

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*: 38,7 Jahre
- Geschlecht**: 48 % Männer, 52 % Frauen

PREIS

- Ø-Preis (Mo. - Fr.): 200,00 €

REICHWEITEN – GESAMT

WHK (MO. - SO.):

- 14+ Jahre: 917 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 507 Tsd.

HPW (MO. - SO.):

- 14+ Jahre: 672 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 364 Tsd.

HPT (MO. - FR.):

- 14+ Jahre: 288 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 168 Tsd.

D-STD (MO. - FR.):

- 14+ Jahre: 32 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 19 Tsd.

REICHWEITEN – HAMBURG***

WHK (MO. - SO.):

- 14+ Jahre: 489 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 287 Tsd.

HPW (MO. - SO.):

- 14+ Jahre: 355 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 206 Tsd.

HPT (MO. - FR.):

- 14+ Jahre: 157 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 97 Tsd.

D-STD (MO. - FR.):

- 14+ Jahre: 18 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 11 Tsd.

Quelle: ma 2018 Audio II, Preise 2018 (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



ENERGY IN HAMBURG

5 TOP-ARGUMENTE

BEKANNT

- ENERGY ist die größte internationale Radiomarkete mit mehr als 600 Frequenzen in 16 Ländern und 29 Mio. Hörern wöchentlich. Das konsequente Branding bietet einen hohen Wiedererkennungseffekt

ZIELGRUPPENSCHARF

- ENERGY ist das einzige lokale Programmformat für junge Erwachsene in Hamburg. 79 % der ENERGY-Hörer sind zwischen 14 und 49 Jahre alt. Das Durchschnittsalter der ENERGY-Hörer beträgt 38,7 Jahre. Damit erreichen Sie genau die jungen Erwachsenen in Hamburg!

AKTIV

- Mit ENERGY erreichen Sie die attraktive und kaufkräftige Zielgruppe. 90 % der ENERGY-Hörer sind berufstätig oder in Ausbildung. 62 % verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 2.500 Euro und mehr.

TRENDSETTER

- 58 % der Hörer wechseln gern häufiger die Marke und 50 % testen gerne neue Produkte!

VIELSEITIGKEIT

- Mediawirksame Sponsorings durch Crossmedia, Events, Gewinnspiele, Sendungen oder Rubriken!

Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: HpT (Mo.- Fr.), Gesamt; Ø-Alter auf Basis WHK (Mo. - So.);

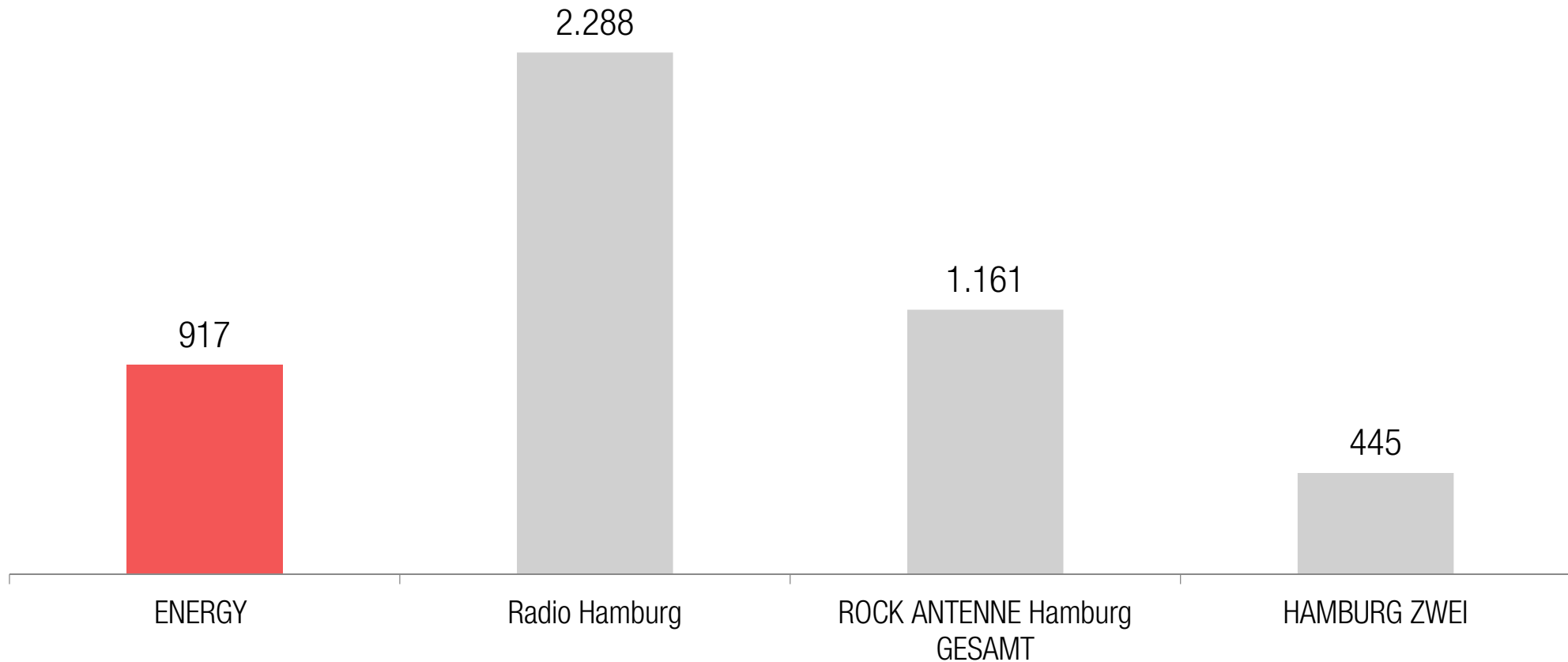
VuMA Touchpoints 2018, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt



WEITESTER HÖRERKREIS (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 14+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt, 14+



HIT MUSIC ONLY!

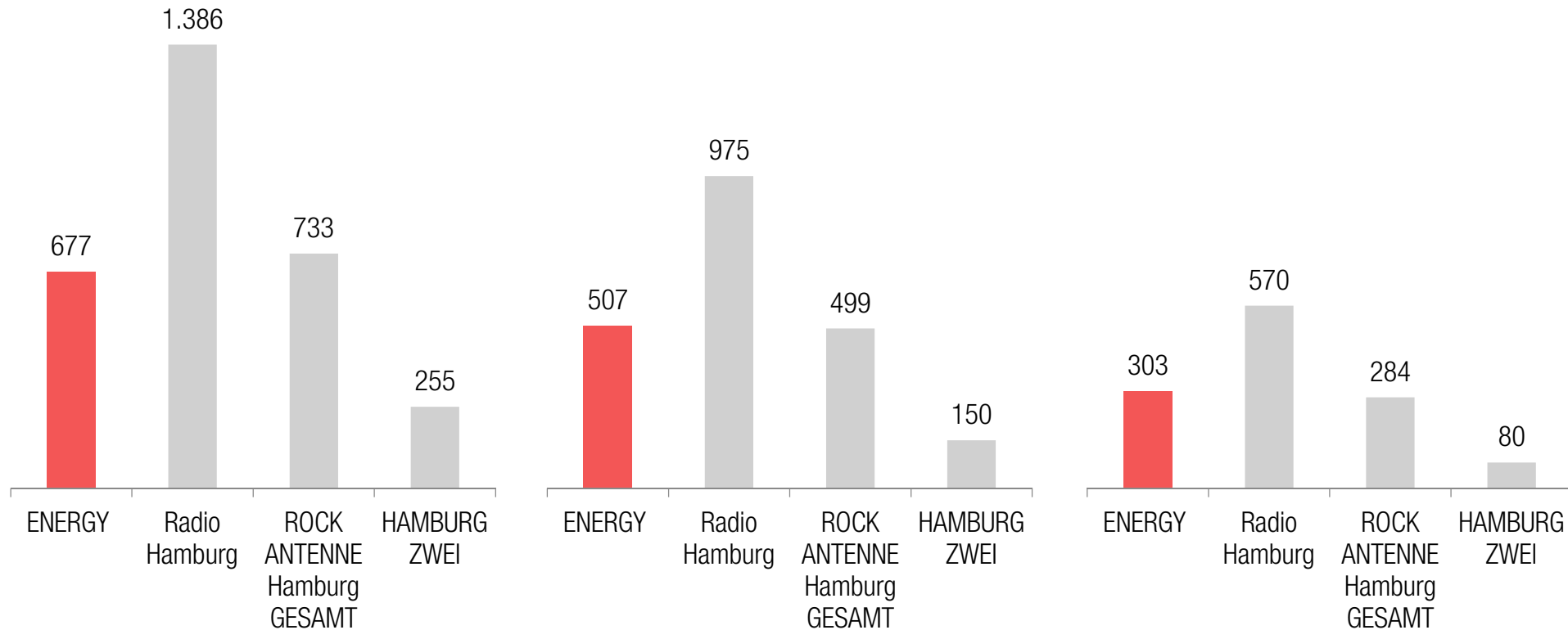
WEITESTER HÖRERKREIS (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 14-49 JAHRE

14-39 JAHRE,

14-29 JAHRE, IN TSD.



