



ENERGY NRW ÜBER DAB+

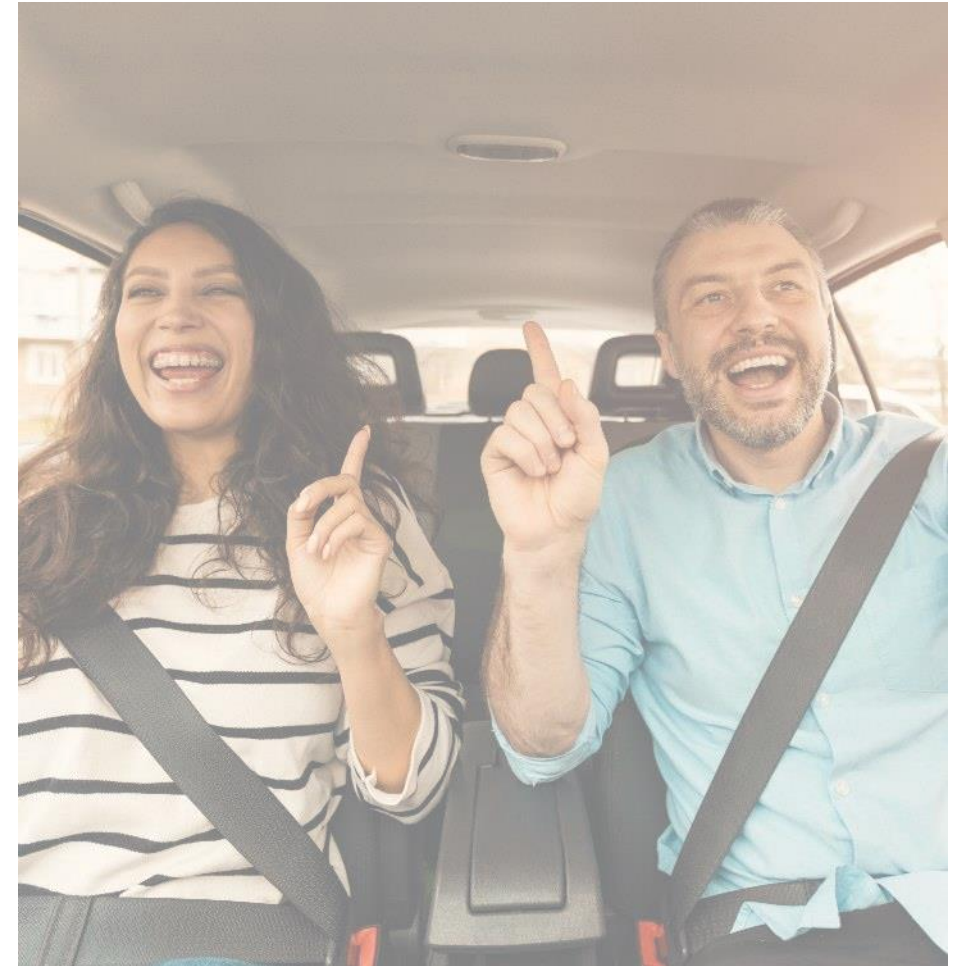
© **ENERGY MEDIA – MEDIA MARKETING**

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

AUDIO

IMMER DABEI & WIRKUNGSVOLL

- **Audio ist Massenmedium:** z.B. hören 72% der Deutschen (52 Mio.) täglich Radio und das durchschnittlich vier Stunden.¹ Kein anderes Medium wird länger genutzt.²
- **Radiohörer sind ihren Sendern treu:** Durchschnittlich werden nur 1,8 Sender gehört³.
- **Radio findet bei jungen Menschen Gehör:** 61 % der 14 bis 29-Jährigen hören täglich Radio.⁴
- **Werbung kommt an:** Audiohörer nutzen keinen Adblocker und nutzen die Werbepause nicht, um etwas anderes zu machen. Sie bleiben auch während der Werbung dran.
- **Immer und überall verfügbar:** Durch zahlreiche Ausspielwege und Aggregatoren (z.B. Handy, Tablet, Autoradio u.v.m.) ist Audio das mobilste Medium und somit in nahezu allen Lebenssituationen dabei.⁵
- **Begleiter im Alltag:** 74% der Hörer konsumieren Audio während ihrer täglichen Rituale. Wenn die Ohren offen sind und der Kopf aufnahmebereit ist, können Markenbotschaften am besten wahrgenommen werden.⁵
- **Konsumrelevante Touchpoints:** Audio wird den ganzen Tag über gehört, vor allem in konsumrelevanten Situationen und bietet den letzten Werbekontakt vor der Konsumententscheidung.



