



**BRmedia**

**RADIO TARIFE 2025**

# Inhaltsverzeichnis

## BRmedia-Radio Tarife 2025

- 2 Inhaltsverzeichnis
- 3 Vorwort
- 4 BRmedia-Klimabeitrag
- 5 BRmedia-Ansprechpartner
- 6 Auftragsannahme / -abwicklung

### **BAYERN 1**

- 7 Programm
- 8 Sendeschema
- 9 Preise 2025
- 10 Key Facts
- 11 Bruttokontaktsummen

### **Bayern 2**

- 13 Programm
- 14 Sendeschema
- 15 Preise 2025
- 16 Key Facts
- 17 Bruttokontaktsummen / Höreranteile / Hörerindizes

### **BAYERN 3**

- 18 Programm
- 19 Sendeschema
- 20 Preise 2025
- 21 Key Facts
- 23 Bruttokontaktsummen

### **BR-KLASSIK**

- 24 Programm
- 25 Sendeschema
- 26 Preise 2025
- 27 Key Facts
- 28 Bruttokontaktsummen / Höreranteile / Hörerindizes

### **BR24**

- 29 Programm
- 30 Sendeschema
- 31 Preise 2025
- 32 Key Facts
- 33 Bruttokontaktsummen / Höreranteile / Hörerindizes

### **Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3**

- 34 Kombipartner / -programme
- 35 Preise 2025
- 36 Key Facts
- 37 Bruttokontaktsummen

### **Entscheider Kombi BAYERN 3 + BR24**

- 38 Kombipartner / -programme
- 39 Preise 2025
- 40 Key Facts
- 41 Bruttokontaktsummen

### **42 Media – Strategie und Planung**

#### **42 Creative Media**

#### **43 Auftragsabwicklung Radio 2025**

#### **47 BR Radio: Sendernetze / Frequenzen / Empfang**

#### **49 Allgemeine Geschäftsbedingungen Radio 2025**

#### **54 Sponsoring BR Radio 2025**

#### **55 Event-Sponsoring 2025**

#### **56 Impressum**

# BR Radio

Wo Qualitätsjournalismus, Glaubwürdigkeit, Vertrauen und nachhaltige Werbewirkung zuhause sind.

## Sehr geehrte Geschäftspartner,

über 6 Millionen Menschen bundesweit hören lt. ma 2024 Audio II werktäglich mindestens ein Radioprogramm des Bayerischen Rundfunks. Im Kernsendegebiet Bayern sind es 5,41 Millionen Hörer – also fast jeder Zweite im Freistaat. Und die Bayern lieben „ihr Radio“: Mit 77,3 Prozent täglichen Radiohörern liegt die Reichweite des Mediums Radio in Bayern weiterhin über dem Bundesdurchschnitt (73,9 Prozent).

Mit 195 Minuten täglicher Hördauer (Mo - Fr) übertreffen die Bayern den deutschlandweiten Wert (184 Minuten) um 11 Minuten.

### Radio ist damit der verlässliche mediale Tagesbegleiter No. 1.

Diese Ergebnisse sind Bestätigung für die feste Verankerung der BR-Radioprogramme im Leben der Menschen im Freistaat. Und zugleich ein starkes Zeichen für „ihr“ Vertrauen in die durchgehend seriösen, glaubwürdigen und mit höchster journalistischer Sorgfalt betriebenen BR-Radioprogramme. Die hohe Programmqualität definiert sich über die Kernkompetenzen wie regionale Verankerung, faktenbasierter Journalismus, verbrauchernahe Services, intelligente Unterhaltung und fesselnde Moderation. **Und öffentlich-rechtliches Programmumfeld bedeutet einen positiven Imagetransfer auf die beworbenen Marken und generiert Brand Safety.**

Mehr zur Leistungsstärke unserer Radioangebote **BAYERN 1, Bayern 2, BAYERN 3, BR-KLASSIK, BR24, Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3 und Entscheider Kombi BAYERN 3 + BR24** finden Sie angebotsdifferenziert und auf das Werbe- / Geschäftsjahr 2025 ausgerichtet in den nachfolgenden Kapiteln unseres Downloads „BRmedia-Radio Tarife 2025“ in der Version „Stand: Oktober 2024“. Darin informieren wir auch über die vielfältigen Möglichkeiten der Imageübertragung und der exklusiven Markenpositionierung durch Sponsoring im BR Radio (on air) und Event-Sponsoring (off air).

Das BRmedia-Team zielt immer ab auf die größtmögliche Werbewirkung Ihrer Kommunikationsmaßnahmen auf BR Radio – durch Optimierung der Kampagnen-Einschaltplanung und durch Feinplanungen hinsichtlich Reichweitenmaximierung, Wirtschaftlichkeit und Werbedruck. Auf Wunsch verantworten wir auch die Kreation und Produktion Ihrer Hörfunkspots. Ihr Ansprechpartner sind wir auch für kampagnenbegleitende Erhebungen, bei der Konzeption von Werbesonderformen, bei der Erstellung von Zielgruppen-Analysen... Nutzen Sie dabei unsere Beratungskompetenz und unsere umfangreichen Serviceleistungen.

Unser Handeln ist unabhängig von der jeweils bestehenden gesamtwirtschaftlichen Situation geprägt durch Partnerschaft, Individualität, Flexibilität und Vertrauen – wichtige Faktoren für Ihren Kampagnen-Erfolg.

Ich wünsche Ihnen ein gutes Geschäftsjahr 2025. Gerne sind wir dabei Ihr Partner.

Mit besten Grüßen,



Peter Jakob  
Verkaufsdirektor

# BRmedia-Klimabeitrag

Der finanzielle BRmedia-Klimabeitrag kompensiert die CO<sub>2</sub>-Emissionen von Werbekampagnen / Werbespots in den Radioprogrammen des Bayerischen Rundfunks. Die BRmedia übernimmt in Kooperation mit ClimatePartner die Berechnung und den Ausgleich für durch Spot-Produktion / -Ausstrahlung / -Empfang entstandene CO<sub>2</sub>-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Damit werden Klimaschutzprojekte in Höhe der für Kampagnen in BR-Radioprogrammen berechneten CO<sub>2</sub>-Emissionen finanziert.

Dabei entstehen für unsere Geschäftspartner keine Mehrkosten. BRmedia und Geschäftspartner leisten gemeinsam mit einem Beitrag zum Erreichen der UN Sustainable Development Goals im Rahmen der Agenda 2030. Für ihren eigenen Nachhaltigkeitsbericht erhalten unsere Geschäftspartner auf Wunsch eine Urkunde hinsichtlich Kompensation der CO<sub>2</sub>-Emissionen ihrer Kampagne(n) in BR-Radioprogrammen.



# BRmedia-Ansprechpartner

Radiowerbung – Sponsoring – Event-Sponsoring

## VERKAUFSDIREKTOR



**Peter Jakob**

Tel. +49 89/59 00 - 10 710  
E-Mail peter.jakob@br-media.de

## VERKAUFSLEITUNG / BUSINESS DEVELOPMENT



**Michael Walter**

Tel. +49 89/59 00 - 10 712  
Mobil +49 171/78 82 729  
E-Mail michael.walter@br-media.de

## SALES MANAGERIN



**Claudia Sorowka**

Tel. +49 89/59 00 - 10 721  
E-Mail claudia.sorowka@br-media.de

## BUSINESS DEVELOPMENT



**Cornelia Schülke**

Tel. +49 89/59 00 - 10 719  
E-Mail cornelia.schuelke@br-media.de

## VERKAUFSBERATUNG IN/FÜR ÖSTERREICH



**Heinz Brückl**

Tel. +43 77 51/20 555  
Mobil +43 664/40 20 721  
E-Mail brueckl@brueckl.eu

## MEDIA – STRATEGIE UND PLANUNG



**Angie Hunger**

Tel. +49 89/59 00 - 10 715  
E-Mail angie.hunger@br-media.de



**Klaus Obermeier**

Tel. +49 89/59 00 - 10 716  
E-Mail klaus.obermeier@br-media.de



**Damir Salopek**

Tel. +49 89/59 00 - 10 717  
E-Mail damir.salopek@br-media.de

## AUFTRAGSMANAGEMENT



**Michael Schroth**

Tel. +49 89/59 00 - 10 714  
E-Mail dispo.radio@br-media.de



**Juliane Steib**

Tel. +49 89/59 00 - 10 718  
E-Mail dispo.radio@br-media.de

## CREATIVE MEDIA



**Robert Urban**

Tel. +49 89/59 00 - 10 723  
Mobil +49 172/83 00 898  
E-Mail robert.urban@br-media.de

## SENDEABWICKLUNG



von links nach rechts:

**Katharina  
Kemmerich  
Christian Steiner  
Ingrid Wenisch**

Abteilungs-Tel. +49 89/59 00 - 10 764

**Bereitstellung der Sendeunterlagen ausschließlich  
per E-Mail: spotzugang@br-media.de**

## SPONSORING BR RADIO UND BR FERNSEHEN

**Peter Jakob**

Kontakt: siehe VERKAUFSDIREKTOR

**Klaus Obermeier**

Kontakt: siehe MEDIA – STRATEGIE UND PLANUNG

## EVENT-SPONSORING

**Peter Jakob**

Kontakt: siehe VERKAUFSDIREKTOR

**Cornelia Schülke**

Event-Sponsoring  
BR Radio  
Kontakt: siehe BUSINESS DEVELOPMENT

**Klaus Obermeier**

Event-Sponsoring  
BR Fernsehen und BR-Radltour  
Kontakt: siehe MEDIA – STRATEGIE UND PLANUNG

# Auftragsannahme / -abwicklung

## Regionale Vermarktung / Nationale Vermarktung

**REGIONALE**  
VERMARKTUNG  bei Aufträgen, die ausschließlich die BRmedia betreffen

### BRmedia GmbH

Auftragsmanagement  
Hopfenstraße 4  
80335 München

#### Michael Schroth

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 714  
E-Mail [dispo.radio@br-media.de](mailto:dispo.radio@br-media.de)

#### Juliane Steib

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 718  
E-Mail [dispo.radio@br-media.de](mailto:dispo.radio@br-media.de)

[www.br-media.de](http://www.br-media.de)

**NATIONALE**  
VERMARKTUNG  bei Aufträgen, die mehrere ARD-Werbegesellschaften betreffen

### ARD MEDIA GmbH

Audio Disposition  
Bertramstraße 8 / D-Bau  
60320 Frankfurt / Main

#### Scarlett Schwamberger

Leiterin Audio Disposition  
Tel. +49 69 / 154 24 - 236  
Mobil +49 171 4493586  
E-Mail [scarlett.schwamberger@ard-media.de](mailto:scarlett.schwamberger@ard-media.de)

#### Romina Heider

Tel. +49 69 / 154 24 - 237  
E-Mail [romina.heider@ard-media.de](mailto:romina.heider@ard-media.de)

#### Simone Lippert

Tel. +49 69 / 154 24 - 239  
E-Mail [simone.lippert@ard-media.de](mailto:simone.lippert@ard-media.de)

[www.ard-media.de/audio/](http://www.ard-media.de/audio/)

**BR****BAYERN****1**

# GEHÖRT INS LEBEN

BAYERN 1 ist mit bundesweit 3,23 Millionen Hörerinnen und Hörern täglich das meistgehörte Radioprogramm Bayerns – und in der Durchschnittsstunde ist es mit 1,06 Millionen Nutzern das stärkste Programmangebot in ganz Deutschland. Unter dem Motto „BAYERN 1 – Gehört ins Leben“ begleitet BAYERN 1 die Hörerinnen und Hörer täglich im Radio, im Netz und live vor Ort. Dabei gehört der Sound der 80er genauso zum positiven Lebensgefühl der BAYERN 1 Fans wie täglich aktuelle und persönliche Reportagen der BR Korrespondentinnen und Korrespondenten aus allen bayerischen Regionen, oder Tipps für Küche, Garten, Geld und gesundes, nachhaltiges Leben im Radio und im Netz. Die spannenden und bewegenden Geschichten der Gäste des preisgekrönten Radiotalks „Blaue Couch“ gehören ins Leben genauso wie Antworten auf Umweltfragen aus dem Alltag im BAYERN 1 Nachhaltigkeitspodcast „Besser leben“ oder die mitreißenden Reportagen der Fußball-Kultsendung „Heute im Stadion“. Darüber hinaus bringt BAYERN 1 die Menschen mit Programmaktionen und BAYERN 1 Events überall in Bayern zusammen und schafft so unvergessliche Erlebnisse.

[www.bayern1.de](http://www.bayern1.de)

Quelle:  
ma 2024 Audio II – deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland, Tagesreichweite und DSTD (Mo - Fr)

# Sendeschema

## Montag - Samstag

| Uhrzeit | MONTAG   | DIENSTAG     | MITTWOCH      | DONNERSTAG         | FREITAG           | Uhrzeit | SAMSTAG  |
|---------|--|--------------|---------------|--------------------|-------------------|---------|--|
| 00 - 05 | Die Nacht auf BAYERN 1<br>(siehe Samstag, 0 - 6 Uhr)                                       |              |               |                    |                   | 00 - 05 | Die Nacht auf BAYERN 1<br>Der Schuss Energie für die Nachtschicht: im Auto, bei der Arbeit oder zuhause.<br>Große Abwechslung und jede Menge 80er im Soundtrack Ihres Lebens |
| 05 - 06 | BAYERN 1 am Morgen<br>5:10 Uhr: Fahns besondere Morgennummer auf BAYERN 1                  |              |               |                    |                   | 05 - 06 |  |
| 06 - 07 | 5:30 Uhr: Nachrichten-Schlagzeilen<br>5:56 Uhr: Gedanken zum Tag                           |              |               |                    |                   | 06 - 07 |  |
| 07 - 08 | 7:50 Uhr: „Die Superbayern“ – Comedy mit Wolfgang Krebs                                    |              |               |                    |                   | 07 - 08 | BAYERN 1 am Samstagvormittag<br>7:15 Uhr: Held der Woche   |
| 08 - 09 | 8:50 Uhr: Fahns finale Frage<br>6:30, 7:30 und 8:30 Uhr: Das Wichtigste aus Ihrer Region ■ |              |               |                    |                   | 08 - 09 | 8:15 Uhr: Tipps von der BAYERN 1 Gartenexpertin<br>10:45 Uhr: Kochen mit Sternekoch Alexander Herrmann   |
| 09 - 10 | BAYERN 1 am Vormittag  |              |               |                    |                   | 09 - 10 |  |
| 10 - 11 | 9:45 Uhr: Das Quiz der 10.000 Songs  |              |               |                    |                   | 10 - 11 |  |
| 11 - 12 | 9:30, 10:30 und 11:30 Uhr: Das Wichtigste aus Ihrer Region ■                               |              |               |                    |                   | 11 - 12 |  |
| 12 - 13 | BAYERN 1 Mittags in ... ■  |              |               |                    |                   | 12 - 13 | BAYERN 1 am Samstag<br>11 - 12 Uhr: Marcus Fahns 80er Playlist auf BAYERN 1  |
| 13 - 14 | BAYERN 1 am Nachmittag   |              |               |                    |                   | 13 - 14 | 12 - 15 Uhr: Alles, was Ihren Samstag schöner macht<br>13:30 und 14:30 Uhr: Sport aktuell – Der BAYERN 1 Liveticker  |
| 14 - 15 | 14:45 Uhr: „Die Superbayern“ – Comedy mit Wolfgang Krebs                                   |              |               |                    |                   | 14 - 15 |  |
| 15 - 16 | 13:30, 14:30, 15:30 und 16:30 Uhr: Das Wichtigste aus Ihrer Region ■                       |              |               |                    |                   | 15 - 16 | An Fußball-Bundesliga-Spieltagen:<br>BAYERN 1 Heute im Stadion ■   |
| 16 - 17 |  |              |               |                    |                   | 16 - 17 | An Nicht-Fußball-Bundesliga-Spieltagen:<br>BAYERN 1 am Samstag<br>15:30, 16:30, 17:30 und 18:30 Uhr:<br>Sport aktuell – Der BAYERN 1 Liveticker                              |
| 17 - 18 | BAYERN 1 Das Bayernmagazin   |              |               |                    |                   | 17 - 18 |  |
| 18 - 19 | 17:30 Uhr: Das Wichtigste aus Ihrer Region ■   |              |               |                    |                   | 18 - 19 |  |
| 19 - 20 | Blaue Couch mit Dominique Knoll / Thorsten Otto  |              |               |                    | BAYERN 1 am Abend | 19 - 20 | BAYERN 1 am Abend<br>18:30 Uhr: Sport aktuell – Der BAYERN 1 Liveticker  |
| 20 - 21 | BAYERN 1 am Abend  |              |               |                    |                   | 20 - 21 |  |
| 21 - 22 | Die Bayern Einser – die großen Nummer 1-Hits   | Classic Rock | Die 80er Show | Live und unplugged |                   | 21 - 22 |  |
| 22 - 23 |  |              |               |                    |                   | 22 - 23 |  |
| 23 - 24 | Die Nacht auf BAYERN 1 (siehe Samstag, 0 - 6 Uhr)  |              |               |                    |                   | 23 - 24 | Die lange BAYERN 1 Disconacht<br>Wie gemacht für Ihre Party. Non-Stop die großen Hits, mit denen die BAYERN 1 Disco und die BAYERN 1 DJs auf Tour durch den Freistaat gehen  |

