



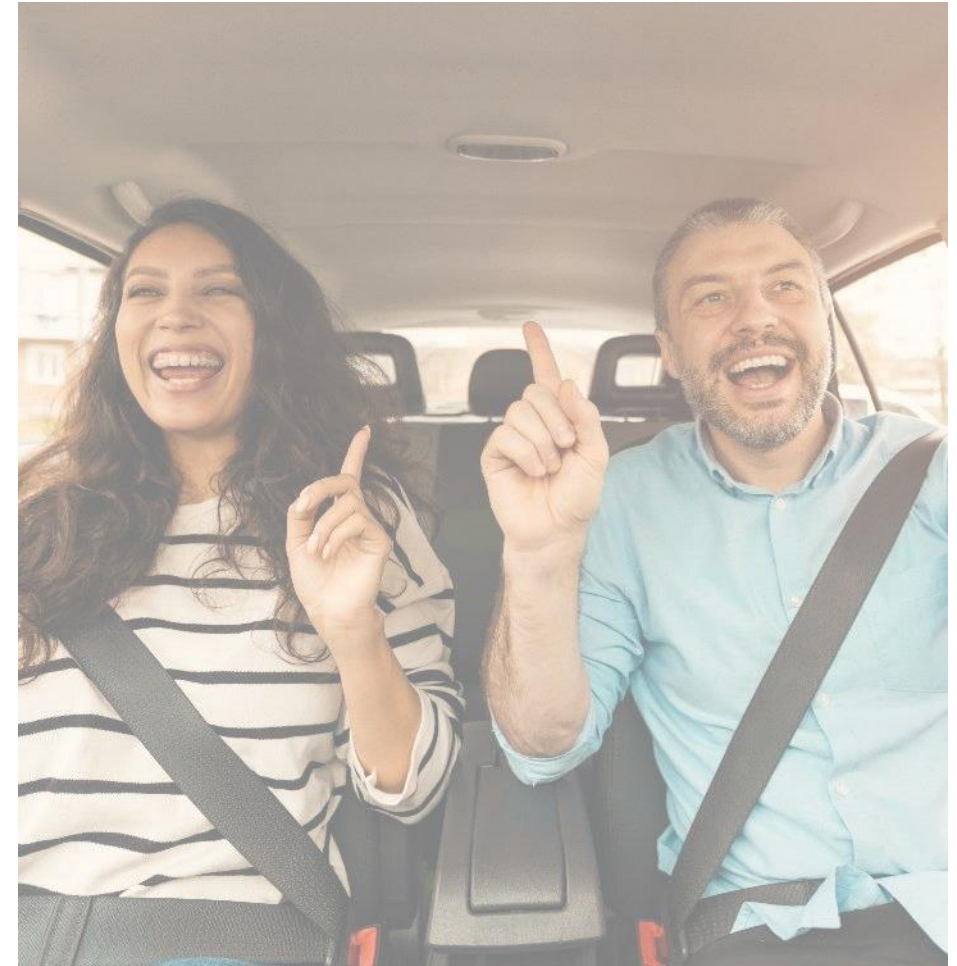
LEISTUNGSWERTE & ANGEBOTE

ENERGY NRW
(ÜBER DAB+)

© ENERGY MEDIA – MEDIA MARKETING

AUDIO | IMMER DABEI & WIRKUNGSVOLL

- **Audio ist Massenmedium:** z.B. hören 75% der Deutschen (53 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 gehört.³
- **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 II, 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 II, Hörer Gestern, Radio Gesamt, Mo. – Fr.; 4) ma 2025 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 GRP.³
- **Audio ist klimafreundlich:** Radio- bzw. Audiowerbung hat den geringsten CO₂-Ausstoß aller Medien, auch weil die Werbemittelproduktion absolut klimafreundlich ist.⁴



