

Entwicklungsbericht 2018

Inhalt

- 2 **Einleitung**
- 4 **Zentrale und crossmediale Aktivitäten**
- 9 **Programmmarken**
- 12 **Fernsehen für Das Erste und das Dritte Programm**
- 14 **Finanzen**
- 16 **Personal**
- 19 **Technik**
- 21 **Unternehmenskommunikation**
- 22 **Radio Bremen Media GmbH**

2018 – Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

„Das Bekenntnis zu einem starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk und seinem umfassenden Auftrag für unsere Gesellschaft“ – so wertete die ARD-Vorsitzende Karola Wille den Stand der Beratungen der Länder im Herbst 2017. Wie stark die ARD und wie stark vor allem auch Radio Bremen tatsächlich sein kann und sein darf – das wird sich 2018 am Ende der Diskussion um unseren zukünftigen Auftrag zeigen. Für die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verspricht 2018 ein bedeutendes Jahr zu werden.

Die von den Ländern angestoßene medienpolitische Diskussion über Auftrag und Struktur von ARD, ZDF und Deutschlandradio wirft schon jetzt ihren Schatten voraus. Die Haltung der ARD zu dieser Reformdiskussion ist klar: Der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Herstellung von Meinungsvielfalt, kultureller Identität und gesellschaftlicher Integration ist wichtiger denn je – gerade und insbesondere auch in digitalen Kommunikationsräumen. Im Netz kann sich jeder, jederzeit und zu allem informieren – oder aber auch manipulieren lassen. Umso wichtiger ist es, dass die Redaktionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch in Zukunft die Möglichkeit haben, frei und unabhängig arbeiten und umfassend publizieren zu können.

Die ARD hat in der Diskussion mit den Ländern dabei auch deutlich gemacht, dass sie damit begonnen hat, ihre Strukturen in Verwaltung, Technik, Produktion und Programmerstellung senderübergreifend und grundlegend zu reformieren.

Ein Prozess, den Radio Bremen schon vor Jahren in Angriff genommen hat: Unter großem finanziellen Druck hat das kleinste Haus der ARD Flexibilität und Kreativität bewiesen, darüber hinaus strenge Haushalts-Disziplin und eine strategische Fokussierung auf die wichtigsten Programmmarken. In den Jahren eines rigiden Sparprozesses wie heute unter etwas entspannteren Verhältnissen – immer ging es darum, Prioritäten zu setzen. Angesichts

weiterhin knapper Etats bei Radio Bremen gilt seit Jahren die Devise, dass Neues nur dann geschaffen werden kann, wenn etwas Anderes dafür gelassen wird.

Kreativität und starke Radio Bremen-Marken

Dass die Notwendigkeit, das eigene Angebot zu fokussieren, gleichzeitig eine erfolgreiche Strategie ist, zeigt sich am wachsenden Erfolg der Radio Bremen-Programme im Bundesland:

Seit Jahren behaupten wir uns unangefochten als Marktführer im Land. Einer aktuellen Media-Analyse zufolge liegt im Radio der Marktanteil von Radio Bremen in der Gesamtheit bei 57 Prozent. Und auch „buten un binnen“ im Fernsehen entwickelt sich überaus positiv. Im Monat Juli kletterte der Marktanteil der Hauptausgabe um 19.30 Uhr mehrfach über 30 Prozent.

Und es zeigte sich 2017 an zahlreichen Preisen: Grimme-Preis, Deutscher Fernsehpreis, Webvideopreis, Preis für crossmediale Programminnovation, Robert-Geisendörfer-Preis, Ernst-Schneider-Preis – um nur einige Auszeichnungen zu nennen, mit denen Produktionen von Radio Bremen in diesem Jahr gewürdigt wurden.

Im Mittelpunkt der Strategie von Radio Bremen stehen starke Marken mit einem eindeutigen, am Publikum ausgerichteten Profil.

Zur Stärkung der Marke „buten un binnen“ wurde beispielsweise mit „butenunbinnen.de“ eine neue Plattform im Netz geschaffen, auf der seit Sommer 2017 alle regionalen Informationen gebündelt werden. Dafür muss das bisherige Portal „radiobremen.de“ inhaltlich entsprechend abgespeckt werden.

Die weit reichenden Frequenzen des WDR-Programms COSMO im Land Bremen, dem Radio Bremen Programmteile zuliefert, wurden mit den schwächeren Frequenzen von Bremen NEXT, einem originären Radio Bremen-Angebot, getauscht.

Der richtige Schritt, wie eine erste Befragung in der jungen Zielgruppe zeigt: Für die Mehrheit der jungen Bremerinnen und Bremer ist Bremen NEXT genau das, was bisher im Land Bremen gefehlt hat. Bremen NEXT bietet der jungen Generation ihre Inhalte unabhängig von Mediengrenzen und Plattformen an und entwickelt sie im engen Austausch mit der Zielgruppe. 69 Prozent der befragten 15- bis 25-Jährigen gaben an, dass Bremen NEXT einzigartig sei. Dem Ziel, junge Menschen anzusprechen, ist Radio Bremen mit Bremen NEXT in kurzer Zeit ein gutes Stück näher gekommen.

Unter diesen Vorzeichen geht Radio Bremen zuversichtlich und selbstbewusst in das Jahr 2018. Ziel ist es, auch über die Landesgrenzen von Bremen und Bremerhaven hinaus sichtbar zu bleiben. Die Voraussetzungen dafür stehen gut: Nachdem die erste Staffel der Mystery-Webserie „Wishlist“ auch einen Sendeplatz in der ARD bekommen hat, geht eine zweite Staffel für funk, das junge Angebot von ARD und ZDF an den Start. Darüber hinaus setzt Radio Bremen im Fernsehen Akzente mit einem neuen, jungen Reportageformat für Das Erste und im Radio mit einer modernen Hörspielproduktion zum Start von „Babylon Berlin“.

Zentrale und crossmediale Aktivitäten

Chefredaktion

Im Zentrum der Arbeit von Radio Bremen steht die aktuelle Berichterstattung aus dem Land Bremen. Um die regionale Stärke weiter auszubauen, hat Radio Bremen ein Großprojekt in Angriff genommen: Die Umgestaltung der Chefredaktion zu einer Schaltstelle für aktuelle regionale Information auf allen Plattformen. Zur Chefredaktion gehören gegenwärtig der Hörfunk-Desk, die Nachrichtenredaktion, die Recherchedaktion, die Redaktion ARD-aktuell, das Studio in Bremerhaven, die Sportredaktion und die Onlineabteilung mit „butenunbinnen.de“.

In der Chefredaktion soll die Regionalberichterstattung in Zukunft zentral gebündelt und koordiniert werden. Neben „buten un binnen Online“ und den Social Media-Kanälen wird auch „buten un binnen Fernsehen“ unter das Dach der Chefredaktion ziehen. Eng vernetzt und über Mediengrenzen hinweg können Themen auf diese Weise frühzeitig ausgetauscht und für alle Plattformen geplant und verbreitet werden. „Buten un binnen“ wird die regionale Informationsmarke Radios Bremens auf allen Ausspielwegen.

Radio Bremen-Desk

Der Hörfunk-Desk koordiniert die regionale Berichterstattung für die Hörfunkwellen. Er strebt eine stärkere verlässliche Planung der großen Themen an. Dabei gilt es, die Planbarkeit zu erhöhen, ohne die Aktualität zu verlieren. Im Ergebnis werden bessere Workflows mit den Hörfunkwellen angestrebt. Ziel ist es, mehr Storys für die Programmflächen der Wellen umzusetzen. Gute Geschichten – das heißt auch: Weg von der reinen Termin-Berichterstattung. Pressekonferenzen mögen Anlass geben, zu berichten. Der Desk jedoch liefert die Hintergründe, Expertenwissen und regional zugeschnittene Perspektiven. Was zählt, ist der Gesprächswert, ein verlässlicher Service und die Nähe zu den Zuhörerinnen und Zuhörern – je nach Wellenformat angepasst auf die jeweilige Zielgruppe.

Nachrichten

In dieser Redaktion sind derzeit drei Ziele handlungsleitend:

- die Neuausrichtung von Bremen Zwei auch auf die Nachrichten zu übertragen,
- die regionale Marke „buten un binnen“ in den Nachrichten zu stärken,
- die Nachrichten für Bremen Eins neu zu entwickeln.

Grundsätzlich sollen sich die Nachrichten lebendig und authentisch anhören. Die präsentierenden Nachrichtenredakteurinnen und -redakteure sollen als Persönlichkeit erkennbar sein und nicht nur als „Vorleser“ und „Vorleserinnen“ agieren.

