

charivari 95.5

münchens hitradio



Mediadaten

95.5 Charivari. Wir sind München.



95.5 Charivari Münchens Hitradio ist eine der erfolgreichsten Radiostationen in München, Stadt und Land. Der Sender spielt rund um die Uhr alle aktuellen Hits, sendet die meisten Nachrichten aus München und hat einen großstädtischen, modernen und coolen Style für die Zielgruppe der 25- bis 49-jährigen Münchnerinnen und Münchner.

Der Sender ist das Zuhause von „Markus, Larissa und Du – Münchens Feel-Good-Morgenshow“. Die Morgensendung bildet wie keine andere Münchner Morgenshow das Leben der Zielgruppe so gut ab. Markus Pürzer, Larissa Lannert und das Team stellen das Leben der Hörerinnen und Hörer in den Mittelpunkt – mit sympathischen Talks, spannenden Reportagen und spektakulären Aktionen.

95.5 Charivari Münchens Hitradio trifft den Geschmack einer jungen, erwachsenen Zielgruppe in München perfekt. Die Hörerinnen und Hörer denken positiv, sind urban und im Job und Familienleben fest verankert. Das Großstadtradio ist seit 1986 in München auf Sendung und eine der bekanntesten und besten Medienmarken in der drittgrößten Stadt Deutschlands.

Viel München. Feel good.

Das Motto des Senders beschreibt perfekt in vier Worten, wofür die Radiostation von 95.5 Charivari steht: wir sind München, bei keinem anderen Sender dreht sich so viel um München Stadt und Land wie bei uns. Und das machen wir immer positiv: „feel good!“. Es macht Spaß die Radiostation zu hören: positiv und gut gelaunt!



Online & Cross Media



Crossmedia-Integration: Vom Hörer zum User

Online: Direkt, schnell und interaktiv: Der Kontakt zu unseren Hörern ist 95.5 Charivari auf allen Kanälen wichtig. Vom stark frequentierten Internetauftritt auf www.charivari.de bis hin zur treuen Community auf allen Social-Media-Kanälen mit Zielgruppenrelevanz – z.B. Facebook, Instagram und TikTok.

*Online Reichweite Oktober 2023:

Visits charivari.de: 191.011

Pageimpressions charivari.de: 256.312

Mobil sorgt die 95.5 Charivari-App mit zehn Musik-Channels und dem Webradio für ein vielseitiges Unterhaltungsangebot mit noch mehr Musik von heute. Zudem werden die User mit aktuellsten Informationen zu Straßenverkehr, Blitzern und den öffentlichen Verkehrsmitteln innerhalb des Sendegebiets jederzeit und überall versorgt.

Event: Unser sendereigenes Eventteam sorgt mit spektakulären Veranstaltungen und Promotions für eine starke und emotionale Hörerbindung im Großraum München. Dabei profitieren unsere Werbekunden auch für ihre Veranstaltungen von unserer langjährigen Erfahrung im Eventbereich, den individuellen Konzepten sowie der professionellen und serviceorientierten Umsetzung.



Programmschema



„Markus, Larissa und Du – Münchens Feel-Good-Morgenshow“ ist der positive, unterhaltsame, echte und interaktive Start in den Tag. Markus Pürzer und Larissa Lannert wecken München, Stadt und Land mit den spannendsten Hörerreaktionen, mit Live-Reportagen aus den Münchner Stadtteilen und den meisten Nachrichten aus München. Dazu spielen die zwei alle aktuellen Hits in einer Playlist. Der Verkehrsreport bringt viertelstündlich ein Stau-Update.

„Susanne bei der Arbeit“ ist die perfekte Sendung für die Begleitung im Büro, auf der Baustelle, in der Agentur oder im Homeoffice. Die meiste Musik bei der Arbeit bringt Abwechslung und Spaß. Susanne unterhält mit interessanten Talks und Gästen, allen aktuellen Hits und die Radioreporter sind vor Ort, wenn etwas Wichtiges in München, Stadt und Land passiert.