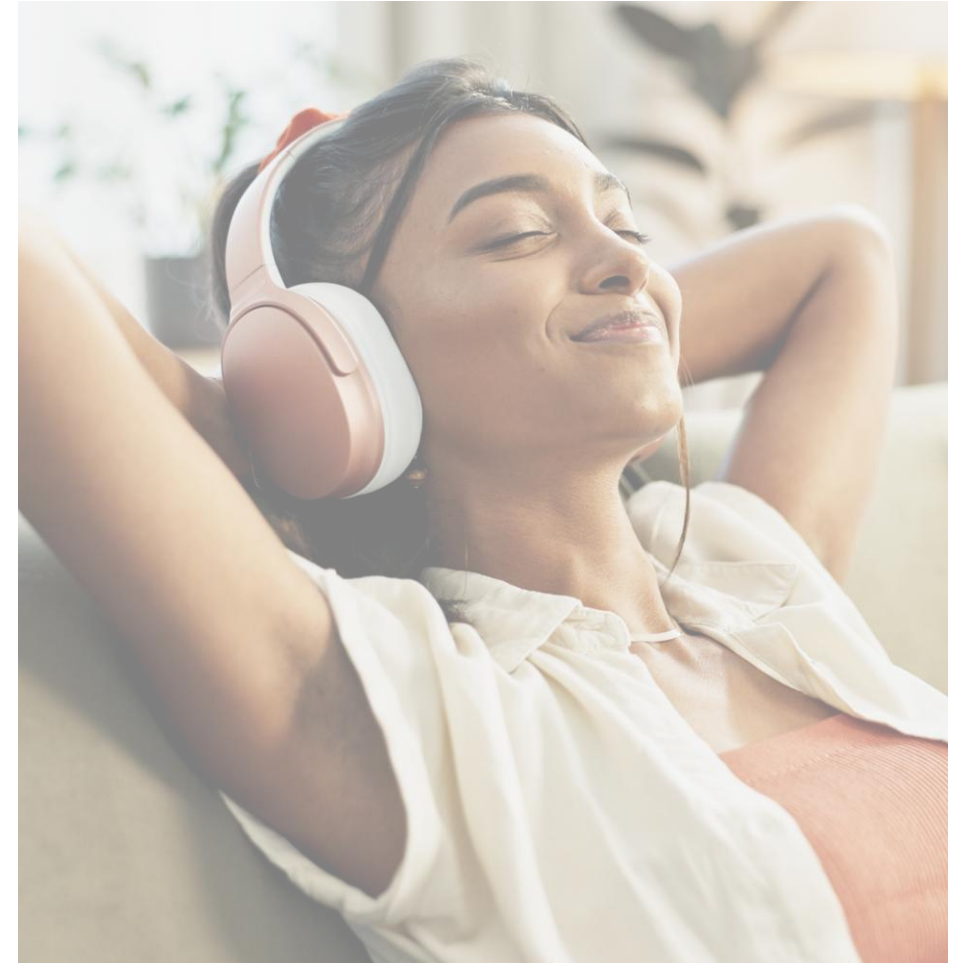
1) AS&S, RMS, 2020, ROI-Counter AUF www.audioeffekt.de; 2) Berechnung der Radiozentrale auf Basis der Leistungswerte 250 GRP, Radio, PZ, TZ, Plakat: ma 2021 Intermedia PLuS I. mds Online Planungstool
3) Radio to Web, Nielsen, TVTY, 2022; 4) Mediaplus, Green GRP-Rechner, Climatepartner über Radiozentrale.de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

ENERGY-HÖRER | 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 Radioempfangsweg DAB+
- 40% der ENERGY-Hörer nutzen zur Primetime am Morgen das Radio im Vergleich zu 34% der Gesamtbevölkerung
- 51% der ENERGY-Hörer verfügen über ein monatliches HHNE von mehr als 4.000€ (Vergleich: 40% der Gesamtbevölkerung, 42% Hörer kommerzielle Radiosender*)
- Mit einem Ø-Alter¹ von 38,0 Jahren zählen ENERGY-Hörer zur werberelevanten Zielgruppe (Vergleich Hörer kommerzieller Radiosender*: Ø-Alter¹ 49,7 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*.

