



LEISTUNGSWERTE & ANGEBOTE 2025

NOSTALGIE

© ENERGY MEDIA – MEDIA MARKETING

NOSTALGIE | IN DEUTSCHLAND

VERBREITUNGSWEGE



DIGITAL

DAB+
DEUTSCHLANDWEIT AUF KANAL DE2

ONLINE
NOSTALGIE-RADIO.DE
NOSTALGIE-LIVESTREAM , 10 GENRESTREAMS
SMART SPEAKER, SOCIAL MEDIA

NOSTALGIE USP's



MARKE & ZIELGRUPPE

DIE GRÖSSTEN SONGS
GOOD VIBES
POSITIVE EMOTIONEN

35-59-JÄHRIGE
DIGITAL VERNETZT UND KONSUMAFFIN

NOSTALGIE | ÜBERBLICK



PROGRAMM

FORMAT: GOLD
ZIELGRUPPE: 35 – 59 JAHRE

HÖRERSCHAFT

Ø-ALTER*: 46,8 JAHRE

57% MÄNNER**
43% FRAUEN**

PREIS

Ø-PREIS (MO. – FR.):
330,00€

REICHWEITEN

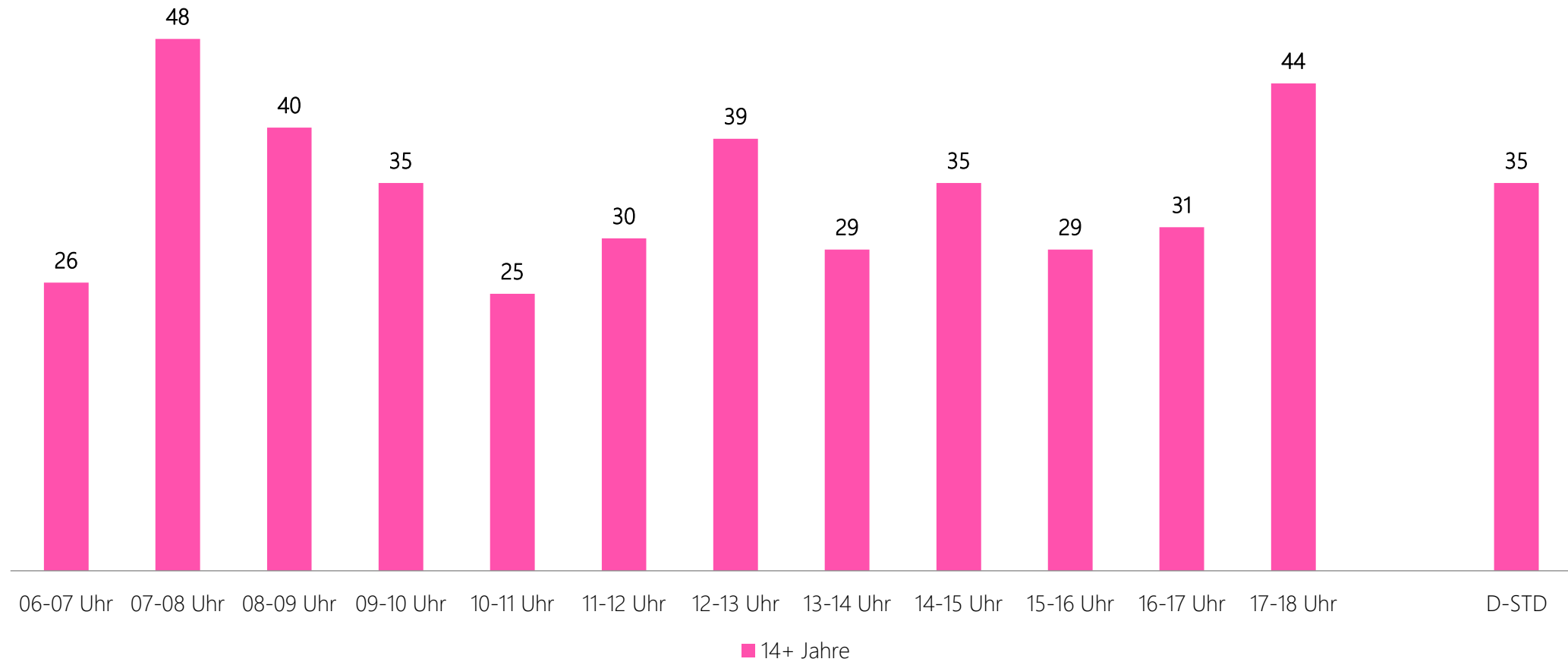
WHK (MO. – SO.):
14+ JAHRE: 891 TSD.
35 – 59 JAHRE: 396 TSD.

