



**ENTWICKLUNGSBERICHT 2025**



## EINLEITUNG

Der Ihnen vorliegende Entwicklungsbericht ist in einer herausfordernden Zeit entstanden: herausfordernd für die Menschen in unserem Ausstrahlungsgebiet, herausfordernd für Unternehmen in der Region; herausfordernd für alle Demokrat:innen, herausfordernd für alle, die davon überzeugt sind, dass demokratische Diskurse die Wahrheit brauchen und dass verifizierte Fakten den Grund dafür legen.

All dies fordert den öffentlich-rechtlichen Rundfunk heraus. Es gilt, die Menschen in Bremen und umzu zu informieren, ihre Fragen und Themen aufzugreifen, sie immer wieder klug zu unterhalten und verlässlicher Partner in der Region zu sein. Es gilt, besondere Angebote für Dialog und Zusammenhalt in einer aufgeregten Zeit anzubieten. Es gilt gerade im Bundestagswahljahr, den Dialog mit dem Publikum und die Medienkompetenz zu stärken, vielfältig in Art und Weise und auf unterschiedlichen Plattformen. Gleichzeitig ist Radio Bremen dabei, sich als Medienhaus in der Region und als Teil der ARD für die Erfordernisse der digitalen Medienwelt entschieden aufzustellen. Dafür setzen wir auch auf Investitionen und in der ARD auf neue Formen der Kooperation im technologischen Bereich.

Während diese Zeilen entstehen, ist es mehr als ungewiss, ob die im verfassungsgemäßen KEF-Verfahren empfohlene Erhöhung des Rundfunkbeitrags zum 1. Januar 2025 von den Ländern umgesetzt wird. Dieser Umstand ist Zeichen einer besorgniserregenden Entwicklung: Anfang 2024 waren die medienpolitischen Diskussionen von Stimmen geprägt, die kritisch-konstruktiv auf eine gute Zukunft für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk hinarbeiteten – so etwa der Zukunftsrat mit seinem Bericht an die Rundfunkkommission. Unter konstruktiven Vorzeichen begann auch das Unterfangen der Rundfunkkommission, einen zukunftsfähigen Rahmen durch ein Reformstaatsvertragswerk für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk – bis hin zur Finanzierung – zu definieren. Mit Besorgnis aber registrieren wir nun grundsätzlich ablehnende Aussagen zur Umsetzung der Beitragsempfehlung und die schwierigen Debatten im Länderkreis zum Finanzierungsstaatsvertrag als fünfte Säule im Reformprozess. Inflation und Preissteigerung der letzten Jahre sind auch an uns nicht spurlos vorbeigegangen, haben zu andauernden Sparprozessen geführt. Klar ist: Die Umsetzung der aktuellen KEF-Empfehlung, die eine Steigerung des Rundfunkbeitrags um 0,8 % pro Jahr bedeutet, ist notwendig, damit Radio Bremen auftragsgemäß finanziert ist und entsprechend arbeiten kann.

Vor diesem Hintergrund könnte der Ausspruch Michelle Obamas „Es ist wichtig, dass Sie verstehen, dass Ihre Erfahrung im Umgang mit Widrigkeiten und deren Überwindung einer Ihrer größten Vorteile ist“ als Leitsatz und als Motivation für das kommende Jahr 2025 dienen. Wir sind uns des Privilegs der Beitragsfinanzierung bewusst und dem Auftrag als Demokratiemedium verpflichtet. Insofern stellen wir uns den Herausforderungen konstruktiv, pochen aber auch auf die Einhaltung verfassungsrechtlich bestätigter Prozesse und auf Verlässlichkeit bei der Finanzierung unseres Auftrags.

Grundlage für unsere Strategie der nächsten Jahre ist das Verständnis, dass wir bei Radio Bremen alle gemeinsam Verantwortung für die zukünftige Entwicklung unserer Arbeit, für Strukturen und Prozesse tragen. So entstand die neue Radio Bremen-Strategie 2025–2028 nicht in einem klassischen Top-down-Verfahren des Direktoriums, sondern alle interessierten Kolleg:innen haben mitgearbeitet – dazu zählten u. a. Redakteur:innen, freie Reporter:innen, Führungskräfte, Verwaltungsangestellte und Kolleg:innen der Bremedia. Wir sind davon überzeugt, dass wir die Kompetenz und das Engagement aller Kolleg:innen brauchen, um unsere Arbeit bestmöglich gestalten zu können. Die neue Strategie basiert also auf der Kompetenz vieler Kolleg:innen, sie wurde gemeinsam erarbeitet, es wurden konkrete Ziele auf sieben Feldern beschlossen.

Der vorliegende Bericht greift diese Oberziele und wesentlichen Einzelziele für 2025 inhaltlich und als strukturierende Elemente auf. Gemeinsam Verantwortung übernehmen – oder bremisch gesprochen: „wagen un winnen“. Nach diesem Prinzip unterstützen wir den ARD-Vorsitz des Hessischen Rundfunks 2025–2026. Die digitale, föderale ARD hat nur als partizipative Gemeinschaft eine Zukunft; als Gemeinschaft, die Partikularinteressen minimiert – und so die an sie herangetragene Kritik ernst nimmt. Vor dem Hintergrund der vielfältigen Aufgaben und des damit verbundenen Aufwands setzt der Hessische Rundfunk auf eine neue, partizipative Form des Vorsitzes, das bedeutet: Kolleg:innen aus der ganzen ARD arbeiten mit, wobei Radio Bremen eine besondere Rolle spielen wird. Radio Bremen übernimmt in dieser besonderen Partnerschaft in Person des Programmdirektors Jan Weyrauch den Vorsitz der Audio-Programmkonferenz und unterstützt seitens der Intendanz den HR-Vorsitz z. B. durch die Übernahme von Sonderaufgaben. Zudem hat die Gremienvorsitzendenkonferenz mit Klaus Sondergeld den Rundfunkratsvorsitzenden Radio Bremens zum Vorsitzenden ab 2025 gewählt.

Den Herausforderungen des Jahres 2025 begegnet Radio Bremen durch die zuversichtliche Übernahme von Verantwortung – und geht das ein oder andere Wagnis ein. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine zukunftsreiche Lektüre des Entwicklungsberichts

Dr. Yvette Gerner  
Intendantin



Im Zentrum der sieben strategischen Oberziele für die Jahre 2025–2028 steht immer das Publikum – das bedeutet im Sinne des öffentlich-rechtlichen Auftrags: die gesamte Breite der Gesellschaft in Bremen, Bremerhaven und umzu. Wo in diesem Bericht ein einzelnes Oberfeld der Radio Bremen-Strategie 2025–2028 auftaucht, ist dies zu Beginn des jeweiligen Kapitels mit dem entsprechenden Icon markiert.

## UNSERE ZIELE IM ÜBERBLICK

- 1** **Wir schaffen als ARD-Innovationslabor Leuchttürme.**  
Wir sind ein Innovationslabor für die digitale, föderale ARD: Unser Fokus liegt auf Innovationen und Highlight-Produktionen für ein jüngeres Publikum. Wir bleiben kreativ und sind stets auf der Suche nach dem nächsten großen Ding für die ARD.
- 2** **Wir sind das Medienhaus für die Region und ihre Zivilgesellschaft.**  
Radio Bremen bietet ein vielfältiges Medienangebot für alle Menschen, die in Bremen, Bremerhaven und der Region leben. Mit relevanten, aktuellen, gesprächswertigen und verlässlichen Inhalten wird Radio Bremen ihrem journalistischen Auftrag gerecht und fördert den gesellschaftlichen Zusammenhalt.
- 3** **Wir fördern als Dialoganstalt die Demokratie.**  
Als Dialoganstalt sind wir konsequent im Austausch mit dem Publikum – für eine demokratische Diskurskultur. In Dialogformaten nehmen wir die programmlichen Anregungen unseres Publikums auf und fördern Debatten vor Ort.
- 4** **Wir gestalten Innovationskultur mit exzellenten Kolleg:innen.**  
Durch ein offenes und vertrauensvolles Miteinander schaffen wir eine Atmosphäre, in der wir exzellente Kolleg:innen gewinnen, entwickeln und halten. Mit ihnen meistern wir den digitalen Wandel. Unsere Unternehmenskultur ist auch Voraussetzung für Innovationsgeist – wir denken unkonventionell und probieren mutige Ideen aus.
- 5** **Wir bauen unsere Strukturen und Prozesse für das Digitale aus.**  
Wir passen unseren Betrieb, unsere Prozesse und Organisationsstrukturen sukzessive an die Erfordernisse der Digitalisierung an und gestalten sie nachhaltig. Egal ob im Büroalltag, bei unseren Distributionsstrukturen oder dem öffentlich-rechtlichen Plattform-Ökosystem – wir gestalten den Medienwandel.
- 6** **Wir wirtschaften sparsam und decken unseren Finanzbedarf langfristig.**  
Wir bündeln Kompetenzen, bauen Doppelstrukturen ab und pflegen kurze Wege, um sparsam zu wirtschaften – in der ARD genauso wie hausintern. Bis zum Ende der Beitragsperiode 2028 streben wir einen ausgeglichenen Haushalt an.
- 7** **Wir fördern Nachhaltigkeit und Energieeffizienz.**  
Radio Bremen und die Bremedia wollen klimaneutral werden und verfolgen eine gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie. Darum treiben wir grüne Projekte in der Unternehmensfamilie voran. Nachhaltigkeit leben wir auch im ARD-Verbund.



**WIR SCHAFFEN ALS ARD-INNOVATIONSLABOR LEUCHTTÜRME.**

Wir sind ein Innovationslabor für die digitale, föderale ARD: Unser Fokus liegt auf Innovationen und Highlight-Produktionen für ein jüngeres Publikum. Wir bleiben kreativ und sind stets auf der Suche nach dem nächsten großen Ding für die ARD.



THEMENFELD	MASSNAHME / PROJEKT	UMSETZUNG
------------	---------------------	-----------

*Maßnahmen Entwicklungsbericht 2024*

Conversion und Distribution	<i>Y-Kollektiv</i> von Youtube zur Mediathek	2024
Conversion und Distribution	Integration <i>RABIAT</i> ins <i>Y-Kollektiv</i>	2023
Formatentwicklung	Weitere Staffel von <i>#Ukraine – mein Land im Krieg</i>	2024

*Maßnahmen Entwicklungsbericht 2025*

Conversion und Distribution	Programmanreicherung Audiothek	2025
Formatentwicklung	Podcast <i>Y-Kollektiv</i>	Ende 2024
Formatentwicklung	Aus <i>Past Forward</i> wird <i>Y-History</i>	2025
Formatentwicklung	Fortsetzung von <i>Kein Mucks</i>	Ende 2024

## Junge Zielgruppen für die ARD erreichen und binden

Neue Inhalte für die Gemeinschaftsangebote der ARD werden wir gemäß der neuen *Radio Bremen-Strategie 2025–2028* überwiegend für eine Zielgruppe unter 40 Jahren produzieren. Dafür werden wir neue Kooperationen eingehen, innerhalb Radio Bremens genauso wie mit anderen Landesrundfunkanstalten. Wir fokussieren uns dabei auf potenzielle Highlight-Formate, die sich durch frische Erzählweisen und neue Perspektiven auszeichnen. Sie sollen aus der Vielfalt des Medienangebots herausstechen und so neue Zielgruppen gewinnen, die die ARD-Plattformen bisher nicht genutzt haben.

*Für die ARD spricht Radio Bremen insbesondere eine junge Zielgruppe an – und leistet so einen Beitrag zur Integration der Gesellschaft. Im Meer der Informationen (und Desinformationen) der Social Media muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk Orientierung bieten.*

*Qualitätsrichtlinie: Standards für eine gleichberechtigte rezeptive und/oder kommunikative Teilhabe des Publikums*

*„4. Allen Bevölkerungsgruppen soll die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglicht werden. Dies wird an verschiedenen Punkten verwirklicht: bei der Nutzung von Angeboten in Form von Konsum (Rezeption) oder Kommentierung (aktiver Teilhabe) und auch beim technischen Zugang. Es sind dabei alle Altersgruppen angemessen zu berücksichtigen, insbesondere Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene, und auch die Anliegen von Familien.“*

## Das Y-Kollektiv etabliert sich als die junge Doku-Markete in der ARD Mediathek

Das *Y-Kollektiv*, das 2016 als junges Reportage-Format für funk auf Youtube startete, ist seit nunmehr einem Jahr ein Plattform-promotendes Format der ARD Mediathek. Das bedeutet: Unter der Federführung Radio Bremens entstehen 33 *Y-Kollektiv*-Folgen pro Jahr. Gleich acht Landesrundfunkanstalten produzieren die Reportagen für eine jüngere Zielgruppe – und wir veröffentlichen sie in der Mediathek. Auf Youtube groß geworden, soll die Marke *Y-Kollektiv* nun unserer eigenen Plattform zugutekommen. Dafür haben die Digitale Garage und der Programmbereich Gesellschaft

2024 eine Formatredaktion aufgebaut. Sie übernimmt die Koordination, leitet Sitzungen im ARD-Verbund und ist verantwortlich für das Social Media- und Community-Management des Formats. Die bisherige TV-Marke *RABIAT by Y-Kollektiv* haben wir ins *Y-Kollektiv* integriert.

Die bisherige Bilanz des Plattform-promotenden *Y-Kollektivs*: Ab Juli 2023 bis Mitte Juli 2024 entstanden 39 Ausgaben. Die Folgen erreichten insgesamt mehr als sieben Millionen Aufrufe in der ARD Mediathek und mehr als 14 Millionen Abrufe auf Youtube. Das *Y-Kollektiv* erweist sich nach dem ersten Publikationsjahr in der ARD Mediathek als stabil und entwicklungsfähig. Um das komplette Potenzial des Formats auszuschöpfen, planen wir 2025 eine Schärfung des Formatkerns.

Nach der Fusion von *Y-Kollektiv* und *RABIAT* bekommt die Marke 2025 erneut Zuwachs. Aus dem erfolgreichen jungen Doku-Format *Past Forward* soll *Y-History* werden, denn die Schnittmenge beider Zielgruppen ist hoch. So steigt die Anzahl der jährlichen Reportagen aus der *Y-Kollektiv*-Welt auf 45. *Y-History* soll im Januar 2025 starten. In Kooperation mit dem Rundfunk Berlin-Brandenburg soll Ende 2024 außerdem ein *Y-Kollektiv*-Podcast mit zunächst 26 Folgen starten.

### Der Vorgänger von Y-History: Past Forward

*Das junge, non-lineare Geschichtsformat für die ARD Mediathek verbindet geschichtliche Themen mit dem Hier und Heute, indem es die Frage stellt: Was für eine Geschichte haben aktuelle gesellschaftliche Themen – und was hat das eigentlich mit mir zu tun? Mit aktuellen und kontroversen Fragen an die Geschichte erreicht das Reportageformat ein wachsendes, jüngeres Publikum. Insgesamt gab es 2024 zwölf Folgen. Past Forward ist eine Koproduktion von HR, Radio Bremen, BR und MDR.*



### Top 3 Beiträge ARD Mediathek

### Wiedergaben

<i>Toxische Männlichkeit – wem schadet sie?</i>	314.522
<i>Radikaler Rechtsruck – kommt alles wie 33?</i>	248.458
<i>Tradwives – Hausfrauen-Revival auf Instagram?</i>	211.578



## Distribution für die ARD Mediathek und Audiothek

Was nutzen gute Inhalte, wenn sie unsere Zielgruppen nicht dort erreichen, wo sie sich aufhalten? Bei Radio Bremen bekommen erfolgreiche Distribution und Conversion einen immer höheren Stellenwert. Darum haben wir uns vorgenommen, künftig bei jedem Projekt auch die Online-Sichtbarkeit und Bewerbung der Inhalte direkt mitzudenken.

### Conversion

*Conversion bezeichnet den Optimierungsprozess, der Besucher:innen aus einem sozialen Netzwerk auf eine eigene Website oder Plattform umleiten soll. Die Conversion Rate bildet den Erfolg dieses Prozesses ab. Beim Y-Kollektiv konzentriert sich die Bemühung darauf, die große Community von Youtube und Instagram in die ARD Mediathek zu überführen. Dies sind insgesamt mehr als 1,2 Millionen Kanal-Abonnent:innen.*

*Auf Youtube erzielte seit dem Neustart des Y-Kollektivs die Folge „Scheiße gebaut“ mit mehr als 1,6 Millionen die höchste Abrufzahl. Zugleich markiert sie als erste Folge der Reportage „Letzte Chance Jugendarrest“ mit einer Conversion Rate von 19 Prozent 2024 den bislang größten Erfolg auf diesem Gebiet. Das bedeutet, dass knapp ein Fünftel der Nutzer:innen, die den Beitrag bei Youtube oder Instagram aufgerufen haben, in die ARD Mediathek gewechselt sind.*



Die Digitale Garage macht vor, wie die Distribution im Digitalen besser funktionieren kann: Die PAM-Einheit (Programm-Anreicherung Mediathek) betreut den Youtube-Kanal der ARD Mediathek mit dem Ziel, ARD-Inhalte dort zu bewerben, wo sich eine große jüngere Zielgruppe befindet. Allein im laufenden Jahr 2024 wurden die Videos dort 29 Millionen Mal aufgerufen und konnte die Follower:innen-Zahl von Januar bis November um gut 30.000 auf nunmehr 821.000 Abonnent:innen gesteigert werden.