Im Werbezeitfenster 5 - 20 Uhr wird die Werbung montags bis samstags in zwei Blöcken pro Stunde ausgestrahlt, und zwar in der Regel jeweils um ca. XX:27 und ca. XX:56/57 Uhr.

**Nachrichten, Wetter, Verkehr:** jeweils zur vollen Stunde (außer Sa 17:00 Uhr an Fußball-Bundesliga-Spieltagen) · Regionales: Mo - Fr zwischen 6 und 12 / 13 und 19 Uhr jeweils um XX:03 Uhr

■ getrennte Ausstrahlung über die fünf UKW-Sendergruppen Oberbayern, Niederbayern / Oberpfalz, Mittel- und Oberfranken, Mainfranken und Schwaben

■ bei bayerischer Beteiligung (FC Bayern München und / oder FC Augsburg) an samstäglichem 18:30 Uhr-Top-Spielen wird „BAYERN 1 Heute im Stadion“ verlängert auf 15:00 - 20:20 Uhr. An diesen Samstagen beginnt „BAYERN 1 am Abend“ entsprechend um 20:20 Uhr.

# Einschaltpreise 2025

1 Sek. / Euro

| Uhrzeit          | 1 Sek.-Preise / € |               |
|------------------|-------------------|---------------|
|                  | MONTAG - FREITAG  | SAMSTAG       |
| 05 - 06          | 34,00             | 15,00         |
| 06 - 07          | 89,00             | 32,00         |
| 07 - 08          | 185,00            | 122,00        |
| 08 - 09          | 192,00            | 212,00        |
| 09 - 10          | 137,00            | 202,00        |
| 10 - 11          | 111,00            | 169,00        |
| 11 - 12          | 101,00            | 140,00        |
| 12 - 13          | 74,00             | 112,00        |
| 13 - 14          | 67,00             | 57,00         |
| 14 - 15          | 66,00             | 46,00         |
| 15 - 16          | 59,00             | 48,00         |
| 16 - 17          | 62,00             | 65,00         |
| 17 - 18          | 66,00             | 59,00         |
| 18 - 19          | 65,00             | 29,00         |
| 19 - 20          | 31,00             | 22,00         |
| <b>Ø 06 - 18</b> | <b>100,75</b>     | <b>105,33</b> |

## EINSCHALTPREISE

- Die **Umsatzsteuer** wird zusätzlich berechnet.
- Durchschnittspreise** sind nur als Planungshilfe angegeben.
- Sonderplatzierungsaufschläge auf den Gesamtbruttowert der Kampagne:** siehe Seiten Auftragsabwicklung Radio 2025, Punkt 6.

## BELEGUNG

- Eine Belegung im **Regionalsplit** ist nicht möglich.

## WERBUNG

- Im Werbezeitfenster 5 - 20 Uhr wird die **Werbung** montags bis samstags in zwei Blöcken pro Stunde ausgestrahlt, und zwar in der Regel jeweils um ca. XX:27 und ca. XX.56 / 57 Uhr (19 - 20 Uhr: XX:49).  
Nur **ein** Werbeblock / Stunde:  
5 - 6 = ca. 5:55 Uhr (Mo-Fr) / ca. 5:56 Uhr (Sa)  
12 - 13 = ca. 12:56:30 Uhr (Mo-Fr)

### Werbemöglichkeiten Sa 15 - 20 Uhr

Sa mit Fußball-Bundesliga

|       | BAYERN 1<br>Heute im Stadion<br>(HiS)<br>15:00 - 18:00 | HiS verlängert<br>(bei bayerischer<br>Beteiligung<br>am 18:30 Uhr-<br>Top-Spiel)<br>15:00 - 20:20 | BAYERN 1<br>am Abend<br>18:00 - 22:00 |
|-------|--|---|---------------------------------------|
| 15-16 | 15:20 L  | 15:20 L   |                                       |
| 16-17 | 16:20 L 16:50 LL                                       | 16:20 L 16:50 LL  |                                       |
| 17-18 | 17:20 LL 17:50 L                                       | 17:20 LL 17:50 L  |                                       |
| 18-19 |  | 18:27 L 18:57 L   | 18:27 S 18:57 S                       |
| 19-20 |  | 19:27 L 19:57 L   | 19:27 S 19:49 S                       |

Sa ohne Fußball-Bundesliga

|       | BAYERN 1<br>am Samstag<br>15:00 - 19:00 | BAYERN 1<br>am Abend<br>19:00 - 22:00 |
|-------|---|---------------------------------------|
| 15-16 | 15:27 S 15:56 S                         |                                       |
| 16-17 | 16:27 S 16:56 S                         |                                       |
| 17-18 | 17:27 S 17:57 S                         |                                       |
| 18-19 | 18:27 S 18:57 S                         |                                       |
| 19-20 |   | 19:27 S 19:49 S                       |

L = Liga Live-Werbeblöcke, LL = Liga Live-Werbeblöcke / Umfeld Bundesliga-Schalt-Schlusskonferenz, S = Standard-Werbeblöcke

# Key Facts

Erwachsene 14+

|                               | MONTAG - SONNTAG   |                 |
|-------------------------------|--------------------|-----------------|
| WHK (4-Wochenzeitraum)        | 8.227.000 Hörer    |                 |
|                               | MONTAG - FREITAG   | SAMSTAG         |
| Tagesreichweite               | 3.229.000 Hörer    | 3.105.000 Hörer |
| Verweildauer                  | 192 Min.           | 203 Min.        |
| Ø Stunde mit Werbung          | 1.055.000 Hörer    | 1.043.000 Hörer |
| Jahres Ø Preis 2025 (30 Sek.) | 3.022,50 €         | 3.160,00 €      |
| Ø TKP                         | 2,86 €             | 3,03 €          |
| Sessions / Ø Monat            | 9.186.135 Sessions |                 |

# Key Facts

Established 45 - 69

|                               | MONTAG - SONNTAG |                 |
|-------------------------------|------------------|-----------------|
| WHK (4-Wochenzeitraum)        | 3.172.000 Hörer  |                 |
|                               | MONTAG - FREITAG | SAMSTAG         |
| Tagesreichweite               | 1.444.000 Hörer  | 1.533.000 Hörer |
| Verweildauer                  | 195 Min.         | 204 Min.        |
| Ø Stunde mit Werbung          | 526.000 Hörer    | 517.000 Hörer   |
| Jahres Ø Preis 2025 (30 Sek.) | 3.022,50 €       | 3.160,00 €      |
| Ø TKP                         | 5,75 €           | 6,11 €          |

# Bruttokontaktsummen

## Erwachsene 14+ / Established 45 - 69

## BRUTTOKONTAKTSUMMEN IN TSD.

| Uhrzeit   | Erwachsene 14+   |         | Established 45 - 69 |         |
|-----------|------------------|---------|---------------------|---------|
|           | MONTAG - FREITAG | SAMSTAG | MONTAG - FREITAG    | SAMSTAG |
| 05 - 06   | 433              | 223     | 288                 | 148     |
| 06 - 07   | 848              | 622     | 513                 | 334     |
| 07 - 08   | 1.491            | 1.172   | 720                 | 575     |
| 08 - 09   | 1.452            | 1.525   | 649                 | 744     |
| 09 - 10   | 1.204            | 1.557   | 550                 | 718     |
| 10 - 11   | 1.115            | 1.244   | 553                 | 599     |
| 11 - 12   | 1.069            | 1.098   | 509                 | 516     |
| 12 - 13   | 1.155            | 1.079   | 573                 | 550     |
| 13 - 14   | 942              | 918     | 489                 | 469     |
| 14 - 15   | 875              | 806     | 452                 | 440     |
| 15 - 16   | 783              | 816     | 407                 | 420     |
| 16 - 17   | 780              | 801     | 392                 | 432     |
| 17 - 18   | 855              | 793     | 458                 | 376     |
| 18 - 19   | 685              | 645     | 351                 | 304     |
| 19 - 20   | 389              | 469     | 204                 | 221     |
| Ø 06 - 18 | 1.055            | 1.043   | 526                 | 517     |



## Grenzenlos **hören.**

Bayern 2 ist eines der meistgehörten Radioangebote für Kultur und Gesellschaft in Deutschland. Täglich informiert und unterhält Bayern 2 mit Hintergründigem und Wissenswertem aus Politik und Zeitgeschehen, aus der Welt der Kultur und der Wissenschaft. Bei Bayern 2 steht der Hintergrund im Vordergrund.

Hörerinnen und Hörer können anrufen, mitreden und die Debatte um wichtige Themen bereichern. Zu den Themen von Bayern 2 läuft anspruchsvolle Musik von Legenden und Entdeckungen aus Bayern, dem Alpenraum und der ganzen Welt.

*[www.bayern2.de](http://www.bayern2.de)*

# Sendeschema

Montag - Freitag in den Werbung führenden Sendeschienen / Zeitfenstern



| Uhrzeit | MONTAG - FREITAG  | WERBEZEITEN   |
|---------|---|---|
| 06 - 07 | 6:00 Uhr <b>Nachrichten, Wetter, Verkehr</b><br>6:05 Uhr <b>Bayern 2 Die Welt am Morgen</b><br>Politik Kultur Gesellschaft  |   |
| 07 - 08 | mit <b>Nachrichten um halb, Wetter, Verkehr</b> um 6:30, 7:30 und 8:30 Uhr<br>mit <b>Kultur am Morgen</b> um 6:45, 7:45 und 8:45 Uhr<br>mit <b>Gedanken zum Tag</b> um 6:57 Uhr<br>mit <b>Nachrichten, Wetter, Verkehr</b> um 7:00 und 8:00 Uhr                         | 7:28 - 7:30 Uhr<br>in „Bayern 2 Die Welt am Morgen“   |
| 08 - 09 |   |   |
| 09 - 10 | 9:00 Uhr <b>Nachrichten, Wetter, Verkehr</b><br>9:05 Uhr <b>Bayern 2 Nah dran</b><br>Gesellschaft Wissen Dialog   |   |
| 10 - 11 | mit <b>Bayern 2 Radiowissen</b> um 9:20 Uhr<br>mit <b>Bayern 2 Kalenderblatt</b> um 9:50 Uhr<br>mittwochs mit <b>Bayern 2 Gesundheitsgespräch</b> um 10:05 Uhr<br>mit <b>Nachrichten, Wetter, Verkehr</b> um 10:00 und 11:00 Uhr<br>mit <b>Nahaufnahme</b> um 11:10 Uhr |   |
| 11 - 12 |   | 11:56 - 11:58:30 Uhr<br>im unmittelbaren Anschluss an<br>„Bayern 2 Nah dran“                      |
| 17 - 18 | 17:00 Uhr <b>Nachrichten, Wetter, Verkehr</b><br>17:05 Uhr <b>Bayern 2 Die Welt am Abend</b> (Mo - Do: bis 19 Uhr – Fr: bis 18 Uhr)<br>Politik Gesellschaft Wissenschaft  | 17:23 - 17:25 Uhr<br>unmittelbar vor „Das Wirtschaftsgespräch“<br>in „Bayern 2 Die Welt am Abend“ |
| 18 - 19 | mit <b>Das Wirtschaftsgespräch</b> um 17:25 Uhr<br>mit <b>Wissenschaft schnell erzählt</b> um 18:15 Uhr (Mo - Do)<br>mit <b>Nachrichten um halb, Wetter, Verkehr</b> um 17:30 Uhr (Mo - Do auch um 18:30 Uhr)<br>mit <b>Nachrichten, Wetter, Verkehr</b> um 18:00 Uhr   |   |

# Einschaltpreise 2025

1 Sek. / Euro

| Uhrzeit          | 1 Sek.-Preise / €<br>MONTAG - FREITAG |
|------------------|---------------------------------------|
| 7:28 - 7:30      | 41,70                                 |
| 11:56 - 11:58:30 | 19,80                                 |
| 17:23 - 17:25    | 13,40                                 |
| ∅                | 24,97                                 |

**EINSCHALTPREISE**

- Die **Umsatzsteuer** wird zusätzlich berechnet.
- **Durchschnittspreise** sind nur als Planungshilfe angegeben.

**BELEGUNG**

- Eine Belegung im **Regionalsplit** ist nicht möglich.

