



ENERGY
NRJ
MEDIA

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

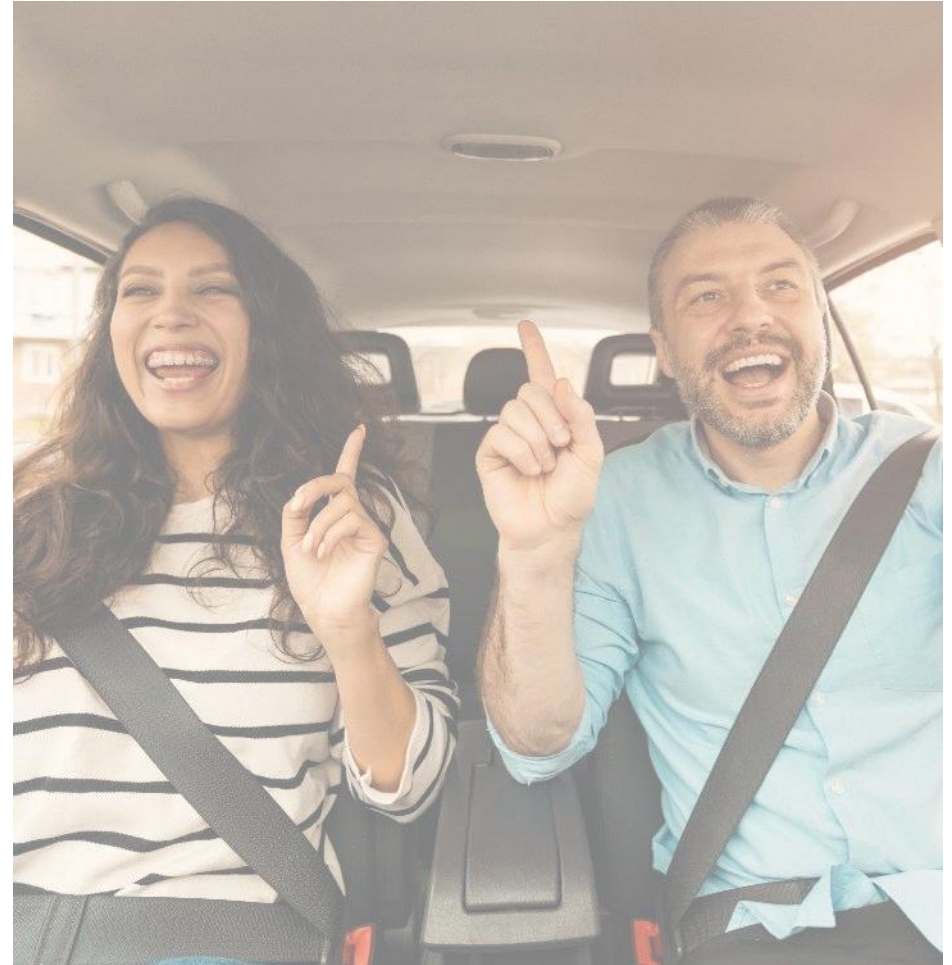
LEISTUNGSWERTE & ANGEBOTE 2025

ENERGY NRW
(ÜBER DAB+)

© ENERGY MEDIA – MEDIA MARKETING

AUDIO | IMMER DABEI & WIRKUNGSVOLL

- **Audio ist Massenmedium:** z.B. hören 74% der Deutschen (52 Mio.) täglich Radio und das durchschnittlich mehr als vier Stunden.¹ Kein anderes Medium wird länger genutzt.²
- **Radiohörer sind ihren Sendern treu:** Durchschnittlich werden nur 1,9 Sender gehört³.
- **Radio findet bei jungen Menschen Gehör:** 60 % 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 2025 Audio I, Basis: TRW (Mo. – Fr.), VD (Mo. – Fr.), gesamt, 14+ Jahre, Radio gesamt