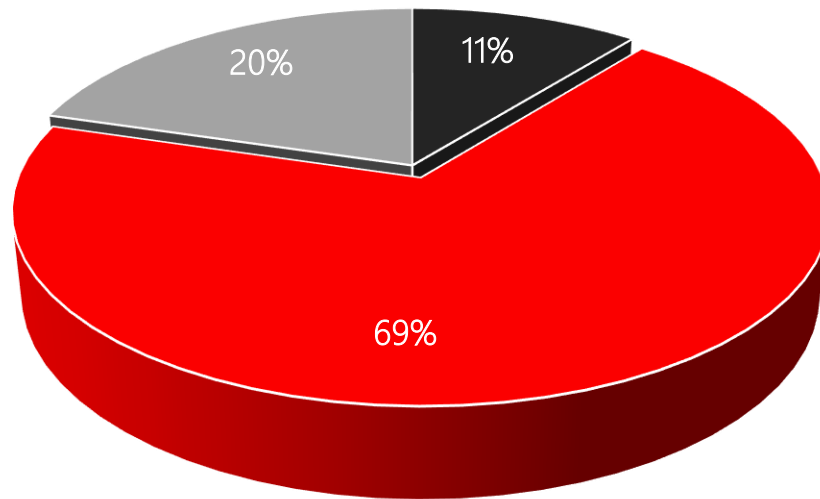
- Marken finden Gehör: ENERGY-Hörer schätzen die Qualität von Markenartikeln
- Elektrogeräte, Autos, Körperpflege und Mode sind die beliebtesten Markenkategorien der ENERGY-Hörer
- Offen für Neues: 79% der ENERGY- Hörer probieren gerne neue Produkte aus
- 57% der ENERGY-Hörer machen sich mit ihrem Geld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