**WERBUNG**

- Montag - Freitag um 7:28, 11:56 und 17:23 Uhr

# Key Facts

Erwachsene 14+

|                               | MONTAG - SONNTAG   |
|-------------------------------|--------------------|
| WHK (4-Wochenzeitraum)        | 2.843.000 Hörer    |
|                               | MONTAG - FREITAG   |
| Tagesreichweite               | 530.000 Hörer      |
| Verweildauer                  | 131 Min.           |
| Ø Stunde mit Werbung          | 140.000 Hörer      |
| Jahres Ø Preis 2025 (30 Sek.) | 749,00 €           |
| Ø TKP                         | 5,36 €             |
| Sessions / Ø Monat            | 1.462.832 Sessions |

Quellen: ma 2024 Audio II, deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland  
 Preise 2025  
 ma 2024 IP Audio III (Sessions / Ø Monat 2. Quartal 2024)

# Bruttokontaktsummen / Höreranteile / Hörerindizes

Erwachsene 14+



MONTAG - FREITAG

| Uhrzeit | Bruttokontaktsummen<br>in Tsd. | Zielgruppen  | Ø Stunde mit Werbung |                |
|---------|--------------------------------|--|----------------------|----------------|
|         |                                |  | Höreranteile in %    | Hörerindizes ■ |
| 07 - 08 | 187                            | HH-Netto-Einkommen 4.000,- € +                         | 42                   | 116            |
| 11 - 12 | 133                            | Fach- / Hochschulreife allgemein                       | 45                   | 122            |
| 17 - 18 | 94                             | Selbstständige und Freiberufler                        | 9                    | 168            |
| Ø       | 140                            | gehobene Berufe und ein HH-Netto-Einkommen 3.000,- € + | 15                   | 175            |

■ Zielgruppenanteil in der Bevölkerung (deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland = Index 100)



WIR  
FAYERN  
BAYERN

**BAYERN 3** spielt als Bayerns Hitradio Nummer 1 alle Hits von heute und ganz viel neue Musik. 2,29 Millionen Hörerinnen und Hörer sind immer live dabei – egal ob im Radio, über die App, auf bayern3.de, in den Social-Media-Kanälen, auf Smart-Speakern oder HbbTV.

Junge Menschen und Familien in Bayern stehen bei BAYERN 3 immer im Mittelpunkt. Ganz nach dem Motto „Wir fayern Bayern!“ begleiten unsere Moderatorinnen und Moderatoren die Community unterhaltsam durch den Tag und informieren kompetent über alles, was Bayern bewegt.

Regelmäßige Programmaktionen wie #gaffengehtgarnicht, die Kooperation mit dem BRK im „Team Bayern“ oder auch die BAYERN 3 Heimathits und Heimathelden sind Beispiele dafür, wie BAYERN 3 als öffentlich-rechtliches ARD-Angebot das gesellschaftliche Leben in Bayern bereichert und viele Menschen verbindet.

Events wie das BAYERN 3 POP-up Festival, Music & Style, das BAYERN 3 Partyschiff oder die exklusiven Liveclubs sorgen im ganzen Freistaat für unvergessliche Erlebnisse mit den angesagtesten Stars.

*[www.bayern3.de](http://www.bayern3.de)*

Quelle:  
ma 2024 Audio II – deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland, Tagesreichweite (Mo - Fr)

# Sendeschema

## Montag - Samstag



| Uhrzeit | MONTAG   | DIENSTAG | MITTWOCH | DONNERSTAG | FREITAG  | SAMSTAG   |
|---------|--|----------|----------|------------|--|---|
| 00 - 05 | <b>Die Nacht</b> Alle Hits von heute und alles, was Bayern wach hält   |          |          |            |  |   |
| 05 - 06 | <b>Die Frühaufdreher</b><br>Alles was wichtig ist und alle Hits von heute<br>mit Steffi Fischer & Sebastian Winkler / Kadda Gehret & Jerry Gstöttner |          |          |            |  | <b>BAYERN 3 am Morgen</b><br>Gut gelaunt in den Samstag   |
| 06 - 07 | Halbstündlich Nachrichten mit Holger August  |          |          |            |  |   |
| 07 - 08 | 6:40 Uhr (nur freitags): Harry G – das Diss-Like der Woche   |          |          |            |  |   |
| 08 - 09 | 8:10 Uhr: Wirklich wahr – oder wahnsinnig gut erfunden?<br>Jede Woche neu: der BAYERN 3 Verhörhammer   |          |          |            |  |   |
| 09 - 10 | <b>Alle Hits von heute – am Vormittag</b>  |          |          |            |  | <b>Die SamstagsCrasher</b><br>Der Wahnsinn der Woche<br>mit Stefan Kreutzer & Sebastian Schaffstein |
| 10 - 11 | Die interaktive Show fürs BAYERN 3 Land<br>mit Claudia Conrath / Steffi Fischer  |          |          |            |  |   |
| 11 - 12 |  |          |          |            |  |   |
| 12 - 13 | <b>Update</b> Alles, was Bayern und die Welt bewegt – mit Stefan Kreutzer / Sebastian Schaffstein  |          |          |            |  | <b>Alle Hits von heute – am Wochenende</b><br>Alles, was Bayern Spaß macht!                         |
| 13 - 14 | <b>Alle Hits von heute – am Nachmittag</b>   |          |          |            |  |   |
| 14 - 15 | Stars, Storys und ganz viel neue Musik<br>mit Katja Wunderlich / Simone Faust  |          |          |            |  |   |
| 15 - 16 | 14:15 Uhr: BAYERN 3 Supermom (dienstags) · BAYERN 3 Comedy-Stage (donnerstags) · Harry G (freitags)  |          |          |            |  |   |
| 16 - 17 | <b>BAYERN 3 Fayerabend</b>   |          |          |            | <b>Feelgood-Freitag</b>  | <b>Alle Hits von heute – am Wochenende</b><br>Alles, was Bayern Spaß macht!                         |
| 17 - 18 | Wir fayern Bayern<br>mit Corinna Theil / Sebastian Winkler / Jerry Gstöttner   |          |          |            | Die doppelte Portion gute Laune<br>zum Start ins Wochenende                                    |   |
| 18 - 19 |  |          |          |            | 18:10 Uhr: Der Feelgood-Sound<br>fürs Wochenende   |   |
| 19 - 20 | <b>Was geht?!</b>  |          |          |            | <b>Chartshow</b>   | <b>Party-Hitmix</b><br>Die besten Party-Hits –<br>gemixt von den BAYERN 3 DJs                       |
| 20 - 21 | Freshe Hits, Trends und Storys<br>mit Lea Geishauser / Sophie Grund / Kadda Gehret   |          |          |            | Die offiziellen bayerischen<br>Charts und die neuesten Tracks<br>der Woche – mit Chris Baumann |   |
| 21 - 22 |  |          |          |            |  |   |
| 22 - 23 | <b>Alle Hits von heute – am Abend</b>  |          |          |            | <b>Party-Hitmix</b>  |   |
| 23 - 24 | mit Sascha Seelemann   |          |          |            | Mit den besten Party-Hits<br>rein ins Wochenende   |   |

**Werbeblöcke Mo - Sa:** 5 - 6: ca. 5:50 Uhr · 6 - 21: ca. XX:26, ca. XX:50 Uhr (Mo-Fr / 19 - 21: ca. XX:26, ca. XX:55 Uhr)

**Nachrichten:** immer zur vollen und werktags zwischen 5 und 9 Uhr auch zur halben Stunde · **Wetter:** immer zur vollen und halben Stunde (von 19 - 5 Uhr nur zur vollen Stunde) · **Verkehr:** halbstündlich und aktuell bei Bedarf · **Bayern um Halb – Das Wichtigste aus allen bayerischen Regionen:** Mo - Fr 12:30 - 18:30 Uhr jeweils zur halben Stunde · **temporäre Programmabweichungen sind möglich**

# Einschaltpreise 2025

1 Sek. / Euro

| Uhrzeit   | 1 Sek.-Preise / € |         |
|-----------|-------------------|---------|
|           | MONTAG - FREITAG  | SAMSTAG |
| 05 - 06   | 39,00             | 9,00    |
| 06 - 07   | 127,00            | 20,00   |
| 07 - 08   | 207,00            | 80,00   |
| 08 - 09   | 144,00            | 115,00  |
| 09 - 10   | 67,00             | 140,00  |
| 10 - 11   | 39,00             | 138,00  |
| 11 - 12   | 37,00             | 104,00  |
| 12 - 13   | 41,00             | 84,00   |
| 13 - 14   | 50,00             | 40,00   |
| 14 - 15   | 44,00             | 31,00   |
| 15 - 16   | 44,00             | 13,00   |
| 16 - 17   | 60,00             | 13,00   |
| 17 - 18   | 51,00             | 13,00   |
| 18 - 19   | 52,00             | 23,00   |
| 19 - 20   | 28,00             | 18,00   |
| 20 - 21   | 20,00             | 8,00    |
| Ø 06 - 18 | 75,92             | 65,92   |

## EINSCHALTPREISE

- Die Umsatzsteuer wird zusätzlich berechnet.
- Durchschnittspreise sind nur als Planungshilfe angegeben.
- Sonderplatzierungsaufschläge auf den Gesamtbruttowert der Kampagne: siehe Seiten Auftragsabwicklung Radio 2025, Punkt 6.

## BELEGUNG

- Eine Belegung im Regionalsplit ist nicht möglich.

## WERBUNG

- Werbeblöcke Mo - Sa:  
5 - 6 = ca. 5:50 Uhr,  
6 - 21 = ca. XX:26, ca. XX:50 Uhr  
(Mo - Fr / 19 - 21 = ca. XX:26, ca. XX:55 Uhr)

# Key Facts

## Erwachsene 14+

|                               | MONTAG - SONNTAG   |                 |
|-------------------------------|--------------------|-----------------|
| WHK (4-Wochenzeitraum)        | 9.944.000 Hörer    |                 |
|                               | MONTAG - FREITAG   | SAMSTAG         |
| Tagesreichweite               | 2.292.000 Hörer    | 2.044.000 Hörer |
| Verweildauer                  | 138 Min.           | 127 Min.        |
| Ø Stunde mit Werbung          | 584.000 Hörer      | 530.000 Hörer   |
| Jahres Ø Preis 2025 (30 Sek.) | 2.277,50 €         | 1.977,50 €      |
| Ø TKP                         | 3,90 €             | 3,73 €          |
| Sessions / Ø Monat            | 6.416.668 Sessions |                 |

Quellen: ma 2024 Audio II, deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland  
 Preise 2025  
 ma 2024 IP Audio III (Sessions / Ø Monat 2. Quartal 2024)

# Key Facts

## Erwachsene 14 - 49

|                               | MONTAG - SONNTAG |                 |
|-------------------------------|------------------|-----------------|
| WHK (4-Wochenzeitraum)        | 4.673.000 Hörer  |                 |
|                               | MONTAG - FREITAG | SAMSTAG         |
| Tagesreichweite               | 1.357.000 Hörer  | 1.168.000 Hörer |
| Verweildauer                  | 131 Min.         | 115 Min.        |
| Ø Stunde mit Werbung          | 318.000 Hörer    | 275.000 Hörer   |
| Jahres Ø Preis 2025 (30 Sek.) | 2.277,50 €       | 1.977,50 €      |
| Ø TKP                         | 7,15 €           | 7,19 €          |

# Bruttokontaktsummen

## Erwachsene 14+ / Erwachsene 14-49

### BRUTTOKONTAKTSUMMEN IN TSD.

| Uhrzeit   | Erwachsene 14+   |         | Erwachsene 14 - 49 |         |
|-----------|------------------|---------|--------------------|---------|
|           | MONTAG - FREITAG | SAMSTAG | MONTAG - FREITAG   | SAMSTAG |
| 05 - 06   | 270              | 63      | 161                | 36      |
| 06 - 07   | 613              | 150     | 379                | 79      |
| 07 - 08   | 857              | 426     | 513                | 235     |
| 08 - 09   | 677              | 654     | 343                | 288     |
| 09 - 10   | 545              | 768     | 258                | 399     |
| 10 - 11   | 539              | 813     | 252                | 384     |
| 11 - 12   | 477              | 602     | 225                | 297     |
| 12 - 13   | 511              | 531     | 267                | 274     |
| 13 - 14   | 505              | 480     | 283                | 279     |
| 14 - 15   | 495              | 473     | 294                | 246     |
| 15 - 16   | 485              | 442     | 276                | 242     |
| 16 - 17   | 616              | 427     | 354                | 252     |
| 17 - 18   | 526              | 401     | 305                | 231     |
| 18 - 19   | 423              | 324     | 233                | 190     |
| 19 - 20   | 240              | 254     | 119                | 151     |
| 20 - 21   | 166              | 94      | 85                 | 51      |
| Ø 06 - 18 | 584              | 530     | 318                | 275     |



## Zeit für Musik

BR-KLASSIK begeistert für klassische Musik in allen Facetten und bester Aufnahmequalität.

BR-KLASSIK schafft Momente, die unter die Haut gehen: Hier erleben die Hörer:innen die Stars der klassischen Musik in exklusiven Liveübertragungen und Gesprächen.

BR-KLASSIK blickt hinter die Kulissen, erklärt und bringt den Hörern:innen unvergängliche Meisterwerke und überraschende Entdeckungen nah.

„Klassisch“ ist für BR BR-KLASSIK auch der Jazz – von den legendären Interpreten des 20. Jahrhunderts bis zu den Newcomern von heute.

BR-KLASSIK – die Welt der Musik für Klassikfans und Klassikeinsteiger.

[www.br-klassik.de](http://www.br-klassik.de)

# Sendeschema

## Montag - Samstag



| Uhrzeit   | MONTAG   | DIENSTAG   | MITTWOCH   | DONNERSTAG   | FREITAG   | SAMSTAG  |
|---|--|--|--|--|---|--|
| 06 - 07   |  |  |  |  |   | <b>Auftakt</b>   |
| 07 - 08   | <b>Allegro</b><br>Musik und Kultur erleben   |  |  |  |   |  |
| 08 - 09   |  |  |  |  |   |  |
| Die Werbung auf BR-KLASSIK wird montags bis samstags zwischen 8:57 und 9:00 Uhr ausgestrahlt. |  |  |  |  |   |  |
| 09 - 10   | <b>BR-KLASSIK – Der Vormittag</b><br>Klassisch durch Ihren Tag<br>Donnerstag, 10 - 12 Uhr: <b>Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks</b> |  |  |  |   | <b>Piazza</b><br>Musik und Kultur erleben                      |
| 10 - 11   |  |  |  |  |   |  |
| 11 - 12   |  |  |  |  |   |  |
| 12 - 13   | <b>BR-KLASSIK – Der Nachmittag</b><br>Stück für Stück genießen   |  |  |  |   | <b>Meine Musik</b><br>Prominente Gäste und ihre Lieblingsmusik |
| 13 - 14   |  |  |  |  |   |  |
| 14 - 15   |  |  |  |  |   |  |
| 15 - 16   |  |  |  |  |   |  |
| 16 - 17   |  |  |  |  |   |  |
| 17 - 18   | <b>Leporello</b><br>Musik und Kultur erleben   |  |  |  |   | <b>Divertimento</b><br>Münchener Rundfunkorchester             |
| 18 - 19   |  |  |  |  |   |  |
| 19 - 20   | <b>con passione</b>  | <b>Das starke Stück</b>  | <b>Classic Sounds in Jazz</b>  | <b>SWEET SPOT.</b><br>Neugierig auf Musik    Junge Klassik,<br>Neo-Klassik, Musiktrends von morgen | <b>KlassikPlus / Musikfeature</b>   | <b>Jazz und mehr</b>   |
| 20 - 21   | <b>ARD Konzert</b>   | <b>BR-KLASSIK Konzertabend</b>   | <b>ARD Konzert</b>   | <b>BR-KLASSIK Konzertabend</b>   | <b>BR-KLASSIK Konzertabend</b><br>Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks, musica viva | <b>Musik der Welt</b>  |
| 21 - 22   |  |  |  |  |   |  |
| 22 - 23   | <b>ARD Jazz. Spotlight</b>   | <b>BR-KLASSIK – Jazztime</b>   | <b>ARD Jazz. Das Magazin</b>   | <b>BR-KLASSIK – Jazztime</b>   | <b>Orgelmusik</b>   | <b>ARD Oper</b>  |
| 23 - 24   | <b>Klassik für Klugscheißer</b><br>Ein Podcast von BR-KLASSIK<br>Klassikwissen zum Angebot   | <b>Eine Stunde Game-Musik</b><br>Symphonische Videospiele-Soundtracks<br>und nostalgische 8-Bit-Sounds | <b>Klassik@night</b><br>Junge Klassik, Neo-Klassik und<br>Filmmusik für die Abendstunden | <b>Horizonte</b>   | <b>BR-KLASSIK – Jazztime*</b>   |  |
| 00 - 06   | <b>Das ARD-Nachtkonzert</b>  |  |  |  |   |  |

**Nachrichten:** Montag - Freitag von 6-24 Uhr zu jeder vollen Stunde, außer um 21 Uhr · Samstag von 6-24 Uhr zu jeder vollen Stunde, außer um 16, 21 und 22 Uhr

\* Bühne frei im Studio 2 (erster Fr.) · BR Jazzclub (zweiter Fr.) · Jazz auf Reisen (dritter Fr.) · Das Jazzkonzert (vierter Fr.) · Jazz Unlimited (fünfter Fr.)