„Der Feierabend mit Amadeus“ ist der beste Start in den Feierabend. Amadeus Banerjee spricht über die Themen des Tages, spielt alle aktuellen Hits und stellt Newcomer-Songs vor. Amadeus plant mit den Hörerinnen und Hörern den Feierabend. Täglich um 17 und 18 Uhr gibt es die Tageszusammenfassung im „Münchenbriefing“ und halbstündlich informiert der Verkehrsreport die Autofahrenden über den Feierabendverkehr.

DJ Tom Novy macht zwischen den Clubs auf Ibiza und den Festivals der ganzen Welt jede Woche Station in seiner Heimatstadt München. Jeden Donnerstagabend gibt es ab 20 Uhr Club-Sounds und Club-Hits. Ab 22 Uhr stimmt dann der ehemalige MTV-Moderator die Hörerinnen und Hörer mit dem „Tom-Novy-Mix“ aufs Wochenende ein. Hier mischt er die neusten Beats. Keiner läutet das Wochenende eher ein als Tom Novy.

„Der Party-Hit-Mix von DJ Enrico Ostendorf“ ist eine der bekanntesten Radioshows der Stadt. Enrico Ostendorf legt europaweit auf und mixt fürs Radio alle aktuellen Hits mit den größten Party-Songs der 90er und 2000er. Die Show läuft nicht nur 24 Stunden lang in einem eigenen Stream in der App, sondern jeden Freitag und jeden Samstag abends im Radio, die ganze Nacht lang und die ganze Stadt hört dabei zu.



Markus, Larissa und Du -
Münchens Feel-
Good-Morgenshow
MO – FR 05 – 10 Uhr



Susanne bei der Arbeit
MO – FR 10 – 15 Uhr



Der Feierabend
mit Amadeus
MO – DO 15 – 20 Uhr
FR 15 – 18 Uhr



Die Tom Novy Show
DO 20 - 22 Uhr
Der Tom Novy Mix
DO 22 – 24 Uhr



Der Party-Hitmix
mit DJ Enrico Ostendorf
FR - SA 18 Uhr



Mediadaten & Sendegebiet



München	ab 14 Jahre	30-49 Jahre
Stundennettoreichweite	28.000	11.000
Tagesreichweite	137.000	82.000
Weitester Hörerkreis	622.000	260.000



Terrestrisch 2.16 Mio. (Stereoempfangsgebiet)

