

# LEISTUNGS WERTE



ENERGY IN HAMBURG

© ENERGY MEDIA | MEDIA MARKETING |  
DANIEL SONNENBERG | D.SONNENBERG@ENERGY.DE



# ENERGY IN HAMBURG

## PROGRAMM

- Format: CHR
- Zielgruppe: 14 - 39 Jahre

## HÖRER

- Ø-Alter\*: 34,6 Jahre
- Geschlecht\*\*: 54 % Männer, 46 % Frauen

## PREIS

- Ø-Preis (Mo. - Fr.): 195,00 €

## REICHWEITEN – GESAMT

WHK (MO. - SO.):

- 10+ Jahre: 703 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 399 Tsd.

HPT (MO. - FR.):

- 10+ Jahre: 247 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 166 Tsd.

D-STD (MO. - FR.):

- 10+ Jahre: 39 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 26 Tsd.

## REICHWEITEN – HAMBURG\*\*\*

WHK (MO. - SO.):

- 10+ Jahre: 397 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 222 Tsd.

HPT (MO. - FR.):

- 10+ Jahre: 121 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 79 Tsd.

D-STD (MO. - FR.):

- 10+ Jahre: 17 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 12 Tsd.

Quelle: ma 2016 Radio II, Preise 2017 (Mo. - Fr., 6 - 18 Uhr, 30 Sek.)

\*Basis: WHK (Mo. - So.); \*\*Basis: HPT (Mo. - Fr.); \*\*\*Bundesland Hamburg

# ENERGY IN HAMBURG

## EMPFANG

### UKW:

- Hamburg 97.1 MHz
- Bergedorf 100.9 MHz
- Wedel 101.6 MHz

### KABEL:

- Hamburg 99.65 MHz
- Lüneburg 94.25 MHz
- Elmshorn 99.65 MHz
- Tostedt 99.65 MHz
- Buchholz 99.65 MHz

### INTERNET:

- [www.energy.de/hamburg](http://www.energy.de/hamburg)



HIT MUSIC ONLY !

# ENERGY IN HAMBURG

## 5 TOP-ARGUMENTE

### BEKANNT

- ENERGY ist die größte internationale Radiomarkete mit mehr als 600 Frequenzen in 12 Ländern und 29 Mio. Hörern wöchentlich. Das konsequente Branding bietet einen hohen Wiedererkennungseffekt

### REICHWEITENSTARK

- ENERGY ist bei der Gesamt-, täglichen und stündlichen Hörerschaft in vielen werberelevanten Zielgruppen Hamburgs unter den Top 2 Radiosendern.

### ZIELGRUPPENSCHARF

- ENERGY ist das einzige lokale Programmformat für junge Erwachsene in Hamburg. 80 % der ENERGY-Hörer sind zwischen 14 und 49 Jahre alt. Das Durchschnittsalter der ENERGY-Hörer beträgt 34,6 Jahre. Damit erreichen Sie genau die jungen Erwachsenen in Hamburg!

### AKTIV

- Mit ENERGY erreichen Sie die attraktive und kaufkräftige Zielgruppe. 95 % der ENERGY-Hörer sind berufstätig oder in Ausbildung. 67 % verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 2.500 Euro und mehr.

### TRENDSETTER

- 64 % der Hörer interessieren sich für alles Neue. 47 % testen gerne neue Produkte und 43 % wechseln häufiger die Marke!

Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt, Bruttopreise 2017; WHK (Mo. - So.), HpT (Mo.- Fr.), D-STD (Mo. - Fr.), Gesamt; Ø-Alter auf Basis WHK (Mo. - So.);

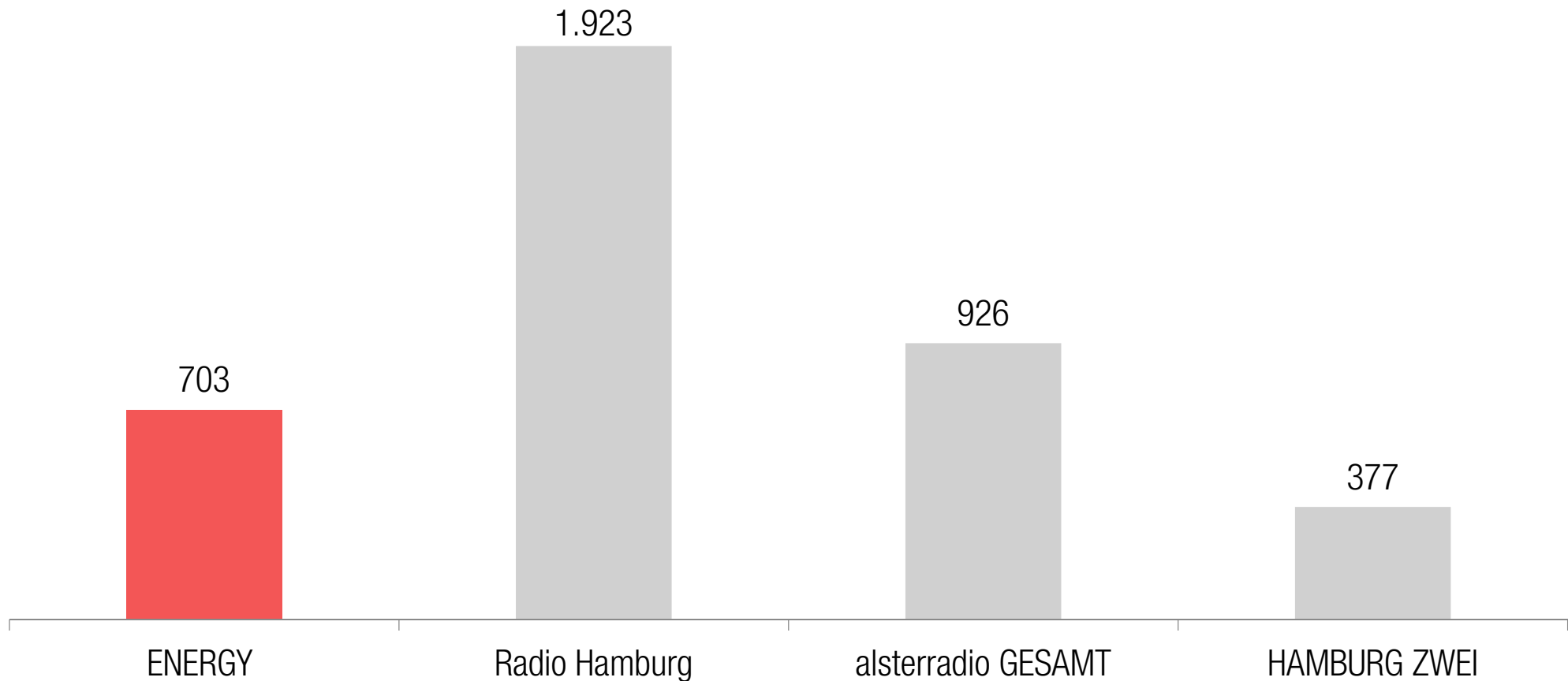
VuMA Touchpoints 2016 II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt



HIT MUSIC ONLY !

# WEITESTER HÖRERKREIS (MO. - SO.)

GESAMT, 10+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.



Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt, 10+



HIT MUSIC ONLY!

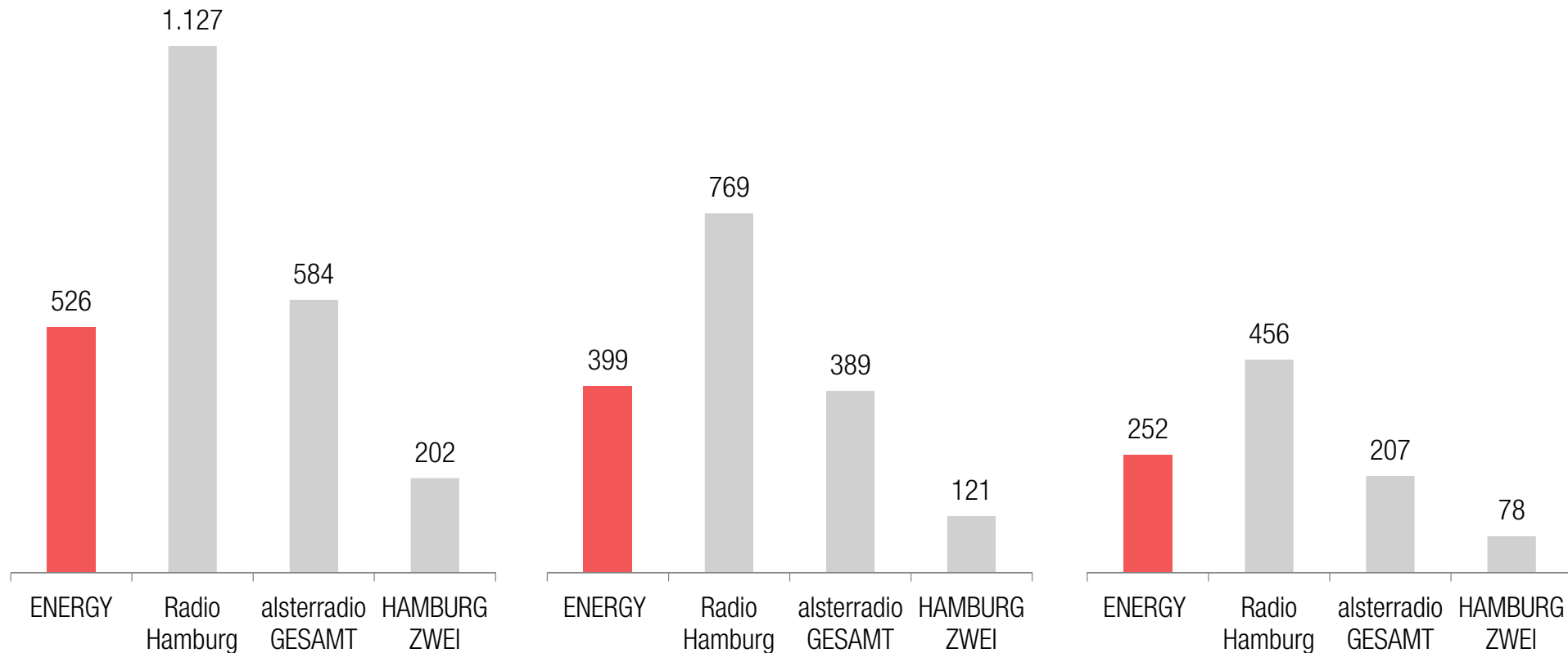
# WEITESTER HÖRERKREIS (MO. - SO.)