1) ma 2024 Audio II, Basis: TRW (Mo. – Fr.), VD (Mo. – So.), gesamt, 14+ Jahre, Radio gesamt

2) VuMA Touchpoints 2025, Basis: Dspr. 3-Monats-Onliner, gesamt, 14+ Jahre, tägl. Nutzung im Vergleich: Audio, TV linear, Social Media, Video (zeitversetzt), Print Offline, Print Online

3) ma 2024 Audio II, Hörer Gestern, Radio Gesamt, Mo. – Fr. ; 4) ma 2024 Audio II, Basis: TRW (Mo. – Fr.), 14 – 29 Jahre, Radio gesamt; 5) Audacy Rituals Survey durchgeführt von Alter Agents, Juli 2022;

AUDIO

EINFACH, SCHNELL & ZUKUNFTSFÄHIG

- **Audio aktiviert & verkauft:** Denn es ist das Abverkaufsmedium Nr. 1. Als letzter Werbekontakt vor dem Einkauf erhöht Audio die Produkterinnerung und setzt nachweisbare Kaufimpulse.¹
- **Audio ist schnell & flexibel:** Eine Audiokampagne lässt sich mit einem geringen Abwicklungs- und Planungsaufwand rasch umsetzen und ermöglicht, Marketingziele kurzfristig zu kommunizieren. In Zukunft noch schneller und direkt durch programmatisches Buchen.
- **Audio ist sehr kosteneffizient :** z.B. liegt der TKP von Radiowerbung bei ca. 4,08€ – im intermedialen Vergleich das günstigste Werbemedium.² Auch in der Werbemittelproduktion. Somit kann eine kurzfristige Steigerung des ROI generiert werden.
- **Audio-Werbung ist zukunftsfähig:** Veränderte Nutzungsgewohnheiten ermöglichen neue Werbeformen und Ausspielwege z.B. Online Audio, Podcast, Smart Speaker, App, In-Game Audio Ads, Dynamic Creative.
- **Audio pusht online** und erzielt eine Steigerung von durchschnittlich 43% des Marken-Webtraffics. Kampagnen mit klaren call to actions für Web oder App generieren fünfmal mehr Besuche oder einen höheren GRP³
- **Audio ist klimafreundlich:** Radio- bzw. Audiowerbung hat den geringsten CO₂-Ausstoß aller Medien, auch weil die Werbemittelproduktion absolut klimafreundlich ist.⁴



1) AS&S, RMS, 2020, ROI-Counter AUF www.audioeffekt.de; 2) Berechnung der Radiozentrale auf Basis der Leistungswerte 250 GRP, Radio, PZ, TZ, Plakat: ma 2021 Intermedia PLuS I. mds Online Planungstool
3) Radio to Web, Nielsen, TVTY, 2022; 4) Mediaplus, Green GRP-Rechner, Climatepartner über Radiozentrale.de und Funkhaus Halle

