

BAYERN im Ersten¹

Preise 2010



Sehr geehrte Geschäftspartner,

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

Bayern im Ersten ist das Synonym für ein starkes Programm in einer starken Region mit hoher Kaufkraft. Es ist Ihr idealer Partner sowohl für klassische regionale Kampagnen, als auch für Testmarktaktionen oder zur punktuellen Aufstockung nationaler TV-Kampagnen mit dem Ziel, die potenziellen Konsumenten streuverlustfrei so nah wie möglich am Kaufort und so kurz wie möglich vor ihrer Kaufentscheidung zu erreichen. Dabei ist Das Erste das einzige TV-Angebot in Deutschland, das Ihnen regionale Präsenz in einem nationalen Umfeld ermöglicht.

Lassen Sie unsere Qualitäts-Programmumfelder auch 2010 erfolgreich für Ihre Werbebotschaft arbeiten und wirken – zu einem gegenüber 2009 gesenkten Einschaltpreis. Wir sind für Sie da: mit Beratung, Media-Service, Marktforschung... Und auch bei individuell auf Ihre Wünsche hin zugeschnittenen Kommunikations-Komplettlösungen sind wir gerne Ihr kompetenter Partner.

Mit freundlichen Grüßen

Ludger Lausberg
Geschäftsführer

BRmedia

BRmedia GmbH

Hopfenstraße 4, 80335 München
Postfach 200562, 80005 München

Telefon +49 (0)89/5900-04
Telefax +49 (0)89/5900-4224
E-Mail info@br-media.de
Internet www.br-media.de

Vorsitzender des
Aufsichtsrates: Bernd Lenze

Geschäftsführer: Ludger Lausberg

Sitz und Registergericht: München HRB 4060
USt.-IdNr. DE 811173592
St.-Nr. 143 / 241 / 01137
FA München für Körperschaften

Gesellschafter



Mitglied



- Basis-Preise: Gültig für Werbeeinschaltungen ab 19 und mehr Sekunden.
- Für Werbeeinschaltungen unter 19 Sekunden erfolgt ein Preiszuschlag von 10 % auf die Basis-Preise.

	Montag - Freitag				
Werbeblock	10	20	30	40	50
TA (Tarifart)	01	01	01	01	01
PG (Preisgruppe)	05	04	03	08	09
Sendezeit	17.55	18.22	18.48	19.17	19.46
	1-Sek.-Basis-Einschaltpreise 2010 in Euro ^{1) 2)}				
Januar	78	75	72	97	106
Februar	87	84	80	108	119
März	111	106	101	136	150
April	106	101	97	131	144
Mai	97	93	88	119	132
Juni	78	75	72	97	106
Juli	55	53	51	68	75
August	60	57	55	73	82
September	101	97	93	125	138
Oktober	115	110	105	142	157
November	115	110	105	142	157
Dezember	101	97	93	125	138
ØJahr ³⁾	92,00	88,17	84,33	113,58	125,33

	Samstag ohne Fußball-Bundesliga-Sportschau				
Werbeblock	10	20	30	40	55
TA (Tarifart)	01	11	01	01	01
PG (Preisgruppe)	02	01	01	01	06
Sendezeit	17.47	17.55	18.52	19.22	19.53
	1-Sek.-Basis-Einschaltpreise 2010 in Euro ^{1) 2)}				
Januar	70	65	65	65	91
Februar	78	72	72	72	101
März	99	91	91	91	128
April	95	87	87	87	123
Mai	86	80	80	80	113
Juni	70	65	65	65	91
Juli	49	45	45	45	64
August	53	49	49	49	69
September	91	84	84	84	117
Oktober	103	95	95	95	133
November	103	95	95	95	133
Dezember	91	84	84	84	117
ØJahr ³⁾	82,33	76,00	76,00	76,00	106,67

¹⁾ Die Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

²⁾ Die BRmedia behält sich vor
 – für die Platzierung von Werbespots im Umfeld der Übertragung von Ereignissen,
 an denen in der Öffentlichkeit ein besonderes Interesse besteht
 – für Eckplatzierungen
 Aufschläge auf die vorgenannten Basis-Preise vorzunehmen.

³⁾ Durchschnittspreise sind nur zur Planungshilfe angegeben – Einschaltungen können nicht zu Durchschnittspreisen gebucht und abgerechnet werden.