Quelle: KANTAR TNS, Funkanalyse Bayern 2023, Stereoempfangsgebiet München



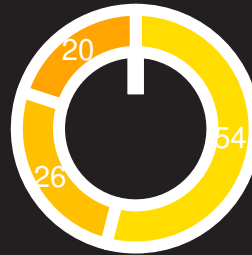
Stammhörer von 95.5 Charivari



Geschlecht



Bildung



- (Fach-)Abitur
- Mittlere Reife
- Volks-/Hauptschule



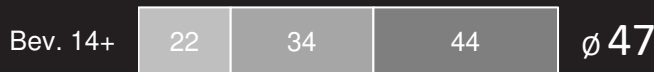
Erwerbstätigkeit

64% berufstätige
Stammhörer



Alter

■ 14-29 ■ 30-49 ■ 50+ Jahre



HH-Nettoeinkommen

■ < 2.000 ■ 2.000 to < 3.000 ■ ≥ 3.000



Haushaltsgröße

■ 1 Person ■ 2 ■ 3 ■ 4+ Personen



Preisliste 2023



Spots

Montag bis Freitag	Ø Sek.	Samstag	Ø Sek.	Sonntag	Ø Sek.
05.00 - 06.00 Uhr	8,00 €	05.00 - 06.00 Uhr	3,00 €	05.00 - 07.00 Uhr	3,00 €
06.00 - 09.00 Uhr	19,00 €	06.00 - 07.00 Uhr	6,00 €	07.00 - 08.00 Uhr	5,00 €
09.00 - 10.00 Uhr	15,00 €	07.00 - 08.00 Uhr	10,00 €	08.00 - 09.00 Uhr	7,00 €
10.00 - 11.00 Uhr	13,00 €	08.00 - 09.00 Uhr	19,00 €	09.00 - 11.00 Uhr	6,00 €
11.00 - 13.00 Uhr	11,00 €	09.00 - 10.00 Uhr	18,00 €	11.00 - 14.00 Uhr	10,00 €
13.00 - 14.00 Uhr	13,00 €	10.00 - 12.00 Uhr	20,00 €	14.00 - 15.00 Uhr	9,00 €
14.00 - 15.00 Uhr	14,00 €	12.00 - 13.00 Uhr	15,00 €	15.00 - 20.00 Uhr	10,00 €
15.00 - 17.00 Uhr	12,00 €	13.00 - 15.00 Uhr	8,00 €	20.00 - 22.00 Uhr	3,00 €
17.00 - 18.00 Uhr	13,00 €	15.00 - 16.00 Uhr	7,00 €	22.00 - 05.00 Uhr	2,50 €
18.00 - 19.00 Uhr	11,00 €	16.00 - 19.00 Uhr	6,00 €		
19.00 - 20.00 Uhr	6,00 €	19.00 - 20.00 Uhr	5,00 €		
20.00 - 21.00 Uhr	3,50 €	20.00 - 21.00 Uhr	4,00 €		
21.00 - 05.00 Uhr	3,00 €	21.00 - 23.00 Uhr	3,00 €		
		23.00 - 05.00 Uhr	2,50 €		

Rabatte

Gesamtumsatz in €	Rabatt
ab 5.000,-	3%
ab 12.000,-	5%
ab 25.000,-	10%
ab 40.000,-	15%

Sonderleistungen

- Podcast
- Event
- Produktion
- Sponsoring
- Single-Spot
- Live-Reader (vorproduziert)
- Sonderwerbeform
- Online-Werbung
- Individuelle Sonderleistung