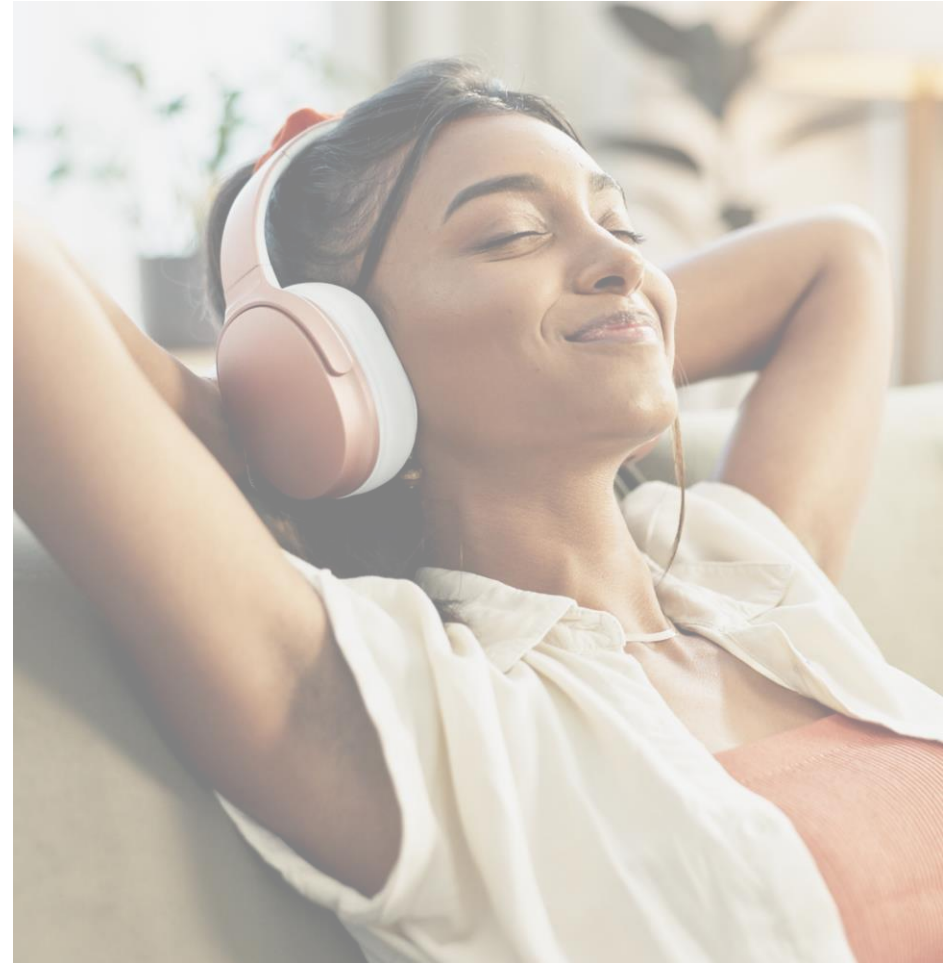
ENERGY-HÖRER

KAUFKRÄFTIGE RADIOHÖRER & KONSUMORIENTIERTE MARKENLIEBHABER

- Radio ist mit 85% das meistgenutzte Medium in der Woche bei den ENERGY-Hörern und knapp 1/3 nutzen bereits DAB+
- 41% der ENERGY-Hörer nutzen zur Primetime am Morgen das Radio im Vergleich zu 33% der Gesamtbevölkerung
- 51% der ENERGY-Hörer verfügen über ein monatliches HHNE von mehr als 4.000€ (Vergleich: 36% der Gesamtbevölkerung, 39% Hörer kommerzieller Radiosender*)
- Mit einem Ø-Alter von 37,6 Jahren zählen ENERGY-Hörer zur werberelevanten Zielgruppe (Vergleich Hörer kommerzieller Radiosender*: Ø-Alter 49,4 Jahre)

Ob Reisen, Mode oder Autos: ENERGY-Hörer haben deutlich höheres Interesse an Produkten und planen häufiger Käufe, Reisen oder Modernisierungen als die Gesamtbevölkerung und die Hörer von kommerziellen Radiosendern*.

- **Marken finden Gehör:** ENERGY-Hörer schätzen die Qualität von Markenartikeln
- **Elektrogeräte, Autos, Körperpflege und Mode** sind die beliebtesten Markenkategorien der ENERGY-Hörer
- **Offen für Neues:** 79% der ENERGY-Hörer probieren gerne neue Produkte aus
- **57% der ENERGY-Hörer** machen sich mit ihrem Geld lieber ein schönes Leben, anstatt es zu sparen, 49% der Gesamtbevölkerung teilen diese Einstellung



Quelle: VuMA Touchpoints 2025, Basis: HpT (Mo. – Fr.), Dspr. 3-Monats-Onliner, 14+ Jahre, ENERGY HIT MUSIC ONLY ! National; ma 2024 Audio II, Basis: HpT (Mo. – Fr.), gesamt, 14+ Jahre, ENERGY HIT MUSIC ONLY ! National
*Werbefunk gesamt

DIGITALRADIO IN NRW

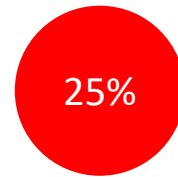
MEHR RADIO



DAB+ ist auch in NRW die **zweithäufigste** Radio-Empfangsart nach UKW



31% der Haushalte in NRW haben mindestens ein DAB+-Empfangsgerät



Weiter **steigender Anteil** digitaler Empfangsgeräte: Jedes **vierte** Radiogerät empfängt **digital**.



digitale Übertragungstechnik sorgt für **rauschfreien** Radiogenuss in HD-Tonqualität