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

3) ma 2025 Audio I, Hörer Gestern, Radio Gesamt, Mo. – Fr.; 4) ma 2025 Audio I, 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

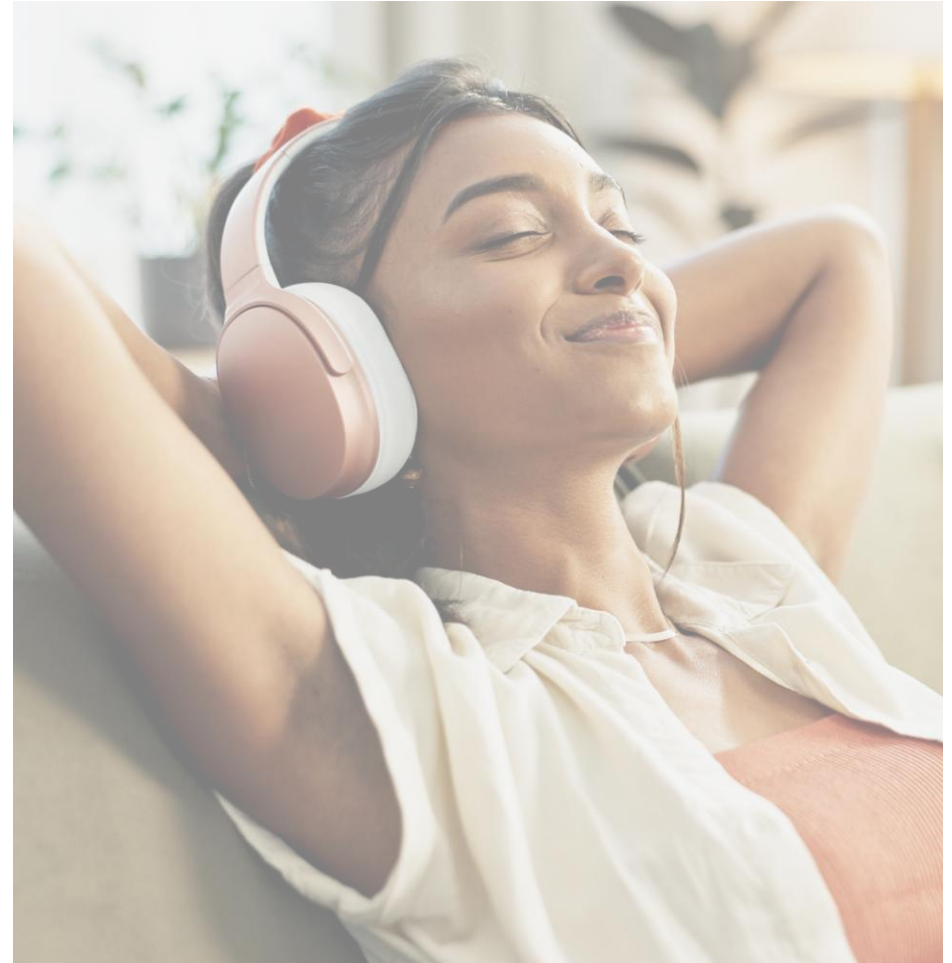


ENERGY-HÖRER | RADIONUTZER & MARKENAFFIN

- Radio und Social Media sind mit je 85% die meistgenutzten Medien in der Woche bei den ENERGY-Hörern und knapp 1/3 nutzen bereits täglich den zukunftsfähigen Radioempfangsweg DAB+
- 40% der ENERGY-Hörer nutzen zur Primetime am Morgen das Radio im Vergleich zu 34% der Gesamtbevölkerung
- 49% der ENERGY-Hörer verfügen über ein monatliches HHNE von mehr als 4.000€ (Vergleich: 37% der Gesamtbevölkerung, 39% Hörer kommerzielle Radiosender*)
- Mit einem Ø-Alter¹ von 37,9 Jahren zählen ENERGY-Hörer zur werberelevanten Zielgruppe (Vergleich Hörer kommerzieller Radiosender*: Ø-Alter¹ 49,5 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



DIGITALRADIO IN NRW | MEHR RADIO



26% der gesamten Radionutzung in NRW entfallen auf DAB+. Das entspricht 3,9 Mio. Menschen¹.