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt, 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre

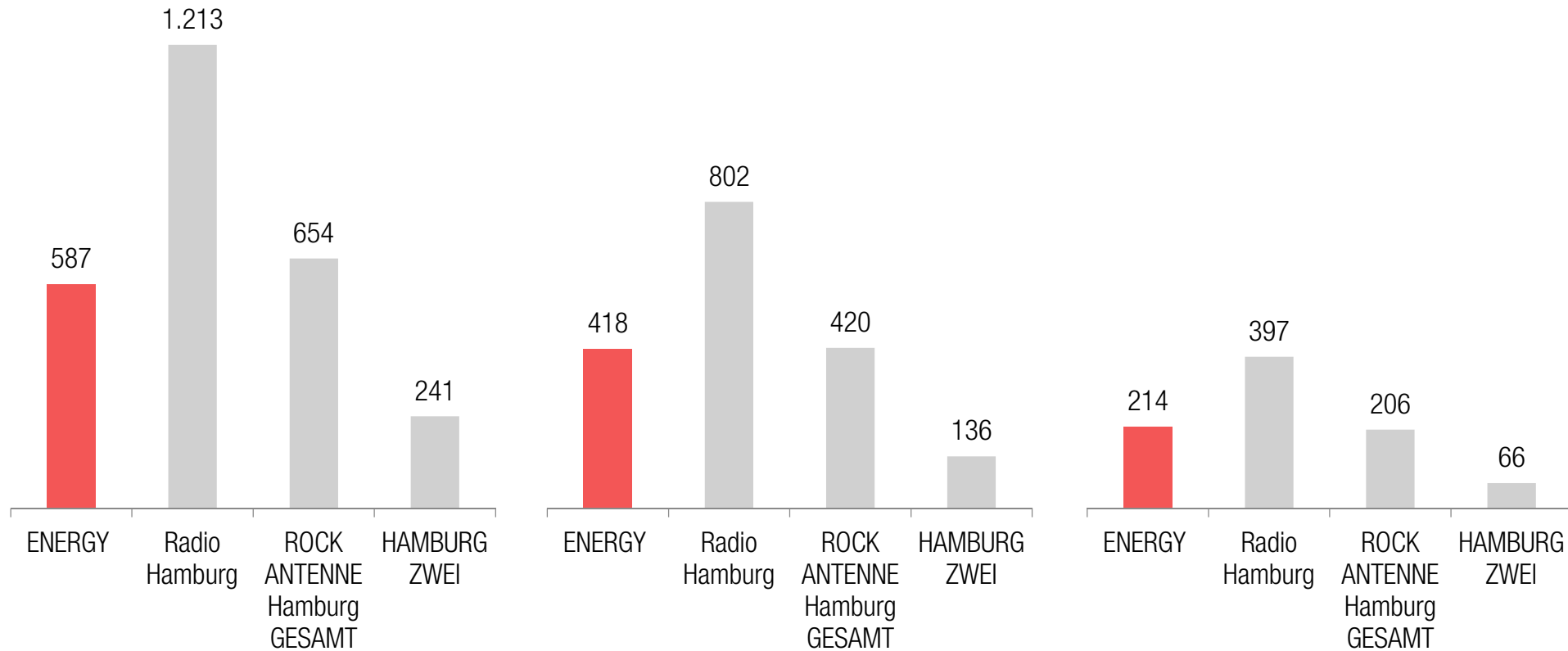
WEITESTER HÖRERKREIS (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 20-49 JAHRE

20-39 JAHRE,

20-29 JAHRE, IN TSD.



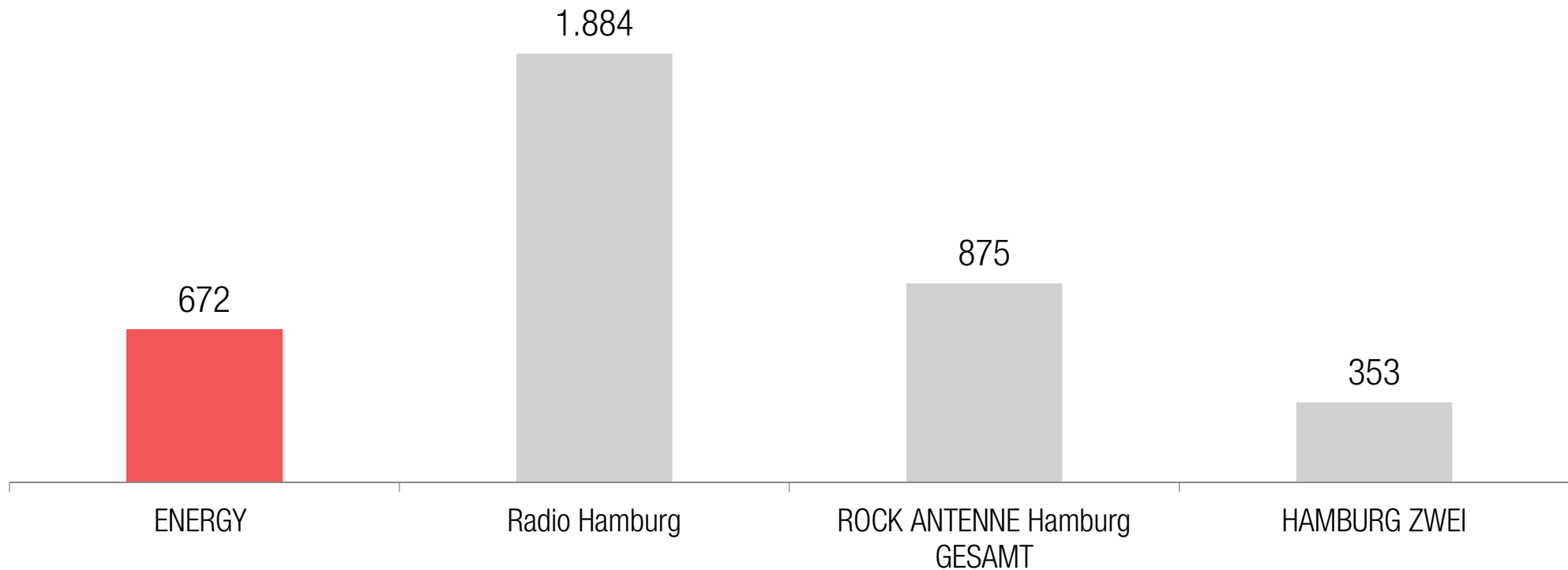
Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre



HÖRER PRO WOCHE (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 14+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: HPW (Mo. - So.), gesamt, 14+



HIT MUSIC ONLY !

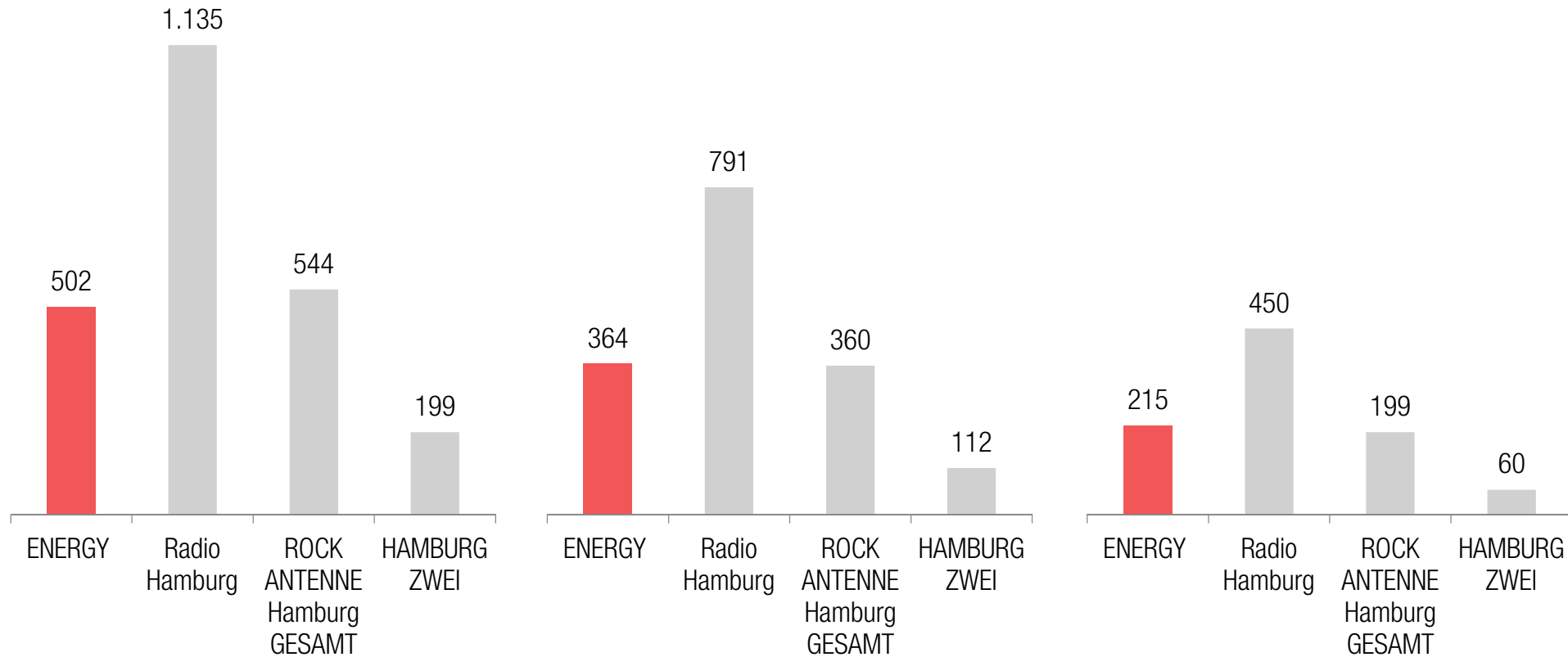
HÖRER PRO WOCHE (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 14-49 JAHRE

14-39 JAHRE,

14-29 JAHRE, IN TSD.



