

B A Y E R I S C H E R U N D F U N K W E R B U N G

2008  
2009



## Sehr geehrte Geschäftspartner,

in der Krise steckt auch immer eine Chance. Wer wüsste dies nicht besser als die Medien und der Werbemarkt. Und doch stellen sich die Unternehmen die Frage, ob sie jetzt zyklisch oder antizyklisch investieren sollen.

„Wer nicht wirbt, der stirbt“ ist zwar nicht die Lösung des Dilemmas, formuliert aber drastisch, dass ohne werbliche Kommunikation die Chancen, im Markt zu bestehen, schwinden.

Mit kreativen Ansätzen lassen sich Budgetrestriktionen kompensieren und trotzdem effektive Lösungen realisieren. Dies scheint ein wichtiger Erfolgstreiber zu sein; pardon, es war schon immer so, doch erst in Zeiten der Mittelknappheit wird diese Ressource wieder aktiviert.

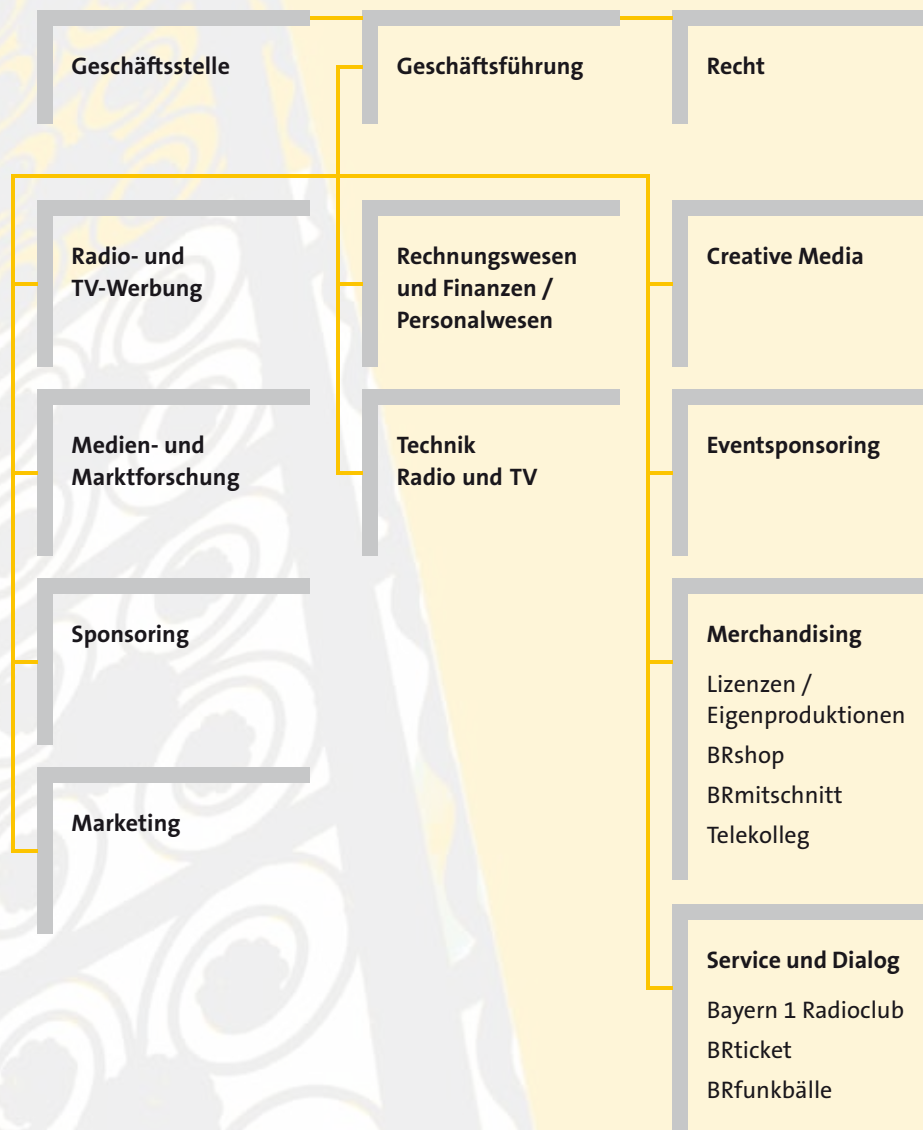
Auch ein so breit aufgestelltes Medienhaus wie die Bayerische Rundfunkwerbung sieht seine Zukunftsfähigkeit in besonderer Weise in Flexibilität und Kreativität begründet. Angebotsvielfalt und Diversifikation auch haptisch „begreifbar“ zu machen, dies ist das Anliegen des vorliegenden BRW-Unternehmensporträts 2008 / 2009. Dabei werden Angebotscharakter und Eigenständigkeit der BRW-Geschäftsfelder durch die Präsentationsform in Einzelfoldern erfahrbar, gleichzeitig fügt sich alles zueinander in ein – wie wir meinen – harmonisches Gesamtbild: in das geschlossene Unternehmensbild eines in Bayerns Stadt und Region flächendeckend starken Media- und Serviceanbieters.

Viel Spaß beim interessierten Studium.