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

+1,7%

Der Anteil der Haushalte mit DAB+-Geräten steigt weiterhin leicht an, wenn auch geringer als in den Vorjahren².



digitale Übertragungstechnik sorgt für rauschfreien Radiogenuss in HD-Tonqualität



kostenlos ohne Internetverbindung oder Datenvolumen

ENERGY 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 im Haushalt oder Auto.
- 37% der Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen nutzen DAB+, 16% sogar täglich.

VORTEILE

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

ENERGY 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+)

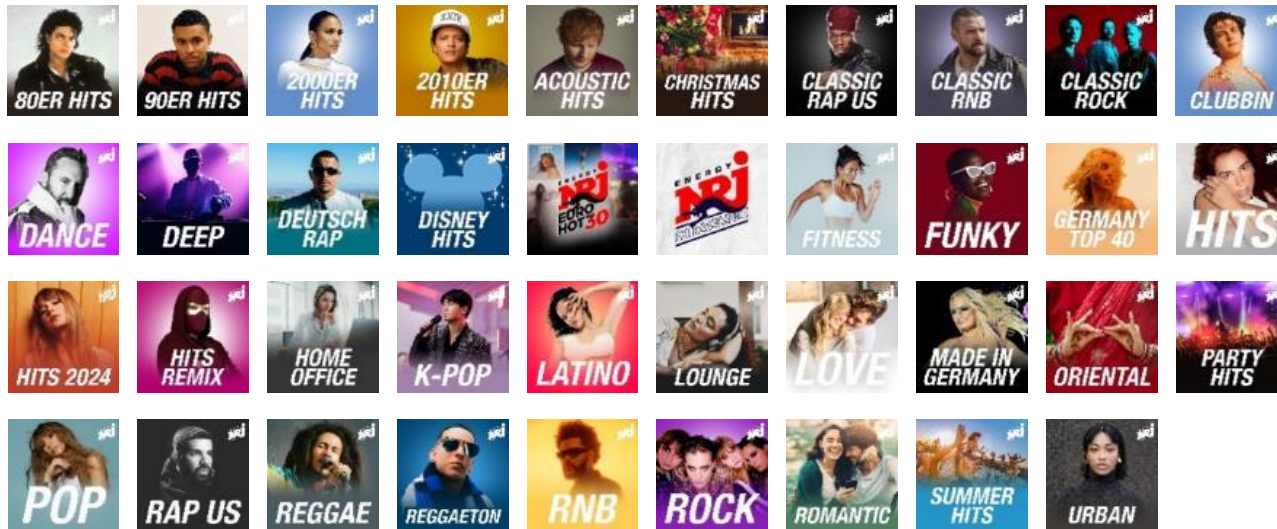
ENERGY HIT MUSIC ONLY! Plus



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



ENERGY ONLINE AUDIO | MAXIMALE VIELFALT