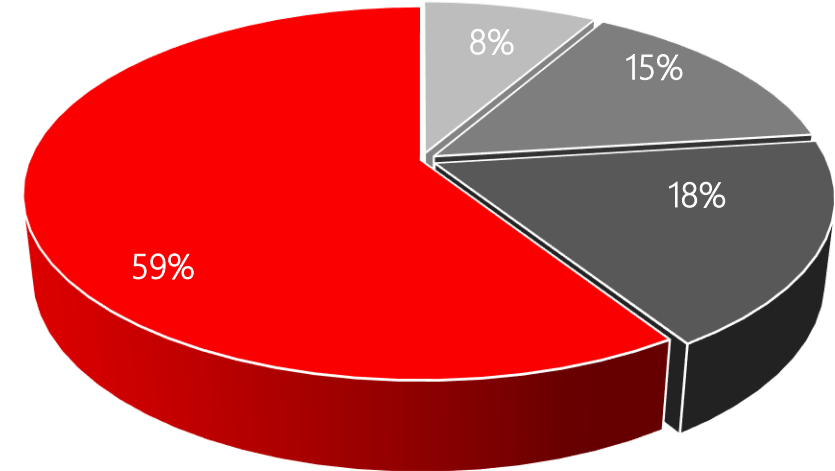


HÖRERSCHAFT

ENERGY*-HÖRER | STRUKTURDATEN

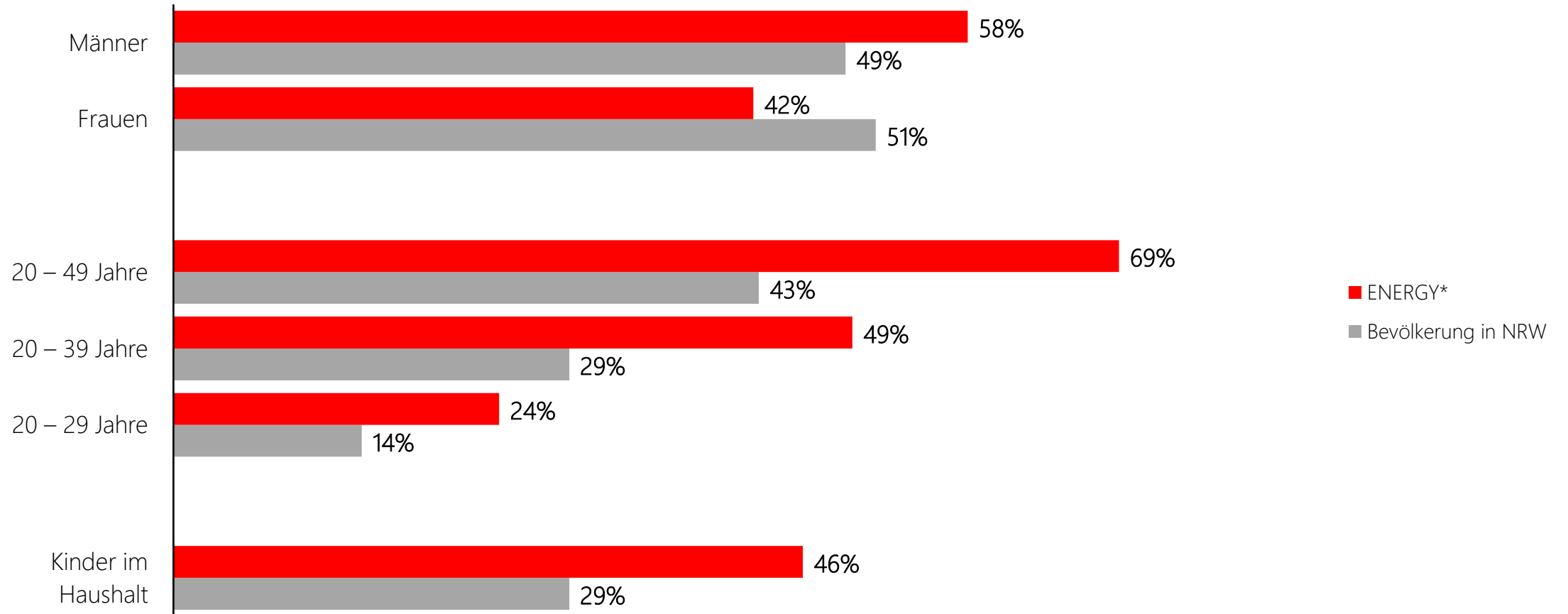


■ 14 – 19 Jahre ■ 20 – 49 Jahre ■ 50+ Jahre