Ihr

Ludger Lausberg

## Organisationsstruktur

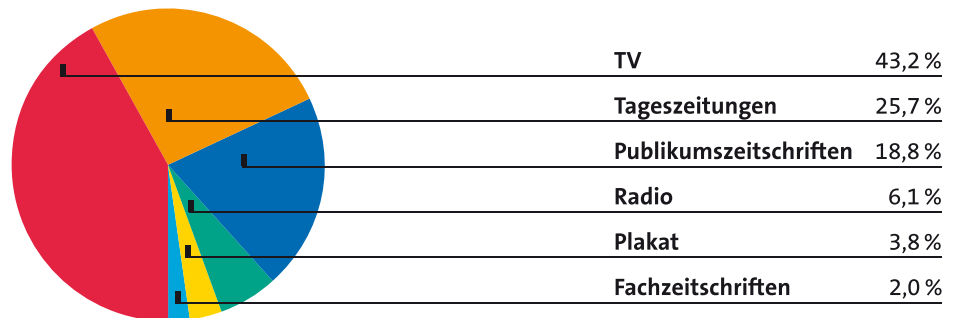


»Werbung macht keine Konjunktur.  
Aber sie hilft, den Auftrieb einer  
Volkswirtschaft zu stärken und  
rezeptive Phasen zu mildern.«

*Dr. H. H. Wiegmann, ZAW*

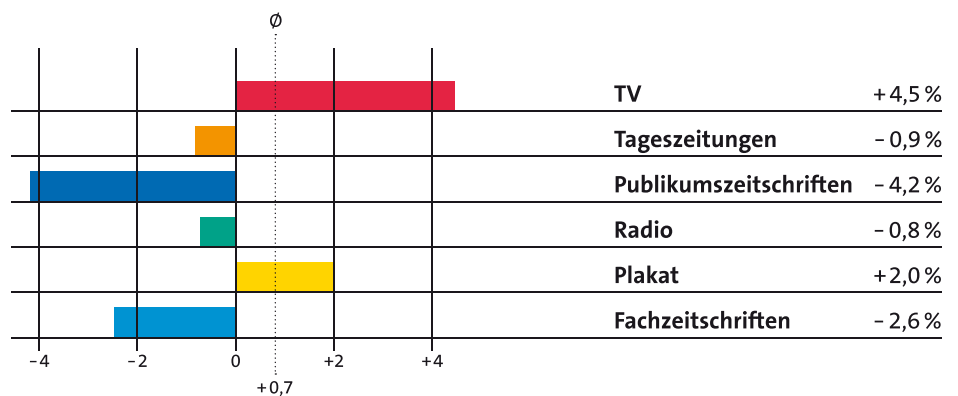
#### Werbung in Klassischen Medien Umsatz-Anteile 2008

(21,1 Mrd. € = 100%)



#### Werbung in Klassischen Medien Umsatz-Veränderungen 2008 zu 2007

Im Vergleich der Brutto-Umsätze 2008 zu 2007 bewegten sich die Veränderungen im Bereich zwischen -4,2 und +4,5 %. Im Marktdurchschnitt wurde ein Zuwachs von 0,7 % realisiert.

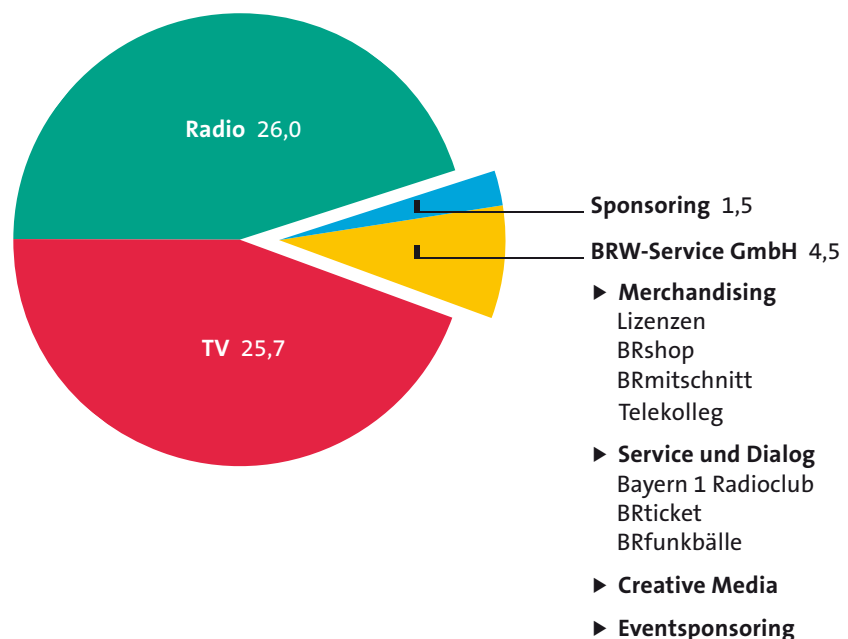


Quelle: Nielsen Media Research

»Die ordentlichen Positionen haben sich recht ordentlich entwickelt, die außerordentlichen sogar außerordentlich.«

*aus dem Geschäftsbericht eines hier nicht genannten süddeutschen Großunternehmens*

BRW-Einzelgeschäftsfelder  
Nettoumsätze 2008 in Mio. €  
(57,7 Mio. € gesamt / + 4,0 % zum Vorjahr)



# »Gute Nacht! Vergessen Sie bitte nicht, die Antenne zu erden.«

*Absage der ersten Radiosendung in Deutschland*

## Radio-Werbung

### BRW Nettoumsatz 2008 in Mio. €

(26,0 Mio. € gesamt / +10,6 % zum Vorjahr)

Die Nachfrage im Werbemarkt konzentriert sich nach wie vor hauptsächlich auf jüngere Zielgruppen in kaufkraftstarken Regionen. Daneben wird zunehmend in den Vordergrund gestellt das Erreichen breiter, konsumstarker, hochqualitativer Zielgruppen wie die der Entscheider oder der Best Ager. Im Hinblick auf diese Markt-Anforderungen ist die BRW optimal aufgestellt mit ihren massenattraktiven Angeboten **BAYERN 3** (Kernzielgruppe 30 - 49 Jahre) und **Bayern 1** (Kernzielgruppe 50 - 69 Jahre).