kostenlos ohne Internetverbindung oder Datenvolumen

ENERGY IN NRW ÜBER DAB+

ÜBERBLICK

PROGRAMM

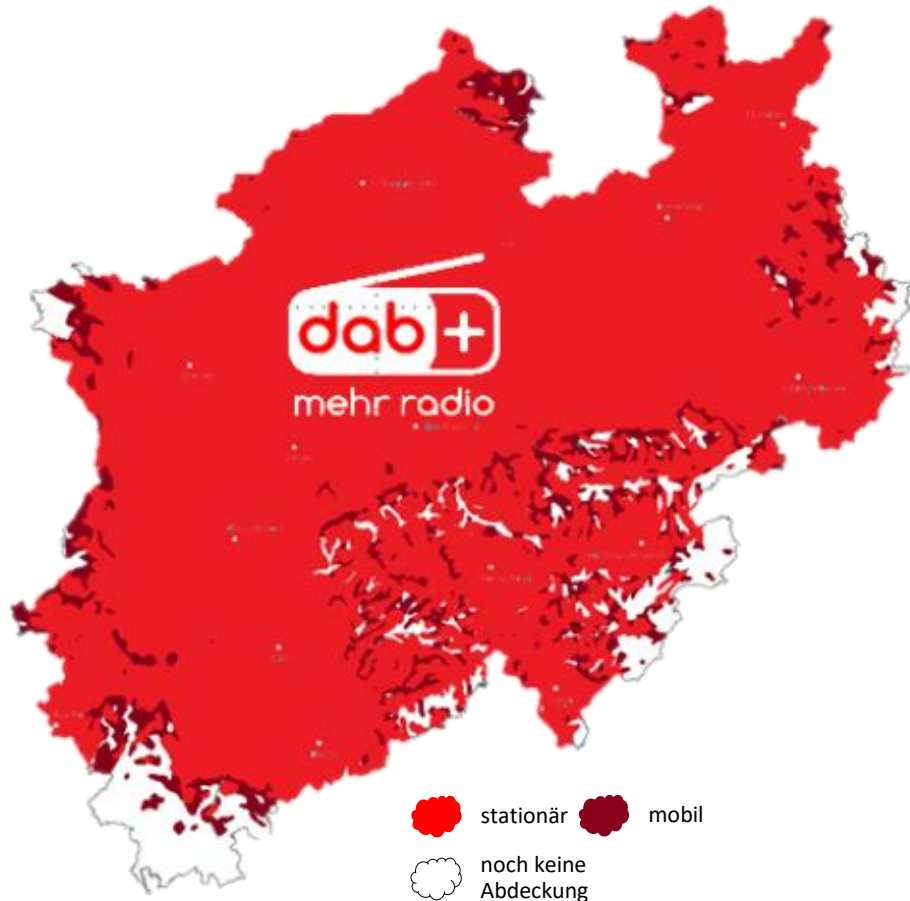
Format: CHR
Zielgruppe: 14 – 39 Jahre

17 SENDERSTANDORTE

Mobil: 93% der Bevölkerung
Stationär: 89% der Bevölkerung
Autobahn: 98%

PREIS

Ø-Preis (Mo.– Fr.): 270,00€*



FAKTEN

- 31% der Haushalte in NRW haben mindestens ein DAB+-Empfangsgerät
- Bevorzugte Hörfunknutzung verschiebt sich deutlich Richtung digital

VORTEILE

- Maximale Flexibilität: Einzelbelegung für landesweite Werbemaßnahmen oder perfekte Ergänzung für nationale Kampagnen
- nahezu flächendeckende Verfügbarkeit des landesweiten Programms
- Markenbekanntheit durch nationalen Sender

Quelle: <http://www.digitalradio-in-deutschland.de/nordrhein-westfalen/>
*Ø-Preis 2025 (Mo. - Fr., 6 - 18 Uhr, 30 Sek.)

ENERGY IN NRW ÜBER DAB+

MODERIERTES VOLLPROGRAMM MIT NEWS, SERVICE & ENTERTAINMENT

UHRZEIT	MONTAG-FREITAG	SAMSTAG	SONNTAG
5	ENERGY Am Morgen	HIT MUSIC ONLY !	HIT MUSIC ONLY !
6		ENERGY Am Wochenende	HIT MUSIC ONLY !
7			
8	ENERGY Am Vormittag	ENERGY Am Wochenende	ENERGY Am Wochenende
9		EURO HOT 30	
10		ENERGY Am Wochenende	
11	ENERGY Am Nachmittag	EURO HOT 30	EURO HOT 30
12		ENERGY Am Wochenende	
13		ENERGY Am Wochenende	
14	ENERGY Am Wochenende	ENERGY Am Wochenende	EURO HOT 30
15		ENERGY Am Wochenende	
16		ENERGY Am Wochenende	
17	ENERGY Am Wochenende	ENERGY Am Wochenende	HIT MUSIC ONLY !
18		ENERGY Am Wochenende	
19		ENERGY Am Wochenende	
20	ENERGY FEIERABEND*	ENERGY Extravadance Charts	HIT MUSIC ONLY !
21		ENERGY Extravadance*	
22		ENERGY Extravadance*	
23	HIT MUSIC ONLY !	ENERGY Extravadance*	HIT MUSIC ONLY !
0		ENERGY Extravadance*	
1		ENERGY Extravadance*	
2	HIT MUSIC ONLY !	ENERGY Extravadance*	HIT MUSIC ONLY !
3		ENERGY Extravadance*	
4		ENERGY Extravadance*	



