



# Preisliste 2019

# bigFM PHILOSOPHIE

## Das digitale Multichannel Medienhaus

Wir sind keine Hellseher. Wir sind keine normale Werbe- oder Mediaagentur. Wir sind bigFM und können alles was eine Werbeagentur kann und liefern dazu noch die notwendigen Reichweiten über unsere eigenen, jungen Massenmedien. Im Radio. Online und Social Media. Was wir digital bei bigFM wissen, wird jeden Tag von den digital natives hart überprüft.

Uns interessiert was wirkt, nicht nur was alles möglich ist.

Über unser Analog-Medium Radio erreichen wir in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, dem Saarland, sowie in Teilen Hessens, Nordrhein Westfalens und Nord-Bayerns fast zwei Millionen Menschen pro Tag. Über den Facebook-Kanal sind es noch einmal täglich über 1,2 Millionen. Unsere Streamingangebote wachsen überdurchschnittlich auf inzwischen 6,07 Millionen Sessions pro Monat, bigfm.de kann 4 Millionen Page Impressions pro Monat und über 545.000 Unique User vorweisen.

So sind wir in den letzten 18 Jahren zu den führenden Experten für digitale Transformation in den Massenmedien geworden. Wir wollen Ihnen mit unseren Erfahrungen helfen, in der digitalen Transformation erfolgreich zu sein.

Wir vernetzen OnAir mit B2C, Mobile, und Online individuell für ihre Markenbotschaft oder ihr Produkt. Hinzu kommt die mögliche Vernetzung mit unseren professionellen Event-Modulen. Unsere Experten gehen dabei nach dem Prinzip des „Campaign Thinking“ vor. Gleichzeitig steht im Focus von „bigFM Campaign Thinking“, dass sich alle Maßnahmen unter ständiger Erfolgskontrolle an der Zielgruppe und deren Bedürfnissen orientieren. Dadurch werden Kunden zu Partnern und Kundengespräche zu Brainstormings.

# bigFM KOMMUNIKATIONSKANÄLE

## On Air

Hörer pro Durchschnitts-Stunde:  
**280.000**

Hörer pro Tag: **2.058.000**

WHK (Mo-So): **5.679.000**

## Social Media

FB-Fans alle Fanpages: **1,07 Mio.**

FB-Fans Hauptseite: **431.000**

Instagram Hauptseite: **77.000**

## Webradio

Audio Sessions: **5,7 Mio.**



## Newsletter Marketing

**80.000** Nutzerprofile nach DSGVO

**45.000** Newsletter Empfänger nach DSGVO

## Online

Unique U: **545.000**

Visits: **1,25 Mio.**

PIs: **3,2 Mio.**

## Mobile

App Downloads: **über 1 Mio.**

PIs: **2.400.000**

## Off Air // Event

Festival und Konzert Kooperationen

Club Module

DJ- und Künstler Booking

individuelle Eventumsetzung

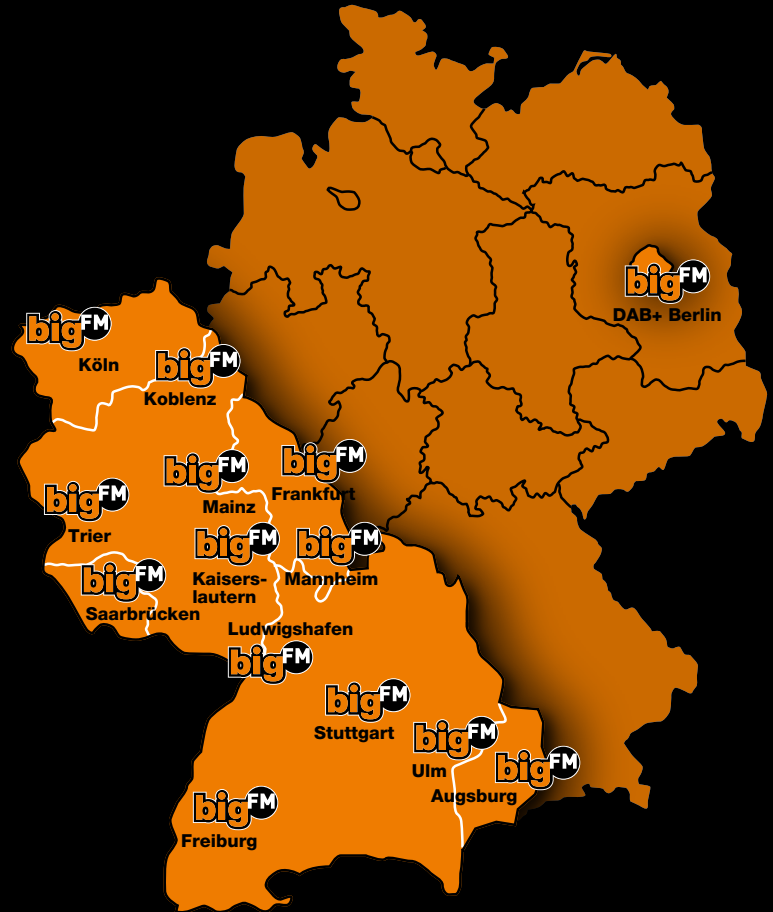
Quellen: On Air: ma 2018 Audio II, BRD gesamt, Deutschsprachige Bev. 14+, Reichweiten Mo-Fr; IVW/AGOF Durchschnittswert 2018/ Stand 01.10.2018 Audio-Sessions gesamt; ma 2018 IP Audio III

# bigFM SENDEGEBIET

Das bigFM Sendegebiet erstreckt sich über sechs Bundesländer im Südwesten Deutschlands. Dabei werden das Saarland und Rheinland-Pfalz komplett und Baden-Württemberg nahezu abgedeckt. In Hessen und Nordrhein-Westfalen erstreckt sich das Sendegebiet bis in die Ballungszentren Frankfurt und Köln. In Bayern sendet bigFM bis an die Stadtgrenze Augsburgs. Außerdem gibt es bigFM über DAB+ nun auch in Berlin.