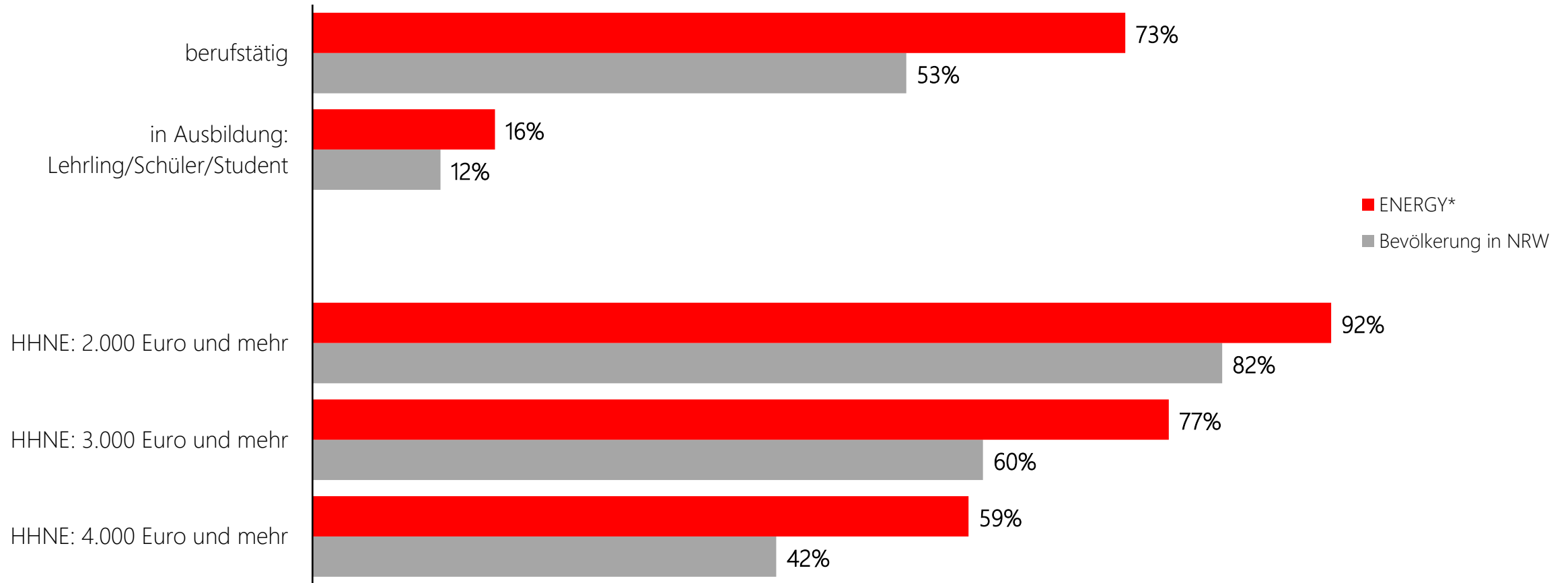


■ bis unter 2.000 EUR ■ 2.000 bis unter 3.000 EUR
■ 3.000 bis unter 4.000 EUR ■ 4.000 EUR und mehr