ENERGY IN NRW ÜBER DAB+

WERBEMÖGLICHKEITEN

KLASSISCH

- Funkspots
- Single Spots

SPONSORING

- Sendungs-Sponsoring
- Benchmark-Sponsoring
- Wetter-Sponsoring

SPECIAL OPERATION

Crossmedia-Gewinnspiele on air / online
Produktvorstellung on air
Infomercials
weitere vielfältige Möglichkeiten

KOMBINATIONEN

ENERGY HIT MUSIC ONLY! National



Hamburg, Berlin, Nürnberg, München,
Stuttgart, NRW (DAB+), National (DAB+)

ENERGY CITY KOMBI



Hamburg, Berlin, Nürnberg, München,
NRW (DAB+), National (DAB+)

ENERGY HIT MUSIC ONLY! Plus



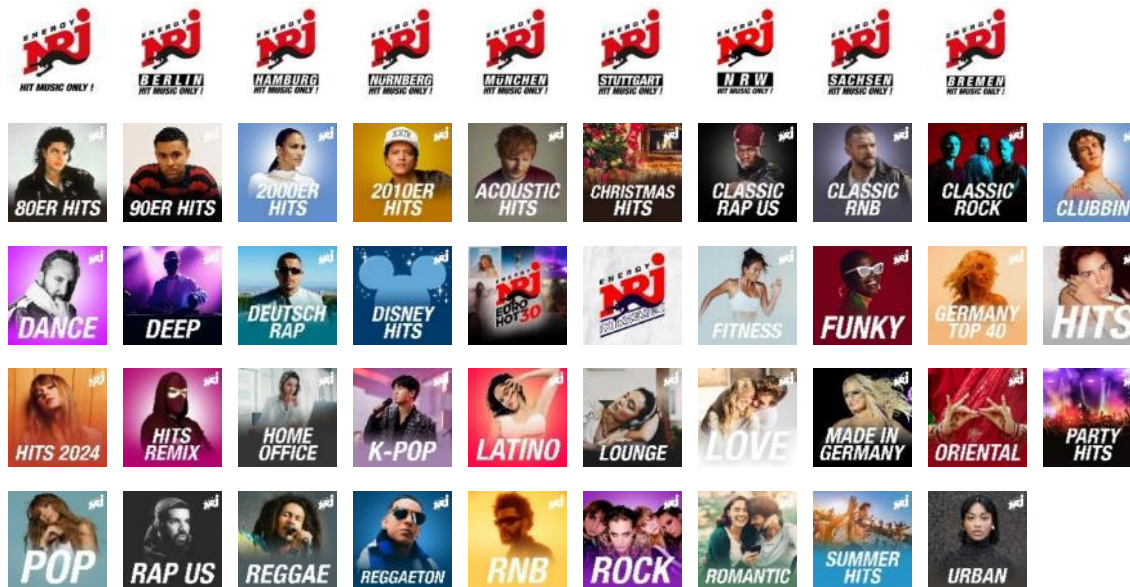
Hamburg, Berlin, Nürnberg, München,
Stuttgart, NRW (DAB+), National (DAB+)



ONLINE AUDIO

MAXIMALE VIELFALT MIT UNSEREN STREAMS UND PODCASTS

9 LIVESTREAMS UND ÜBER 30 GENRESTREAMS



14 ENERGY PODCASTS



Alle Streams und Podcasts auch jederzeit mobil abrufbar über die ENERGY App!

