

IHRE Kampagne wird ein HIT

IHR WERBE-
PARTNER IN
MÜNCHEN

charivari 95.5
feel good music

feel good! ✨

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 wichtigsten Nachrichten aus München und hat einen großstädtischen und modernen Style für die Zielgruppe der 30- bis 49-jährigen Münchnerinnen und Münchner.

UNSER PROGRAMM: POSITIV UND GUT GELAUNT



**„Larissa Lannert live –
Münchens Feel-Good-
Morgen“**

Mo – Fr 05 – 10 Uhr

*Dein Gute-Laune-Start in
den Tag*



**„Susanne bei
der Arbeit“**

Mo – Fr 10 – 15 Uhr

*Die perfekte Begleitung im
Büro, auf der Baustelle, in
der Agentur oder im
Homeoffice*



„Tobi Wieser live“

Mo – Fr 15 – 20 Uhr

*Der beste Start in den
Feierabend*



**„Der Super-Samstag
mit Tobi Ranzinger“**

Sa 06 – 12 Uhr

*Das Navigationssystem
fürs Wochenende*



**„Der Party-Hitmix
von DJ Enrico
Ostendorf“**

Fr 20 – 24 Uhr

Sa 18 – 24 Uhr

Sa & So 00 – 04 Uhr

*Der größte Party-Hitmix
der 90er und 2000er*

charivari 95.5
feel good music

LARISSA LANNERT LIVE

Münchens
Feelgood
Morgen

neu!
5-10 UHR

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 wichtigsten Nachrichten aus München und hat einen großstädtischen und modernen Style.