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: HPW (Mo. - So.), gesamt, 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre



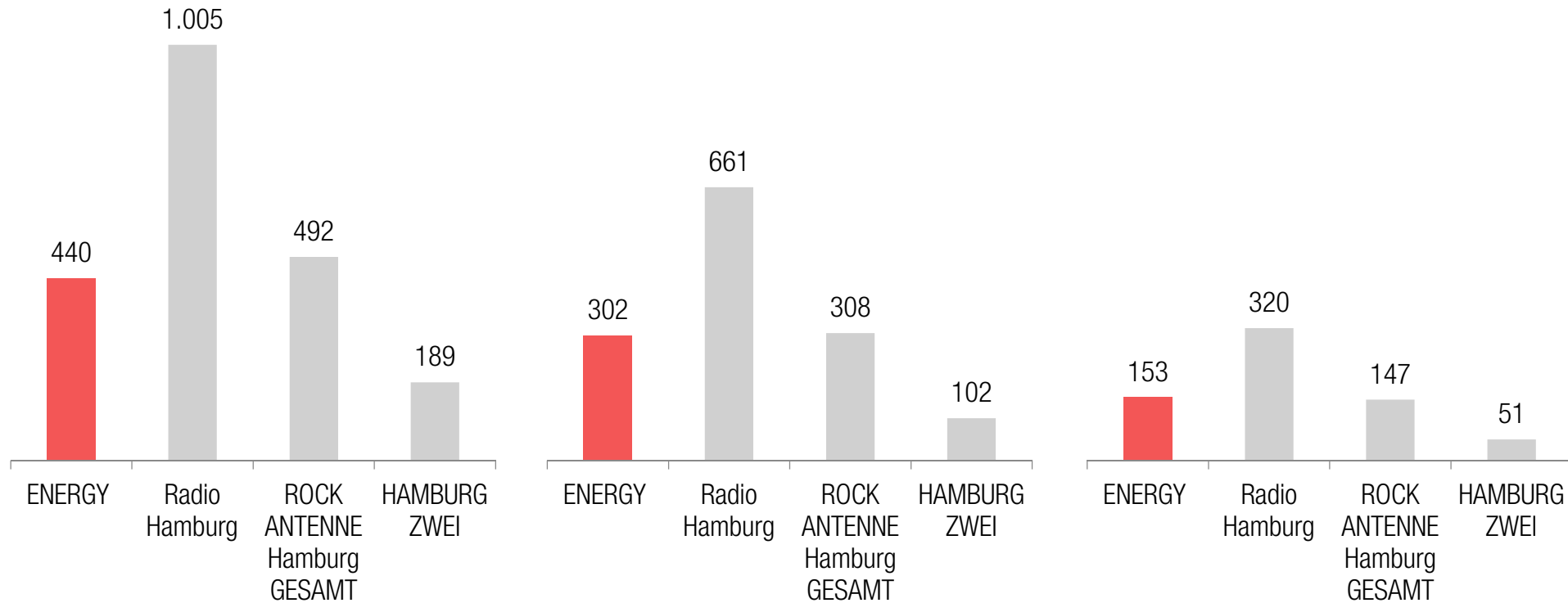
HÖRER PRO WOCHE (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 20-49 JAHRE

20-39 JAHRE,

20-29 JAHRE, IN TSD.



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre

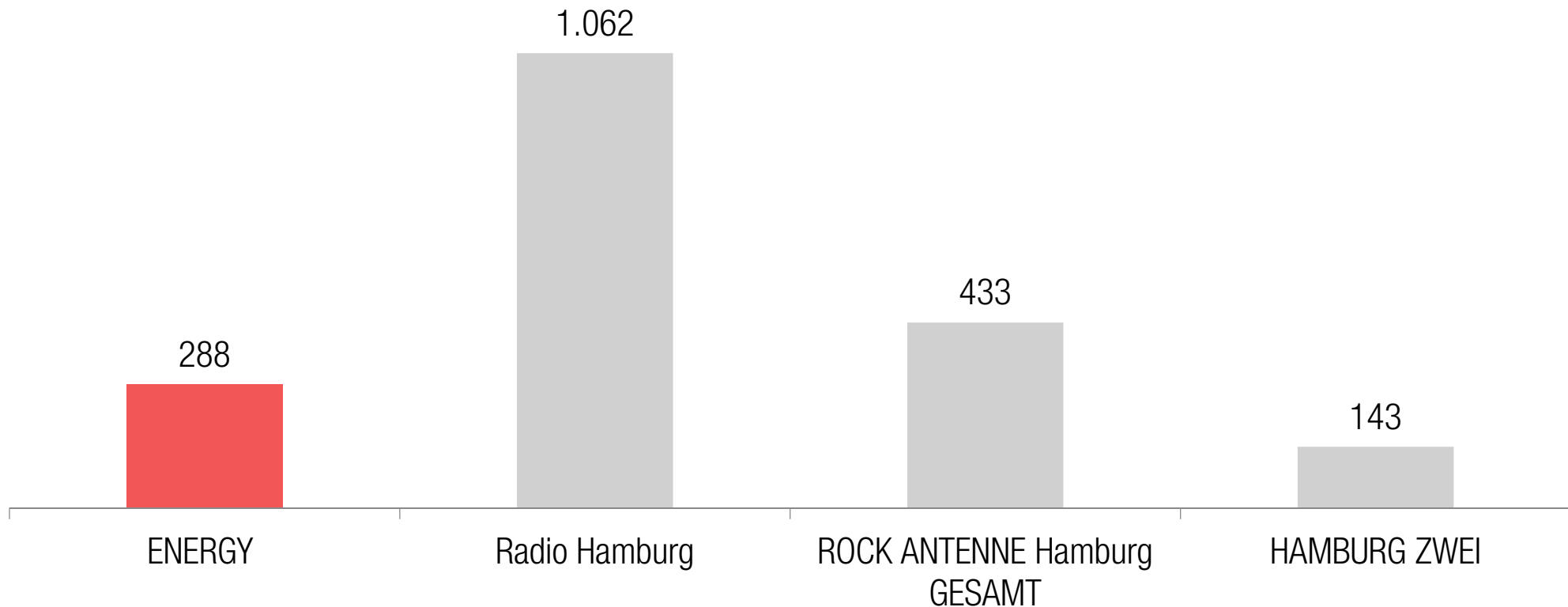


HIT MUSIC ONLY !

HÖRER PRO TAG (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 14+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 14+ Jahre,



HIT MUSIC ONLY !

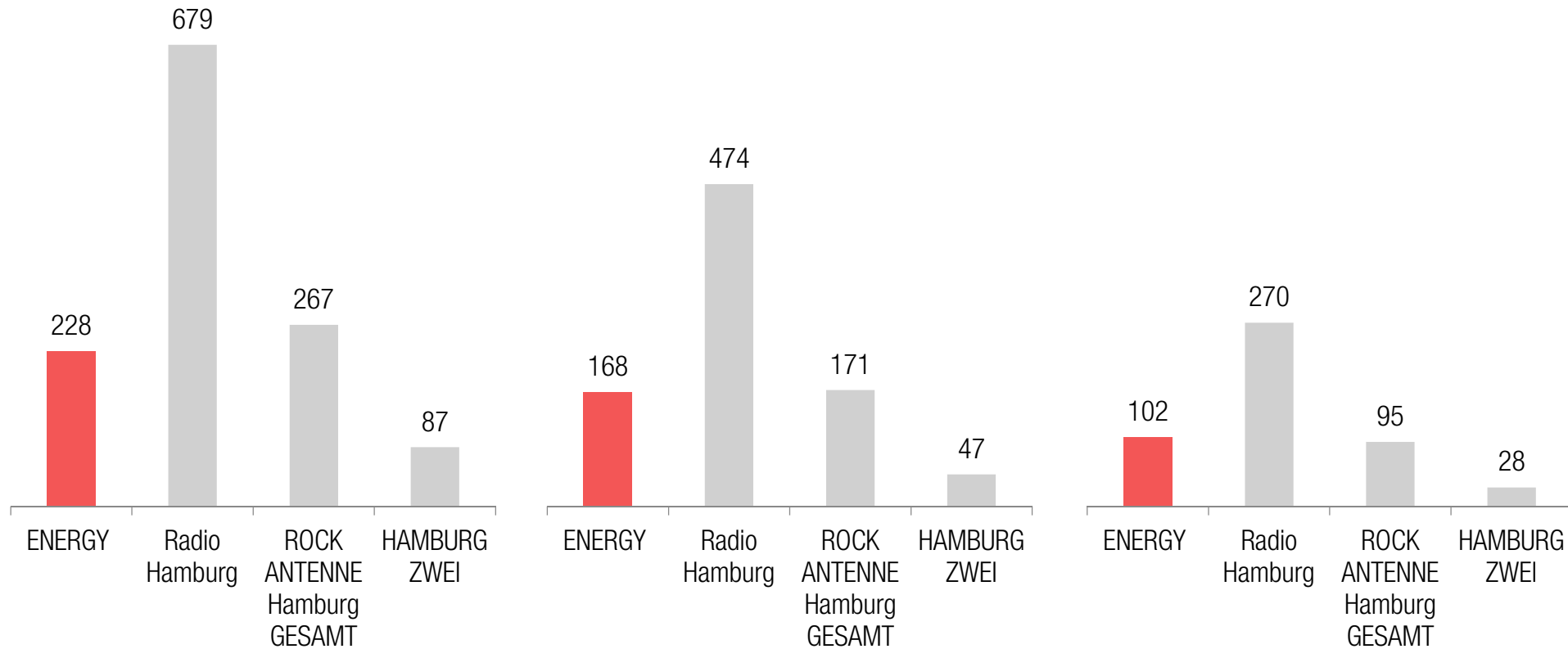
HÖRER PRO TAG (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 14-49 JAHRE

14-39 JAHRE,

14-29 JAHRE, IN TSD.



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 14 - 49 Jahre , 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre



HIT MUSIC ONLY !