BUNDESWEITES PROGRAMM
6 REGIONALPROGRAMME
40 GENRESTREAMS



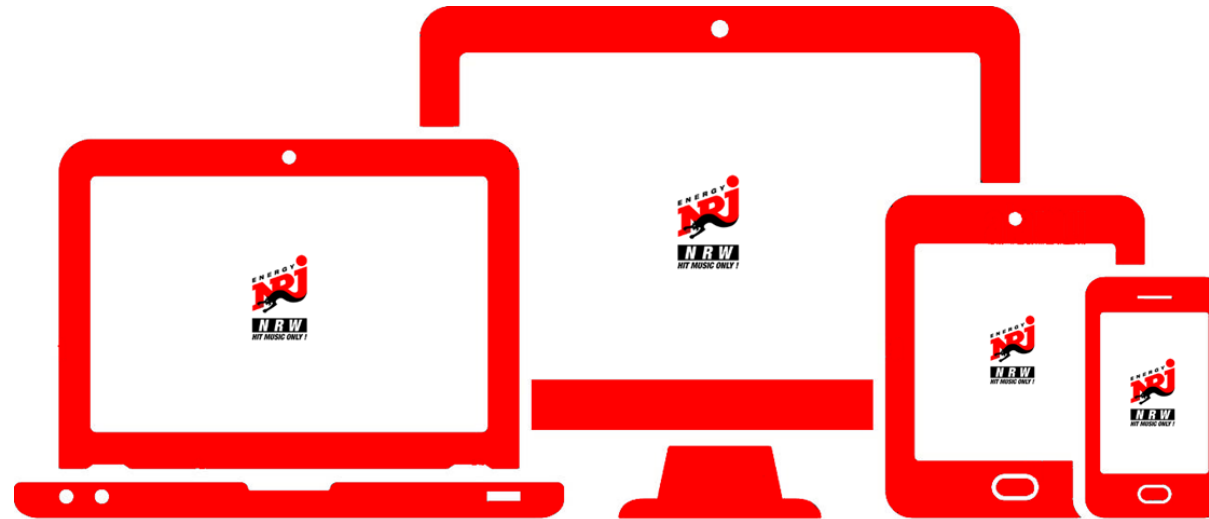
14 ENERGY PODCASTS



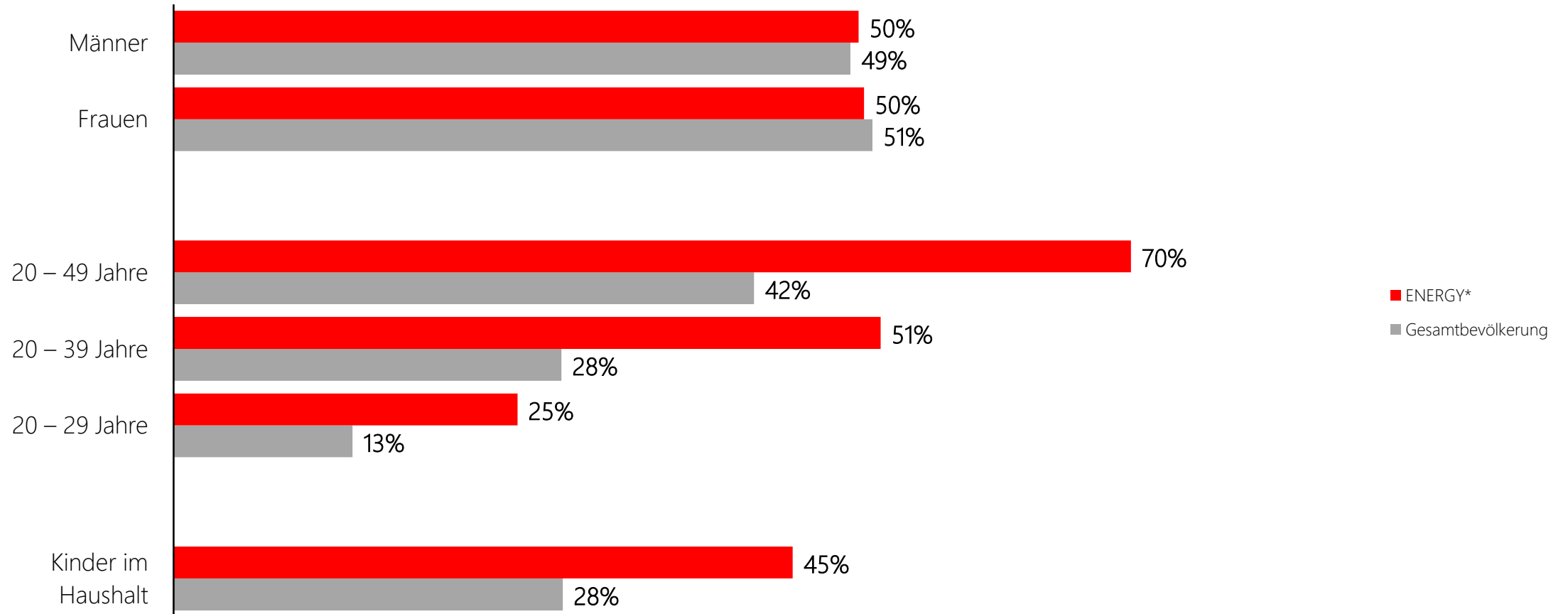
ENERGY NRW | ONLINE & SOCIAL MEDIA

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.



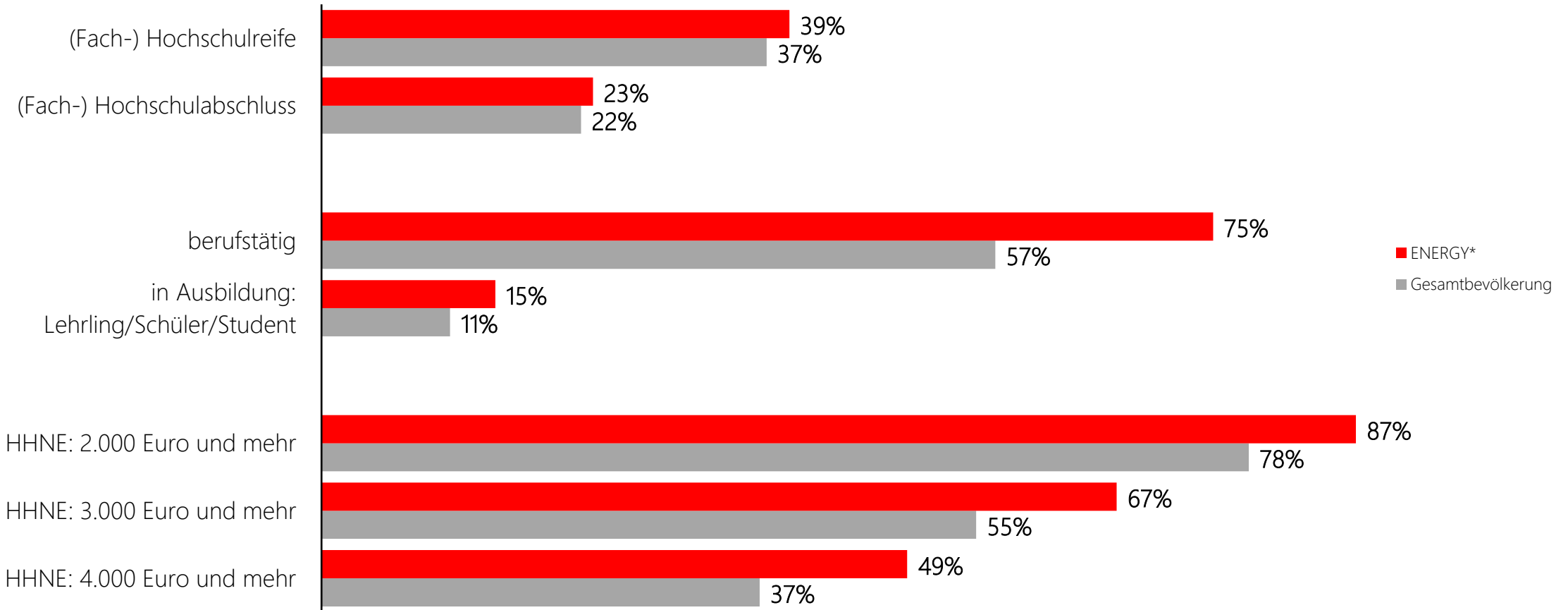
ENERGY*-HÖRER | STRUKTURDATEN



Quelle: ma 2025 Audio I, 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.

