Angebot an Schulungen, Workshops und individueller Beratung für alle Führungskräfte bleibt bestehen. Wichtiger Bestandteil ist der einmal jährlich stattfindende Tagesworkshop »Führung«, an dem alle Führungskräfte bis hin zu den Teamleitungen gemeinsam mit den Mitgliedern des Direktoriums teilnehmen. Zusätzlich wird im Jahr 2016 die Führungskompetenz im Haus durch die Stärkung der Beratungskompetenz von Führungskräften erweitert. Entwickelt wird die Möglichkeit zur gegenseitigen methodisch strukturierten kollegialen Beratung. Dazu wird eine Gruppe von Führungskräften zu kollegialen Beraterinnen und Beratern weitergebildet. Ziel ist es, das Angebot externer Beratung verstärkt durch internes Erfahrungswissen zu ergänzen.

Personalentwicklungsinstrumente werden künftig auf Basis eines Kompetenzkatalogs für Führungskräfte konzipiert und implementiert. Mithilfe dieser Instrumente sollen zukünftige Führungskräfte identifiziert sowie vorhandene Führungskräfte systematisch und zielgerichtet qualifiziert werden.

Auch für die Personalentwicklung bilden die Projekte Online-Relaunch und Bremen NEXT einen Schwerpunkt. Dazu gibt es umfangreiche Schulungen, die sowohl gegenwärtige als auch zukünftige Mitarbeitende auf die neuen Arbeitsumgebungen und -abläufe vorbereiten und diese in ihrer täglichen Arbeit unterstützen.

Für Mitarbeitende im Bereich der Assistenzen und Sekretariate wird es ein bedarfsorientiertes Programm zur Förderung und Entwicklung

---

geben. Im Vordergrund stehen ergänzende Qualifizierungen sowie die Förderung des Austauschs untereinander.

Nachdem die Abteilung Personal, Honorare und Lizenzen den Leitfaden für die jährlichen Gespräche zwischen festangestellten Mitarbeitenden und ihren Führungskräften überarbeitet hat, soll auch für regelmäßige Gespräche mit freien Mitarbeitenden ein Leitfaden entwickelt werden. Dadurch wird regelmäßiges Feedback sichergestellt und die strukturiertere Steuerung der freien Mitarbeit weiterentwickelt. Potential, Entwicklungs- und Schulungsbedarf der Mitarbeitenden sollen möglichst frühzeitig erkannt und berücksichtigt werden.

### **Tarifverträge**

Nach relativ kurzen Verhandlungen konnte im Oktober 2015 mit den Gewerkschaften eine Einigung über einen neuen Gehaltstarifvertrag erzielt werden. Er sieht eine Erhöhung der Gehälter und Honorare auf dem Niveau anderer ARD-Anstalten vor und hat eine Laufzeit bis Ende September 2017. Grundsätzlich wird die seit 2014 laufende Überarbeitung jener Tarifwerke, die in die Jahre gekommen sind und teilweise nicht mehr den Anforderungen moderner Medienproduktion entsprechen, fortgesetzt. Im Fokus stehen die Honorarrahmen für die Vergütung von Leistungen freier Mitarbeitender. Neue technische Möglichkeiten und neue Arbeitsabläufe verändern teilweise medienübergreifend die Arbeit von Journalistinnen und Journalisten. Redaktionelle Inhalte werden für verschiedene Auspielwege und Plattformen produziert – hierfür gilt es, zeitgemäße Regelungen zu finden. Weitere Bestimmungen des Mantel- und des Gehaltstarifvertrags müssen aktualisiert und deshalb neu verhandelt werden. Hierzu tagen mittlerweile zwei ständige Tarifausschüsse – einer für die Tarifwerke für die Beschäftigung freier Mitarbeitender und einer für die Tariffragen im Zusammenhang mit Festangestellten.

### **Beruf, Familie und Gesundheit**

Nachdem die Arbeitsgruppe Beruf und Familie über mehrere Jahre Maßnahmen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie initiiert und begleitet hat, ist nun eine Neupositionierung erforderlich.

Radio Bremen verfolgt das Ziel, eine Dienstvereinbarung zur alternierenden und mobilen Telearbeit abzuschließen. Damit soll die Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbessert werden. Dadurch sind positive Effekte nach innen und nach außen zu erwarten: Steigerung der Zufriedenheit von Mitarbeitenden, eine höhere Identifikation mit der Unternehmensgruppe und die öffentliche Wahrnehmung als attraktiver und moderner Arbeitgeber an den Standorten Bremen und Bremerhaven. Da diese nicht als klassische Medienzentren gelten, werden Fachkräftemangel und demografische Entwicklungen hier besondere Maßnahmen erfordern.