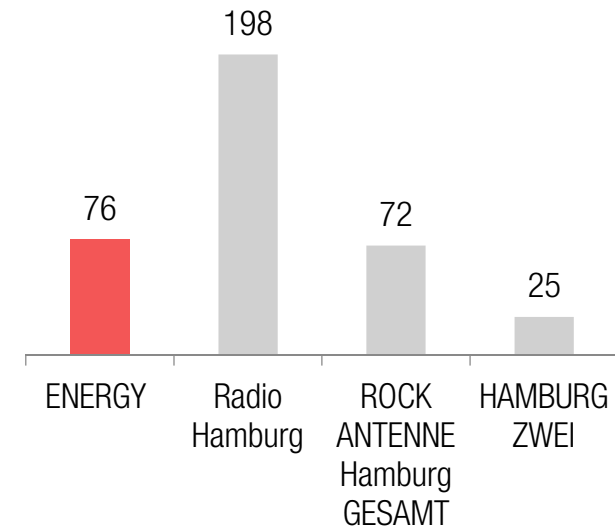
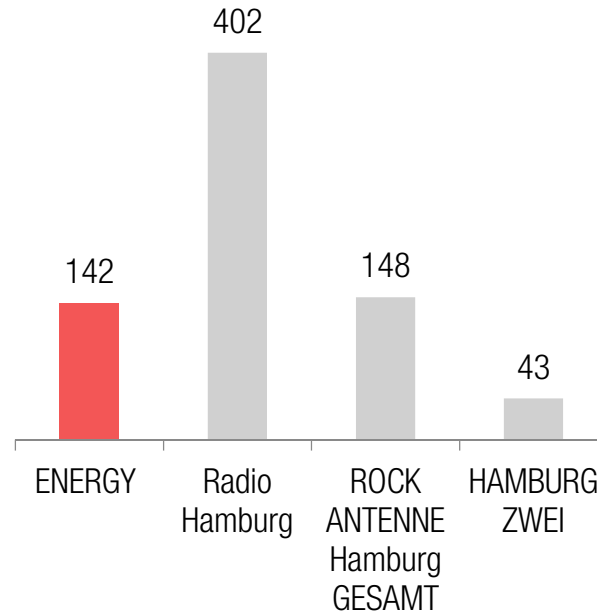
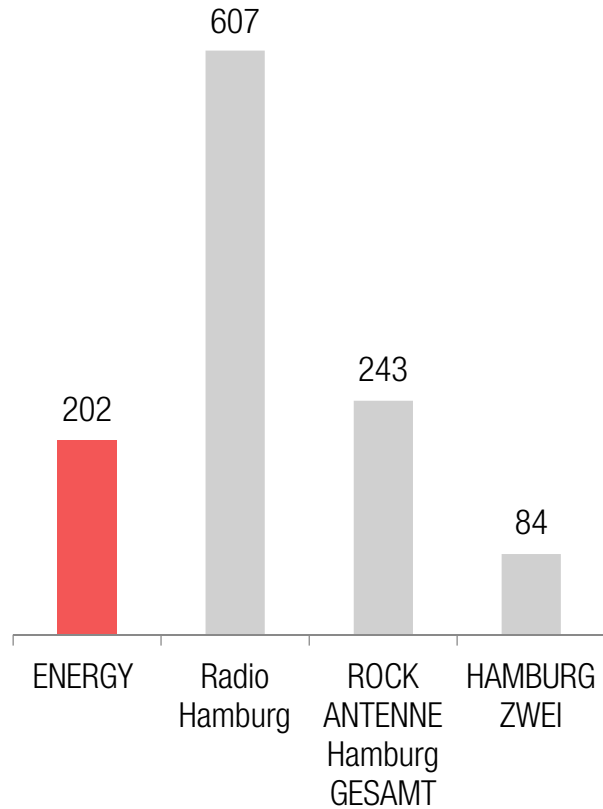
HÖRER PRO TAG (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 20-49 JAHRE

20-39 JAHRE,

20-29 JAHRE, IN TSD.



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre

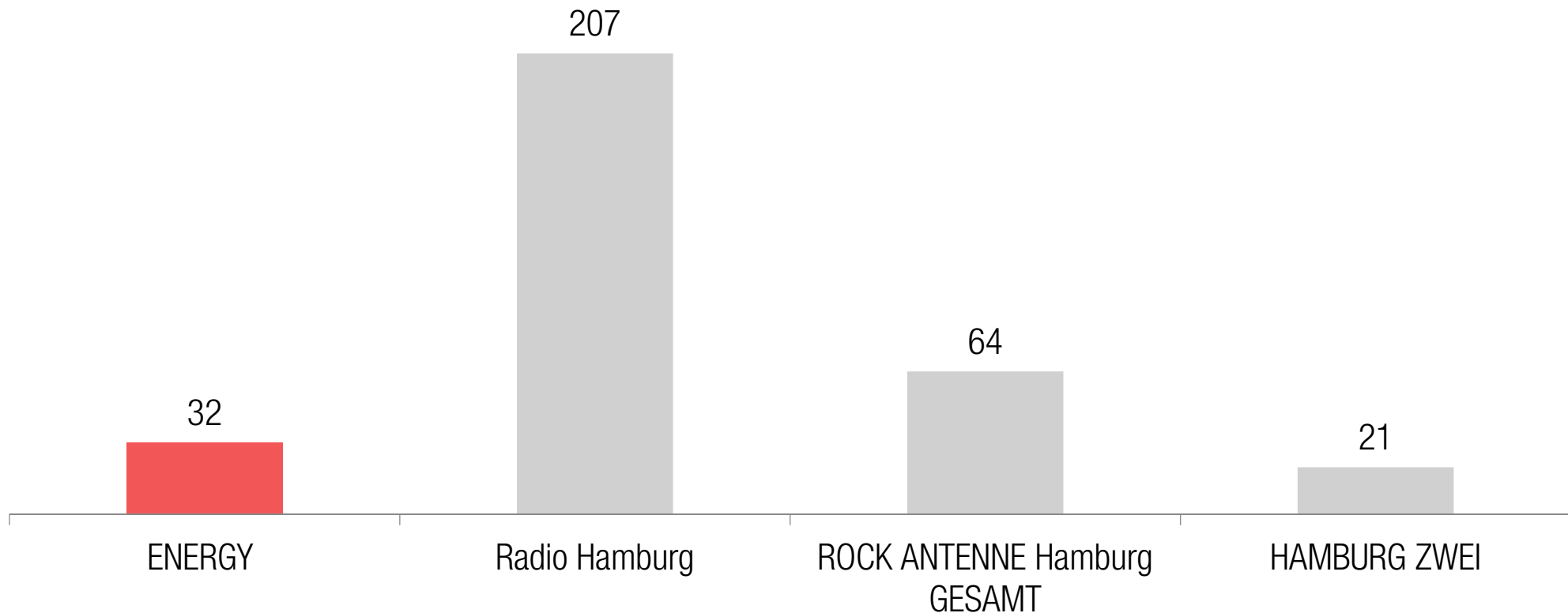


HIT MUSIC ONLY !

DURCHSCHNITTSTUNDE (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 14+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt, 14+ Jahre

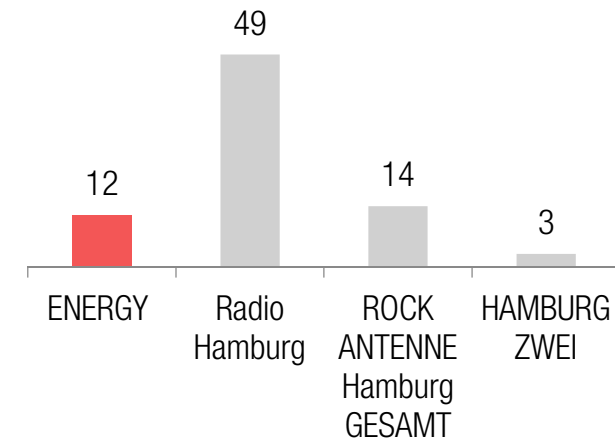
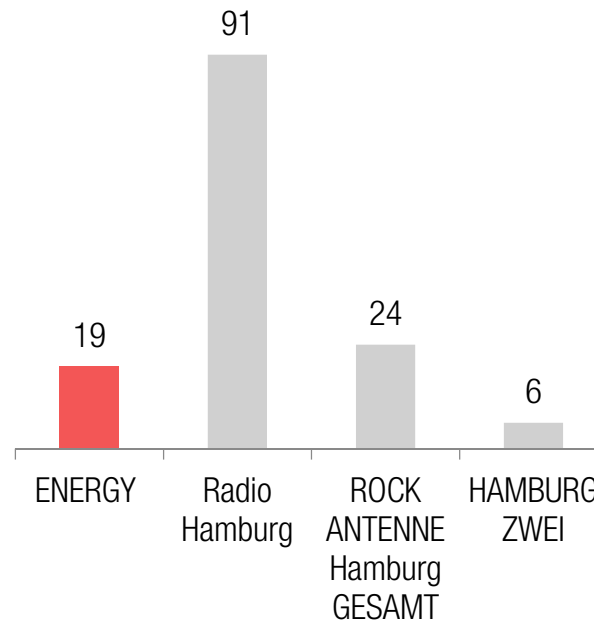
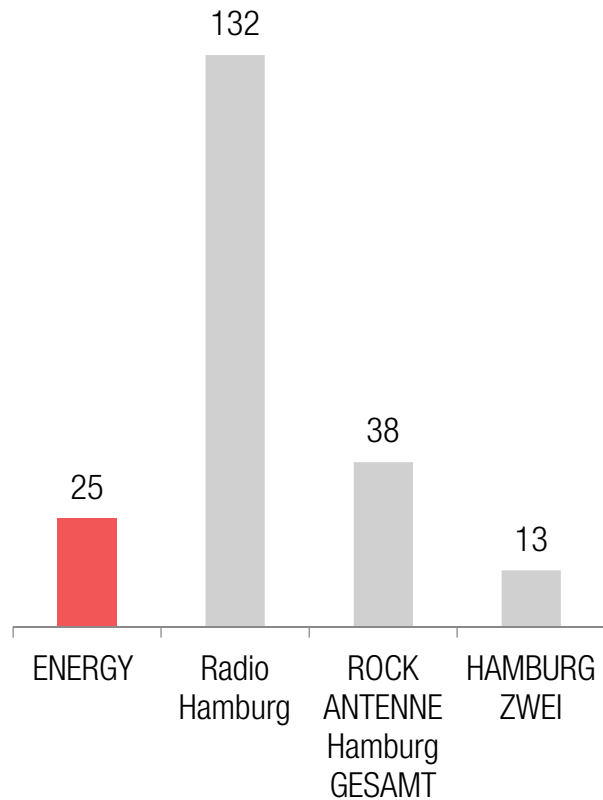
DURCHSCHNITTSTUNDE (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 14-49 JAHRE

14-39 JAHRE,

14-29 JAHRE, IN TSD.