95.5 Charivari ist auch der einzige Sender mit einer weiblichen Morningshow-Moderatorin.



**WIR ERREICHEN DIE
GESAMTE METROPOLREGION**



**ÜBER
2.16 MIO.
HÖRER***

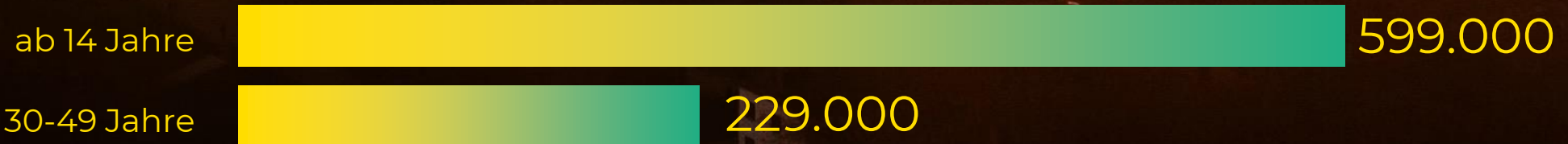
München Online Audio



Tagesreichweite



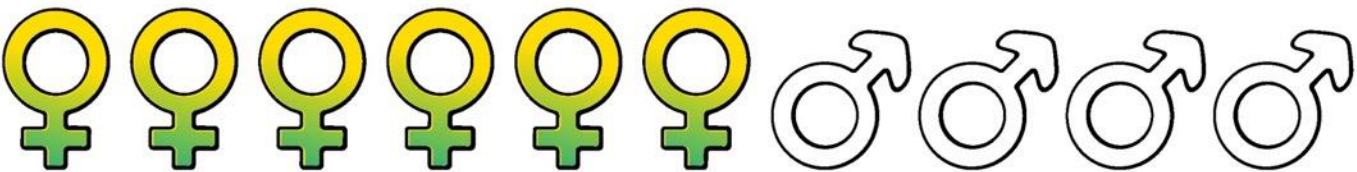
Weitester Hörerkreis



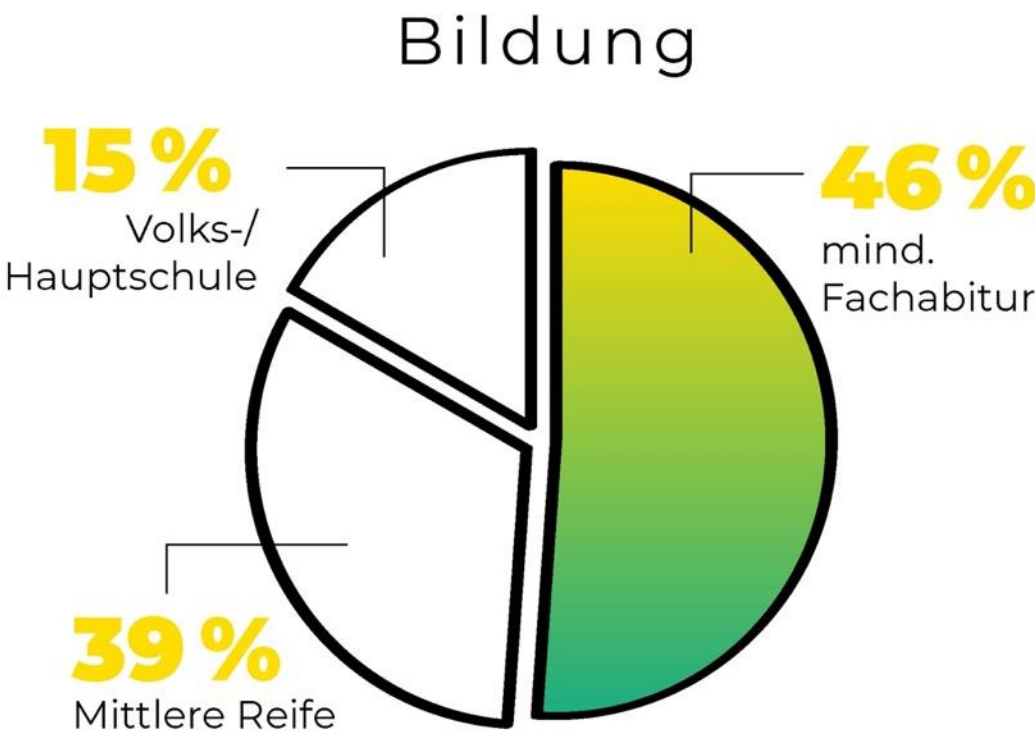
Wirtschaftsstarkes Sendegebiet

Quelle: KANTAR TNS, Funkanalyse Bayern 2024, Stereoempfangsgebiet München
*Terrestrisch, Stereoempfangsgebiet; ma 2025 IP Audio I