Die Niveauprogramme **Bayern 2**, **Bayern 4 Klassik** und **B5 aktuell** runden mit einem begrenzten Werbevolumen das BRW-Radio-Angebotsportfolio in idealer Weise ab. Über die gehobenen Programme des BR können mittels gezielt in Spezial-Themenumfeldern platzierten Werbeflächen insbesondere hochwertige Spezialzielgruppen (hoher Bildungsgrad, hohes Einkommen, kulturell äußerst interessiert, beruflich in Entscheider-Position ...) angesteuert werden.



»Das Fernsehen ist eine  
geniale Erfindung – wenn  
wir herausfinden, wie wir  
es gebrauchen sollen.«

*Pavel Kosorin*

**TV-Werbung**  
**BRW-Nettoumsatz 2008 in Mio. €**  
(25,7 Mio. € gesamt / +0,8 % zum Vorjahr)

Das **Vorabendprogramm im Ersten** ist ein hervorragendes, qualitätsorientiertes Werbeumfeld, das fortwährend – den Bedürfnissen der Zuschauer folgend – optimiert wird. In Bayern führt der ARD-Vorabend sendegebietsbezogen den Titel **Bayern im Ersten**.

Den Markterfordernissen angepasst, kann der Vorabend von den Werbungtreibenden sowohl bundesweit über das Angebot **Das Erste National**, als auch rein regional über die Angebote **Das Erste Regional** angesteuert werden.

In Summe beider Vermarktungswege konnte die BRW mit Bayern im Ersten einen TV-Gesamtumsatz in Höhe von 25,7 Mio. € erzielen.

**Bayern im Ersten**  
(nationale und regionale Vermarktung)  
25,7

# »Musik ist die beste Art der Kommunikation.«

*Angelo Branduardi*

**Nº 1\*** in Deutschland, in Bayern, bei den Best Agern...!

Von morgens bis abends begleitet Bayern 1 seine Hörer optimal durch den Tag. Über drei Millionen Menschen genießen werktäglich die großen Hits ihrer Jugend. Sie lieben Oldies und Bayern 1 spielt sie – von Abba bis Simon and Garfunkel, von den Beatles bis Elton John, von Elvis bis Whitney Houston.

Den aktiven und konsumstarken Hörern bietet Bayern 1 jedoch weit mehr als ihre Lieblingsmusik. Mit seiner Informationskompetenz sorgt das Programm dafür, dass die Hörer immer bestens informiert sind und über alles mitreden können was in Bayern passiert. Mit hunderten von Mitarbeitern ist Bayern 1 in allen Winkeln des Freistaats präsent. Der konsequente Ausbau der Regionalberichterstattung sorgt für erhebliche Einschaltimpulse.

Und wenn dann die beliebten und bekannten Moderatoren und Comedians auch noch ihre Koffer packen und mit professionellen Events in allen Teilen Bayerns Station machen, dann sind zigtausende Hörer vor Ort begeistert dabei.

Mehr zu Bayern 1: [www.bayern1.de](http://www.bayern1.de)

\* ma 2009 Radio II – Ø Stunde mit Werbung

»Qualität ist kein Zufall,  
es gehören Intelligenz  
und Wille dazu.«

*John Ruskin*

Jeden Tag ein bisschen klüger werden. Bayern 2 gehört zu den erfolgreichsten Informations- und Kulturprogrammen Deutschlands und ist mehrfach preisgekrönt. Viele Sendungen und Beiträge sind ausgezeichnet – mit Medienpreisen, Hörbuchpreisen oder Preisen für soziales Engagement.

Ideal für ein Publikum, das aktiv zuhört, das Entdeckungen sucht und sich für das Warum hinter den Dingen interessiert – mit genau recherchierten Reportagen, Hörspielen auf höchstem Niveau, Features renommierter Autoren und Literatur als Hörgenuss.

Bayern 2 informiert aktuell und umfassend – mit Anregungen und Verbrauchertipps, aber auch mit einem schmunzelnden Blick auf unseren Alltag. Kabarett und Glossen haben genauso einen Platz wie Portraits über interessante Menschen und viele spannende Gespräche. Ein Wissensschatz für alle Lebenslagen, verfügbar mit Zusatzmaterialien auch im Internet – in Podcasts und Manuskripten. Die handverlesene Musik stellt Legenden und Entdeckungen vor, ist anspruchsvoll, entspannt und weltoffen – und abseits des Mainstreams.