Das PAM-Team der Digitalen Garage wächst immer enger mit dem Social-Media-Team der Hauptkanäle der ARD Mediathek zusammen. Gemeinschaftlich arbeiten wir an den Standorten Mainz

(ARD Online / SWR), München (ARD Programmdirektion / BR) und Bremen (Digitale Garage / Radio Bremen) zusammen und bespielen die Kanäle der ARD Mediathek auf Youtube, Tiktok, Facebook, Instagram, X und Whatsapp. Wir nutzen Synergien und adaptieren Inhalte plattformgerecht für die verschiedenen Auftritte auf den Drittplattformen. Diesen Weg setzen wir 2025 konsequent fort und gehen ihn zusätzlich auch mit der Audiothek: Das PAM-Team in der Digitalen Garage wird unter der Federführung des SWR künftig auch die Programm-Anreicherung in der ARD Audiothek unterstützen. Gemeinsam mit den Kolleg:innen kuratieren wir bei Radio Bremen den Audio-Content, entwickeln Distributionsstrategien und produzieren Inhalte für die sozialen Medien.

## ARD im Audio-Bereich weiter stärken

Im Rahmen des anstehenden Vorsitz-Wechsels vom SWR auf den Hessischen Rundfunk unterstützt Radio Bremen unter anderem auf Programmebene: Wir übernehmen für die beiden Jahre des Vorsitzes, 2025–2026, die Leitung der Audioprogrammkonferenz (APK). Programmdirektor Jan Weyrauch wird APK-Vorsitzender. Die Audioprogrammkonferenz ist eine der drei großen Programm-Kommissionen der ARD auf direktozialer Ebene. Neben der APK gibt es die Videoprogrammkonferenz (VPK) und die Gemeinsame Programmkonferenz (GPK). Die drei Kommissionen steuern die jeweiligen Bereiche der ARD und beraten darüber hinaus für die ARD-Intendant:innen strategische Programmfragen vor. Die APK kümmert sich dabei um die Audio-Angebote im linearen Radio sowie alle digitalen Audio Angebote. Die ARD Audiothek spielt dabei die größte Rolle. Für den APK-Vorsitz hat Radio Bremen eine temporäre Stabsstelle eingerichtet. Sie wird die APK koordinieren und sich inhaltlich darauf konzentrieren, die ARD Audiothek als Gemeinschaftsanstrengung weiter zu stärken (siehe auch S. 34).

## Erfolgreichstes Format der Audiothek fortführen

Radio Bremen setzt 2025 nicht nur organisatorisch und konzeptionell Akzente im Audiobereich, sondern engagiert sich auch weiterhin mit aufwendig recherchierten und produzierten Dokumentationen: Ein Klassiker, das *Bremen Zwei*-Feature, erzählte 2024 die Geschichte des im Holocaust ermordeten Jugendlichen Petr Ginz und seiner Zeitschrift „Vedem“, mit der er seinen Alters-

genoss:innen im Ghetto Theresienstadt in den dunkelsten Stunden Hoffnung und Selbstermächtigung ermöglichte. 2025 wird *Bremen Zwei* ein ARD Radiofeature über ein drängendes Thema der Gegenwart veröffentlichen: über den Küstenschutz an Nord- und Ostsee. Es bietet auch Raum für Protagonist:innen aus der Region.

Mit dem Krimi-Format *Kein Mucks*, gehostet von Bastian Pastewka, produziert Radio Bremen das aktuell erfolgreichste Format der ARD Audiothek. Über alle Staffeln hinweg wurde *Kein Mucks* 2023 4,3 Millionen Mal in der ARD Audiothek abgerufen, von Januar bis November 2024 verzeichnete das Format dort über 5,5 Millionen Abrufe. Auch auf Drittplattformen generiert es hohe Nutzungsvolumina. Ursprünglich war *Kein Mucks* ein reines *Bremen Zwei*-Werk. Inzwischen beteiligen sich alle ARD-Anstalten an der Produktion. Auch hier steht Radio Bremen für erfolgreiche Kooperationen in der Gemeinschaft. Und nebenbei werden sehr alte Hörspiele für junge Menschen erschlossen. Die Hörer:innen erleben akustisch, wie sich die Umgangsformen über die letzten Jahrzehnte verändert haben und werden so unvermittelt mit dem Wandel des Zeitgeists konfrontiert. Die sechste Staffel ist bereits in Planung.

### Preisgekrönte Produktionen für Kinder fortsetzen

Radio Bremen möchte mit ihren Angeboten natürlich auch die Jüngsten in der Gesellschaft erreichen. Kindern das Thema Krieg zu vermitteln, gehört dabei zu den schwersten Aufgaben. Der Angriffskrieg auf die Ukraine wird sich im Februar 2025 aller Voraussicht nach zum dritten Mal jähren. Radio Bremen produziert darum eine weitere Folge von *#Ukraine – Mein Land im Krieg*. In der Dokuserie berichten Kinder über ihr Leben im Krieg und im Exil. Sie war 2023 für den *Grimme-Preis* nominiert, wurde 2023 mit dem *Robert Geisendörfer Preis* ausgezeichnet, hat 2024 den *Andere Zeiten-Journalist:innenpreis* erhalten und wird nun mit einer einzelnen, längeren Folge à 25 Minuten fortgesetzt.

Im September 2024 hat Radio Bremen gemeinsam mit SWR und NDR die Dreharbeiten der Romanverfilmung *Ein Sommer in Somerby* abgeschlossen. Im Auftaktroman der erfolgreichen Reihe von Kirsten Boie wollen die drei Großstadtkinder Martha, Mats und Mikkell eigentlich nicht zu ihrer fremden, schroffen Oma in das kleine reetgedeckte Haus ohne Verkehrs- und Telefonanbindung fahren. Doch dann entdecken sie einen Sehnsuchtsort mit unendlichen Freiheiten.



## Fiktionale Highlights, die in der Region spielen

Radio Bremen bleibt – neben all den Bemühungen um ein junges Publikum – selbstverständlich für alle Nutzer:innen-Gruppen in Deutschland sichtbar. Im Fiktionalen darf sich das Bewegtbild-Publikum in der ARD Mediathek und im Ersten auf Spannung aus Bremen und Bremerhaven freuen: 2025 fahnden die Tatort-Kommissarinnen Liv Moormann und Linda Selb nach dem Mörder eines jungen Mannes, der tot am Weserstrand gefunden wird. Und im zweiten Bremerhaven-Krimi sind die Zollermittler:innen einem Verbrechen an einem der wichtigsten Containerterminals für den weltweiten Warenverkehr auf der Spur. Auch die Ermittler:innen Lisa Cunningham und Gero von Bernbeck sind wieder dabei, wenn es um einen verschwundenen Whistleblower geht, der Beweise für illegale Waffenlieferungen gefunden haben will.

Für den ersten Bremerhaven-Krimi *Tödliche Fracht* (Dezember 2023) hat unsere Medienforschung anteilig die folgenden Mediennutzungstypen ermittelt. Die zugrunde liegende Nutzer:innen-Typologie hilft unseren Programmacher:innen, spezifische Gruppen anzusprechen. Die Auswertung für *Tödlich Fracht* zeigt, dass der Krimi ein breiteres Publikum – insbesondere auch einen höheren Anteil junger Mediennutzungstypen – erreicht hat, als klassische Produktionen für das lineare Fernsehen.

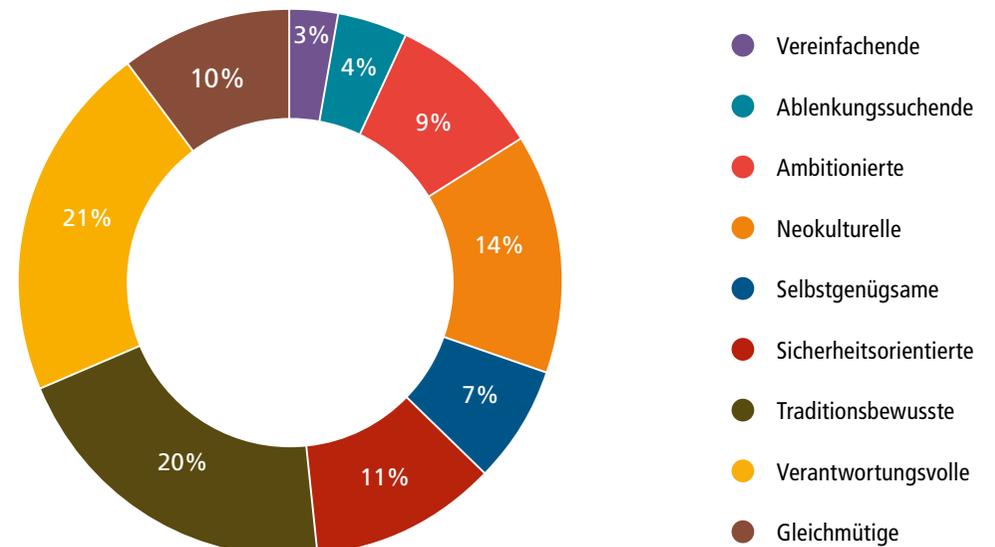


Cynthia Micas als Lisa Cunningham und Bernd Hölscher als Gero von Bernbeck im Bremerhaven-Krimi.  
Quelle: Radio Bremen / Jörg Landsberg.

### Digital Media Types

Mit der Typologie Digital Media Types (DMT) werden unterschiedliche Mediennutzungsgruppen in Deutschland bezeichnet. Sie wurden auf Grundlage einer repräsentativen, wissenschaftlich fundierten Studie identifiziert. Die neun Typen bilden die Mediennutzung der Deutschen als zentralen Bestandteil ihrer Lebenswelten ab. Die DMT Digital Media Types sind die weiterentwickelte Neuauflage der renommierten Mediennutzertypologie (MNT) von ARD und ZDF.

Erfahren Sie hier mehr  
über die einzelnen Mediennutzungstypen:



Anteil der Digital Media Types für den Bremerhaven-Krimi „Tödliche Fracht“. Quelle: Radio Bremen.



WIR SIND DAS MEDIENHAUS FÜR DIE REGION UND IHRE ZIVILGESELLSCHAFT.

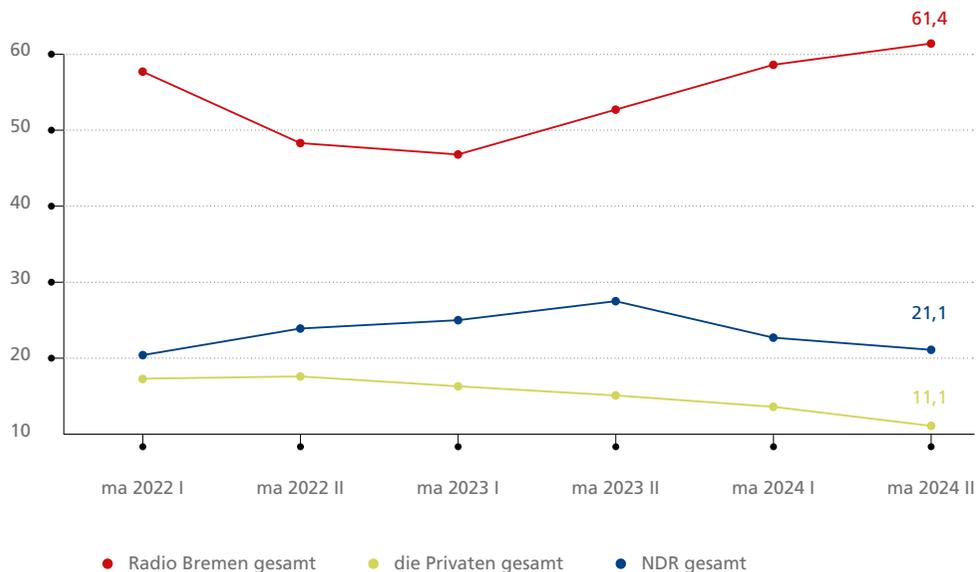
Radio Bremen bietet ein vielfältiges Medienangebot für alle Menschen, die in Bremen, Bremerhaven und der Region leben.

Mit relevanten, aktuellen, gesprächswertigen und verlässlichen Inhalten wird Radio Bremen ihrem journalistischen Auftrag gerecht und fördert den gesellschaftlichen Zusammenhalt.

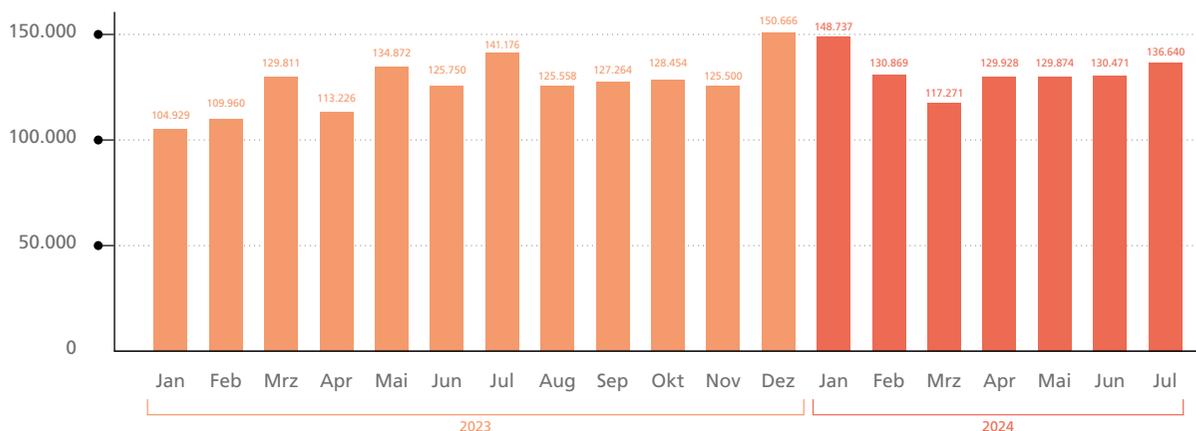


THEMENFELD	MASSNAHME / PROJEKT	UMSETZUNG
<i>Maßnahmen Entwicklungsbericht 2024</i>		
Europawahl	Wahlformate für Bremer:innen zur Auseinandersetzung mit der EU (z. B. <i>Wahl-Mobil</i> )	2024
Zielgruppen	Unterrepräsentierte Gegenden ins Programm holen	2024 ff.
Überregionale Berichterstattung	Bremen und Bremerhaven im neuen ARD-Mittagsmagazin platzieren	2024
Digitale Weiterentwicklung <i>buten un binnen</i>	<i>buten un binnen</i> verabschiedet sich von Twitter und startet auf dem Messenger-Dienst Whatsapp	2023–2024
<i>Maßnahmen Entwicklungsbericht 2025</i>		
Bundestagswahl	Erfolgreiche Wahlformate weiterführen und fortentwickeln	2025
Formatentwicklung	Regionale Highlights für die ARD (z. B. <i>Die Seenotretter</i> )	2024–2025
Formatentwicklung	Überführung von <i>WhatTheFactBremen</i> in den redaktionellen Regelbetrieb	2025
Reichweiten	Hohe Reichweiten im Linearen halten und im Non-Linearen noch erfolgreicher werden	2025–2028

### Marktanteil Hörfunk im Land Bremen



Marktanteil in Prozent, Mo–Fr, Land Bremen. Quelle: ma Radio, 2022–2024. Der Marktanteil sagt aus, wie hoch der Anteil der Hördauer eines Radiosenders/-programms an der Gesamthördauer von Radio ist.



### Sehbeteiligung und Marktanteil *buten un binnen* TV im Vergleich

REGIONALMAGAZIN	2023		2024*	
	Marktanteil in %	Sehbeteiligung (Mio.)	Marktanteil in %	Sehbeteiligung (Mio.)
<b>buten un binnen</b>	39,1	0,067	42,5	0,069
Hamburg Journal	37,5	0,151	39,2	0,155
Schleswig-Holstein Magazin	35,8	0,297	35,8	0,305
Nordmagazin	37,3	0,212	35,2	0,197
Hallo Niedersachsen	22,9	0,497	22,3	0,467

\* bis einschließlich Juli

Landesprogramme um 19:30 Uhr, Sehbeteiligung in Mio., Marktanteil in Prozent, Mo–So, Zeitraum: Januar 2023 bis Juli 2024. Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE. Der Marktanteil sagt aus, wie hoch der Anteil der Sehdauer an der Gesamtsehdauer von Fernsehen zum besagten Zeitpunkt ist. Die Sehbeteiligung sagt aus, wie viele Zuschauer:innen ein Programm im Durchschnitt eingeschaltet haben.

### Visits pro Tag *butenunbinnen.de*

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

Zeitraum: Januar 2023 bis Juli 2024, Quelle: AT Internet (API).