Auch den Fragen des betrieblichen Gesundheitsmanagements kommt eine wachsende Bedeutung zu. Die AG Gesundheit soll reorganisiert werden, damit sie zielgenauer Bedarfe erkennen und Lösungen und Angebote entwickeln kann. Dadurch soll ein sinnvoller und leistbarer Mehrwert für Radio Bremen und die Mitarbeitenden entstehen.

Die Medientechnik im Funkhaus von Radio Bremen befindet sich im siebten Jahr ihres Dauerbetriebes seit der offiziellen technischen Abnahme des Funkhauses im Jahr 2009. Angesichts der sich ständig wandelnden Informationstechnologie werden zunehmend umfangreiche Erneuerungsprozesse erforderlich. Zugleich ist die vernetzte Produktion und Verbreitung von Fernseh-, Hörfunk- und Online-Inhalten weiter zu optimieren. Daraus ergeben sich die Planungen und Herausforderungen für die kommenden Jahre.

### **Projekt »Upgrade der vernetzten Fernseh-Produktionssysteme«**

Von Seiten der Redaktion und der Produktion im Fernsehbereich gibt es verschiedene Anforderungen, die mit den seinerzeit geschaffenen technischen Einrichtungen der vernetzten Systeme nicht mehr erfüllt werden können. Aus diesem Grund wurde das Projekt »Upgrade der vernetzten Fernseh-Produktionssysteme« ins Leben gerufen. Es soll die im Hintergrund laufenden technischen Prozesse auf den neuesten Stand zu bringen. Im Einzelnen sollen folgende Verbesserungen erreicht werden:

- Vernetzte Produktion in HD ermöglichen,
- Materialworkflow und Beitragsproduktion beschleunigen,
- Programmaustausch verbessern,
- Betriebssicherheit des Gesamtsystems gewährleisten.

Die Umsetzung befindet sich auf der Zielgeraden, die Inbetriebnahme ist für Anfang 2016 geplant.

### **Einführung von High Definition (HD) und Modernisierung der Fernsehproduktion**

Aufgrund der Absprachen in der ARD hat Radio Bremen bereits Technik installiert, um Fernsehbeiträge im HD-Standard übermitteln zu können. Ergänzend dazu ist es aber erforderlich, die eigentliche Fernsehproduktion grundsätzlich den neuen Herausforderungen anzupassen, also die eigene Produktion auf diese Qualität umzustellen. Damit knüpft Radio Bremen an das oben genannte Projekt »Upgrade der vernetzten Produktionssysteme« an.

Dem neuen Projekt »Erneuerung TV-Komplex« hatte die Koordination Technik eine Evaluierungsphase vorgeschaltet. Darin wurde geklärt, welche Arbeitsabläufe und Komponenten für die Fernsehproduktion künftig unverzichtbar sein werden. Wesentliche Aspekte sind der Ausbau von Regie- und Studioteknik für den HD-Standard und die Automation in der Fernsehregie. Im Verbund mit robotergesteuerten Kameras sollen so Kosten eingespart und Personal sinnvoller eingesetzt werden.

Das Projekt wurde im Oktober 2015 gestartet und wird nicht vor Ende 2017 abgeschlossen sein.

### **Optimierung des Redaktionssystems**

Radio Bremen entwickelt kontinuierlich das crossmediale Arbeiten weiter. Dafür hat der Sender bereits Erweiterungen und Verbesserungen des Redaktionssystems »d'accord« umgesetzt, die den Arbeitsalltag der Journalistinnen und Journalisten innerhalb des gegebenen Rahmens erleichtern. Mittelfristig wird sich Radio Bremen mit der Erneuerung des Redaktionssystems beschäftigen. Für den Fernsehbereich wird aufgrund wachsender Nutzungsanforderungen eine Ergänzung oder Unterstützung durch ein Redaktionsablaufsystem notwendig werden – eine Konsequenz aus den im Projekt »Modernisierung Fernsehproduktion« vorgesehenen Entwicklungen. Die dafür notwendigen Anforderungen hat die Koordination Technik in Zusammenarbeit mit den Redaktionen und der Bremedia evaluiert. Diese Evaluationsergebnisse werden innerhalb der Ausschreibung für das Projekt »Erneuerung TV-Komplex« berücksichtigt.