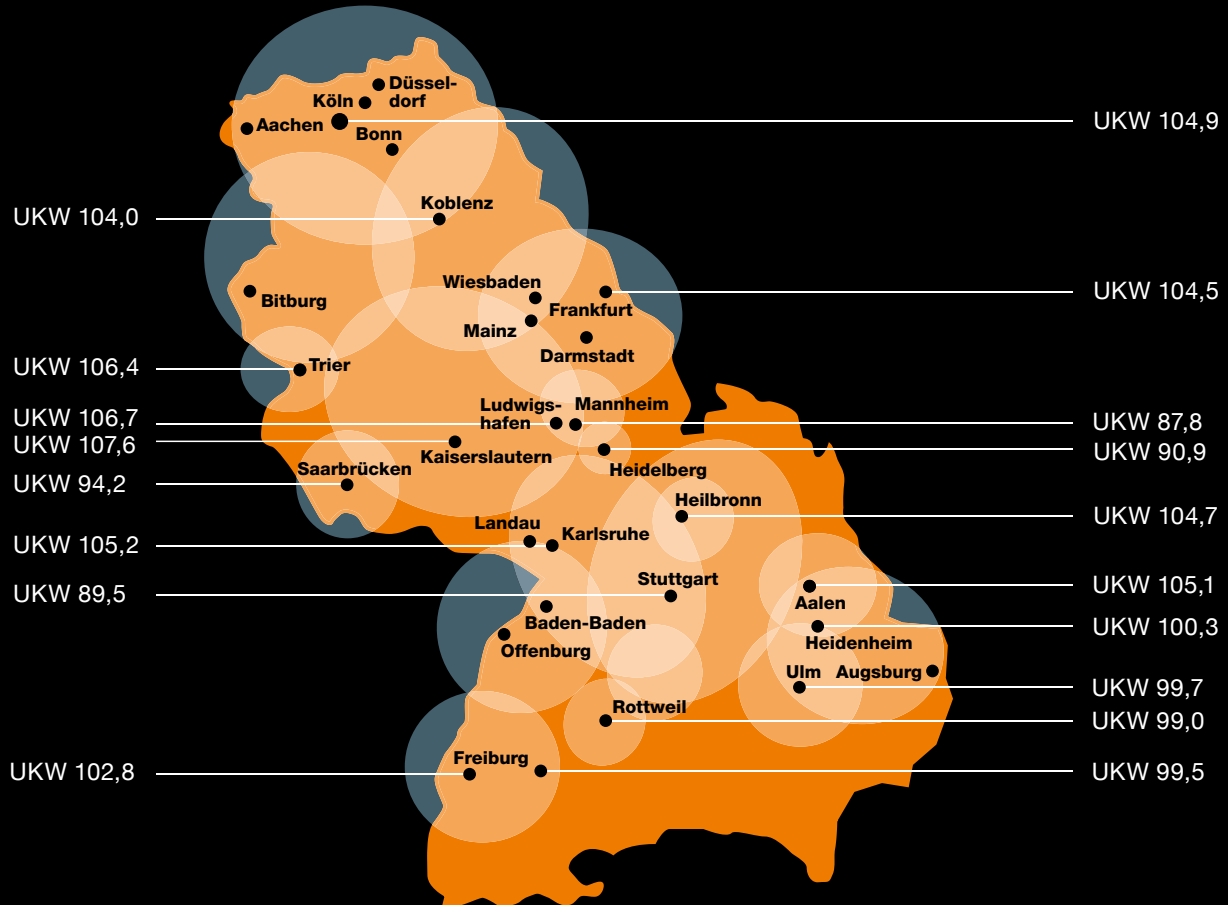
## Kooperationspartner

Wenn Sie wünschen, erreichen Ihre Werbebotschaften über bigFM auch eine nationale Abdeckung. Möglich machen das unsere Kooperationspartner in ganz Deutschland. Diese sind aufgrund ihrer soziodemografischen Struktur ähnlich positioniert. Ihr Vorteil: Sie brauchen nur einen Ansprechpartner – bigFM.



# bigFM UKW-FREQUENZEN

## Wichtige Städte und Regionen



# bigFM NATIONAL

Preise bigFM On Air



Uhrzeit	Montags–Freitags		Samstags		Sonntags	
	€/1 Sek.	€/30 Sek.	€/1 Sek.	€/30 Sek.	€/1 Sek.	€/30 Sek.
00.00–05.00	10,00	300,00	10,00	300,00	10,00	300,00
05.00–06.00	32,00	960,00	10,00	300,00	10,00	300,00
06.00–07.00	79,00	2.370,00	11,00	330,00	11,00	330,00
07.00–08.00	92,50	2.775,00	25,50	765,00	17,00	510,00
08.00–09.00	72,00	2.160,00	60,00	1.800,00	48,00	1.440,00
09.00–10.00	56,00	1.680,00	65,00	1.950,00	56,00	1.680,00
10.00–11.00	40,00	1.200,00	79,00	2.370,00	63,50	1.905,00
11.00–12.00	38,50	1.155,00	78,00	2.340,00	63,50	1.905,00
12.00–13.00	39,00	1.170,00	76,00	2.280,00	61,50	1.845,00
13.00–14.00	36,00	1.080,00	45,50	1.365,00	47,00	1.410,00
14.00–15.00	40,00	1.200,00	35,50	1.065,00	36,00	1.080,00
15.00–16.00	45,00	1.350,00	27,50	825,00	30,00	900,00
16.00–17.00	70,00	2.100,00	27,00	810,00	32,00	960,00
17.00–18.00	70,00	2.100,00	27,00	810,00	34,00	1.020,00
18.00–19.00	52,00	1.560,00	28,00	840,00	24,00	720,00
19.00–20.00	34,00	1.020,00	24,00	720,00	22,00	660,00
20.00–21.00	20,00	600,00	24,00	720,00	20,50	615,00
21.00–22.00	15,00	450,00	20,00	600,00	16,00	480,00
22.00–23.00	15,00	450,00	15,00	450,00	12,00	360,00
23.00–24.00	10,00	300,00	10,00	300,00	12,00	360,00
Ø 06–18 Uhr	56,50	1.695,00	46,42	1.392,50	41,63	1.248,75

## Reichweiten bigFM NATIONAL

Bekanntheit*:	9,362 Mio.
Weitester Hörerkreis:	5,679 Mio.
Hörer pro Tag:	2,058 Mio.
Hörer pro Ø-Stunde:	280.000 (Mo–Fr, 6–18 Uhr)
	190.000 (Sa)
	165.000 (So)
TKP (30 Sek.):	6,05 € (Mo–Fr)
	7,34 € (Sa)
	7,57 € (So)

Quelle: ma 2018 Audio II, BRD Gesamt,  
Dspr. Bev. 14+, p-Werte  
\* Tagesreichweite Mo–So

## Evening Offer

Preis 360 Sek. (Mo–Fr, 19–24 Uhr):	3.384,00 €
Preis 360 Sek. (Sa, 19–24 Uhr):	3.348,00 €
Preis 360 Sek. (So, 19–24 Uhr):	2.970,00 €

Preise beinhalten 50 % Rabatt und sind nicht weiter rabattierbar/AE-fähig

Die Mindestbuchung beträgt 360 Sekunden.

# bigFM HOT MUSIC RADIO

Preise bigFM On Air



Uhrzeit	Montags–Freitags		Samstags		Sonntags	
	€/1 Sek.	€/30 Sek.	€/1 Sek.	€/30 Sek.	€/1 Sek.	€/30 Sek.
00.00–05.00	5,00	150,00	5,00	150,00	5,00	150,00
05.00–06.00	15,00	450,00	5,00	150,00	5,00	150,00
06.00–07.00	38,50	1.155,00	6,00	180,00	8,00	240,00
07.00–08.00	56,00	1.680,00	15,00	450,00	9,00	270,00
08.00–09.00	43,00	1.290,00	36,00	1.080,00	26,00	780,00
09.00–10.00	28,50	855,00	36,00	1.080,00	34,00	1.020,00
10.00–11.00	23,00	690,00	48,00	1.440,00	34,00	1.020,00
11.00–12.00	22,00	660,00	48,00	1.440,00	34,00	1.020,00
12.00–13.00	22,00	660,00	48,00	1.440,00	32,00	960,00
13.00–14.00	22,00	660,00	26,00	780,00	20,00	600,00
14.00–15.00	22,00	660,00	20,00	600,00	20,00	600,00
15.00–16.00	23,00	690,00	13,00	390,00	22,00	660,00
16.00–17.00	39,00	1.170,00	13,00	390,00	22,00	660,00
17.00–18.00	39,00	1.170,00	13,00	390,00	22,00	660,00
18.00–19.00	32,00	960,00	13,00	390,00	22,00	660,00
19.00–20.00	18,00	540,00	12,00	360,00	14,00	420,00
20.00–21.00	14,00	420,00	12,00	360,00	10,00	300,00
21.00–22.00	12,00	360,00	11,00	330,00	10,00	300,00
22.00–23.00	6,00	180,00	10,00	300,00	6,00	180,00
23.00–24.00	6,00	180,00	6,00	180,00	6,00	180,00
Ø 06–18 Uhr	31,50	945,00	26,83	805,00	23,58	707,50

## Reichweiten bigFM HOT MUSIC RADIO

Bekanntheit*:	5,804 Mio.
Weitester Hörerkreis:	3,425 Mio.
Hörer pro Tag:	1,124 Mio.
Hörer pro Ø-Stunde:	149.000 (Mo–Fr, 6–18 Uhr)
	87.000 (Sa)
	94.000 (So)
TKP (30 Sek.):	6,34 € (Mo–Fr)
	9,25 € (Sa)
	7,53 € (So)

Quelle: ma 2018 Audio II, BRD Gesamt,  
Dspr. Bev. 14+, p-Werte  
\* Tagesreichweite Mo–So

## Evening Offer

Preis 360 Sek. (Mo–Fr, 19–24 Uhr):	2.016,00 €
Preis 360 Sek. (Sa, 19–24 Uhr):	1.836,00 €
Preis 360 Sek. (So, 19–24 Uhr):	1.656,00 €

Preise beinhalten 50 % Rabatt und sind nicht weiter rabattierbar/AE-fähig

Die Mindestbuchung beträgt 360 Sekunden.

