



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



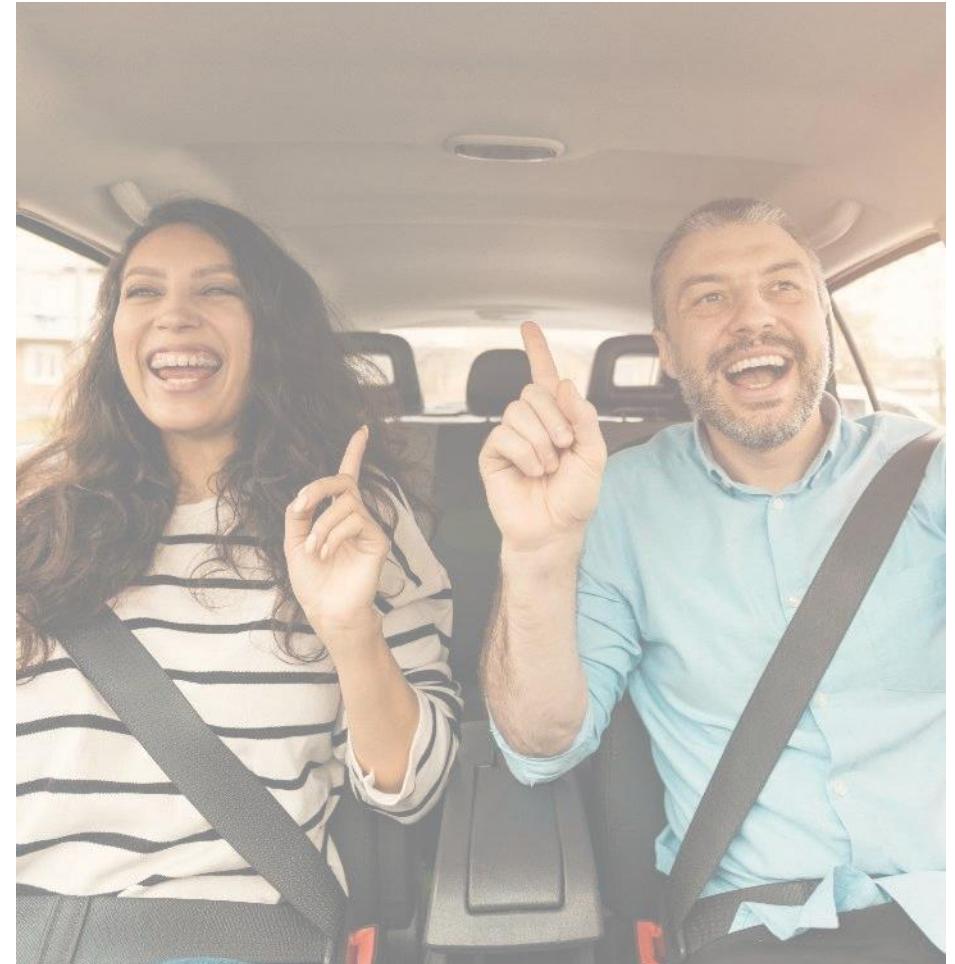
LEISTUNGSWERTE & ANGEBOTE

ENERGY REGION STUTTGART

© 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 aufnahmefähig 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-Onliner, 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 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