Details unter: <http://werbung.charivari.de/>

Ansprechpartner bei 95.5 Charivari



Geschäftsführung

Thomas Hagenauer
Till Coenen

Telefon: 089 54 47 10 – 61
Telefon: 089 54 47 10 – 61

E-Mail: hagenauer@charivari.de
E-Mail: coenen@charivari.de

Verkauf und Marketingleitung

Christiane Gautzsch

Telefon: 089 54 47 10 - 70

E-Mail: gautzsch@charivari.de

Assistenz der Verkaufs-Marketingleitung

Alexander Somanek

Telefon: 089 54 47 10 - 50

E-Mail: somanek@charivari.de

Auftragsabwicklung/Disposition

Susanne Attenberger
Thomas Bubenik

Telefon: 089 54 47 10 - 76
Telefon: 089 54 47 10 - 77

E-Mail: dispo@charivari.de
E-Mail: dispo@charivari.de

Anschrift

Radio Charivari oHG Paul-
Heyse-Str. 2-4
80336 München

Fax: 089 53 44 - 51

E-Mail: werbung@charivari.de

werbung.charivari.de

www.charivari.de



Allgemeine Geschäftsbedingungen von Radio Charivari oHG

95.5
charivari

m ü n c h e n s h i t r a d i o

- 1 Für alle Hörfunk-Werbeaufträge (Spotwerbung, Sonderwerbformen etc.) gelten ausschließlich die folgenden Geschäftsbedingungen sowie die jeweils geltende Preisliste, soweit keine schriftliche Sondervereinbarung getroffen wurde. Für jegliche sonstige Aufträge gelten diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen in entsprechender Weise.
- 2 Aufträge werden erst nach schriftlicher Bestätigung durch Radio Charivari verbindlich. Aufträge von Werbeagenturen werden nur für genau namentlich genannte Werbungtreibende angenommen. Die Werbung für mehr als einen Werbungtreibenden innerhalb eines Werbeauftrags (Verbundwerbung) bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung von Radio Charivari. Alle Angebote behalten ihre Gültigkeit maximal 90 Kalendertage nach Ausfertigung.
- 3 Radio Charivari behält sich vor, einen Auftrag nach einheitlichen, sachlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen anzunehmen oder abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen behält sich Radio Charivari vor, einzelne Ausstrahlungen wegen ihrer Herkunft, ihres Inhalts oder der technischen Form zurückzuweisen. Die Gründe der Ablehnung werden dem Auftraggeber mitgeteilt. In diesen Fällen hat der Auftraggeber nur Anspruch auf Rückzahlung bereits geleisteter Zahlungen, soweit sie noch nicht durch Ausstrahlung von Werbesendungen erbracht sind. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Für Schadensersatzansprüche gilt Ziffer 10. Erfolgt die Zurückweisung eines Auftrags oder von Sendunterlagen aus Gründen, die der Auftraggeber zu vertreten hat, so hat er unverzüglich für entsprechenden Ersatz zu sorgen. Ansonsten bleibt es bei der Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers. Wenn die Spottlänge 5 Sekunden unterschreitet, so werden aufgrund des Buchungsaufwandes dennoch 5 Sekunden berechnet.
- 4 Aufträge werden grundsätzlich als Festaufträge angenommen. Der Auftraggeber kann nur mit Zustimmung von Radio Charivari vor der ersten Ausstrahlung zurücktreten. Das Rücktrittsersuchen muss spätestens acht Wochen vor dem ersten Tag der Ausstrahlung bei Radio Charivari eingehen. Ein Anspruch auf Rücktritt besteht auch bei Einhaltung dieser Frist nicht. Auch im Falle des aus Kulanz seitens Radio Charivari gewährten Rücktritts sind folgende Storno-Gebühren zu bezahlen: bis zu sechs Wochen vor Vertragsbeginn 30% des Auftragswerts, bis zu vier Wochen vor Vertragsbeginn 70% des Auftragswerts, danach 100% des Auftragswerts.
- 5 Der Auftraggeber verpflichtet sich, die erforderlichen Unterlagen für die Werbespots inklusive Einschalt- sowie Motivpläne und Tonträger rechtzeitig, mindestens drei Werktage vor dem jeweiligen Sendetermin Radio Charivari zur Verfügung zu stellen. Ein Anspruch des Auftraggebers auf Überprüfung der Sendunterlagen durch Radio Charivari besteht nicht. Wenn Sendungen nicht oder falsch zur Ausstrahlung kommen, weil Unterlagen, Texte oder Sendekopien nicht rechtzeitig vorliegen oder mangelhaft oder falsch gekennzeichnet wurden, wird die vereinbarte Sendezeit voll in Rechnung gestellt. Bei fernschriftlich oder fernmündlich durchgegebenen Texten trägt der Auftraggeber das Risiko für etwaige Übermittlungsfehler.
- 6 Soweit Radio Charivari für den Auftraggeber die Produktion von Werbespots vornimmt, werden alle anfallenden Fremdkosten, wie z.B. für Texter, Agentur, etc. sowie die mit dem Auftraggeber für die Werbespotproduktion vereinbarte Vergütung, getrennt in Rechnung gestellt. Die Produktionskosten sind sofort zur Zahlung fällig. Urheber-, Leistungsschutz- und sonstige Rechte, die im Rahmen der Werbespotproduktion entstehen, werden dem Auftraggeber nur insofern zur Nutzung übertragen, wie er sie im Rahmen des Auftrags zur Nutzung des Werbespots benötigt. Weitergehende Nutzungsrechtübertragungen sind damit nicht verbunden.
- 7 Der Auftraggeber trägt die volle Haftung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit seiner Werbesendungen und stellt Radio Charivari von allen wie auch immer gearteten Ansprüchen Dritter, insbesondere von werbe-, wettbewerbs- und urheberrechtlichen Ansprüchen, frei. Der Auftraggeber bestätigt mit der Auftragserteilung, dass er über sämtliche zur Verwertung und Nutzung im Hörfunk erforderlichen Urheber-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, die auf den von ihm gestellten Tonträgern oder sonstigen Unterlagen ruhen, verfügt und sie zur Auftragsdurchführung übertragen kann. Er überträgt Radio Charivari sämtliche für die Vertragserfüllung erforderlichen Nutzungsrechte an dem Gegenstand des Werbeauftrags, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags erforderlichen Umfang. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die für die Abrechnung mit GEMA/GVL erforderlichen Angaben mitzuteilen. Im Zusammenhang mit Werbeeinschaltungen des Auftraggebers evtl. anfallende GEMA bzw. GVL-Gebühren werden dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt.
- 8 Die vereinbarten Sendezeiten oder sonstigen Termine werden nach Möglichkeit eingehalten, doch kann eine Gewähr für die Sendung in bestimmten Stunden und in bestimmter Reihenfolge nicht gegeben werden – es sei denn, sie sind ausdrücklich verlangt und von Radio Charivari schriftlich bestätigt worden.
- 9 Soweit Werbeausstrahlungen mit Mängeln behaftet sind, die Radio Charivari zu vertreten hat, hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung im entsprechenden Verhältnis zum Maß der durch den Mangel ausgelösten Beeinträchtigung der Werbewirkung. Vor einer Minderung ist Radio Charivari zu einer Ersatzausstrahlung berechtigt. Der Auftraggeber hat Radio Charivari schriftlich zur Ersatzausstrahlung aufzufordern und dabei eine angemessene Frist zu setzen. Verstreicht diese Frist oder ist die Werbeausstrahlung erneut nicht ordnungsgemäß im Sinne von Satz 1, so hat der Auftraggeber das Recht zur Zahlungsminderung. Soweit der Auftrag in beiden Fällen gänzlich ausgefallen ist, ist der Auftraggeber zur Rückgängigmachung des Auftrags berechtigt. Der Auftraggeber hat die Werbeausstrahlung unverzüglich nach der ersten Ausstrahlung auf seine Vertragsgemäßheit hin zu prüfen und Radio Charivari alle offensichtlichen Mängel binnen zwei Wochen unter genauer Bezeichnung der Beanstandungen schriftlich anzuzeigen. Unterlässt der Auftraggeber die Anzeige, so entfallen sämtliche Ansprüche. Fällt eine Werbesendung aus programmlichen oder technischen Gründen oder aufgrund höherer Gewalt aus, so wird sie nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt.