# bigFM DER NEUE BEAT

Preise bigFM On Air



Uhrzeit	Montags–Freitags		Samstags		Sonntags	
	€/1 Sek.	€/30 Sek.	€/1 Sek.	€/30 Sek.	€/1 Sek.	€/30 Sek.
00.00–05.00	5,00	150,00	5,00	150,00	5,00	150,00
05.00–06.00	17,00	510,00	5,00	150,00	5,00	150,00
06.00–07.00	38,00	1.140,00	7,00	210,00	5,00	150,00
07.00–08.00	48,00	1.440,00	12,00	360,00	7,00	210,00
08.00–09.00	38,00	1.140,00	24,00	720,00	24,00	720,00
09.00–10.00	26,00	780,00	28,00	840,00	28,00	840,00
10.00–11.00	18,00	540,00	28,00	840,00	28,00	840,00
11.00–12.00	16,00	480,00	30,00	900,00	30,00	900,00
12.00–13.00	16,00	480,00	28,00	840,00	28,00	840,00
13.00–14.00	16,00	480,00	20,00	600,00	28,00	840,00
14.00–15.00	20,00	600,00	14,50	435,00	14,00	420,00
15.00–16.00	22,00	660,00	14,50	435,00	14,00	420,00
16.00–17.00	36,00	1.080,00	13,00	390,00	13,00	390,00
17.00–18.00	36,00	1.080,00	13,00	390,00	13,00	390,00
18.00–19.00	22,00	660,00	13,00	390,00	13,00	390,00
19.00–20.00	15,00	450,00	12,00	360,00	12,00	360,00
20.00–21.00	12,00	360,00	12,00	360,00	10,00	300,00
21.00–22.00	10,00	300,00	11,00	330,00	6,00	180,00
22.00–23.00	10,00	300,00	10,00	300,00	6,00	180,00
23.00–24.00	6,00	180,00	6,00	180,00	6,00	180,00
Ø 06–18 Uhr	27,50	825,00	19,33	580,00	19,33	580,00

## Reichweiten bigFM DER NEUE BEAT

Bekanntheit*:	4,885 Mio.
Weitester Hörerkreis:	2,956 Mio.
Hörer pro Tag:	987.000
Hörer pro Ø-Stunde:	122.000 (Mo–Fr, 6–18 Uhr)
	90.000 (Sa)
	68.000 (So)
TKP (30 Sek.):	6,76 € (Mo–Fr)
	6,44 € (Sa)
	8,53 € (So)

Quelle: ma 2018 Audio II, BRD Gesamt,  
Dspr. Bev. 14+, p-Werte  
\* Tagesreichweite Mo–So

## Evening Offer

Preis 360 Sek. (Mo–Fr, 19–24 Uhr):	1.908,00 €
Preis 360 Sek. (Sa, 19–24 Uhr):	1.836,00 €
Preis 360 Sek. (So, 19–24 Uhr):	1.440,00 €

Preise beinhalten 50 % Rabatt und sind nicht weiter rabattierbar/AE-fähig

Die Mindestbuchung beträgt 360 Sekunden.



# bigFM SAARLAND

Preise bigFM On Air



Uhrzeit	Montags–Freitags		Samstags		Sonntags	
	€/1 Sek.	€/30 Sek.	€/1 Sek.	€/30 Sek.	€/1 Sek.	€/30 Sek.
00.00–05.00	1,00	30,00	1,00	30,00	1,00	30,00
05.00–06.00	2,00	60,00	1,00	30,00	1,00	30,00
06.00–07.00	3,00	90,00	1,00	30,00	1,00	30,00
07.00–08.00	3,00	90,00	3,00	90,00	1,50	45,00
08.00–09.00	4,00	120,00	3,00	90,00	2,00	60,00
09.00–10.00	3,00	90,00	3,50	105,00	2,00	60,00
10.00–11.00	1,50	45,00	4,00	120,00	2,00	60,00
11.00–12.00	1,50	45,00	4,00	120,00	2,00	60,00
12.00–13.00	1,50	45,00	3,00	90,00	2,00	60,00
13.00–14.00	1,50	45,00	2,00	60,00	2,00	60,00
14.00–15.00	2,00	60,00	1,50	45,00	2,50	75,00
15.00–16.00	2,50	75,00	1,00	30,00	1,50	45,00
16.00–17.00	3,00	90,00	1,50	45,00	2,50	75,00
17.00–18.00	3,50	105,00	2,50	75,00	1,00	30,00
18.00–19.00	2,00	60,00	2,50	75,00	1,00	30,00
19.00–20.00	2,00	60,00	2,00	60,00	1,00	30,00
20.00–21.00	1,00	30,00	2,00	60,00	1,00	30,00
21.00–22.00	1,00	30,00	1,50	45,00	1,00	30,00
22.00–23.00	1,00	30,00	1,50	45,00	1,00	30,00
23.00–24.00	1,00	30,00	1,50	45,00	1,00	30,00
Ø 06–18 Uhr	2,50	75,00	2,50	75,00	1,83	55,00

## Reichweiten bigFM SAARLAND

Bekanntheit*:	401.000
Weitester Hörerkreis:	231.000
Hörer pro Tag:	83.000
Hörer pro Ø-Stunde:	11.000 (Mo–Fr, 6–18 Uhr)
	14.000 (Sa)
	3.000 (So)
TKP (30 Sek.):	6,82 € (Mo–Fr)
	5,36 € (Sa)
	18,33 € (So)

Quelle: ma 2018 Audio II, BRD Gesamt,

Dspr. Bev. 14+, p-Werte

\* Tagesreichweite Mo–So

## Evening Offer

Preis 360 Sek. (Mo–Fr, 19–24 Uhr):	216,00 €
Preis 360 Sek. (Sa, 19–24 Uhr):	324,00 €
Preis 360 Sek. (So, 19–24 Uhr):	180,00 €

Preise beinhalten 50 % Rabatt und sind nicht weiter rabattierbar/AE-fähig

Die Mindestbuchung beträgt 360 Sekunden.

# PREISE **bigFM** ON AIR

## Rabatte

Für die Ausstrahlung eines Kunden innerhalb eines Kalenderjahres werden auf die Listenpreise folgende Rabatte gewährt:

Rabatt	Volumen
2,5 %	Ab 1.000 Sek.
5,0 %	Ab 2.500 Sek.
7,5 %	Ab 5.000 Sek.
10,0 %	Ab 7.500 Sek.
12,5 %	Ab 10.000 Sek.
15,0 %	Ab 15.000 Sek.

## Auftragsannahme

Aufträge und Sendeunterlagen müssen spätestens zwei Tage vor Erstausstrahlung bis 12 Uhr eingegangen sein. Abweichungen hiervon bedürfen einer besonderen Vereinbarung. Werbefunkaufträge werden erst nach schriftlicher Bestätigung durch die Vertragspartner verbindlich. Nebenabreden und Auftragsänderungen bedürfen der Schriftform.