Online

Die Redaktion von „butenunbinnen.de“ hat im Sommer 2017 das Regionalportal in einem modernen und userfreundlichen Design neu gestaltet, das den Auftritt auf allen gängigen Endgeräten optimal ausspielt. In diesem Design werden 2018 nach und nach zunächst auch die Internetseiten der Hörfunkwellen und schließlich die Unternehmensseite „radiobremen.de“ neu gestaltet.

Das neue Regionalportal „butenunbinnen.de“ wird 2018 technisch und inhaltlich ausgebaut. Auf technischer Seite ist die Kommentarfunktion erwähnenswert, auf inhaltlicher Seite die zusätzlichen journalistischen Formate wie eine Meinungsrubrik oder die Hintergrundberichterstattung. Parallel arbeiten wir daran, regionale Inhalte plattformgerecht für alle Social Media-Kanäle zu konfektionieren. Die Interaktion und Kommunikation mit den Userinnen und Usern wird – insbesondere durch ein verbessertes Community-Management auf den Social Media-Kanälen – gestärkt.

Die Neugestaltung der Hörfunk-Wellenauftritte ist in der zweiten Phase des Online-Relaunches vorgesehen. Zum einen werden die neuen Wellenseiten responsiv gestaltet, also für Smartphones und Tablets optimiert sein. Zum anderen werden die jeweiligen Onlineredakteurinnen und -redakteure der Wellen in einem Pool zusammengefasst, der zentral für die auf Programmbegleitung fokussierten Inhalte zuständig ist. Ab Frühjahr 2018 wird dieses Team zusammen auf einer Fläche sitzen. Dadurch werden Synergien bei der gegenseitigen Vertretung und der Zusammenarbeit bei größeren Programmprojekten erzielt.

Zukünftig werden crossmedial erzeugte Inhalte durch eine immer engere Zusammenarbeit von Planerinnen und Planern sowie Reporterinnen und Reportern aller Mediengattungen an Bedeutung zunehmen.

Recherche

Die Recherchedredaktion wird auch im kommenden Jahr komplexe regionale Geschichten aufgreifen und crossmedial verbreiten. Dies ist ihr Hauptfokus. Zudem soll die Zusammenarbeit mit anderen Redaktionen weiter ausgebaut werden. Dies gilt beispielsweise für das Journalisten-Netzwerk Y-Kollektiv oder auch andere Redaktionen innerhalb der ARD.

Für die erfolgreiche Reihe „As Time Goes By“ wird es eine Online-Offensive geben. In Kooperation mit der Seite „Bremen History“ sollen die regionalen Themen der Reihe für „butenunbinnen.de“ aufgearbeitet werden. Die Zugriffszahlen und hauseigene Studien belegen, dass das Interesse der Bremerinnen und Bremer an regionalgeschichtlichen Themen groß ist.

Mittlerweile hat die Recherchedredaktion eine ganze Reihe bemerkenswerter Geschichten publizistisch in die Welt gesetzt. Hervorzuheben ist an dieser Stelle die Recherchekooperation mit dem Y-Kollektiv und dem NDR-Magazin „Panorama“, die u. a. in dem Filmbeitrag „Ermittlungen bei Bundeswehr-Eliteeinheit: Hitlergrüße und Rechtsrock“ gemündet ist. Das Echo im politischen und medialen Bereich

war immens. Generell ist zu beobachten, dass sich die Zusammenarbeit mit dem jungen Reportage-Format Y-Kollektiv außerordentlich bewährt hat. Das Format genießt nach nur einem Jahr bereits hohe Anerkennung und hat in der Kategorie „Newcomer“ den Webvideopreis 2017 sowie den Juliane-Bartel-Preis in der Kategorie „Onlinevideo“ gewonnen. Das Zusammenspiel von einem erfahrenen Kollegen aus dem Haus mit den jungen Wilden aus der Produktionsfirma ist für beide Seiten ein Gewinn. Das Y-Kollektiv ist zum echten Vorzeigeprojekt für Radio Bremen herangereift.

Entscheidend für den Output an exklusiven regionalen Geschichten der Recherchedredaktion ist die bereichsübergreifende Vernetzung. Alle Themen sollen formatgerecht auf allen Ausspielwegen landen. Das erfordert ein hohes Maß an Kenntnissen über die spezifischen Bedürfnisse der Redaktionen und ein ebenso hohes Maß an Kommunikation.

Im Sinne des ARD-Strukturprozesses setzt die Recherchedredaktion auf Kooperationen im Senderverbund. Immer, wenn Themen die Grenzen des Sendegebiets sprengen, werden Kooperationspartner gesucht. Außerordentlich gute Erfahrungen sind regelmäßig mit dem NDR-Reporterpool und den ARD-Terrorismusexperten, zuletzt auch mit der Redaktion von Panorama, erzielt worden.

Digitale Garage

Aktuell verantwortet die Digitale Garage vier Formate: „Was mit Fabian“, die Dokumentationen des Y-Kollektivs, „Wumms“ und „Wishlist“. Junge, crossmediale Formate zu entwickeln, zu unterstützen oder auch zu produzieren, ist auch weiterhin die Aufgabe der Digitalen Garage.

Mit folgenden Zielsetzungen ist sie die Zulieferredaktion für funk:

- Jenseits der linearen Programmangebote junge Menschen mit journalistischen und unterhaltenden Inhalten zu erreichen,

- junge und kreative Menschen für Radio Bremen zu entdecken, in Projekte einzubinden und untereinander zu vernetzen,
- Synergie-Effekte innerhalb der Redaktion und zwischen den Formaten auszubauen,
- einen Pool an befähigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu pflegen, der bei Bedarf schnell für die Entwicklung und Realisation von Formaten aktiviert werden kann und
- Arbeitsprozesse zu modernisieren und neue Wege auszuprobieren.

Die Digitale Garage kooperiert mit der Hochschule Bremen und der Universität Bremen, um laufend jungen Medienstudierenden die Mitarbeit in der Redaktion zu ermöglichen. Junge Medienstudentinnen und -studenten, erfahrene junge Redakteurinnen und Redakteure, Journalistinnen und Journalisten sowie Kreative vor und hinter der Kamera sind in ein Team zu integrieren. Laufende Kontrollen und Überprüfungen der Reichweitenziele (Klicks, Likes, Views, Fans und Abonnenten) sichern die Qualität der Arbeit. Im Ergebnis sind bereits jetzt „Wishlist“, „Wumms“ und das Y-Kollektiv in funk für 2018 mandatiert.

Diverse Preise wie beispielsweise der Förderpreis des Deutschen Fernsehpreises, der Grimme-Preis, Juliane-Bartel-Preis und Webvideopreis dokumentieren das hohe Niveau der Ergebnisse. Die Digitale Garage arbeitet mit renommierten und talentierten Webvideo-Creatoren zusammen. In sehr kurzer Zeit sind sowohl stabile Strukturen für neue Formate aufgebaut, als auch die Menschen versammelt worden, die solche Erfolgsbringer zum Leben erwecken können. Schon mehrfach ist es gelungen, in sehr kurzer Zeit von einem Projekt zu einem anderen umzuschwenken.

Als Station für Volontäre und Trainees vermittelt die Digitale Garage angehenden Kolleginnen und Kollegen eine Wissensbasis für moderne Produktions- und Formatideen.

Sport

Die Sportredaktion wird 2018 das bestehende Programm konsolidieren und weiterentwickeln. Unter anderem soll der „buten un binnen | Sportblitz“ noch kurzweiliger und frecher gestaltet werden. Nach der erfolgreichen Serie „Einfach Erstklassig“, von der es 17 Ausgaben in 2017 gab, ist für 2018 eine neue Serie in Arbeit. Darüber hinaus wird die Dauer-Serie „Mein erstes Mal“ nach bislang 60 (!) Folgen fortgeführt.

2018 wird mit den Olympischen Winterspielen und den Paralympics in Südkorea, der Tour de France und der Fußball-Weltmeisterschaft in Russland wieder ein Sportjahr für die ARD. Dies ist für einige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus der Sportredaktion die Chance, für die ARD- Teams nominiert zu werden und international zum Einsatz zu kommen.

Im Hörfunk wird angestrebt, der Fußball-Bundesliga-Sendung auf Bremen Eins einen noch stärkeren Wiedererkennungswert zu geben und mit „Werder live im Radio“ auch im kommenden Jahr unangefochten das tonangebende Programm zu bleiben. Die positive Publikumsentwicklung spricht dafür, den eingeschlagenen Weg weiter voranzuschreiten. Die Fachkompetenz und die Live-Befähigung der Kolleginnen und Kollegen in Studiogesprächen bleiben ein besonderes Merkmal.