ENERGY – REICHWEITENSTARK IM WETTBEWERB

**GESAMT, 14-49 JAHRE**

**14-39 JAHRE,**

**14-29 JAHRE, IN TSD.**



Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt, 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre



HIT MUSIC ONLY !

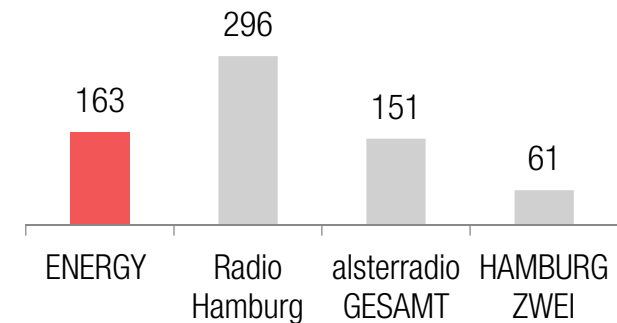
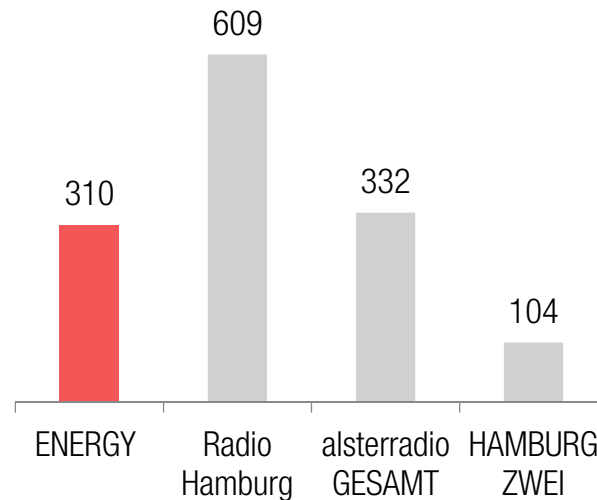
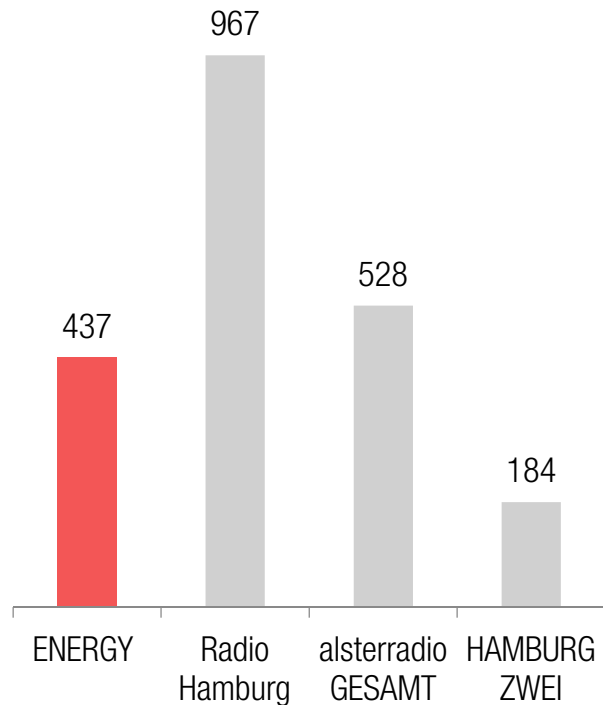
# WEITESTER HÖRERKREIS (MO. - SO.)

ENERGY – REICHWEITENSTARK IM WETTBEWERB

**GESAMT, 20-49 JAHRE**

**20-39 JAHRE,**

**20-29 JAHRE, IN TSD.**



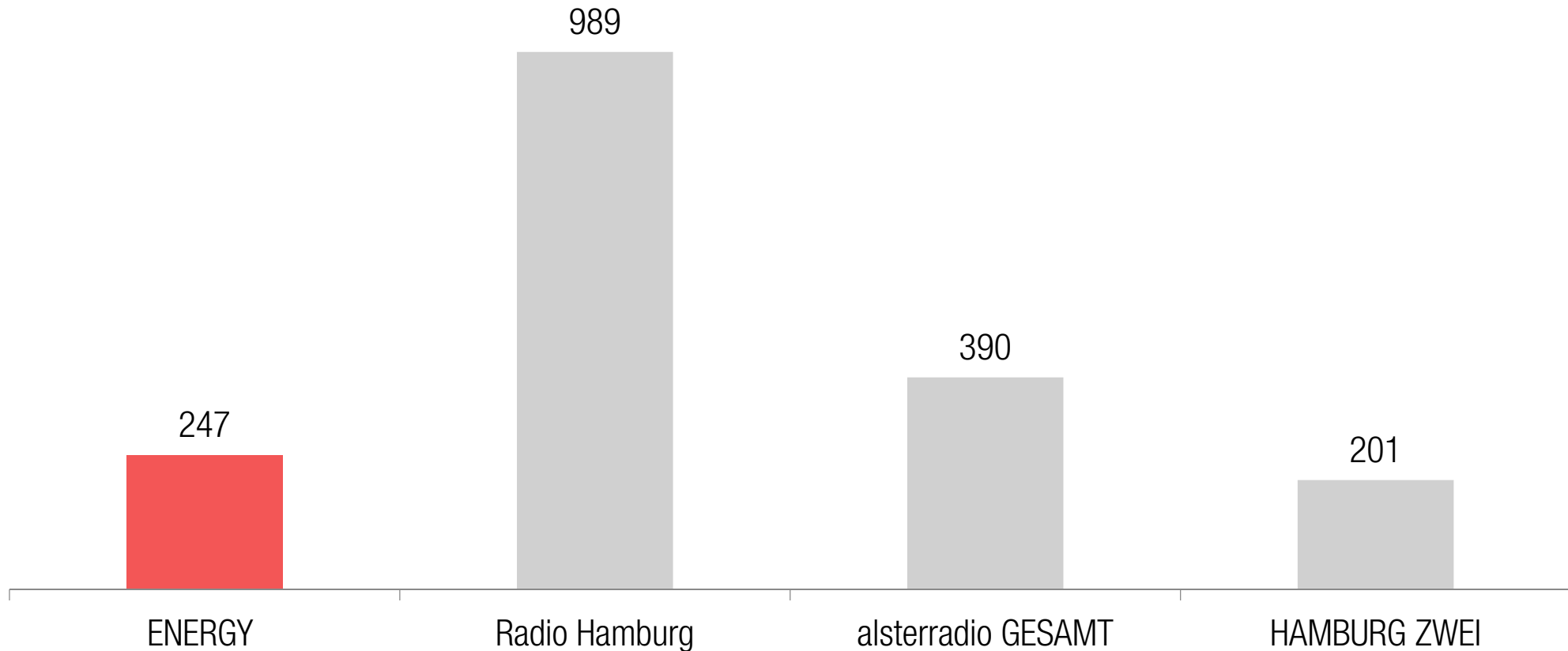
Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre



**HIT MUSIC ONLY !**

# HÖRER PRO TAG (MO. - FR.)

GESAMT, 10+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.



Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 10+ Jahre

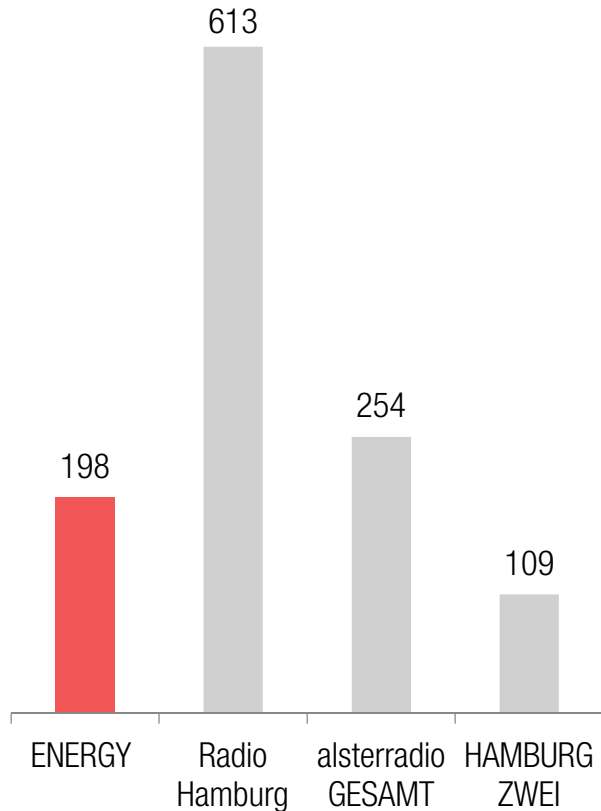




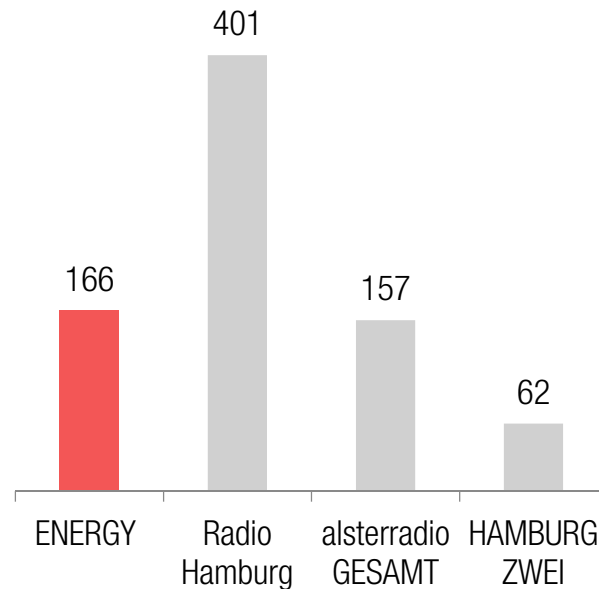
# HÖRER PRO TAG (MO. - FR.)

ENERGY – REICHWEITENSTARK IM WETTBEWERB

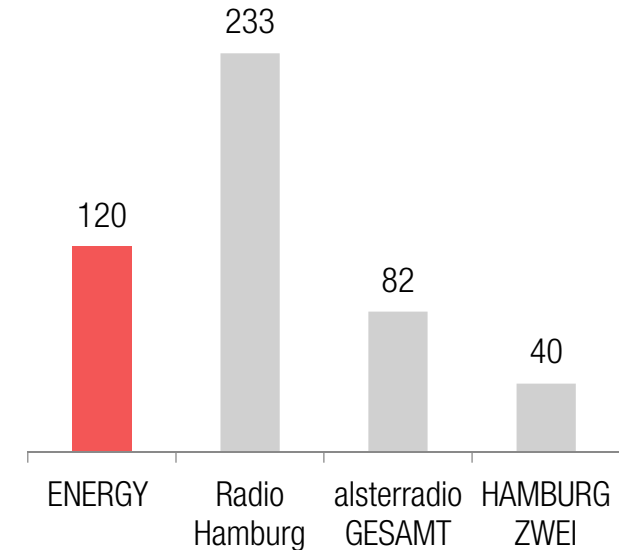
## GESAMT, 14-49 JAHRE



## 14-39 JAHRE,



## 14-29 JAHRE, IN TSD.



Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 14 - 49 Jahre , 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre



HIT MUSIC ONLY !

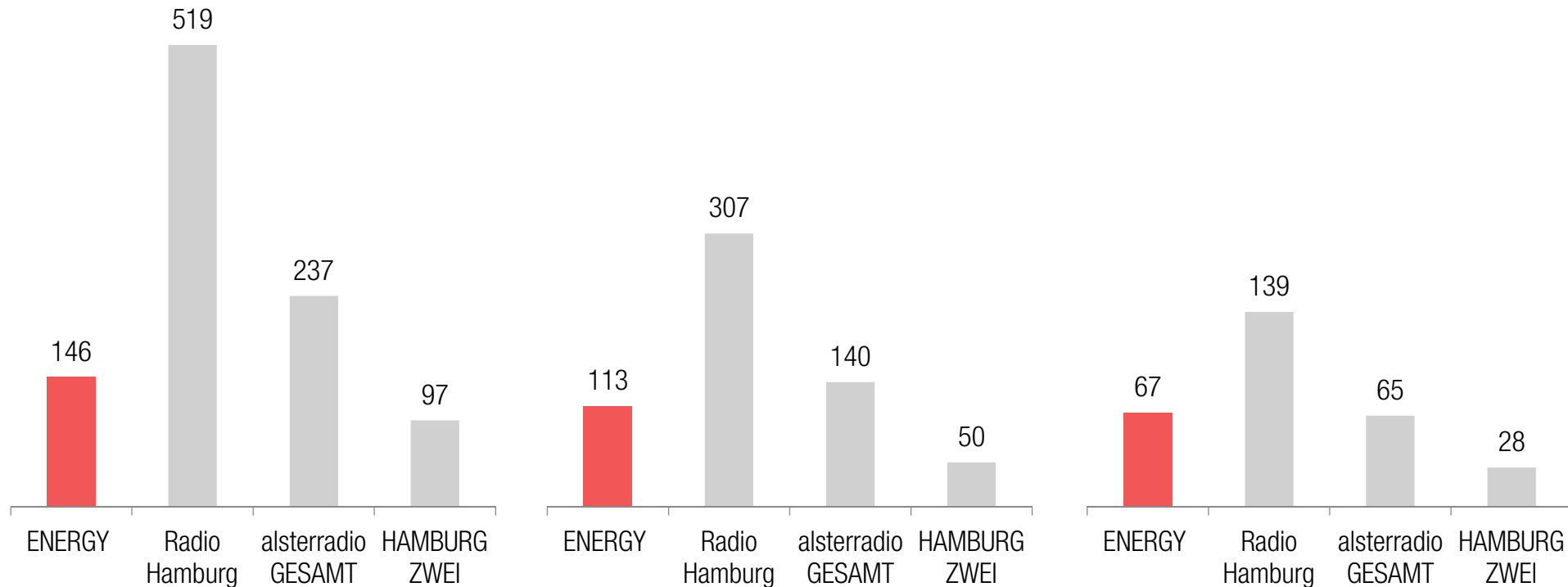
# HÖRER PRO TAG (MO. - FR.)

ENERGY – REICHWEITENSTARK IM WETTBEWERB

**GESAMT, 20-49 JAHRE**

**20-39 JAHRE,**

**20-29 JAHRE, IN TSD.**



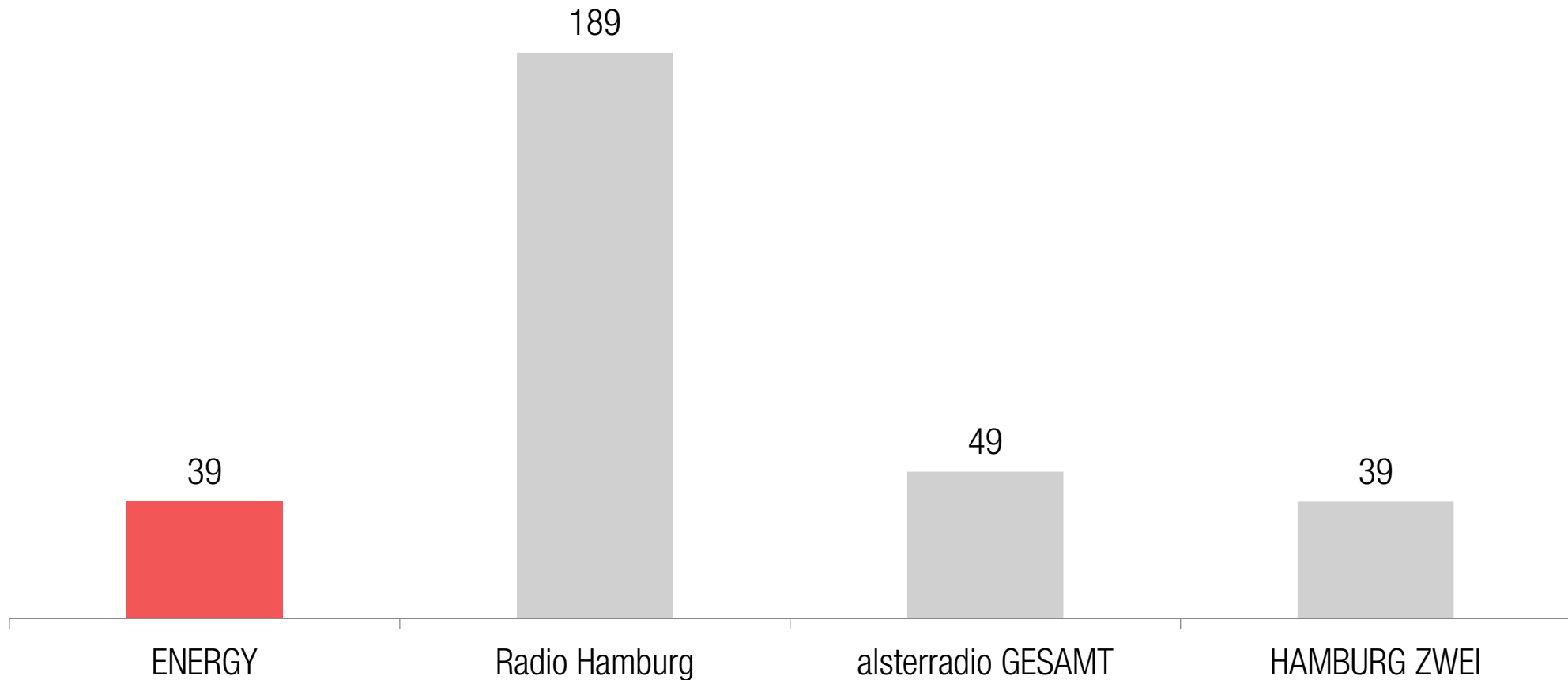
Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre



**HIT MUSIC ONLY !**

# DURCHSCHNITTSTUNDE (MO. - FR.)

GESAMT, 10+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.



Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt, 10+ Jahre



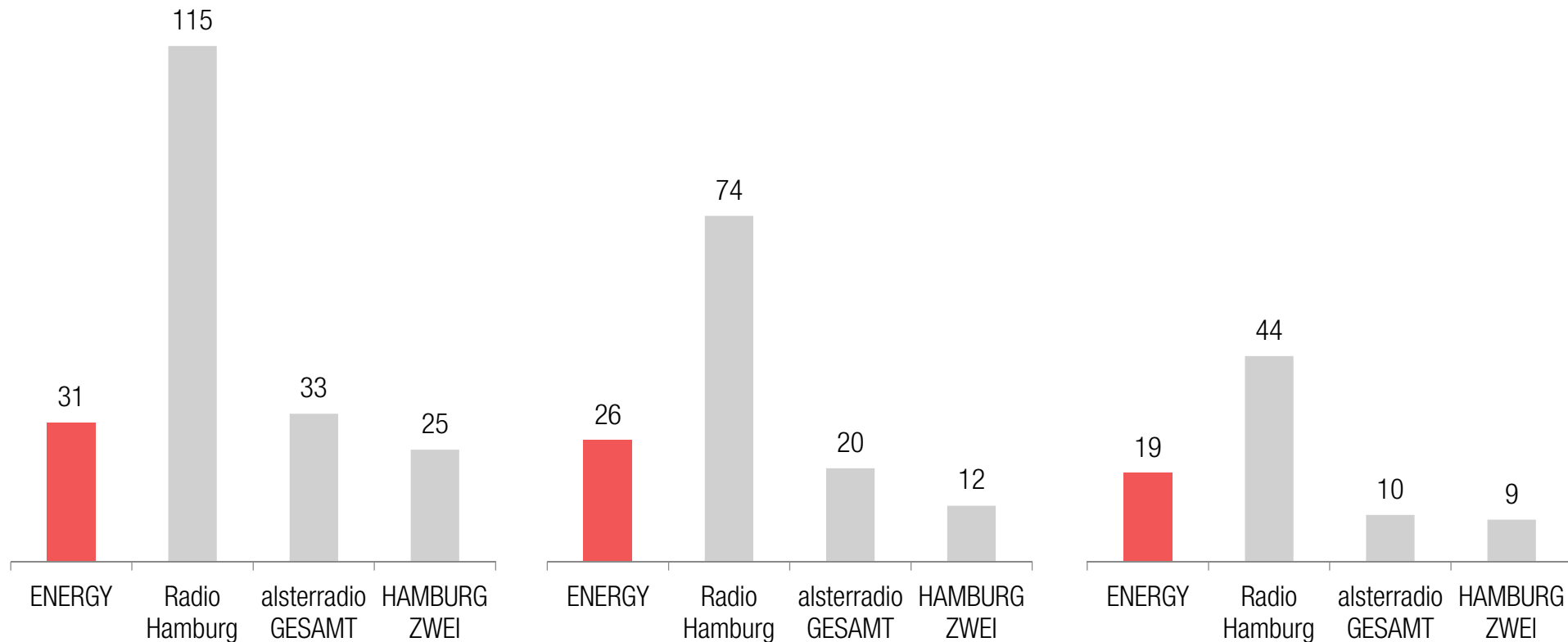
# DURCHSCHNITTSTUNDE (MO. - FR.)

ENERGY – REICHWEITENSTARK IM WETTBEWERB

**GESAMT, 14-49 JAHRE**

**14-39 JAHRE,**

**14-29 JAHRE, IN TSD.**



Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre



HIT MUSIC ONLY !

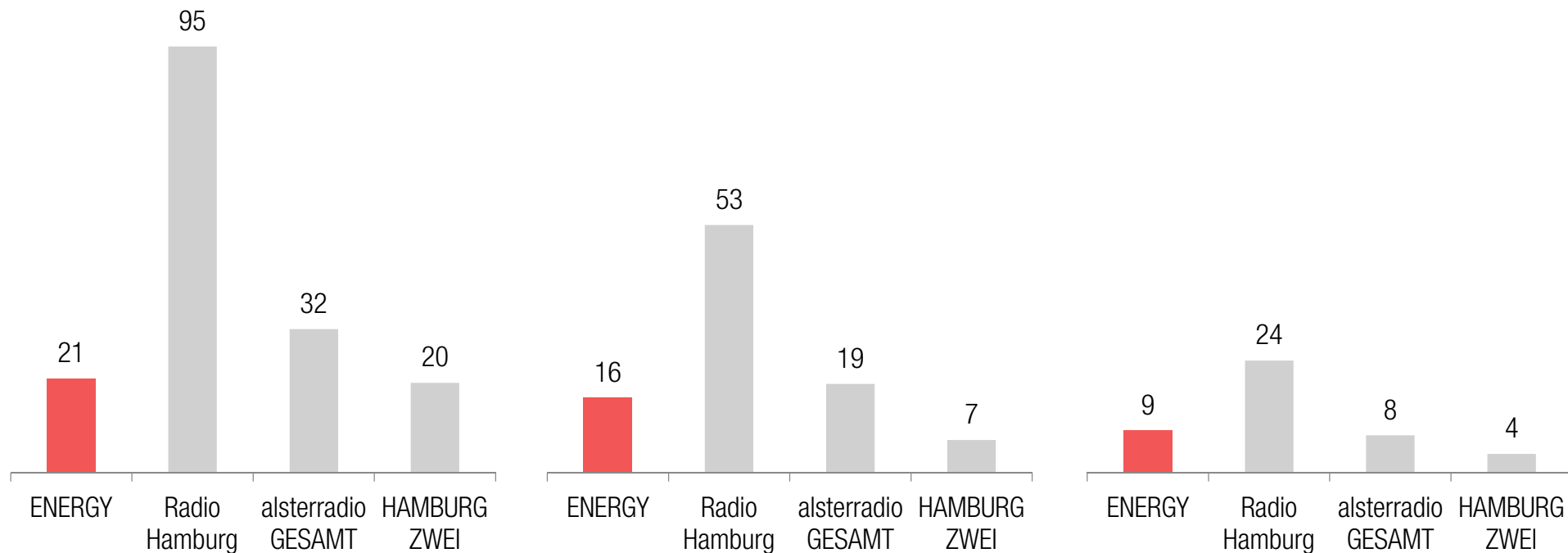
# DURCHSCHNITTSTUNDE (MO. - FR.)