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: DST (Mo. - Fr.), gesamt 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre

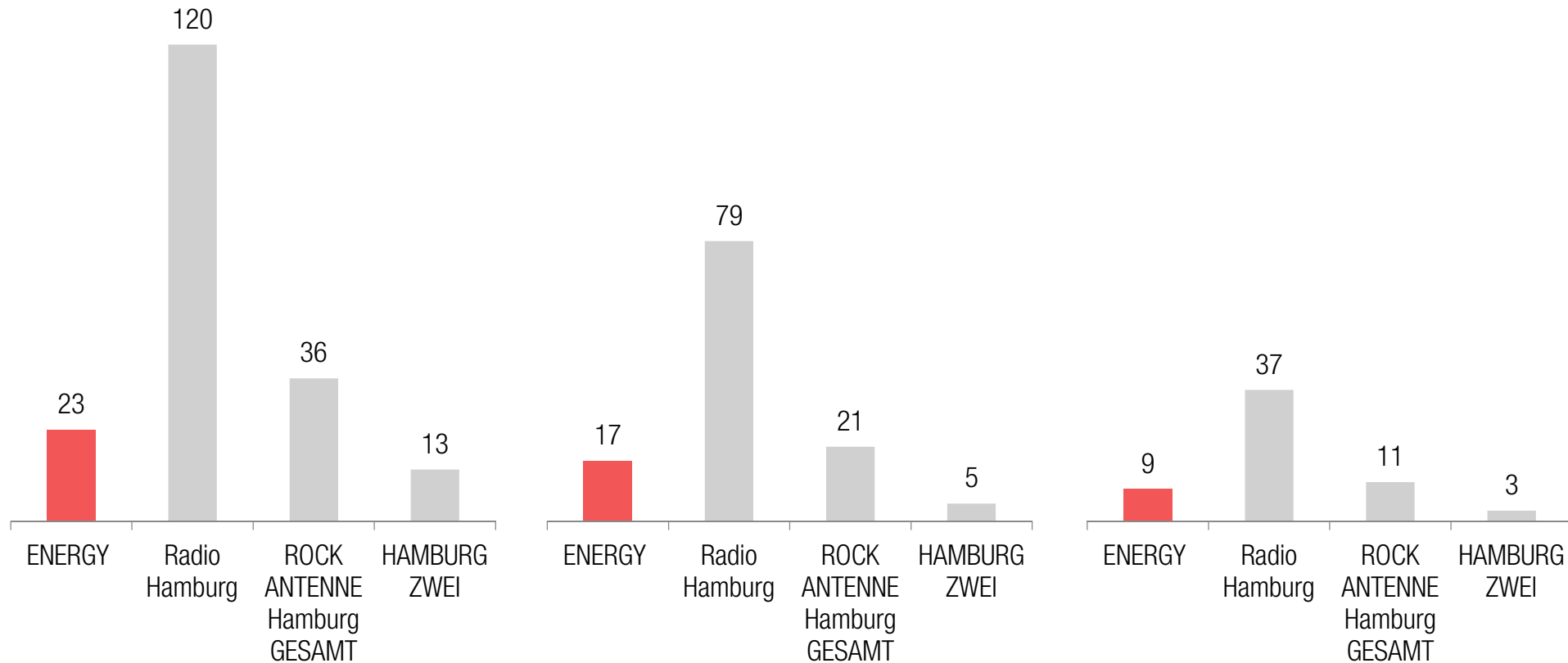
DURCHSCHNITTSTUNDE (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

GESAMT, 20-49 JAHRE

20-39 JAHRE,

20-29 JAHRE, IN TSD.



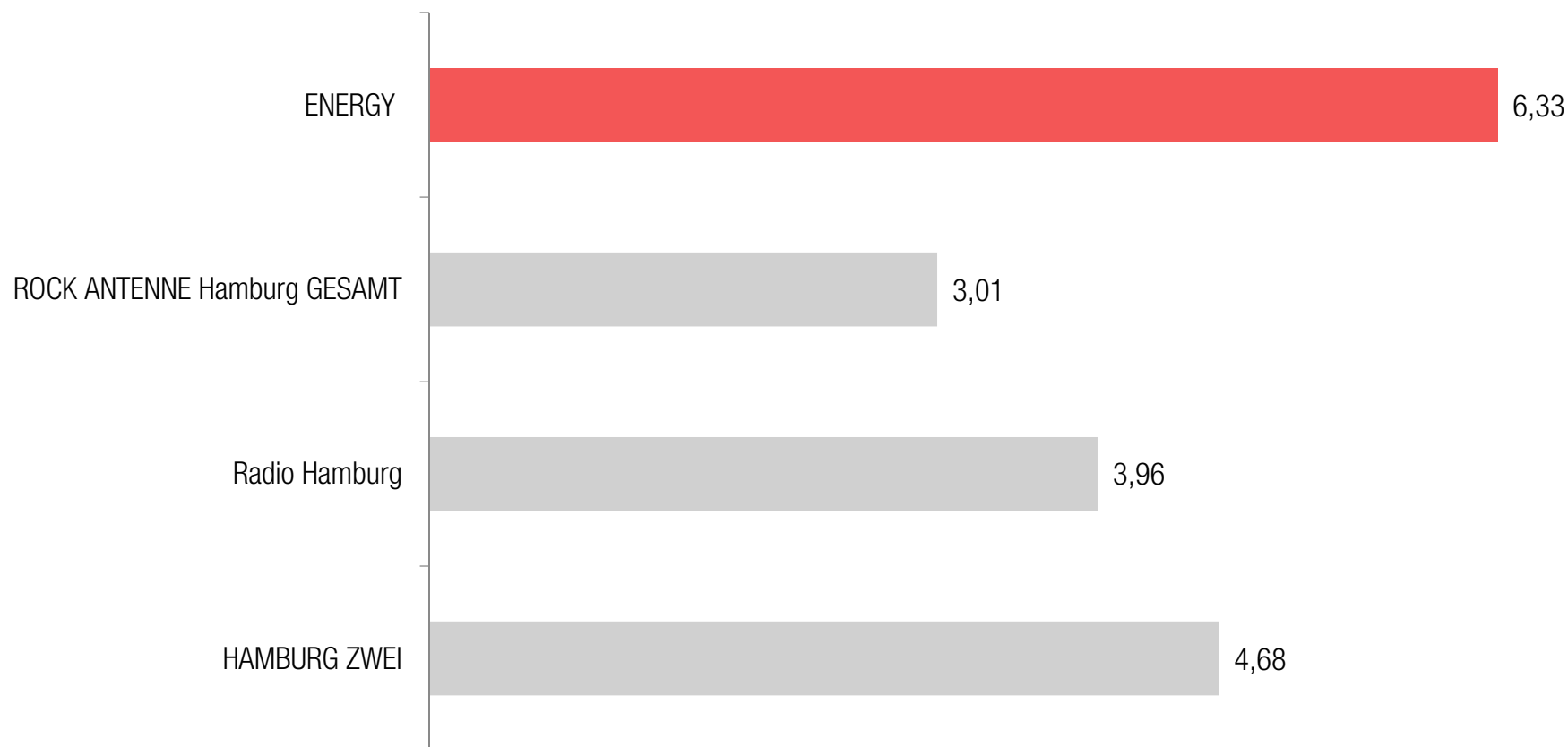
Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: DST (Mo. - Fr.), gesamt 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre



PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

TKP IN €, GESAMT, 14+ JAHRE



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt, Bruttopreise 2018

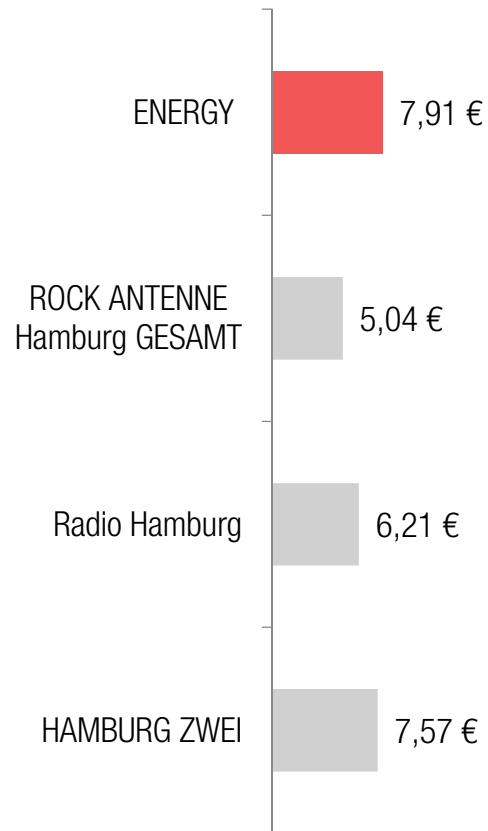


HIT MUSIC ONLY !