Weiterhin soll die Zusammenarbeit mit der Onlineredaktion vorangetrieben werden. Die Fernsehhalte sollen beispielsweise deutlich schneller ins Netz gebracht werden. Den Herausforderungen durch Apps der Konkurrenz wie „Mein Werder“ oder „Deichstube“ begegnet die Redaktion kreativ. Die Stärke bleiben die starken Geschichten und Portraits. Mit meinungsstarken Kommentaren wird die Redaktion „butenunbinnen.de“ zu noch mehr Profil verhelfen. In Zeiten der rasanten Nachrichtenverbreitung verlangen die Nutzerinnen und Nutzer nicht nur Schnelligkeit, sondern auch Orientierung und Einordnung.

Sobald Radio Bremen über eine eigene mobile Produktionseinheit verfügt, sollen sportliche Events als Livestream im Internet angeboten werden. Die Bremer Sixdays im Januar werden zum Anlass genommen, die Volontärinnen und Volontäre trimedial über das Event in der Stadthalle berichten zu lassen. Der sogenannte „Tag der Amateure“, bei dem am Pfingstmontag die Endspiele der Landespokalwettbewerbe ausgespielt werden, wird Radio Bremen wieder in die „Sportschau“ des Ersten bringen. Zum dritten Mal wird dieses Livesport-Event im Ersten ausgestrahlt.

Studio Bremerhaven

Im Studio Bremerhaven werden Themen crossmedial gemeinsam recherchiert und anschließend für die einzelnen Auspielwege individuell aufbereitet. Diese teamorientierte Arbeitsweise bringt hochwertigere Ergebnisse. Mit dem Ziel, Bremerhaven so stark wie möglich im Programm von Radio Bremen aufscheinen zu lassen, widmet sich das Studio folgenden Arbeitsfeldern 2018 mit besonderer Aufmerksamkeit:

- Die Bremerhavener Themen werden insbesondere für den Onlineauftritt besser aufbereitet und platziert.
- Die Reporterinnen und Reporter werden für anspruchsvolle Recherchen eingesetzt.
- Die Studioeinrichtung wird an die crossmedialen Workflows angepasst.
- Das Team im Studio wird crossmedial noch stärker aufgestellt.

Vor diesem Hintergrund ist seit September 2017 im Studio Bremerhaven ein Redakteur mit Onlineschwerpunkt angestellt worden.

P.I. | Programmvermögen und Informationsservice

Die Kooperation mit den Redaktionen und Programmen wird kontinuierlich ausgebaut. Beispielsweise nehmen die P.I.-Kolleginnen und -Kollegen inzwischen regelmäßig an Redaktionskonferenzen teil. Im direkten Austausch mit den Programmacherinnen und -machern können sie dort aus ihrer Expertise heraus weiterführende Informationen zu aktuellen Themen einbringen.

Außerdem fokussiert sich P.I. stärker auf die Sicherung und Archivierung von Inhalten, die auf den Internetseiten von Radio Bremen erscheinen. Dazu wird derzeit ein entsprechendes Konzept entwickelt.

Die Metadaten-Koordinierungsstelle in P.I. erarbeitet das Konzept für die Optimierung der Metadatenflüsse von Fernsehen, Hörfunk und Online. Vollständige Metadaten sind eine Voraussetzung für die nichtlineare Nutzung von Programmangeboten. Dies wird auch 2018 neben der Langzeitarchivierung und -digitalisierung ein wichtiges Thema bleiben.

Radio Bremen wird als „Pilotanstalt“ Audiominig in der Hörfunkdatenbank einsetzen. Damit nimmt Radio Bremen eine zentrale Rolle bei der Integration automatischer Spracherkennung und strukturierter Aufbereitung ins medienübergreifende ARD-Mediendaten-System ein. Außerdem ist P.I. intensiv an der Umsetzung der ARD-Strukturreformprozesse im Bereich Informationsservice Print und Musik sowie gemeinsamer Informationssysteme beteiligt.

Programmtechnologien und -innovationen (PTI)

Auch im Bereich der Programmtechnologien und -innovationen tut sich einiges. So kann die Onlineredaktion jetzt direkt von der Arbeit der Fernseh-EB-Teams profitieren. Die meisten EB-Teams sind seit diesem Jahr mit „Funkkameras“ ausgerüstet: Diese Kameras können aufgenommene Videos in hoher Qualität per WLAN und Mobilfunk ins Funkhaus überspielen. Dadurch ist die Onlineredaktion jetzt viel schneller mit aktuellem Bildmaterial versorgt.

PTI ist an einer Task Force von Landesrundfunkanstalten und Gemeinschaftseinrichtungen der ARD beteiligt, die Konzepte für das künftige digitale Produktportfolio der ARD entwickelt. Dabei geht es sowohl um strategische Fragen als auch um konkrete Produktideen.

Seit diesem Jahr sind „buten un binnen um 6“, „buten un binnen | Sportblitz“ und „buten un binnen | Wetter“ mit Untertiteln in der Mediathek von Smart-TV-Geräten abrufbar. Das neue Feature wurde gemeinsam mit den Bereichen Programmplanung und ARD.de umgesetzt. An weiteren neuen Features (Smartphone-Steuerung, Integration in ein einfaches Content-Management-System) wird derzeit gearbeitet.

Für diverse Anlässe hat PTI Kameras entwickelt, die Timelapse-Aufnahmen (auch über sehr lange Zeiträume) ausführen und dazu an beliebigen Orten aufgestellt werden können. Eine dieser Kameras wird am Bremer Hauptbahnhof verwendet, um den Fortgang der Bauarbeiten auf dem Vorplatz im Zeitraffer zu dokumentieren.

Derzeit baut PTI Expertise in den Bereichen Virtuelle Realität und Augmented Reality auf. Diese Techniken werden voraussichtlich für crossmediale Produktionen und Apps von Interesse sein, so dass es sinnvoll ist, sich möglichst frühzeitig mit den Chancen und Risiken dieser Technologien vertraut zu machen.

Außerdem ist PTI maßgeblich an der Entwicklung von Apps für Radio Bremen und dessen Programme beteiligt. Der Bereich hat Apps für alle Hörfunkwellen entworfen und realisiert. In Planung ist auch eine App für „buten un binnen“.

PTI erarbeitet mit den Redaktionen neue Möglichkeiten des Ausspiels von Bildern und Texten im Digitalradio und vergrößert damit das Radio Bremen-Angebot der Zusatzdienste für DAB+.

Zentrale Programmaufgaben (ZPA)

Die 2017 veränderten und angepassten Workflows in den einzelnen Teilgebieten des Bereichs ZPA, wie Programmplanung und Fernsehprogrammaustausch, gilt es 2018 weiter zu optimieren. Die Teilbereiche wie „Festivalkoordination für Hörfunk und Fernsehen“, „Bremer Fernsehpreis“ sowie die Aufgaben der Zuschauerredaktion unterliegen einer stetigen Weiterentwicklung, die sich auch künftig fortsetzen wird. Die Vertretung der strategischen Interessen Radio Bremens in der ARD-AG-Digitalradio (DAB+) durch die Bereichsleitung ZPA wird ebenfalls fortgesetzt. Im Bereich der barrierefreien Angebote hat ZPA die Bearbeitung der Untertitel für „butenunbinnen.de“ übernommen und wird diese 2018 weiter ausbauen.

Programmmarken

Bremen Eins

In Bremen und Bremerhaven ist Bremen Eins der meistgehörte Sender, bundesweit ist die Welle unter den Top 10 der Hörfunkprogramme in ihrem jeweiligen Sendegebiet. Das Ziel ist, diese Position zu halten und darüber hinaus die Akzeptanz im Umland – durch eine stärkere Präsenz dort – auszubauen.

Bremen Eins zeichnet sich durch das einzigartige Musikformat („Die größten Hits aller Zeiten“) aus. Das markante regionale Informationsprofil, aus dem täglich fünf Mal die „Rundschau“ herausragt, gewährleistet eine verlässliche Berichterstattung. Kompetenz und Freundlichkeit in der Ansprache der Moderatorinnen und Moderatoren bilden die tragenden Säulen für die Hörerinnen und Hörern.

Die strategische Ausrichtung von „buten un binnen“ als der informativen, regionalen Marke von Radio Bremen soll in 2018 verstärkt auf Bremen Eins wahrnehmbar werden. Hier gilt es, neue redaktionelle Formen der Zusammenarbeit von Fernsehen, Online und Radio unter dem Label „buten un binnen“ für Bremen Eins zu entwickeln. Als erster Prototyp ist das neue regionale Informationsformat „Bremen Eins – Der Tag“ entstanden. Es gibt einen Überblick über die wichtigen regionalen Themen des Tages und wird seit dem Frühjahr 2017 werktäglich gegen 23:20 Uhr gesendet.

Von dem für 2018 geplanten Relaunch der Onlineseite „bremeneins.de“ sowie der Konstituierung der zentralen Online-Wellenredaktion verspricht sich Bremen Eins positive Effekte auf Umfang und Qualität der eigenen Onlineaktivitäten sowie einen engeren Austausch mit den anderen Redaktionen des Hauses.