## Verbundenheit, die sich in Zahlen widerspiegelt

Starke Reichweiten in den linearen und non-linearen Ausspielwegen zeigen die enge Verbundenheit der Menschen in Bremen, Bremerhaven und der Region mit ihrer Rundfunkanstalt. Radio Bremen erreicht sowohl linear als auch digital einen Großteil der Bevölkerung im Land Bremen: zum einen mit derzeit mehr als 60 Prozent Marktanteil im Hörfunk und mit mehr als 40 Prozent beim Fernseh-Regionalmagazin *buten un binnen*, zum anderen mit starken Reichweiten von *butenunbinnen.de*, der *buten un binnen*-App und in den sozialen Netzwerken. Es gehört zu den zentralen strategischen Zielen, bis 2028 die starken Werte in den linearen Ausspielwegen zu halten und gleichzeitig im Digitalen noch erfolgreicher zu werden.

### Qualitätsrichtlinie:

#### Standards für den Prozess der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung

„1.1 Radio Bremen orientiert sich in seinen Angeboten an der Relevanz für Gesellschaft und Individuum im Land Bremen wie im Sendegebiet insgesamt. Radio Bremen berichtet auch dann, wenn ein relevantes Thema noch nicht oder nicht mehr in den Schlagzeilen ist.“

## In der Krise verlässlich für die Menschen da sein

Die Hochwasser-Lage zum Jahreswechsel 2023/2024 hat eindrücklich gezeigt, wie wichtig die regionale Berichterstattung Radio Bremens für das Publikum ist. Viele Menschen haben Radio Bremen gesehen, gehört, geklickt – und gefragt. Bei uns haben sie konstant aktuelle, relevante und verlässliche Informationen, wichtige Serviceangebote und fundierte Einordnungen bekommen. Hier war auch Raum für Emotionen. Die Redaktionen haben ein umfassendes Angebot geliefert: von einer tagelangen Live- und Regelberichterstattung über einen „Gemeinsam stark“-Tag, an dem die Hilfskräfte und die Solidarität der Bevölkerung im Vordergrund standen, bis hin zur Berichterstattung über die Folgen ein halbes Jahr nach dem Hochwasser.



Liveschle nach Lilienthal: buten un binnen-Reporter Jan Meier-Wendte berichtet über die Hochwasserkatastrophe zur Jahreswende 2023/2024. Quelle: Radio Bremen.

## Bis 2028 Vielfalt sichern und ausbauen

Regionale Berichterstattung – faktenbasiert und einordnend, fair und kritisch, vom Publikum aus gedacht und entsprechend vielfältig und verständlich – ist und bleibt die Kernkompetenz Radio Bremens. Es gehört zu unseren strategischen Zielen, bis 2028 ihre Vielfalt zu sichern und auszubauen, um ein noch diverseres Publikum mit ebenso vielfältigen Inhalten zu erreichen. So versucht *buten un binnen* immer wieder Einblicke in Lebenswelten zu geben, die nicht allen Zuschauer:innen offenstehen. Dafür nimmt sich das Team mit *buten un binnen*-EXTRAS und der *buten un binnen*-Wochenserie mehr Zeit, als es im tagesaktuellen Geschäft möglich ist. 2024 ging es beispielsweise um Leben mit Autismus (2.4.2024), das Leben in der Flüchtlingsunterkunft (26.3.2024) oder auch das Dorfleben (18.5.2024). Solche Schwerpunkte mit Tiefgang wird es auch 2025 geben.

### WhatTheFactBremen: Nachrichten aus der Zielgruppe für die Zielgruppe

Als Landesrundfunkanstalt mit starkem regionalen Fokus steht Radio Bremen vor der Herausforderung, dass insbesondere 14- bis 29-Jährige unsere linearen Angebote immer weniger nutzen. *buten un binnen* als TV-Regionalmagazin ist kein Angebot für Schüler:innen oder Azubis. Mit dem Tiktok-Kanal *WhatTheFact Bremen* wollen *buten un binnen* und *Bremen NEXT* das ändern. Seit Mai 2022 veröffentlicht der Kanal zwei Videos pro Woche. Virale Clips erreichen teilweise mehr als 500.000 Menschen. 2025 wollen wir das Projekt in den Regelbetrieb überführen.

*WhatTheFactBremen* bewegt sich auf einer Plattform, die einen internationalen Fokus hat und als schwieriges Umfeld für journalistische und regionale Inhalte gilt. Mit einer Mischung aus Information, journalistischem Tiefgang und Unterhaltung erreichen junge Journalist:innen ihr Publikum aus der Region – mit Haltung und vor allem auf Augenhöhe: Wie kann Bremen einen guten Umgang mit den Tauben in der Innenstadt finden? Warum hat das Bremer Abitur so einen schlechten Ruf? Und was hat es mit den Stolpersteinen auf sich?

### Europa- und Bundestagswahl: die Perspektive der Erst- und Jungwähler:innen

Krisen und Kriege in Europa, unbezahlte Praktika, das neue EU-Wahlalter – *Bremen NEXT* hat zur Europawahl 2024 in mehreren Beiträgen im Radio und auf Social Media – u. a. mit *WhatTheFact Bremen* – gezeigt, was EU-Politik mit dem Alltag junger Menschen im Land zu tun hat. Außerdem sind die *Bremen NEXT*-Reporter:innen in verschiedenen Bremer und Bremerhavener Stadtteilen mit ihrer Community ins Gespräch gekommen und haben gefragt: Welche Themen müssten EU-Politiker:innen angehen? Für die Bundestagswahl 2025 sind ähnliche Formate geplant – sie sollen eine Generation erreichen, die laut Shell Jugendstudie 2024 politisch interessierter ist und sich deutlicher positioniert als junge Menschen in früheren Erhebungswellen.

Selbstverständlich zielt die Wahlberichterstattung Radio Bremens nicht nur auf Jungwähler:innen, sondern auf die gesamte Breite der Gesellschaft. So hat zum Beispiel das *Wahl-Mobil* von *buten un binnen* vor der Europawahl im Apollo in Bremerhaven und in der Union-Brauerei in Bremen-Walle Halt gemacht. Dort diskutierten die Kandidat:innen mit dem Publikum. Auch zur Bundestagswahl 2025 sind Veranstaltungen dieses Formats geplant.



Host Bianca Marsteller von *Bremen NEXT* präsentiert dem Publikum von *WhatTheFactBremen* den Wahl-O-Mat auf *butenunbinnen.de*, Tiktok und Instagram. Quelle: Radio Bremen.

*Insbesondere in Wahlzeiten spielen unsere Angebote eine wichtige Rolle im demokratischen Meinungs- und Willensbildungsprozess.*

*Qualitätsrichtlinie: Standards für den Prozess der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung*  
 „1.5 Radio Bremen fördert mit den Angeboten den Diskurs über möglichst alle gesellschaftlich relevanten Sachverhalte und fördert eine eigenständige Meinungsbildung.“

## Konsequent digitale Kompetenzen weiterentwickeln

Crossmedialität gehört zum redaktionellen Alltag der Regionalberichterstattung. Die Entscheidung, *buten un binnen* zur Marke für regionale Information auf allen Ausspielwegen zu machen, hat sich ausgezahlt – und auch in der redaktionellen Zusammenarbeit viel verändert. Unser Team tauscht Informationen unabhängig vom Ausspielweg aus, liefert Audios, Fotos und Videomaterial direkt für das Digitale, um die Inhalte schnell und formatgerecht zu veröffentlichen. Aktuell liegt ein Augenmerk auf „Vertical Videos“, also Hochkant-Videos, wie man sie aus den sozialen Netzwerken kennt. Sie haben den Bewegtbild-Anteil auf *butenunbinnen.de* signifikant erhöht.

### *buten un binnen* seit einem Jahr bei Whatsapp

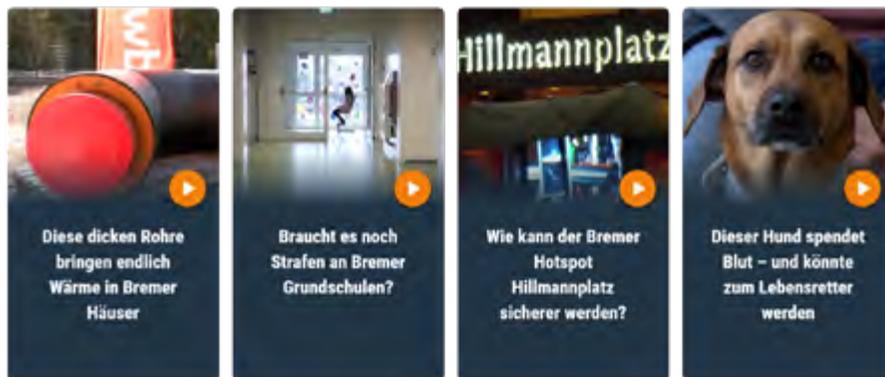
Die wichtigsten Themen des Tages aus Bremen und Bremerhaven erhalten Nutzer:innen seit November 2023 auch über Whatsapp – *buten un binnen* hat dafür einen eigenen Kanal gestartet. Im November 2024 verfügt er über mehr als 20.000 Abonnent:innen.



## Regionales für die ARD Mediathek produzieren

Ein weiterer Baustein für mehr Regionalität im Digitalen ist die ARD Mediathek: Die nationale Ausspielung von regionaler TV-Berichterstattung hat eine lange Tradition – 2024 schafften es allein in das ARD-Mittagsmagazin 33 Beiträge oder Live-Schalten von Radio Bremen. Inzwischen rücken regionale Inhalte in der Mediathek immer stärker in den Fokus. Wie können wir dort Bremen, Bremerhaven und umzu sichtbar machen? Ein besonders erfolgreiches Beispiel kommt vom WDR: Die Doku-Serie *Feuer & Flamme* zeigt Einsätze von Feuerwehren in Nordrhein-Westfalen. Die Ruhrgebiets-typischen Geschichten habe ein Publikum weit über NRW hinaus gefunden. Nach diesem Vorbild produzieren Radio Bremen und der NDR ein Doku-Format über die Arbeit der Seenotretter der Deutschen Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger. 2025 kommt die Doku-Serie in die Mediathek.

Auch dem Dreiteiler *Tod für Olympia – Der Fall Birgit Dressel* ist es gelungen, eine Protagonistin aus der Region in die ARD Mediathek zu bringen. Die Mehrkämpferin aus Bremen starb 1987 nach der Einnahme von Schmerz- und Dopingmitteln, ihr Tod erregte große mediale Aufmerksamkeit. Die Doku-Serie haben wir für die ARD Mediathek und Das Erste produziert und im Umfeld der Leichtathletik-WM 2024 veröffentlicht. Bis zum Ende der Olympischen Spiele in Paris wurde sie mehr als eine Million Mal abgerufen, hat hervorragende Werte in der Wiedergabedauer erzielt und insbesondere auch beim jungen Publikum gut abgeschnitten.



Seit Dezember 2023 auf *butenunbinnen.de* und in der App abrufbar: die Verticals-Rubrik „Unter 90 Sekunden“. Quelle: Radio Bremen.





WIR FÖRDERN ALS DIALOGANSTALT DIE DEMOKRATIE.

Als Dialoganstalt sind wir konsequent im Austausch mit dem Publikum – für eine demokratische Diskurskultur. In Dialogformaten nehmen wir die programmlichen Anregungen unseres Publikums auf und fördern Debatten vor Ort.



THEMENFELD	MASSNAHME / PROJEKT	UMSETZUNG
<i>Maßnahmen Entwicklungsbericht 2024</i>		
Publikumskontakt	<i>Smart Work</i> -Prozess im Team Publikumskontakt zur Vereinheitlichung des Kontakts mit dem Publikum	2023–2024
Dialog mit den Menschen im Sendegebiet	Stadtteilgespräche mit den vielfältigen Communitys vor Ort	2024
Dialog über Radio Bremen-Produktionen	Filmsonntag (ab 2024 Filmmittwoch)	2023 ff.
Formatentwicklung	„... trifft Radio Bremen“, Start eines neuen Dialogformats, in dem sich Radio Bremen mit verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen austauscht	2024
Content im öffentlichen Raum	QR-Codes im Stadtgebiet anbringen, die auf ARD-Inhalte verlinken	2024–2025

*Maßnahmen Entwicklungsbericht 2025*

Formatentwicklung	Neue Dialogveranstaltungen in den Programmen	2025
Formatentwicklung	Diversifikation der <i>Meinungsmelder</i>	2025
Auswertung von Rückmeldungen	Tool zum Einsammeln von Rückmeldungen bei Dialogveranstaltungen	2025
Dialog vor Ort	Highlight: SAiL in Bremerhaven	2025

2024 ist es uns gelungen, den Dialog mit dem Publikum mit neuen Angeboten weiter auszubauen. Etablierte Formate konnten wir in ihrem Umfang beibehalten oder sogar ausweiten. Für 2025 arbeiten wir an neuen Feedback-Möglichkeiten. Zusätzlich zu den Off-air-Dialogangeboten wird auch der Dialog on air in den Programmen intensiviert. Radio Bremen ist damit auf demselben Kurs wie die ARD. Hier können Formate wie „Mitreden! Deutschland diskutiert“ eine Inspiration sein. In der Sendung kommen zu einem bestimmten Thema Hörer:innen ebenso zu Wort wie Expert:innen.

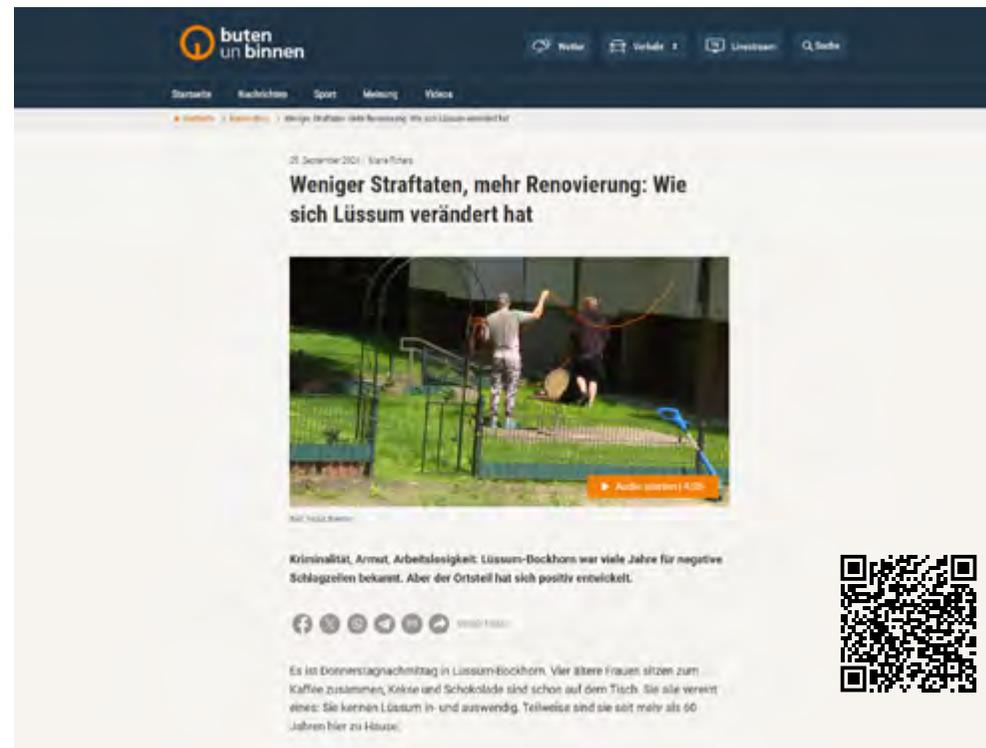
### „... trifft Radio Bremen“

2024 konnten wir die erste Veranstaltung der Reihe realisieren. Im April kamen 25 junge Menschen aus dem ländlichen Raum zu „Landleben trifft Radio Bremen“ ins Funkhaus, um einen Einblick in die Arbeitsweise von Radio Bremen zu bekommen – und um Radio Bremen Feedback zur Berichterstattung zu geben. Eingeladen waren engagierte junge Leute aus Landjugend, Sportvereinen sowie interessierte Studierende. Themen der kritischen Gespräche waren unter anderem „Welche Unterschiede gibt es noch zwischen Stadt und Land?“, „Wie wird das Landleben bei Radio Bremen abgebildet?“ und „Welche Landthemen kommen in der Berichterstattung zu wenig vor?“.

Für 2025 sind vier Veranstaltungen angedacht. Gruppen, die wir gezielt einladen möchten, könnten unter anderem aus den Bereichen Polizei, Ehrenamt und Start-ups kommen.

### Stadtteilgespräche

Die Stadtteilgespräche haben sich 2024 in den Redaktionen als Quelle tiefergehender Informationen und neuer Kontakte etabliert. Unter der Prämisse gestartet, dass nicht jedes Gespräch zu einer Umsetzung im Programm führen muss, haben sich dennoch mehrere Berichte und Aktionen ergeben: In Gröpelingen entstand die Frage nach dem besten Döner der Stadt. In der Vahr berichtete *buten un binnen* über eine Kirche, die als Sozialkaufhaus dient, und nach dem Besuch in Bremen-Nord entstand ein Beitrag über den Wandel des Stadtteils Lüssum-Bockhorn. 2025 werden die Stadtteilgespräche weiter ausgebaut: Es soll mehr Termine geben, die im Anschluss ausgewertet werden. Die Erkenntnisse fließen ins Programm, auch ein Thema des Stadtteilgesprächs soll sich in jedem Fall in der Berichterstattung wiederfinden.