ENERGY – REICHWEITENSTARK IM WETTBEWERB

**GESAMT, 20-49 JAHRE**

**20-39 JAHRE,**

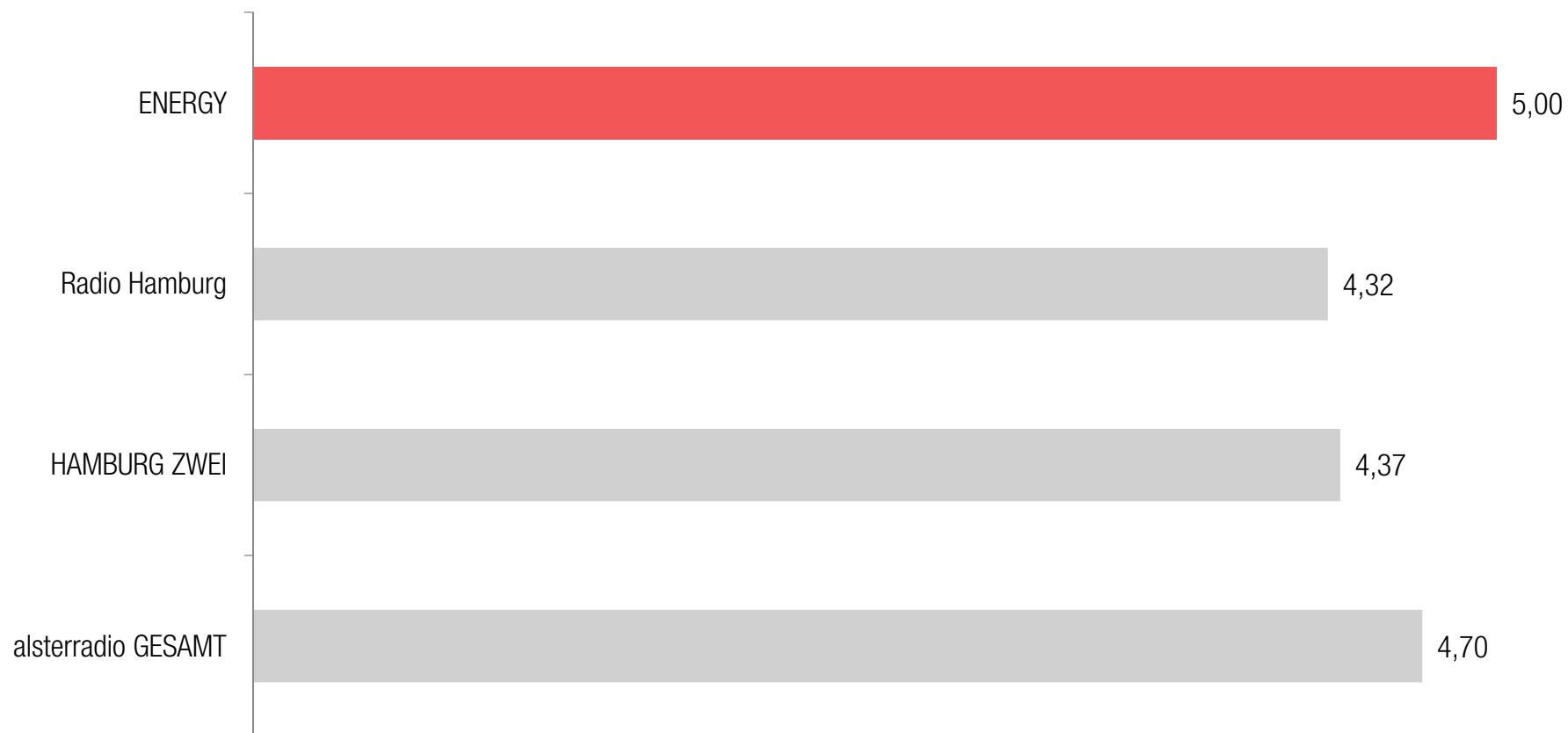
**20-29 JAHRE, IN TSD.**



Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre

# PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

TKP IN €, GESAMT, 10+ JAHRE

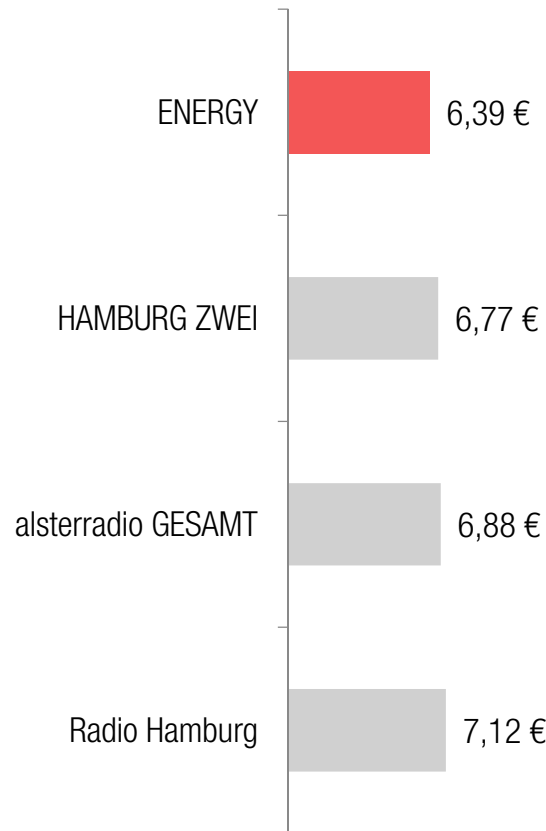


Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt, Bruttopreise 2017

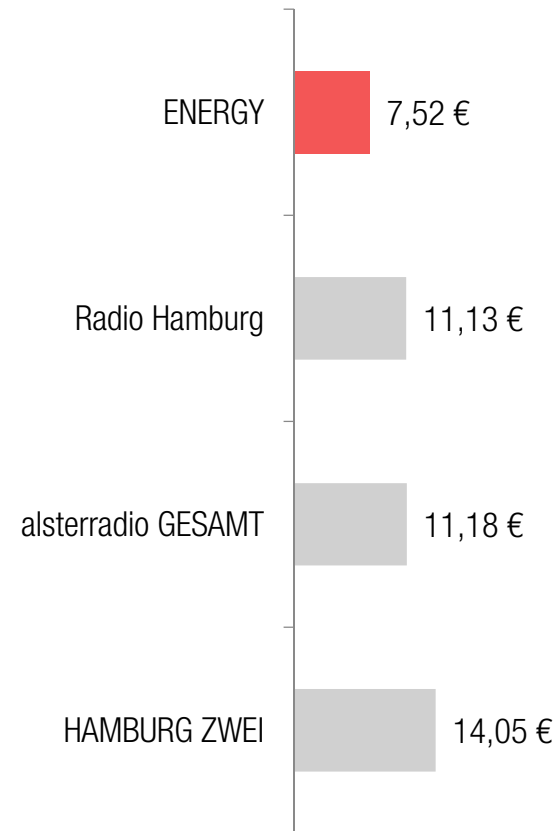
# PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

