

BR media



proRadio

*Radio***Werbung** –

*Warum, **Wie**, **Wo**, **Wann**, **Wie viel**, **Wer***

Wer wir sind und was wir bieten.

Die BRmedia ist eine 100%ige Tochter des Bayerischen Rundfunks mit Sitz in München, die ihren Geschäftspartnern als erfahrener Vermarkter, innovativer Ideengeber und kompetenter Berater seit mehr als 60 Jahren zur Seite steht.

Das **Kerngeschäft** besteht aus der Komplettvermarktung der Werbezeiten in den werbungsführenden BR-Radioprogrammen und im bayerischen ARD-TV-Vorabend „Bayern im Ersten“. Die Vermarktung unterstützend sind darin eingebettet auch die Bereiche Creative Media und Eventsponsoring.

Zudem ist die BRmedia beauftragt mit der Beschaffung und Koordination von Aufträgen für Sponsoring in den BR-Radioprogrammen, im Bayerischen Fernsehen und im ARD-TV-Angebot „Das Erste“.

Mit den massenattraktiven BR-Radioprogrammen Bayern 1 und BAYERN 3 sowie den Kultur- und Informationsprogrammen Bayern 2, BR-KLASSIK und B5 aktuell steht Ihnen eine qualitative und insofern optimale Programm- und Zielgruppenvielfalt zur Verfügung. Und mit „Bayern im Ersten“ der Marktführer im bayerischen Vorabend.





Warum Radiowerbung?

Radio ist der mediale Tagesbegleiter Nummer 1. Rund 80 % der Bevölkerung hören täglich Radio: im Bad, beim Frühstück, im Auto, im Fitnessstudio ... im Hörerdurchschnitt rund 4 Stunden am Tag.

Und dies gilt nach wie vor auch für die jungen Zielgruppen!

Radio ist schnell, emotional und erzeugt Bilder im Kopf.

Radiowerbung ist kreativ, kann tageszeitlich und zielgruppengerecht geplant sowie kurzfristig gebucht werden. Zudem kann mit Werbung im Radio in kurzer Zeit mit einem vergleichsweise geringen finanziellen Aufwand eine hohe Reichweite aufgebaut werden.

Mit Radiowerbung können Sie Ihren Abverkauf messbar steigern, das Image Ihres Unternehmens bilden bzw. pflegen und den Bekanntheitsgrad Ihrer Produkte/Dienstleistungen schnell steigern. Kombiniert mit bestehenden Kampagnen in anderen Mediengattungen (TV, Print, vor allem Online) bietet Radiowerbung zudem eine Fülle von kampagnenverstärkenden Möglichkeiten.

Radiowerbung wirkt!





Was kostet Radiowerbung?

In einer Kampagnenwoche sollten mit den Spotschaltungen im Durchschnitt zumindest rund drei bis vier Kontakte zu jedem Zielgruppen-Hörer hergestellt werden, um die zentrale Werbebotschaft nachhaltig und somit zielführend (in der Hörerschaft / bei der anvisierten Zielgruppe) hinterlegen zu können.

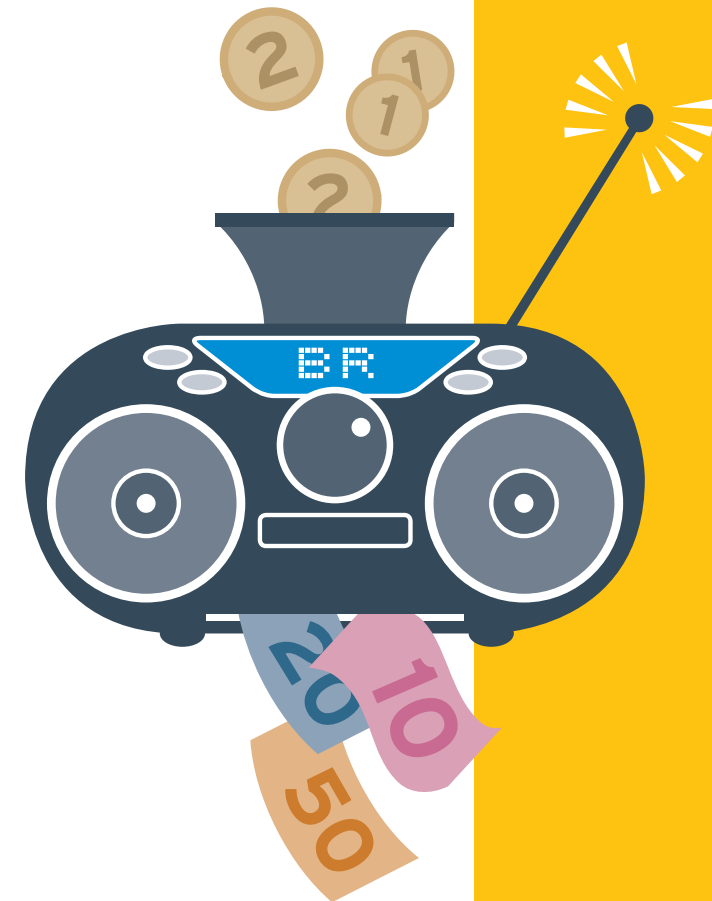
Je nach Kampagnenziel (Abverkauf, Imagebildung, Bekanntheit schaffen) können Kampagnen-Flights zwischen einer und drei Wochen erforderlich sein. Die Zielgruppenausrichtung kann in der Optimierung die Belegung eines oder mehrerer BR-Radioprogramme erfordern.