*In Bremen, Bremerhaven – in unserem gesamten Sendegebiet – leben Menschen mit vielfältigen soziokulturellen Hintergründen. Die Stadtteilgespräche zielen auf genau diesen Umstand.*

*Qualitätsrichtlinie: Standards für die Erfüllung der sozialen Bedürfnisse der Gesellschaft*

*„2.14 Radio Bremen fördert mit den Angeboten interkulturelle Kompetenz.“*

*Qualitätsrichtlinie: Standards für die Vielfalt in der Berichterstattung*

*„3.2 [...] In ihren Angeboten bemüht Radio Bremen sich um die Verständigung zwischen verschiedenen Gesellschaftsbereichen und sozialen Gruppen, zwischen unterschiedlichen räumlichen, politischen und kulturellen Milieus. [...]“*

## Start für den Dialog-Container

Schon lange unterstützt Radio Bremen das größte Kulturfestival der Hansestadt, die Breminale, mit der Auswahl von Bands auf der Radio Bremen-Bühne und stellt Moderator:innen. Seit einigen Jahren tritt Radio Bremen auf der Breminale mit den Besucher:innen außerdem in den Austausch. 2024 kam dabei zum ersten Mal der Dialog-Container zum Einsatz. Er informierte Besucher:innen über aktuelle Produktionen von Radio Bremen und der ARD und führte zu vielen Gesprächen zwischen den Mitarbeiter:innen und den Gästen, die unter anderem mithilfe eines Online-Fragebogens mit passenden ARD-Produktionen gematcht wurden.

Auch Feedback zu Radio Bremen und der ARD allgemein konnten die Besucher:innen abgeben. Die Auswertung dieser Abfrage stand den Programmen schon kurz nach dem Event zur Verfügung – nachstehend ist sie beispielhaft zu finden. Nicht jeder Einzelwunsch aus dem Publikum kann umgesetzt werden, etwa weil er nicht unserer strategischen Ausrichtung entspricht – die Besucher:innen des Dialogstands können sich aber sicher sein, dass wir uns mit ihren Anliegen ernsthaft auseinandersetzen und sie in die Organisation tragen.

## Schlaglicht: Dialog in Bremerhaven

Für die Breminale 2025 und die SAiL 2025 wird das Dialogangebot weitergedacht – auch im Radio Bremen-Kalender ist die SAiL nach zehn Jahren Pause ein besonderes Highlight. Es wird wieder eine Radio Bremen-Bühne am Neuen Hafen geben, die mit den Wellen *Bremen Eins* und *Bremen Vier* im Wechsel ein ausgesuchtes Musik- und Kinderprogramm anbieten werden. Ein kleiner Radio Bremen-Standplatz wird unser Dialog-Areal. Redakteur:innen werden dort mit den Besucher:innen über die Angebote aus unserem Haus sprechen; *buten un binnen* wird an zwei Tagen eine News Challenge anbieten.

Mit der Präsenz auf der SAiL setzt Radio Bremen das vielfältige Engagement in der Seestadt fort. 2024 waren zahlreiche interessierte Bremerhavener:innen zur *Medientour Plus* mit Heyko Habben zum Thema Wetter gekommen. Das *Wahl-Mobil* machte vor der Europawahl auch in Bremerhaven halt, genauso wie das Team von „90 Minuten Medienkompetenz“, das vier Workshops in Bremerhaven veranstaltete. Das *Bremen Eins*-Frühstück war drei Mal in Bremerhaven zu Gast. Zum *Bremen Vier*-Lichtermeer in der Seestadt kamen wieder hunderte Menschen. Und neben dem Engagement bei den *Haven Beatz* sendete *Bremen NEXT 2024* zum ersten Mal eine ganze Woche mit der Morning Show live aus dem Studio im ehemaligen Geestbankhaus.

THEMEN	DETAILS	ANZAHL ERWÄHNUNGEN
News	„Weniger schlechte Nachrichten bringen – ziehen runter!“	mehr als 5, aber unter 10
Media- und Audiotheken	Teilweise bekannt; die ARD Mediathek ist bekannter als die ARD Audiothek	ca. 80 % der Gespräche hatten das Streaming unserer Angebote zum Gegenstand
Werbung	Wunsch nach weniger Werbung	mehr als 5, aber unter 10
Musikthemen	„Zuviel Wiederholung, mehr Ausgefallenes spielen!“ – weniger Mainstream, mehr Genre wie Metal oder Hip Hop	mehr als 10, aber unter 20
Wunsch von Kindern	Mehr Wissenssendungen	unter 5
Senderkenntnis/-nennung	Alle Hörfunk-Programme sowie <i>buten un binnen</i> wurden in etwa im selben Verhältnis genannt	knapp 100 Erwähnungenn, in denen Sender/Sendungen explizit benannt wurden

## Filmvorführungen jetzt im Funkhaus

Das etablierte Format Filmsonntag haben wir 2024 „nach Hause“ geholt. Seit März zeigen wir unsere hauseigenen Produktionen auf der Dialogfläche im Bremer Funkhaus und nicht mehr im Kino. Im Anschluss stehen Beteiligte wie Redakteur:innen oder Autor:innen für Fragen aus dem Publikum und thematische Diskussionen zur Verfügung. Die Zuschauer:innen haben so eine weitere Möglichkeit, *ihr* Funkhaus zu erleben. Das Publikum hat diese Möglichkeit 2024 gerne angenommen. Zu sehen waren u. a. die Dokumentationen *Versenkte Kriegsschiffe in der Nordsee*, *Familienleben mit Autismus* und *Das Werder-Märchen 2004 – 20 Jahre Double-Saison*.



Das Publikum nimmt beim Filmmittwoch auf der Dialogfläche im Funkhaus von Radio Bremen Platz.  
Quelle: Radio Bremen.

## Schlaglicht: Medienkompetenz

Genauso wie die ARD entwickelt Radio Bremen die Medienkompetenz-Angebote für verschiedene Zielgruppen stetig fort. 2024 war Radio Bremen unter anderem am ARD-Nachrichtentag beteiligt. In zwei Workshops vor Ort ging es darum, wie Nachrichten bei den Radio Bremen-Programmen entstehen und wie Medienprofis Fake News erkennen. In einem virtuellen Workshop erfuhren die Teilnehmer:innen, wie die regionalen Zulieferungen für die ARD entstehen.

Weiterhin im Einsatz waren 2024 die Angebote „90 Minuten Medienkompetenz“ an weiterführenden Schulen sowie das Angebot „Bremen Vier macht Schule“ für Grundschulen, außerdem die Angebote ARD Jugendmedientag und der Bremer Medienschultag. 2025 wird das Thema Medienkompetenz auch für ältere Zielgruppen weitergedacht, um über Desinformation und Fake News aufzuklären.



Ein Besucher schaut einem Radio Bremen-Kollegen beim ARD-Nachrichtentag am 19. September 2024 über die Schulter. Quelle: Radio Bremen.

**Fortführung unserer bewährten Formate**

<i>Medientour Plus</i>	<i>Führungen mit anschließender Diskussion im Funkhaus Bremen und im Studio Bremerhaven.</i>
<i>Stadtteilgespräch</i>	<i>Wir treffen die vielfältigen Communitys im Land und reden über die Herausforderungen in ihren Stadtteilen. Organisiert von der Kommunikationsabteilung, begleitet von Mitarbeiter:innen aus dem Programm mit anschließender Berichterstattung.</i>
<i>Radio Bremen im Dialog</i>	<i>Zu wechselnden gesellschaftsrelevanten Themen bieten wir Diskussionsrunden an. Expert:innen, Wissenschaftler:innen und Betroffene tauschen sich aus, auch für die Fragen aus dem Publikum gibt es viel Raum. Die bisherigen Themen 2024: „Das perfekte Match?! – wenn KI über Menschen entscheidet“ und „Nachbarschaft heute“.</i>
<i>Previews</i>	<i>Die Tatort-Preview und die Preview der Dokumentation „Hape Kerkeling“ sind Highlights des Kulturlebens in Bremen und Bremerhaven. Wir nutzen solche Gelegenheiten auch, um das Publikum mit den Filmmacher:innen in den Austausch zu bringen.</i>
<i>Radio Bremen-Filmmittwoch</i>	<i>Vorführung von Radio Bremen-Produktionen im Funkhaus und anschließendes Gespräch mit den Filmemacher:innen.</i>

**Publikumskontakt professionalisiert**

Der *Smart Work*-Prozess des Teams Publikumskontakt hat 2024 ein Netzwerk der beteiligten Kolleg:innen hervorgebracht. 2025 kommt ein neues Redaktionssystem, das Antworten mit einer einheitlichen Handschrift ermöglicht. Auch die Auswertung wird dann einfacher. Nutzer:innen bekommen so noch schneller passgenaue Informationen, wenn sie unsere Kontaktmöglichkeiten wahrnehmen.

**Aktionen im Programm**

Auch 2024 hat *Bremen Eins* eine Radtour mit Hörer:innen gemacht – dieses Jahr zum ersten Mal als Sternfahrt aus drei Richtungen. Die Radtour hat sich als Dialogmaßnahme bewährt und wird auch 2025 stattfinden. Auch *Bremen Zwei* hat eine so gute Resonanz auf die Führungen durch die Redaktion bekommen, dass dieses Angebot 2025 ausgeweitet werden soll.

Zusammen Gutes tun und Kinderaugen zum Leuchten bringen – das wollen die beiden meistgehörten bremischen Radioprogramme *Bremen Vier* und *Bremen Eins* vom 4. bis zum 6. Dezember 2024 zusammen mit ihren Hörer:innen. Unter dem Titel *Das Weihnachtswunder – jeder Song hilft* verlassen die Moderator:innen der beiden Sender das Funkhaus und ziehen um in ein gläsernes Studio auf den Bremer Weihnachtsmarkt. Von dort senden die Programme nacheinander live und rund um die Uhr Musikwünsche ihrer Hörer:innen. Unterstützt werden sie zum Beispiel von Schwimmstar Florian Wellbrock und von den Musiker:innen Jupiter Jones, Myle oder Leslie Clio. Mit jedem Musikwunsch ist eine Spende an das Deutsche Kinderhilfswerk verbunden.

In der täglichen Arbeit ist für alle Programme insbesondere das redaktionelle Community-Management auf digitalen Plattformen wichtig, um sich mit ihren Zielgruppen auszutauschen. 2024 haben die Redaktionen dafür Richtlinien erarbeitet, Schulungen veranstaltet und ein internes Netzwerk zum Austausch unter Community-Manager:innen etabliert.

## Nicht über, sondern mit Menschen sprechen: dialogischer Journalismus

Über Programmaktionen und das Community-Management hinaus entwickelt Radio Bremen mit den *Meinungsmeldern* ein dialogisches Journalismus-Tool weiter. Die nichtrepräsentativen Befragungen zu regionalen Themen sind ein vielgenutztes Instrument, das schnell einen Eindruck über Stimmungen in der Bevölkerung zu verschiedensten Themen liefert.

### Die erfolgreichsten Meinungsmelder 2024

2024 haben sich an den folgenden Befragungen die meisten Menschen beteiligt:

5.595 Befragte „Mehr oder weniger Tempo 30 in Bremen?“

5.126 Befragte „Was denken Sie über die Demonstrationen für Demokratie?“

4.410 Befragte „Wie wollen wir arbeiten?“

*Wir sind nah dran an den Lebenswelten der Hörer:innen, Zuschauer:innen und Nutzer:innen. So können wir die verschiedenen Stimmen in der Gesellschaft besser berücksichtigen.*

#### Qualitätsrichtlinie:

*Standards für eine gleichberechtigte rezeptive und/oder kommunikative Teilhabe des Publikums*

*„4.5 Radio Bremen bietet dem Publikum regelmäßig die Möglichkeit, sich zu äußern und einzubringen.“*

#### Qualitätsrichtlinie: Journalistische Standards

*„6.2 Bei der Wiedergabe von Umfragen geben die Radio Bremen-Angebote an, ob es sich um eine repräsentative Meinungsumfrage oder eine nicht-repräsentative Befragung handelt.“*

The screenshot shows a news article on the radio Bremen website. The headline reads: "Jeder 2. Meinungsmelder wünscht sich mehr Tempo-30-Zonen in Bremen". Below the headline is a photo of a red and white circular speed limit sign with the number '30'. To the right of the photo is a red speech bubble icon with a white 'M' and the text 'MEINUNGSMELDER'. Below the photo is a short text snippet: "Mehr Sicherheit für Radfahrer und Fußgänger und weniger Lärm. Das ist es, was sich ein Großteil der Befragten von den 30er-Zonen erhofft. Doch es gibt auch deutliche Gegen..." followed by social media sharing icons. Below that is a paragraph of text: "Die Radio Bremen Meinungsmelder sind sich einig, es ist in Bremen und Bremerhaven mehr oder weniger Tempo-30-Zonen geben soll. Fast die Hälfte, nämlich 48 Prozent der Meinungsmelderinnen und Meinungsmelder, sprachen sich für mehr gleichberechtigte Tempo-30-Zonen aus. Mit 35 Prozent ist allerdings mehr als ein Drittel dagegen. Jeder Zehnte ist die Meinung, die aktuelle Anzahl der Tempo-30-Zonen ist optimal. Einmal alle einmündigen (einschließlich der nicht registrierten) Online-Befragten an der Lini-List 5.600 Personen beteiligten". Below the text is a bar chart titled "Braucht es mehr oder weniger Tempo-30-Zonen?". The chart has three bars: the first bar (left) is red and represents 'mehr' (more) at approximately 48%, the second bar (middle) is red and represents 'optimal' at approximately 10%, and the third bar (right) is red and represents 'weniger' (less) at approximately 35%. A QR code is located in the bottom right corner of the article.

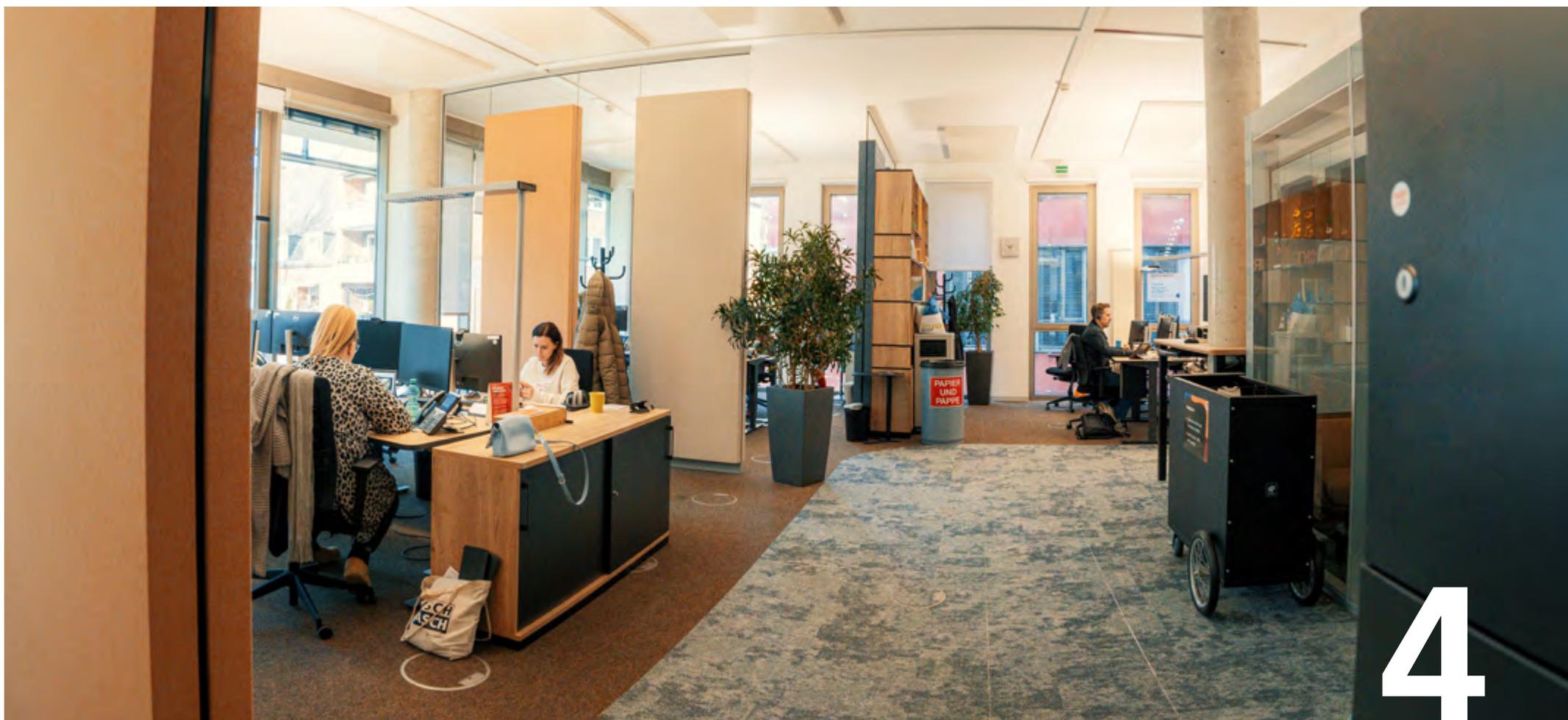
Im Durchschnitt beteiligten sich 2024 jeweils mehr als 3.500 Menschen an den *Meinungsmelder*-Erhebungen. Je näher die ausgewählten Inhalte am Alltag der Bürger:innen sind, desto mehr Menschen nehmen erfahrungsgemäß teil. Mit den *Meinungsmeldern* hat Radio Bremen einen Resonanzraum für die Menschen im Sendegebiet geschaffen. Ihre Zitate aus der Befragung fließen in die Berichterstattung ein.