# Einschaltpreise 2025

1 Sek. / Euro



| Uhrzeit     | 1 Sek.-Preise / € |         |
|-------------|-------------------|---------|
|             | MONTAG - FREITAG  | SAMSTAG |
| 8:57 - 9:00 | 7,50              | 5,70    |
| ∅           | 7,50              | 5,70    |

## EINSCHALTPREISE

- Die **Umsatzsteuer** wird zusätzlich berechnet.
- **Durchschnittspreise** sind nur als Planungshilfe angegeben.

## BELEGUNG

- Eine Belegung im **Regionalsplit** ist nicht möglich.

## WERBUNG

- Montag - Samstag um 8:57 Uhr

## GESTALTUNG DER WERBUNG

- Im Programm BR-KLASSIK kann Werbung platziert werden, die dem Programmcharakter (E-Musik) angemessen ist. Dies gilt insbesondere für Spots, die Musikelemente enthalten.

# Key Facts

## Erwachsene 14+

|                               | MONTAG - SONNTAG |               |
|-------------------------------|------------------|---------------|
| WHK (4-Wochenzeitraum)        | 2.017.000 Hörer  |               |
|                               | MONTAG - FREITAG | SAMSTAG       |
| Tagesreichweite               | 185.000 Hörer    | 117.000 Hörer |
| Verweildauer                  | 120 Min.         | 171 Min.      |
| Ø Stunde mit Werbung          | 41.000 Hörer     | 25.000 Hörer  |
| Jahres Ø Preis 2025 (30 Sek.) | 225,00 €         | 171,00 €      |
| Ø TKP                         | 5,51 €           | 6,89 €        |
| Sessions / Ø Monat            | 708.274 Sessions |               |

Quellen: ma 2024 Audio II, deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland  
 Preise 2025  
 ma 2024 IP Audio III (Sessions / Ø Monat 2. Quartal 2024)

# Bruttokontaktsummen / Höreranteile / Hörerindizes

Erwachsene 14+



## MONTAG - FREITAG

| Uhrzeit | Bruttokontaktsummen<br>in Tsd. | Zielgruppen                      | Ø Stunde mit Werbung |              |
|---------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------|--------------|
|         |                                |                                  | Höreranteile in %    | Hörerindizes |
| 08 - 09 | 41                             | HH-Netto-Einkommen 4.000,- € +   | 38                   | 103          |
| Ø       | 41                             | Fach- / Hochschulreife allgemein | 52                   | 141          |

## SAMSTAG

| Uhrzeit | Bruttokontaktsummen<br>in Tsd. | Zielgruppen  | Ø Stunde mit Werbung |              |
|---------|--------------------------------|--|----------------------|--------------|
|         |                                |  | Höreranteile in %    | Hörerindizes |
| 08 - 09 | 25                             | HH-Netto-Einkommen 4.000,- € +                         | 47                   | 128          |
| Ø       | 25                             | gehobene Berufe und ein HH-Netto-Einkommen 3.000,- € + | 12                   | 136          |
|         |                                | Fach- / Hochschulreife allgemein                       | 60                   | 161          |

■ Zielgruppenanteil in der Bevölkerung (deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland = Index 100)

The logo for BR24, featuring the letters 'BR' in a large, bold, white font, followed by the number '24' in a smaller, white font, all set against a dark blue background. A thin blue horizontal bar is positioned below the logo.

# HIER IST BAYERN

Zuverlässige, schnelle Informationen und klare Orientierung: BR24 ist Bayerns bester Informationsbegleiter. Seriöse Nachrichten, gut recherchierte Hintergrundinformationen und Einordnungen – dafür steht BR24. Im Radio, im Web, in der App und im TV. Zwischen den viertelstündlichen Nachrichten im Radio gibt es Berichte, Reportagen und Interviews. Hier werden Themen hinterfragt und von allen Seiten beleuchtet. In Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport – regional, national und international. So sind die Hörerinnen und Hörer einfach besser informiert über alles, was Bayern, Deutschland und die Welt bewegt.

BR24 ist täglich von 6:00 bis 20:15 Uhr im Radio zu hören. Danach sendet BR24 den gemeinsamen Infoabend der ARD-Infowellens und im Anschluss die ARD-Infonacht.

Am Sonntag ändert sich das Programmschema. Von 6:00 Uhr bis 20:00 Uhr gibt es halbstündlich Nachrichten. Dazwischen bietet BR24 Magazine, Reportagen, Schwerpunkte und den Hörer-Talk „Sonntags um 11“.

BR24 gehört seit vielen Jahren zu den Marktführern bei den Informationsprogrammen in Deutschland.

*[www.br.de/radio/br24/](http://www.br.de/radio/br24/)*

# Sendeschema

## Montag - Samstag

EINZELSTUNDEN-SENDEABLÄUFE MONTAG - SAMSTAG 6 - 20 UHR (20 - 6 Uhr: ARD-Infoabend und ARD-Infonacht)

### WERBEZEITEN

Die Werbung in BR24 wird – angepasst an den Programmcharakter – Montag - Freitag in 60-Sekunden- und am Samstag in 40-Sekunden-Einschüben ausgestrahlt.

#### MONTAG - FREITAG

|       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|
| 06:14 | 06:29 | 06:44 | 06:59 |
| 07:14 | 07:29 | 07:44 | 07:59 |
| 08:14 | 08:29 | 08:44 | 08:59 |
| 12:14 | 12:29 | 12:44 | 12:59 |
| 17:14 | 17:29 | 17:44 | 17:59 |

#### SAMSTAG

|       |       |
|-------|-------|
| 07:29 | 07:59 |
| 08:29 | 08:59 |
| 09:29 | 09:59 |
| 10:29 | 10:59 |
| 11:29 | 11:59 |

| Stunden-raster | Mo - Sa 6 - 9 und 15 - 18 Uhr  | Stunden-raster | Mo - Sa 9 - 15 und 18 - 20 Uhr |
|----------------|--------------------------------|----------------|--------------------------------|
| 0:00           | Infoblock                      | 0:00           | Infoblock                      |
| 0:12           | Börse                          | 0:08           | Bayern                         |
| 0:13           | Wissen kompakt (nur 6 - 9 Uhr) | 0:13           | Börse                          |
| 0:14           | Werbung (Mo - Fr)              | 0:14           | Werbung (Mo - Fr)              |
| 0:15           | Nachrichten                    | 0:15           | Nachrichten                    |
| 0:17           | Bayern                         |                |                                |
| 0:20           | Hintergrund                    | 0:20           | Hintergrund                    |
| 0:25           | Kultur                         | 0:25           | Kultur                         |
| 0:28           | Verkehr                        | 0:28           | Verkehr                        |
| 0:29           | Werbung (Mo - Sa)              | 0:29           | Werbung (Mo - Sa)              |
| 0:30           | Infoblock                      | 0:30           | Infoblock                      |
| 0:38           | Wirtschaft und Börse           | 0:38           | Wirtschaft und Börse           |
| 0:44           | Werbung (Mo - Fr)              | 0:44           | Werbung (Mo - Fr)              |
| 0:45           | Nachrichten                    | 0:45           | Nachrichten                    |
| 0:47           | Bayern                         |                |                                |
| 0:50           | Hintergrund                    | 0:50           | Hintergrund                    |
| 0:55           | BR24Sport                      | 0:55           | BR24Sport                      |
| 0:58           | Verkehr                        | 0:58           | Verkehr                        |
| 0:59           | Werbung (Mo - Sa)              | 0:59           | Werbung (Mo - Sa)              |

Mo - Sa  
TdT  
1

Do  
SLM  
2

Mo - Sa  
tP  
4

Mi  
F  
3

- 1 TdT = Thema des Tages  
Mo - Sa 07:20 - 07:28  
08:20 - 08:28  
16:20 - 16:28  
17:20 - 17:28
- 2 SLM = Stadt Land Mensch – Die Deutschlandreportage  
Donnerstag 11:05 - 11:15
- 3 F = Funkstreifzug  
Mittwoch 12:17 - 12:28
- 4 tP = 11 KM: der tagesschau-Podcast  
Mo - Sa 14:05 - 14:28

# Einschaltpreise 2025

1 Sek. / Euro

| Uhrzeit<br>je Werbestunde Werbung um:<br>Montag - Freitag<br>XX:14   XX:29   XX:44   XX:59<br>Samstag<br>XX:29   XX:59 | 1 Sek.-Preise / € |         |
|--|-------------------|---------|
|  | MONTAG - FREITAG  | SAMSTAG |
| 06 - 07  | 16,80             |         |
| 07 - 08  | 44,00             | 22,20   |
| 08 - 09  | 38,00             | 23,00   |
| 09 - 10  |                   | 30,00   |
| 10 - 11  |                   | 22,00   |
| 11 - 12  |                   | 15,00   |
| 12 - 13  | 15,00             |         |
| 17 - 18  | 19,00             |         |
| ∅  | 26,56             | 22,44   |

## EINSCHALTPREISE

- Die **Umsatzsteuer** wird zusätzlich berechnet.
- **Durchschnittspreise** sind nur als Planungshilfe angegeben.

## BELEGUNG

- Eine Belegung im **Regionalsplit** ist nicht möglich.

## WERBUNG

- Die Werbung in BR24 wird – angepasst an den Programmcharakter – Montag-Freitag in vier 60-Sekunden- und am Samstag in zwei 40-Sekunden-Einschüben pro Stunde in ausgewählten Stunden (Mo-Fr 6-9, 12-13, 17-18 Uhr und Sa 7-12 Uhr) ausgestrahlt.

# Key Facts

## Erwachsene 14+

|                               | MONTAG - SONNTAG   |               |
|-------------------------------|--------------------|---------------|
| WHK (4-Wochenzeitraum)        | 3.049.000 Hörer    |               |
|                               | MONTAG - FREITAG   | SAMSTAG       |
| Tagesreichweite               | 691.000 Hörer      | 536.000 Hörer |
| Verweildauer                  | 91 Min.            | 71 Min.       |
| Ø Stunde mit Werbung          | 156.000 Hörer      | 117.000 Hörer |
| Jahres Ø Preis 2025 (30 Sek.) | 796,80 €           | 673,20 €      |
| Ø TKP                         | 5,12 €             | 5,75 €        |
| Sessions / Ø Monat            | 1.655.862 Sessions |               |

# Bruttokontaktsummen / Höreranteile / Hörerindizes

## Erwachsene 14+

### MONTAG - FREITAG

| Uhrzeit | Bruttokontaktsummen<br>in Tsd. | Zielgruppen  | Ø Stunde mit Werbung |                |
|---------|--------------------------------|--|----------------------|----------------|
|         |                                |  | Höreranteile in %    | Hörerindizes ■ |
| 06 - 07 | 103                            | Fach- / Hochschulreife allgemein                       | 46                   | 125            |
| 07 - 08 | 216                            | HH-Netto-Einkommen 4.000,- € +                         | 47                   | 128            |
| 08 - 09 | 189                            | Selbstständige und Freiberufler                        | 9                    | 179            |
| 12 - 13 | 141                            | gehobene Berufe und ein HH-Netto-Einkommen 3.000,- € + | 18                   | 213            |
| 17 - 18 | 117                            | Entscheider  | 15                   | 223            |
| Ø       | 156                            |  |                      |                |

### SAMSTAG

| Uhrzeit | Bruttokontaktsummen<br>in Tsd. | Zielgruppen  | Ø Stunde mit Werbung |                |
|---------|--------------------------------|--|----------------------|----------------|
|         |                                |  | Höreranteile in %    | Hörerindizes ■ |
| 07 - 08 | 145                            | Fach- / Hochschulreife allgemein                       | 37                   | 100            |
| 08 - 09 | 138                            | HH-Netto-Einkommen 4.000,- € +                         | 40                   | 109            |
| 09 - 10 | 142                            | Entscheider  | 12                   | 172            |
| 10 - 11 | 77                             | Selbstständige und Freiberufler                        | 10                   | 186            |
| 11 - 12 | 68                             | gehobene Berufe und ein HH-Netto-Einkommen 3.000,- € + | 16                   | 193            |
| Ø       | 117                            |  |                      |                |

■ Zielgruppenanteil in der Bevölkerung (deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland = Index 100)



## GANZ Bayern AUS EINER HAND

Die Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3 ist Bayerns stärkste Radiokombi aus nur zwei Programmen.

|                      |                  |
|----------------------|------------------|
| Weitester Hörerkreis | 12,95 Mio. Hörer |
| Tagesreichweite      | 5,06 Mio. Hörer  |
| Ø Stunde mit Werbung | 1,64 Mio. Hörer  |
| Ø TKP 2025           | 2,99 €           |

Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3: Wenn es der intensive und wirkungsvolle Kontakt zu ganz Bayern sein soll.

[www.br-media.de/bavariakombi](http://www.br-media.de/bavariakombi)

Quellen:  
ma 2024 Audio II, deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland, Weitester Hörerkreis (4-Wochenzeitraum), Tagesreichweite und Ø Stunde mit Werbung (Mo - Fr)  
Preise 2025

# Einschaltpreise 2025

1 Sek. / Euro



| Uhrzeit   | 1 Sek.-Preise / € |         |
|-----------|-------------------|---------|
|           | MONTAG - FREITAG  | SAMSTAG |
| 05 - 06   | 68,00             | 22,00   |
| 06 - 07   | 200,00            | 48,00   |
| 07 - 08   | 362,00            | 187,00  |
| 08 - 09   | 311,00            | 303,00  |
| 09 - 10   | 189,00            | 316,00  |
| 10 - 11   | 139,00            | 284,00  |
| 11 - 12   | 128,00            | 226,00  |
| 12 - 13   | 106,00            | 181,00  |
| 13 - 14   | 108,00            | 90,00   |
| 14 - 15   | 101,00            | 71,00   |
| 15 - 16   | 96,00             | 56,00   |
| 16 - 17   | 113,00            | 72,00   |
| 17 - 18   | 108,00            | 67,00   |
| 18 - 19   | 108,00            | 48,00   |
| 19 - 20   | 54,00             | 37,00   |
| Ø 06 - 18 | 163,42            | 158,42  |

## EINSCHALTPREISE

- Die **Umsatzsteuer** wird zusätzlich berechnet.
- **Durchschnittspreise** sind nur als Planungshilfe angegeben.
- **Sonderplatzierungsaufschläge auf den Gesamtbruttowert der Kampagne:** siehe Seiten Auftragsabwicklung Radio 2025, Punkt 6.