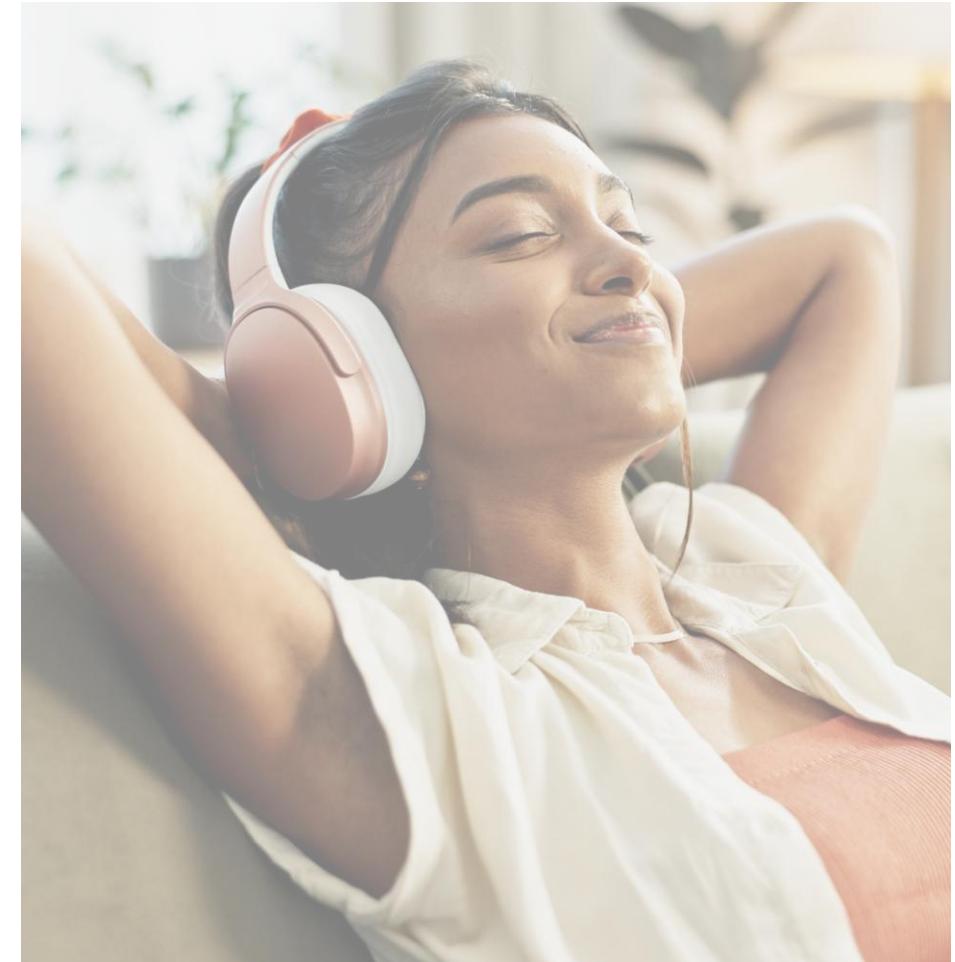
³) Radio to Web, Nielsen, TVTY, 2022; ⁴) Mediaplus, Green GRP-Rechner, Climatepartner über Radiozentrale.de und Funkhaus Halle

ENERGY-HÖRER | RADIONUTZER & MARKENAFFIN

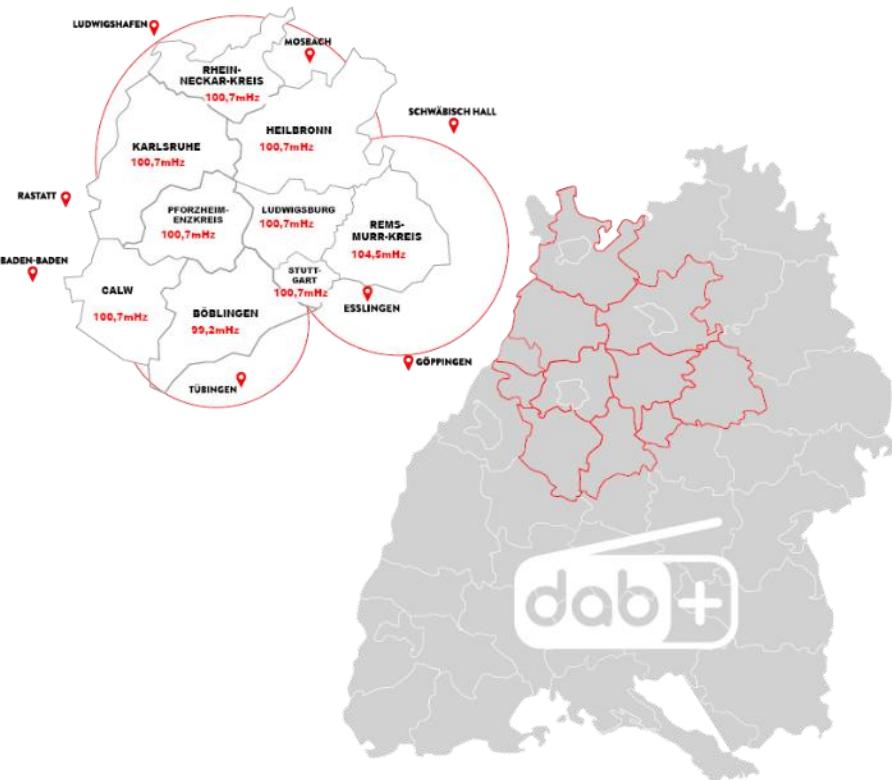
- Radio und Social Media sind mit je 85% die meistgenutzten Medien in der Woche bei den ENERGY-Hörern und knapp 1/3 nutzen bereits täglich den Radioempfangsweg DAB+
- 40% der ENERGY-Hörer nutzen zur Primetime am Morgen das Radio im Vergleich zu 34% der Gesamtbevölkerung
- 51% der ENERGY-Hörer verfügen 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