Bremen Zwei

Mit dem Programmstart von Bremen Zwei im Sommer 2017 konnte das Projekt „Erneuerung Programm- und Markenprofil Nordwestradio“ erfolgreich abgeschlossen werden. Nach dem Start wird es 2018 nun darum gehen, das – aus dem früheren Nordwestradio – weiterentwickelte Programm zu konsolidieren und bekannter zu machen. Die redaktionellen Strukturen des Tagesprogramms werden 2018 überarbeitet. In der Musikabteilung werden die im August 2017 umgesetzten Neuerungen konsolidiert und weitergeführt. Neue Veranstaltungsreihen (Literatur- und Diskursformate, Live-Podcasts, Live-Hörspiele, moderierte Hörerkonzerte), ein überarbeiteter Internetauftritt (Online und Social Media) und ein Programm-Marketingkonzept sollen helfen, neue Hörerinnen und Hörer sowie Userinnen und User für das Programm zu gewinnen.

Die digitalen Ausspielwege und die crossmedialen Produktionen von Bremen Zwei werden 2018 ausgebaut. Dabei soll zum einen vorhandener Content wie Hörspiele, Features und Gesprächssendungen für die Produktion von Podcasts optimiert werden. Zum anderen werden neue Formate speziell für Social Media- und Podcast-Plattformen entworfen.

Bremen Vier

Das Ziel von Bremen Vier ist und bleibt, die 30- bis 49-Jährigen in Bremen, Bremerhaven und der Region gleichermaßen zu informieren wie zu unterhalten. Bremen Vier möchte mit Themen und Aktionen Resonanz erzeugen.

Die Programmreform, die 2016 auf den Weg gebracht wurde, gibt weiter die Richtung vor: Es geht darum, die Morgenshow und das Tagesprogramm möglichst eng zu verzahnen, um möglichst viele Hörerinnen und Hörer über lange Strecken an das Programm zu binden. So gibt es verstärkt inhaltliche Strecken am Vormittag, bei denen auch wichtige Repräsentanten aus Politik und Gesellschaft zu Gast sind. Aus der jüngsten MA ist abzulesen, dass das neue Tagesprogramm mit einem stärkeren Fokus auf lokalpolitische Themen gut angenommen wird.

Auch 2018 wird Bremen Vier mit Programmaktionen – wie dem „Bremen Vier Kohlkaiser“, dem „Sommerfahrrad“ und den „Wohnzimmerkonzerten“ – zu seinen Hörerinnen und Hörern gehen. Parallel erfolgt im Interesse einer abgestimmten Programmflotte Radio Bremens die Verlagerung junger Themen zu Bremen NEXT – beispielsweise der „New Music Award“, die „LateLine“ sowie die Zusammenarbeit mit den Jungen Wellen der ARD und funk. Nach dem Start von Bremen NEXT wird sich Bremen Vier jetzt auf die Erwachsenen ab 30 Jahren konzentrieren.

Bremen NEXT

Radio Bremen hat den Auftrag, im Land Bremen auch Angebote für junge Menschen zu machen. Bremen NEXT hat sich zum Ziel gesetzt, junge, vielfältige Zielgruppen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk heranzuführen. Bremen NEXT will Menschen zwischen 15 und 25 Jahren, die in Bremen, Bremerhaven und der Region leben, in den sozialen Netzwerken und im Radio ansprechen.

Darüber hinaus will das Programm mit Veranstaltungen und Off-Air-Aktionen in einen ständigen, direkten Dialog mit der Zielgruppe treten. Ein Beispiel ist die „Bremen NEXT Night“, die das kulturelle Leben junger Menschen in der Region bereichert. Die Zielgruppe wird nicht nur durch die Programminhalte angezogen, sondern auch dadurch, dass sie mit ihren unterschiedlichen kulturellen und sozialen Hintergründen selbst im Programm mitarbeiten können. Auf allen Kanälen ist über diverse Rückmeldungen abzulesen, dass die jungen Menschen Bremen NEXT im Netz und auf Veranstaltungen wahrnehmen. Das Programm hat sich innerhalb von nur einem Jahr in der Zielgruppe bereits einen guten Namen gemacht.

Bremen NEXT ist eine Redaktion, die sich ständig weiterentwickelt, dabei die sich wandelnde Mediennutzung der jungen Zielgruppe im Blick hat und dafür auch entsprechende Formate konzipiert. Im Programm wird beständig mit neuen Formen experimentiert. Die Redaktion ist für junge und neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter offen. Sie werden mit Workshops und durch die Hinweise

und Ratschläge ausgebildeter Redakteurinnen und Redakteure fit für den Job gemacht. Damit leistet Bremen NEXT einen Beitrag zur Medienkompetenz und zur Integration der jungen Zielgruppe, in der es viele Menschen mit einer Migrationsgeschichte gibt.

Die jungen Angebote der ARD kooperieren und vernetzen sich bilateral und gemeinschaftlich. Im Programm schlägt sich das u. a. mit dem Newcomer-Musikpreis „New Music Award“ und dem gemeinsamen Format „Kanzlercheck“ nieder. Bei diesen Livesendungen vor der Bundestagswahl konnten Hörerinnen und Hörern Bundeskanzlerin Angela Merkel und ihrem Herausforderer Martin Schulz Fragen stellen.

Bremen NEXT kooperiert außerdem mit dem jungen crossmedialen Angebot von ARD und ZDF, funk. Die Redaktion beteiligt sich mit einem eigenen Format der Jungen Wellen („funk life“) und promotet diverse funk-Formate über das Radioprogramm sowie die dazugehörigen sozialen Kanäle.

COSMO

Bei COSMO wird es 2018 darum gehen, die redaktionelle Arbeit und die Zulieferungen zum WDR-Programm nach dem zum wiederholten Male reduzierten Gesamtetat zu konsolidieren. Die Programmfläche am Wochenende, die redaktionellen Schichten und der journalistische Output werden trotz der Einschnitte optimiert.

Die aktive Suche nach und die Zusammenarbeit mit geflohenen Journalisten hat sich für die Bremer Redaktion von COSMO gelohnt: Das Format „Die Woche des Adonis“ war in der Kategorie „Bestes Interview“ für den Deutschen Radiopreis 2017 nominiert. In dem Format spricht der nach Bremen geflohene syrische Journalist Adonis Alkalhed – befragt vom Biodeutschen Lars Schweinhage – über seine Erfahrungen in Deutschland. Auch 2018 wird die Bremer Redaktion von COSMO nach derartigen Gelegenheiten suchen, ihr eigenständiges Profil hervorzuheben.

buten un binnen

Das Regionalmagazin um 19:30 Uhr und seine frühe Kurzausgabe „buten un binnen um 6“ sind – zusammen mit dem „buten un binnen | sportblitz“ – seit dem Relaunch des Regionalprogramms von Radio Bremen auf der Erfolgsspur. Seit 2014 legen beide Formate in Marktanteil und Reichweite kontinuierlich zu. „buten un binnen um 6“ steht unangefochten an Platz eins der fünf norddeutschen Regionalmagazine. Die Hauptsendung um 19:30 Uhr erkämpfte sich den zweiten Platz hinter dem traditionell starken Nordmagazin aus Mecklenburg-Vorpommern.

In den kommenden Jahren gilt es, den Programmerfolg der vergangenen Jahre zu verteidigen und die erreichten Marktanteile mindestens zu halten. Dafür muss es das Ziel sein, den Anteil der Stammzuschauerinnen und -zuschauern zu vergrößern und die Verweildauer zu verlängern.

Auf die Redaktion kommen 2018 viele Veränderungen und Herausforderungen zu. Wie schon erwähnt, wird das Fernsehmagazin zu Beginn des Jahres in die Mitte des multimedialen Clusters „Regionale Information“ in der Chefredaktion gerückt. „Buten un binnen“ und „butenunbinnen.de“ arbeiten dann nicht nur im Aktualitätszentrum mit dem Hörfunk-Desk am sogenannten „Stern“ zusammen. Voraussichtlich werden sie auch organisatorisch eine Einheit bilden.

Aus der starken Fernsehmarke „buten un binnen“ soll so die multimediale Marke für regionale Information von Radio Bremen werden. Neue Ausspielwege, neue Organisationsformen, neue Hierarchien und neue Arbeitsabläufe werden flankiert von komplett neuer Technik: 2018 wird ein neues Redaktionsablaufsystem installiert und das Studio auf Robotik und Teilvirtualität umgestellt.

Die Planungen und Ausschreibungen laufen längst. Die Installationen, Schulungen, etc. werden 2018 stattfinden. Von den Teams in Redaktion und Produktion wird das Flexibilität, Einsatzwille und Lernbereitschaft erfordern. Im Frühjahr 2019 soll die neue Struktur sendefähig sein – und hat als Bewährungsprobe gleich ein Großereignis der regionalen Information in Form der Bürgerschaftswahl zu bewältigen. Diese Wahl wird im Ersten und im Radio Bremen Fernsehen gezeigt werden und natürlich auch mit jeder Menge Content auf „butenunbinnen.de“ eine Rolle spielen.