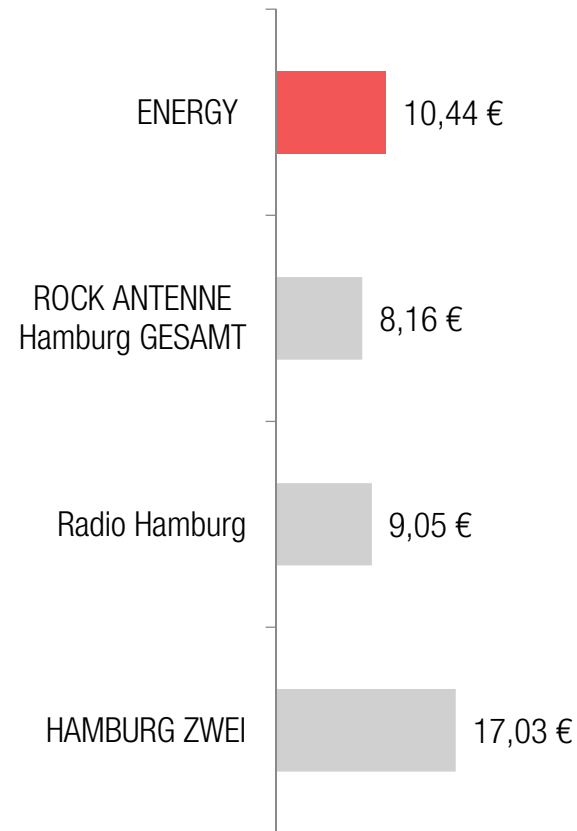
PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

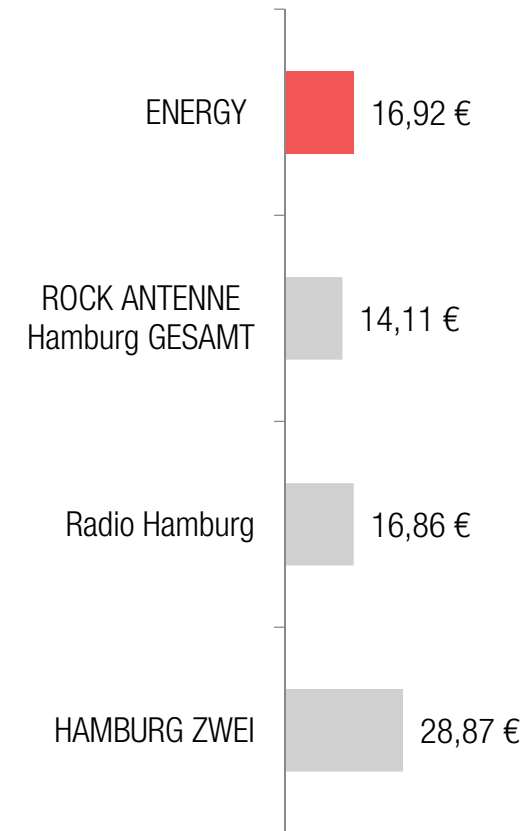
TKP, 14-49 JAHRE



14-39 JAHRE,



14-29 JAHRE, IN €

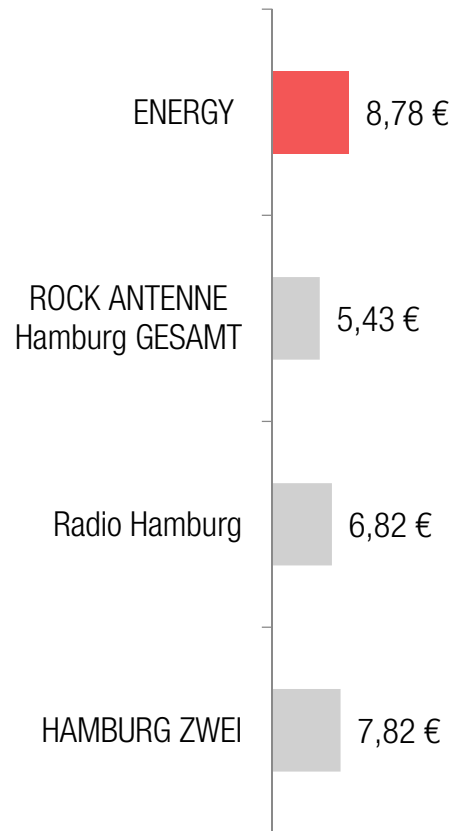


Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre, Bruttopreise 2018

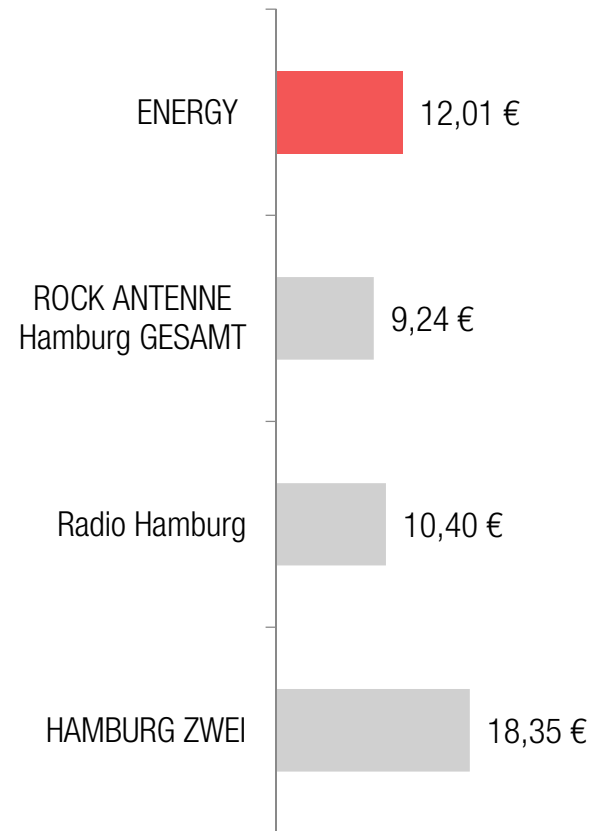
PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

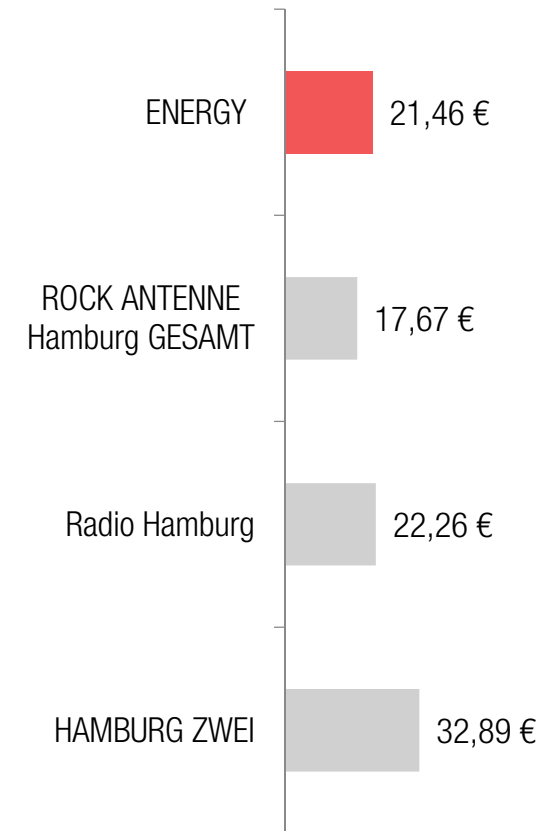
TKP, 20-49 JAHRE



20-39 JAHRE,



20-29 JAHRE, IN €

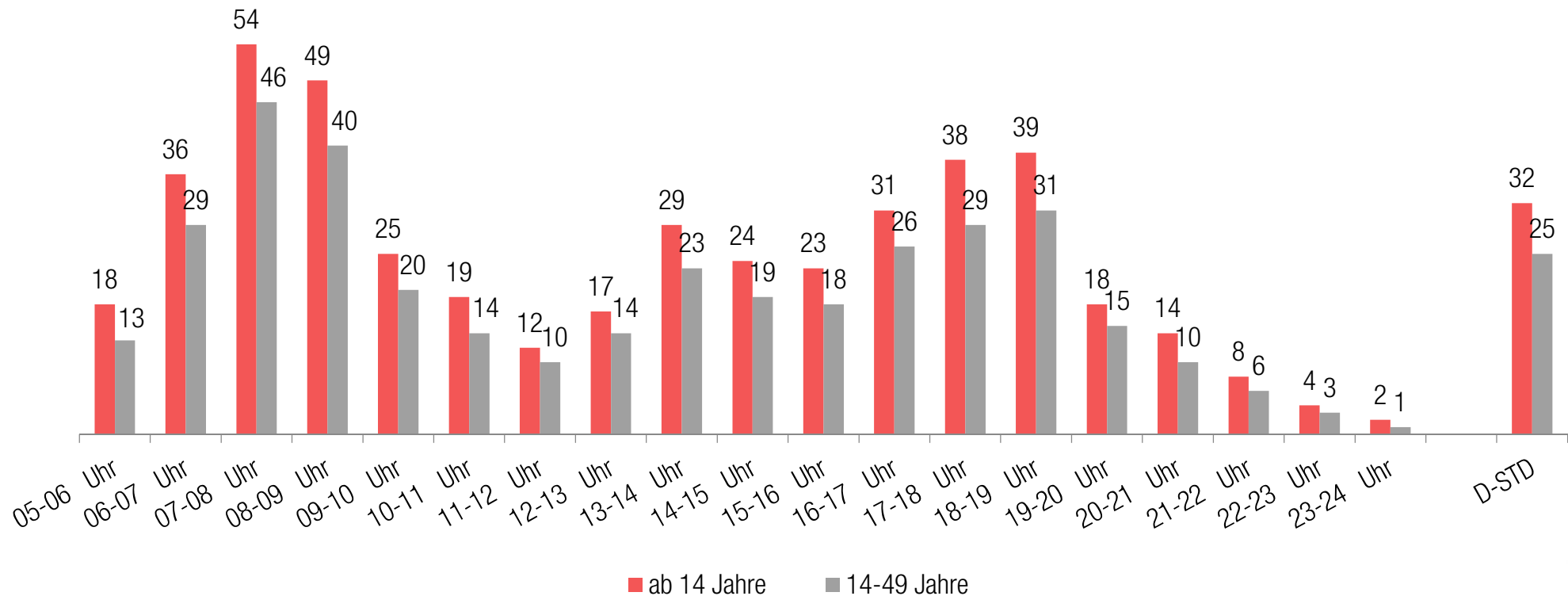


Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt, 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre. Bruttopreise 2018

TAGESVERLAUF (MO. - FR.)