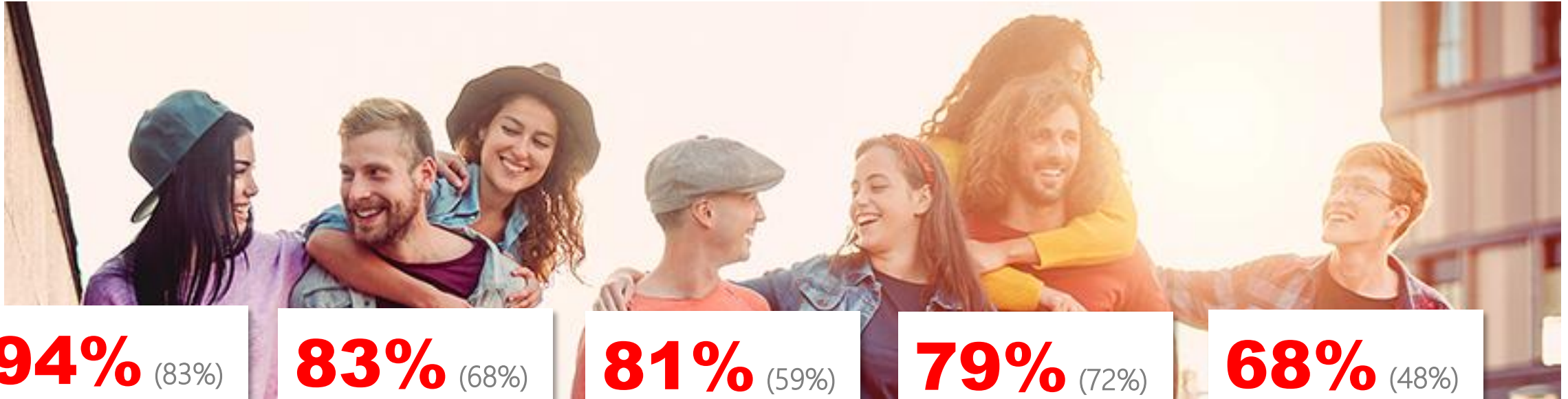
ENERGY*-HÖRER | STRUKTURDATEN



Quelle: ma 2025 Audio I, 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.

ENERGY*-HÖRER | IN DER DIGITALEN WELT



94% (83%)
SIND IN SOZIALEN
NETZWERKEN
AKTIV

83% (68%)
NUTZEN MIND.
1X WÖCHENTLICH
VIDEOSTREAMING

81% (59%)
NUTZEN MIND.
1X WÖCHENTLICH
MUSIKSTREAMING

79% (72%)
KAUFEN MIND.
EINMAL IM MONAT
ONLINE EIN

68% (48%)
HÖREN RADIO
ÜBER DAS
SMARTPHONE

ENERGY*-HÖRER | KONSUMEINSTELLUNGEN



82% (79%)

SPIELEN GUTES
ESSEN & TRINKEN
EINE GROßE ROLLE

79% (74%)

PROBIEREN GERNE
NEUE PRODUKTE
AUS

75% (70%)

WÜRDEN SICH ALS
GENIEßER
BEZEICHNEN

72% (67%)

PROBIEREN BEIM
KOCHEN GERNE
NEUES

53% (46%)

VERBINDEN
MARKENPRODUKTE
MIT QUALITÄT

ENERGY 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



ENERGY MEDIA GMBH
WWW.ENERGYMEDIA.DE

PHILIPP JANATSCHEK
MEDIABERATER
ENERGY NRW

0176 / 123 707 20

P.JANATSCHEK@ENERGY.DE