## Technische Entwicklung von Bremen NEXT

Radio Bremen möchte in neuen Räumen mit neuer Technikausstattung das junge moderne Angebot Bremen NEXT ermöglichen. Die grundlegenden technischen Fragen sind geklärt und mit der Realisierung wurde begonnen. Vorgesehen sind ein offener Redaktionsbereich, ein Sendestudio und ein Schnittraum mit Bearbeitungsmöglichkeiten; daneben ist ein separater Bereich geplant, in dem Konzerte und anderen Veranstaltungen stattfinden und gegebenenfalls übertragen werden können. Die eingesetzte Technik orientiert sich weniger an der traditionellen Hörfunktechnik anderer öffentlich-rechtlicher Landesrundfunkanstalten als an neuen Produktions- und Präsentationsideen.

Bis Sommer 2016 sollen die Maßnahmen am Bau und im Bereich Gebäudetechnik sowie die technischen Installationen für die Programmerstellung abgeschlossen sein, damit Bremen NEXT produziert und verbreitet werden kann.

## Netzwerk

Auch das vorhandene Daten-Netzwerk mit seinen aktiven Komponenten ist bereits seit dem Umzug in Betrieb und entspricht daher nicht mehr dem aktuellen Stand. Aus diesem Grund wurde begonnen, es zu erneuern. Das sehr komplexe Projekt betrifft die komplette aktive Infrastruktur der Informationstechnik bei Radio Bremen und schließt sich direkt an das Projekt »Upgrade der vernetzten Fernseh-Produktionssysteme« an. Es soll im Frühjahr 2016 abgeschlossen sein.

## Langzeitarchiv

Auch der technische Zugriff auf die Archivbestände wurde – im Sinne der eingangs geschilderten Thematik einer umfassenden Erneuerung technischer Einrichtungen – hinterfragt. Im Rahmen einer Evaluierung hat eine Projektgruppe aus den Bereichen Archiv und Technik gründlich geprüft, ob es sinnvoll ist, die Technik am Standort Bremen zu erneuern, oder ob eher eine Verlagerung der

Prozesse zum Informations-Verarbeitungszentrum (IVZ), einer Gemeinschaftseinrichtung mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten, sinnvoll ist. Radio Bremen hat sich am Ende aus Sicherheits- und aus Kostengründen zugunsten der IVZ-Variante entschieden und 2015 mit einem entsprechenden Projekt begonnen. Es ist inzwischen schon sehr weit umgesetzt, am Ende wird der Zugriff auf das Archivmaterial über zwei »gespiegelte« Standorte in Berlin und Leipzig möglich sein.

## Terrestrische Fernseh-Verbreitung (DVB-T2)

Bei der Verbreitung von Fernsehprogrammen über Antenne (DVB-T) steht deutschlandweit in den nächsten Jahren ein großer technischer Wandel bevor: Die Programme von ARD, ZDF und anderen Anbietern sollen über den neuen Standard DVB-T2 verbreitet werden, um Qualität und Vielfalt zu steigern und Ressourcen zu sparen. Dabei soll deutschlandweit die gesamte Verbreitung innerhalb kürzester Zeit umgestellt werden. Dafür sind unter anderem auf europäischer Ebene umfangreiche Abstimmungen im Bereich der Frequenzkoordinierung notwendig. Auch die Sendertechnik muss neu beschafft und installiert werden. Die Umstellungen sollen ab Anfang 2017 erfolgen. Auch Radio Bremen ist in Bremen und Bremerhaven davon betroffen und plant entsprechende Projekte.

## Digitalradio

Radio Bremen betreibt Digitalradio seit Anfang 2012. In Abstimmung mit der ARD und der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) wird derzeit evaluiert, inwieweit Projektmittel für weitere Investitionen zur Verfügung stehen. Im Land Bremen würde ein Ausbau die Versorgung von Bremerhaven ermöglichen; im Stadtgebiet von Bremen würde eine stärkere Sendeleistung nicht nur die Reichweite erhöhen, sondern auch dafür sorgen, dass digitale Programme auch in geschlossenen Räumen besser zu empfangen sind. Sofern die Finanzierung sichergestellt ist, sehen die Ausbaupläne die Versorgung von Bremerhaven mit Digitalradio noch im Jahr 2016 vor.