## Spotlängenbonus

1–15 Sek.	110 Index
16–24 Sek.	106 Index
25–34 Sek.	100 Index
ab 35 Sek.	97 Index

Grundlage für die Berechnung ist der Sekundenpreis auf Basis des Index 100. Dieser wird zunächst mit dem Index für den Spotlängenbonus multipliziert. Das Ergebnis wird auf zwei Kommastellen gerundet. Dieser Sekundenpreis wird mit der tatsächlichen Spotlänge multipliziert. Bei Tandem- und Tridemspots wird der Spotlängenindex durch die Länge des Hauptspots bestimmt. Die kürzeren Spots werden also in der Regel zu einem für Sie günstigeren Index berechnet.

## Datenanlieferung

Spotmotiv im mp3-Format per E-Mail an Ihren Ansprechpartner.

Alternativ per mobilen Datenträger an folgende Postadresse:  
RadioCom S.W. GmbH  
– Disposition –  
Turmstraße 10  
67059 Ludwigshafen

# PREISE **bigFM** ONLINE

## Bannerwerbung auf bigFM.de

WERBEFORMATE	GRÖSSE	TKP
Superbanner	728 × 90 Pixel	25,00 €
Skyscraper	Max. 160 × 600 Pixel	25,00 €
Medium Content Ad	300 × 250 Pixel	25,00 €
Wallpaper	Variiert	40,00 €

Das Mindestbuchungsvolumen beträgt 50.000 Ad-Impressions.

Beispiel: 50.000 Ad-Impressions Superbanner = 1.250,00 €

## Content-Integration

LEISTUNG	PREIS	ZEITRAUM
Full Integration 1: Startseitenteaser, Microsite, Gewinnspiel	2.500,00 €	1 Woche
Full Integration 2: Startseitenteaser, Microsite, Gewinnspiel, Crossmedia Teasing Regional	3.500,00 €	1 Woche
Full Integration 3: Startseitenteaser, Microsite, Gewinnspiel, Crossmedia Teasing Gesamt	4.000,00 €	1 Woche

## Kampagnenabwicklung:

Das Buchungsvolumen wird über den gesamten Kampagnenzeitraum gleichmäßig verteilt. Nach Beendigung der Kampagne erstellt bigFM ein Reporting über den Kampagnenverlauf und Auslieferungsvolumen inklusive Klickraten.

## Hinweise:

Banner müssen in der gebuchten Größe angeliefert werden (Format .gif, .jpeg, .swf). Das Layout der Microsite muss vom Auftraggeber vorab definiert und freigegeben werden. Bilder und Texte sind bigFM in digitaler Form zur Verfügung zu stellen. Der Aufwand für die Erstellung der Microsite wird mit 80,- €/Stunde zzgl. MwSt. in Rechnung gestellt. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

# PREISE **bigFM** ONLINE

## Mobile

Mobile		
WERBEFORMATE	GRÖSSE	TKP
Mobile Leaderboard (6:1)	320 x 50 Pixel	25,00 €
Mobile Medium Rectangle, Web	300 x 250 Pixel	35,00 €
Mobile Interstitial, Web und Apps	320 x 416 Pixel	55,00 €

## Webradio Werbung

Webradio Werbung		
WERBEFORMAT	LÄNGE	TKP
In-Stream Audio Ad	max. 30 Sekunden	25,00 €
Pre-Stream Audio Ad	max. 20 Sekunden	30,00 €
Pre-Stream Audio Ad + Medium-Content-Ad (300 x 250)		40,00 €
Prestream Video Ad	max. 30 Sekunden	55,00 €

## E-Mail Newsletter

Kundeneinbindung im Newsletter inkl. **genauer** Zielgruppenansprache (Alter, Wohnort, Geschlecht)

Kosten (I)\*: 950 Euro Festpreis pro NL + 350 Euro Service-Pauschale ab 10.000 Kontakten.

Kosten (II)\*: 600 Euro Festpreis pro NL + 350 Euro Service-Pauschale bis 9.999 Kontakten.

\* Versand an alle User, ohne bigFM zu erwähnen.

### Hinweise Webradio Werbung:

Targeting nach GEO, Gerät, Datum, Uhrzeit oder Kanal sind ohne Aufpreis möglich.

Audiowerbemittel können als WAV-Datei 16-Bit und 44,1 kHz oder MP3 mit mindestens 192 Kbit angeliefert werden.

Die maximale Dateigröße für Audiowerbemittel beträgt 1 MB.

Videowerbemittel können in den Formaten MOV, MFX oder MP4 mit dem Seitenverhältnis 16:9 angeliefert werden.

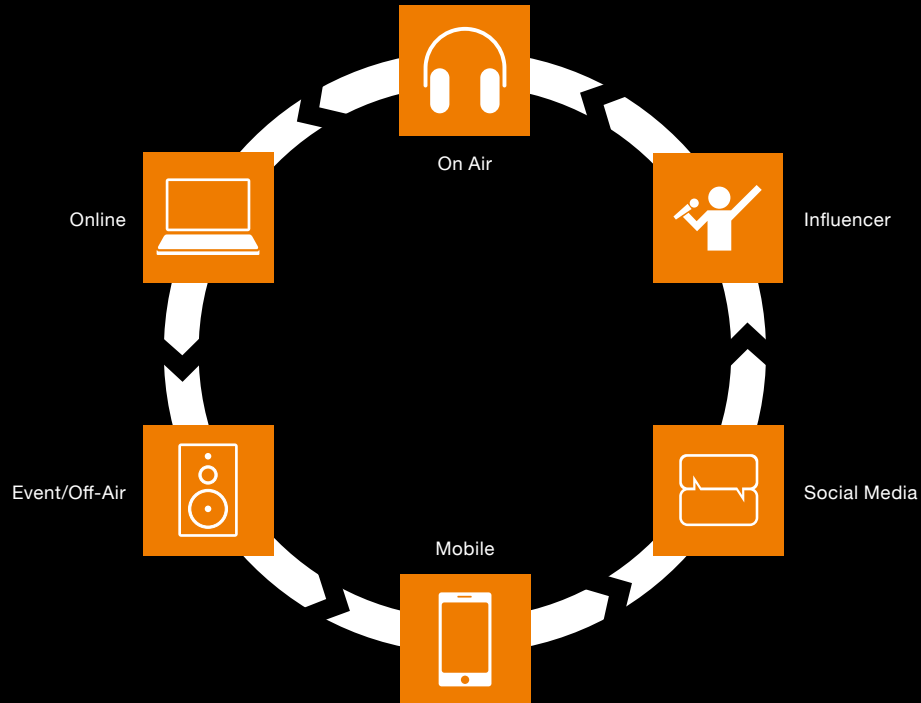
Die Videogröße kann 720 x 576 bis 1920 x 1080 betragen, Framerate 25 oder 30 Frames/s.

Videocodecs: Uncompressed, XDCAM HD 422, Apple ProRes 422, IMX30/50 oder H.264 (mind. 6 Mbit/s).

Audioeigenschaften: 48 oder 44,1 kHz, 16- oder 24-Bit, Stereo.

# bigFM CROSS-CHANNEL KAMPAGNEN

bigFM bieten neben klassischen Werbemöglichkeiten auch maßgeschneiderte Kampagnenkonzepte. Bei der Umsetzung erfolgt eine gezielte Kombination und Nutzung von On Air, Digital- und Off-Air Kanälen. Im Vordergrund stehen die Ziele und die zu kommunizierende Werbebotschaft. Das Storytelling der Kampagnen fügt sich dabei nahtlos in die Inhalte der Medienmarke ein und verankert sich somit stark in den Köpfen der Zielgruppe.