- Basis-Preise: Gültig für Werbeeinschaltungen ab 19 und mehr Sekunden.
- Für Werbeeinschaltungen unter 19 Sekunden erfolgt ein Preiszuschlag von 10 % auf die Basis-Preise.



Samstag mit Fußball-Bundesliga-Sportschau ¹⁾		
Werbeblock	92	90
TA (Tarifart)	21	21
PG (Preisgruppe)	07	10
Sendezeit	17.55	18.24
1-Sek.-Basis-Einschaltpreise 2010 in Euro ^{2) 3)}		
Januar	84	116
Februar	123	171
März	134	186
April	129	179
Mai	129	179
Juni	73	100
Juli	73	100
August	78	109
September	112	155
Oktober	140	194
November	140	194
Dezember	129	179
Ø Jahr ⁴⁾	112,00	155,17

¹⁾ Im Zusammenhang mit der Fußball-Bundesliga-Saisonplanung 2010/2011 (Hinrunde: August bis Dezember 2010) können situationsbedingt Änderungen im Programmablauf, in der Werbeblockstruktur und im regionalen Pricing erforderlich werden.




²⁾ Die Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.


³⁾ Die BRmedia behält sich vor – für die Platzierung von Werbespots im Umfeld der Übertragung von Ereignissen, an denen in der Öffentlichkeit ein besonderes Interesse besteht – für Eckplatzierungen **Aufschläge auf die vorgenannten Basis-Preise vorzunehmen.**

⁴⁾ Durchschnittspreise sind nur zur Planungshilfe angegeben – Einschaltungen können nicht zu Durchschnittspreisen gebucht und abgerechnet werden.

			
Hinrunde · Saison 2009/2010			
Samstag	25. 07. 2009	Bundesliga	1. Spieltag
Di. / Mi.	28. / 29. 07. 2009		2. Spieltag
Samstag	08. 08. 2009	1. Spieltag	3. Spieltag
Samstag	15. 08. 2009	2. Spieltag	4. Spieltag
Samstag	22. 08. 2009	3. Spieltag	5. Spieltag
Samstag	29. 08. 2009	4. Spieltag	6. Spieltag
Di. / Mi.	01. / 02. 09. 2009		7. Spieltag
Samstag	05. 09. 2009		8. Spieltag
Samstag	12. 09. 2009	5. Spieltag	9. Spieltag
Samstag	19. 09. 2009	6. Spieltag	10. Spieltag
Samstag	26. 09. 2009	7. Spieltag	11. Spieltag
Samstag	03. 10. 2009	8. Spieltag	12. Spieltag
Samstag	17. 10. 2009	9. Spieltag	13. Spieltag
Samstag	24. 10. 2009	10. Spieltag	14. Spieltag
Samstag	31. 10. 2009	11. Spieltag	15. Spieltag
Samstag	07. 11. 2009	12. Spieltag	16. Spieltag
Samstag	21. 11. 2009	13. Spieltag	17. Spieltag
Samstag	28. 11. 2009	14. Spieltag	18. Spieltag
Samstag	05. 12. 2009	15. Spieltag	19. Spieltag
Samstag	12. 12. 2009	16. Spieltag	20. Spieltag (R)
Samstag	19. 12. 2009	17. Spieltag	21. Spieltag (R)

(R) = bereits Rückrunde / 3. Liga

-  Programmablauf „Samstag ohne Fußball-Bundesliga-Sportschau“
-  Dienstag- / Mittwoch-Spieltage: keine Fußball-Sportschau im Vorabend
-  keine Werbung (1. Mai und 3. Oktober = gesetzl. Feiertage / bundeseinheitlich)