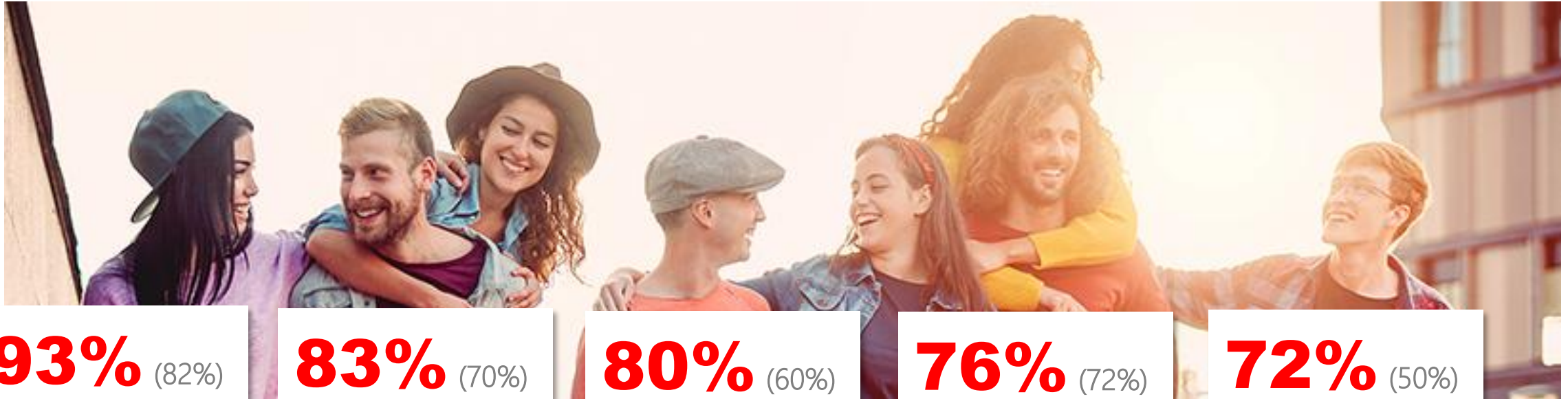
ENERGY*-HÖRER | STRUKTURDATEN



ENERGY*-HÖRER | STRUKTURDATEN



ENERGY*-HÖRER | IN DER DIGITALEN WELT



93% (82%)
SIND IN SOZIALEN
NETZWERKEN
AKTIV

83% (70%)
NUTZEN MIND.
1X WÖCHENTLICH
VIDEOSTREAMING

80% (60%)
NUTZEN MIND.
1X WÖCHENTLICH
MUSIKSTREAMING

76% (72%)
KAUFEN MIND.
EINMAL IM MONAT
ONLINE EIN

72% (50%)
HÖREN RADIO
ÜBER DAS
SMARTPHONE

ENERGY*-HÖRER | KONSUMEINSTELLUNGEN



78% (73%)

PROBIEREN GERNE NEUE
PRODUKTE AUS

77% (71%)

ACHTEN BEIM KAUF VON
PRODUKTEN AUF
REGIONALITÄT

59% (50%)

MACHEN SICH MIT IHREM
GELD EIN SCHÖNES
LEBEN ALS ZU SPAREN

54% (45%)

VERBINDEN MARKE MIT
QUALITÄT



NRW
HIT MUSIC ONLY!

ANGEBOTE

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.):
240,00€

FAKTEN

- 92% der in NRW lebenden Menschen hören Radio, 46% nutzen das Medium täglich*
- In NRW haben 33% der Haushalte mindestens ein DAB+-Empfangsgerät**
- 41% der Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen nutzt DAB+, 18% sogar täglich**

VORTEILE

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

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 NRW ÜBER DAB+ | PREISE 2026

	MONTAG-FREITAG		SAMSTAG		SONNTAG*	
ZEITSCHIENE	€/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	10,00	300,-	2,00	60,-	2,00	60,-
7-8	12,00	360,-	2,00	60,-	2,00	60,-
8-9	11,00	330,-	4,00	120,-	4,00	120,-
9-10	7,00	210,-	7,00	210,-	7,00	210,-
10-11	6,00	180,-	7,00	210,-	7,00	210,-
11-12	6,00	180,-	7,00	210,-	7,00	210,-
12-13	6,00	180,-	3,50	105,-	3,50	105,-
13-14	6,00	180,-	3,50	105,-	3,50	105,-
14-15	6,00	180,-	3,00	90,-	3,00	90,-
15-16	6,00	180,-	3,00	90,-	3,00	90,-
16-17	10,00	300,-	3,00	90,-	3,00	90,-
17-18	10,00	300,-	3,00	90,-	3,00	90,-
18-19	5,00	150,-	3,00	90,-	3,00	90,-
19-20	4,00	120,-	3,00	90,-	3,00	90,-
20-21	2,00	60,-	2,00	60,-	2,00	60,-
21-22	2,00	60,-	2,00	60,-	2,00	60,-
22-23	2,00	60,-	2,00	60,-	2,00	60,-
23-24	2,00	60,-	2,00	60,-	2,00	60,-
Ø 06-18	8,00	240,-	4,00	120,-	4,00	120,-

SINGLE SPOTS:

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

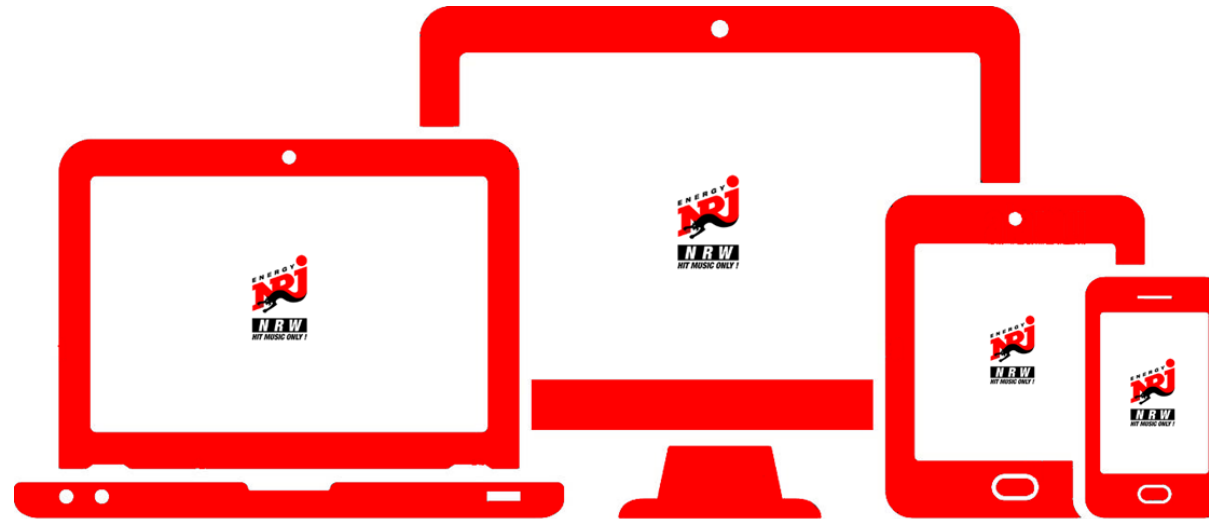
ECKPLATZIERUNG:

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

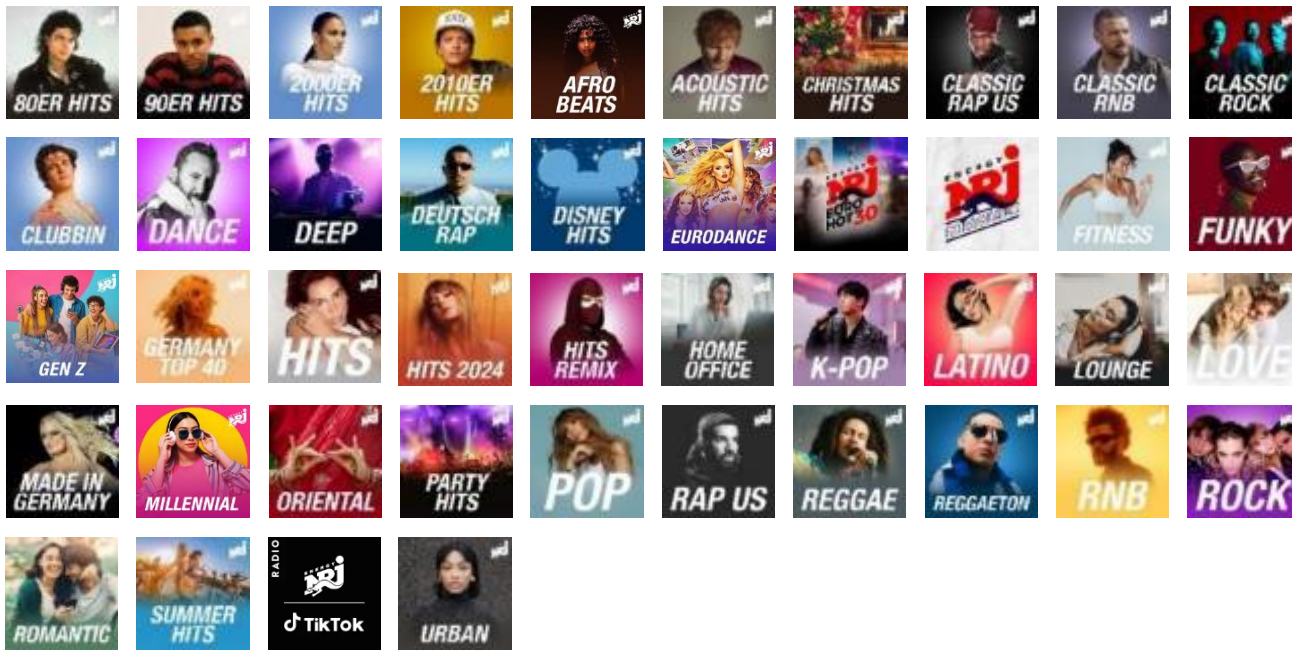
ENERGY NRW ÜBER DAB+ | **ONLINE & SOCIAL MEDIA**