Fernsehen für Das Erste und das Dritte Programm

ARD-aktuell

Die Redaktion von ARD-aktuell bei Radio Bremen möchte die hohe Zulieferquote zu den Nachrichtensendungen der ARD ohne Kostensteigerungen halten. Die Berichterstattung der Netzreporter – bisher vor allem für eine feste Rubrik im „ARD-Morgenmagazin“ und für „tagesschau.de“ – soll 2018 wahrscheinlich auf das neue „ARD-Mittagsmagazin“ ausgedehnt werden. Diesbezüglich gibt es erfolversprechende Gespräche mit dem RBB.

Das Ansehen der Redaktion in der ARD und ihre Leistungsstärke sind gut. Die ARD-aktuell-Redaktion von Radio Bremen hat die Netzreporterinnen und Netzreporter zu einer Produktionsgröße in der ARD gemacht. Durch das hohe Engagement der Redaktion wird die Sportsatirereihe „Wumms“ (für funk) bei überwiegender Finanzierung durch den NDR de facto bei Radio Bremen operativ geführt.

Die ARD-aktuell-Redaktion ist dabei bei Radio Bremen ein Vorbild an Kooperation – der Bereich agiert ohne „eigene“ Mitarbeitende und damit vollständig auf der Basis von Absprachen mit anderen Redaktionen.

Dokumentationen

Radio Bremen strebt für seine Fernsehdokumentationen Exzellenz, eine hohe Aufmerksamkeit und neue Formate an.

Für Das Erste hat die Redaktion gemeinsam mit den Produzenten des Y-Kollektivs für 2018 ein junges Reportageformat mit dem Reihentitel „Rabiat!“ entwickelt, das die Programmdirektion des Ersten als sechsteilige Staffel à 45 Minuten senden will. Die Autoren für „Rabiat!“ haben bei funk, dem jungen Angebot von ARD und ZDF, und bei zdf neo bereits bewiesen, dass sie spannende Reportagen mit Haltung und Handschrift erzählen können. Radio Bremen holt die „next generation“ ins Erste – und nutzt die Online- und Social Media-Affinität der jungen Filmemacherinnen und -macher. Mit „Rabiat!“ erhält Radio Bremen die Chance, innovative und multimediale Akzente im Hauptabendprogramm zu setzen.

Am Doku-Montag bleibt der Akzent auf der „Story im Ersten“ und auf „Geschichte im Ersten“. Bewusst verschiebt sich der Fokus zugunsten der investigativen Stories. Im ersten Drittel des Jahres 2018 ist Radio Bremen mit Geschichten zum Müllgeschäft der Mafia, zur Krise der Schifffahrt und zu Kriegswaffentransporten platziert.

Im Tagesprogramm des Ersten engagiert sich die Redaktion mit neuen Formatangeboten („Let’s talk about Family“, „Hotel!“, „Hilfe, die Kleingärtner kommen“, „Die Supersammler“, „Herz, Schmerz & Co.“) sowie Eventprogrammierungen („Junas phantastische Reise“, „Die Flaschenpost“, „Der Klabautermann“).

Für die Zulieferungen von Radio Bremen an ARTE sind dokumentarische Serien (z. B. „O.J. Simpson“) und Themenabende (z. B. „Gift der Mafia“) als strategische Ziele festgelegt worden: Doku-Serien bringen Sichtbarkeit für Radio Bremen und Sicherheit in der Produktion. Zudem sind sie ein verlässliches Instrument, um die ARTE-Erträge effektiv einzusetzen. Themenabende bringen Renommee und Aufmerksamkeit.

Fiktion und Unterhaltung

Nach nahezu zwanzig erfolgreichen Jahren mit den Ermittlern Lürsen und Stedefreund (Sabine Postel und Oliver Mommsen) steht die „Tatort“-Redaktion vor der großen Herausforderung, ab 2019 neue Kommissare zu verpflichten. Eine spannende, kreative und anspruchsvolle Aufgabe. Für die Entwicklung der zukünftigen Bremer „Tatorte“ gibt es bereits Ideen, die sich in Abstimmung zwischen Redaktion, Produktion und Geschäftsleitung befinden. Nach einer Richtungsentscheidung beginnen Stoffentwicklung und Casting für das neue Ermittlerteam Anfang 2018.

Für 2018 entstehen im Sommer und Herbst 2017 die „Tatorte“ mit den Arbeitstiteln „Im toten Winkel“ und „Blut“ mit der Filmproduktionsfirma X-Filme. Für die Abschiedsfolge des Duos Lürsen und Stedefreund ist es der Redaktion gelungen, die ARD Degeto mit 90 Prozent an den Finanzierungskosten zu beteiligen. Das Exposé wird durch Florian Baxmeyer entwickelt. Die Drehzeit ist aktuell für den September/Oktober 2018 geplant. Ausgestrahlt wird dieser „Tatort“ 2019.

Im März 2018 wird sich Radio Bremen an einer Eventprogrammierung zum Gladbecker Geiseldrama beteiligen: Aufgrund langjähriger und guter Beziehungen als einzige Landesrundfunkanstalt an einem filmischen Zweiteiler der Degeto – und außerdem mit einer 45-minütigen Dokumentation: Sie gibt den Opfern und Hinterbliebenen des Geiseldramas ein Gesicht und fragt nach Schuld und Sühne der Täter. Dies ist ein Aspekt, der in der medienethischen Debatte rund um das Geiseldrama dreißig Jahre lang zu kurz gekommen ist. Die Sendetermine liegen im März 2018.

Die Pilotsendung des Comedy-Formats „Kroymann“ ist 2017 programmlich und publizistisch ein großer Erfolg gewesen. Sie wurde für den Rose d’Or und den Deutschen Commedypreis nominiert. Radio Bremen setzt „Kroymann“ auf Wunsch der Programmdirektion des Ersten deshalb fort. Die Folgen zwei und drei entstehen gemeinsam mit SWR, NDR und RBB, wobei Radio Bremen der Federführer bleibt. Die Sendetermine der Folgen zwei und drei sind für Januar und März 2018 geplant.

Die „Comedy Classics“ sind eine Sonderanstrengung aller Landesrundfunkanstalten, die auf eine Unterhaltungstradition zurückblicken. Die Idee: Ein heutiger Entertainer präsentiert einen Showmaster der Vergangenheit. Radio Bremen liefert „Florian Silbereisen FEIERT Rudi Carrell“. Produzentin ist die Bremedia Produktion GmbH. Weitere Folgen in nachfolgenden Staffeln können Lorient und Hape Kerkeling würdigen.

„3nach9“

„3nach9“, die Mutter aller Talkshows, hat durch redaktionelle Stärkung einen erfolgreichen Weg eingeschlagen. Planung, Gästeakquise, Dossiers und Vorbereitung des Moderations-Duos konnten professionalisiert werden. Die Folgen sind interessantere Gäste, spannendere Gespräche und höhere Marktanteile. Der Freitagabend ist ein umkämpfter Unterhaltungsplatz, auf dem das ZDF („heute-Show“) und die Privatsender („Let’s Dance“, das Dschungelcamp) die Platzhirsche sind. Für gehobene und unterhaltende Gesprächssendungen ist dies eine ständige Herausforderung. Vorerst bleibt „3nach9“ der journalistische Unterhaltungstalk am Freitagabend und in diesem Sinne einzigartig.

Erfreulich ist, dass die Marke „3nach9“ im Netz gut funktioniert. 2017 hat die Redaktion einen Facebook-Channel eingerichtet, der mit geringem Personalaufwand maximal befeuert wird. Die Community ist freundlich, stetig wachsend – und der Traditionsmarke „3nach9“ sehr verbunden.

Finanzen

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

2016 endete für die Rundfunkanstalten die Beitragsperiode 2013 - 2016. Für die neue Beitragsperiode 2017 - 2020 hat die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) am 13. April 2016 ihren 20. Bericht veröffentlicht. Die ARD hatte für die Periode 2017 - 2020 insgesamt einen zusätzlichen Bedarf von 396 Mio. Euro angemeldet. Die KEF hat jedoch 793 Mio. Euro der angemeldeten Beträge nicht anerkannt und somit keinen Fehlbetrag, sondern im Gegenteil einen Finanzüberschuss in Höhe von 378 Mio. Euro für die Beitragsperiode festgestellt. Zustimmung gab es von der KEF für die Auflösung der „Beitragsrücklage I“ zum 1. Januar 2017 – damit wurden jene Mehrerträge verfügbar, die sich seit der Umstellung auf das neue Beitragsmodell (zum 1. Januar 2013) bis 2016 dort gesammelt hatten. Diese Rücklage durfte zuvor nicht für das operative Geschäft verwendet werden.