			
Rückrunde · Saison 2009/2010			
Samstag	16. 01. 2010	Bundesliga	18. Spieltag
Samstag	23. 01. 2010		19. Spieltag
Samstag	30. 01. 2010		20. Spieltag
Samstag	06. 02. 2010		21. Spieltag
Samstag	13. 02. 2010		22. Spieltag
Samstag	20. 02. 2010		23. Spieltag
Samstag	27. 02. 2010		24. Spieltag
Samstag	06. 03. 2010		25. Spieltag
Samstag	13. 03. 2010		26. Spieltag
Samstag	20. 03. 2010		27. Spieltag
Samstag	27. 03. 2010		28. Spieltag
Di. / Mi.	30. / 31. 03. 2010		29. Spieltag
Samstag	03. 04. 2010		30. Spieltag
Samstag	10. 04. 2010		31. Spieltag
Di. / Mi.	13. / 14. 04. 2010		32. Spieltag
Samstag	17. 04. 2010		33. Spieltag
Samstag	24. 04. 2010		34. Spieltag
Samstag	01. 05. 2010		35. Spieltag
Samstag	08. 05. 2010		36. Spieltag
Samstag			37. Spieltag
Samstag			38. Spieltag

Mittwoch	12. 05. 2010	UEFA Europa League (Finale in Hamburg)
Samstag	15. 05. 2010	DFB Vereinspokal (Endspiel der Frauen in Köln)
Samstag	15. 05. 2010	DFB Vereinspokal (Endspiel der Männer in Berlin)
Samstag	22. 05. 2010	UEFA Champions League (Finale in Madrid)
Fr., 11. 06. - So., 11. 07. 2010		FIFA Fußball-Weltmeisterschaft (Südafrika)

■ Preis-Errechnung: 30-Sek.-Preis = 1-Sek.-Basis-Preis (gültig für Werbeeinschaltungen ab 19 und mehr Sekunden) x 30

	Montag - Freitag				
Werbeblock	10	20	30	40	50
TA (Tarifart)	01	01	01	01	01
PG (Preisgruppe)	05	04	03	08	09
Sendezeit	17.55	18.22	18.48	19.17	19.46
	30-Sek.-Einschaltpreise 2010 in Euro ^{1) 2)}				
Januar	2.340	2.250	2.160	2.910	3.180
Februar	2.610	2.520	2.400	3.240	3.570
März	3.330	3.180	3.030	4.080	4.500
April	3.180	3.030	2.910	3.930	4.320
Mai	2.910	2.790	2.640	3.570	3.960
Juni	2.340	2.250	2.160	2.910	3.180
Juli	1.650	1.590	1.530	2.040	2.250
August	1.800	1.710	1.650	2.190	2.460
September	3.030	2.910	2.790	3.750	4.140
Oktober	3.450	3.300	3.150	4.260	4.710
November	3.450	3.300	3.150	4.260	4.710
Dezember	3.030	2.910	2.790	3.750	4.140
Ø Jahr ³⁾	2.760,00	2.645,10	2.529,90	3.407,40	3.759,90

	Samstag ohne Fußball-Bundesliga-Sportschau				
Werbeblock	10	20	30	40	55
TA (Tarifart)	01	11	01	01	01
PG (Preisgruppe)	02	01	01	01	06
Sendezeit	17.47	17.55	18.52	19.22	19.53
	30-Sek.-Einschaltpreise 2010 in Euro ^{1) 2)}				
Januar	2.100	1.950	1.950	1.950	2.730
Februar	2.340	2.160	2.160	2.160	3.030
März	2.970	2.730	2.730	2.730	3.840
April	2.850	2.610	2.610	2.610	3.690
Mai	2.580	2.400	2.400	2.400	3.390
Juni	2.100	1.950	1.950	1.950	2.730
Juli	1.470	1.350	1.350	1.350	1.920
August	1.590	1.470	1.470	1.470	2.070
September	2.730	2.520	2.520	2.520	3.510
Oktober	3.090	2.850	2.850	2.850	3.990
November	3.090	2.850	2.850	2.850	3.990
Dezember	2.730	2.520	2.520	2.520	3.510
Ø Jahr ³⁾	2.469,90	2.280,00	2.280,00	2.280,00	3.200,10

¹⁾ Die Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

²⁾ Die BRmedia behält sich vor
 – für die Platzierung von Werbespots im Umfeld der Übertragung von Ereignissen,
 an denen in der Öffentlichkeit ein besonderes Interesse besteht
 – für Eckplatzierungen
 Aufschläge auf die vorgenannten Basis-Preise vorzunehmen.

³⁾ Durchschnittspreise sind nur zur Planungshilfe angegeben – Einschaltungen können nicht zu Durchschnittspreisen gebucht und abgerechnet werden.