HPW (MO. – SO.):
14+ JAHRE: 674 TSD.
35 – 59 JAHRE: 305 TSD.

HPT (MO. – FR.):
14+ JAHRE: 317 TSD.
35 – 59 JAHRE: 142 TSD.

D-STD (MO. – FR.):
14+ JAHRE: 35 TSD.
35 – 59 JAHRE: 15 TSD.

NOSTALGIE | TAGESVERLAUF



NOSTALGIE | PREISE 2025

ZEITSCHIENE	MONTAG-FREITAG		SAMSTAG		SONNTAG*	
	€/SEK.	€/SPOT	€/SEK.	€/SPOT	€/SEK.	€/SPOT
0-5	2,00	60,-	2,00	60,-	2,00	60,-
5-6	2,00	60,-	2,00	60,-	2,00	60,-
6-7	9,00	270,-	2,00	60,-	2,00	60,-
7-8	18,00	540,-	3,00	90,-	2,00	60,-
8-9	18,00	540,-	3,00	90,-	2,00	60,-
9-10	7,00	210,-	6,00	180,-	6,00	180,-
10-11	7,00	210,-	6,00	180,-	6,00	180,-
11-12	7,00	210,-	7,00	210,-	6,00	180,-
12-13	7,00	210,-	3,50	105,-	4,00	120,-
13-14	7,00	210,-	3,50	105,-	4,00	120,-
14-15	13,00	390,-	3,50	105,-	4,00	120,-
15-16	13,00	390,-	3,50	105,-	4,00	120,-
16-17	13,00	390,-	3,50	105,-	4,00	120,-
17-18	13,00	390,-	3,50	105,-	4,00	120,-
18-19	5,00	150,-	3,00	90,-	3,00	90,-
19-20	5,00	150,-	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	11,00	330,-	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