Zum 1. Januar 2017 wurde ebenfalls der ARD-interne Finanzausgleich zugunsten von Radio Bremen und des Saarländischen Rundfunks neu geregelt. Die Finanzausgleichsmasse beträgt seitdem 1,6 Prozent (statt 1 Prozent). Der Verteilungsschlüssel wurde in diesem Zuge ebenfalls angepasst: Radio Bremen erhält nun 49,08 Prozent (statt vorher 46,24 Prozent) und der SR 50,92 Prozent (statt vorher 53,76 Prozent) aus dem Finanzausgleich. Damit wurde ein entscheidender Schritt zur Sicherung der Lebens- und Funktionsfähigkeit der kleinsten Landesrundfunkanstalt der ARD getan.

Außerdem wurden Radio Bremen mit dem 20. KEF-Bericht die Mittel zur Rückzahlung der aus der ARD in den Jahren 2013 und 2014 erhaltenen Liquiditätshilfe vorab zweckgebunden zugewiesen (8,7 Mio. Euro); ebenso die Mittel zur Rückzahlung der für die Jahre 2015 und 2016 erhaltenen zusätzlichen Mittel zur Deckung der strukturellen Unterfinanzierung (9,7 Mio. Euro).

Im 20. Bericht hat die KEF eine Empfehlung an die Bundesländer ausgesprochen, in deren Hand die Rundfunkgesetzgebung liegt: Aufgrund des angenommenen Finanzüberschusses aus den Beiträgen sei ab 2017 eine Senkung des Rundfunkbeitrages auf 17,20 Euro statt 17,50 Euro denkbar. Eine solche Senkung um 30 Cent ist jedoch von den Ländern nicht beschlossen worden. Stattdessen gilt weiterhin ein Rundfunkbeitrag von 17,50 Euro im Monat. Mögliche Mehrerträge im Vergleich zum anerkannten Bedarf stehen den operativen Haushalten der Landesrundfunkanstalten abermals nicht zur Verfügung – damit soll in den Jahren 2017 - 2020 eine neue Rücklage aufgebaut werden („Beitragsrücklage II“). Gedacht ist daran, sie dafür zu verwenden, um eine mögliche Beitragserhöhung ab 2021 zu vermeiden oder zu verringern.

Radio Bremen wird sich – wie alle anderen Rundfunkanstalten in der ARD – durch die Feststellungen im 20. KEF-Bericht und vor allem durch die Zuführung der Mehrerträge in die Rücklage darauf einstellen müssen, dass die Einnahmen mit den steigenden Kosten nicht Schritt halten. Die ab 2017 zu erwartenden Mehreinnahmen werden nicht alle Kostensteigerungen decken. Vor diesem Hintergrund wird Radio Bremen seine Wirtschaftspläne entsprechend anpassen müssen, um zum Ende der Beitragsperiode 2020 ein ausgeglichenes operatives Ergebnis zu erreichen.

Zudem sind die Einnahmen aus Hörfunkwerbung infolge des ab Februar 2016 geltenden neuen WDR-Gesetzes geschrumpft. Aufgrund dieser Gesetzgebung des nordrhein-westfälischen Landtages gelten Beschränkungen bei der Hörfunkwerbung, von denen nicht nur der WDR, sondern die gesamte ARD betroffen ist. Hörfunkwerbespots werden teilweise als nationale „Kombi-Angebote“ gebucht. Radio Bremen spürt es deshalb unmittelbar, wenn die Erträge aus diesen Kombis sinken. Gegenüber der KEF hat die ARD Einnahmeausfälle bei der Hörfunkwerbung in Höhe von insgesamt 92 Millionen Euro angemeldet; der Einnahmeausfall wurde aber für die Periode 2017 - 2020 nicht mehr berücksichtigt.

Neben den Erträgen aus Beiträgen, Finanzausgleich und Werbung haben die Finanzerträge für Radio Bremen eine relevante Größenordnung. Dies bedeutet aktuell weitere Risiken: Das Finanzergebnis hängt von der allgemeinen Entwicklung der Kapitalmärkte ab; schwächere Ergebnisse an einem von Niedrigzinsperioden geprägten Finanzmarkt schlagen sich unmittelbar in der Ertrags- und Aufwandsrechnung sowie in der Liquiditätssituation nieder.

Wichtige Trends und Themen

Nachdem die Zahl der Planstellen im Jahr 2017 leicht gesunken ist, ist im Jahr 2018 ein leichter Anstieg von 210 auf 214 zu erwarten. Aufgrund der bisherigen Resonanz auf Stellenausschreibungen wird davon ausgegangen, dass freiwerdende Stellen qualifiziert nachbesetzt werden können.

Zugleich wird das Thema Personalmarketing sowohl bei Radio Bremen als auch in den anderen zur ARD gehörenden Landesrundfunkanstalten eine wachsende Rolle spielen: Die ARD will sich als „Arbeitgebermarke“ stärken, einen gemeinsamen Onlineauftritt und Social Media-Kanäle aufbauen und diese für zeitgemäße Stellenausschreibungen stärker nutzen.

Aufgrund von Renteneintritten und der Nachbesetzung durch jüngere Mitarbeitende ist das Durchschnittsalter bei Radio Bremen leicht gesunken – von 50 auf 49 Jahre. Im Programmbereich Bremen Zwei werden im Jahr 2018 altersbedingt vergleichsweise viele Kolleginnen und Kollegen ausscheiden; hier wird ein erfolgreicher Wissenstransfer im Jahr 2018 besonders wichtig sein.

Der Trend zur befristeten Verkürzung der Arbeitszeit hält unvermindert an. Durch Teilzeitstellen erhöht sich der Verwaltungsaufwand für die Personalabteilung. Die Nachbesetzung von verbleibenden Arbeitsraten stellt oft eine Herausforderung dar. Andererseits ermöglicht befristete Teilzeit eine bessere Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privatleben. Radio Bremen ist daher bereit, viele individuelle Teilzeitmodelle zu schaffen, um den jeweiligen Bedürfnissen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so gut wie möglich gerecht zu werden.

2018 wird Radio Bremen wieder einen neuen Jahrgang von Volontärinnen und Volontären aufnehmen. Zusätzlich zu den sechs Redaktionsvolontariaten wird Radio Bremen jeweils ein Spezialvolontariat mit dem Schwerpunkt Musik, eines für Social Media und eines speziell für den Standort Bremerhaven anbieten. Das bisherige Auswahlverfahren wird durch Elemente eines Assessment-Centers optimiert.

Weiterhin wird die bis Ende April 2018 befristete Dienstvereinbarung zur flexiblen Gestaltung des Arbeitsortes evaluiert. Im Rahmen dieses Pilotprojektes konnten vier Verträge zum „Home Office“ abgeschlossen werden, weitere Anträge werden noch bearbeitet.

Der Arbeitskreis Gesundheit bereitet für 2018 eine Umfrage zu psychischen Belastungen der Beschäftigten vor. Diese Evaluation ist gesetzlich vorgeschrieben und basiert auf einer standardisierten, wissenschaftlichen Online-Erhebung, zugeschnitten auf die Bedürfnisse von Radio Bremen. Wir erhoffen uns davon Erkenntnisse darüber, ob und wo Optimierungsbedarfe bestehen, um psychischen Belastungen vorzubeugen oder sie zu minimieren.

Die Personalabteilung wird sich 2018 intensiv mit den Ergebnissen aus der Umfrage zu „Diversity“ befassen und Handlungsstrategien daraus ableiten. Die Resonanz auf die Befragung unter den Mitarbeitenden war sehr ermutigend: 165 Kolleginnen und Kollegen haben an der Umfrage teilgenommen und von ihren Erfahrungen mit Vielfalt bei Radio Bremen berichtet. Dabei äußerten sie ihre Wahrnehmungen rund um die Diversity-Dimensionen Geschlecht, sexuelle Orientierung, körperliche Fähigkeiten, ethnische Zugehörigkeit, Weltanschauung, familiäre Situation oder Lebensalter. Dabei wurden konstruktive Anregungen und Impulse für konkrete Maßnahmen zur Förderung der Diversität bei Radio Bremen artikuliert, die nun im Kontext einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit ausgewertet und gewichtet werden.

Radio Bremen wird im Jahr 2018 das Ziel weiterverfolgen, interne Verwaltungsprozesse durch Digitalisierung zu beschleunigen und zu verbessern. Das Ziel ist, bestehende Workflows schlanker und transparenter zu machen. Für weitere elementare Anträge und Formulare der Personalabteilung soll die Erfassung, der Austausch und die Bearbeitung künftig zentral und elektronisch erfolgen können. Im Fokus sind dabei zunächst die Anträge für Dienstreisen und Anmeldungen für Fortbildungen.