Für eine kurzfristige Abverkaufskampagne (Beispiel: Spotlänge 20 Sek. – mit sehr guten bis guten Reichweiten- und Leistungswerten in der Zielgruppe 14 - 49jährige in Bayern) empfiehlt sich die einwöchige Belegung des massenattraktiven BR-Programms BAYERN 3 im Mediawert von rund 30.000,- Euro. Die Wochenkampagne bzw. Ihre Werbebotschaft erreicht dabei 40 % der Zielgruppe 14 - 49 Jahre im Schnitt viermal. Um 1.000 Kontakte zu erreichen, ergibt sich in diesem Beispiel ein Tausendkontaktpreis von 2,93 Euro.

In Bayern 1 liegt der Mediawert für die einwöchige Kampagne vergleichbar zu BAYERN 3 bei rund 25.000 - 30.000,- Euro – in den gehobenen Radioprogrammen des BR (Bayern 2, BR-KLASSIK, B5 aktuell) werden in den wenigen verfügbaren Werbestunden hochwertige Zielgruppen (Beruf / Einkommen / Bildung) erreicht.

Durch geschicktes Ausnutzen der tariflichen BRmedia-Radio-Rabattstaffeln lässt sich der erforderliche Etat-Einsatz noch reduzieren.

Darüber hinaus kann in speziellen hochwertigen Zielgruppen – wie etwa die der Entscheider – auf eine Kombination der Programme BAYERN 3 und B5 aktuell (Entscheider Kombi) zurückgegriffen werden. Hier werden bei einem wöchentlichen Mediawert von rund 30.000,- Euro 60 % der Zielpersonen erreicht.





Wie muss Radiowerbung geplant werden?

Unser Media-Service-Team unterstützt Ihren Werbeeinsatz von der strategischen Grundlage bis zur Effizienzanalyse. Es entwirft und optimiert Mediapläne, erstellt Zielgruppenanalysen und berät Sie in allen Fragen einer optimalen Kampagnen-Konzeption. In vier Schritten führt der Bereich „Strategie und Planung“ Ihre Kampagne zum Erfolg:

Zielgruppendefinition: Durch eine Analyse mit der VuMA (Verbrauchs- und Medienanalyse) erfahren Sie alles über Soziodemographie, Einstellungen, Konsumgewohnheiten und Freizeitaktivitäten Ihrer Zielgruppe.

Media- und Sendezeiten-Selektion: Im Radiobereich können für den Leistungsvergleich und die Selektion von Sendern Rangreihen aller in der ma (Media Analyse) ausgewiesenen Radioprogramme erstellt werden. In der Feinplanung werden Rangreihen analog für den Vergleich von Sendezeiten, Werbeblöcken und Tarifgruppen erstellt.

Strategische Beratung und Media-Empfehlung: Auf Basis spezieller Software-Tools nimmt der Media-Service Planvergleiche und Planoptimierungen – kurz das „Feintuning“ Ihrer Kampagne im Hinblick auf maximale Reichweite, Wirtschaftlichkeit oder die ideale Kontaktdosis vor.

Evaluierung und Optimierung: Auf Wunsch wird eine Bewertung und ggf. sich daraus ergebend eine Optimierung bereits bestehender Kampagnenpläne bzw. schon laufender Kampagnen vorgenommen.

Bereits in der Kampagnen-Planungsphase arbeiten die Fachbereiche „Strategie und Planung“, „Auftragsmanagement“ und „Spotkoordination“ Hand in Hand. Dies garantiert, dass Ihre Planungsanforderungen stets schnell und sicher erfüllt werden können.





Welche Zielgruppe hört welches Programm?