## BELEGUNG

- Eine Belegung im **Regionalsplit** ist nicht möglich.

## WERBUNG

- Im Werbezeitfenster 5 - 20 Uhr wird die **Werbung** montags bis samstags in beiden an der Kombi partizipierenden Programmen tages- und stunden- gleich ausgestrahlt, und zwar innerhalb der in den jeweiligen Einzelstunden verfügbaren BAYERN 1 und BAYERN 3 Werbeblöcke.

# Key Facts

## Erwachsene 14+



|                               | MONTAG - SONNTAG |                 |
|-------------------------------|------------------|-----------------|
| WHK (4-Wochenzeitraum)        | 12.948.000 Hörer |                 |
|                               | MONTAG - FREITAG | SAMSTAG         |
| Tagesreichweite               | 5.055.000 Hörer  | 4.936.000 Hörer |
| Verweildauer                  | 185 Min.         | 180 Min.        |
| Ø Stunde mit Werbung          | 1.639.000 Hörer  | 1.573.000 Hörer |
| Jahres Ø Preis 2025 (30 Sek.) | 4.902,50 €       | 4.752,50 €      |
| Ø TKP                         | 2,99 €           | 3,02 €          |

# Bruttokontaktsummen

Erwachsene 14+ / HEP (Haupteinkommensbeziehende Person)

## BRUTTOKONTAKTSUMMEN IN TSD.

| Uhrzeit   | Erwachsene 14+   |         | HEP (Haupteinkommensbeziehende Person) |         |
|-----------|------------------|---------|--|---------|
|           | MONTAG - FREITAG | SAMSTAG | MONTAG - FREITAG                       | SAMSTAG |
| 05 - 06   | 703              | 286     | 445                                    | 181     |
| 06 - 07   | 1.460            | 772     | 843                                    | 494     |
| 07 - 08   | 2.348            | 1.598   | 1.290                                  | 927     |
| 08 - 09   | 2.130            | 2.179   | 1.223                                  | 1.255   |
| 09 - 10   | 1.749            | 2.325   | 996                                    | 1.242   |
| 10 - 11   | 1.654            | 2.057   | 975                                    | 1.181   |
| 11 - 12   | 1.546            | 1.701   | 926                                    | 1.019   |
| 12 - 13   | 1.666            | 1.610   | 952                                    | 873     |
| 13 - 14   | 1.446            | 1.398   | 830                                    | 728     |
| 14 - 15   | 1.370            | 1.279   | 788                                    | 699     |
| 15 - 16   | 1.268            | 1.258   | 740                                    | 735     |
| 16 - 17   | 1.396            | 1.227   | 831                                    | 728     |
| 17 - 18   | 1.382            | 1.194   | 851                                    | 659     |
| 18 - 19   | 1.107            | 969     | 632                                    | 562     |
| 19 - 20   | 629              | 722     | 358                                    | 415     |
| Ø 06 - 18 | 1.639            | 1.573   | 949                                    | 891     |

**BR****ENTSCHEIDER****3+24****KOMBI****Bayerns TOP-Adresse für  
Highclass-ZIELGRUPPEN**

Die Entscheider Kombi BAYERN 3 + BR24 zeichnet sich aus durch hohe Höreranteile in den kaufkräftigen und qualitätsorientierten High Class- / Premium-Konsumzielgruppen.

Erkennungszeichen „Entscheider Kombi-Hörer“:

- ▶ hohes HH-Nettoeinkommen / hohes persönliches Nettoeinkommen / hoher Bildungsgrad
- ▶ Ausübung gehobener Berufe / im Beruf Führungskraft bzw. Entscheider
- ▶ hohe Qualitätsansprüche an Marken, Produkte, Dienstleistungen sowie an das ausgewählte Radioprogramm

|                      |                  |
|----------------------|------------------|
| Weitester Hörerkreis | 11,08 Mio. Hörer |
| Tagesreichweite      | 2,85 Mio. Hörer  |
| Ø Stunde mit Werbung | 0,80 Mio. Hörer  |
| Ø TKP 2025           | 5,00 €           |

*[www.br-media.de/entscheiderkombi](http://www.br-media.de/entscheiderkombi)*

Quellen:

ma 2024 Audio II, deutschsprachige Bevölkerung 14+ / Deutschland, Weitester Hörerkreis (4-Wochenzeitraum), Tagesreichweite und Ø Stunde mit Werbung (Mo - Fr)  
Preise 2025

# Einschaltpreise 2025

1 Sek. / Euro

| Uhrzeit | 1 Sek.-Preise / €<br>MONTAG - FREITAG |
|---------|---------------------------------------|
| 06 - 07 | 137,00                                |
| 07 - 08 | 238,00                                |
| 08 - 09 | 173,00                                |
| 12 - 13 | 53,00                                 |
| 17 - 18 | 67,00                                 |
| ∅       | 133,60                                |



## EINSCHALTPREISE

- Die **Umsatzsteuer** wird zusätzlich berechnet.
- **Durchschnittspreise** sind nur als Planungshilfe angegeben.

## BELEGUNG

- Eine Belegung im **Regionalsplit** ist nicht möglich.

## WERBUNG

- In den Werbezeitfenstern „Montag - Freitag: 6 - 9, 12 - 13, 17 - 18 Uhr“ wird die **Werbung** in beiden an der Kombi partizipierenden Programmen tages- und stundengleich ausgestrahlt, und zwar innerhalb der in den jeweiligen Einzelstunden verfügbaren BAYERN 3 und BR24 Werbeblöcke.

# Key Facts

## Erwachsene 14+

|                               | MONTAG - SONNTAG |
|-------------------------------|------------------|
| WHK (4-Wochenzeitraum)        | 11.080.000 Hörer |
| MONTAG - FREITAG              |                  |
| Tagesreichweite               | 2.850.000 Hörer  |
| Verweildauer                  | 133 Min.         |
| Ø Stunde mit Werbung          | 801.000 Hörer    |
| Jahres Ø Preis 2025 (30 Sek.) | 4.008,00 €       |
| Ø TKP                         | 5,00 €           |

# Bruttokontaktsummen

Erwachsene 14+ / Entscheider

## BRUTTOKONTAKTSUMMEN IN TSD.

| Uhrzeit | Erwachsene 14+   | Entscheider      |
|---------|------------------|------------------|
|         | MONTAG - FREITAG | MONTAG - FREITAG |
| 06 - 07 | 716              | 99               |
| 07 - 08 | 1.073            | 122              |
| 08 - 09 | 867              | 85               |
| 12 - 13 | 652              | 43               |
| 17 - 18 | 644              | 76               |
| ∅       | 801              | 86               |

### Entscheider-Definition

Befragter: Beruf jetzt

- ▶ Selbstständige: mit 6 und mehr Beschäftigten (inkl. Befragtem)
- ▶ Freiberufler: mit 2 und mehr Mitarbeitern (inkl. Befragtem)
- ▶ Beamte: im höheren Dienst, Richter ...
- ▶ Angestellte: hochqualifiziert, leitend – mit einem monatlichen Nettoeinkommen von 3.000,- € und mehr

# Media – Strategie und Planung / Creative Media

## *Media – Strategie und Planung*

Unsere stärkste Kompetenz ist die Beratung durch unsere Media-Spezialisten, damit Sie eine schlagkräftige Kampagne mit uns umsetzen können.

Um eine Kampagne auf den Weg zu bringen, ist zuerst eine Betrachtung Ihrer Zielgruppe notwendig. Hierzu nutzen wir speziell für die Planung von Radio entwickelte Softwareprogramme, die uns auf die Daten von Markt-Media-Studien zugreifen lassen. Diese Studien liefern uns Informationen zu soziodemografischen Merkmalen, Konsuminfos zur Nutzung, Verwendung und Kauf von Produkten und Dienstleistungen. All diese Daten können zudem mit Informationen zur Mediennutzung kombiniert werden und bieten so eine Fülle von Auswertungsmöglichkeiten.

Nachdem wir für Ihre Zielgruppe die passenden Radioprogramme ermittelt haben, erarbeiten wir auf Basis verschiedener Kennzahlen wie Spotlänge, Einsatzzeiträume, Budgetvorgabe die passende Media-Einsatzstrategie – umgesetzt in einem Einschaltplan für Ihre Kampagne. Die Kampagne wird mit allen wichtigen Leistungswerten für Ihre Zielgruppe wie bspw. Reichweite, Kontakte, Wirtschaftlichkeit etc. dokumentiert.

Wir begleiten Sie bei Ihrem Werbeeinsatz von der strategischen Planung bis zur finalen Umsetzung, um das bestmögliche Ergebnis zu erzielen.

### **Angie Hunger**

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 715

E-Mail [angie.hunger@br-media.de](mailto:angie.hunger@br-media.de)

### **Klaus Obermeier**

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 716

E-Mail [klaus.obermeier@br-media.de](mailto:klaus.obermeier@br-media.de)

### **Damir Salopek**

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 717

E-Mail [damir.salopek@br-media.de](mailto:damir.salopek@br-media.de)

## *Creative Media*

Creative Media bietet Ihnen individuelle und kundenspezifische Beratung und Kommunikations-Strategien. Wir machen Ihre Marke, Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung hör- und sichtbar.

Auf der Grundlage von validen Daten, aktuellem Wissen und langjähriger Erfahrung helfen wir Ihnen, Ihre Ziele zu erreichen.

- ▶ Absatz
- ▶ Bekanntheit
- ▶ Mobilisierung
- ▶ Image

Wir stimmen Ihre Hörfunkaktivitäten zielführend und mediengerecht mit allen anderen von Ihnen eingesetzten Kommunikationsmaßnahmen ab (Online, Plakat, Print etc.). Sie entscheiden, ob Sie Radio als Mono- oder Komplementärkampagne einsetzen.

Auf Wunsch übernehmen wir auch gerne die Kreation für Ihre Kommunikationsmaßnahmen. Selbstverständlich werden zudem kampagnenbegleitende Erhebungen initiiert.

### **Robert Urban**

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 723

E-Mail [robert.urban@br-media.de](mailto:robert.urban@br-media.de)

# Auftragsabwicklung Radio 2025

## 1 Auftragsannahme

Die BRmedia hat die ARD MEDIA GmbH beauftragt, im Rahmen der verfügbaren Sendezeit unter Zugrundelegung der gültigen Preislisten und zu den im Kapitel Allgemeine Geschäftsbedingungen Radio 2025 beschriebenen Inhalten Aufträge für Werbung in den Radioprogrammen

- ▶ BAYERN 1
- ▶ Bayern 2
- ▶ BAYERN 3
- ▶ BR-KLASSIK
- ▶ BR24

des Bayerischen Rundfunks entgegenzunehmen und namens und für Rechnung der BRmedia in Einzelvertretung auszuführen (BAYERN 1 + BAYERN 3 auch als Bavaria Kombi und BAYERN 3 + BR24 auch als Entscheider Kombi belegbar).

Die BRmedia behält sich vor, entsprechende Aufträge auch selbst entgegenzunehmen und auszuführen.

## 2 Spotlängen

Einschaltungen ab 15 Sekunden bis maximal 60 Sekunden. Davon abweichende Spotlängen bedürfen gesonderter Vereinbarung.

## 3 Splitting

## 4 Werbeeinheiten ab 2 Minuten

## 5 Exklusivbelegung

Nach Absprache bzw. Sondervereinbarung.

## 6 Sonderplatzierungsaufschläge auf den Gesamtbruttowert der Kampagne

### Sonderplatzierungsaufschlagsfähige Programme / Kombi

- ▶ BAYERN 1
- ▶ BAYERN 3
- ▶ Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3

### Sonderplatzierungsarten

- ▶ **Eckplatzierung**
  - erster Spot im Werbeblock
  - zweiter Spot im Werbeblock
  - vorletzter Spot im Werbeblock
  - letzter Spot im Werbeblock
- ▶ **Coverspot**
  - erster + letzter Spot im Werbeblock

### Sonderplatzierungsaufschläge auf den Gesamtbruttowert der Kampagne

- ▶ 25 % der Kampagne sind sonderplatziert 10 % Aufschlag
- ▶ 50 % der Kampagne sind sonderplatziert 20 % Aufschlag
- ▶ 75 % der Kampagne sind sonderplatziert 30 % Aufschlag
- ▶ 95 % der Kampagne sind sonderplatziert 35 % Aufschlag

# Auftragsabwicklung Radio 2025

## 7 Rabatt

### Inkrementelle Rabattstaffel

Die Rabattsätze beziehen sich ausschließlich auf die erreichten Bruttoumsatzvolumina im jeweiligen Bruttoumsatzintervall. Bei Überschreitung einer Intervallgrenze gilt der nächsthöhere Rabatt nur für das Bruttoumsatzvolumen des durch Überschreitung neu erreichten Intervalls. Der nächsthöhere Rabatt wird **nicht** für die Bruttoumsatzvolumina der vorangegangenen Intervalle gewährt.

### Inkrementelle BRmedia-Radio-Rabattstaffel 2025

Gültig für BAYERN 1  
Bayern 2  
BAYERN 3  
BR-KLASSIK  
BR24  
Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3  
Entscheider Kombi BAYERN 3 + BR24

Von ein und demselben Werbungtreibenden innerhalb des Vertragsjahres (= Kalenderjahr) erreichte Bruttoumsatzvolumina (ausschließlich Umsatzsteuer) auf BAYERN 1 und / oder Bayern 2 und / oder BAYERN 3 und / oder BR-KLASSIK und / oder BR24 und / oder der Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3 und / oder der Entscheider Kombi BAYERN 3 + BR24 werden bei Rabattermittlung zusammengefasst.

Weitere Bruttoumsatz-Zusammenfassungen sind im Hinblick Rabattermittlung **nicht** möglich.

Der kampagnenbezogene über das inkrementelle Rabattsystem realisierbare Rabatt-Gesamtbruttowert in Euro und der dahinterstehende kampagnenbezogene Durchschnittsrabattsatz in Prozent werden nach konkreter Kundenanfrage in der Angebotsphase kunden- und kampagnen-individualisiert von BRmedia-Verkauf errechnet und (ggf. zusammen mit Belegungsvorschlägen und sonstigen Kampagnen-Optimierungs- / Ausgestaltungsansätzen) durch BRmedia-Verkauf dem Werbungtreibenden / der Werbeagentur präsentiert bzw. bereitgestellt.