ENERGY – NR. 1 IN DEN ZIELGRUPPEN

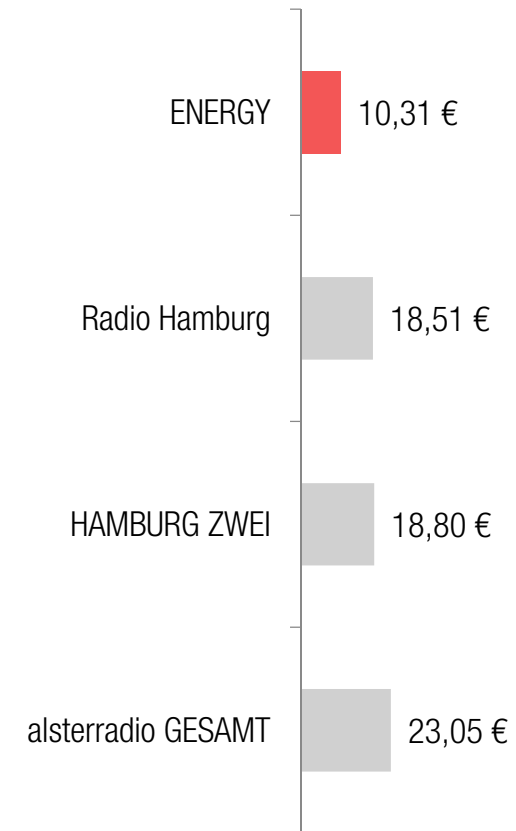
## TKP, 14-49 JAHRE



## 14-39 JAHRE,



## 14-29 JAHRE, IN €

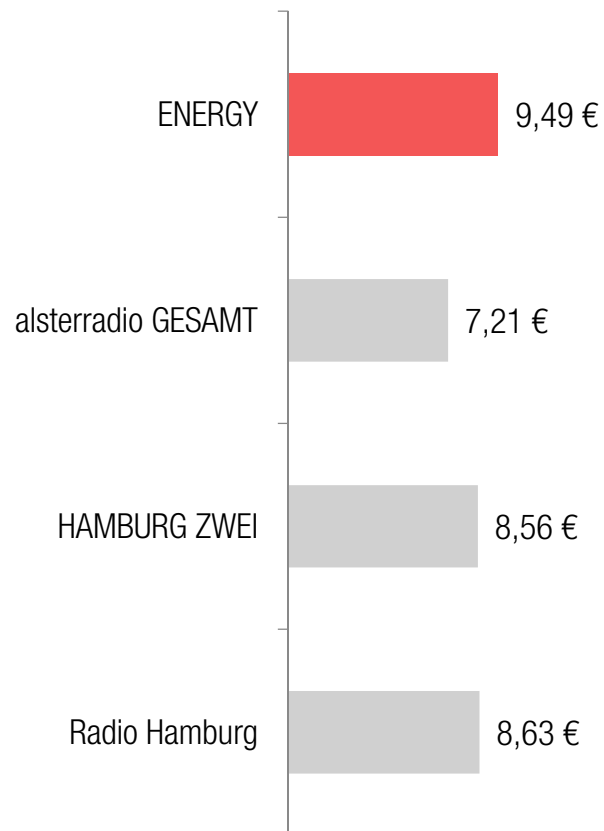


Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre, Bruttopreise 2017

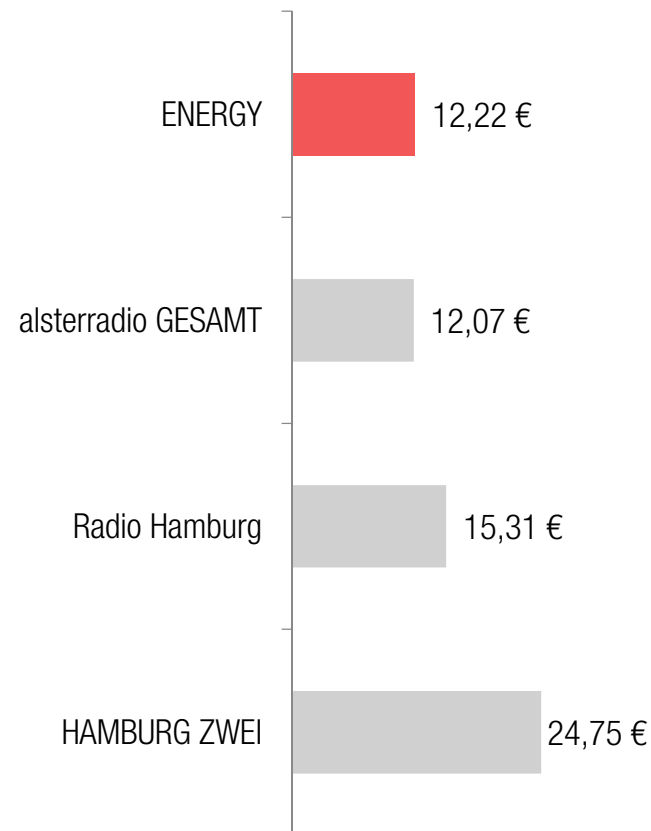
# PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

ENERGY – WIRTSCHAFTLICH IM WETTBEWERB

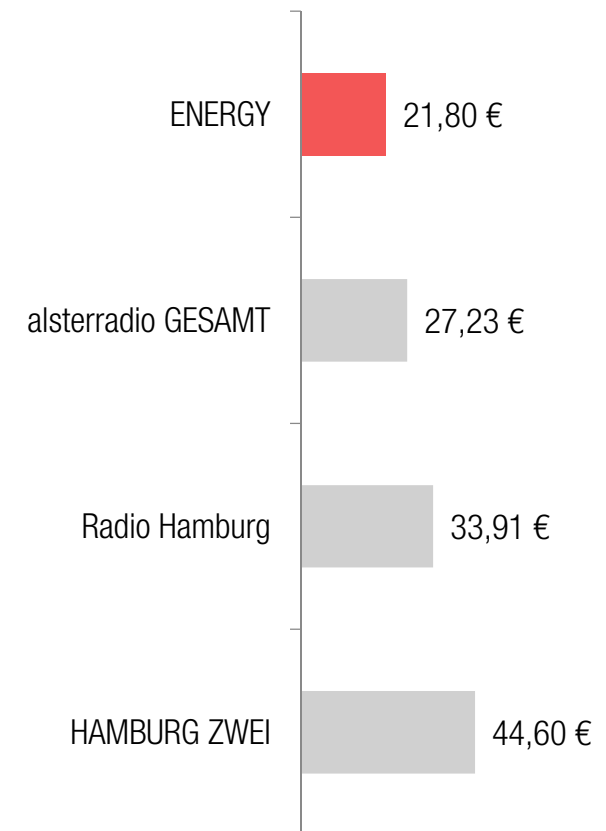
**TKP, 20-49 JAHRE**



**20-39 JAHRE,**



**20-29 JAHRE, IN €**



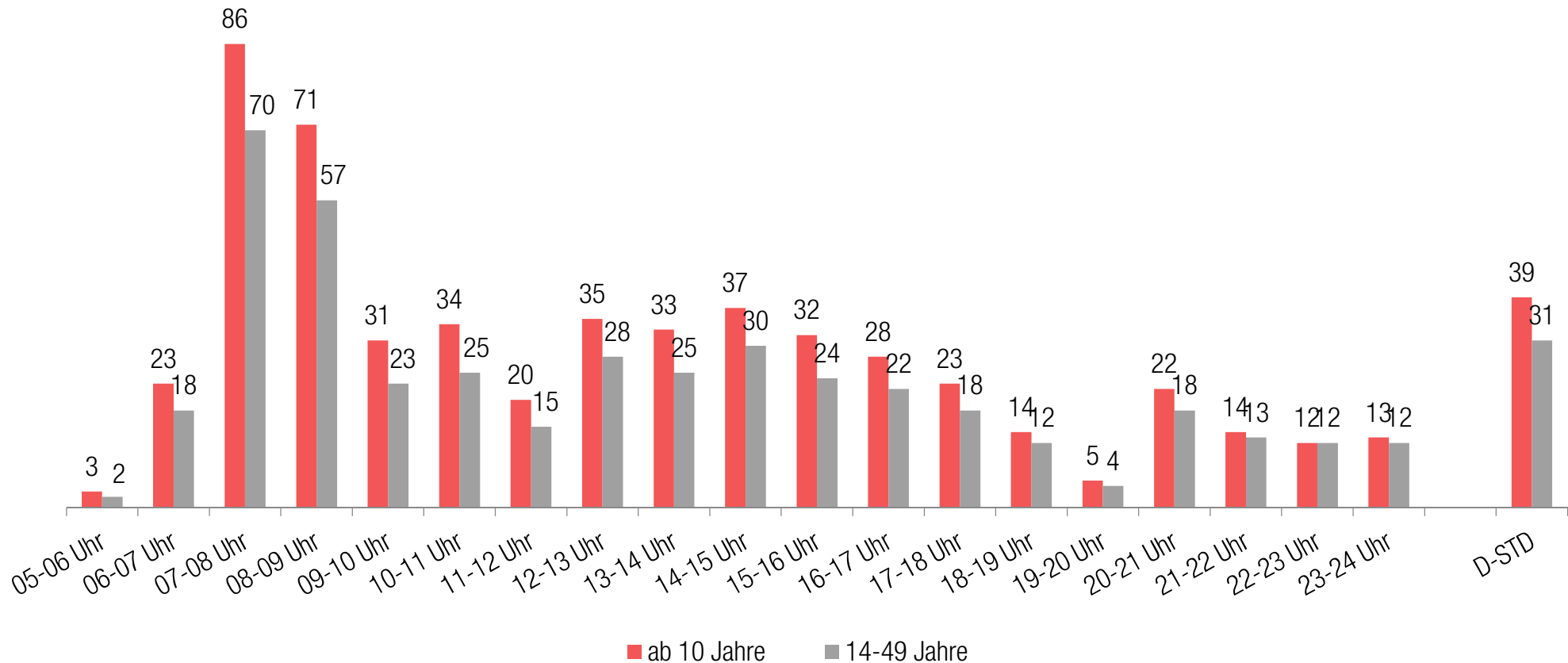
Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt, 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre. Bruttopreise 2017



# TAGESVERLAUF (MO. - FR.)

ENERGY ERREICHT DEN GANZEN TAG DIE WERBERELEVANTE ZIELGRUPPE

ANGABEN IN TSD., GESAMT, 10+ JAHRE UND 14 - 49 JAHRE



Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: DST (Mo. - Fr.), gesamt, 10+ Jahre, 14 - 49 Jahre



HIT MUSIC ONLY !

# SOZIODEMOGRAFIE

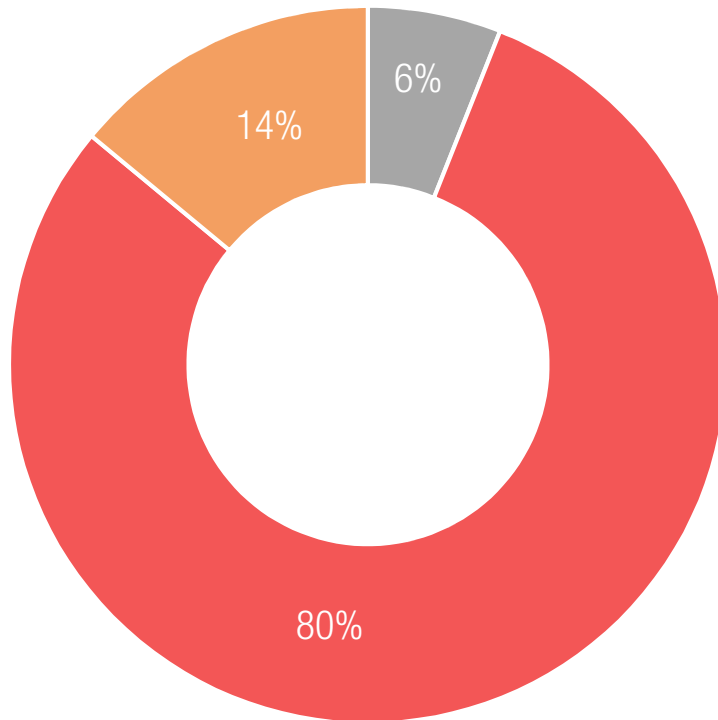


HIT MUSIC ONLY !