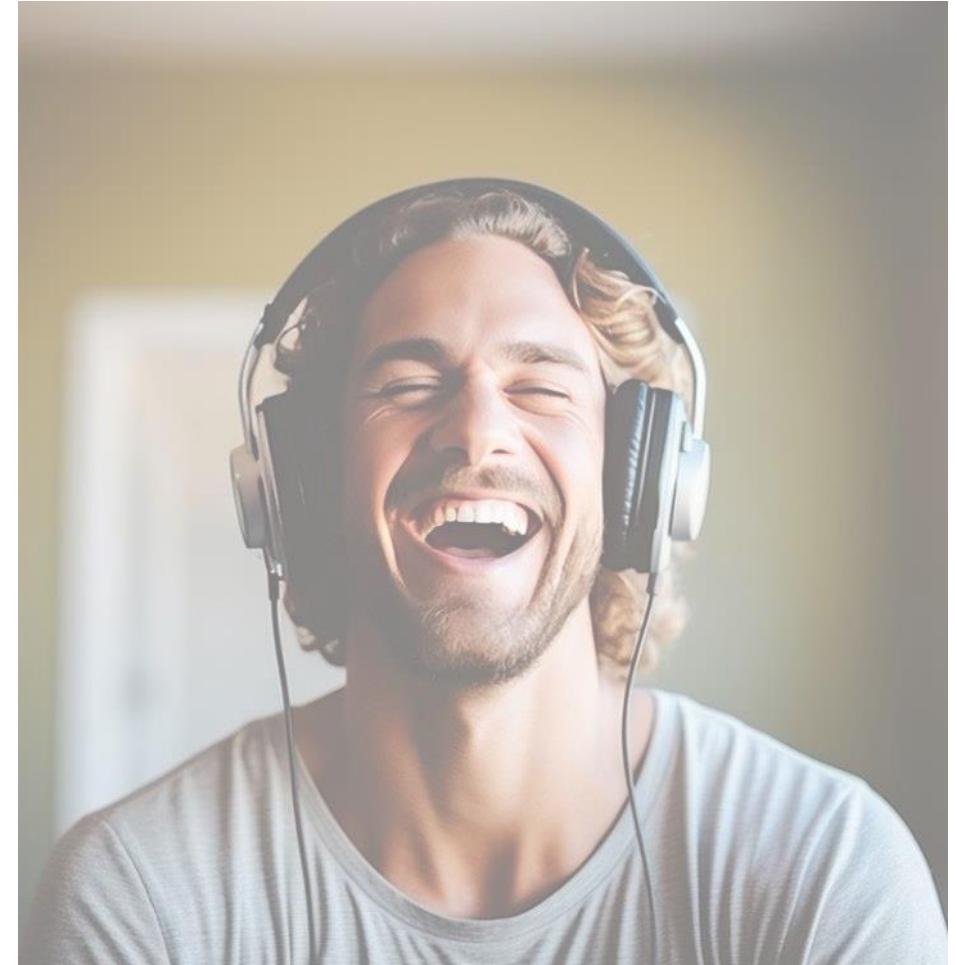


NOSTALGIE

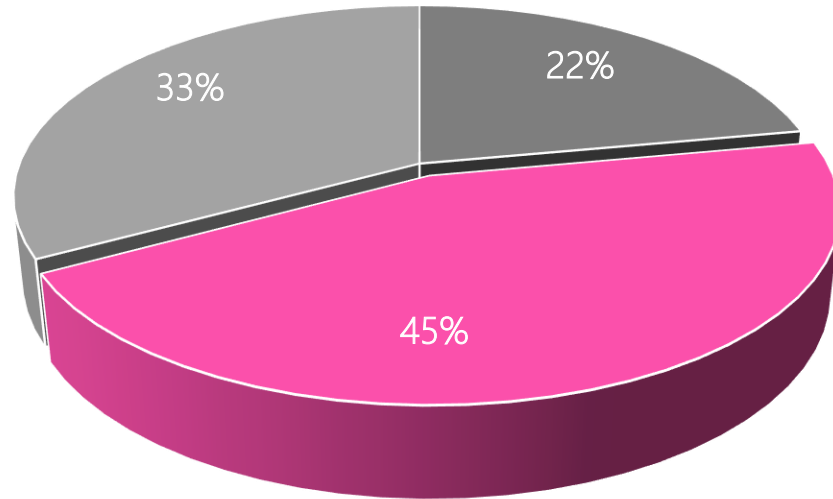
**NOSTALGIE-
HÖRERSCHAFT**

NOSTALGIE-HÖRER | RADIONUTZER & MARKENAFFIN

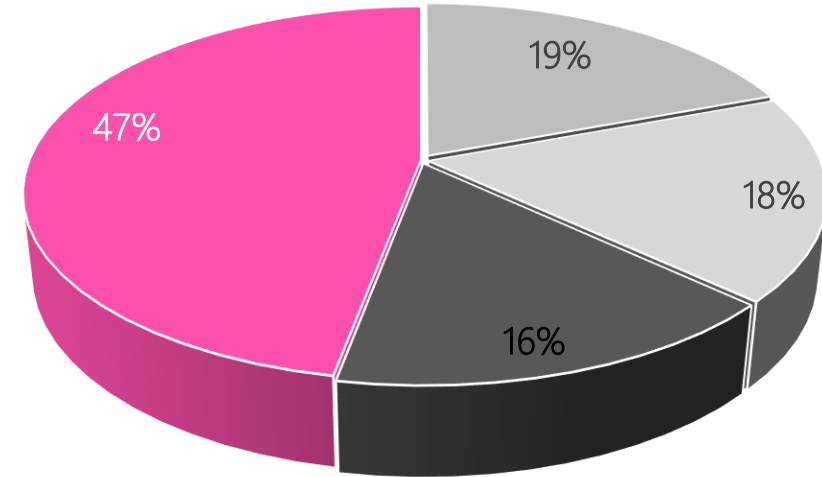
- Radio ist mit 90% das meistgenutzte Medium in der Woche unter den NOSTALGIE-Hörern und 45% nutzen bereits täglich DAB+
- 44% der NOSTALGIE-Hörer nutzen zur Primetime am Morgen das Radio im Vergleich zu 34% der Gesamtbevölkerung
- Internetradio: Ob Smartphone, Smartwatch oder Smart Speaker – die NOSTALGIE-Hörer nutzen gern und oft neueste digitale Technik für den Radiokonsum
- NOSTALGIE-Hörer machen sich mit ihrem Geld ein schönes Leben: besonders interessieren sie sich dabei für die neueste Technik und achten sehr auf die Umwelt. Deutlich mehr als die Gesamtbevölkerung oder die Hörer kommerzieller Radiosender*.
- Sehen sich als Genießer: legen Wert auf gutes Essen und Trinken
- Anschaffung von Haushaltsgeräten: gute Energieeffizienz ist wichtig
- Offen für Neues: 78% der NOSTALGIE-Hörer probieren gerne neue Produkte aus
- Einstellungen zum Einkauf: gern Produkte aus der Region und Bio-Lebensmittel
- Mobilität: 39% nutzen E-Bikes im Vergleich zu 26% der Bevölkerung