- 10 Radio Charivari haftet auf Schadensersatz, gleich aus welchem Rechtsgrund, nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit. Die Haftungsbeschränkung gilt nicht bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, insbesondere sog. Kardinalspflichten. Die Haftung wegen der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten ist der Höhe nach beschränkt auf typische voraussehbare Schäden. Schadensersatzansprüche verjähren nach einem Jahr ab Ausstrahlung der Werbesendung, ausgenommen bei Vorsatz. Bei Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit gelten die vorstehenden Haftungsbeschränkungen nicht.
- 11 Zahlungsbedingungen: Die Rechnungen werden als Sammelrechnung pro Monat erstellt. Rechnungsdatum ist in der Regel der Tag der letzten Ausstrahlung innerhalb eines Monats. Die Zahlung hat innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum rein netto zu erfolgen. Bei Zahlungsverzug wird die weitere Durchführung des Auftrages gestoppt, ohne dass dadurch ein Ersatzanspruch des Auftraggebers entstehen kann. Der Auftraggeber haftet seinerseits für den entstandenen Schaden. Verzugszinsen werden mit 9 %-Punkte p.a. über dem Basiszinssatz berechnet. Radio Charivari bleibt der Nachweis eines höheren Schadens vorbehalten. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist München.
- 12 Sollten einzelne Teile der vorstehenden Bedingungen unwirksam sein oder werden, so bleibt die Wirksamkeit der übrigen Regelungen davon unberührt. Die Vertragsparteien sind verpflichtet, unwirksame Regelungen durch solche zu ersetzen, die rechtlich wirksam sind und den unwirksamen Regelungen nach Sinn und Zweck sowie dem wirtschaftlichen Ergebnis soweit wie möglich entsprechen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für Online-Werbeschalungen