ZIELGRUPPE



63% Frauenanteil



75%
berufstätige
Stammhörer

Alter

■ 14 – 29 ■ 30 – 49 ■ 50+ Jahre



Ø43

Stammhörer



Ø47

Bev. 14+

HH-Nettoeinkommen

■ < 3.000 ■ 3.000 to < 5.000 ■ ≥ 5.000



Stammhörer



Bev. 14+

Haushaltsgröße

■ 1 Person ■ 2 ■ 3 ■ 4+ Personen



Stammhörer

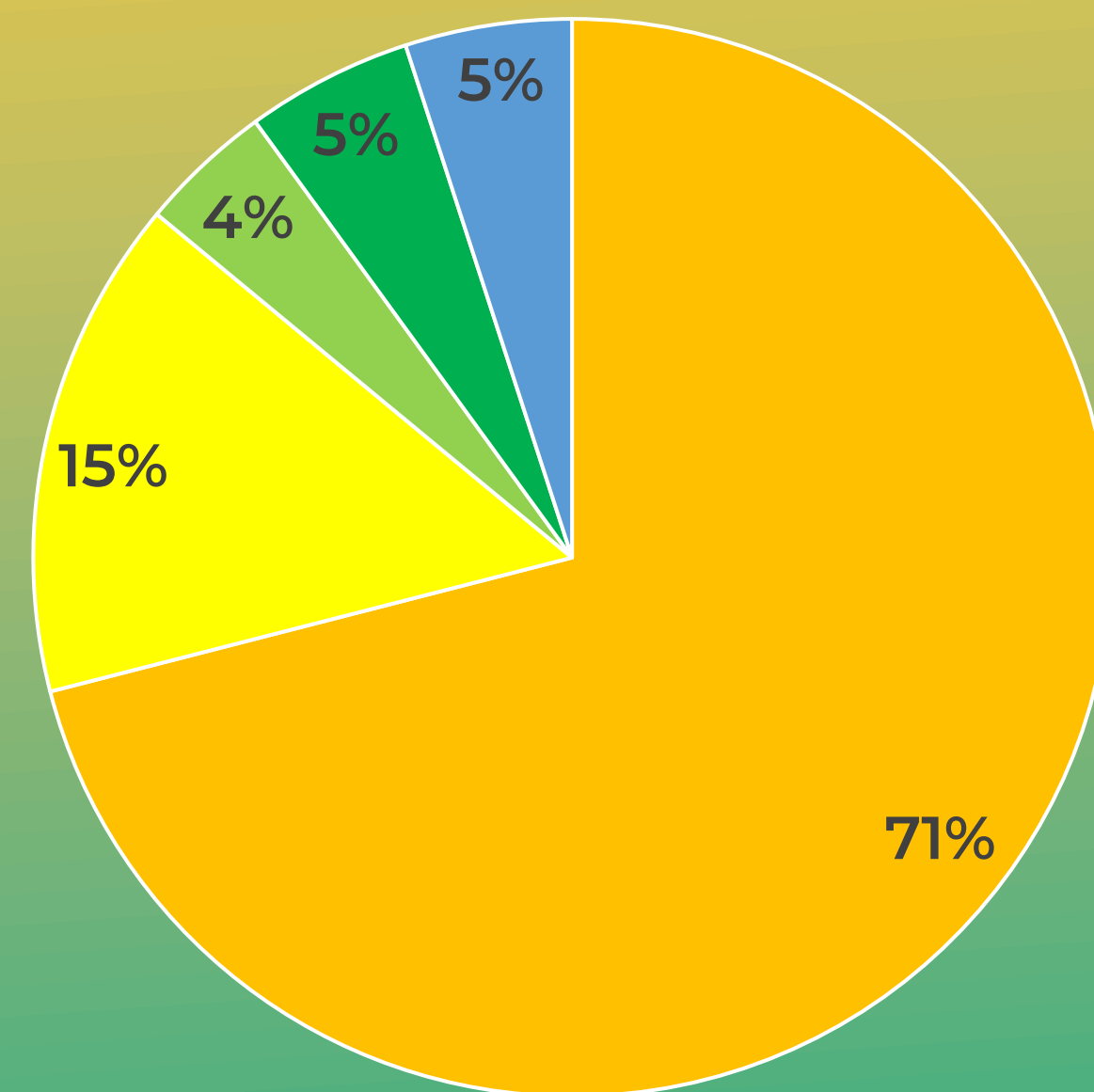


Bev. 14+

TÄGLICHER ANTEIL AN DER AUDIO-HÖRDAUER

RADIO, DAS MIT ABSTAND AM STÄRKSTEN GENUTZTE AUDIOMEDIUM

- Radio (FM / AM / DAB+ / Online-Radio über App oder Website / im Fernsehen)
- Musikstreaming (z. B. Spotify)
- Podcasts
- Online-Musikvideos (z. B. YouTube)
- Sonstiges



**PREMIUM-
ZIELGRUPPE**



Unsere Stammhörer sind im Vergleich zum Bevölkerungsschnitt in Deutschland

- Weiblicher
- Jünger
- Gebildeter
- Besser verdienend
- Stärker im Familienverbund lebend

Quelle: KANTAR TNS, Funkanalyse Bayern 2024, Stereoempfangsgebiet München, Stammhörer von 95.5 Charivari

Durchschnittsalter



HH-Nettoeinkommen mehr als 5.000 €



Bildung mehr als Volks-/Hauptschule



Mehr Kinder unter 14 Jahren im HH



Frauenanteil



CROSSMEDIAL UND ALLES AUS EINER HAND

Mehr als Radio

- analoge Spots im Radio (inkl. Produktion)
- digitale Spots online Audio auf Musik-Channels
- eine starkbesuchte Website*
- eine engagierte Social-Media-Community
- eine vielseitige App
- ein erfahrenes Eventteam

*Online Reichweite April 2025:**

Visits charivari.de: **159.773**

Pageimpressions charivari.de: **201.588**

**Quelle: matomo.org/Statistik Tool Matomo

Aus einer Hand

Wir übernehmen für Sie:

- die Beratung und Konzeption Ihrer Kampagne auf allen Kanälen
- die gesamte Produktion Ihrer Radiowerbung von der Idee bis zur technischen Umsetzung
- die Disposition Ihrer Werbung



**BUCHEN SIE
ONLINE AUDIO
BEI UNS WIRD
IHR SPOT GEHÖRT**

544.787



Sessions pro Monat

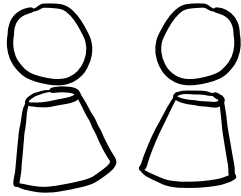
728.491



Hörstunden pro Monat

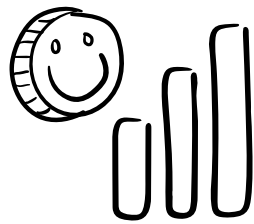
Quelle: ma 2025 IP Audio I; tagesbezogene Channel-Clients aus technischen Daten; nur Kombi, ausschließlich Abrufe über das Internet

6 GRÜNDE FÜR RADIOWERBUNG



Schnelle Kontakte

Mit Radio erzielen Sie schnell eine hohe Reichweite, was den Verkauf Ihrer Marke und Produkte verbessert.



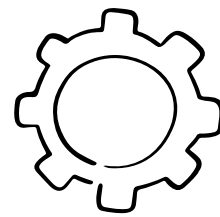
Preis-/Leistungsverhältnis

Radiowerbung ist günstiger als andere klassische Medien, erreicht mehr Zielpersonen und kann TV-Werbung effizient ergänzen.



Immer und überall

Radio begleitet uns überall und kann über UKW, PC, Laptop, Smartspeaker oder Smartphone gehört werden, um Kunden jederzeit zu erreichen.



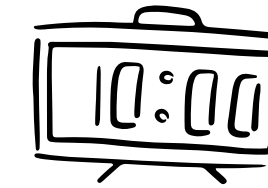
Schnelligkeit & Flexibilität

Radiowerbung ermöglicht schnelle Reaktionen und flexible Buchungen, von der Spot-Kreation bis zur Ausstrahlung, um effizient Marketingziele zu erreichen.



Nachhaltigkeit

Radiowerbung hat laut dem Green GRP Rechner von Mediaplus den geringsten CO₂-Ausstoß aller Medien und ist daher besonders nachhaltig.



Werbewirkung

Der Erfolg einer Werbebotschaft hängt vom richtigen Zeitpunkt ab, und Radio ist vor Einkäufen am beliebtesten, besonders zwischen 10 und 12 Uhr.

PREISLISTE 2025

Nr. 22 – gültig seit 01.01.2024

Montag bis Freitag	€/Sek.	Samstag	€/Sek.	Sonntag	€/Sek.
05 - 06 Uhr	8,00 €	05 - 06 Uhr	3,00 €	05 - 06 Uhr	3,00 €
06 - 07 Uhr	19,00 €	06 - 07 Uhr	6,00 €	06 - 07 Uhr	3,00 €
07 - 08 Uhr	19,00 €	07 - 08 Uhr	10,00 €	07 - 08 Uhr	5,00 €
08 - 09 Uhr	19,00 €	08 - 09 Uhr	19,00 €	08 - 09 Uhr	7,00 €
09 - 10 Uhr	15,00 €	09 - 10 Uhr	20,00 €	09 - 10 Uhr	6,00 €
10 - 11 Uhr	13,00 €	10 - 11 Uhr	22,00 €	10 - 11 Uhr	6,00 €
11 - 12 Uhr	11,00 €	11 - 12 Uhr	22,00 €	11 - 12 Uhr	10,00 €
12 - 13 Uhr	11,00 €	12 - 13 Uhr	19,00 €	12 - 13 Uhr	10,00 €
13 - 14 Uhr	13,00 €	13 - 14 Uhr	11,00 €	13 - 14 Uhr	10,00 €
14 - 15 Uhr	14,00 €	14 - 15 Uhr	11,00 €	14 - 15 Uhr	8,00 €
15 - 16 Uhr	12,00 €	15 - 16 Uhr	7,00 €	15 - 16 Uhr	8,00 €
16 - 17 Uhr	12,00 €	16 - 17 Uhr	6,00 €	16 - 17 Uhr	8,00 €
17 - 18 Uhr	13,00 €	17 - 18 Uhr	6,00 €	17 - 18 Uhr	8,00 €
18 - 19 Uhr	11,00 €	18 - 19 Uhr	6,00 €	18 - 19 Uhr	8,00 €
19 - 20 Uhr	6,00 €	19 - 20 Uhr	5,00 €	19 - 20 Uhr	8,00 €
20 - 21 Uhr	3,50 €	20 - 21 Uhr	4,00 €	20 - 21 Uhr	8,00 €
21 - 22 Uhr	3,00 €	21 - 22 Uhr	3,00 €	21 - 22 Uhr	3,00 €
22 - 23 Uhr	3,00 €	22 - 23 Uhr	3,00 €	22 - 23 Uhr	2,50 €
23 - 05 Uhr	3,00 €	23 - 05 Uhr	2,50 €	23 - 05 Uhr	2,50 €
Ø 06 - 18 Uhr	14,25 €	Ø 06 - 18 Uhr	13,25 €	Ø 06 - 18 Uhr	7,42 €