NOSTALGIE | STRUKTURDATEN

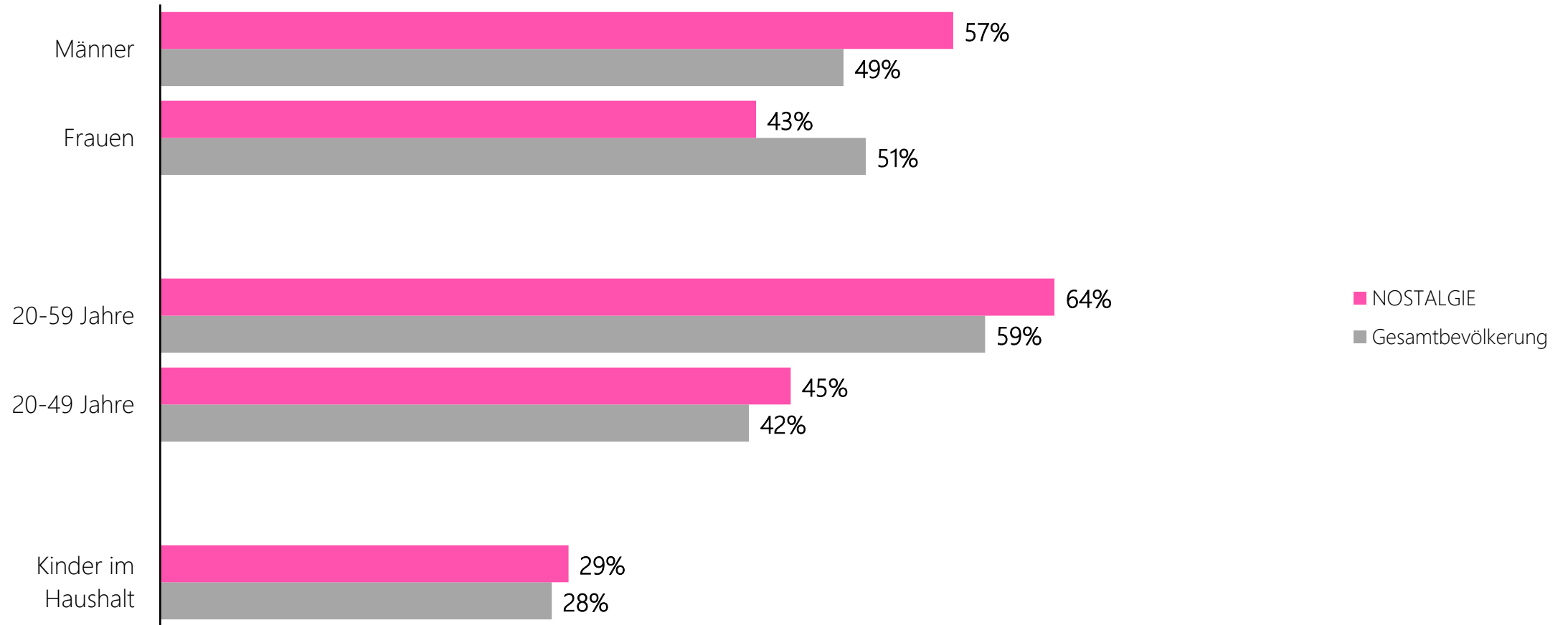


■ 14 – 34 Jahre ■ 35 – 59 Jahre ■ 60+ Jahre

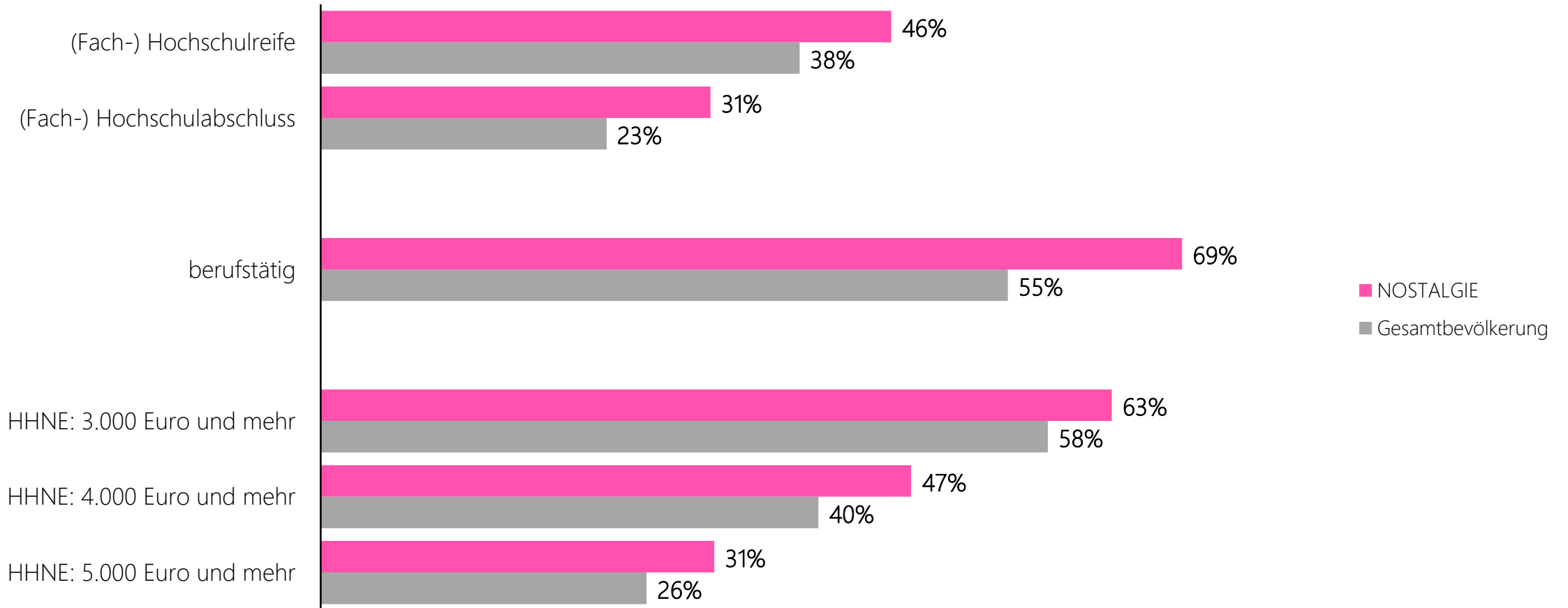


■ bis unter 2.000 EUR ■ 2.000 bis unter 3.000 EUR
■ 3.000 bis unter 4.000 EUR ■ 4.000 EUR und mehr