# ALTERSGRUPPEN

DER GROSSTEIL DER ENERGY-HÖRER IST IN DER WERBERELEVANTEN ZIELGRUPPE

## ANTEIL DER ALTERSGRUPPEN IN %



■ 10 - 13 Jahre   ■ 14 - 49 Jahre   ■ 50+ Jahre

Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 10 - 13 Jahre, 14 - 49 Jahre, 50+ Jahre

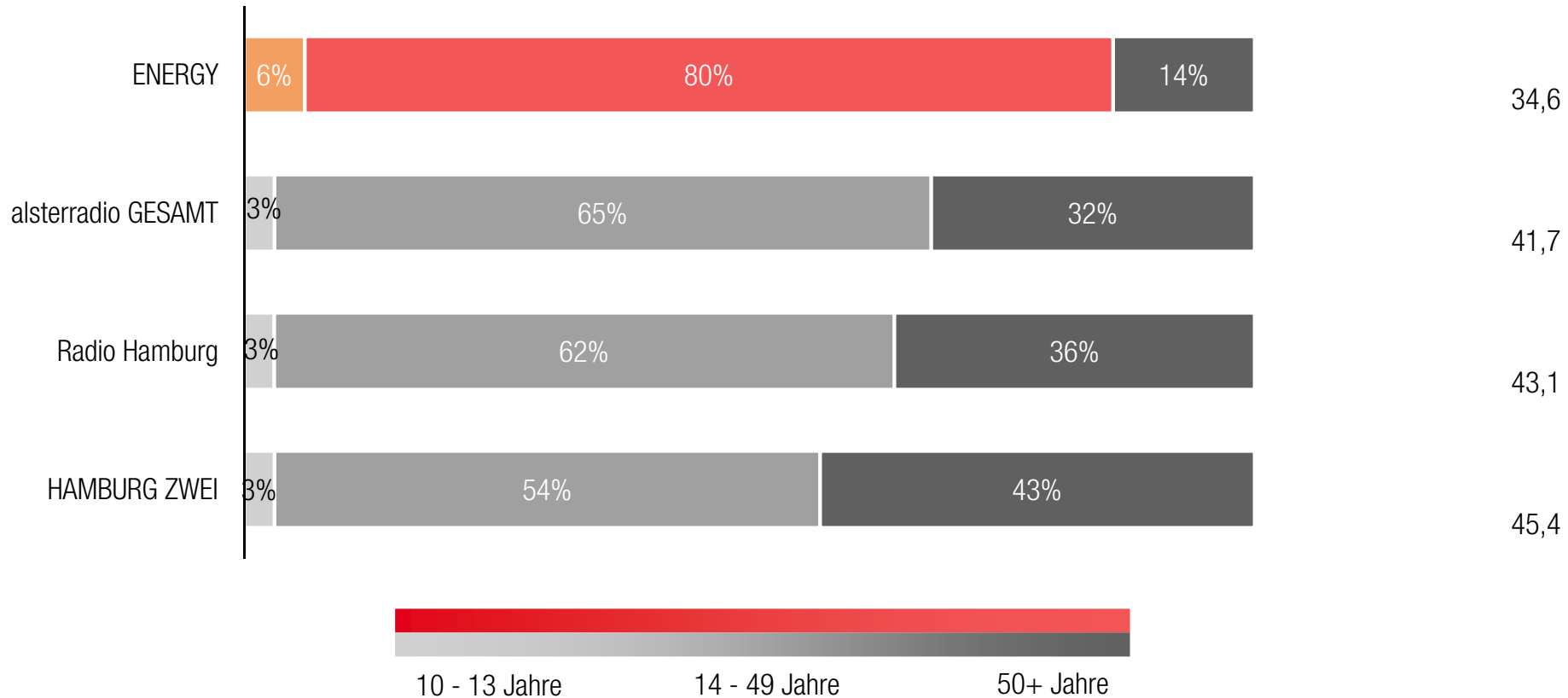


# ALTERSGRUPPEN

DER GROSSTEIL DER ENERGY-HÖRER IST IN DER WERBERELEVANTEN ZIELGRUPPE

**ANTEIL DER ALTERSGRUPPEN IN %**

**Ø-ALTER IN JAHRE\***



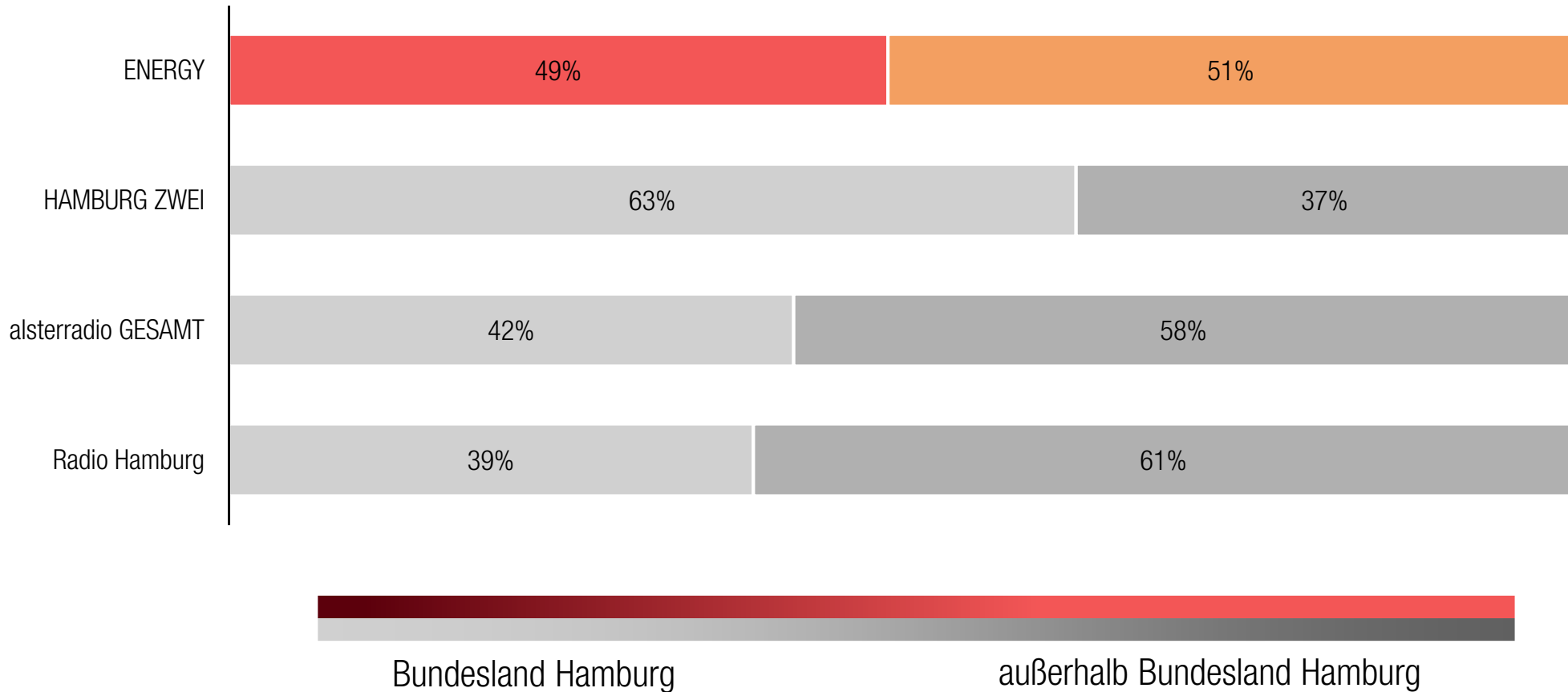
Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 10 - 13 Jahre, 14 - 49 Jahre, 50+ Jahre

\*Basis: WHK (Mo. - So.)