# bigFM DIGITALE VIDEO KAMPAGNE

bigFM produziert für Sie aktivierende Videos und verbreitet sie je nach Zielgruppe und Kampagnenziel über Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube, auf bigFM.de sowie vor unseren reichweitenstarken Webstreams.

Alles aus einer Hand:

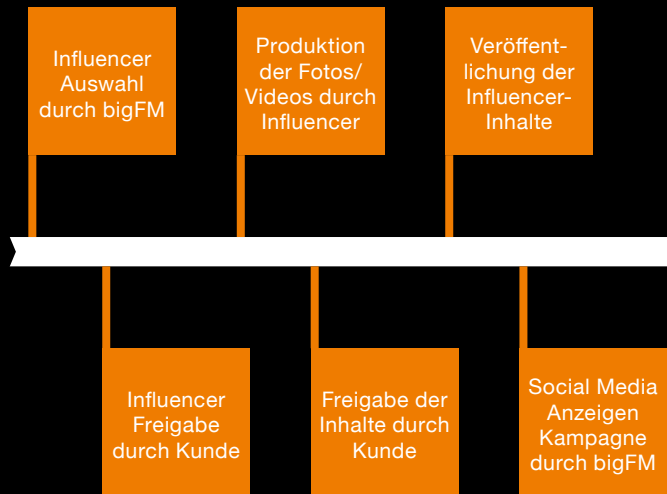


Vorteile:

- bessere Werbewirkung durch unserer digitales Storytelling-, Medien- und Zielgruppen Know-How
- messbare und in Echtzeit optimierbare Kommunikation
- aktuelle und neue Zielgruppen streuverlustfrei erreichen
- großes und qualitativ hochwertiges Influencer Netzwerk
- hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis

# bigFM MICRO-INFLUENCER KAMPAGNEN

bigFM setzt bereits seit 2013 Influencer Marketing für seine Kunden um. Bei Micro-Influencer Kampagnen kommen mehrere Influencer mit ca. 1.000-100.000 Instagram Abonnenten zum Einsatz. Die Influencer Inhalte mit den besten Ergebnissen werden als Anzeigen in den zielgruppenrelevanten Sozialen Netzwerken (Facebook, Instagram und/oder Snapchat) an die Kundenzielgruppe ausgespielt.



## Mögliche Kampagnenziele:

- Erhöhung von Marken- und/oder Produktbekanntheit
- Website/Landingpage-Besucher generieren
- Gewinnspielteilnehmer erzeugen
- Personendaten/Leads gewinnen
- Verkäufe und Kaufimpulse generieren
- Bewerbungsimpulse erzeugen
- Arbeitgeberbekanntheit und Image verbessern

Profitieren Sie von unserem langjährigen Know-How und hochwertigem Partnernetzwerk. Auf Grundlage Ihres Briefings erstellen wir Ihnen ein maßgeschneidertes Konzept mit Influencer jeder Größenordnung.

# bigKARRIERE – RECRUITING & EMPLOYER BRANDING

## Facts

### **CROSSMEDIALER KARRIEREBLOG**

Ausbildung, Studium, Karriere, Bewerbung  
On Air // Online // Social Media

### **ZIELGRUPPE**

Schüler, Studierende, Absolventen,  
Berufseinsteiger, Professionals

### **EXPERTISE**

jährlich >140 branchenübergreifende  
Recruiting-Kampagnen seit 2009

## Vorteile

### **GEZIELTE ANSPRACHE**

der relevanten Zielgruppe auf den richtigen Kanälen

### **MEHR REICHWEITE DURCH CROSSMEDIALE UMSETZUNG**

mehr Reichweite = mehr Kontakte

### **ABSENDER bigFM**

Influencer Marketing – glaubwürdig & authentisch  
im redaktionellen Umfeld

### **ANSPRACHE DER PASSIV SUCHENDEN**

60 % möchten nicht suchen, sondern gefunden werden



# bigFM EVENT

## Booking

Der bigFM Booking-Service bietet renommierte Künstler und fachkundiges Personal für jede Veranstaltung:

- DJs
- Moderatoren
- MCs
- Künstler (Musiker, Sänger, Beatboxer, Comedians)
- Promoter
- Security
- Shuttle Service/Künstlertransfer

## Eventmodule

Groove Night	R'n'B – HipHop – Funk – Reggaeton – Dancehall
Party Night	Mixed Music
Throwback	Musik der 90er und 2000er
Urban Club Beats	Urban – Dance – Clubstyle – House – R'n'B
nitroX	House – Electro
World Beats	Mixed Music aus Orient, Balkan und den Clubs der Welt

## Promotion

bigFM übernimmt auch die Planung und Umsetzung der Event-Promotion. Dazu zählen sowohl Sampling- und Promotionsaktionen als auch innovatives Guerrilla Advertising.

## Event Management

bigFM übernimmt die komplette Umsetzung eines Events. Von der Planung und Kalkulation über die technische Abwicklung bis hin zur Organisation von Catering (und Personal). Das Full-Service-Angebot umfasst außerdem In-Store-Events, Pop-Up-Partys und Messeauftritte.

## Social Media / On Air / Video

Für eine maximale Reichweite bietet bigFM eine cross-mediale Bewerbung der Veranstaltungen an. Dazu gehören ON AIR Live-Übertragungen eines Events, die Integration in die Social-Media-Kanäle oder die Produktion eines Imagesfilmes.

## Kontakt

**bigFM in Koblenz | Köln | Ludwigshafen | Mainz | Mannheim | Saarbrücken | Stuttgart**

c/o

RadioCom S.W. GmbH  
Turmstraße 10  
67059 Ludwigshafen  
Tel.: 0621 572399-851  
Fax: 0621 572399-822  
E-Mail: [vertrieb@bigFM.de](mailto:vertrieb@bigFM.de)  
[bigFM.de](http://bigFM.de)

bigFM PPG S.W. GmbH  
Kronenstraße 24  
70173 Stuttgart  
Tel.: 0711 28420-431  
Fax: 0711 28420-490  
[bigFM.de](http://bigFM.de)

Skyline Medien Saarland GmbH  
Gutenbergstraße 11–23  
66117 Saarbrücken  
Tel.: 0681 502-7011  
Fax: 0681 502-7020  
E-Mail: [k.meierfels@bigFM-saarland.de](mailto:k.meierfels@bigFM-saarland.de)  
[bigFM-saarland.de](http://bigFM-saarland.de)

[www.bigFM.de](http://www.bigFM.de) | [www.bigKARRIERE.de](http://www.bigKARRIERE.de)

# bigFM ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER RADIOCOM S.W. GMBH

## I. Allgemeines/Geltungsbereich

1. Die RadioCom S.W. GmbH, Turmstraße 10, 67059 Ludwigshafen (im Folgenden RadioCom S.W.), bietet die Vermarktung von Werbezeiten und Werbeflächen auf privaten Werbe(programm-)trägern sowie Werbemedienleistungen in Form von Werbespots, Sonderwerbformen, Online- und Bannerwerbung sowie Sponsoring und Spotproduktionen an.

2. Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für sämtliche Verträge zwischen Auftraggebern (im Folgenden „Auftraggeber“) und RadioCom S.W. über die Vermarktung von Werbezeiten und Werbeflächen und Erbringung von Werbemedienleistungen (im Folgenden „Auftrag“). Geschäftsbedingungen von Auftraggebern entfalten im Verhältnis zur RadioCom S.W. keine Wirksamkeit.

3. Aufträge an RadioCom S.W. werden erst nach einer durch RadioCom S.W. in Schriftform verfassten Auftragsbestätigung, mangels einer solchen erst nach einer durch RadioCom S.W. in Textform (per Brief, Telefax, E-Mail/PDF) verfassten Bestätigung verbindlich.