Um die *Meinungsmelder* noch stärker in die Richtung eines innovativen Werkzeugs für dialogischen Journalismus weiterzuentwickeln, führt das Team derzeit Gespräche mit Expert:innen aus Wissenschaft und Forschung. So soll ein Netzwerk entstehen, das bei den Befragungen beratend zur Seite stehen kann, und mit dessen Unterstützung das Team neue Formate rund um die *Meinungsmelder* entwickeln kann. Dabei wollen die Formatmacher:innen sich unter anderem darauf konzentrieren, konstruktiven Journalismus mit dem Dialogansatz der *Meinungsmelder* zu verknüpfen. Einen ersten Schritt in diese Richtung ist *Bremen NEXT* mit einer Erhebung über Mobbing gegangen. Die Erfahrungen der Befragten haben im Programm genauso Niederschlag gefunden wie die Erkenntnisse und Tipps von Anti-Mobbing-Trainer:innen. Im besten Fall zeigen solche Aktionen Wirkung und helfen, den Zusammenhalt in der Gesellschaft zu stärken.

***Bremen NEXT gewinnt zum zweiten Mal in Folge den Deutschen Radiopreis***

*Vor allem unser jüngstes Programm, Bremen NEXT, spricht mit neuen Ideen immer wieder eine Zielgruppe an, die Radio Bremen sonst nicht erreichen würde. Auch in der ARD hebt sich Bremen NEXT mit seinen kreativen, humorvollen Angängen immer wieder hervor. So dominierte Bremen NEXT ein Meme-Duell aller jungen ARD-Wellen auf Instagram, holte 2023 den Deutschen Radiopreis für die „Beste Sendung“ nach Bremen und gewann 2024 mit der großen Mobbing-Awareness-Aktion in der Kategorie „Beste Programmaktion“ zum zweiten Mal in Folge den wichtigsten Branchenpreis.*

i



4

WIR GESTALTEN INNOVATIONSKULTUR MIT EXZELLENTE KOLLEG:INNEN.

Durch ein offenes und vertrauensvolles Miteinander schaffen wir eine Atmosphäre, in der wir exzellente Kolleg:innen gewinnen, entwickeln und halten. Mit ihnen meistern wir den digitalen Wandel. Unsere Unternehmenskultur ist auch Voraussetzung für Innovationsgeist – wir denken unkonventionell und probieren mutige Ideen aus.

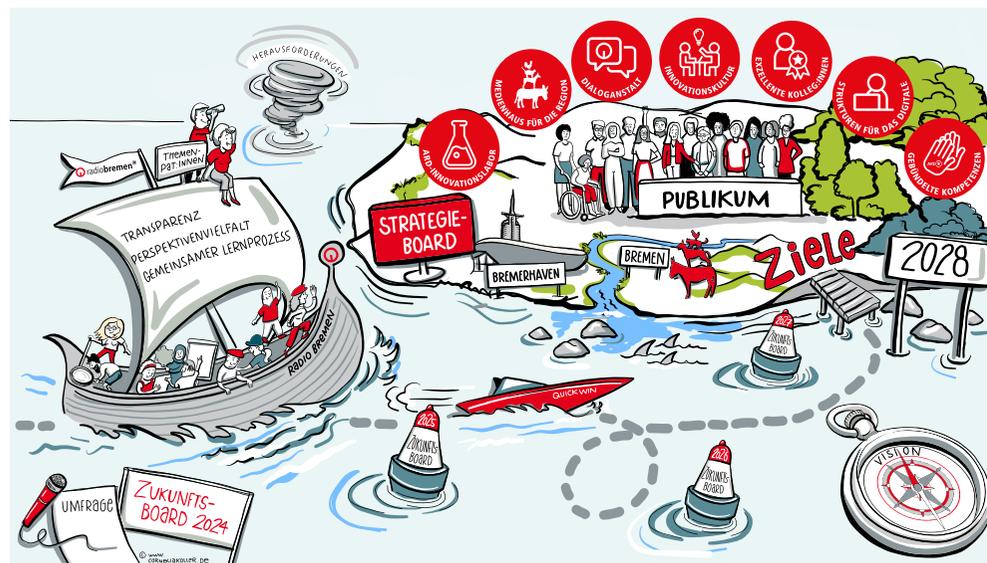


THEMENFELD	MASSNAHME / PROJEKT	UMSETZUNG
<i>Maßnahmen Entwicklungsbericht 2024</i>		
Recruiting	Neue und diverse Talente für Radio Bremen gewinnen, Volontär:innen-Auswahl für den Jahrgang 2025–2027	2024
Onboarding	Fokussierung des Onboarding-Prozesses (Onboarding-Seite im Intranet; Checkliste für Führungskräfte)	2024
Qualifizierung	Aufbau <i>Radio Bremen Akademie</i>	2023–2024
<i>Smart Work</i>	Neue und moderne Arbeitsweisen erarbeiten und umsetzen, z. B. neue Raumgestaltungen, neue Software und effizientere Sitzungsroutinen	2021–2024
Strategie-Entwicklung	Einbindung aller Mitarbeitenden in die Entwicklung der Radio Bremen-Strategie 2025–2028	2023–2024
<i>Maßnahmen Entwicklungsbericht 2025</i>		
Recruiting	Aufbau eines einheitlichen Reportings von Bewerbungsverfahren	2025
Onboarding	Evaluation und weitere Strukturierung des Onboarding-Prozesses	2025
Qualifizierung	Ausbau <i>Radio Bremen Akademie</i>	2025
Diversity	Übernahme von Verantwortung auf ARD-Ebene bei der Planung und Durchführung des Diversity-Tags 2025	2025
Innovationskultur	Entwicklung von Angeboten und Veranstaltungsformaten, die innovatives, kreatives Denken und die Weiterentwicklung von neuen Ideen fördern	2025–2026
Innovationskultur	Anzahl und Dauer von Sitzungen verkürzen	2025

Seit mehr als zehn Jahren setzt Radio Bremen auf eine zukunftsorientierte Unternehmenskultur, die wir kontinuierlich weiterentwickeln. Unsere offene und vertrauensvolle Zusammenarbeit, die im Laufe der Jahre entstanden ist, ist die Grundlage für kreative, innovative und effiziente Produktions- und Arbeitsweisen. Sie begründet unseren programmlichen Erfolg und trägt dazu bei, unseren gesellschaftlichen Auftrag zu erfüllen. Diese Unternehmenskultur setzt sich aus unterschiedlichen Bausteinen zusammen.

### Strategie-Entwicklung und -Umsetzung 2025–2028

Der jüngste Baustein unserer Unternehmenskultur ist ein bislang einmaliger Beteiligungsprozess. Direktorium und Führungskräfte haben gemeinsam mit allen Mitarbeiter:innen, die sich einbringen wollten, die Radio Bremen-Strategie 2025–2028 entwickelt. Aus einer Vision des Direktoriums sowie ersten gesetzten Themenblöcken sind im Laufe des Jahres 2024, wie in der Einleitung des Entwicklungsberichts beschrieben, partizipativ sieben strategische Oberziele entstanden. Für jedes dieser Oberziele ist eine Themenpatin bzw. ein Themenpate aus dem Kreis des Direktoriums oder der Führungskräfte zuständig.



Die Themenpat:innen werden als Verantwortliche ihres jeweiligen Ziels sicherstellen, dass Mitarbeiter:innen und ggf. weitere Beteiligte aus anderen Bereichen die Radio Bremen-Strategiethemen umsetzen. Drei Leitlinien rahmen den inhaltlichen Weg der Strategieumsetzung: Perspektivenvielfalt, Transparenz, gemeinsamer Lernprozess. So gilt es, über die einzelnen Fachbereiche hinweg an den Zielen zu arbeiten und unterschiedliche Sichtweisen zu berücksichtigen. Dabei sollen sowohl die Arbeitsphasen als auch die Ergebnisse transparent und einsehbar für alle dargestellt werden. Die Strategieumsetzung wird als Lernprozess der gesamten Organisation verstanden. Zukunft ist nur sehr begrenzt vorhersehbar – deswegen wird der Strategie-Kurs regelmäßig überprüft und, wo nötig, angepasst. Gemeinsam evaluieren die Verantwortlichen mit den beteiligten Kolleg:innen die Fortschritte und lernen aus Fehlern.

### Smart Work

Der *Smart Work*-Prozess (2021–2024) war ein großer Schritt auf dem Weg Radio Bremens zu einer partizipativen Unternehmenskultur. Mit ihm hatte Radio Bremen seit 2021 den Organisations- und Kulturentwicklungsprozess auf ein neues Level gehoben, weil durch ihn die Eigenverantwortung der Teams gestärkt wurde. Insgesamt haben zehn Teams aus ganz unterschiedlichen Bereichen und Redaktionen den *Smart Work*-Prozess durchlaufen. Sie alle haben alte Arbeitsroutinen verworfen und neue, passendere Abläufe entwickelt sowie bereichsübergreifende Netzwerke aufgebaut. Das Resultat sind mehr als 50 praxisnahe Ergebnisse – darunter neue Raumgestaltungen, neue Software und effizientere Sitzungsroutinen. Auch neue digitale Programmformate, die bislang nicht erreichte Zielgruppen ansprechen, gehören zu den Ergebnissen.

*Smart Work* hat in den vergangenen Jahren eine Unternehmenskultur der Eigenverantwortung gestärkt, die im Einklang mit dem strategischen Ziel steht, Exzellenz und Innovationsgeist zu fördern. Das *Smart Work*-Projekt wird Ende 2024 abgeschlossen, sein Geist lebt im Strategieprozess 2025–2028 fort. Für seinen Erfolg spricht auch, dass er für den *HR Excellence Award* 2024 nominiert wurde, die renommierteste Auszeichnung für Personalmanagement im deutschsprachigen Raum.

Darstellung zur internen Kommunikation des Prozesses und der Ziele der Radio Bremen-Strategie 2025–2028.

Quelle: Radio Bremen / Cornelia Koller.

## Innovationskultur

Mit dem *Smart Work*-Prozess hat Radio Bremen gelernt, Fragen und Herausforderungen der Zusammenarbeit modern zu begegnen. Dieser Spirit soll nicht verloren gehen. Radio Bremen setzt auch in Zukunft darauf, unkonventionell und kreativ zu denken und bei der Weiterentwicklung von neuen Ideen mutig zu sein – nur so kann es gelingen, in der ARD mit Leuchttürmen hervorzustechen. Dafür braucht es (Frei-)Räume, weshalb im kommenden Jahr zum einen verschiedene, passgenaue Angebote und Veranstaltungsformate entwickelt werden. Zum anderen hat sich Radio Bremen vorgenommen, die Anzahl der Sitzungen und/oder der Sitzungsdauer um ein Viertel zu reduzieren. So kann der nötige Raum für Kreativität geschaffen werden.

## Neue Talente gewinnen und Vielfalt fördern

Radio Bremen setzt auf exzellente Kolleg:innen – unabhängig von Alter, Geschlecht, körperlichen oder geistigen Behinderungen, ethnischer oder sozialer Herkunft, religiöser oder sexueller Orientierung. Wir wollen Talente mit vielfältigen Hintergründen ins Haus holen und ihnen ein optimales, zeitgemäßes Arbeitsumfeld bieten. Dafür haben wir 2024 unseren Ausschreibungs- und Bewerbungsprozess optimiert und außerdem unsere Mitarbeitenden in Bezug auf Vielfaltsthemen weiter geschult und sensibilisiert.

Mitte 2024 haben wir das digitale Bewerbungsmanagementsystem Softgarden in Betrieb genommen. Es ermöglicht den Beteiligten, Auswahlverfahren effizienter zu bearbeiten und abzuwickeln. Es wirkt außerdem nach außen moderner und attraktiver – vor allem auf jüngere Menschen. Für 2025 ist geplant, mit Hilfe von Softgarden ein einheitliches Reporting der Bewerbungsprozesse einzuführen, um die effizientesten Bewerber:innenkanäle zu identifizieren und damit Kosten zu sparen.

Seit 2024 setzt die Personalabteilung bei Ausschreibungen verstärkt auf den digitalen Raum. So hat Radio Bremen für den neuen Volontariats-Jahrgang, der im Mai 2025 startet, Paid Ads, bezahlte Werbeanzeigen im Internet, geschaltet, um eine größere, vielfältigere Zielgruppe mit unserem Ausbildungsangebot zu erreichen. Das Ergebnis der veränderten Ausschreibungsstrategie: Es haben sich deutlich mehr und vielfältigere junge Menschen auf ein Volontariat bei Radio Bremen beworben als zuletzt (111 Bewerbungen 2024, 75 Bewerbungen 2022).

*Mit ihrem Programmangebot kann Radio Bremen den Bedürfnissen einer diversen Gesellschaft nur gerecht werden, wenn auch die Mitarbeiter:innenschaft vielfältig aufgestellt ist.*

### *Qualitätsrichtlinie: Soziale Bedürfnisse der Gesellschaft*

*„2.8 Radio Bremen achtet bei der Auswahl der behandelten Themen in seinen Angeboten auf soziale Ausgewogenheit und fördert dabei Chancengerechtigkeit aller Teile der Bevölkerung. Die Angebote spiegeln und vermitteln unterschiedliche Lebenswirklichkeiten und soziale Themen im Land Bremen sowie im Sendegebiet, aber im Rahmen des Möglichen auch darüber hinaus im nationalen und internationalen Raum, in unterschiedlichen Regionen wie in Stadt und Land, bei Arm und Reich, bei Jung und Alt.“*

### *Qualitätsrichtlinie: Vielfalt der Darstellung*

*„3.1 Die Radio Bremen-Angebote gewährleisten inhaltliche und strukturelle Vielfalt auf allen Ebenen, bei Themen und Informationen, Meinungen, Akteuren und Schauplätzen. Themen- und Meinungsvielfalt soll dabei innerhalb eines Beitrages, einer Sendung oder innerhalb der Gesamtschau aller Angebote abgebildet werden.“*

Um die Vielfalt in der Belegschaft und im Programm zu fördern, setzt Radio Bremen neben der veränderten Ausschreibungsstrategie auch auf interne Maßnahmen. Ein Beispiel: Die Direktion für Unternehmensentwicklung und Betrieb hat 2024 neben Diversity-Schulungen im Mai eine interne Veranstaltung zum Thema „Menschen mit Behinderung“ für Mitarbeitende und externe Gäste organisiert. Anlass hierfür war der Deutsche Diversity-Tag, an dem außerdem eine ARD-weite digitale Veranstaltung stattfand. An ihr konnten sich Mitarbeitende aller öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten beteiligen. Entstanden ist sie in Zusammenarbeit von SWR, NDR und Radio Bremen. Dieses ARD-weite Engagement wird auch 2025 fortgesetzt. Bei unseren internen Schulungsmaßnahmen wird das Thema Diversity 2025 im neuen *Schlüsselkompetenz-Programm* eine Rolle spielen (siehe unten).



Radio Bremen-Kolleg:innen tragen am Deutschen Diversity-Tag 2024 Simulationsbrillen – so bekommen sie ein Gefühl dafür, wie Menschen mit Sehbehinderung das Funkhaus wahrnehmen. Quelle: Radio Bremen.

## Onboarding und Qualifizierung

Im Wettbewerb um die besten Talente ist es Radio Bremen nicht nur wichtig, Menschen für die Organisation zu gewinnen, sondern sie auch mittel- bis langfristig an das Unternehmen zu binden. Darum hat Radio Bremen 2024 ihre Onboarding-Maßnahmen und die Möglichkeiten zur Weiterentwicklung ausgebaut.

Die Personalabteilung hat zusammen mit der Stabsstelle Organisations- und Personalentwicklung (OE/PE) eine neue Onboarding-Seite entwickelt, die noch 2024 im Intranet veröffentlicht wird. Hier finden alle neuen Mitarbeitenden sämtliche verpflichtende Informationen (zum Beispiel zu Compliance und Datenschutz) sowie viele Tipps und Tricks für den Start bei Radio Bremen. Führungskräfte bekommen seit 2024 auf der Intranet-Seite einen Überblick in Form einer Checkliste für den Onboarding-Prozess, der 2025 in den einzelnen Bereichen weiter strukturiert, evaluiert und unterstützt wird.

Das Angebot zur internen, journalistischen Qualifizierung – die *Radio Bremen Akademie* – ist 2024 weiter gewachsen und wird auch 2025 ausgebaut.