Mehr zu Bayern 2: [www.bayern2.de](http://www.bayern2.de)



# »Die Ästhetik unserer Tage heißt Erfolg.«

Andy Warhol

**B**AYERN 3 ist seit 1971 ein vertrauter Begleiter im Freistaat – nicht nur im Autoradio. Täglich nutzen rund 2,4 Mio. Hörer den einzigartigen Mix aus seriöser Information, nützlichem Service und abwechslungsreicher Musik. Ob alt, ob jung: Alle kennen und lieben den „Sigi“. Dieser weltbekannte Verkehrssignalton ist die akustische BAYERN 3-Visitenkarte. Seit 2008 sendet BAYERN 3 nonstop – rund um die Uhr.

BAYERN 3 – Radio für die ganze Familie.

**Info:**

Zahlreiche Korrespondenten in Bayern, Deutschland und der Welt informieren schnell, seriös und zuverlässig über alles, was aktuell passiert: Zur vollen Stunde in den *Nachrichten*, um halb in *Bayern kompakt*. BAYERN 3 ist immer live dabei, wenn's irgendwo brennt!

**Service:**

Mehr als 14.000 Bayern-Driver sind als Staumelder unterwegs und sorgen für Bayerns aktuellsten Verkehrsservice. Rund 2.500 Wettermelder beobachten exklusiv für BAYERN 3 die Wetterlage vor Ort und verstärken damit Bayerns besten Wetterbericht. Fragen des Alltags und nützliche Verbrauchertipps runden das umfangreiche Service-Angebot ab.

**Musik:**

BAYERN 3 spielt den (laut einer *Jugend forscht*-Studie) abwechslungsreichsten Mix aus aktuellen Hits und Kult-Klassikern. Und fördert internationale Newcomer wie z. B. Duffy oder Milow genauso wie bayerische Nachwuchskünstler wie Claudia Koreck. *Die Schlager der Woche* am Freitagabend sind ebenso populär wie *One Hit Wonder* oder *Stars & Hits*, der Prominenten-Talk am Sonntagvormittag.

Mehr zu BAYERN 3: [www.bayern3.de](http://www.bayern3.de)

»Musik lässt uns in allen  
Zeiten wandeln und  
in jedem Jahrhundert  
Freunde finden.«

*Helen Thompson*

**B**ayern 4 Klassik bietet Musikgenuss rund um die Uhr. Klassikstars und weltberühmte Orchester geben den Ton an. Traditionsbewusste Klassikfreunde kommen dabei genauso auf ihre Kosten wie Klassikeinsteiger. Denn Bayern 4 Klassik versteht sich als Kulturprogramm, das auf attraktive Weise mit modernen radiophonen Formen – auch in Magazinen für Kinder und Jugendliche – Lust auf Klassik vermittelt und gleichzeitig die höchsten Ansprüche des angestammten Klassikpublikums erfüllt. Dazu gehören hochkarätige Konzert- und Opernübertragungen, aber auch Jazz und Filmmusik sowie Spezialsendungen (Musikfeatures, „CD-Tipps“, „Starke Stücke – Meisterwerke der Musik“).

Bayern 4 Klassik ist ein Programm voller spannender Facetten. Die Klassikwelle des Bayerischen Rundfunks bietet Freude an der Musik in höchster künstlerischer und technischer Qualität (zahlreiche Sendungen im Surround-Sound über DVB-S-Radio in 5.1-Mehrkanal-Technik).

Bayern 4 Klassik, das bedeutet außerdem exzellenten Musikjournalismus: die Klassikmagazine in den Primetimes (von 6 - 9 Uhr „Allegro“ und von 16 - 19 Uhr „Leporello“) spiegeln das internationale Musikleben in aktuellen Kritiken, Interviews und Reportagen.

Von Claudio Monteverdi bis Ennio Morricone – Bayern 4 Klassik bietet Tag für Tag 24 Stunden die beste Musik aller Zeiten.

Mehr zu Bayern 4 Klassik: [www.bayern4klassik.de](http://www.bayern4klassik.de)



# »Information ist die Währung der Demokratie.«

*Thomas Jefferson*

**D**ie neuesten Informationen – ständig verfügbar. Wer B5 aktuell einschaltet, kann sicher sein, innerhalb einer Viertelstunde einen Überblick über das aktuelle Geschehen zu bekommen. Ergänzt werden Nachrichten und Kurzinformationen durch Hintergrundberichte, Reportagen und Meldungen aus Bayern, Wirtschaft, Kultur und Sport. Dazu ein Börsenüberblick jede halbe Stunde und viertelstündliche Verkehrs- und Wettermeldungen. Eine komplette Zeitung zum Hören, ständig ergänzt und aktualisiert von 6:00 Uhr früh bis Mitternacht, von Montag bis Samstag.

Verfügbar zu Hause, im Auto, am Schreibtisch – und als Live-Stream im Internet. Aufgebrochen wird das Sendeschema für Großereignisse. Das kann eine Regierungserklärung oder ein wichtiges Urteil sein, aber auch ein Fußballspiel. Noch mehr Live-Übertragungen gibt es auf B5 plus, dem digitalen Ereigniskanal von B5 aktuell. Hören kann man die Parlamentsdebatten, Diskussionsforen und Fußballreportagen über Digitalradio, Satellit, Internet und Kabel.

Am Sonntag bietet B5 aktuell, eingebettet ins Nachrichtengerüst, die Wochenrückblicke auf die wichtigsten Ereignisse aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Dazu aktuelle Sportinformationen und die Diskussion mit den Hörern. In Sonntags um 11 tauschen sie Argumente zu den Themen der Woche aus: live am Telefon im Gespräch mit Moderatoren und Studiogästen.