NOSTALGIE-HÖRER | STRUKTURDATEN



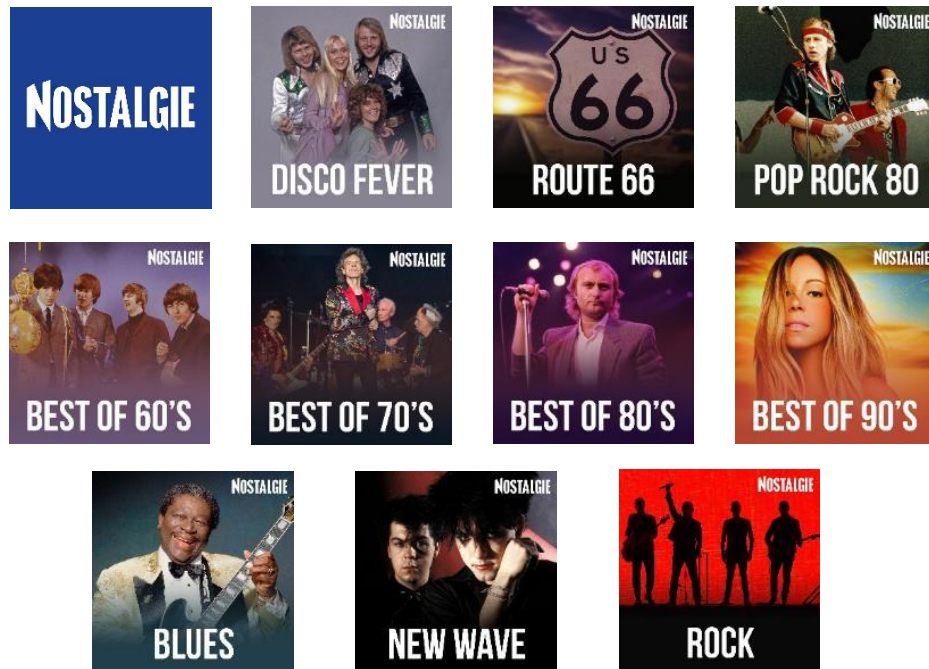
NOSTALGIE-HÖRER | STRUKTURDATEN



A close-up, side-profile shot of a woman with blonde hair. She is wearing a white, ergonomic earbud in her right ear. She is holding a smartphone in her left hand, looking down at the screen. The background is a blurred outdoor scene with trees and a path. A semi-transparent white banner is overlaid across the middle of the image, containing the text "ONLINE AUDIO ANGEBOTE" in bold, black, uppercase letters.

ONLINE AUDIO ANGEBOTE

NOSTALGIE ONLINE AUDIO | NUR DIE GRÖSSTEN SONGS



NOSTALGIE-LIVESTREAM
10 GENRESTREAMS



2 THEMENPODCASTS

ENERGY MEDIA ONLINE AUDIO* | WERBEMÖGLICHKEITEN

WERBEFORMEN

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.

TARGETING OPTIONEN

GEO TARGETING

Nielsen-Gebiete, Bundesländer, Regionen oder Städte

SOZIO TARGETING

z.B. Geschlecht und Altersgruppen

CHANNEL TARGETING

z.B. Musikgenres, Zielgruppen, Livestreams

DEVICE TARGETING

Website oder mobil

ZEIT TARGETING

Genauer Auslieferungszeitraum nach speziellen Tagen oder Tageszeiten bzw. Zeitschienen.

PREISE

PRE ROLL

LIVESTREAMS, PODCAST 40€

PREROLL

GENRESTREAMS 35€

PRE-STREAM DISPLAY AD 65€

Livestreams, synchronisierte Ausspielung

TARGETING AUFSCHLAG +5€

ANSPRECHPARTNER

RUTH MEISSNER

Sales Marketingleitung

Tel 040/ 48 00 19 - 41
Mobil 0173 / 96 81 16 80

r.meissner@energy.de

GUIDO SONNEN

Nationaler Verkaufsleiter
Nielsen 2

Tel 0221 / 298 39 – 494
Mobil 0172 / 2625460

g.sonnen@energy.de

NAIM TUPELLA

Stellv. Nationaler
Verkaufsleiter

Nielsen 3b, 4
Tel 089 / 23 19 07 - 61
Mobil 0172 / 40 542 08
n.tupella@energy.de

HOLGER HAASE

Key Account Manager
Special Operations

Nielsen 2, 3a
Tel 0221 / 298 39 - 494
Mobil 0176 / 123 707 02
h.haase@energy.de

NADIN HORNBERGER

Key Account Managerin
Special Operations

Nielsen 1,5,6,7
Tel 030 / 254 35 – 255
Mobil 0176 / 123 707 13
n.hornberger@energy.de

ENERGY MEDIA GMBH

Winterhuder Marktplatz 6-7
22299 Hamburg
www.energymedia.de

ENERGY MEDIA GMBH

Im Mediapark 4a
50670 Köln
www.energymedia.de

ENERGY MEDIA GMBH

Leopoldstraße 158
80804 München
www.energymedia.de

ENERGY MEDIA GMBH

Im Mediapark 4a
50670 Köln
www.energymedia.de

ENERGY MEDIA GMBH

Tauentzienstraße 16
10789 Berlin
www.energymedia.de