## Sonstiges

Eine Rabattzusammenfassung bei Aufträgen verschiedener Unternehmen erfolgt nur, wenn der BRmedia

- a) eine aktuelle Bescheinigung der zuständigen Finanzbehörde über die steuerliche Organschaft vorliegt  
oder
- b) eine aktuelle Bescheinigung eines öffentlich bestellten Wirtschaftsprüfers darüber vorliegt

und wenn zwischen den in Betracht kommenden Unternehmen eine Beziehung im Sinne des § 290 Abs. 1 und Abs. 2 HGB besteht bzw. sie einen Gleichordnungskonzern bilden. Dabei ist die Rechtsform sowie der Sitz (In- und Ausland) der beteiligten Unternehmen ohne Bedeutung. Änderungen im Vertragsjahr werden bei der Rabattierung berücksichtigt.

Neben den inkrementellen Rabatten kann es in einzelkundenbezogener individueller Buchungs- / Vertragsausgestaltung zur Anwendung sogenannter Funktionsrabatte kommen. Die Vereinbarung von Funktionsrabatten erfolgt auf Basis konkreter Vertragsvolumina / Einschaltvorgaben auf der Ebene Werbungtreibender / Werbe- bzw. Mediaagentur und BRmedia-Verkauf.

## 8 Agenturermäßigung

Die Agenturermäßigung beträgt 15 %. Die Gewährung dieser Ermäßigung setzt die verantwortliche Abwicklung der Aufträge über die Werbeagentur voraus. Werbeagenturen sind Unternehmen, deren Hauptaufgabe die Vermittlung von Werbe- und Anzeigenaufträgen ist. Die Werbeagentur hat auf Nachfrage einen Nachweis hierfür zu erbringen (Handelsregisterauszug, Bescheinigung eines unabhängigen Wirtschaftsprüfers, Geschäftsbericht, o.ä.).

# Auftragsabwicklung Radio 2025

## 9 Zahlungsbedingungen

- a) Für die in laufender Geschäftsbeziehung stehenden Vertragspartner werden die Einschaltungen im Regelfall jeweils im Monat vor der Ausstrahlung mit Rechnungsdatum 5. des Ausstrahlungsmonats berechnet. Die Rechnungen sind spätestens nach 25 Tagen ab Rechnungsdatum rein netto, ohne Abzug, fällig.

Bei Zahlungseingang innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum werden 2 % Skonto gewährt. Bei Berechnung mit Rechnungsdatum nach dem 5. des Ausstrahlungsmonats gelten die Zahlungsziele analog.

- b) Erstmalige Vertragspartner zahlen vor Beginn der ersten Ausstrahlung. Der Zahlungseingang muss bis spätestens einen Arbeitstag vor der ersten Ausstrahlung erfolgen.

In der Regel werden die Einschaltungen im Monat vor der Ausstrahlung berechnet. Die Rechnungen sind bei Wahrung der in Absatz 1 genannten Vorauskasse spätestens nach 25 Tagen ab Rechnungsdatum rein netto, ohne Abzug, fällig. Bei Zahlungseingang innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum werden 2 % Skonto gewährt.

Ab dem vierten Rechnungsmonat entfällt der Neukunden-Sonderstatus und die Zahlungsfristen richten sich nach Punkt a) der Zahlungsbedingungen.

Als Tag der Zahlung gilt bei Übersendung von Verrechnungsschecks der Tag des Eingangs bei der BRmedia, bei Überweisung gilt der Tag, an dem der Betrag der BRmedia gutgeschrieben wird.

Ist die Rechnung nicht termingerecht beglichen, so ist die BRmedia berechtigt, die Ausführung des Auftrags bis zum Zahlungseingang zu unterlassen oder vom restlichen Auftrag zurückzutreten, ohne dass daraus ein Ersatzanspruch des Auftraggebers abgeleitet werden kann. Der Auftraggeber haftet der BRmedia für den entstandenen Schaden.

## BRmedia-Bankverbindungen

### HypoVereinsbank

IBAN DE54 7002 0270 0000 3383 78  
BIC HYVEDEMMXXX

### Commerzbank

IBAN DE64 7004 0041 0291 5890 00  
BIC COBADEFFXXX

## 10 Sendeunterlagen

### Bereitstellung

Spots und Einschaltpläne müssen in einfacher Ausfertigung (auch dann, wenn die Werbeeinschaltung in mehreren BR-Radioprogrammen erfolgt) **bis spätestens 3 Arbeitstage vor dem vereinbarten Ausstrahlungstermin** bei BRmedia / bei NDR Media vorliegen. In Ausnahmefällen ist ein kurzfristigerer Anlieferungstermin zu vereinbaren (siehe auch Allgemeine Geschäftsbedingungen Radio 2025, Ziffer 12).

### Lautheitsnormierte Tonaussteuerung

Bei der Werbespot-Produktion sind die Spezifikationen für die lautheitsnormierte Tonaussteuerung nach EBU-R128 zu beachten.

#### „EBU-Mode“ Lautheitsmesser (Hardware oder Software)

Zielwert der Programmlautheit (Target Level) ..... -23,0 LUFS ( 0,0 LU)

maximale Short-term Loudness ..... -18,0 LUFS (+5,0 LU)

entsprechend den „Practical Guidelines“ (EBU Tech 3343),  
Punkt 9.1 Commercials (Advertisements) and Trailers

maximaler Spitzenpegel (Maximum True Peak Level)..... -1 dBTP

Mehr dazu:

<https://www.br-media.de/wp-content/uploads/tonaussteuerung-aktuell.pdf>

► Sendeunterlagen: weiter auf S. 46

# Auftragsabwicklung Radio 2025

## 10 Sendeunterlagen (Fortsetzung S. 45)

### Anlieferadressen und Technische Beschaffenheit

#### Bei Ausstrahlung über BRmedia

BRmedia GmbH  
**spotzugang@br-media.de**  
Tel. +49 89 / 59 00 - 10 764

direkt per E-Mail (spotzugang@br-media.de)

als Anhang

**MP3**

Datenübertragungsrate: mindestens 256 kbit/s (konstant), 44,1/48 kHz,  
variable Bitraten können nicht verarbeitet werden

oder

als Anhang im unkomprimierten

**WAV-Format.**

Die tatsächliche Länge darf maximal 12 Frames (480ms) von der  
gebuchten Länge abweichen. Die Längenmessung erfolgt automatisiert  
durch Gates bei -40dBFS.

#### Bei Ausstrahlung über ARD MEDIA

NDR Media GmbH  
**spotzugang@ndrmedia.de**  
Tel. +49 40 / 44 192 - 235

direkt per E-Mail (spotzugang@ndrmedia.de)

als Anhang

**MP3**

Datenübertragungsrate: mindestens 256 kbit/s (konstant), 44,1/48 kHz,  
variable Bitraten können nicht verarbeitet werden

oder

als Anhang im unkomprimierten

**WAV- oder AIFF-Format.**

# BR Radio: Sendernetze / Frequenzen / Empfang

## BR-UKW-Sendernetz

Im Sendegebiet Bayern verbreiten **154 terrestrische UKW-Sender** an **31 Standorten** und jeder auf einer eigenen Frequenz die BR-Radioprogramme BAYERN 1, Bayern 2, BAYERN 3, BR-KLASSIK und BR24.

**Regionalsendungen** gibt es auf BAYERN 1: Dafür werden die Sender der BR-UKW-Senderkette bei BAYERN 1 in **fünf** Regionen (Mainfranken, Mittel- und Oberfranken, Niederbayern / Oberpfalz, Oberbayern und Schwaben) aufgetrennt und senden während der Regionalisierungszeiten jeweils ein eigenständiges Programm.

|                                    | BAYERN 1 | Bayern 2 | BAYERN 3 | BR-KLASSIK | BR24  |
|------------------------------------|----------|----------|----------|------------|-------|
| <b>MAINFRANKEN</b>                 | MHz      | MHz      | MHz      | MHz        | MHz   |
| Kreuzberg / Röhn                   | 98,3     | 93,1     | 96,3     | 107,9      | 105,3 |
| Pfaffenberg bei Aschaffenburg      | 95,6     | 88,4     | 93,4     | 98,0       | 106,4 |
| Würzburg                           | 90,9     | 90,0     | 97,6     | 89,0       | 105,7 |
| <b>OBER- UND MITTELFRANKEN</b>     |          |          |          |            |       |
| Bamberg-Geissberg                  | 94,8     | 89,6     | 99,8     | 102,9      | 97,4  |
| Büttelberg / Frankenhöhe           | 91,4     | 88,2     | 99,3     | 95,5       | 104,0 |
| Coburg                             | 93,5     | 88,3     | 99,2     | 97,7       | 92,8  |
| Dillberg bei Neumarkt / Opf.       | 88,9     | 92,3     | 97,9     | 87,6       | 102,0 |
| Ludwigsstadt                       | 98,4     | 89,6     | 93,1     |            | 104,8 |
| Ochsenkopf / Fichtelgebirge        | 90,7     | 96,0     | 99,4     | 102,3      | 107,1 |
| <b>NIEDERBAYERN / OBERPFALZ</b>    |          |          |          |            |       |
| Brotjacklriegel / Bayerischer Wald | 92,1     | 96,5     | 94,4     | 100,9      | 106,9 |
| Dillberg bei Neumarkt / Opf.       | 104,5    | 92,3     | 97,9     | 87,6       | 102,0 |
| Hohe Linie bei Regensburg          | 95,0     | 93,0     | 99,6     | 97,0       | 105,0 |
| Hoher Bogen bei Furth im Wald      | 96,8     | 91,6     | 94,7     | 88,3       | 104,4 |
| Landshut                           | 90,2     | 97,8     | 95,3     | 93,2       | 106,6 |
| Ochsenkopf / Fichtelgebirge        | 91,2     | 96,0     | 99,4     | 102,3      | 107,1 |
| Passau                             | 87,7     | 93,2     | 90,4     | 95,6       | 105,9 |
| <b>SCHWABEN</b>                    |          |          |          |            |       |
| Augsburg                           | 90,9     | 89,3     | 98,3     | 102,1      | 90,1  |
| Grünten / Allgäu                   | 90,7     | 88,7     | 95,8     | 101,0      | 106,9 |
| Hühnerberg bei Donauwörth          | 91,9     | 96,1     | 99,5     | 93,1       | 107,6 |
| Lindau                             | 88,1     | 92,0     | 94,0     | 87,6       | 100,4 |
| Pfronten                           | 92,3     | 89,1     | 93,5     |            | 107,8 |
| <b>OBERBAYERN</b>                  |          |          |          |            |       |
| Bad Reichenhall                    | 105,0    | 96,7     | 98,3     | 89,9       | 107,1 |
| Berchtesgaden                      | 90,4     | 96,9     | 94,2     | 99,6       | 106,4 |
| Garmisch-Partenkirchen             | 89,2     | 93,5     | 97,7     | 95,9       | 104,9 |
| Gelbsee bei Ingolstadt             | 101,6    | 90,5     | 97,6     | 88,0       | 106,1 |
| Herzogstand bei Kochel             | 88,1     | 97,0     | 91,0     | 104,1      | 87,6  |
| Hochberg bei Traunstein            | 98,0     | 91,5     | 95,9     | 97,0       | 107,1 |
| Inntal bei Kiefersfelden           | 100,7    | 92,8     | 95,9     | 91,1       | 107,0 |
| München-Ismaning                   | 91,3     | 88,4     | 97,3     | 103,2      | 90,0  |
| Oberammergau                       | 107,9    | 92,2     | 96,1     | 93,1       | 106,7 |
| Reit im Winkl                      | 91,0     | 87,9     | 97,1     | 93,1       | 104,8 |
| Untersberg                         | 91,9     | 92,9     | 96,1     | 100,7      | 87,8  |
| Wendelstein                        | 93,7     | 89,5     | 98,5     | 102,3      | 105,7 |

# BR Radio: Sendernetze / Frequenzen / Empfang

|  | BAYERN 1 | Bayern 2 | BAYERN 3 | BR-KLASSIK | BR24 | BR Puls | BR Schlager | BR Heimat | BR Verkehr |
|--|----------|----------|----------|------------|------|---------|-------------|-----------|------------|
| <b>UKW-SENDER</b>  | ✓        | ✓        | ✓        | ✓          | ✓    |         |             |           |            |
| <b>DAB+ Regional &amp; Bayern</b>  |          |          |          |            |      |         |             |           |            |
| <b>DAB+ Oberpfalz</b><br>Kanal 6 C Mittenfrequenz 185,360 MHz  | ✓        |          |          |            | ✓    |         |             |           |            |
| <b>DAB+ Niederbayern</b><br>Kanal 7 D Mittenfrequenz 194,064 MHz   | ✓        |          |          |            | ✓    |         |             |           |            |
| <b>DAB+ Mittelfranken</b><br>Kanal 8 C Mittenfrequenz 199,360 MHz  | ✓        |          |          |            | ✓    |         |             |           |            |
| <b>DAB+ Unterfranken, Oberbayern, Schwaben</b><br>Kanal 10 A Mittenfrequenz 209,936 MHz  | ✓        |          |          |            | ✓    |         |             |           |            |
| <b>DAB+ Oberfranken</b><br>Kanal 10 B Mittenfrequenz 211,648 MHz   | ✓        |          |          |            | ✓    |         |             |           |            |
| <b>DAB+ Bayern landesweit</b><br>Kanal 11 D Mittenfrequenz 222,064 MHz   | ✓        | ✓        | ✓        | ✓          | ✓    | ✓       | ✓           | ✓         | ✓          |
| <b>DVB-RADIO</b>   |          |          |          |            |      |         |             |           |            |
| <b>Satellit digital (DVB-S2 / AAC-LC)</b><br>Astra 1L 19,2° Ost; Transponder 39;<br>Frequenz: 11,053 GHz;<br>horizontale Polarisation;<br>22 MS/s; FEC 2/3 | ✓        | ✓        | ✓        | ✓          | ✓    | ✓       | ✓           | ✓         |            |
| <b>Kabel digital (DVB-C)</b><br>bundesweit in Kabelnetzen  | ✓        | ✓        | ✓        | ✓          | ✓    | ✓       | ✓           | ✓         |            |
| <b>LIVESTREAMS IM INTERNET</b><br>br.de/streams; br.de/radio/live;<br>ardaudiothek.de/radio/br   | ✓        | ✓        | ✓        | ✓          | ✓    | ✓       | ✓           | ✓         |            |
| <b>LIVESTREAMS VIA SMARTPHONE</b><br>BR Radio App; ARD Audiothek App   | ✓        | ✓        | ✓        | ✓          | ✓    | ✓       | ✓           | ✓         |            |

**BR Technische Information:** Tel.: 0800 59 00 789 / E-Mail: [techinfo@br.de](mailto:techinfo@br.de) / Internet: [br.de/technik](http://br.de/technik) und [br.de/frequenz](http://br.de/frequenz) / BR Text: Seite 460 = BR-Technik

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Radio 2025

## 1 Vertragsschluss

Die BRmedia GmbH (im Folgenden BRmedia genannt) hat die ARD MEDIA GmbH (im Nachfolgenden ARD MEDIA genannt) beauftragt, im Rahmen der verfügbaren Sendezeiten unter Zugrundelegung der gültigen Preislisten und zu den nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen Radio 2025 Aufträge für Werbung ausschließlich in den Radioprogrammen

- BAYERN 1
- Bayern 2
- BAYERN 3
- BR-KLASSIK
- BR24

des Bayerischen Rundfunks entgegenzunehmen und namens und für Rechnung der BRmedia in Einzelvertretung auszuführen. Die Einzelprogramme BAYERN 1 und BAYERN 3 sind auch als Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3 – die Einzelprogramme BAYERN 3 und BR24 auch als Entscheider Kombi BAYERN 3 + BR24 belegbar.