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

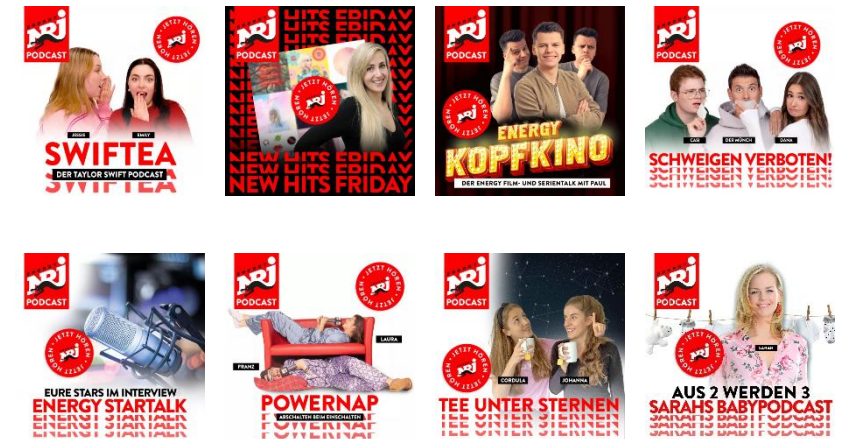


ENERGY ONLINE AUDIO | MAXIMALE VIELFALT



7 LIVESTREAMS DER ENERGY-STATIONEN UND

MEHR ALS 40 GENRESTREAMS ONLINE, MOBIL UND ÜBER ALLE SMART SPEAKER



8 ENERGY PODCASTS

VERFÜGBAR AUF/ÜBER: ENERGY.DE, ENERGY APP,
GOOGLE PODCASTS, APPLE PODCASTS, SPOTIFY,
DEEZER UND AMAZON PODCASTS

ONLINE AUDIO | IN NRW



65% der Menschen in NRW
NUTZEN WEBRADIO

82% der Menschen in NRW
NUTZEN MUSIK-STREAMING

62% der Menschen in NRW
HÖREN PODCASTS

ENERGY MEDIA ONLINE AUDIO* | WERBEMÖGLICHKEITEN

MAXIMALE WERBEWIRKUNG

PRE-STREAM AUDIO-SPOT

Der Audio-Spot wird unmittelbar vor dem Start des Livestreams als Pre-Stream ausgestrahlt..

IN-STREAM AUDIO-SPOT

Der Audio-Spot wird als In-Stream innerhalb der Genrestreams im Programm eingebettet.

PRE-STREAM DISPLAY AD

Zum Audio wird zusätzlich ein Banner synchron ausgespielt.

TRACKING

Exakte Messung der erzielten Reichweite bzw. Ad Impressions über den Ad-Server für eine kontaktgenaue Abrechnung.

ZIELGENAUE ANSPRACHE

GEO TARGETING

NRW gesamt, NRW-Regierungsbezirke, Städte in NRW, PLZ-Gebiete in NRW, etc.

SOZIO TARGETING

z.B. Geschlecht und Altersgruppen

CHANNEL TARGETING

z.B. Musikgenres, Zielgruppen, Livestreams

DEVICE TARGETING

PC, Smartphone, Smart Speaker, etc.

ZEIT TARGETING

Genauer Auslieferungszeitraum nach speziellen Tagen oder Tageszeiten bzw. Zeitschienen.

PREISE

PRE-ROLL

LIVESTREAMS, PODCAST 40€

PRE-ROLL

GENRESTREAMS 35€

PRE-STREAM DISPLAY AD 65€

Livestreams, synchronisierte Ausspielung

TARGETING AUFSCHLAG +5€



ENERGY MEDIA GMBH
WWW.ENERGYMEDIA.DE

PHILIPP JANATSCHEK
MEDIABERATER

0176 / 123 707 20

P.JANATSCHEK@ENERGY.DE