Änderungen und Ergänzungen zu jeglichen Aufträgen müssen als solche bezeichnet werden und bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der ausdrücklichen Bestätigung durch RadioCom S.W. in Textform.

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten, soweit der Auftraggeber Unternehmer im Sinne des § 14 BGB ist, in ihrer jeweils gültigen Fassung als Rahmenvereinbarung auch für künftige Geschäftsbeziehungen in der zum jeweiligen Vertragsschluss gültigen Fassung, auch wenn ihre Geltung nicht erneut ausdrücklich vereinbart wurde. Die jeweils aktuell gültige Fassung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist auf der Internetpräsenz der RadioCom S.W. unter der URL [www.radiocom.de](http://www.radiocom.de) im Internet einsehbar.

Alle Preisangaben und Preisabsprachen in Bezug auf Leistungen von RadioCom S.W. verstehen sich netto zzgl. jeweils gültiger gesetzlicher Mehrwertsteuer, sofern nicht gemäß der Auftragsbestätigung der RadioCom S.W. ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist.

## II. Ausstrahlung bzw. Schaltung und Platzierung der Aufträge

1. RadioCom S.W. verpflichtet sich, dafür Sorge zu tragen, dass die Werbe(programm-)träger die Werbesendungen unter den gleichen technischen Bedingungen ausstrahlen werden

wie ihr jeweiliges Programm. Die Angaben zu technisch versorgten Gebieten, z.B. in den Mediadaten, beziehen sich jeweils ausschließlich auf den terrestrischen UKW-Direktempfang. In angrenzenden, regionalisierten Sendegebieten kann es zu technischen Überschneidungen kommen.

2. RadioCom S.W. behält sich vor, auch rechtsverbindlich angenommene Aufträge aufgrund der enthaltenen Werbebotschaft (wegen der Herkunft, des Inhaltes, der Form, häufiger Wiederholungen oder ihrer technischen Qualität) abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn ihr Inhalt gegen Gesetze und/ oder behördliche Bestimmungen verstößt. In der Beurteilung des moralischen, politischen oder religiösen Inhalts von Werbespots schließt sich RadioCom S.W. den Grundsätzen der ZAW-Richtlinien an, die insoweit auch für den Vertragspartner Geltung haben. Eine Pflicht zur Prüfung der Aufträge durch die RadioCom S.W. besteht nicht. Die Gründe der Ablehnung werden dem Auftraggeber nur auf schriftliche Anfrage hin schriftlich mitgeteilt. Aus der und im Zusammenhang mit der Ablehnung können gegenüber RadioCom S.W. keine Ansprüche geltend gemacht werden.

3. Ist die Einhaltung des vereinbarten Sendetermins bzw. Zeitfensters bzw. der vereinbarten Kombination aus Werbefläche und Schaltzeit des Auftrags nicht möglich, wird der Auftrag in der davor oder danach liegenden Zeitzone ausgestrahlt bzw. verbreitet. Darüber hinausgehende Änderungen bedürfen der Zustimmung des Auftraggebers in Textform (als Brief, Telefax, E-Mail/PDF). Ist für diese Zeitzone eine höhere Vergütung gemäß gültiger Preisliste vorgesehen, wird diese Differenz nicht berechnet. Im umgekehrten Falle erfolgt eine Gutschrift der

Differenz. Eine Gewähr für die Sendung in bestimmten Werbeblöcken innerhalb einer Zeitzone oder in bestimmter Reihenfolge

oder für eine bestimmte Umfeldplatzierung kann nicht übernommen werden. Wünsche nach Konkurrenzausschluss werden nach Möglichkeit berücksichtigt. Ein Anspruch auf Konkurrenzausschluss und/oder mit einem Konkurrenzschutz einhergehende sonstige Ansprüche bestehen nicht bzw. werden dadurch nicht begründet.

4. Die Ausstrahlungs- bzw. Veröffentlichungsrechte der von RadioCom S.W. für den Auftraggeber produzierten Werbespots, Sonderwerbeformen o.ä., sind beschränkt auf das jeweilige UKW-Sendegebiet gemäß Auftrag bzw. das durch den jeweiligen Sender zur Ausstrahlung gebrachte Programm auf den bekannten Übertragungswegen. Eine anderweitige Verwendung auf anderen Sendern/Programmen entgegen der Auftragsbestätigung ist nur mit vorheriger, ausdrücklicher Zustimmung von RadioCom S.W. zulässig.

### III. Auftragsabwicklung

1. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Unterlagen für den Auftrag unaufgefordert spätestens bis zwei Werktage vor Erstaustrahlung vollständig zu liefern.

2. Kommen Werbesendungen gar nicht oder falsch bzw. unvollständig zur Ausstrahlung bzw. können Werbeplatzierungen nicht vorgenommen werden, weil Unterlagen, Texte und/oder Audiodateien verspätet, qualitativ mangelhaft und/oder falsch gekennzeichnet geliefert wurden, kann die vereinbarte Sendezeit dennoch in Rechnung gestellt werden. Bei fernmündlich und/oder schriftlich durchgegebenen Texten liegt das Risiko für etwaige Fehler bei der Übermittlung allein beim Auftraggeber.

3. Mit Auftragserteilung bestätigt der Auftraggeber, dass er

sämtliche zur auftragsgemäßen Verwertung, Nutzung und/oder Produktion der Sendebzw. Werbeunterlagen (auch Bild- bzw. Bewegtbildaufnahmen (Video)) erforderlichen Urheber-, Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte an dem Auftrag entweder inne oder abgelöst hat. Der Auftraggeber überträgt RadioCom mit Übergabe der Unterlagen sämtliche für die Auftragsabwicklung erforderlichen Nutzungsrechte, und zwar in zeitlich, örtlich und inhaltlich für die Auftragsabwicklung erforderlichem Umfang. Dazu zählt insbesondere auch das Recht zur Übertragung dieser Nutzungsrechte an beauftragte Dritte. Das Hörfunknutzungsrecht wird in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigt zur Ausstrahlung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen des Hörfunks, einschließlich des Internets (insbesondere Streamingdienste oder Podcasts). RadioCom S.W. nimmt die genannten Nutzungsrechte an.

Der Auftraggeber trägt alleine die Verantwortung für Inhalt und rechtliche Zulässigkeit der von ihm zur Verfügung gestellten Unterlagen (insbesondere für Spots, Bilder, Videos, etc.).

Dies gilt auch für Aufträge bzw. Werbesendungen, die von RadioCom S.W. für den Auftraggeber auf dessen Weisung produziert wurden. Wird RadioCom S.W. dennoch wegen des Inhalts von Aufträgen bzw. Werbesendungen von Dritten in Anspruch genommen, stellt der Auftraggeber RadioCom S.W. bereits heute von allen Ansprüchen und etwaigen Folgekosten Dritter frei und haftet für jeglichen entstehenden Schaden. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben über Komponisten, Titel und Länge der verwendeten Musik vor Erstausstrahlung unaufgefordert schriftlich mitzuteilen. Fehlen diese Angaben, so wird davon ausgegangen, dass der Spot keine GEMA-pflichtigen Elemente

enthält. Der Auftraggeber stellt RadioCom S.W. bereits heute von allen Ansprüchen frei, die Dritten im Zusammenhang mit der GEMA-Pflicht bzw. der Annahme, dass eine solche infolge der unterbliebenen Mitteilung nicht besteht, entstehen.