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. MwSt.

[Unsere AGB](#)

RABATTSTAFFEL

ab 5.000 € – 3 %

ab 10.000 € – 5 %

ab 20.000 € – 10 %

ab 35.000 € – 15 %

Portfolio

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

ONLINE AUDIO-PREISLISTE 2025

Nr. 1

PRE-STREAM
(bis max. 30 Sek.)

Kontakte	TKP
1.000	30,00 €
50.000	25,00 €
100.000	22,00 €
150.000	20,00 €
200.000	18,00 €

KOMBI-STREAM
(50% Pre-Stream + 50% In-Stream bis max. 30-Sek.)

Kontakte	TKP
1.000	28,00 €
50.000	22,00 €
100.000	20,00 €
150.000	18,00 €
200.000	15,00 €

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.

[Unsere AGB](#)



Zusatz-Leistungen:

- Geotargeting im Pre-Stream (3-stellige PLZ-Ebene)
- Spotproduktion

IHRE ANSPRECHPARTNER BEI 95.5 CHARIVARI



Till Coenen

Geschäftsleitung ppa.

T 089 54 47 10 – 37
M coenen@charivari.de



Eva Reiß

Verkaufs- und
Marketingleitung

T 089 54 47 10 – 70
M reiss@charivari.de



Stefanie Binder

Assistenz der Verkaufs-
und Marketingleitung

T 089 54 47 10 – 50
M binder@charivari.de



Susanne Attenberger
Thomas Bubenik

Auftragsabwicklung/
Disposition

T 089 54 47 10 – 76/77
M dispo@charivari.de



Anschrift

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

F 089 54 47 10 – 0
M werbung@charivari.de

werbung.charivari.de
charivari.de

AGBs



- 1** Für alle Hörfunk-Werbeaufträge (Spotwerbung, Sonderwerbeformen 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 Sendeunterlagen 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 Spotlänge 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 Sende-termin Radio Charivari zur Verfügung zu stellen. Ein Anspruch des Auftraggebers auf Überprüfung der Sendeunterlagen durch Radio Charivari besteht nicht. Wenn Sendungen nicht oder falsch zur Ausstrahlung kommen, weil Unterlagen, Texte oder Sendekopien nicht rechtzeitig vorlagen 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 ausschließlich 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 Grün-

den 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 Auftrags zurückgestellt, 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-Werbeschaltungen

- 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 kommen 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 Darstellungssoft- 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.

- 2** 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 er beide Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des anwendbaren Datenschutzrechts, insbesondere der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) einhalten wird. Sofern beim Auftraggeber anonyme oder pseudonyme (und somit personenbeziehbare) 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 Werbetreibenden, der den Auftraggeber mit der Schaltung der jeweiligen Kampagne beauftragt hat) unter Berücksichtigung des anwendbaren Datenschutzrechts auswerten. Das Gleiche gilt für personenbezogene Daten, die zur Abwicklung von Aufträgen (z.B. nach Gewinnspielen) erfasst wurden.