Die BRmedia behält sich vor, entsprechende Aufträge auch selbst entgegenzunehmen und auszuführen.

Geschäftsbedingungen des Auftraggebers, die den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der BRmedia widersprechen, können gegenüber der BRmedia und der ARD MEDIA nicht geltend gemacht werden.

Die Radio-Werbesendungen der BRmedia in BAYERN 1, Bayern 2, BAYERN 3, BR-KLASSIK und BR24 werden über die vom Bayerischen Rundfunk betriebenen UKW-Sender terrestrisch analog ausgestrahlt. Daneben werden die BR-Radioprogramme bundesweit auch digital im Kabel verbreitet. Darüber hinaus werden die Programme teilweise auch über DVB-RADIO / Satellit digital (DVB-S2 / AAC-LC) europaweit und über DVB-RADIO / Kabel digital (DVB-C) bundesweit ausgestrahlt. Des Weiteren werden die Programme bayernweit über DAB+ verbreitet. Die Radioprogramme des BR gibt es auch als Livestream im Internet und als Livestream via Smartphone. Weitere Details dazu: siehe BRmedia-Radio-Tarife 2025, Kapitel BR Radio: Sendernetze / Frequenzen / Empfang. Ein Rechtsanspruch über die terrestrisch analoge Ausstrahlung (UKW-Sendernetz) hinaus besteht nicht.

BRmedia und ARD MEDIA verpflichten sich zur ordnungsgemäßen Ausführung der von ihnen bestätigten Aufträge nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen.

## 2 Einhaltung gesetzlicher Regelungen

Die Werbeeinschaltungen müssen dem Rundfunkstaatsvertrag in seiner jeweils gültigen Fassung, den für den Bayerischen Rundfunk geltenden Rechtsgrundlagen (insbesondere dem Bayerischen Rundfunkgesetz) sowie den vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW) bzw. vom Deutschen Werberat anerkannten Verhaltensregeln entsprechen.

Werbung für politische Zwecke jeder Art, für religiöse Auffassungen und weltanschauliche Überzeugungen ist ausgeschlossen. Dies gilt auch für die Verwendung entsprechender Aussagen in der Werbung. Es gelten die ARD Richtlinien für Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele und Produktionshilfe in der Fassung vom 16.11.2021.

## 3 Einheitlicher Auftrag

Für ein zu bewerbendes Produkt oder eine zu bewerbende Leistung wird nur ein einheitlicher Auftrag, in dem der Werbungtreibende genau zu bezeichnen ist, angenommen.

## 4 Einschaltung von Werbe- und/oder Mediaagenturen

Werbe- / Mediaagenturen müssen vom Werbungtreibenden zur Auftragserteilung an die BRmedia oder die ARD MEDIA nachweisbar ermächtigt sein. Erteilt eine Werbe- / Mediaagentur Aufträge, so geschieht dies auf eigenen Namen und auch eigene Rechnung. Aufträge von Werbe- / Mediaagenturen werden nur angenommen, wenn der Werbungtreibende namentlich bezeichnet ist.

BRmedia und ARD MEDIA sind berechtigt, von der Werbe- / Mediaagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen. Eine Werbe- / Mediaagentur tritt mit Auftragserteilung die Zahlungsansprüche gegen ihren Kunden aus dem der Forderung zugrunde liegenden Werbevertrag an BRmedia oder die ARD MEDIA ab. BRmedia oder die ARD MEDIA nehmen diese Abtretung hiermit an (Sicherungsabtretung). Sie sind berechtigt, diese dem Kunden der Werbe- / Mediaagentur gegenüber offenzulegen, wenn die Forderung nicht innerhalb eines Monats nach Fälligkeit beglichen ist. Die Abtretung der Forderung gegenüber ihrem Kunden erfolgt rein zur Sicherheit und nicht an Erfüllung statt. Die Forderung der BRmedia oder der ARD MEDIA gegenüber der Werbe- / Mediaagentur bleibt daher bis zur vollständigen Begleichung der Forderung der BRmedia oder der ARD MEDIA, auch im Falle der Geltendmachung der Forderung gegenüber dem Kunden, bestehen.

Wenn die eingeschaltete Werbe- / Mediaagentur einwilligt, kann mit Zustimmung der BRmedia oder der ARD MEDIA während der Abwicklung des Auftrags eine andere Werbe- / Mediaagentur an ihre Stelle treten.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Radio 2025

## 5 Auftrag

Der Vertrag über die Annahme eines erteilten Auftrags bedarf der Schriftform oder der elektronischen Bestätigung. Können einzelne Termine aus Kapazitätsgründen nicht wie vom Auftraggeber beauftragt durch die BRmedia gebucht werden, kann die BRmedia vergleichbare Alternativtermine dem Auftraggeber vorschlagen und die Alternativtermine in der Auftragsbestätigung erstmalig anbieten. Diese Alternativtermine gelten als angenommen, wenn der Auftraggeber nicht innerhalb von 24 Stunden nach Eingang der Auftragsbestätigung schriftlich oder elektronisch widerspricht.

Neben- und Änderungsabreden bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für eine Abrede über dieses Formerfordernis.

## 6 Ablehnungsvorbehalt

BRmedia und ARD MEDIA behalten sich vor, Aufträge abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen behalten sich BRmedia und ARD MEDIA vor, Werbeeinschaltungen wegen ihrer Herkunft, wegen ihres Inhalts, ihrer technischen Form oder wegen häufiger Wiederholungen zurückzuweisen. Eine Ablehnung ist insbesondere dann möglich, wenn der Inhalt der Werbeeinschaltung / des Spots gegen rechtliche Bestimmungen oder die Interessen des Bayerischen Rundfunks verstößt. Für diese Entscheidungen gelten einheitliche Grundsätze. Der Auftraggeber ist unverzüglich zu benachrichtigen. Die Gründe der Ablehnung werden dem Auftraggeber mitgeteilt.

## 7 Preise, Rabatte, Abrechnung

BRmedia und ARD MEDIA berechnen und gewähren nur die in der jeweils gültigen Preisliste genannten Preise, Agenturermäßigungen und Skonti.

Die Laufzeit der auf Audiofiles überspielten Werbeeinschaltung wird nach ihrer tatsächlichen Länge bemessen. Die Länge wird automatisiert anhand des ersten und letzten Tons durch Gates bei -40dbFS gemessen. Um einen harmonischen Übergang vom Programmelement zur Werbung und umgekehrt zu erreichen, ist BRmedia berechtigt, den Werbespot über ca. 1 Prozent der Gesamtlänge ein- bzw. auszublenzen.

Bei Überschreitung einer in der Preisliste genannten Zeiteinheit wird der Einschaltpreis der jeweils nächsthöheren Zeiteinheit berechnet.

Sämtliche vereinbarten Konditionen (inkl. Preisnachlässe, etwaige Rabatte, Skonti etc.) gelten unmittelbar gegenüber dem Auftraggeber. In diesem Zusammenhang wird ausdrücklich auf die Vertraulichkeit gemäß AGB-Ziffer 23 verwiesen.

Soweit keine andere Währung ausdrücklich genannt ist, verstehen sich alle Preise netto in Euro, zuzüglich der zum Zeitpunkt der Leistungserbringung gültigen Umsatzsteuer.

Auf für vom Werbungtreibenden / Auftraggeber gezielt gewünschte Sonderplatzierungen (Eckplatzierungen oder Coverspots innerhalb der Werbeblöcke von BAYERN 1, BAYERN 3 und der Bavaria Kombi BAYERN 1 + BAYERN 3) erhebt BRmedia Platzierungsaufschläge, und zwar bezogen auf den Gesamtbruttowert der jeweiligen Kampagne und in Abhängigkeit vom jeweiligen Anteil der sonderplatierten Einschaltungen an den Gesamteinschaltungen der Kampagne (siehe dazu auch BRmedia-Tarifunterlagen Radio 2025, Auftragsabwicklung, Punkt 6 Sonderplatzierungsaufschläge).

## 8 Verbundwerbung

Verbundwerbung bedarf in jedem Einzelfall einer gesonderten Vereinbarung.

## 9 Vertragsjahr

Aufträge werden innerhalb eines Kalenderjahres abgewickelt. Vertragsjahr ist das Kalenderjahr.

## 10 Verantwortung für Inhalte

Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der von ihm zur Verfügung gestellten Tonträger bzw. Audiodateien. Der Auftraggeber stellt die ARD MEDIA, die BRmedia sowie den Bayerischen Rundfunk von allen Ansprüchen frei, die in diesem Zusammenhang geltend gemacht werden.

## 11 Nutzungsrechte

Der Auftraggeber garantiert, dass der BRmedia für Werbeeinschaltungen nur solche Sendeunterlagen, insbesondere Tonträger bzw. Audiodateien, übersandt werden, für die er sämtliche zur Verwertung im Radio, in Online-Medien (z.B. Internet) sowie über sonstige Verbreitungswege erforderlichen Urheber- und Leistungsschutzrechte erworben und abgegolten hat. Dies gilt auch, soweit für die Herstellung der Sendeunterlagen Industrietonträger verwendet worden sind. Ausgenommen hierfür sind die erforderlichen Vervielfältigungsrechte an Musikwerken des GEMA-Repertoires, die von der BRmedia oder dem BR durch ihre Verträge mit der GEMA erworben und abgegolten werden.

► weiter auf S. 51

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Radio 2025

## 11 Nutzungsrechte (Fortsetzung S. 50)

Der Auftraggeber überträgt an die BRmedia das Nutzungsrecht an den überlassenen Sendeunterlagen, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Umfang sowie zur Erfüllung der Verpflichtung der BRmedia nach Art. 16 BayRG.

Das Nutzungsrecht wird in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigt zur Ausstrahlung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen. Davon erfasst ist auch das Recht zur gleichzeitigen, unveränderten Verwertung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, d.h. das Recht, den Spot an eine Vielzahl potenzieller Nutzer mittels analoger, digitaler oder anderweitiger Speicher- bzw. Datenübertragungstechniken über elektromagnetische Wellen durch Leitungsnetze jedweder Art oder Funk derart zu senden, dass diese den Spot parallel zu allen anderen Formen des Hörfunks, im Bereich Audio oder über Online-Medien (z.B. Internet) empfangen und wiedergeben können, gleichgültig welches Empfangsgerät hierbei zum Einsatz kommt (Simulcast, Streaming).

In der Rechteübertragung ist auch das Recht der BRmedia bzw. der ARD MEDIA enthalten, für denjenigen, der im Einklang mit Art. 16 Abs. 3 BayRG schriftlich glaubhaft macht, in seinen Rechten betroffen zu sein, einen Mitschnitt zu fertigen und ihm diesen Mitschnitt auszuhändigen. Die BRmedia bzw. die ARD MEDIA sind nicht dazu verpflichtet, die Rechtmäßigkeit der Nutzung zu überprüfen. Ebenso sind die BRmedia bzw. die ARD MEDIA berechtigt, für dritte Auftraggeber einen Mitschnitt des gesamten Werbeblockes zu Anhörzwecken zu fertigen, in denen neben dem Werbespot des dritten Auftraggebers auch der Werbespot des Auftraggebers im Ganzen oder in Teilen enthalten sein kann. Die BRmedia bzw. die ARD MEDIA werden im Zusammenhang mit der Überlassung des Mitschnitts an dritte Auftraggeber darauf hinweisen, dass eine darüber hinausgehende Nutzung nicht erlaubt ist.

Sollten die BRmedia bzw. die ARD MEDIA aufgrund der Nutzung der zur Verfügung gestellten Tonträger von Dritten in Anspruch genommen werden, so stellt der Auftraggeber die BRmedia bzw. die ARD MEDIA von allen in diesem Zusammenhang entstehenden Schäden und Kosten frei.

Der Auftraggeber – soweit er über nachstehende Rechte verfügt – gestattet der BRmedia und der ARD MEDIA, sämtliche Sendeunterlagen zeitlich und örtlich uneingeschränkt beliebig oft ganz oder in Teilen in allen Medien zum Zwecke der Eigenwerbung und Kundenberatung unentgeltlich zu nutzen. Eingeschlossen ist insbesondere das Recht, die Produktion in branchenüblicher Weise auf den Internetpräsenzen „br-media.de“, „ard-media.de“ und „ard-media.de/radio“, in Imagefilmen, in Printmedien, in Präsentationen, auf Messen etc. zum Zwecke der Eigenwerbung und Kundenberatung zu nutzen.

Der Auftraggeber garantiert, zu der vorstehenden Rechteeinräumung berechtigt zu sein und stellt die BRmedia bzw. die ARD MEDIA von jeglichen Ansprüchen Dritter frei.

## 12 Einreichung der Sendeunterlagen

Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Unterlagen für die jeweilige Sendung der BRmedia spätestens bis zu dem in den Ausführungen zur Auftragsabwicklung Radio bestimmten oder besonders vereinbarten Annahmetermin einzureichen, mindestens jedoch 3 Arbeitstage vor der Ausstrahlung. Werden Sendeunterlagen nicht rechtzeitig oder in technisch unzureichender Form geliefert oder gemäß Ziffer 6 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen Radio 2025 abgelehnt und kann aus diesen Gründen die Sendung nicht ausgestrahlt werden, so bleibt der Auftraggeber zur Bezahlung der vereinbarten Sendezeit verpflichtet. Die BRmedia und die ARD MEDIA sind in diesem Fall jedoch verpflichtet, dem Auftraggeber nach Möglichkeit einen Ersatztermin anzubieten. Bei Verlust oder Beschädigung von der BRmedia übersandten Sendeunterlagen beschränkt sich die Haftung der BRmedia auf das Ziehen einer neuen Kopie.

Erfolgte die Zurückweisung eines Spots aus Gründen, die der Rundfunkveranstalter bzw. die Vermarktungsgesellschaft zu vertreten hat, so kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten.

Der Auftraggeber ist verpflichtet, der BRmedia die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben, insbesondere Produzent, Komponist, Titel und Länge der verwendeten Musik, zusammen mit den Einschaltplänen mitzuteilen. Werden die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben nicht eingereicht, versichert damit der Auftraggeber, dass bei der Herstellung der Sendeunterlagen keine GEMA-pflichtige Musik verwendet worden ist. Spätestens bei Übersendung der Einschaltpläne hat der Auftraggeber ausdrücklich zu erklären, ob bei der Herstellung von Sendeunterlagen Industrieschallplatten oder -bänder verwendet worden sind. In diesem Fall verpflichtet sich der Auftraggeber, neben den vorstehend genannten Daten, zudem den Namen des Labels, den Labelcode, den Titel des Tonträgers sowie die Tonträger-Nr. aufzuführen. Wird eine diesbezügliche Erklärung nicht eingereicht, versichert damit der Auftraggeber, dass bei der Herstellung der Sendeunterlagen Industrietonträger nicht verwendet worden sind.