*Separate Vermarktung für ENERGY Sachsen und ENERGY Bremen

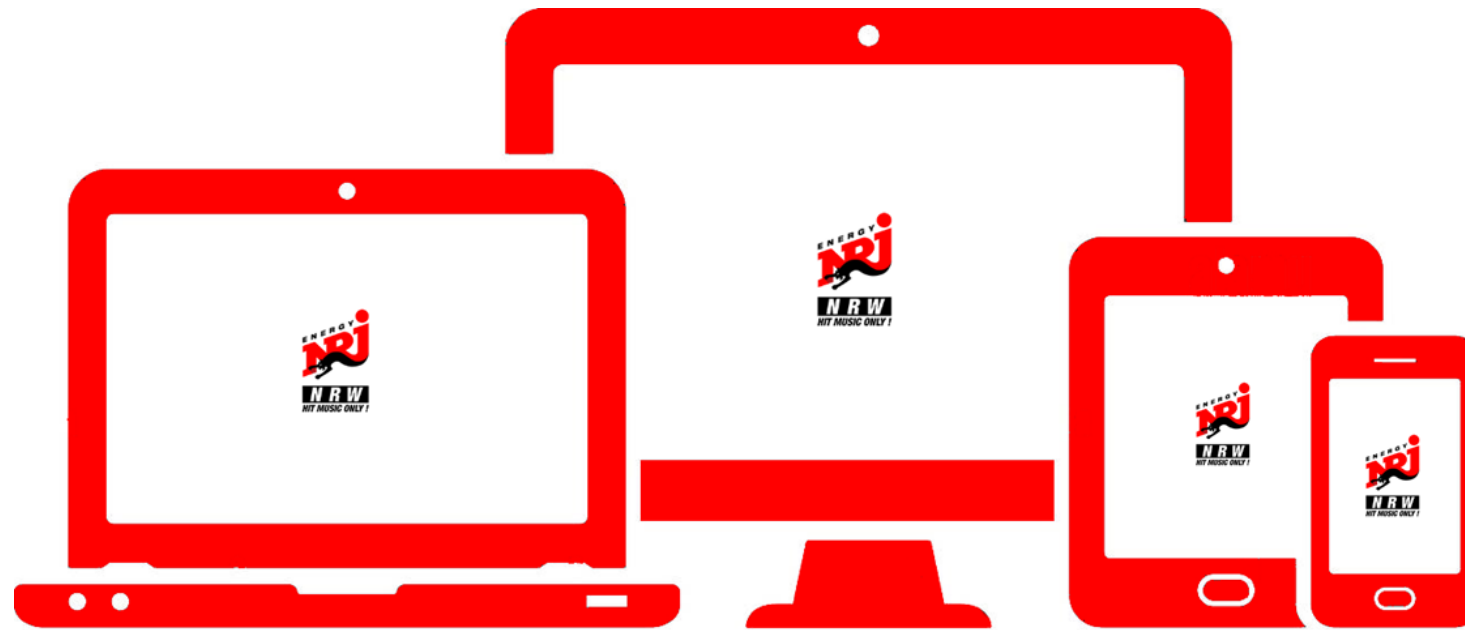
© ENERGY Media | mediamarketing@energy.de