4. Aufträge werden entsprechend der jeweils gültigen Preisliste innerhalb eines Jahres abgewickelt. Vertragsjahr ist das Kalenderjahr. Aufträge werden spätestens zum Ende des laufenden Kalenderjahres abgerechnet, auch dann, wenn der Auftraggeber das vereinbarte Auftragsvolumen bis zu diesem Zeitpunkt nicht eingebucht hat. Der Schaltzeitpunkt muss vom Auftraggeber rechtzeitig mitgeteilt werden, dass ein Ausstrahlen bis zum Ende des Kalenderjahres möglich ist. Disponiert der Auftraggeber das auf ein Kalenderjahr vereinbarte Auftragsvolumen nicht bzw. nicht rechtzeitig, hat er RadioCom S.W. den daraus entstehenden Schaden mit pauschal 20% des auf das Kalenderjahr vereinbarten Auftragsvolumens zu ersetzen. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines geringeren Schadens vorbehalten – ebenso wie RadioCom S.W. die Geltendmachung eines gegebenenfalls höheren Schadens.

Die Berechnung der Schaltpreise erfolgt auf Basis der tatsächlich ausgestrahlten Spotlänge, berechnet werden jedoch mindestens 10 Sekunden. Maßgeblich für die gesamte Berechnung eines Auftrages ist das vereinbarte Auftragsvolumen.

## IV. Verschiebung/Stornierung eines Ausstrahlungstermins

1. Wird ein vereinbarter Ausstrahlungs- bzw. Schalttermin kurzfristig (Kürzer als 10 Werktage vor Ausstrahlung) vom Auftraggeber verschoben, so kann RadioCom S.W. 20% des verschobenen Auftragswertes als Ersatz des Aufwandes in Rechnung

stellen, wobei beiden Vertragspartnern der Nachweis eines im Einzelfall höheren bzw. niedrigeren Schadens vorbehalten bleibt. Das Auftragsvolumen reduziert sich durch eine Verschiebung des Ausstrahlungstermins nicht. Ist die Verschiebung eines Ausstrahlungstermins technisch nicht möglich, können hieraus gegen RadioCom S.W. keine Ansprüche geltend gemacht werden. Der Auftraggeber bleibt zur Gegenleistung verpflichtet.

2. Wird ein vereinbarter Ausstrahlungstermin vom Auftraggeber storniert, ist RadioCom S.W. befugt, vom Auftraggeber die Zahlung eines Betrages in Höhe von 20% des stornierten Auftragswertes an pauschalierem Schadenersatz zu verlangen, wobei auch in diesem Fall dem Auftraggeber und RadioCom S.W. der Nachweis eines höheren bzw. geringeren Schadens vorbehalten bleibt.

## V. Kündigung eines Auftrages durch den Auftraggeber

Der Auftraggeber kann nur aus – von RadioCom S.W. zu vertretendem – wichtigem Grund kündigen. Die Kündigung muss gegenüber RadioCom S.W. schriftlich erklärt werden.

## VI. Ausfall eines Auftrages

Fällt ein Auftrag aus programmtechnischen Gründen, wegen technischer Störungen und/oder wegen höherer Gewalt aus, so wird er nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. Bei einer Minderleistung, insbesondere bei teilweisem Ausfall eines oder mehrerer Sender, wird das Entgelt anteilig berechnet bzw. anteilig gutgeschrieben. Eine Minderleistung liegt erst vor, wenn mehr als 10% der üblichen technischen Reichweite nicht

erreicht wurden. Weitergehende Ansprüche gegen RadioCom S.W. sind ausgeschlossen, es sei denn, RadioCom S.W., ihren Vertretungsorganen und/oder Erfüllungsgehilfen kann Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit nachgewiesen werden. RadioCom S.W. bleibt der Nachweis, dass ein geringerer Schaden entstanden ist, vorbehalten.

## VII. Tarifänderungen

Tarifänderungen werden auch bei laufenden Verträgen wirksam, wenn sie mindestens 6 Wochen vor ihrem Inkrafttreten gegenüber dem Auftraggeber schriftlich bekannt gegeben werden und den erteilten Auftrag nachteilig berühren. Bei Tarifänderungen über 20% ist der Auftraggeber berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten. Der Auftraggeber hat den Rücktritt gegenüber RadioCom S.W. innerhalb von 5 Werktagen nach Zugang der Bekanntgabe der Tarifänderung schriftlich zu erklären. Maßgeblich für die Rechtzeitigkeit des Rücktritts ist das Datum des Zugangs bei RadioCom S.W.

## VIII. Rechnungsstelle und Zahlungsverzug

1. Rechnungen für Werbeschaltungen werden monatlich im Voraus erstellt. Das Zahlungsziel beträgt 14 Tage nach Rechnungsdatum. RadioCom S.W. behält sich in einzelnen Fällen und bei Neukunden Vorkasse vor; hierüber erfolgt eine gesonderte Mitteilung.

Bei durch ausländische Kunden erteilten Aufträgen, in deren Rahmen in fremder Währung fakturiert wird, ist zur Umrechnung der Schlusskurs der Deutschen Bundesbank, der zu dem jeweiligen Ersten des Monats Gültigkeit hat, in dem die Faktur erfolgt, maßgeblich.

2. Bei Zahlungsverzug behält sich RadioCom S.W. vor, die weitere Durchführung des Auftrages zurückzustellen, ohne dass dies einen Ersatzanspruch des Auftraggebers begründet. Für den daraus entstehenden Schaden bei RadioCom S.W. kann der Auftraggeber in Anspruch genommen werden. Bei Zahlungsverzug wird das vereinbarte Gesamtauftragsvolumen sofort fällig, gleichgültig in welchem Umfang dieses gesendet wurde. Nach Zahlungseingang kann das noch nicht ausgestrahlte Volumen bis zum Ende des Kalenderjahres des Auftragsschlusses wahrgenommen werden, soweit dies RadioCom S.W. technisch und unter Beachtung seiner weiteren vertraglichen Verpflichtungen gegenüber Dritten möglich ist. Ansonsten gilt für das nicht ausgestrahlte Volumen die Regelung in III. Ziffer 4 Satz 4 bis 6. Eventuelle Schadenersatzansprüche von RadioCom S.W. an den Auftraggeber richten sich nach dem vereinbarten Auftragsvolumen zzgl. eines etwaig anfallenden Mehraufwandes. RadioCom S.W. behält sich die Berechnung von Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe ab dem Zeitpunkt des Verzuges sowie Mahngebühren in Höhe von EUR 5,- pro Mahnung vor.

## IX. Rabatte

Rabatte werden laut Rabattstaffel kalenderjahrsbezogen gewährt. Die Rabattstaffel ist der jeweils gültigen Preisliste zu entnehmen. Konzernrabatte werden gewährt, sofern eine entsprechende Organschaft vor Auftragserteilung glaubhaft nachgewiesen wird. Verbundwerbung wird nach besonderer Vereinbarung mit RadioCom S.W. durchgeführt.

Werbeagenturen oder Werbemittler erhalten – sofern sie ihren Auftraggeber nachweislich werblich beraten oder eine entsprechende Dienstleistung nachweisen können – eine Agenturvergütung in Höhe von 15% auf die Netto-Auftragssumme des

Auftraggebers. Agenturvergütungen werden nur gewährt, wenn die Agentur selbst Auftraggeber ist.

Für Sonderwerbformen sowie für Programm- und Veranstaltungssponsoring, die nicht ausdrücklich in der Preisliste geregelt sind, werden, sofern nicht ausdrücklich schriftlich vereinbart, keine Vermittlungs- und Agenturprovisionen, Rabatte und Skonti gewährt.

Die Agenturvergütung wird direkt von dem zu berechnenden Auftragswert in Abzug gebracht. Eine separate Ausbezahlung bzw. Vergütung ist nicht möglich.