*Nur journalistisch gut qualifizierte Kolleg:innen können qualitativ hochwertige Berichterstattung liefern.*

### **Qualitätsrichtlinie: Journalistische Standards**

*„6.1 Berichterstattung und Information haben umfassend, unabhängig, sachlich und wahrheitsgemäß zu erfolgen. Alle Angebote müssen daher mit der nötigen journalistischen Sorgfalt erstellt werden. Zu den journalistischen Sorgfaltspflichten gehören unter anderem eine gründliche Recherche, die Überprüfung von Quellen und die unverfälschte Wiedergabe von Informationen in Bild, Text und Ton.“*

Die Stabsstelle OE/PE als inhaltlich steuernde Einheit der *Radio Bremen Akademie* setzt auf vorhandenes Wissen in den Redaktionen und befähigt Journalist:innen aus dem Haus, ihre Erfahrungen und Kenntnisse als Trainer:innen weiterzugeben – in Seminaren, Online-Kursen oder Lernvideos. Die Akademie verzeichnet im ersten Jahr bislang mehr als 180 Zugriffe auf die Online-Kurse sowie eine gute Beteiligung in den Präsenzformaten. Die Teilnahme ist freiwillig. Das Interesse der erfahrenen Kolleg:innen, ihr Wissen weiterzugeben, ist anhaltend hoch, sodass auch 2025 neue für Radio Bremen maßgeschneiderte Trainings in Präsenz oder als Online-Kurse entstehen werden.

Zusätzlich zur Akademie hat die Stabsstelle OE/PE in 2024 ein *Schlüsselkompetenz-Programm* aufgesetzt. Es bietet allen Mitarbeitenden bei Radio Bremen die Möglichkeit zur persönlichen Weiterentwicklung und orientiert sich mit seinen Inhalten an den Zielen der Radio Bremen-Strategie 2025–2028. Das Programm unterstützt die Kolleg:innen in den kommenden Jahren bei den anstehenden Veränderungen, setzt die Entwicklung einer dialogischen Unternehmenskultur fort und richtet den Blick auf Zukunftsthemen.

#### *Radio Bremen Akademie*

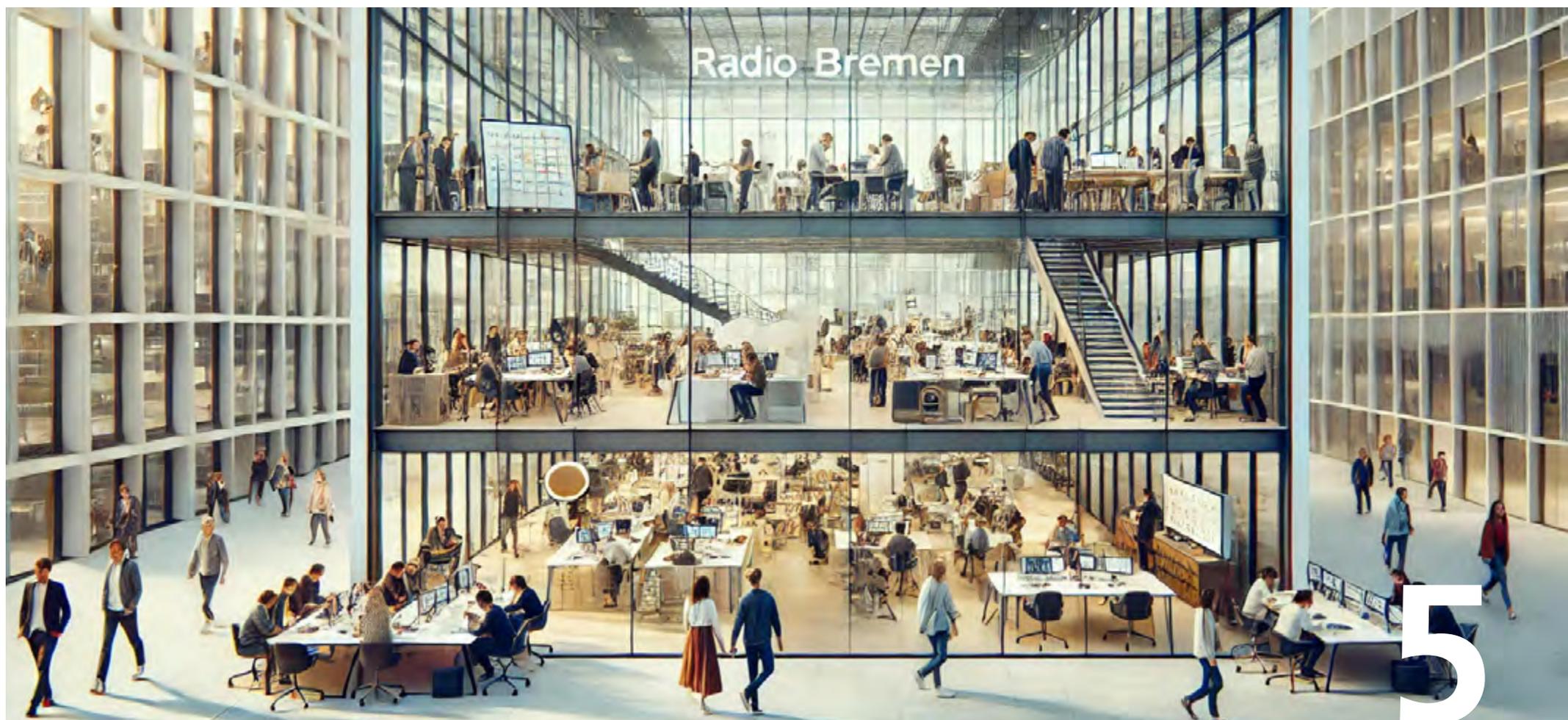
*Journalistische Grundsätze von Radio Bremen*  
*Schreiben fürs Hören bei Radio Bremen*  
*Social-Media-Videos produzieren für Radio Bremen*  
*Community Management bei Radio Bremen*  
*Recherche-Basics für Reporter:innen bei Radio Bremen*  
*Konstruktiver Journalismus*  
*Themen finden, die anders sind*  
*Beitragsformate der buten un binnen-Radioredaktion*  
*Beitragsformate der Nachrichtenredaktion*  
*Wellenportraits bei Radio Bremen*



#### *Schlüsselkompetenz-Programm*

*Selbstorganisation und Zeitmanagement: Entlastung schaffen durch Struktur*  
*Kommunikation: Wertschätzend und dialogfördernd miteinander kommunizieren*  
*Kreativitätstechniken: Neue Ideen entwickeln und umsetzen*  
*Digitale Kompetenzen: Mit dem digitalen Wandel Schritt halten*  
*Veränderung gestalten: Handwerkszeug für den Change erlernen*  
*Resilienz: Umgehen mit herausfordernden Situationen*  
*Moderations-Skills: Meetings, Workshop und Co. moderieren*  
*Konfliktmanagement: Konflikte erkennen und lösungsorientiert bearbeiten*  
*Kollegiale Beratung: Gemeinsam individuelle und kollektive Probleme lösen*  
*Vielfalt fördern: Umgang mit Diversität und diversitätssensibler Sprache*





WIR BAUEN UNSERE STRUKTUREN UND PROZESSE FÜR DAS DIGITALE AUS.

Wir passen unseren Betrieb, unsere Prozesse und Organisationsstrukturen sukzessive an die Erfordernisse der Digitalisierung an und gestalten sie nachhaltig. Egal ob im Büroalltag, bei unseren Distributionsstrukturen oder dem öffentlich-rechtlichen Plattform-Ökosystem – wir gestalten den Medienwandel.



THEMENFELD	MASSNAHME / PROJEKT	UMSETZUNG
------------	---------------------	-----------

#### Maßnahmen Entwicklungsbericht 2024

Strategie	Recherchereisen der Programmdirektion zu anderen öffentlich-rechtlichen Medienhäusern in Europa	2024
Audio-Technik	Vorbereitung der technischen Modernisierung im Rahmen des Projekts „Audio der Zukunft“	2024
ARD	Beteiligung an der ARD-Pilot-Werkstatt zur Integration der Radioprogramme in die Audiothek NEXT	2023 ff.
ARD	Planungen für das Modul „Partizipations- und Dialogservices“	2024

#### Maßnahmen Entwicklungsbericht 2025

Audio-Technik	Start der technischen Modernisierung im Rahmen des Projekts „Audio der Zukunft“	2025
Video-Technik	Ersetzen des Media-Asset-Management-Systems im Video-Bereich	2025
Distribution	Übergang der neuen Einheit „Programmstrategie und Distribution“ in den Regelbetrieb	2025
Künstliche Intelligenz	Erprobung und Einführung von KI-Software (Bildbearbeitung, LLM u.a.)	2025
ARD	First Mover bei der Audiothek NEXT	2025
ARD	Start der Beteiligung am <i>Public Spaces Incubator</i> im Rahmen des Moduls „Partizipation- und Dialogservices“	2025

## Strukturen und Prozesse für das Digitale stärken

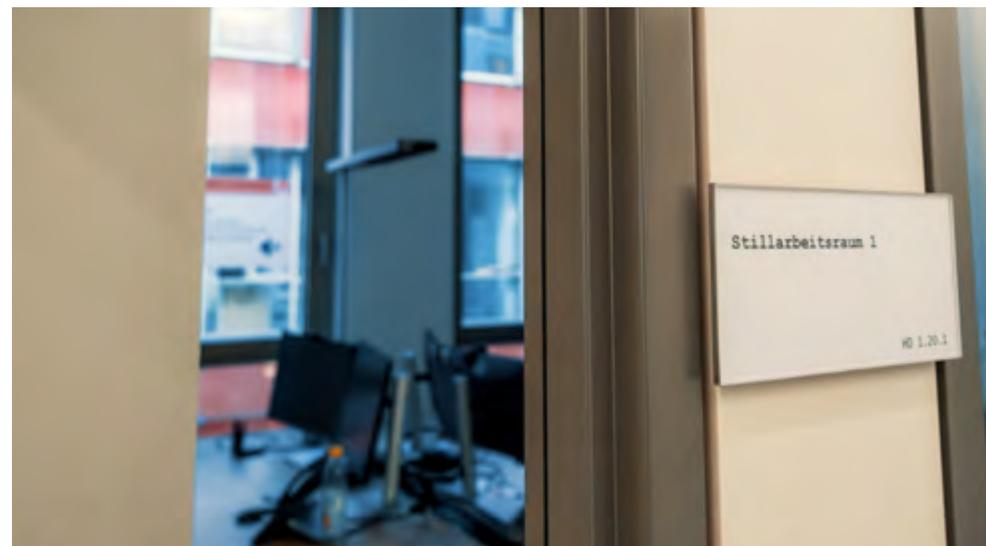
Wir stellen unser Medienhaus, die Prozesse und Organisationsstrukturen sukzessive digitaler und zukunftssichernd modern auf. In der ARD leisten wir unseren Beitrag zum Ausbau des gemeinwohlorientierten, öffentlich-rechtlichen Plattform-Ökosystems und unterstützen technische Kooperationen auf dem Weg zu gemeinschaftlicheren Lösungen.

Die kommende Beitragsperiode ab 2025 wird – bei Radio Bremen wie in der ARD – durch die Digitalisierung von Arbeitsprozessen und -strukturen, durch technische Standardisierungen und durch die Suche nach gemeinschaftlichen Lösungen geprägt sein. Dabei gilt es auch, KI-Lösungen innerhalb der ARD zu nutzen. All dies dient der Wirtschaftlichkeit – und dem öffentlich-rechtlichen Telemedienauftrag. Grundlage dafür sind zunächst allerdings Investitionen vor allem in die technische Ausstattung.

Vor dem Hintergrund unterschiedlicher Publikumsbedürfnisse und sich verändernder Mediennutzung stellen wir als Landesrundfunkanstalt unsere Distributionsstrategie neu auf. Im ARD-Verbund ist Radio Bremen am Ausbau des öffentlich-rechtlichen Plattform-Ökosystems beteiligt. Es soll den Big-Tech-Plattformen ein gemeinwohlorientiertes Modell entgegensetzen, das das deutsche wie das europäische Mediensystem mit hoher Reichweite durchdringt.

## Neue Arbeitsmöglichkeiten auf der Reporter:innenfläche

Unsere Reporter:innen produzieren seit März 2024 auf der neuen Reporter:innenfläche. Sie ist Ergebnis eines *Smart Work*-Prozesses. Ein Kernteam aus Redaktion, Technik und Gebäudemanagement leitete das Projekt, an dem sich die Reporter:innen beteiligen konnten und in dessen Verlauf technische und räumliche Anforderungen in Workshops und agilen Sprints erarbeitet wurden. Die Modernisierung umfasste die Erneuerung der IT-Ausstattung, die Optimierung der Raumnutzung durch flexible Arbeitsplätze und durch Stillarbeitsräume. Die neue Fläche erlaubt ein crossmediales Arbeiten, das den Grundstein legt für solides Reporter:innen-Handwerk, das sich auf immer mehr Ausspielwegen behaupten muss.



*Stillarbeitsraum auf der neuen Reporter:innenfläche im Bremer Funkhaus. Quelle: Radio Bremen.*

## Audio und Video für die Zukunft fit machen

Komplementiert wird die neue Reporter:innenfläche durch technische Investitionen in Audio und Bewegtbild: Um den Hörfunk für die kommenden Jahre sicher aufzustellen, wurde 2023 das Projekt „Audio der Zukunft“ ins Leben gerufen. Die aktuell verwendete Technik in den Sende- und Produktionsbereichen ist verschlissen und Ersatzteile werden nicht mehr produziert. Darum steht in der ersten Projektphase die Sicherstellung des Sende- und Produktionsbetriebs im Fokus. Geplant ist, die technische Modernisierung im ersten Quartal 2025 zu starten. In der Folge sollen aber auch Produktionsflächen effizienter genutzt und reduziert werden.

In der zweiten Projektphase soll die Zukunft des Hörfunks in den Blick genommen werden. Dabei stehen unter anderem die veränderten Nutzungsgewohnheiten der Hörer:innen und die Anpassung an moderne redaktionelle Abläufe im Mittelpunkt.

Auch die Video-Produktion bedarf technischer Neuerungen: Ein Media-Asset-Management-System (MAM) ist bei der Produktion der Bewegtbildinhalten das verbindende zentrale Element entlang der Prozessketten. Das aktuell eingesetzte MAM-System wird 2025 ersetzt, unter anderem können die Reporter:innen dann an gleich drei Stellen im Haus ihr Videomaterial in das System einspielen und stehen Inhalte für die Online-Ausspielung in besserer Qualität zur Verfügung.

#### MAM

Ein Media-Asset-Management-System ist ein zentrales Verwaltungssystem für Bild-, Video-, Audio- und Text-Inhalte. Radio Bremen nutzt solche Systeme im Audio- (d'accord), Online- (Sophora) und Video-Bereich – im letztgenannten werden Videosequenzen verwaltet. Das alte System VPMS-2 ersetzen wir durch die Nachfolgesoftware VidiNet.



### Distributionsstrategie des ganzen Hauses in den Blick nehmen

Die Ausdifferenzierung der Ausspielwege und der Zielgruppen verändert nicht nur die Anforderungen an die Regionalberichterstattung. Der Mediennutzungswandel bedingt insgesamt eine zielgerichtete und zentralere Planung der Inhalteausspielung und Publikumsansprache auf den verschiedenen Plattformen. Um möglichst alle Menschen zu erreichen, bedarf es einer grundsätzlichen Distributionssteuerung der Radio Bremen-Inhalte.

Dementsprechend habe wir 2024 eine strukturelle Veränderung vorgenommen: Im zentralen Programmmanagement ist nun die neue Einheit „Programmstrategie und Distribution“ angesiedelt. Sie vereint die Abteilung Digitale Strategie mit der Medienforschung und dem Portfoliomanagement. Das heißt: Die neue Einheit denkt das gesamte Programm-Portfolio übergreifend – immer

aus der Nutzer:innenperspektive. Sie ermöglicht eine evidenzbasierte, zentrale Steuerung der Radio Bremen-Inhalte und arbeitet dabei vernetzt mit den verschiedenen Programmbereichen und kreativen Einheiten, mit dem Marketing und den technischen Expert:innen. Nach der Formierung der Einheit Programmstrategie und Distribution bis Ende 2024 etabliert sie sich 2025 im Regelbetrieb.

### Das öffentlich-rechtliche Plattform-Ökosystem fokussieren

Sind die Auswirkungen des Medienwandels auf Radio Bremen im täglichen Arbeiten in einem überschaubaren regionalen Umfeld deutlich spürbar, so stellen sie auf nationaler Ebene die ARD vor noch größere Herausforderungen. Im Wettbewerb mit global agierenden, kommerziellen Plattformen können öffentlich-rechtliche Inhalte nur bestehen, wenn sich möglichst viele Rundfunkanstalten im Telemedien-Bereich zusammenschließen; nur so können technologisch konkurrenzfähige Plattformen weiterentwickelt und positive Netzwerkeffekte generiert werden; nur so kann die öffentlich-rechtliche Gemeinwohlorientierung als echter Mehrwert für Gesellschaft, Demokratie und Kultur gegenüber Fake News, Deepfakes und Filterblasen wirksam werden. Die Zusammenarbeit im öffentlich-rechtlichen System wird zurzeit auf verschiedenen Ebenen vorangetrieben.

### ARD Tech-Unit startet

Eine klare und eindeutige Zuständigkeit im Technik-Bereich ist der Schlüssel für eine engere Zusammenarbeit mit dem ZDF und dem Deutschlandradio. Demgemäß haben sich die Intendant:innen der ARD im Jahr 2024 darauf verständigt, dass Anfang 2025 die zentrale ARD Tech-Unit starten soll. Sie wird das technologische Rückgrat der Gemeinschaft bilden und hat ein starkes Mandat für die Standardisierung und Zentralisierung von Lösungen in den Bereichen Produktion und Technik.