Personalentwicklung

Radio Bremen setzt sein Programm maßgeschneiderter Entwicklungsmaßnahmen für spezifische Zielgruppen im Jahr 2018 fort: Reporterinnen und Reporter sowie weitere programmgestaltende Personen wie Redakteurinnen vom Dienst und Redakteure vom Dienst oder Autorinnen und Autoren werden crossmedial geschult. Aufgrund der Veränderungen im Programmbereich nähern sich verschiedene Berufsgruppen an – „klassische“ Hörfunk-Reporterinnen und -Reporter bringen beispielsweise Material für Onlineplattformen mit und tauschen sich eng mit Online-Autorinnen und -Autoren aus. Für sie sind medienübergreifend gemeinsame „Lernwelten“ geplant, also Workshop-Veranstaltungen und interne Fortbildungen über die verschiedenen Plattformen hinweg.

In der Zielgruppe der Assistentinnen und Assistenten, der Sekretärinnen und Sekretäre hat Radio Bremen mit der Weiterqualifizierung begonnen; da dieses umfangreiche Programm 2017 noch nicht abgeschlossen wurde, soll es im Jahr 2018 weitergeführt werden.

Das Angebot für Führungskräfte wird 2018 in der bewährten Weise fortgesetzt. Sowohl mit dem jährlichen „Führungskräfteforum“ als auch mit individuellen Angeboten, wie zum Beispiel Coaching, ermöglicht es Radio Bremen seinen Führungskräften, sich auszutauschen sowie persönliche Führungskompetenzen weiterzuentwickeln. Für neue Führungskräfte, die erstmals in diese Rolle kommen oder neu zur Unternehmensgruppe dazu stoßen, gibt es weiterhin das bewährte Extra-Programm: „Pro-NFK“ bietet ihnen Training und Austausch für aktuelle Führungsherausforderungen.

Die Abteilung Personal, Honorare und Lizenzen hat das „Dialogische Mitarbeitendengespräch“ in Zusammenarbeit mit dem Direktorium als ein Feedback-Instrument entwickelt, das im Jahr 2018 zunächst unter Führungskräften erprobt werden soll. Das bewährte Mitarbeitendengespräch soll so ausgeweitet und intensiviert werden. Grundlage dafür ist das seit 2015 eingeführte sogenannte „Kompetenzraster“; es bietet Orientierung und Unterstützung bei der Einordnung, auf welche

Fähigkeiten, Erfahrungen und Fertigkeiten jeweils für eine bestimmte offene Position besonders zu achten ist. Ziel des „Dialogischen Mitarbeitendengesprächs“ ist es, dass sich Mitarbeitende mit ihrer Vorgesetzten oder ihrem Vorgesetzten strukturiert über gegenseitige Kompetenzen austauschen. Sofern sich dieses Konzept bewährt, soll es im ganzen Unternehmen angewendet werden.

Auch im „Recruiting“, also im gesamten Prozess der Personalbeschaffung, erfährt das Kompetenzraster mehr Gewicht: Die Personalabteilung stellt Führungskräften einen grundlegenden Leitfaden zur Verfügung, der sie von der Personalplanung über die Auswahl bis hin zum Einstellungsprozess dabei unterstützt, qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden. Auch die Fort- und Weiterbildung der bereits eingestellten Mitarbeitenden orientiert sich an den definierten Kompetenzen.

Für 2018 hat sich die Personalabteilung vorgenommen, Schulungs- und Lernkonzepte neu auszurichten. Die Lernenden konzipieren dabei ihre eigenen Lernerfahrungen mit. Statt reiner Wissensvermittlung oder klassischer Workshops wird also verstärkt darauf geachtet, Lernumgebungen zu schaffen, in denen selbständiges, informelles, kollaboratives und reflexives Lernen ermöglicht wird. Mitarbeitende der Personalabteilung werden den Lernprozess intensiv und eng begleiten, so dass die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten nachhaltig in den Arbeitsalltag integriert werden können. Als Pilotprojekt für diese moderne Herangehensweise an Fortbildung hat die Personalentwicklung im Jahr 2017 mit der Konzeption für das Programm mit den Assistenzen und Sekretariaten begonnen – gemeinsam mit Mitarbeitenden aus der „Zielgruppe“.

Weiterhin wird die Personalabteilung das Projekt „Erneuerung TV-Komplex“ (TVK) unterstützen, das viele Bereiche von Radio Bremen betrifft. Für die betroffenen Mitarbeitenden begleitet sie die Schulungsmaßnahmen, die direkt durch den Generalunternehmer im Projekt durchgeführt oder durch interne Trainerinnen und Trainer (in der Funktion von „Super-Usern“) übernommen werden.

Die Ende 2016 mit vier Teilnehmerinnen abgeschlossene Pilotphase eines einjährigen Mentoring-Programmes zur Förderung und Identifikation von weiblichem Führungskräftepotential wird 2018 fortgesetzt. Dabei werden die Erfahrungen und Erkenntnisse aus dem Pilotverfahren umgesetzt und für Veränderungen genutzt. So soll das Mentoring

verstärkt grundsätzliche Perspektiven der Personalentwicklung für jene Mitarbeitenden eröffnen, die keine Führungsverantwortung tragen; auch für männliche Mitarbeiter kann das Programm geöffnet werden, wobei Mentoring im Kern ein Förderinstrument für mehr Vielfalt und Geschlechtergerechtigkeit auf der Führungsebene bleibt.

Die Medientechnik im Funkhaus von Radio Bremen befindet sich im neunten Jahr nach der offiziellen Abnahme Anfang 2009. Deshalb und wegen der sich stetig wandelnden und schnell erneuernden IT-Technik tritt Radio Bremen gerade in einen neuen Investitions-Zyklus ein und treibt umfangreiche technische Erneuerungsprozesse voran. Die damit verbundenen Herausforderungen sowie das Anliegen, die Ausspielwege Fernsehen, Hörfunk und Online noch weiter zu vernetzen, bestimmen die Planungen und Herausforderungen für die kommenden Jahre.

Ein weiterer Motor für Veränderungsprozesse im technischen Bereich ist die Strukturreform der ARD. Durch die Reform sollen die Bereiche Produktionstechnik und Informationstechnologie innerhalb der ARD stärker vereinheitlicht werden und die Landesrundfunkanstalten sollen intensiver miteinander kooperieren. Radio Bremen wird dies bei der Planung und Umsetzung seiner Vorhaben und Projekte in Zukunft berücksichtigen.

Projekt TVK (Erneuerung TV-Komplex)

Gemäß den Absprachen mit den anderen Landesrundfunkanstalten hat Radio Bremen bereits in den vergangenen Jahren die Technik dafür geschaffen, um Fernsehbeiträge in High Definition (HD) an die ARD übermitteln zu können. Zusätzlich ist es erforderlich, die eigentliche Fernsehproduktion des Senders diesem technischen Standard anzupassen, also durchgängig eigene HD-Produktionen zu ermöglichen. Im Kern betrifft dies die aktuelle regionale Fernsehberichterstattung von „buten un binnen“. Aufbauend auf eine Evaluierungsphase haben Radio Bremen und die Bremedia gemeinsam das Projekt TVK gestartet, dessen Realisierung aufgrund einer EU-weiten Ausschreibung erfolgt. Neben dem HD-Ausbau in Studio und Regie sind die Kernthemen dieses Projekts das Redaktionsablaufsystem, eine Regieautomation und eine Kamera-Robotik. Die neuen technischen Komponenten machen es möglich, in der Fernsehproduktion kostensparender, mit weniger Personal und mit einem modernisierten Studio-Design zu arbeiten. Das Projekt wird eine Laufzeit bis Frühjahr 2019 haben.

Optimierung des Redaktionssystems

Radio Bremen entwickelt kontinuierlich das crossmediale Arbeiten weiter und wird sich mittelfristig mit der Erneuerung des Redaktionssystems beschäftigen. Für den Fernsehbereich wird ein erster Schritt bereits innerhalb des Projekts TVK durch den Einsatz eines neuen Redaktionsablaufsystems gegangen. Das neue System soll in Abstimmung mit der TVK-Projektplanung Anfang 2019 realisiert werden; daran wird sich eine Phase der Erprobung und Evaluation anschließen. Dabei wird geprüft, welche Konsequenzen und Möglichkeiten sich daraus für die Bereiche Hörfunk und Online ergeben.

Erneuerung der Hörfunkbereiche

Unabhängig davon wird Radio Bremen auch die klassischen Hörfunkbereiche (Hauptschallraum, Sendestudios, zentrale Steuerungssysteme und „Kreuzschiene“) grundlegend erneuern müssen. Eine Arbeitsgruppe prüft und evaluiert derzeit die anstehenden Aufgaben. Nachdem diese inhaltlich feststehen, sollen mehrere Projekte die Erneuerungen parallel, aber eng verzahnt, umsetzen.