B5 aktuell – das Radio für die Infogesellschaft.

Mehr zu B5 aktuell: [www.b5aktuell.de](http://www.b5aktuell.de)

# »Den Besten zu gefallen, ist kein geringes Lob.«

*Horaz*

**B**ayern im Ersten ist die Marke für den ARD-TV-Vorabend in Bayern. Es ist massenattraktiv und bietet eine breitgefächerte und qualitativ hochwertige Mischung aus Serien, Nachrichten, Quiz, Wissen, Sport, Information und Service – und ist damit bei den bayerischen Zuschauern überzeugender Marktführer im Vorabend.

Bayern im Ersten ist das Synonym für ein starkes Programm in einer starken Region mit hoher Kaufkraft. Dennoch: Auch in Boom-Regionen gilt es, den Konsumenten durch Werbung von seinem Produkt bzw. seiner Dienstleistung zu überzeugen, um Kaufkraft zu transformieren in Konsumlust und final in einen Kaufakt. Und genau hier kann das multisensorische Medium TV seine Stärken voll ausspielen: TV ist emotional, schnell, glaubwürdig sowie selbstverständlicher, vertrauensvoller Begleiter insbesondere auch im Vorabend. Und! Das Erste ist das einzige TV-Angebot in Deutschland, das regionale Präsenz in einem nationalen Umfeld ermöglicht.

Bayern im Ersten ist damit ein idealer Partner sowohl für klassische regionale Kampagnen, als auch für Testmarktaktionen oder zur punktuellen Aufstockung nationaler TV-Kampagnen mit dem Ziel, die potenziellen Konsumenten streuverlustfrei so nah wie möglich am Kaufort und so kurz wie möglich vor ihrer Kaufentscheidung zu erreichen.

Mehr zu Bayern im Ersten: [www.brw-radiotv.de](http://www.brw-radiotv.de)



# »Protokooperation – das ist mehr als nur ein Wort mit fünf „O“s.«

*J. Steinbach, BRW*

**D**as Erste hält für an Sponsoring Interessierte die ganz große Kulisse bereit mit umfangreichen Kapazitäten für erfolgreiche Partnerschaften: mit neuen Serien, attraktiven Sendeplätzen, impulsgebenden Formaten – alle in bewährter Premiumqualität und Leistungsstärke. Das Erste präsentiert sich wie gewohnt innovationsfreudig und glaubwürdig, modern und anspruchsvoll. Mit renommierten Premium-Inhalten bietet die ARD für „Opener“ und „Closer“ attraktivste Imageumfelder. Willkommen beim qualitativen wie quantitativen Marktführer.

Das **Bayerische Fernsehen** stellt mit dem Parameter „werbefreies-Umfeld“ Sponsoren zudem fast so etwas wie eine „Alleinstellungsoption“ für die Positionierung Ihrer Botschaften zur Verfügung. Eingebettet in anspruchsvolle Programmumfelder sind hier die Bedingungen für einen symbiotischen Imagetransfer in besonderer Weise gegeben.

Sponsoring ist selbstverständlich auch in den **Radioprogrammen des BR** möglich. Ob auf Bayern 1 beim *Sporttelegramm*, bei *regionalen Freizeittipps* oder auf BAYERN 3 bei *Verkehrsnachrichten* oder *Autotest*, *Greatest Hits*, *Nightlife*, etc.: kreative Möglichkeiten für pointiert und prominent platziertes Sponsoring bieten sich vielerorts.

Mehr zu Sponsoring: [www.brw-sponsoring.de](http://www.brw-sponsoring.de)

»Große Gedanken brauchen nicht nur Flügel, sondern auch ein Fahrgestell zum Landen.«

*Neil Armstrong*



**W**ie klingt Ihre Marke? Wie Ihr Image? Welche Tonality hat Ihr Unternehmen, Ihr Produkt? Hat Ihre Marketingstrategie auch einen akustischen oder einen visuellen Aspekt? Welche sind die möglichen und/oder nötigen Komplementärmaßnahmen für Ihre klassische Kommunikation? Wie werden Radio und TV gezielt in einen effizienten Media-Mix eingebettet? Wann macht eine Monokampagne Sinn? ...

**Creative Media** bietet die Lösungen für all diese Fragen. Valide Daten, profunde Programmkenntnis und kreative Kommunikationsstrategien unterstreichen die gesamtheitliche und serviceorientierte Vermarktungsbasis der BRW. Selbstverständlich verantwortet die BRW auf Wunsch, modulartig abgestimmt auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden, auch die Kreation und Produktion der Hörfunk- und TV-Spots und initiiert kampagnenbegleitende Erhebungen.

Mit innovativen Maßnahmen stellt sich die BRW den Herausforderungen des bayerischen Radio- und TV-Marktes.

»Erdachtes mag zu  
denken geben, doch  
nur Erlebtes wird  
beleben.«

*Paul von Heyse*

**V**eranstaltungen wie die Bayern 1-Sommerreise oder das BAYERN 3-Dorffest bieten Werbungtreibenden hervorragende Eintrittskarten für eine moderne, zielgerichtete und einzigartige Platzierung von Produkten und Dienstleistungen. Über den Bereich **Eventssponsoring** gibt es einen individuellen und direkten Zugang zu den Veranstaltungen der BR-Programme.