ENERGY ERREICHT DEN GANZEN TAG DIE WERBERELEVANTE ZIELGRUPPE

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



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: DST(Mo. - Fr.), gesamt, 14+ Jahre, 14 - 49 Jahre



HIT MUSIC ONLY !

SOZIODEMOGRAFIE

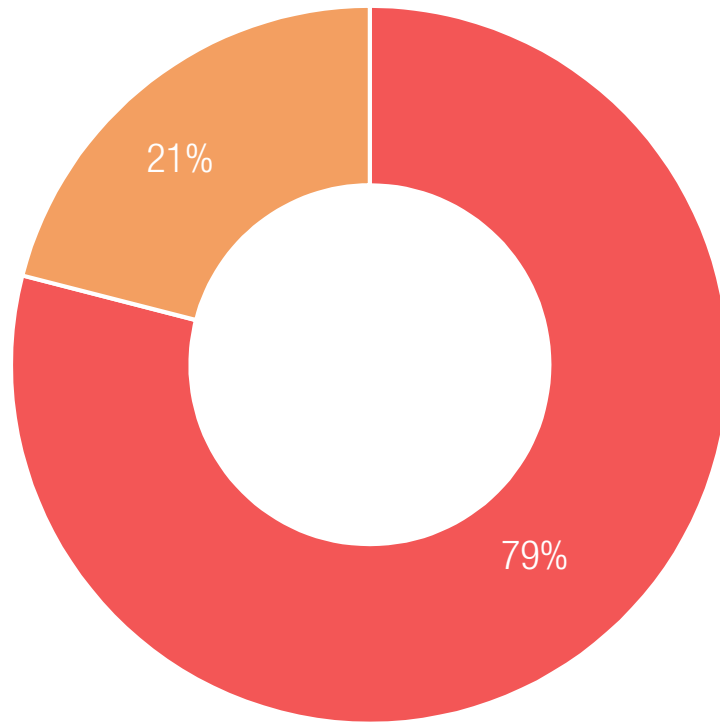


HIT MUSIC ONLY !

ALTERSGRUPPEN

DER GROSSTEIL DER ENERGY-HÖRER IST IN DER WERBERELEVANTEN ZIELGRUPPE

ANTEIL DER ALTERSGRUPPEN IN %



■ 14 - 49 Jahre

■ 50+ Jahre

Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 14 - 49 Jahre, 50+ Jahre



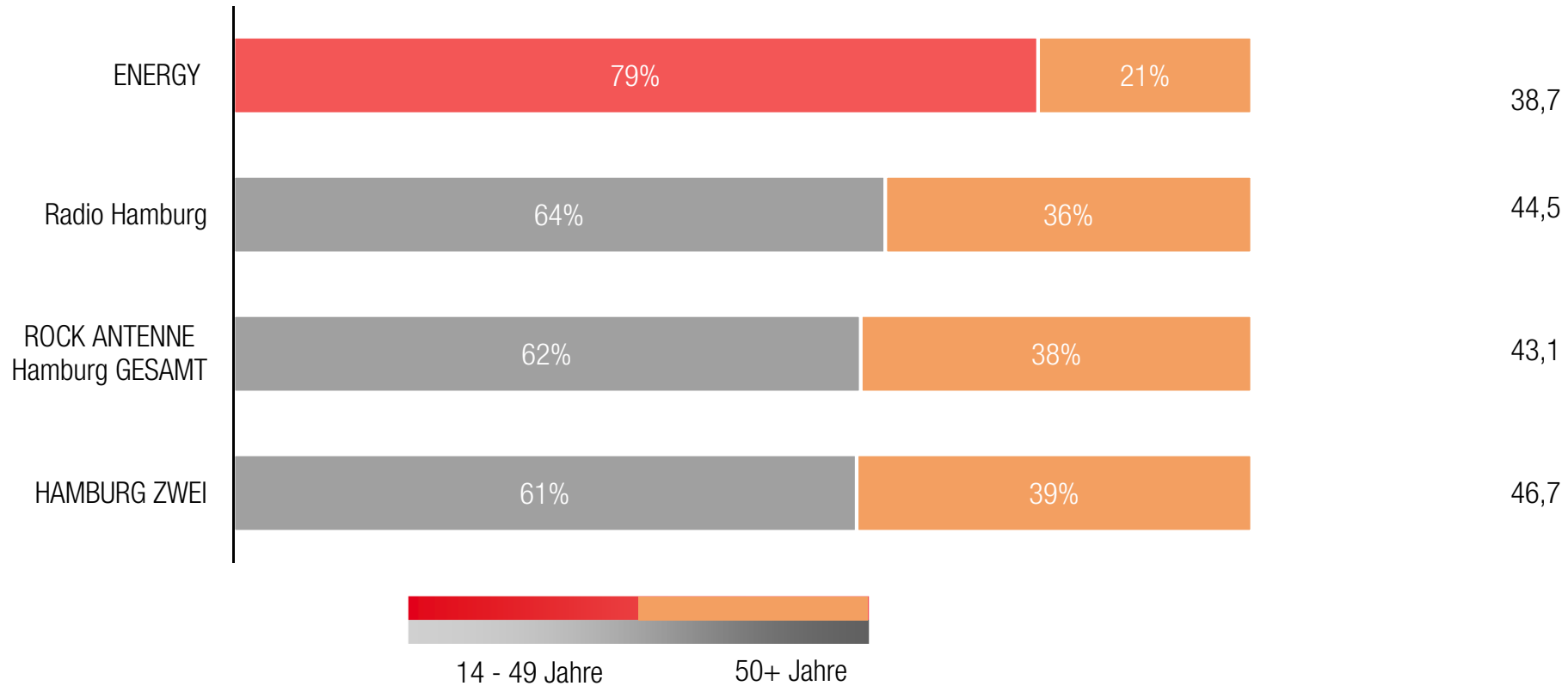
HIT MUSIC ONLY !

ALTERSGRUPPEN

DER GROSSTEIL DER ENERGY-HÖRER IST IN DER WERBERELEVANTEN ZIELGRUPPE

ANTEIL DER ALTERSGRUPPEN IN %

Ø-ALTER IN JAHRE*



Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 14 - 49 Jahre, 50+ Jahre

*Basis: WHK (Mo. - So.)

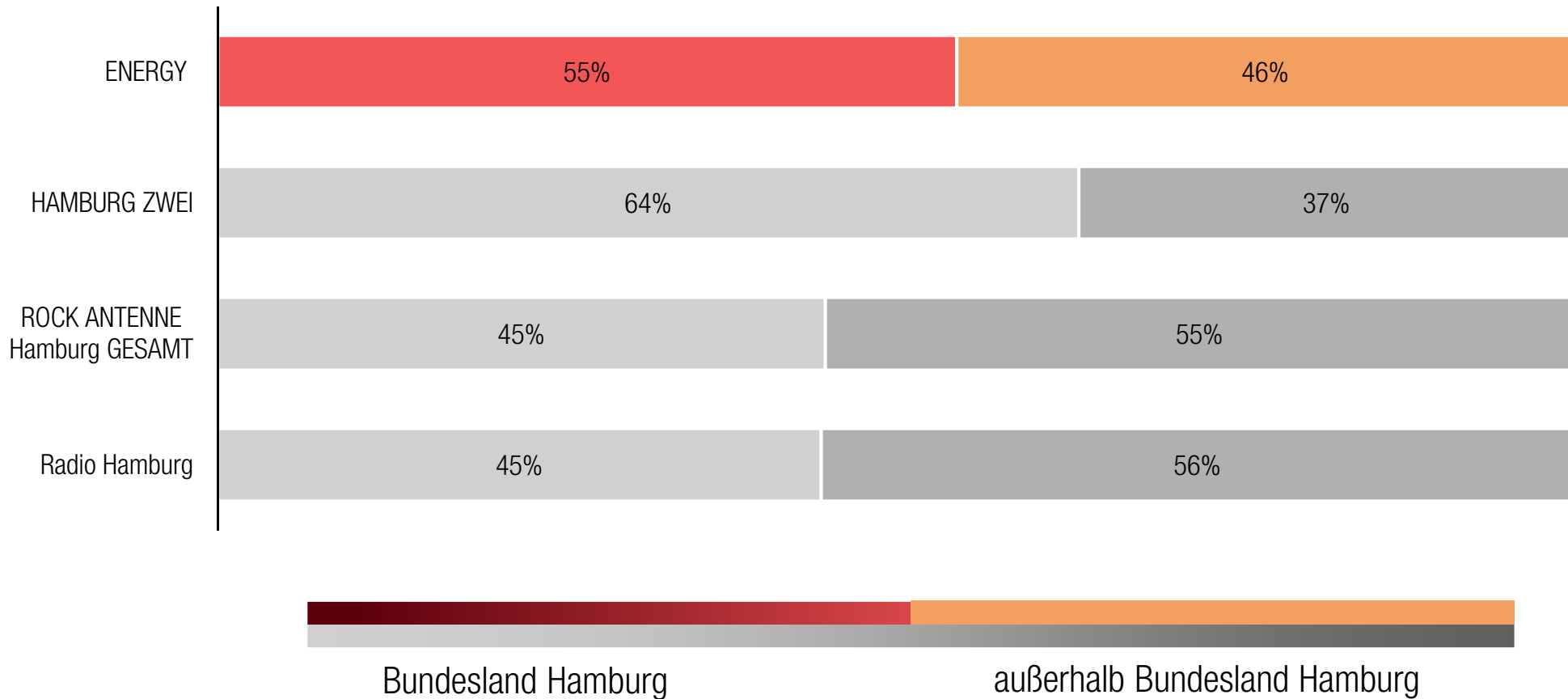


HIT MUSIC ONLY !