## X. Aufbewahrungspflichten

Die Pflicht zur Aufbewahrung von angelieferten Spots bzw. Unterlagen endet für RadioCom S.W. 6 Wochen nach deren Erstaussstrahlung. Nach Ablauf dieser Frist ist RadioCom S.W. berechtigt, die Sendungen bzw. Unterlagen zu vernichten. Unterlagen, die nicht Eigentum von RadioCom S.W. sind, lagern während dieser Zeit auf Gefahr des Eigentümers. Eine Haftung für leichte Fahrlässigkeit auf Seiten von RadioCom S.W. wird ausgeschlossen. Die Rücksendung erfolgt nur auf Verlangen und auf Kosten und Gefahr des Kunden.

## XI. Schlussbestimmungen

1. RadioCom S.W., ihre gesetzlichen Vertreter, Verrichtungs- und/ oder Erfüllungsgehilfen, haften im Rahmen der Vertragsverhältnisse nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Die vorstehenden Haftungsausschlüsse und -begrenzungen gelten nicht bei einer Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.

2. Mit Inkrafttreten einer neuen Preisliste verliert die bisherige Preisliste ihre Gültigkeit.

3. Zur ordnungsgemäßen Abwicklung der Aufträge werden die Kundendaten von bigFM gemäß der Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes, der DSGVO sowie der sonstigen gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz erhoben, verarbeitet und gespeichert.

4. Hinweise zur Datenverarbeitung finden Sie untenstehend.

5. Erfüllungsort und Gerichtsstand bei allen sich aus dem Vertragsverhältnis ergebenden Streitigkeiten ist Ludwigshafen. Es gilt ausschließlich deutsches Recht.

## XII. Hinweise zur Datenverarbeitung

1. Name und Kontaktdaten des für die Verarbeitung Verantwortlichen sowie des betrieblichen Datenschutzbeauftragten

Diese Datenschutzhinweise gelten für die Datenverarbeitung durch:

Verantwortlicher: RadioCom S.W. GmbH, Turmstraße 10, 67059 Ludwigshafen, Deutschland, E-Mail: [info@radiocom.de](mailto:info@radiocom.de), Telefon: +49 062157 23 99-0; Fax: +49 0621 57 23 99-0

Der betriebliche Datenschutzbeauftragte von bigFM ist unter der o.g. Anschrift, zu Hd. Hanjo Sattler, beziehungsweise unter [datenschutz@radiocom.de](mailto:datenschutz@radiocom.de) erreichbar.

2. Erhebung und Speicherung personenbezogener Daten sowie Art und Zweck und deren Verwendung

Wenn Sie uns beauftragen, erheben wir folgende Informationen: Anrede, Vorname, Nachname, eine gültige E-Mail-Adresse, An-

schrift, Telefonnummer (Festnetz und/oder Mobilfunk), Informationen, die für die Vermarktung notwendig sind.

Die Erhebung dieser Daten erfolgt, um Sie als unseren Kunden identifizieren zu können; um Sie angemessen zu beraten; zur Korrespondenz mit Ihnen; zur Rechnungsstellung; zur Abwicklung von evtl. vorliegenden Haftungsansprüchen sowie der Geltendmachung etwaiger Ansprüche gegen Sie.

Die Datenverarbeitung erfolgt auf Ihre Anfrage hin und ist nach Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. b DSGVO zu den genannten Zwecken für die angemessene Bearbeitung der Vermarktung und für die beidseitige Erfüllung von Verpflichtungen aus dem Vertrag erforderlich.

Die von uns erhobenen personenbezogenen Daten werden bis zum Ablauf der gesetzlichen Aufbewahrungspflicht gespeichert und danach gelöscht, es sei denn, dass wir nach Artikel 6 Abs. 1 S. 1 lit. c DSGVO aufgrund von steuer- und handelsrechtlichen Aufbewahrungs- und Dokumentationspflichten (aus HGB, StGB oder AO) zu einer längeren Speicherung verpflichtet sind oder Sie in eine darüberhinausgehende Speicherung nach Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. a DSGVO eingewilligt haben.

3. Weitergabe von Daten an Dritte

Eine Übermittlung Ihrer persönlichen Daten an Dritte zu anderen als den im Folgenden aufgeführten Zwecken findet nicht statt.

Soweit dies nach Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. b DSGVO für die Abwicklung mit Ihnen erforderlich ist, werden Ihre personenbezogenen Daten an Dritte weitergegeben. Die Weitergabe erfolgt je nach Ausspielweg an Radio Regenbogen Hörfunk in Baden GmbH & Co. KG, Mannheim; bigFM Programmproduktionsgesellschaft S.W. GmbH und/oder Rheinland-Pfälzische Rundfunk GmbH &



Co. KG, Ludwigshafen.

Die weitergegebenen Daten dürfen von dem Dritten ausschließlich zu den genannten Zwecken verwendet werden.

#### 4. Betroffenenrechte

Sie haben das Recht:

gemäß Art. 7 Abs. 3 DSGVO Ihre einmal erteilte Einwilligung jederzeit gegenüber uns zu widerrufen. Dies hat zur Folge, dass wir die Datenverarbeitung, die auf dieser Einwilligung beruhte, für die Zukunft nicht mehr fortführen dürfen;

gemäß Art. 15 DSGVO Auskunft über Ihre von uns verarbeiteten personenbezogenen Daten zu verlangen. Insbesondere können Sie Auskunft über die Verarbeitungszwecke, die Kategorie der personenbezogenen Daten, die Kategorien von Empfängern, gegenüber denen Ihre Daten offengelegt wurden oder werden, die geplante Speicherdauer, das Bestehen eines Rechts auf Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung oder Widerspruch, das Bestehen eines Beschwerderechts, die Herkunft ihrer Daten, sofern diese nicht bei uns erhoben wurden, sowie über das Bestehen einer automatisierten Entscheidungsfindung einschließlich Profiling und ggf. aussagekräftigen Informationen zu deren Einzelheiten verlangen;

gemäß Art. 16 DSGVO unverzüglich die Berichtigung unrichtiger oder Vervollständigung Ihrer bei uns gespeicherten personenbezogenen Daten zu verlangen;

gemäß Art. 17 DSGVO die Löschung Ihrer bei uns gespeicherten personenbezogenen Daten zu verlangen, soweit nicht die Verarbeitung zur Ausübung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Information, zur Erfüllung einer rechtlichen Ver-

pflichtung, aus Gründen des öffentlichen Interesses oder zur Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen erforderlich ist;

gemäß Art. 18 DSGVO die Einschränkung der Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten zu verlangen, soweit die Richtigkeit der Daten von Ihnen bestritten wird, die Verarbeitung unrechtmäßig ist, Sie aber deren Löschung ablehnen und wir die Daten nicht mehr benötigen, Sie jedoch diese zur Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen benötigen oder Sie gemäß Art. 21 DSGVO Widerspruch gegen die Verarbeitung eingelegt haben;

gemäß Art. 20 DSGVO Ihre personenbezogenen Daten, die Sie uns bereitgestellt haben, in einem strukturierten, gängigen und maschinenlesebaren Format zu erhalten oder die Übermittlung an einen anderen Verantwortlichen zu verlangen und

gemäß Art. 77 DSGVO sich bei einer Aufsichtsbehörde zu beschweren. In der Regel können Sie sich hierfür an die Aufsichtsbehörde Ihres üblichen Aufenthaltsortes oder Arbeitsplatzes oder unseres Firmensitzes wenden.

#### 5. Widerspruchsrecht

Sofern Ihre personenbezogenen Daten auf Grundlage von berechtigten Interessen gemäß Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. f DSGVO verarbeitet werden, haben Sie das Recht, gemäß Art. 21 DSGVO Widerspruch gegen die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten einzulegen, soweit dafür Gründe vorliegen, die sich aus Ihrer besonderen Situation ergeben.

Möchten Sie von Ihrem Widerspruchsrecht Gebrauch machen, genügt eine E-Mail an [datenschutz@radiocom.de](mailto:datenschutz@radiocom.de).