■ Preis-Errechnung: 30-Sek.-Preis = 30-Sek.-Basis-Preis (gültig für Werbeeinschaltungen ab 19 und mehr Sekunden) x 30

	Samstag mit Fußball-Bundesliga-Sportschau ¹⁾	
Werbeblock	92	90
TA (Tarifart)	21	21
PG (Preisgruppe)	07	10
Sendezeit	17.55	18.24
	30-Sek.-Basis-Einschaltpreise 2010 in Euro ^{2) 3)}	
Januar	2.520	3.480
Februar	3.690	5.130
März	4.020	5.580
April	3.870	5.370
Mai	3.870	5.370
Juni	2.190	3.000
Juli	2.190	3.000
August	2.340	3.270
September	3.360	4.650
Oktober	4.200	5.820
November	4.200	5.820
Dezember	3.870	5.370
Ø Jahr ⁴⁾	3.360,00	4.655,10

¹⁾ Im Zusammenhang mit der Fußball-Bundesliga-Saisonplanung 2010/2011 (Hinrunde: August bis Dezember 2010) können situationsbedingt Änderungen im Programmablauf, in der Werbeblockstruktur und im regionalen Pricing erforderlich werden.

²⁾ Die Mehrwertsteuer wird zusätzlich berechnet.

³⁾ Die BRmedia behält sich vor – für die Platzierung von Werbespots im Umfeld der Übertragung von Ereignissen, an denen in der Öffentlichkeit ein besonderes Interesse besteht – für Eckplatzierungen **Aufschläge auf die vorgenannten Basis-Preise vorzunehmen.**

⁴⁾ Durchschnittspreise sind nur zur Planungshilfe angegeben – Einschaltungen können nicht zu Durchschnittspreisen gebucht und abgerechnet werden.

Bundesliga
Saison 2009 / 2010
Clubs




Bayer 04 Leverkusen


FC Bayern München


VfL Bochum


Borussia Dortmund


Borussia Mönchengladbach


SC Freiburg


Eintracht Frankfurt


Hamburger SV


Hannover 96


Hertha BSC


TSG 1899 Hoffenheim


1. FC Köln


1. FC Nürnberg


1. FSV Mainz 05


FC Schalke 04


VfB Stuttgart


Werder Bremen


VfL Wolfsburg

3. Liga
Saison 2009 / 2010
Clubs




FC Carl Zeiss Jena


FC Bayern München II


Borussia Dortmund II


Dynamo Dresden


Eintracht Braunschweig


FC Erzgebirge Aue


1. FC Heidenheim 1846


Holstein Kiel


FC Ingolstadt 04


SSV Jahn Regensburg


Kickers Offenbach


VfL Osnabrück


FC Rot-Weiß Erfurt


SV Sandhausen


VfB Stuttgart II


SpVgg Unterhaching


Wacker Burghausen


SV Wehen Wiesbaden


Werden Bremen II


Wuppertaler SV

Wird von ein und demselben Werbungtreibenden innerhalb des Vertragsjahres (= Kalenderjahr) das nachstehend genannte Bruttoumsatzvolumen (ausschließlich Umsatzsteuer) abgenommen, so wird folgender Rabatt gewährt:

ab €	Rabatt in %
25.000	1,0
50.000	2,0
75.000	3,5
100.000	5,0
150.000	6,5
200.000	7,5
250.000	8,5
300.000	10,0
350.000	11,0
400.000	12,0
450.000	13,0
500.000	14,0
600.000	15,0
750.000	nach gesonderter Vereinbarung

Umsätze aus Aufträgen für „Bayern im Ersten – Das Erste Regional“ und für „Das Erste am Vorabend – Das Erste National“ werden zur Rabattermittlung nicht zusammengefasst.

Bei Aufträgen ein und desselben Werbungtreibenden sowohl für „Bayern im Ersten – Das Erste Regional“ als auch für „Das Erste am Vorabend – Das Erste National“ wird der Rabattsatz „Das Erste am Vorabend – Das Erste National“ gewährt, wenn damit ein Rabattvorteil für die Werbeeinschaltungen in „Bayern im Ersten – Das Erste Regional“ verbunden ist.

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, 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 der Organschaft im Vertragsjahr werden bei der Rabattierung berücksichtigt.