---

## **UKW**

Die im Zuge des Digitalradio-Projektes aufgekommene Frage nach einem möglichen Abschalttermin der Ultrakurzwelle (UKW) ist noch völlig offen, so dass mit einem Weiterbetrieb in der nächsten Dekade, mindestens bis 2025, zu rechnen ist. Für die in die Jahre gekommenen UKW-Sendeanlagen in Bremen-Walle war daher eine gezielte Teilsanierung geboten und wirtschaftlich sinnvoll. Das Projekt wurde 2015 erfolgreich durchgeführt.

## **Strategiegruppe**

Im Jahr 2014 hat eine Technik-Strategie-Gruppe von Radio Bremen und der Bremedia Produktion GmbH die Arbeit aufgenommen. Hier werden mittelfristige Trends und Marktentwicklungen diskutiert. Im Zentrum steht die Frage, welche technischen Möglichkeiten bei Radio Bremen potentiell anzuwenden und zu berücksichtigen sind, insbesondere in Bezug auf die zukünftige Verbreitung unserer Programme und Inhalte.



## Kommunikation

---

Eine der Voraussetzungen für die Bindung der Menschen an Radio Bremen ist eine sich an den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppe orientierte Kommunikation. Das gilt für die Kommunikation nach außen, aber auch innerhalb des Unternehmens.

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

Dem häufig formulierten Wunsch nach mehr Transparenz im öffentlich-rechtlichen Rundfunk kommt Radio Bremen in Abstimmung mit anderen ARD-Anstalten durch umfangreiche Veröffentlichung auf den Unternehmensseiten auf [www.radiobremen.de](http://www.radiobremen.de) nach.

Wesentliche Aufgaben der Kommunikationsbereiche für 2016:

- Die ausführliche Information des Publikums über die vielfältigen Programmangebote von Radio Bremen. Im Mittelpunkt der Kommunikation stehen 2016 die beiden Bremer »Tatorte«: Zu Pfingsten wird »Der hundertste Affe« ausgestrahlt, der zweite Bremer »Tatort« wird im Herbst im Rahmen der ARD-Themenwoche platziert. Die Themenwoche, bei der Radio Bremen zusammen mit dem Hessischen Rundfunk und dem Saarländischen Rundfunk die Federführung innehat, wird insgesamt einen Kommunikationsschwerpunkt bilden. Auch über die neue Staffel des Doku-Formats »Unter deutschen Dächern« wird das Publikum zu informieren sein. Eine umfangreiche kommunikative Begleitung erfordern 2016

insbesondere der weitere Ausbau des crossmedialen Angebots für junge Menschen, Bremen NEXT, sowie der geplante Relaunch des neuen regionalen Infoportals »butenunbinnen.de«.

- In der internen Kommunikation geht es vor allem um die Information der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Radio Bremen, in den Tochterunternehmen und in der ARD. Dabei ist das Intranet weiterhin ein zentrales Informationsmittel. Eine wichtige Rolle spielen außerdem regelmäßig eingesetzte Veranstaltungsformate wie das Funkhausgespräch, Quartalsgespräche mit Führungskräften, thematische und Intendanten-Frühstücke sowie regelmäßige Redaktionsbesuche des Intendanten. Es ist das Ziel der Leitung von Radio Bremen, den Dialog im Unternehmen zu fördern. Dem dienen neben den genannten Informationsveranstaltungen auch die Kommentarfunktion im Intranet und Kommunikationsmöglichkeiten über soziale Medien, z.B. Facebook. Ein inhaltlicher Schwerpunkt wird 2016 vor allem der Medienwandel und die daraus resultierenden Folgen für Radio Bremen sein.

## Radio Bremen Media GmbH

---

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

- Werbung
- Technik
- und Gebäudemanagement

Sie hat die Aufgabe, durch effektive Vermarktung und kostengünstige Dienstleistungen für Radio Bremen diese Dienste zu bieten und gleichzeitig das Finanzergebnis der Muttergesellschaft zu verbessern.

### Geschäftsbereich Werbung

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

Der Werbemarkt Gesamt ist im Zeitraum Januar bis August 2015 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 2,4 Prozent gestiegen (Bruttoumsätze nach Nielsen Media Research).