## ARD und ZDF stellen ihre Zusammenarbeit auf eine neue Grundlage

Die ARD Tech-Unit ist eine Grundvoraussetzung für das gemeinsame Streaming-OS (Operating System) von ARD und ZDF. Das 2024 beschlossene Betriebssystem für ZDF Mediathek und ARD Mediathek soll in einer gemeinsamen Techniktochter von ARD und ZDF entstehen. Die Nutzer:innen profitieren dann von besseren Designs und sender-übergreifenden Empfehlungssystemen; andere Digitalanbieter davon, dass das OS als Open-Source-Software verfügbar gemacht werden soll.

## First Mover bei der Audiothek NEXT

Auch im Audiobereich bündelt die ARD ihre Kräfte: Unter dem Arbeitstitel Audiothek NEXT entwickelt sie ihre Audiothek zur universellen Audio-Anwendung der Gemeinschaft weiter. Diese integriert die bislang über viele einzelne Apps abgebildeten Digitalangebote der Radiowellen. Kolleg:innen der Digitalen Strategie Radio Bremens und aus dem Bremedia-Team Online sind Teil einer Pilotwerkstatt, die sich um die Integration der bisherigen Angebote in die Audiothek kümmert. Radio Bremen gehört zu den sogenannten First Movern, die 2025 ihre bestehenden Wellen-Apps in die Audiothek überführen. Ziel ist es, die Audiothek zu einer der stärksten Audioplattformen Deutschlands zu entwickeln.



## Dialog- und Partizipationservices für die ARD

Plattformübergreifend erarbeitet die ARD mit dem Projekt „Digitale Erneuerung“ eine gemeinsame technische Infrastruktur. Ein Modul des Projekts zielt auf die Verbesserung des Dialogs mit und zwischen den Nutzer:innen. Als Federführerin dieses Technik-Moduls „Partizipation- und Dialogservices“ entwickelt Radio Bremen gemeinsam mit anderen ARD-Anstalten Interaktionsmöglichkeiten, die Grundlage sein sollen für sichere und konstruktive Dialogräume auf unseren eigenen Plattformen.

Ein erster Schritt in Richtung dieser Dialogräume ist die Beteiligung am internationalen Entwicklungsprojekt *Public Spaces Incubator (PSI)* ab März 2025. Im Rahmen dieses Projekts entwickeln öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten aus mehreren Ländern (Kanada, Australien, Schweiz, Belgien und Deutschland) modulare Open-Source-Tools, die einen offenen und respektvollen Austausch auf digitalen Plattformen fördern. Im Rahmen des Projekts wurden bereits Prototypen getestet, etwa zu neuen Formen des Kommentierens oder des digitalen Beisammenseins in Chaträumen. Die Teilnahme am PSI wird über das Modul „Partizipation- und Dialogservices“ finanziert und für zwei Jahre anteilig von BR, NDR, Radio Bremen und SWR getragen.

*Prototyp des Dialog-Tools „Public Square View“ des Projekts Public Spaces Incubator. Quelle: ZDF.*



## KI im Sinne des öffentlich-rechtlichen Auftrags nutzen

Wie auf der ersten Seite dieses Kapitels zu sehen (S. 30), stellt sich bildgenerierende KI Radio Bremen als modernes, digitales Medienhaus vor. Die Vision eines transparenten Gebäudes – offen für das Publikum und die Gesellschaft im Land – gab es schon 2005, als der Grundstein für das Funkhaus an der Weser gelegt wurde und Künstliche Intelligenz noch Science-Fiction war. Das KI-generierte Bild bleibt etwas beliebig und zeigt: Die Einsatzfelder Künstlicher Intelligenz in einer öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalt sind mit Bedacht zu erwägen – und mutig zu erproben.

Das Thema Künstliche Intelligenz liegt quer zu allen digitalen Arbeitsprozessen und -strukturen, zu Distributions- und Plattformstrategien bei Radio Bremen und in der ARD. Um die Chancen der neuen Technologie im Sinne des öffentlich-rechtlichen Auftrags nutzbar zu machen, haben wir uns 2024 ARD-weit auf Grundsätze zum Umgang mit Künstlicher Intelligenz verständigt. Und auch Radio Bremen hat sich ihre eigene KI-Leitlinie für die redaktionelle Arbeit gegeben.



Link zu:

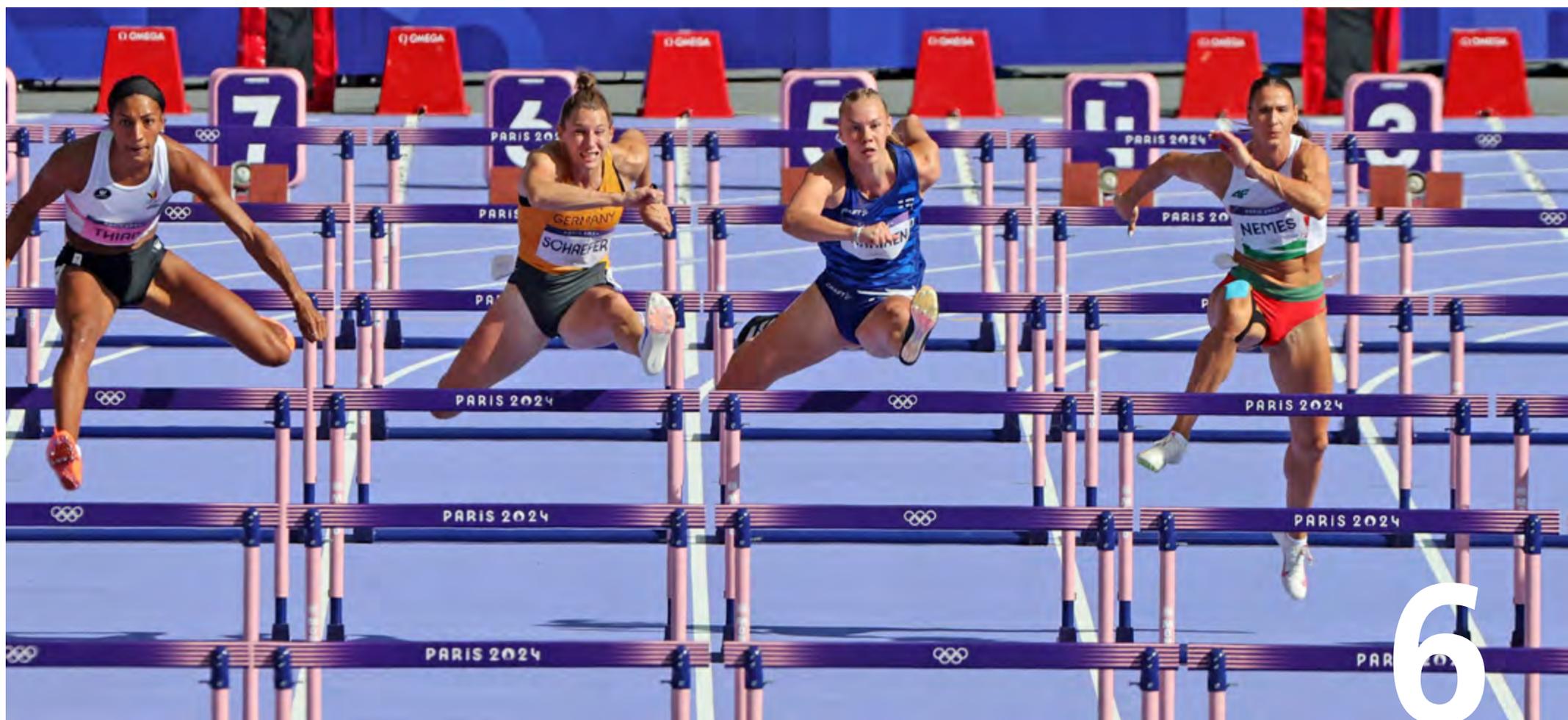
„Grundsätze zum Umgang mit Künstlicher Intelligenz (KI) in der ARD“

Die Herausforderungen im Umgang und Einsatz mit KI geht die ARD gemeinsam an. Das 2024 ins Leben gerufene KI-Netzwerk der Gemeinschaft wird in verschiedenen Arbeitsfeldern aufgebaut: Recherchen zu KI; Berichterstattung über KI; Automatisierte Inhalte, Formate und Tools; Verifikation; Aus- und Weiterbildung. Bei Radio Bremen wurde ein KI-Board gebildet, das sich um die Übernahme von KI-Anwendungen aus der ARD sowie die Begleitung von Pilotprojekten in unserer Landesrundfunkanstalt kümmert.

Radio Bremen wird 2025 einen Quantensprung in der Anwendung von KI vollziehen: Wir arbeiten daran, dass ein vom SWR entwickeltes Large Language Model auf Basis von ChatGPT 4 den Testbetrieb aufnimmt. Es wird auf unseren eigenen Servern liegen. So ist ein sicheres Erproben und Arbeiten möglich. Für die Testphase ist eine Einbindung in die redaktionelle Arbeit geplant; die KI kann zum Beispiel beim Umformulieren in Leichte Sprache unterstützen. Außerdem steht 2025 die KI-gestützte Untertitelung von *buten un binnen* sowie das Rollout einer KI-gestützten Bildbearbeitungssoftware auf der Agenda Radio Bremens. Letztere ist 2024 in einem Pilotprojekt unter praktischen wie rechtlichen Gesichtspunkten erfolgreich erprobt worden.



Vor und nach der KI-gestützten Bildbearbeitung im Rahmen des Pilotprojekts bei Radio Bremen: das Vorschaubild zur Y-Kollektiv-Reportage „Radikal vegan“. Quelle: Radio Bremen.



6

WIR WIRTSCHAFTEN SPARSAM UND DECKEN UNSEREN FINANZBEDARF LANGFRISTIG.

Wir bündeln Kompetenzen, bauen Doppelstrukturen ab und pflegen kurze Wege, um sparsam zu wirtschaften – in der ARD genauso wie hausintern. Bis zum Ende der Beitragsperiode 2028 streben wir einen ausgeglichenen Haushalt an.



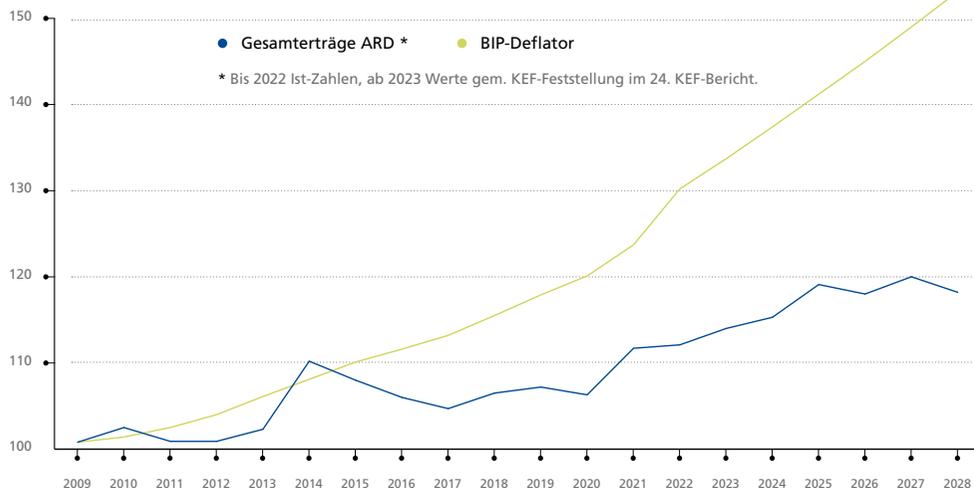
THEMENFELD	MASSNAHME / PROJEKT	UMSETZUNG
<i>Maßnahmen Entwicklungsbericht 2024</i>		
Optimierung betriebswirtschaftlicher Prozesse	Start von (D)einSAP (in der Rechnungsfreigabe; in Buchhaltung und Controlling; für Dienstreisen und Beschaffungen)	2024
<i>Maßnahmen Entwicklungsbericht 2025</i>		
Optimierung betriebswirtschaftlicher Prozesse	Weiterentwicklung der (D)einSAP-Software	2025 ff.
Optimierung betriebswirtschaftlicher Prozesse	Voraussetzungen für zukünftige Shared-Service-Angebote schaffen (Taskforce SSC)	2025–2028

Die Landesrundfunkanstalten der ARD, das ZDF und das Deutschlandradio haben 2023 ihren Finanzbedarf für die Jahre 2025 bis 2028 bei der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) angemeldet. Sie haben erhebliche Sparpotenziale in der KEF-Anmeldung berücksichtigt und schichten zugunsten digitaler Angebote um.

## Der 24. KEF-Bericht

Anfang 2024 hat die KEF ihren 24. Bericht veröffentlicht. Mit dem Vorschlag zur Erhöhung des Rundfunkbeitrags von derzeit 18,36 Euro auf 18,94 Euro bleibt die KEF weit unter dem Bedarf, den die Rundfunkanstalten angemeldet haben. Die vorgeschlagene Erhöhung um 58 Cent würde einer Steigerung von 0,8 Prozent pro Jahr entsprechen und läge damit deutlich unter der Inflation.

## Entwicklung der ARD-Gesamterträge seit 2009



Entwicklung der Inflationsrate und der tatsächlichen Steigerungsrate der ARD-Gesamterträge in Prozent, Basisjahr 2009. Quelle: KEF-Büro der ARD.

Positiv ist, dass die KEF am verfassungsgemäßen Verfahren festgehalten, die Bedarfe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ordnungsgemäß ermittelt und dabei die besondere Situation der kleinen Rundfunkanstalten im Blick behalten hat.

Medienpolitisch stehen wir seit Anfang 2024 erstmalig vor der Situation, dass mehrere Länder angekündigt haben, die Erhöhung des Rundfunkbeitrags nicht mitzutragen. Zugleich hat die Ministerpräsidentenkonferenz Ende Oktober 2024 die Entscheidung über die Änderung des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrags in den Dezember verschoben. Diese Entscheidung ist erforderlich, um auf Basis der Beitragsempfehlung der KEF eine bedarfsgerechte – und damit verfassungsgemäße – Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu gewährleisten. Mit der Verschiebung der Entscheidung ist die fristgerechte Erhöhung des Rundfunkbeitrags zum 1. Januar 2025 unwahrscheinlich.

Ob kurzfristig wirksame Reformen möglich und für die Länder einigungsfähig sind, ob – im Rahmen des rechtlich Zulässigen – andere Lösungsmöglichkeiten gefunden werden, oder ob – wie bereits 2020/2021 – rechtliche Schritte notwendig werden, ist während der Erstellung dieses Berichts noch nicht absehbar. Klar ist: Radio Bremen plant ihren Haushalt im Rahmen des rechtskonformen Ver-

### Kommission zur Entwicklung des Finanzbedarfs (KEF) und Finanzausgleich

Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) stellt den Finanzbedarf von ARD, ZDF, Deutschlandradio und Arte fest und berichtet den Landesregierungen alle zwei Jahre über die Finanzlage der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Dabei legt sie in der Regel abwechselnd einen Beitragsbericht mit Empfehlungen zur Beitragshöhe oder einen Zwischenbericht vor. Der Anfang 2024 veröffentlichte 24. Bericht der KEF enthält die Beitragsempfehlung von 18,94 Euro ab 2025. Aus Sicht Radio Bremens ist darüber hinaus das Thema Finanzausgleich von besonderer Bedeutung: Laut KEF ist eine auskömmliche Finanzierung des Saarländischen Rundfunks und Radio Bremens abhängig von den ARD-internen Verhandlungen zum Finanzausgleich. Die Finanzausgleichsverhandlungen innerhalb der ARD konnten erfolgreich abgeschlossen werden: Die Fortführung des Status quo wurde auf der Intendant:innensitzung Ende September 2024 beschlossen.

fahrens, das die auftragsgemäße Finanzierung sicherstellt. Ungeachtet dessen hat das Direktorium Alternativszenarien für den Fall des Ausbleibens der Beitragserhöhung entwickelt – mit allen aus diesen Szenarien resultierenden Konsequenzen für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags.

Selbst wenn der Rundfunkbeitrag entsprechend dem KEF-Vorschlag von den Ländern beschlossen werden sollte, werden die Landesrundfunkanstalten vor dem Problem stehen, dass weder die Mehrbedarfe, die durch Medienwandel und Digitalisierung verursacht werden, noch die allgemeinen Kostensteigerungen aufgefangen werden. Folglich wird die ARD-Gemeinschaft (und damit auch Radio Bremen) auch im Idealfall ihre Sparbemühungen intensivieren und notwendige Innovationen bestenfalls nur durch Umschichtungen und Verzicht realisieren können.

### Finanzielle Weichenstellung für die kommende Beitragsperiode

Aktuell stellen wir die finanziellen Weichen für die kommende Beitragsperiode. Trotz der Empfehlung der KEF, den Rundfunkbeitrag auf 18,94 Euro zu erhöhen, ist es – wie bereits erläutert – unklar, ob bzw. wann die Beitragserhöhung kommt. Radio Bremen wird sich deshalb für 2025 und die folgenden Jahre auf unterschiedliche finanzielle Szenarien einstellen müssen – auch vor dem Hintergrund einer möglichen Umsetzung des Reformstaatsvertrags, der weitreichende Folgen für den öffentlichen rechtlichen Rundfunk und somit auch für Radio Bremen hätte.