IT-Bereich

Kontinuierlich müssen vorhandene Geräte und Systeme auf den aktuellen Stand gebracht werden. Dabei spielen virtuelle Systeme und Cloud-Nutzung anstatt herkömmlicher Hardware- und Software-Erneuerungen eine große Rolle. Immer schneller wechseln sich die Generationen der Systeme ab, die dabei zu berücksichtigenden Schnittstellen und Systemverknüpfungen wachsen und werden immer komplexer. Weil sie eng miteinander vernetzt sein müssen, sind umfangreiche Testsysteme aufzubauen, um die Schnittstellen und Systeme über einen längeren Zeitraum beobachtet zu können, bis die neue Technik tatsächlich eingeführt werden kann. Insbesondere die Auswirkungen auf bestehende Systeme und bisher unbekanntes Fehlermöglichkeiten werden dabei beobachtet. Auch hier wirken sich die ARD-weiten Vereinheitlichungen und Kooperationen aus und sind zu berücksichtigen.

Digitalradio

Radio Bremen betreibt das Projekt Digitalradio (DAB+) erfolgreich seit 2012 in Bremen und seit Anfang 2017 auch in Bremerhaven. In Abstimmung mit der ARD und der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) steht eine Evaluierung an, inwieweit zusätzliche Investitionen zum weiteren Ausbau sinnvoll sind. Ein solcher Ausbau würde zunächst zu einer Erhöhung der Sendeleistung im Raum Bremen führen und die Empfangssituation für die wachsende Zahl der Nutzerinnen und Nutzer des digitalen Radioempfangs verbessern. Ein genauer Zeitpunkt für die Evaluierung steht noch nicht fest.

Sicherheit der Informationstechnik (IT)

Für eine öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt ist die Erfüllung ihrer staatsvertraglichen Aufgaben ohne den vielfältigen Einsatz von Informationstechnik nicht denkbar. Dabei ist von essentieller Bedeutung, dass die digitalen Informationen jederzeit verfügbar sind, vertraulich behandelt und sicher gespeichert werden. Ein abgestimmtes Handeln in Fragen der Informationssicherheit ist dafür unabdingbar. Um den sich ständig wandelnden Herausforderungen dauerhaft angemessen zu begegnen, hat die Unternehmensgruppe Radio Bremen im Jahr 2016 die „Arbeitsgruppe IT-Sicherheit“ einberufen, die inzwischen ihre thematische Arbeit aufgenommen hat. Sie behandelt in erster Linie datenschutzrechtliche und IT-sicherheitstechnische Fragestellungen und beobachtet mögliche Auswirkungen. Dabei ergeben sich Fragestellungen aus dem täglichen Regelbetrieb, aus der Installation und Nutzung von technischen Hard- und Software-Komponenten sowie dem Schutz vor externen Bedrohungen und Angriffen durch Schadsoftware (Trojaner, Viren). Weil Potenzial und Gefährdungen der IT-Sicherheit stetig wachsen, wird der Bereich an Bedeutung gewinnen. Dabei müssen auch die immer mehr geforderten mobilen Bearbeitungs- und Zugriffsmöglichkeiten mit resultierenden Datenschutz- und Sicherheitsaspekten in Einklang gebracht werden.

Unternehmenskommunikation

Eine der Voraussetzungen für die Bindung der Beitragszahlerinnen und -zahler an Radio Bremen ist eine sich an den Bedürfnissen der einzelnen Zielgruppen orientierte Unternehmenskommunikation. Dafür verfügt Radio Bremen – von Pressemitteilungen bis hin zu öffentlichen Veranstaltungen – über zahlreiche Instrumente.

Dem häufig formulierten Wunsch nach mehr Transparenz im öffentlich-rechtlichen Rundfunk kommt Radio Bremen in Abstimmung mit anderen ARD-Anstalten durch vielfältige Veröffentlichungen im Internet nach. Auf den Unternehmensseiten auf „radiobremen.de“ informiert Radio Bremen ausführlich beispielsweise über die Sendekosten und Inhalte der Programme, aber auch über die Mediennutzung oder die Anzahl der Mitarbeitenden. Auf „ard.de“ gibt es im neu geordneten Bereich „Die ARD“ detaillierte Informationen zur Organisation, dem Auftrag, dem Budget und dem Engagement der ARD und ihrer Landesrundfunkanstalten.

Wesentliche Aufgaben der Kommunikationsbereiche für 2018 sind:

- Die kommunikative Begleitung der geplanten Maßnahmen im Rahmen der Strukturreform von ARD, ZDF und Deutschlandradio. Dazu gehört insbesondere die Darstellung der Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und seines Wertes für die Gesellschaft im Allgemeinen und für die Beitragszahlerinnen und -zahler im Besonderen. Anlassbezogen sollen dialogorientierte Veranstaltungen für spezielle Ziel- und Publikumsgruppen fortgeführt werden.
- Die Information des Publikums über die vielfältigen Programmangebote Radio Bremens. Im Mittelpunkt der Kommunikation des Bereichs Presse- und Öffentlichkeitsarbeit stehen 2018 die beiden Bremer „Tatorte“ mit den Arbeitstiteln „Im toten Winkel“ und „Blut“. Die Sendetermine sind für Sommer und Herbst geplant. Weitere Höhepunkte des Fernsehens sind zwei neue Folgen des Comedy-Formats „Kroymann“ und eine Eventprogrammierung zum 30. Jahrestag des Gladbecker Geiseldramas. Darüber hinaus bleibt es eine ständige Aufgabe, die vielfältigen Programmaktionen der Hörfunkwellen der Öffentlichkeit bekannt zu machen.

Im Feld der internen Kommunikation werden 2018 neben der ARD-Strukturreform weiterhin der Medienwandel und die daraus resultierenden Folgen für Radio Bremen den Schwerpunkt darstellen. Aber auch die medienpolitische Diskussion über eine Veränderung von Auftrag und Strukturen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bleibt ein wichtiges Thema mit steigendem internen Informations- und Diskussionsbedarf.

Radio Bremen Media GmbH

Die Radio Bremen Media GmbH ist eine 100-prozentige Tochter Radio Bremens mit den Geschäftsbereichen Werbung, Marketing und Technik. (Der Geschäftsbereich Service wurde zum 1. April 2017 in die Bremedia Produktion GmbH übertragen.) Die Radio Bremen Media GmbH hat die Aufgabe, durch Vermarktung und Dienstleistungen für Radio Bremen das Finanzergebnis der Muttergesellschaft zu verbessern. Aufgabe des Geschäftsbereiches Technik ist die Beschaffung und Vermietung von rundfunkspezifischer Technik sowie der Daten- und Kommunikationstechnik.

Geschäftsbereich Werbung

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

Bei den für den Werbemarkt relevanten Werten „Hörer pro Stunde“ zeigen die beiden für die Preise des Jahres 2018 ausschlaggebenden Mediaanalysen des Jahres 2017 (MA Radio I und II / 2017) für Bremen Vier einen positiven Verlauf, während bei Bremen Eins Reichweitenverluste zu verzeichnen sind. Da der größere Anteil der Werbeumsätze über Bremen Vier erwirtschaftet wird, ist für 2018 mit steigenden Werbeeinahmen zu rechnen.

Mit dem Start des linearen Radioprogramms Bremen NEXT (als Teil eines crossmedialen Angebots für eine junge Zielgruppe zwischen 15 und 25 Jahren) auf UKW im Jahr 2016 wurde auch diese Welle in das Vermarktungsportfolio der Radio Bremen Media aufgenommen. Die ersten Reaktionen bei den Werbekunden zeigen, dass die angestrebte junge Zielgruppe von Bremen NEXT im Werbemarkt gesucht und geschätzt wird.

Geschäftsbereich Marketing

Die Radio Bremen Media GmbH plant und steuert seit 2011 das Programmmarketing von Radio Bremen und die Eventplanung und leitet alle marktrelevanten Projekte. Sie plant und koordiniert auch die öffentliche Auftritte der Radio Bremen-Programme auf Konzerten, Messen, Volksfesten und Festivals (z.B. Sechstagerennen, Breminale, Hurricane-Festival etc.) Darüber hinaus werden alle Werbekampagnen und Promotion-Aktionen für die verschiedenen Programme und Angebote des Hauses in der Radio Bremen Media GmbH organisiert.

Schwerpunkte im Jahr 2017 waren das neue Angebot Bremen NEXT, der neue Online-Auftritt „butenunbinnen.de“, sowie der Relaunch von Bremen Zwei. 2018 sind für Bremen Eins und Bremen Vier verschiedene Promotionaktionen in den Erhebungszeiträumen der Media-Analysen geplant.

Impressum

Radio Bremen

Diepenau 10
28195 Bremen

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

Gestaltung:
cmgrafix communication media

November 2017