# WOHNSITZ

## ANTEIL AN DER HÖRERSCHAFT IN %, 10+ JAHRE

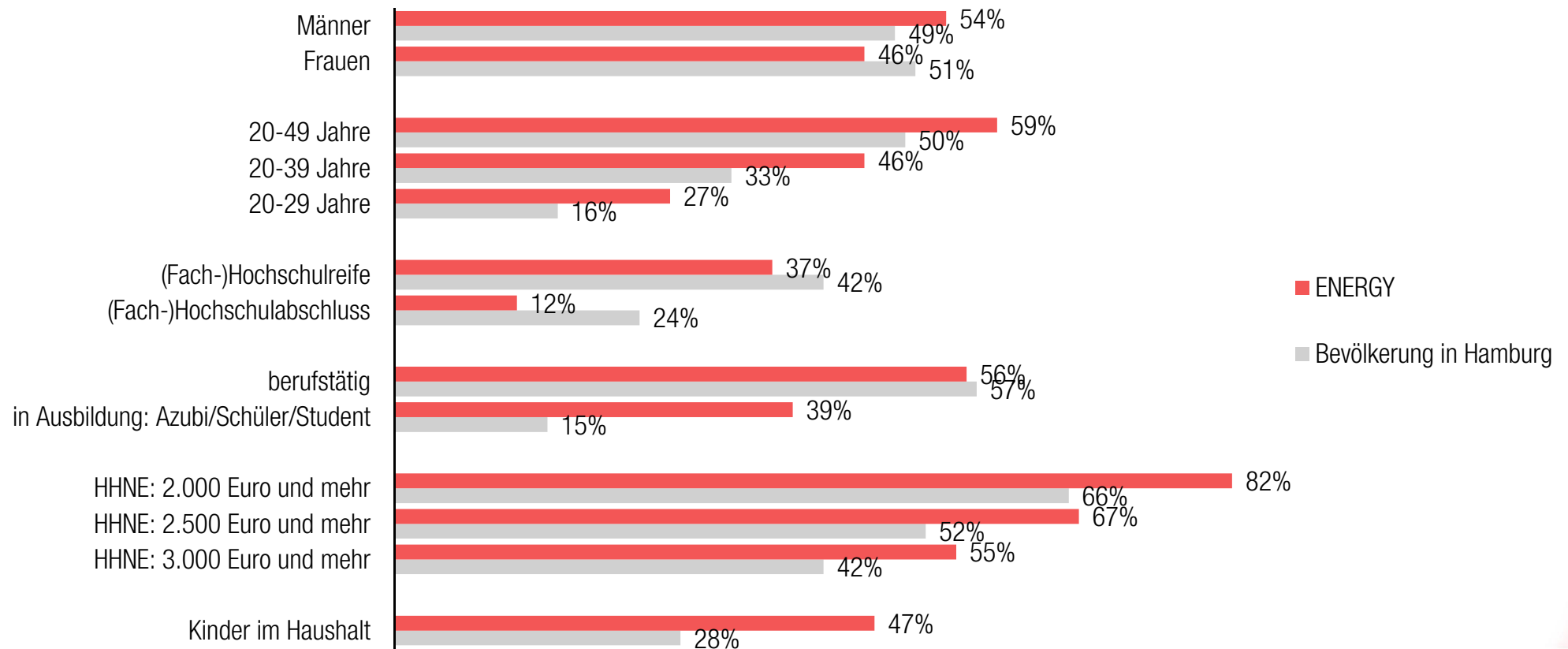


Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: HpT (Mo. - So.), Bundesland Hamburg, außerhalb Bundesland Hamburg, 10+ Jahre

# SOZIODEMOGRAFIE

ENERGY-HÖRER SIND JUNG, GUT GEBILDET UND KAUFKRÄFTIG

## ANTEIL DER MERKMALE IN %



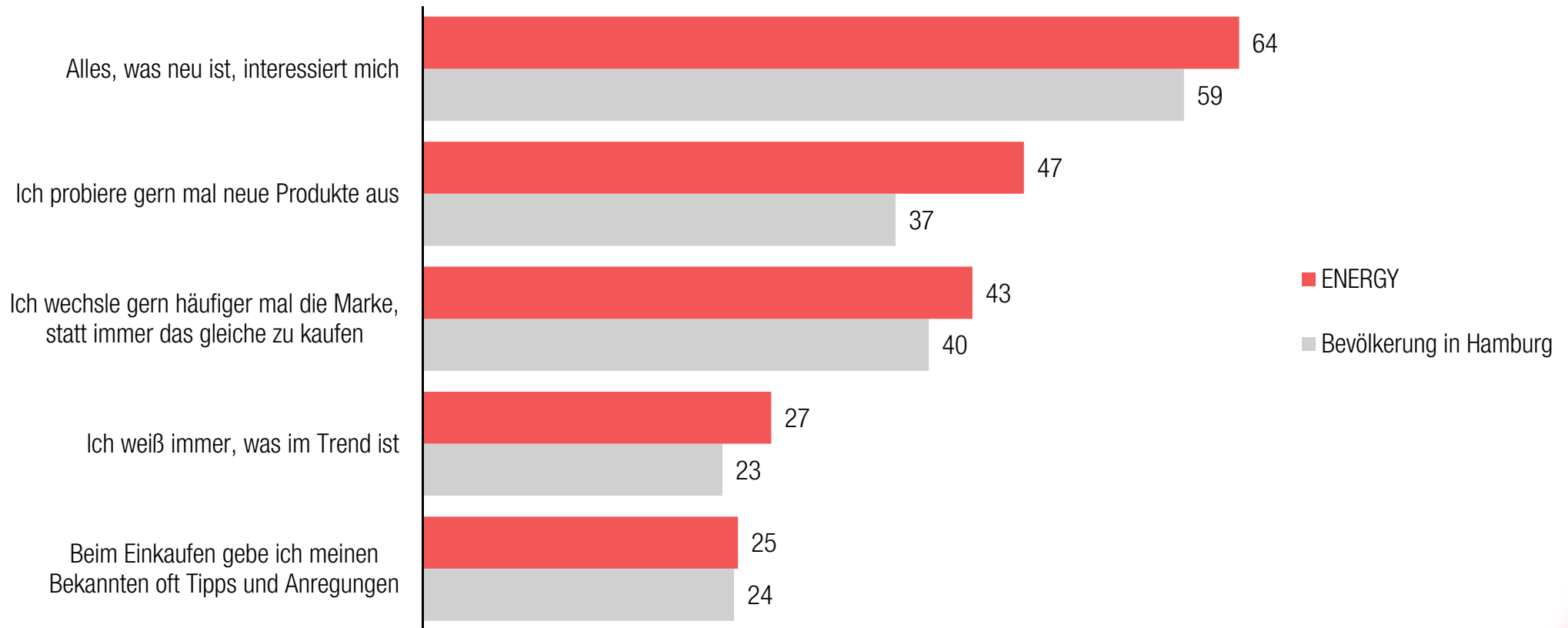
Quelle: ma 2016 Radio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.),gesamt, Bundesland Hamburg



# SHOPPING-AFFIN

ENERGY-HÖRER SIND KAUFLOUSTIG UND IMMER IM TREND

**EINSTELLUNGEN ZUM EINKAUF (AUSWAHL) – TRIFFT (VOLL UND GANZ) ZU – IN %**



Quelle: VuMA Touchpoints 2017, Basis: HpT (Mo. - Fr.), Hamburg, 14+ Jahre



HIT MUSIC ONLY !

# ENERGY HAMBURG 2017

UKW

ZEITSCHIEBE	MONTAG - FREITAG		SAMSTAG		SONNTAG*	
	€/SEK	€/30 SEK	€/SEK	€/30 SEK	€/SEK	€/30 SEK
0-5	1,00	30,00	1,00	30,00	1,00	30,00
5-6	2,00	60,00	1,00	30,00	1,00	30,00
6-7	5,50	165,00	1,00	30,00	1,00	30,00
7-8	16,00	480,00	3,00	90,00	1,00	30,00
8-9	13,00	390,00	3,50	105,00	2,50	75,00
9-10	5,50	165,00	7,00	210,00	4,50	135,00
10-11	5,00	150,00	8,00	240,00	6,00	180,00
11-12	4,00	120,00	6,00	180,00	4,00	120,00
12-13	5,00	150,00	3,50	105,00	4,00	120,00
13-14	5,00	150,00	3,50	105,00	3,00	90,00
14-15	5,00	150,00	3,50	105,00	3,00	90,00
15-16	5,00	150,00	3,00	90,00	3,00	90,00
16-17	5,00	150,00	3,00	90,00	3,00	90,00
17-18	4,00	120,00	3,00	90,00	3,00	90,00
18-19	3,00	90,00	3,00	90,00	3,00	90,00
19-20	2,00	60,00	2,00	60,00	2,00	60,00
20-21	2,00	60,00	2,00	60,00	1,00	30,00
21-22	2,00	60,00	2,00	60,00	1,00	30,00
22-23	1,00	30,00	1,00	30,00	1,00	30,00
23-24	1,00	30,00	1,00	30,00	1,00	30,00
Ø 06-18	6,50	195,00	4,00	120,00	3,17	95,00

## RABATTE:

Auf Anfrage.

## SINGLE SPOTS:

Alleinstellung des Spots außerhalb des klassischen Werbeblocks mit 50% Aufschlag auf den Sekundenpreis.

## ECKPLATZIERUNG:

Platzierung des Spots am Anfang oder Ende des klassischen Werbeblocks mit 20% Aufschlag auf den Sekundenpreis.

Alle Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.  
Druckfehler vorbehalten  
\*sowie Feiertag



HIT MUSIC ONLY !



# KONTAKT

- **CHRISTIAN KLAGES**

Verkaufsleiter

Tel.: +49 (0) 40 48 00 19 24

Mobil: +49 (0) 173 968 16 56

Fax: +49 (0) 40 48 00 19 59

[c.klages@energy.de](mailto:c.klages@energy.de)

- **ENERGY MEDIA GMBH**

Winterhuder Marktplatz 6-7

22299 Hamburg

[www.energymedia.de](http://www.energymedia.de)



HIT MUSIC ONLY !