ENERGY REGION STUTTGART | ÜBERBLICK



PROGRAMM

FORMAT: CHR

ZIELGRUPPE: 14 – 39 JAHRE

HÖRERSCHAFT

Ø-ALTER*: 39,2 JAHRE

45% MÄNNER**

55% FRAUEN**

PREIS

Ø-PREIS (MO. – FR.):

220,00€

EMPFANG

UKW, DAB+
DIGITALES KABELNETZ
WEB, MOBIL, APP

GESAMT

WHK (MO. – SO.):

14+ JAHRE: 722 TSD.

14 – 39 JAHRE: 406 TSD.

HPW (MO. – SO.):

14+ JAHRE: 561 TSD.

14 – 39 JAHRE: 318 TSD.

HPT (MO. – FR.):

14+ JAHRE: 246 TSD.

14 – 39 JAHRE: 142 TSD.

D-STD (MO. – FR.):

14+ JAHRE: 26 TSD.

14 – 39 JAHRE: 15 TSD.

REGION STUTTGART***

WHK (MO. – SO.):

14+ JAHRE: 552 TSD.

14 – 39 JAHRE: 287 TSD.

HPW (MO. – SO.):

14+ JAHRE: 427 TSD.

14 – 39 JAHRE: 225 TSD.

HPT (MO. – FR.):

14+ JAHRE: 185 TSD.

14 – 39 JAHRE: 98 TSD.

D-STD (MO. – FR.):

14+ JAHRE: 20 TSD.

14 – 39 JAHRE: 10 TSD.

ENERGY REGION STUTTGART | ÜBERBLICK

HPW (MO. – SO.), VERSCHIEDENE ZG IN TSD.