ONLINE & SOCIAL MEDIA

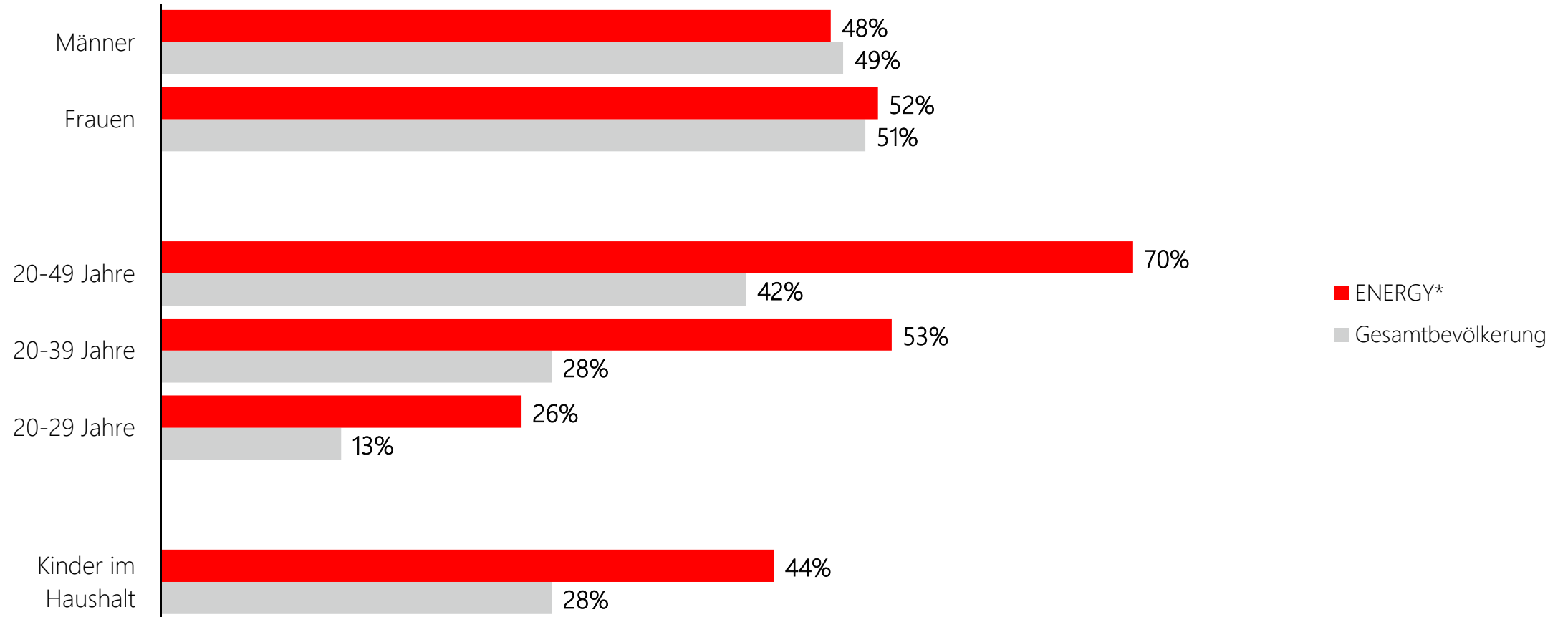
ENERGY.DE, TIKTOK, INSTAGRAM & FACEBOOK

- Begleitet das Programm & die Shows im Netz mit viel Infotainment
- Macht die Audiomarke ENERGY visuell erlebbar
- Persönlicher Kontakt zum Hörer ermöglicht ein interaktives Programm
- Vielfältige Möglichkeit zur Einbindung Ihrer Werbebotschaft auf allen Kanälen



SOZIODEMOGRAFIE

ENERGY-HÖRER GEHÖREN ZUR WERBERELEVANTEN ZIELGRUPPE

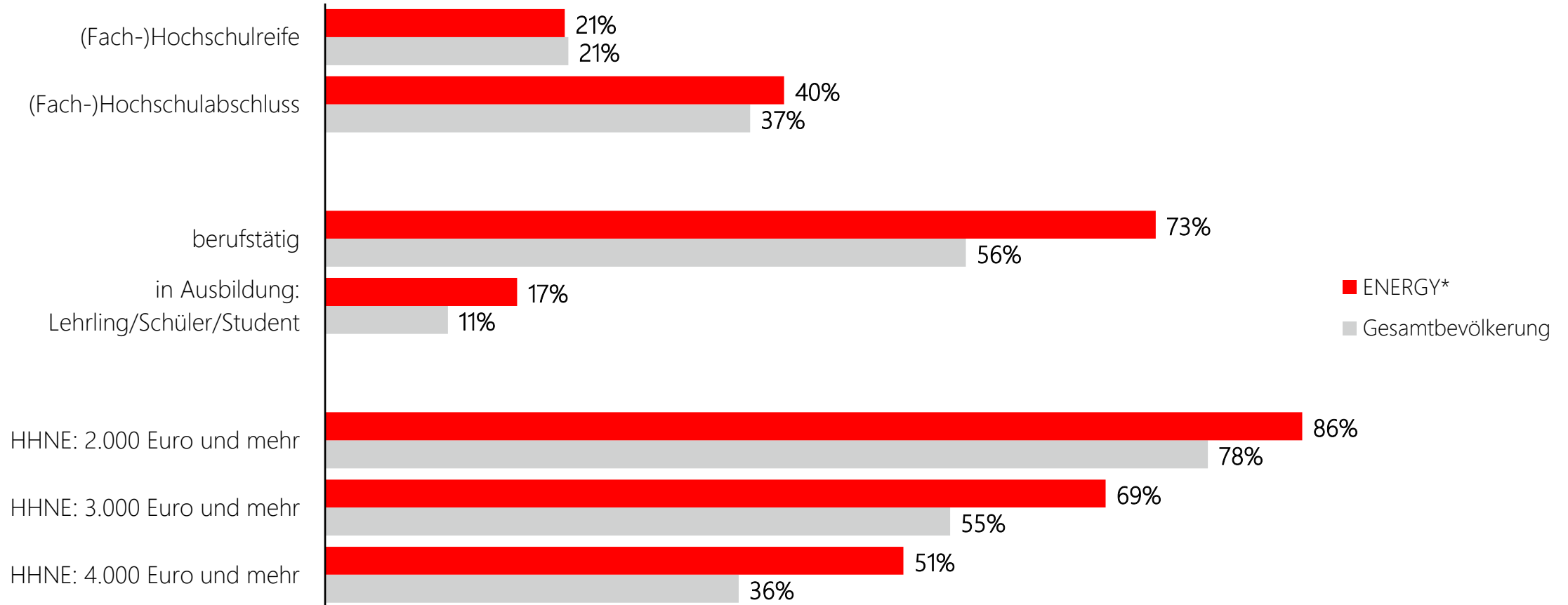


Quelle: ma 2024 Audio II, Basis: HpT (Mo. – Fr.), gesamt, 14+ Jahre, Anteil der Merkmale (%)

*Da ENERGY NRW noch nicht in der ma Audio ausgewiesen ist, sind hier die Werte der nationalen Kombi ENERGY HIT MUSIC ONLY ! National abgebildet.