Der Fernseh-Werbemarkt weist im Zeitraum Januar bis August 2015 ein Plus von 4,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf. Die Vermarktung des Ersten entwickelt sich im Vorjahresvergleich rückläufig (minus 10 Prozent inkl. Sponsoring). Dies liegt daran, dass es 2015 keine Sport-Großereignisse wie in 2014 (Fußball-Weltmeisterschaft, Olympische Winterspiele) gibt. Sogenannte »Sportjahre« führen in der ARD regelmäßig zu höheren Umsätzen. Die Radio Bremen Media ist mit einem Erlös- und Kostenanteil von 0,75 Prozent an den nationalen Umsätzen beteiligt. Eine regionale Vermarktung findet gegenwärtig nicht statt.

Der Radio-Werbemarkt verzeichnet im Zeitraum Januar bis August 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Plus von 0,6 Prozent. Der

Umsatz von ARD/AS&S Radio bleibt im Vergleich zum Vorjahr konstant. Wesentlicher Faktor für die Umsatzentwicklung der Radio Bremen Media sind die Reichweitenentwicklungen der werbetragenden Programme Bremen Eins und Bremen Vier. Die für Preisbildung und Umsatzentwicklung in 2015 entscheidende Media Analyse (MA) Radio II/2014 wies für beide Programme keine nennenswerten Verbesserungen aus, so dass für 2015 insgesamt mit Hörfunkumsätzen auf Vorjahresniveau gerechnet wird. Der Jahresverlauf zeigt im Bereich der nationalen Buchungen für Bremen Vier eine negative Entwicklung, da sich die Reichweiten von Bremen Vier und Energy Bremen annähern und der Privatsender dadurch zu einer Buchungsalternative geworden ist. Die aktuelle MA Radio II/2015 zeigt für Bremen Eins und Bremen Vier wiederum eine positive Entwicklung. Die Radio Bremen Media erwartet darum, die Hörfunkumsätze im Jahr 2016 steigern zu können.

Die ndr sales & services GmbH als gemeinsame Tochter der NDR Media und der Radio Bremen Media konnte auch für das Jahr 2014 mit einem positiven Ergebnis abschließen. Die ndr sales wurde gegründet, um die Kosten der Vermarktung zu reduzieren und den Umsatz zu steigern. Beide Effekte sind in den vergangenen Jahren eingetreten. Trotz rückläufiger Reichweiten konnte die ndr sales im regionalen Markt das Umsatzniveau des Vorjahres halten.

### Marketing

Die Steuerung und Durchführung des Programmmarketings, der Eventplanung und der Leitung marktrelevanter Projekte für Radio Bremen ist seit 2011 bei der Radio Bremen Media gebündelt. Im Jahr 2015 wurde das von der Radio Bremen Media neu entwickelte Markendesign für Radio Bremen bei allen Aktionen und Kampagnen angewendet. Wesentliche Maßnahmen waren die Präsentationen bei Großevents wie Sail und Breminale, bei denen mehrere Marken gleichzeitig vertreten waren. Für 2016 wird ein neuer Internetauftritt das Markenbild von »buten un

---

innen« in die Online-Welt übertragen. Auch die Onlineauftritte der Programme Bremen Eins und Bremen Vier werden entsprechend angepasst.

Neue Aufgaben verlangen im kommenden Jahr eine veränderte Struktur und Finanzierung der Marketingaktivitäten:

- Radio Bremen NEXT wird als neues Projekt kommunikativ begleitet werden.
- Die Steuerung von Kommunikationsmaßnahmen aller Programme (Crossteasing) z.B. für »buten un binnen«, für das Nordwestradio oder auch für Großevents wird über die Radio Bremen Media erfolgen.

### **Geschäftsbereich Gebäudemanagement**

Der Geschäftsbereich Gebäudemanagement umfasst unter anderem die Aufgaben Post, Lager, Einkauf, Hausverwaltung, Hausmeisterei und Versorgungstechnik. Die Radio Bremen Media ist hier sowohl für Radio Bremen als auch für alle anderen Mieter des Medienzentrums Dienstleister.

### **Geschäftsbereich Technik**

Aufgabe des Geschäftsbereiches Technik ist es, rundfunkspezifische Technik sowie Daten- und Kommunikationstechnik zu beschaffen und zu vermieten. Die Entwicklung in diesem Geschäftsbereich wird ausschließlich durch die Anforderungen von Radio Bremen und der Bremedia Produktion GmbH vorgegeben.

**Radio Bremen**

Diepenau 10  
28195 Bremen

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

Gestaltung:  
cmgrafix communication media

November 2015

# Impressum