Spezialisierte Berater mit jahrelanger Erfahrung kreieren Eventssponsoringvarianten mit exklusiven Eventkonzepten und Eventkombis mehrerer Programme. Mit über 100 Events pro Jahr bietet der Bayerische Rundfunk die höchste Eventdichte aller Rundfunkanbieter in Bayern.

Vom kleinen Spontanevent bis hin zu Großevents begeistern die Veranstaltungen des Bayerischen Rundfunks jährlich über 1,5 Millionen Besucher.

Im Bereich Eventssponsoring arbeiten ausschließlich Programm- und Marketingexperten, die über einen direkten Draht zu den Programmscheidern verfügen. So können Ideen und Wünsche schnell in bestehende Events integriert oder eigene Konzepte mit dem Bayerischen Rundfunk verwirklicht werden.



»Brandzeichen (auch Brandmal oder Zuchtbrand) bei Pferden oder Rindern weisen eine Rasse oder den Eigentümer aus.«

*Wikipedia*



**D**ie Zweitverwertung von Sendungen, Labels und Logos ermöglicht es, die Programme des Bayerischen Rundfunks zeitlos verfügbar und erlebbar zu machen. Auch nach den Ausstrahlungen bleiben die Sendungen in Form von CDs, DVDs weiter erhältlich oder können in Begleitbüchern weiter vertieft werden. So werden erfolgreiche Sendungen in Kombination mit programmbegleitenden Produkten zu starken Marken, starken „Brands“. Das trifft für Kultsendungen genauso zu wie für Nischenthemen, für hochwertige Archivaufnahmen ebenso wie für aktuelle Programme.

Die BRW-Service GmbH ist verantwortlich für die gesamte Zweitverwertung der Hörfunkprogramme und für die Vergabe der Printrechte an BR-Fernsehproduktionen. Die Zweitverwertung der Programme erfolgt zum einen in Kooperation mit Lizenzpartnern aus der Industrie, zum anderen veröffentlicht die BRW-Service GmbH aber auch zunehmend Produkte im eigenen Verlag und kooperiert mit kompetenten Vertriebspartnern, die neben dem BRshop für eine bayern- und bundesweite Verbreitung des Sortiments sorgen. Neben bereits bewährten Markenprodukten wie z. B. der DVD-Reihe „Alpha Centauri“ oder „Tilt!“ sowie zahlreichen Volksmusik- und Comedy-CDs hat die BRW-Service GmbH im Herbst 2008 mit dem BR zusammen das CD-Label BR-KLASSIK gegründet, das mit einer imposanten Produktauswahl im September 2009 an den Start gehen wird.

Mehr zu Merchandising – Lizenzen und Eigenproduktionen: [www.brw-merchandising.de](http://www.brw-merchandising.de)

»Sage mir, wo und wie du  
einkaufst, und ich  
sage dir, wer du bist  
und wie du lebst.«

*Sokrates nach Harald Lemke*

**D**a steckt Programm drin! Im BRshop erhalten Hörer und Zuschauer des Bayerischen Rundfunks die komplette Produktpalette an Begleitmaterialien zu ihren Lieblingssendungen. Ob Dokumentation zur Geschichte und Kultur Bayerns, Klassik, Comedy, Kochen oder Philosophie – das Angebot ist vielseitig. Den Chartbreaker „BAYERN 3 – Los Rockos“ kann man ebenso finden wie die traditionellen Wetterpanorama-CDs. Eine ausgewogene Mischung von Klassikern und Trendprodukten spiegelt das breite Programmangebot des BR wieder.

Wer online unterwegs ist, findet unter [www.br-shop.de](http://www.br-shop.de) das komplette Produktsortiment und detaillierte Artikelbeschreibungen. Der regelmäßige Newsletter und die Feedbackseite für Anregungen und Wünsche unterstützen das Serviceangebot. Natürlich gibt es auch die Möglichkeit zur telefonischen Bestellung. Eine optimale Übersicht über das Sortiment bietet auch der jährlich erscheinende BRshop-Katalog. Wer hingegen lieber vor Ort einkauft, ist mit dem BRshop München oder den bayernweit rund 30 BRshop-Partnern bestens bedient.

Mehr zum BRshop: [www.br-shop.de](http://www.br-shop.de)

Die Bestellhotline:

**Tel. +49 (0)1805 / 15 17 19**

(€ 0,14 / Min. aus dem Festnetz der Deutschen Telekom, Mobilfunk abweichend)

»Wir denken selten an das,  
was wir haben, aber  
immer an das,  
was uns fehlt.«

*Arthur Schopenhauer*

**D**ie Dokumentation über Einstein als Grundlage für die Facharbeit, der Abendschaubei-  
trag übers Maibaumaufstellen im Heimatort oder die Reisereportage als Vorbereitung für  
die nächste Urlaubsfahrt – Gründe, sich den Mitschnitt einer Sendung zu bestellen, gibt es  
unzählige.