WOHNSITZ

FAST 2/3 DER ENERGY-HÖRER WOHNEN IN HAMBURG

ANTEIL AN DER HÖRERSCHAFT IN %, 14+ JAHRE

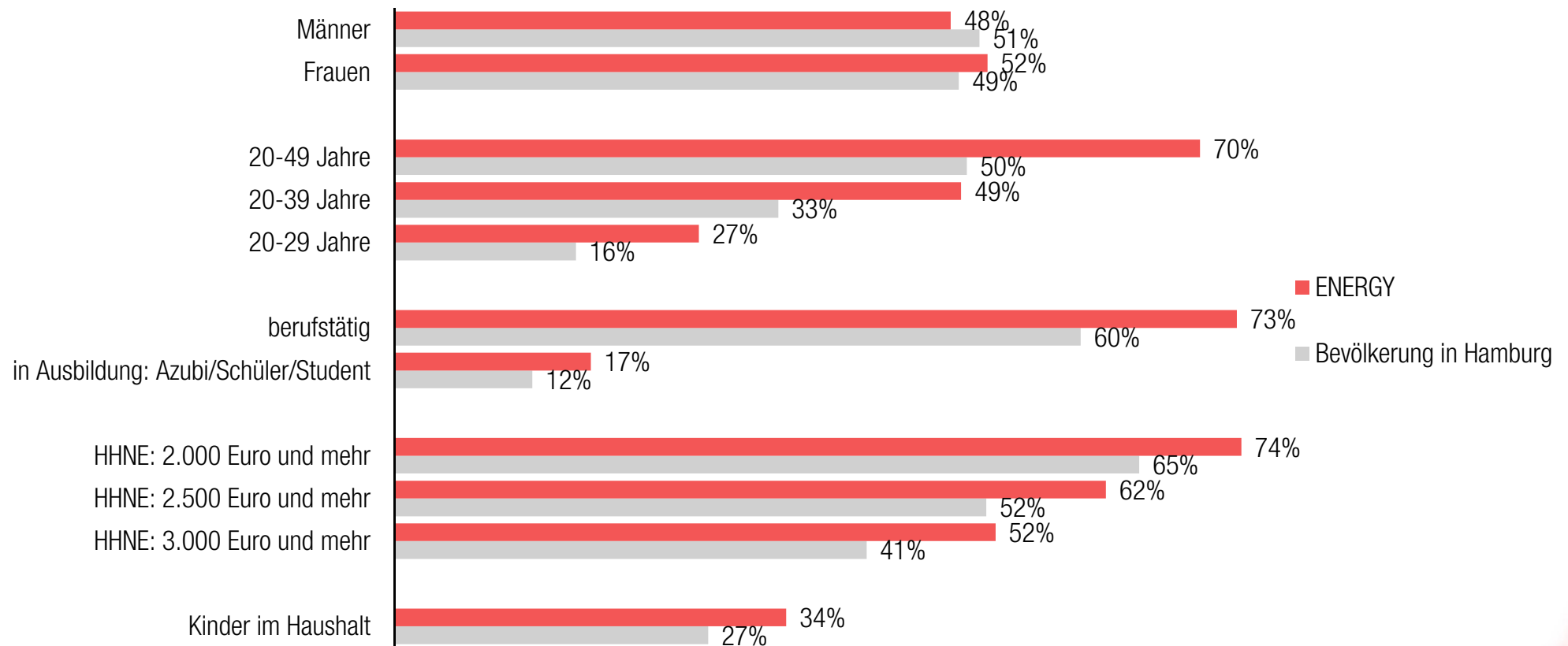


Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: HpT (Mo. - So.), Bundesland Hamburg, außerhalb Bundesland Hamburg, 14+ Jahre

SOZIODEMOGRAFIE

ENERGY-HÖRER SIND JUNG, AKTIV UND KAUFKRÄFTIG

ANTEIL DER MERKMALE IN %



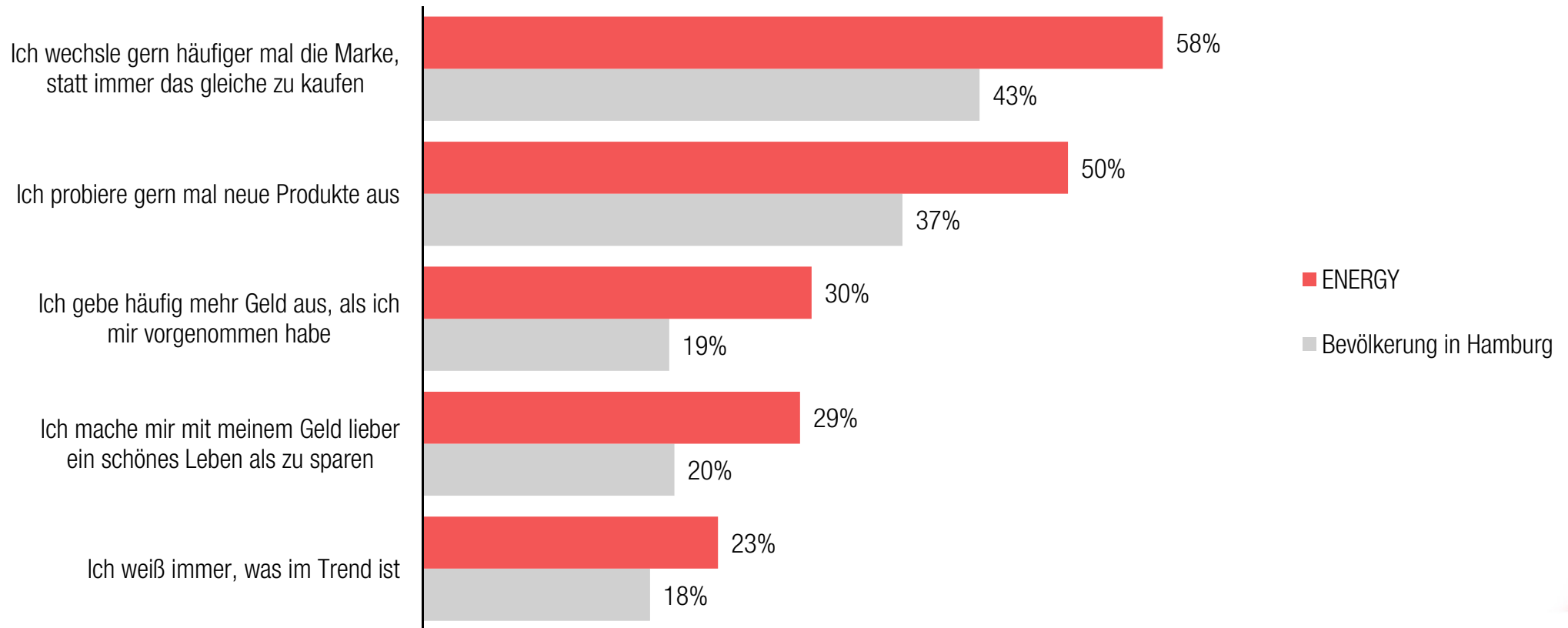
Quelle: ma 2018 Audio II, Basis: HpT (Mo. - Fr.),gesamt, Bundesland Hamburg



SHOPPING-AFFIN

ENERGY-HÖRER SIND KAUFLOUSTIG UND IMMER IM TREND

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



Quelle: VuMA Touchpoints 2018, Basis: HpT (Mo. - Fr.), Gesamt, 14+ Jahre



ENERGY IN HAMBURG 2018

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	5,00	150,00	1,00	30,00	1,00	30,00
7-8	15,00	450,00	2,00	60,00	1,00	30,00
8-9	12,00	360,00	2,00	60,00	2,00	60,00
9-10	6,00	180,00	4,00	120,00	4,00	120,00
10-11	6,00	180,00	5,00	150,00	5,00	150,00
11-12	4,00	120,00	4,00	120,00	5,00	150,00
12-13	6,00	180,00	2,00	60,00	2,00	60,00
13-14	6,00	180,00	2,00	60,00	2,00	60,00
14-15	5,00	150,00	2,00	60,00	2,00	60,00
15-16	6,00	180,00	2,00	60,00	2,00	60,00
16-17	5,00	150,00	2,00	60,00	2,00	60,00
17-18	4,00	120,00	2,00	60,00	2,00	60,00
18-19	4,00	120,00	2,00	60,00	2,00	60,00
19-20	3,00	90,00	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	6,67	200,00	2,50	75,00	2,50	75,00

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

- **ENERGY MEDIA GMBH**

Winterhuder Marktplatz 6-7

22299 Hamburg

www.energymedia.de



HIT MUSIC ONLY !