Das Angebot der BR-Radioprogramme ist so vielfältig wie die Bevölkerung in Bayern – sie bieten für jede Zielgruppe ein geeignetes Umfeld:

Bayern 1 ist das reichweitenstärkste Programm in Deutschland. Das Programm bietet das Beste, was die Musikgeschichte zu bieten hat – hier hört man die großen Hits der 60er, 70er und 80er Jahre. Kernzielgruppe: Best Ager (45 bis 69 Jahre) – gebildet, gut situiert, qualitätsorientiert, konsumfreudig.

Bayern 2 ist eines der erfolgreichsten Informations- und Kulturprogramme Deutschlands. Das preisgekrönte Programm bietet Hörspiele, Features, Gespräche, Kabarett- und Wissenssendungen sowie tagesaktuelle Magazine für die ganze Familie. Die Musik ist handverlesen, anspruchsvoll und modern. Kernzielgruppe: Hörer, die sich für das Warum hinter den Dingen interessieren und Impulse zum Weiterdenken erwarten – Hörer mit hoher formaler Bildung und hohem kulturellen Engagement.

BAYERN 3 ist das Programm für die ganze Familie mit dem einzigartigen Mix aus seriöser Information, nützlichen Verbrauchertipps, intelligenter Comedy und abwechslungsreicher Pop- und Rockmusik. Kernzielgruppe: 14 - 49 Jahre – Entscheider, Haupteinkommensbezieher, Aktive .

BR-KLASSIK bietet anspruchsvolle klassische Musik in vielen Facetten und bester Aufnahmequalität: von den legendären Interpreten des 20. Jahrhunderts über die Newcomer von heute bis hin zum Jazz. Kernzielgruppe: traditionsbewusste Klassikfreunde und auch Klassikeinsteiger – weit überdurchschnittlich hoch gebildet und im Konsum geht Qualität vor Preis.

B5 aktuell ist das erfolgreichste Inforadio Deutschlands. Schnell und präzise liefert es viertelstündlich Nachrichten, Hintergrundberichte und Reportagen aus Bayern, Deutschland und der Welt. Dazu Wissenswertes aus Wirtschaft, aus dem kulturellen Leben und Sport. Kernzielgruppe: berufstätige Entscheidungsträger, hoher Bildungsgrad, hohes Einkommen.





Wie wird der Radiospot zum erfolgreichen Ohrwurm?

Damit Ihr Radiospot die entsprechende Zielgruppe findet, möchten wir Ihnen für die Kreation Ihres Spots folgende Tipps geben:

- Jeder erfolgreiche Radiospot hat als Basis eine gute Idee – gute Ideen erzeugen Aufmerksamkeit und im Kopf des Hörers sofort ein Bild.
- Gute Radiowerbung ist authentisch und weckt Vertrauen – der Hörer muss glauben können, was er da im Radio hört.
- Gute Radiowerbung ist logisch – der Hörer muss die wichtigsten Informationen aufnehmen können.
- Gute Radiowerbung ist emotional nachvollziehbar – der Hörer muss das, was er im Radio hört, spüren und erleben.
- Gute Radiowerbung kommt auf den Punkt – der Hörer muss die Botschaft verstehen, nachvollziehen und daraus eine Handlungsempfehlung ableiten.
- Gute Radiowerbung – wirkt!

Wir unterstützen Sie selbstverständlich gerne bei der Kreation und Produktion Ihres Spots.

Wir bringen Ihre Marke zum Klingen und setzen Ihre Strategie akustisch und zielführend um.

ON AIR



Wer kennt den bayerischen Radiomarkt aus dem Effeff?

Sie möchten mehr wissen über Werbung in den BR-Radioprogrammen? Sie wünschen eine Zielgruppen-Analyse oder die Erstellung eines unverbindlichen Angebotes? Sie suchen eine kreative Idee für Ihren Radio-Spot? Wir kümmern uns darum!

■ Verkaufsdirektor: Peter Jakob	peter.jakob@br-media.de	+49 (0)89 59 00 - 10 710
■ Verkaufsleiter: Michael Walter	michael.walter@br-media.de	+49 (0)89 59 00 - 10 712
■ Media – Strategie und Planung: Klaus Obermeier	klaus.obermeier@br-media.de	+49 (0)89 59 00 - 10 716
■ Media – Strategie und Planung: Damir Salopek	damir.salopek@br-media.de	+49 (0)89 59 00 - 10 717
■ Creative Media: Robert Urban	robert.urban@br-media.de	+49 (0)89 59 00 - 10 723

Ihr BRmedia-Radio-Team