Der BRmitschnitt ist die Anlaufstelle für alle, die eine Sendung der Programme des  
Bayerischen Rundfunks, die es nicht als Kaufprodukt z. B. im BRshop gibt, in Form einer DVD  
oder CD bestellen möchten. Egal, ob man eine Sendung verpasst hat, sie verschenken oder  
aus bestimmten Gründen archivieren möchte, der BRmitschnitt hilft allen Zuschauern und  
Hörern gerne weiter. Voraussetzung hierfür ist, dass die Reportage, Dokumentation oder  
aktuelle Sendung eben nicht im Handel erhältlich ist und der Kunde rein für private Zwecke  
bestellt.

Nach der Anfrage recherchiert der BRmitschnitt die gewünschte Produktion und nach zwei  
bis drei Wochen kann der Kunde dann sein maßgeschneidertes Produkt in Empfang neh-  
men.

Mehr zum BRmitschnitt: [www.br-mitschnitt.de](http://www.br-mitschnitt.de)

Die Bestellhotline:

**Tel. +49 (0)1805 / 30 04 30**

(€ 0,14 / min aus dem Festnetz der Deutschen Telekom, Mobilfunk abweichend)

# »Bildungshunger und Wissensdurst sind keine Dickmacher.«

*Lothar Schmidt*

**D**as Telekolleg MultiMedia, eine Bildungseinrichtung des Bayerischen Rundfunks und der Länder Bayern, Brandenburg und Rheinland-Pfalz, richtet sich an Erwachsene, die neben Beruf und Familie die Fachhochschulreife erlangen wollen, um anschließend zu studieren oder beruflich weiterzukommen. In Fernsehsendungen, Begleitunterricht, Studienmaterial und Internet werden die Lerninhalte vermittelt. Teilnehmerbetreuung und Telekolleg-Verlag verantwortet die BRW-Service GmbH / Merchandising.

In der **Telekolleg-Teilnehmerbetreuung** erhalten die Telekollegiaten Informationen und Hilfeleistungen zu Anmeldung und Begleitmaterialien. Ein regelmäßiger Newsletter sorgt dafür, dass die Teilnehmer immer auf dem neuesten Stand sind. Gemeinsam mit der Geschäftsstelle Telekolleg beim BR sorgt die Teilnehmerbetreuung somit für eine kompetente, umfassende Beratung und Hilfestellung für Studierende und Interessierte.

Der **Telekolleg-Verlag** veröffentlicht vom Buch über die CD-ROM bis hin zur DVD alle Begleitmaterialien zum Telekolleg. Das Sortiment wird über den eigenen Onlineshop [www.telekolleg-info.de](http://www.telekolleg-info.de) sowie über den Buchhandel vertrieben. Im Onlineshop können die Telekollegiaten zudem kostenloses Übungsmaterial zu den einzelnen Lehrfächern herunterladen.

Kontakt Telekolleg-Teilnehmerbetreuung: [telekolleg@brw.de](mailto:telekolleg@brw.de)

Mehr zum Telekolleg-Verlag: [www.telekolleg-info.de](http://www.telekolleg-info.de)



# »Den Wert eines Menschen erkennt man daran, was er mit seiner Freizeit anfängt.«

*K. H. Waggerl*

**D**er Bayern 1 Radioclub: „Radio-Familie“ unter dem Dach der BRW.

Der Bayern 1 Radioclub, 1997 als offizieller Hörerclub des Programms Bayern 1 gegründet, hat heute 14.000 Mitglieder, die den Kern einer wahren „Bayern 1-Familie“ bilden. Unter der Devise „zuhören und dazugehören“ steht der Club für Erlebnis, Gemeinschaft und Information. Der Bayern 1 Radioclub bringt den Hörern ihr Lieblingsprogramm näher, beantwortet Fragen rund ums Radio und zeigt die menschliche Seite der Programmgestalter.

Die Mitgliedschaft kostet 14,- € im Jahr und bringt zahlreiche Vorteile. Mit der Clubkarte gibt es diverse Vergünstigungen und Rabatte, Tagesausflüge führen kreuz und quer durch den Freistaat und ein Programm mit Welt- und Traumreisen konnte in den letzten Jahren stetig erweitert werden.

Im Rahmen des Clublebens haben zahllose Bayern 1-Fans zueinander gefunden und wahre „Netzwerke“ gebildet. Schon früh organisierten sich Clubmitglieder in „Club-Stammtischen“. Hier treffen sich Hörerinnen und Hörer monatlich und entwickeln gemeinsam zahllose Aktivitäten. Mittlerweile gibt es 75 solcher „Clubs im Club“ mit teilweise über 50 regelmäßigen Teilnehmern. Im Zusammenklang mit den übrigen Clubaktivitäten bewirkt dies, dass sich die Idee von Bayern 1 und der „Bayern 1-Familie“ immer weiter herumspricht...

Mehr zum Bayern 1 Radioclub: [www.bayern1-radioclub.de](http://www.bayern1-radioclub.de)

# »Willkommen, bienvenue, welcome!«

*Liza Minnelli (John Kander)*

**K**ünstler, Karten und Konzerte. Der BRticket-Service.

„Wir wissen, was gespielt wird“, das ist das Motto des BRticket-Service, der allein im letzten Jahr 40.000 Tickets an Kunden aus aller Welt vermittelt hat.

„Rufen Sie an oder kommen Sie vorbei“ – der BRticket-Service bietet sowohl Beratung am Telefon als auch persönliche, individuelle Bedienung im Foyer des Münchner Funkhauses. Hier kann man alle Saalpläne selbst einsehen und sich bei der Wahl des idealen Sitzplatzes von freundlichen Mitarbeiterinnen Tipps geben lassen.