- 1 Für alle Verträge über die Schaltung eines oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere im Internet, zum Zwecke der Veröffentlichung und Verbreitung, auf den Websites von Radio Charivari gelten ergänzend zu den vorstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ausschließlich die folgenden zusätzlichen Geschäftsbedingungen: Werbemittel im Sinne dieser Geschäftsbedingungen können aus einem oder mehreren der nachfolgend genannten Elemente bestehen:
 - aus Bildern, Texten, Tonfolgen und Bewegtbildern;
 - aus einer sensitiven Fläche, die beim Anklicken eine Verbindung zu Inhalten herstellt, die unter einer anderen Online-Adresse gespeichert sind, die vom Auftraggeber vorgegeben wird.Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung gekennzeichnet.
- 2 Wenn dem Auftrag keine verbindliche Festlegung für die Platzierung der Werbemittel zugrunde liegt, werden die Werbemittel im Einvernehmen der Parteien platziert. Ist ein solches Einvernehmen nicht herstellbar oder sind die Vorstellungen des Auftraggebers nicht zu realisieren, entscheidet Radio Charivari nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers über die Platzierung. Für die Platzierung von Werbemitteln können ausschließlich die Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste ausgewiesen sind.
- 3 Mit Erteilung des Auftrags +berträgt der Auftraggeber an Radio Charivari alle für die Nutzung des Werbemittels, bzw. für die vereinbarte werbliche Veröffentlichung in Online-Medien erforderlichen Nutzungs-, Verwertungs- und Leistungsschutzrechte, insbesondere das Recht zur öffentlichen Zugänglichmachung, Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Abänderung, Speicherung und Datenbanknutzung, ohne jede räumliche, inhaltliche oder zeitliche Beschränkung.
- 4 Ein von Radio Charivari zu vertretender Fehler oder Mangel in der Darstellung der Werbemittel liegt nicht vor bei:
 - Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungssoftware- oder hardware;
 - Störungen der Kommunikationsnetze anderer Betreiber;
 - Rechnerausfall bei Internet-Providern oder Online-Diensten;
 - unvollständigen oder nicht aktualisierten Angeboten auf Proxyservern und Zwischenspeichern kommerzieller und nicht kommerzieller Provider und Online-Dienste;
 - Ausfall eines Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.
- 5 Sollte der Auftraggeber durch Verwendung spezieller Techniken, wie z.B. den Einsatz von Cookies oder Zählpixeln (im Onlinebereich) Daten aus der Auslieferung von Werbemitteln auf den vermarkteten Onlineangeboten gewinnen oder sammeln, sichert der Auftraggeber zu, dass bei der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des anwendbaren Datenschutzes, insbesondere der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) einhalten wird. Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme (und somit personenbezogene) Daten aus dem Zugriff auf die ausgelieferten Werbemittel anfallen, darf der Auftraggeber diese Daten lediglich im Rahmen der jeweiligen Kampagne (soweit der Auftraggeber eine Agentur ist; nur für den konkreten Werbeproduzenten, der den Auftraggeber mit der Schaltung der jeweiligen Kampagne beauftragt hat) unter Berücksichtigung des anwendbaren Datenschutzes auswerten. Das Gleiche gilt für personenbezogene Daten, die zur Abwicklung von Aufträgen (z.B. nach Gewinnspielen) erfasst wurden.