SOZIODEMOGRAFIE

ENERGY-HÖRER GEHÖREN ZUR WERBERELEVANTEN ZIELGRUPPE



Quelle: ma 2024 Audio II, Basis: HpT (Mo. – Fr.), gesamt, 14+ Jahre, Anteil der Merkmale (%)

*Da ENERGY NRW noch nicht in der ma Audio ausgewiesen ist, sind hier die Werte der nationalen Kombi ENERGY HIT MUSIC ONLY ! National abgebildet.

LEISTUNGSWERTE AUDIO

ENERGY-HÖRER* IN DER DIGITALEN WELT

94% der ENERGY-Hörer* sind in sozialen Netzwerken aktiv.



83% der Gesamtbevölkerung...

83% nutzen mind. einmal wöchentlich Video-Streaming-Dienste.



68%...

81% nutzen mind. einmal wöchentlich Musik-Streaming-Dienste.



59%...

79% kaufen mind. einmal im Monat online ein.



72%...

68% hören Radio über das Smartphone.



48%...

Quelle: VuMA Touchpoints 2025, Basis: HpT (Mo. – Fr.), Dspr. 3-Monats-Onliner, 14+ Jahre

*Da ENERGY NRW noch nicht in der ma Audio ausgewiesen ist, sind hier die Werte der nationalen Kombi ENERGY HIT MUSIC ONLY ! National abgebildet.

KONSUMVERHALTEN

EINSTELLUNGEN

Für **82% der ENERGY-Hörer*** spielen gutes Essen und Trinken im Leben eine große Rolle.



79% der Gesamtbevölkerung...

79% probieren gerne neue Produkte aus.



74% ...

75% würden sich als Genießer bezeichnen.



70%...

72% macht es Spaß beim Kochen Neues auszuprobieren.



67%...

53% verbinden Markenprodukte mit Qualität..



46%...

Quelle: VuMA Touchpoints 2025, Basis: HpT (Mo. – Fr.), Dspr. 3-Monats-Onliner, 14+ Jahre / Einstellungen allgemein bzw. zum Einkauf – trifft (ganz genau) zu
*Da ENERGY NRW noch nicht in der ma Audio ausgewiesen ist, sind hier die Werte der nationalen Kombi ENERGY HIT MUSIC ONLY ! National abgebildet.

ENERGY IN NRW ÜBER DAB+

PREISE 2025

ZEITSCHIENE	MONTAG-FREITAG		SAMSTAG		SONNTAG*	
	€/SEK.	€/SPOT	€/SEK.	€/SPOT	€/SEK.	€/SPOT
0-5	1,00	30,-	1,00	30,-	1,00	30,-
5-6	2,00	60,-	2,00	60,-	2,00	60,-
6-7	11,00	330,-	2,00	60,-	2,00	60,-
7-8	12,00	360,-	2,00	60,-	2,00	60,-
8-9	11,00	330,-	8,00	240,-	8,00	240,-
9-10	10,00	300,-	8,00	240,-	8,00	240,-
10-11	6,00	180,-	8,00	240,-	8,00	240,-
11-12	6,00	180,-	8,00	240,-	8,00	240,-
12-13	7,00	210,-	4,00	120,-	4,00	120,-
13-14	7,00	210,-	4,00	120,-	4,00	120,-
14-15	8,00	240,-	4,00	120,-	4,00	120,-
15-16	8,00	240,-	4,00	120,-	4,00	120,-
16-17	11,00	330,-	4,00	120,-	4,00	120,-
17-18	11,00	330,-	4,00	120,-	4,00	120,-
18-19	8,00	240,-	4,00	120,-	4,00	120,-
19-20	4,00	120,-	3,00	90,-	3,00	90,-
20-21	3,00	90,-	3,00	90,-	3,00	90,-
21-22	3,00	90,-	3,00	90,-	3,00	90,-
22-23	3,00	90,-	3,00	90,-	3,00	90,-
23-24	3,00	90,-	3,00	90,-	3,00	90,-
Ø 06-18	9,00	270,-	5,00	150,-	5,00	150,-

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

*sowie Feiertag; Sekundenpreise gerundet; alle Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.; Schreibfehler vorbehalten; Rabatte auf Anfrage

Philipp Janatschek

**MEDIABERATER
ENERGY NRW**

**Mobil: 0176/ 123 707 - 20
p.janatschek@energy.de**

www.energymedia.de



**ENERGY
NRJ
MEDIA**

AUDIO
CROSSMEDIA - RADIO - ONLINE
SOCIAL MEDIA - MOBILE APPS
EVENTS - WEBRADIO - PODCASTS
VERMARKTUNG