Die hauseigene BR-Vorverkaufsstelle ist an das System von „München Ticket“ angeschlossen. Erhältlich sind so Karten für sämtliche Veranstaltungen in München und Umgebung. Durch seine enge Zusammenarbeit mit dem Abonnementbüro und den Klangkörpern des BR kann der BRticket-Service auf umfangreiches Spezialwissen und fundierte Kenntnisse zurückgreifen. Ein echtes Plus für den Kunden ist auch der gute Kontakt zu den Programmen des BR. So war es z. B. möglich, dass BAYERN 3 seinen Hörern für das „Stars und Newcomer“-Konzert im Audi-Forum Ingolstadt über den BRticket-Service ganz exklusiv schon vor dem offiziellen Vorverkaufstart Karten offerieren konnte. Besonders begehrte Veranstaltungen wie z. B. der „Treffpunkt Volksmusik“ im Funkhaus werden mittlerweile sogar exklusiv über den BRticket-Service angeboten.

Mehr zum BRticket-Service: [www.br-ticket.de](http://www.br-ticket.de)

Bestellungen: Tel. +49 (0)89 / 59 00 - 45 45, Fax +49 (0)89 / 59 00 - 42 66

everything, except  
»I can resist  
temptation.«

*Oscar Wilde*

**A**us dem Faschingskalender der Bayerischen Hauptstadt sind sie nicht wegzudenken: Die BR-Funkbälle gelten allen echten „Münchenfasching“-Fans traditionsgemäß als der wahre Feierhimmel.

An den vier Tagen des langen Faschingswochenendes verwandeln sich die BR-Studios traditionsgemäß in eine einzige Party- und Feierzone. Viele tausend sind es, die da zwischen Faschingsfreitag und Rosenmontag am Rundfunkplatz rocken.

Dabei reicht „rocken“ durchaus von Walzerwirbeln bis Luftgitarre. Am Freitag, der langen „BAYERN 3-Nacht“, wirbelt's sich mit internationalen top Rock-Pop-Acts, der BAYERN 3-Band und den BAYERN 3-DJs sicher eher wild, auf dem glamourösen Schwarz-Weiß-Ball am Sonntag eher schwungvoll-elegant übers Studioparkett. Dazwischen der Samstag mit live Bigbands und Brasil-Show. Die Bayern 1-Rosenmontag-Nacht setzt den würdigen Abschlussakkord der Session: die Bayern 1-Band hat noch immer gewusst „who the champions are“: We!

Mehr zu den BRfunkbällen: [www.br-funkbaelle.de](http://www.br-funkbaelle.de)

## Gesellschaftsdaten

### Unternehmensgegenstand

Werbung im Rundfunk (Radio und TV), insbesondere Beschaffung und Ausführung von Aufträgen für Werbesendungen im Rundfunk, Erteilung von Produktionsaufträgen an Dritte und Herstellung und Verbreitung von Ton- und Bildträgern sowie sämtliche Maßnahmen, die geeignet sind, die Unternehmungen der Gesellschaft und die programmlichen und wirtschaftlichen Interessen des Bayerischen Rundfunks zu fördern.

### Gesellschaftsvertrag

vom 28.06.1956, zuletzt geändert am 11.12.2007

### Handelsregister

Amtsgericht München HRB 4060

**Eintragung:** 28.06.1956

### Stammkapital

300.000 Euro

### Gesellschafter

Bayerischer Rundfunk AdÖR, vertreten durch dessen Intendanten Prof. Dr. Thomas Gruber

### Gesellschaftsbeteiligungen

BRW-Service GmbH

Multimedia-Dienstleistungen  
Nürnberg MMD GmbH

ARD-Werbung  
SALES & SERVICES GmbH

### Aufsichtsrat (Stand: Februar 2009)

Bernd Lenze, Vorsitzender  
Barbara Stamm, stellv. Vorsitzende  
Elke Beck-Flachsenberg  
Dr. Jürgen Böddrich  
Dr. Reinhard Dörfler  
Prof. Dr. Gerhard Fuchs  
Alois Glück  
Dr. Friedemann Greiner  
Dr. Johannes Grotzky  
Heide Langguth  
Gerald Odoj  
Eugen Freiherr von Redwitz  
Hans Roth  
Dr. Paul Siebertz  
Dr. Edgar Wangen  
Lorenz Zehetbauer

### Geschäftsführer

Ludger Lausberg

Bayerische Rundfunkwerbung GmbH

Hopfenstraße 4  
80335 München  
Postfach 20 05 62  
80005 München

Telefon +49 (0)89 / 59 00 - 04  
Telefax +49 (0)89 / 59 00 - 42 24  
E-Mail [info@brw.de](mailto:info@brw.de)  
Internet [www.brw.de](http://www.brw.de)

Impressum:

Konzeption und Redaktion:  
BRW-Marketing –  
Wolfgang Sauer, Jutta Hopf

Konzeption, Redaktion,  
Gestaltung und Realisation:  
NBB Kommunikation, München –  
Kay Krüger, Anton Zinkl

Fotografie Architektur Hopfenpost  
und L. Lausberg: Michael Spakowski

Bildnachweis Motive Bayern:  
Mauritius Images

Druck: Gotteswinter, München

München, Juli 2009

**BRW**  
Bayerische  
Rundfunkwerbung