Bei Verwendung von Eigen- und / oder Auftragsmusik hat der Auftraggeber darüber hinaus der GEMA bis zur Erstausstrahlung die den Sendeunterlagen zugehörigen Soundfiles unter Angabe der Musikmetadaten über den GEMA-Soundfile-Upload zum Audiofingerprint-Monitoring für die GEMA-Abrechnung zur Verfügung zu stellen bzw. diese Verpflichtung seinen Vertragspartnern entsprechend vertraglich aufzuerlegen. Dies gilt auch für GEMA-freie und lizenzfreie Musik. Weiterführende Informationen dazu finden Sie unter <https://br-media.de/audiofingerprinting-bei-der-brmedia>.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Radio 2025

## **13** Einhaltung der Sendezeiten

Vereinbarte Sendezeiten werden nach Möglichkeit eingehalten. Die BRmedia bzw. die ARD MEDIA sichern die Sendung zu einem bestimmten Zeitpunkt, in bestimmter Reihenfolge, in Verbindung mit einem bestimmten Rahmenprogramm oder unter Beachtung des sogenannten Konkurrenzausschlusses im Regelfall jedoch nicht zu. Die AGB-Ziffer 7 letzter Abs. bleibt davon unberührt.

## **14** Verschiebung der Werbeausstrahlung

Kann eine Werbesendung aus Gründen des Programms zum vorgesehenen Sendetermin nicht ausgestrahlt werden oder entfällt sie infolge technischer Störung oder durch eine Betriebsunterbrechung aus anderen Gründen aus, so wird sie nach Möglichkeit vorverlegt oder nachgeholt. Zur Vorverlegung oder Nachholung der Werbesendung bedarf es der Zustimmung des Auftraggebers, es sei denn, es handelt sich um eine unerhebliche Verschiebung. Die Verschiebung eines Radiospots ist unerheblich, wenn sie innerhalb des gleichen redaktionellen Umfeldes erfolgt und sie nicht zu einer Ausstrahlung der Werbesendung von mehr als einer Stunde vor oder nach dem ursprünglich vorgesehenen Zeitpunkt führt. Konnte die erforderliche Zustimmung nicht eingeholt werden oder wurde sie nachträglich nicht erteilt, so kann der Auftraggeber im Rahmen der Verfügbarkeit eine Ersatzausstrahlung zu vergleichbaren Bedingungen verlangen. Ist diese nicht möglich, kann der Auftraggeber eine Minderung des Preises entsprechend dem Umfang der Schlecht- bzw. Minderleistung geltend machen. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

Die BRmedia oder die ARD MEDIA haben das Entgelt zurückzuzahlen, wenn die Werbeeinschaltung durch Ausfall des gesamten Sendebetriebs nicht ausgestrahlt worden ist, es sei denn, die Sendung dieser Werbeeinschaltung wäre vorverlegt oder nachgeholt worden. Bei Ausfall eines Teils der Sender haben die BRmedia oder die ARD MEDIA einen entsprechenden Teil des Entgelts zu erstatten, wenn die Ausstrahlung mehr als 10 % der in Bayern angemeldeten Radioempfangsgeräte nicht erreichen konnte. Der Auftraggeber kann hierüber hinaus Ansprüche nicht geltend machen.

## **15** Verschiebung wegen Personenidentität

BRmedia und ARD MEDIA behalten sich vor, die Ausstrahlung von Werbespots auf einen anderen Sendetag als den vereinbarten zu verlegen – nach Möglichkeit zur gleichwertigen Sendezeit – wenn in den Werbespots Personen mitwirken, die über Radio bekannt sind und die am vereinbarten Sendetag innerhalb des mit den Werbeeinschaltungen jeweils belegten Radioprogramms des Bayerischen Rundfunks hörbar mitwirken (AGB-Ziffer 14 Abs. 1 Satz 2 findet keine Anwendung).

## **16** Bezugnahme in anderen Werbemitteln

Werbeeinschaltungen dürfen nur ausgestrahlt werden, wenn sie nach Inhalt und Art der Gestaltung nicht mit dem Programm verwechselt werden können. Formulierungen und Gestaltungen, die die Werbeeinschaltungen mit dem Bayerischen Rundfunk zu identifizieren versuchen, sind nicht gestattet.

Werbeeinschaltungen dürfen in anderen Werbemitteln nur dann angekündigt werden, wenn ausdrücklich darauf hingewiesen wird, dass die Werbeeinschaltungen im „Werbefunk“ erfolgen.

## **17** Höhere Gewalt, Rücktritt des Auftraggebers

Im Falle höherer Gewalt kann jeder Vertragsteil mit sofortiger Wirkung vom Vertrag zurücktreten, es sei denn, dass die BRmedia oder die ARD MEDIA die Leistung bereits erbracht hat. Die BRmedia oder die ARD MEDIA sind verpflichtet, dem Auftraggeber das auf die ausgefallene(n) Werbeeinschaltung(en) entfallende Entgelt zurückzuzahlen. Weitergehende Ansprüche hat der Auftraggeber nicht. Zur höheren Gewalt gehören insbesondere Aufruhr, Feuer, Stromausfall, Sturmschäden, Streik, Aussperrung, Schäden durch Bauarbeiten und ähnliche Ereignisse, die die BRmedia bzw. die ARD MEDIA nicht zu vertreten haben.

In anderen begründeten Fällen muss ein Rücktrittersuchen des Auftraggebers spätestens 6 Wochen vor dem ersten Sendetermin der Termine, die lt. Rücktrittersuchen storniert werden sollen, schriftlich bei der BRmedia oder der ARD MEDIA eingegangen sein. Bei Nichteinhaltung dieser Frist können BRmedia und ARD MEDIA die Zustimmung zum Rücktritt verweigern, wenn ein Weiterverkauf der vertraglich vereinbarten Sendetermine an andere Auftraggeber nicht möglich ist.

Bei der Erteilung von Festaufträgen ist ein Rücktritt nach Ziffer 17 Abs. 2 nicht möglich.

## **18** Rückzahlungsansprüche

Stehen dem Auftraggeber Rückzahlungsansprüche zu, haben BRmedia oder ARD MEDIA dem Auftraggeber eine entsprechende Rechnungskorrektur auszustellen. Darin aufgeführte Negativbeträge führen zur Erstattung an den Auftraggeber.

## **19** Haftung des Auftraggebers

Verletzt der Auftraggeber, der Werbungtreibende oder deren Erfüllungsgehilfe eine Vertragspflicht, so hat der Auftraggeber die BRmedia und die ARD MEDIA sowie den Bayerischen Rundfunk von Ansprüchen Dritter freizustellen. Dies gilt auch für die Kosten einer angemessenen Rechtsverteidigung.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen Radio 2025

## 20 Preisänderung

Änderungen der Einschaltpreise treten bei laufenden Aufträgen frühestens einen Monat nach ihrer Mitteilung an den Auftraggeber in Kraft.

Der Auftraggeber kann in einem solchen Fall zum Zeitpunkt des Inkrafttretens der Änderung vom Vertrag zurücktreten. Er muss dies der BRmedia oder der ARD MEDIA unverzüglich, spätestens binnen 10 Tagen nach Bekanntgabe der Änderung erklären.

## 21 Aufrechnung, Zurückbehaltungsrecht

Der Auftraggeber kann die Aufrechnung mit Gegenforderungen nur erklären, wenn es sich um unbestrittene oder rechtskräftig festgestellte Forderungen handelt.

Die Geltendmachung von Zurückbehaltungsrechten durch den Auftraggeber ist ausgeschlossen, sofern die Gegenansprüche aus einem anderen Vertragsverhältnis resultieren. Beruhen die Gegenansprüche auf demselben Vertragsverhältnis, ist die Geltendmachung des Zurückbehaltungsrechts nur zulässig, wenn es sich um unbestrittene oder rechtskräftig festgestellte Gegenansprüche handelt.

## 22 Gewährleistungsrechte / Haftung der BRmedia bzw. der ARD MEDIA

Bei einer Schlecht- bzw. Minderleistung der BRmedia oder der ARD MEDIA beschränken sich für den Fall, dass die BRmedia oder die ARD MEDIA dies nicht zu vertreten haben, die Gewährleistungsrechte des Auftraggebers nach dessen Wahl auf Ersatzausstrahlung zu einem vergleichbaren Termin oder Minderung des Preises entsprechend dem Umfang der Schlecht- bzw. Minderleistung. Eine Minderleistung liegt z.B. vor, wenn mehr als 10 % der technischen Reichweite, die für die IVW-Prüfung dokumentiert wurde, nicht erreicht wurden oder eine Ausstrahlung in verminderter Qualität erfolgte. Gewährleistungsrechte des Auftraggebers verjähren nach 12 Monaten.

Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers gegenüber BRmedia oder ARD MEDIA, insbesondere auf Schadensersatz statt der Leistung und auf Ersatz eines sonstigen unmittelbaren oder mittelbaren Schadens – einschließlich Begleit- oder Folgeschadens, gleichgültig aus welchem Rechtsgrund – sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht, wenn

- a) BRmedia oder ARD MEDIA einen Rechts- oder Sachmangel arglistig verschwiegen oder eine Garantie für deren Abwesenheit oder die Beschaffenheit der Leistung übernommen haben;
- b) der Schaden auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit von BRmedia oder ARD MEDIA, eines ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen oder einer fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten durch die BRmedia oder ARD MEDIA oder diese Personen beruht.

- c) eine schuldhafte Pflichtverletzung durch BRmedia oder ARD MEDIA, ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen zu einem Körper- oder Gesundheitsschaden geführt hat;
- d) nach dem Produkthaftungsgesetz gehaftet wird.

Im Falle einfacher Fahrlässigkeit ist die Ersatzpflicht von BRmedia oder ARD MEDIA jedoch der Höhe nach auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden beschränkt.

## 23 Vertraulichkeit

Beide Parteien sind verpflichtet, vertrauliche und schutzwürdige Angelegenheiten der anderen Partei, die ihr aus oder im Zusammenhang mit der Zusammenarbeit anvertraut oder bekannt werden, geheim zu halten und nicht für eigene oder fremde Zwecke, sondern nur zur rechtmäßigen Aufgabenerfüllung im Rahmen des Auftrags zu verwenden. Vertraulich sind alle Informationen, Konditionen oder Unterlagen einer Partei, die diese schriftlich als vertraulich gekennzeichnet hat oder deren vertraulicher Charakter sich eindeutig aus ihrer Natur ergibt, insbesondere Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse.

Veröffentlichungen aller Art, die im Zusammenhang mit der Zusammenarbeit stehen, sind generell nur mit vorheriger Zustimmung der anderen Partei erlaubt. Die BRmedia und die ARD MEDIA sind jedoch berechtigt, den Namen des Auftraggebers, dessen Marke und Logo sowie Informationen über den Auftrag unter Beachtung der oben genannten Geheimhaltungspflichten zu Referenzzwecken zu verwenden.

## 24 Schlussbestimmungen

Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, lässt dies die Wirksamkeit im Übrigen unberührt.

Wird der Auftrag von BRmedia bestätigt, ist Erfüllungsort und Gerichtsstand München. Wird der Auftrag von ARD MEDIA bestätigt, ist Erfüllungsort und Gerichtsstand Frankfurt / Main.

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland als vereinbart.

# Sponsoring BR Radio 2025

Sendungssponsoring ist ein wirkungsvolles Kommunikationsmittel zum Aufbau und zur Steigerung der Marken- und Unternehmensbekanntheit. Durch die exponierte Alleinstellung im Sendungsumfeld erfährt Ihre Marke / Ihr Unternehmen sehr hohe Aufmerksamkeit.



## Sponsoring-Angebote

### BAYERN 1

- Blaue Couch
- Kochen mit Alexander Herrmann
- Sport aktuell – Der BAYERN 1 Liveticker
- Heute im Stadion

### BAYERN 3

- Wetter
- Verkehr
- Sport am Wochenende
- Was koch' ich heute?
- Was geht?!
- Party-Hitmix
- Family

### BR24

- Fußball / Top-Spiele live

## Ihr Sponsoring-Beraterteam

### Peter Jakob

Verkaufsdirektor

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 710

E-Mail peter.jakob@br-media.de

### Klaus Obermeier

Sponsoring BR Radio und BR Fernsehen

Tel. +49 89 / 59 00 - 10 716

E-Mail klaus.obermeier@br-media.de

# Event-Sponsoring 2025

## Sponsoring BR-Events

Kommen Sie in die erste Reihe, denn hier kommt Ihre Chance, bei den coolsten Events als Sponsor mitzumischen. BR-Events hautnah erleben!

Sie wollen nicht nur dabei sein, sondern richtig mittendrin, wenn die Stimmung kocht? Genau das ist unser Ding! Der Bayerische Rundfunk und die BRmedia wissen, wie man Events auf die Beine stellt, die die Menschen mobilisieren und begeistern. Wir sprechen also nicht von langweiligen Abenden – bei uns geht's rund! Die BR-Radltour, das BAYERN 1 Summer of Music Festival und das BAYERN 3 Pop-up Festival sind dabei längst feste Größen.

Wir reden hier also nicht von 08/15-Partys. Uns geht's um nachhaltige Eventideen, die die Welt ein kleines Stück besser machen. Wir wollen Sie von Anfang an mit ins Boot holen, wenn wir Eventideen spinnen und Konzepte dazu zaubern. Seien Sie dabei, damit Ihre Marke perfekt inszeniert im Rampenlicht steht – vor einem begeisterten Publikum.

Bereit, Vollgas zu geben? Schnappen Sie sich einen Spotlight-Platz und machen Ihre Marke mit uns groß oder noch bekannter! Egal, ob Budgetneuling oder Mediaagentur – bei uns gibt's die perfekten Pakete. Lassen Sie uns gemeinsam anpacken und was Großes auf die Beine stellen!

Ihr Event-Sponsoring-Beraterteam:

### **Peter Jakob**

Verkaufsdirektor

Tel. +49 89/59 00 - 10 710  
E-Mail peter.jakob@br-media.de

### **Cornelia Schülke**

Event-Sponsoring BR-Radio

Tel. +49 89/59 00 - 10 719  
E-Mail cornelia.schuelke@br-media.de

### **Klaus Obermeier**

Event-Sponsoring BR-Fernsehen und BR-Radltour

Tel. +49 89/59 00 - 10 716  
E-Mail klaus.obermeier@br-media.de

**Weitere Infos: [www.br-media.de/werbung/sponsoring/sponsoring-br-events](http://www.br-media.de/werbung/sponsoring/sponsoring-br-events)**

# Impressum

## BRmedia

### BRmedia GmbH

Hopfenstraße 4, 80335 München  
Postfach 200562, 80005 München

Telefon +49 89/59 00-10 600  
Telefax +49 89/59 00-10 704  
E-Mail [info@br-media.de](mailto:info@br-media.de)  
Internet [www.br-media.de](http://www.br-media.de)

Vorsitzender des Aufsichtsrates:  
Prof. Dr. Dr. habil. Godehard Ruppert  
Geschäftsführer:  
Ludger Lausberg

Sitz und Registergericht:  
München HRB 4060  
USt.-IdNr. DE 811173592  
St.-Nr. 143 / 119 / 000 73  
FA München für Körperschaften

Gesellschafter



Mitglied



Redaktion: BRmedia-Marketing

Gestaltung und Realisation:  
Studio Zinkl Grafik-Design

Bildnachweise:

Bayerischer Rundfunk, Adobe Stock,  
dpa Pictures