Verschärft wird die finanzielle Unsicherheit durch die derzeit laufenden Tarifverhandlungen. Im Frühjahr 2024 hat die aktuelle Tarifrunde begonnen. Die Forderungen der Gewerkschaften nach 10,5 % mehr Gehalt stehen im Konflikt mit den begrenzten Mitteln, den moderaten Steigerungsraten der KEF und den sonstigen allgemeinen Kostensteigerungen. Sowohl bei Radio Bremen als auch bei allen anderen Landesrundfunkanstalten und dem ZDF fanden bereits Streiks statt. Die neue Beitragsperiode ist daher mit erheblichen finanziellen Unsicherheiten verbunden, auf die wir reagieren müssen.

### (D)einSAP – für einheitliche, transparente und effiziente Verwaltungsprozesse

Sparen ist bei Radio Bremen seit Langem geübte Praxis, die auch in der ARD-Gemeinschaft gelebt wird. Das gilt beispielsweise für das Projekt (D)einSAP, das auf die ARD-Strukturreform des Jahres

2017 zurückgeht. Ziel des ARD-weiten Projekts ist, die betriebswirtschaftlichen Prozesse für alle ARD-Anstalten und das Deutschlandradio zu harmonisieren und Verfahren einheitlich, transparent und effizient zu gestalten. Die Umsetzung erfolgt wie geplant etappenweise. Nachdem der MDR als Pilotanstalt seine Prozesse zum 1. Januar 2023 umgestellt und mit „SAP S / 4 Hana“ eine neue Software eingeführt hatte, folgte Radio Bremen zum 1. Januar 2024 gemeinsam mit HR, BR und Deutscher Welle. Trotz begrenzter Kapazitäten konnten wir die Software in der Buchhaltung und im Controlling erfolgreich implementieren und die Prozesse anpassen. Auch die Software für die digitale Rechnungsfreigabe von Radio Bremen hat durch das (D)einSAP-Projekt ein Update bekommen, wodurch alle Abteilungen von der Umstellung betroffen waren. Die kaufmännische Verwaltung hat deshalb die Abteilungen intern geschult und beraten.

Im Herbst 2024 folgen die SAP-Teilprojekte „Dienstreisen“ und „Beschaffung“. Im Teilprojekt Dienstreisen führt Radio Bremen ein neues Reisebuchungs- und Abrechnungs-Tool ein und löst die bisherige papierbasierte Abrechnung durch ein digitales System ab. Im Rahmen des Teilprojektes Beschaffung implementieren wir darüber hinaus ein System für harmonisierte Beschaffungs- und Freigabeprozesse. Damit ist die Einführung der neuen Software Ende des Jahres 2024 grundsätzlich abgeschlossen. Für 2025 ist aber eine fortlaufende Weiterentwicklung geplant, um das System an die technischen Veränderungen und die Bedürfnisse der Bereiche anzupassen.

### Shared-Service-Angebote der ARD zukünftig nutzen

Mit der Einführung von (D)einSAP hat Radio Bremen die ersten technischen und organisatorischen Voraussetzungen für künftige Shared-Service-Angebote der ARD umgesetzt. Bis 2028 will sich Radio Bremen darauf vorbereiten, ab 2030 grundsätzlich solche ARD-weiten Shared-Service-Angebote zu nutzen. Voraussetzung dafür sind allerdings einheitliche Prozesse und Systeme. Die nächsten Schritte finden aktuell und auch 2025 auf ARD-Ebene statt. Radio Bremen ist hier in der zuständigen Taskforce SSC (Shared Services Center) vertreten. Die Taskforce untersucht, welche Themenfelder sich grundsätzlich für Shared-Service-Angebote eignen. Durch die Zentralisierung von Verwaltungsprozessen ermöglichen diese zukünftig Synergieeffekte.



**WIR FÖRDERN NACHHALTIGKEIT UND ENERGIEEFFIZIENZ.**

Radio Bremen und die Bremedia wollen klimaneutral werden und verfolgen eine gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie. Darum treiben wir grüne Projekte in der Unternehmensfamilie voran. Nachhaltigkeit leben wir auch im ARD-Verbund.

THEMENFELD	MASSNAHME / PROJEKT	UMSETZUNG
------------	---------------------	-----------

*Maßnahmen Entwicklungsbericht 2024*

Klimaneutrale Mobilität	E-Lastenräder für die Produktion	2024–2025
Green Production	Etablierung der <i>Green Consultants</i> als Unterstützer:innen für Eigen- und Fremdproduktionen	2023–2024
Klimaneutrale Energieversorgung	Photovoltaik und Anschluss an Fernwärme	2023–2024 Anschluss an Fernwärme nicht umgesetzt

*Maßnahmen Entwicklungsbericht 2025*

Green Production	Erfüllung möglichst vieler <i>Green Production</i> -Kriterien bei möglichst vielen Produktionen	2025
Klimaneutrale Energieversorgung	Ersatz der Gasheizung und Kältemaschine durch eine hybride Wärme-/Kältemaschine; Photovoltaik; Abwärmenutzung	2025–2026
Klimaneutrale Energieversorgung	Aktive Teilnahme am Energieeffizienztisch <i>Zero</i>	2024–2027
Klimaneutrale Energieversorgung	Voraussichtlich Einführung eines Energiemanagements im Sinne des Energieeffizienzgesetzes	2025–2026

BIG WINS	EB-Lastenfahrrad konzipieren	Nicht Job-Rad, sondern E-Auto	Papierloses Arbeiten III – Digitale Workflows	Audio der Zukunft	CO <sub>2</sub> -Kalkulator für Produktionen
	Besondere Programmaktionen	Radio Bremen Remote	Installation einer Solaranlage	Optimierung der Klimatechnik	Klimaneutrales Heizen
	Energiemanagement				
QUICK WINS	Energieeffizienz-Check in Programm/Intranet	Abschalten von Geräten/Räumen nach Dienstende	Papierloses Arbeiten I – Einfache Signatur/Umläufe	Papierloses Arbeiten II – Digitale Belege/Doks	Nachhaltiges Merchandise
	Umstellung auf Digitalabos	Überarbeitung der Reiseordnung	Ökologische Nachhaltigkeit als Beschaffungskriterium	Bessere ARD-Vernetzung in der Produktion	Klimaneutrale Werbung
GREEN PRODUCTION	Green Consultant	CO <sub>2</sub> -Bilanz (ex ante)	CO <sub>2</sub> -Bilanz (ex post)	Abschluss-Bericht	Öko-Strom (zertifiziert)
	Generatorverbot (Unterhaltung)	Nur Havariegeneratoren (Studio)	Netzanschlüsse (v. a. bei Fiktion)	Aufladbare Akkus	Flüge erst ab Bahnfahrt + 5 Stunden
	Emissionsarme Autos	Diesel-Kfz mit Euro 6-Norm	Öko-Hotels (50 % aller Nächte)	Mülltrennung in allen Bereichen	Nachhaltiges Holz mit FSC-Siegel
	Nachhaltiges Catering	Recyclingpapier (+ 90 % Altfaser)	Mehrweg-Geschirr		
FUNDAMENT	Netzwerk Nachhaltigkeit	Kommunikation (intern)	Kommunikation (extern)	Beteiligung Kolleg:innen	Aktionen/ Events
	Nachhaltigkeit im Programm	Energie-Audit	ARD-Bericht Nachhaltigkeit		

umgesetzt   
 in Umsetzung   
 zu verabschieden   
 in Vorbereitung   
 offen

Ressourcenschonendes Verhalten hat bei Radio Bremen bereits seit einigen Jahren einen hohen Stellenwert. Wir überprüfen alle Wertschöpfungsprozesse darauf, ob wir sie energiesparsamer und damit nachhaltiger gestalten können. Der Katalog unserer Nachhaltigkeitsmaßnahmen hilft uns, den Überblick zu behalten.

### **Green Production – Nachhaltigkeit am Set**

Das Spektrum der Nachhaltigkeitskriterien im Produktionsbereich reicht vom nachhaltigen Reisen über einen klimaschonenden Fuhrpark, eine möglichst netzbasierte Stromversorgung bis hin zum regionalen und bewussten Catering. Der Katalog unserer Nachhaltigkeitskriterien bildet solche *Green Production*-Maßnahmen ab (siehe S. 42), die wir unternehmensseitig realisieren können. Unsere *Green Consultants* begleiten unsere Eigen- und Auftragsproduktionen an Hand eines Katalogs, der ganz ähnliche *Green Production*-Maßnahmen beinhaltet.

### **Klimaneutrale Energieversorgung am Standort**

Die *Green Production*-Kriterien sind ein Baustein auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit, die Fortentwicklung der Energieversorgung des Bremer Funkhauses ein anderer: Aktuell betreiben wir im Funkhaus noch eine Gasheizung. Zusätzlich nutzen wir bereits jetzt die Abwärme aus den Kältemaschinen, die ganzjährig die Technik und Produktionsräume kühlen.

Radio Bremen hat 2024 ein neues Energieversorgungskonzept entwickelt. Einzelne Bestandteile befinden sich noch in der Prüfung. Geplant ist, künftig komplett auf fossile Brennstoffe zu verzichten und die aktuelle Gasheizung sowie die Kältemaschine durch eine hybride Wärme / Kältemaschine zu ersetzen. So können in Zukunft eine statt zwei Anlagen im Sommer Kälte und im Winter Wärme erzeugen. Betrieben wird die Anlage statt mit fossilen Brennstoffen mit Strom.

Bereits seit 2023 bezieht Radio Bremen 100 Prozent grünen Strom. Zusätzlich prüfen wir aktuell die Installation einer Solaranlage, um einen Teilbedarf an Strom durch Eigenproduktion zu decken. Schließlich haben wir eine weitere Wärmequelle identifiziert, die wir derzeit nicht nutzen:

#### *Was macht ein:e Green Consultant?*

*Ein:e Green Consultant ist eine eigens für diese Aufgabe ausgebildete Kolleg:in – drei Kolleginnen der Unternehmensfamilie haben aktuell diese Ausbildung absolviert und unterstützen unsere Produktionen bei der umweltbewussten Umsetzung, erstellen Ökobilanzen und evaluieren sie.*

*Die Green Consultant nutzt einen Nachhaltigkeitskatalog, an der sich jede von ihr begleitete Produktion orientiert. Dieser beinhaltet zum Beispiel: den Einsatz einer definierten Anzahl an emissionsarmen Fahrzeugen, klimafreundliche Übernachtungen, Vorgaben zur Lichttechnik oder zu Generatoren.*

*Vom ersten Buchentwurf und der Kalkulation über die Dreharbeiten bis hin zur Postproduktion ist die Green Consultant eingebunden. Sie erhält alle relevanten Daten, um die tatsächlichen Verbräuche einer Produktion zu erfassen – z.B. Auskünfte über Fahrten, Übernachtungen und im Bühnenbau verwendete Materialien. Die daraus resultierende IST-Bilanz wird der SOLL-Bilanz gegenübergestellt und fließt in ihren Abschlussbericht ein.*

*Für das Jahr 2024 ist besonders die Produktion „Tod für Olympia – Der Fall Birgit Dressel“ hervorzuheben (siehe S. 15). Sie hat 19 von den 22 SOLL-Kriterien erfüllt. Das Produktionsteam hat keinen Generator genutzt, ist nicht geflogen und hat ausschließlich in klimaschonenden Unterkünften übernachtet. Neue Requisiten wurden für den Dreh nicht angeschafft, sondern der Fundus in Bremen und Hamburg genutzt. Beim Catering gab es an jedem der sechs Set-Tage eine vegetarische Alternative, vegane Alternativen wurden an drei der sechs Tage angeboten. Die mobilen Toiletten wurden autark betrieben und haben keinen Strom verbraucht.*

die Abwärme aus unserer USV-Anlage (Unterbrechungsfreie Stromversorgung), die jeden Tag 24 Stunden läuft. Durch die Installation eines Wärmetauschers kann diese Abluft zukünftig in das Heizsystem eingeleitet und somit integriert werden. Ein Anschluss an die Fernwärmeversorgung ist derzeit nicht mehr vorgesehen. Die Umsetzung der neuen Energieversorgung ist für die Jahre 2025–2026 geplant.

## Einführung eines Energiemanagements

Anfang 2024 ist das Energieeffizienzgesetz (EnEFG) in Kraft getreten. Es ist auch für Radio Bremen von Bedeutung. Das Gesetz legt Energieverbrauchseinsparziele für Bund, Länder und Kommunen fest. Darüber hinaus verpflichtet es Unternehmen zur Einführung von Energie- oder Umweltmanagementsystemen, zu Energieeffizienzmaßnahmen sowie zur umfassenden Abwärmenutzung. Es enthält zahlreiche neue Berichts- und Offenlegungspflichten.

### Vorgaben des EnEFG für öffentliche Stellen

*Radio Bremen wird im Sinne des EnEFG als öffentliche Stelle eingeordnet.*

*Öffentliche Stellen mit einem jährlichen Gesamtenergieverbrauch von mehr als 1 GWh sind zu jährlichen Einsparungen von zwei Prozent pro Jahr bis zum Jahr 2045 verpflichtet. Zur Erfüllung der jährlichen Einsparungen sind Einzelmaßnahmen umzusetzen.*

*Öffentliche Stellen mit einem jährlichen durchschnittlichen Gesamtenergieverbrauch der letzten drei abgeschlossenen Kalenderjahre von mehr als 3 GWh sind zur Einrichtung eines Energie- oder Umweltmanagementsystems bis zum 30. Juni 2026 verpflichtet.*

Die Vorgabe des EnEFG zur jährlichen Einsparung von zwei Prozent des Gesamtenergieverbrauches zählt auf das ARD-Nachhaltigkeitsziel zur Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen ein. Nach ersten Berechnungen unterscheidet sich die gesetzliche Vorgabe nicht vom freiwillig gesetzten ARD-Ziel. Wir evaluieren unsere Gesamtenergiemenge jährlich und liefern Daten für den ARD-Nachhaltigkeitsbericht zu.



Link zum:  
„ARD-Nachhaltigkeitsbericht“



## Energieeffizientisch Zero

Seit April 2024 nimmt Radio Bremen gemeinsam mit der Bremedia und weiteren Unternehmen aus der Region an der nächsten Runde des Effizientzisches teil. Das Projekt *Zero* wird voraussichtlich drei Jahre laufen und bietet als Plattform die Möglichkeit zum Austausch mit verschiedenen Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Gemeinsam entwickeln die Effizientzisch-Teilnehmer:innen Ansätze zur Reduzierung des Energieverbrauchs. So werden zum Beispiel mit Hilfe eines E-Tools die Energieverbräuche der einzelnen Unternehmen erfasst und bilanziert. Anschließend wird ein Reduktionsziel festgelegt. Schließlich werden mit der Unterstützung von Energieberater:innen Maßnahmen identifiziert, die die einzelnen Unternehmen umsetzen können.



*Erstes Auftakttreffen des Energieeffizientzisches im April 2024. Neben Radio Bremen und der Bremedia nahmen Unternehmen wie das Theater Bremen und die Bremer Weser-Stadion GmbH teil. Quelle: Bremer Energie-Konsens.*

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

Zusätzlich zu den *Green Production*-Maßnahmen und der Reduktion des Energieverbrauchs realisieren wir kleine und größere Nachhaltigkeitsprojekte im Rahmen der Regelprozesse. So haben wir 2024 die Reisekostenordnung dahingehend verändert, dass wir weitestgehend auf innerdeutsche Flugreisen verzichten. Außerdem startet 2024 die Pilotphase der E-Lastenräder für Produktionsteams – 2025 wird sie evaluiert. Schließlich stellt das Netzwerk Nachhaltigkeit von Radio Bremen und Bremedia im Intranet regelmäßig Tipps zu nachhaltigem Verhalten am Arbeitsplatz vor.

In den meisten Fällen werden im vorliegenden Entwicklungsbericht die Bildquellen direkt unter den jeweiligen Bildern genannt, wo dies nicht der Fall ist, stehen die Bildquellen nachfolgend aufgelistet.

Deckblatt	Radio Bremen / Patrick Schulze
Seite 1	Radio Bremen / Matthias Hornung
Seite 4	Radio Bremen
Seite 8	ARD Audiothek
Seite 10	dpa picture alliance / Sina Schuldt
Seite 15	Radio Bremen / Imago
Seite 16	Radio Bremen
Seite 18	Radio Bremen
Seite 22	Radio Bremen
Seite 24	Radio Bremen
Seite 30	Radio Bremen / OpenAI – DALL-E 3
Seite 34	ARD / ARD-Audiostrategie
Seite 36	Imago / James Lang
Seite 40	ARD-Generalsekretariat
Rückseite	Radio Bremen/ Patrick Schulze

## Impressum

Radio Bremen · Diepenau 10 · 28195 Bremen  
Fon 0421 / 24 60 · Fax 0421 / 246 412 00  
[www.radiobremen.de](http://www.radiobremen.de)

Gestaltung: Sabina Weinrich

November 2024