WEITESTER HÖRERKREIS

722.000

HÖRER PRO WOCHE

561.000

HÖRER PRO TAG

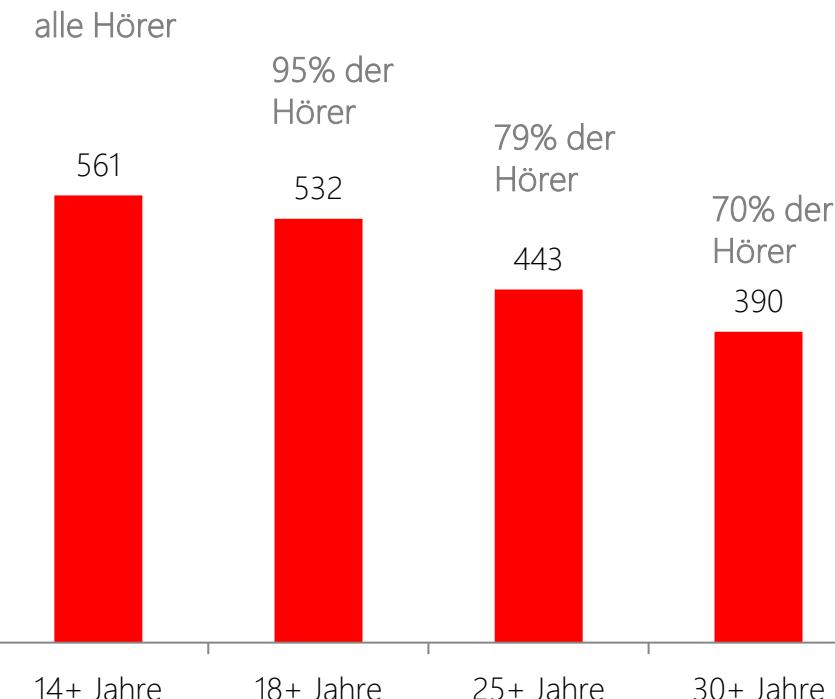
246.000

HÖRER PRO Ø-STUNDE

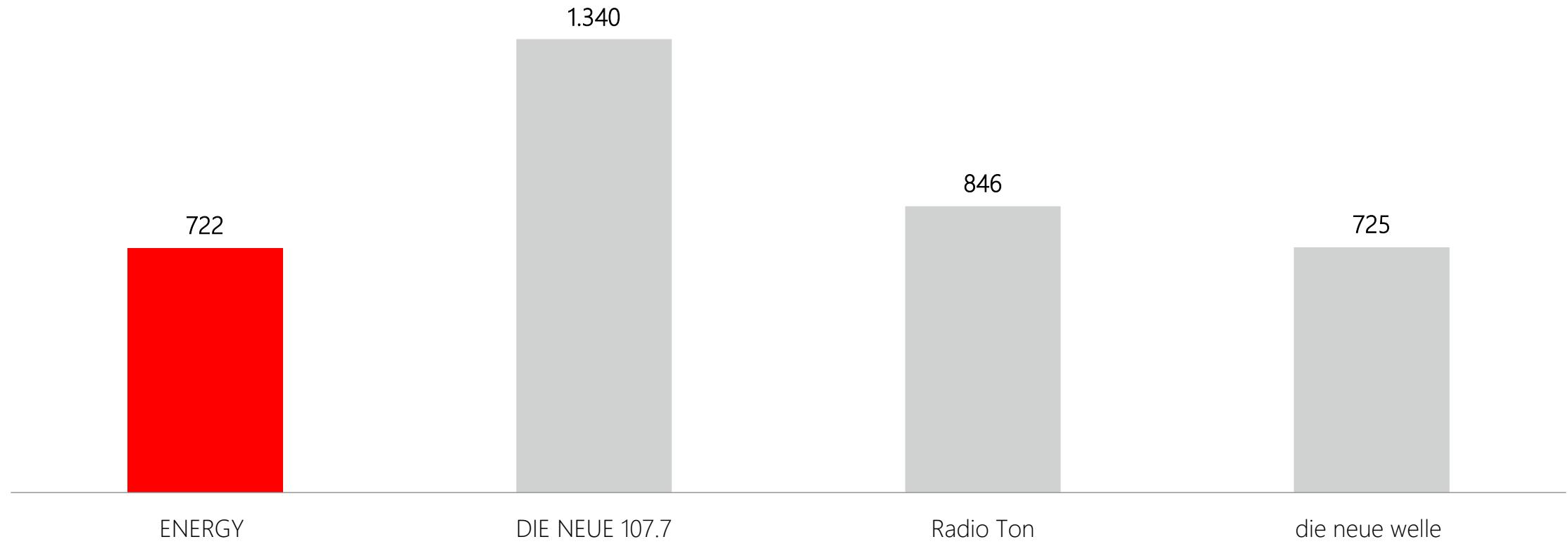
26.000

Ø-ALTER

39,2 Jahre*



ENERGY REGION STUTTGART | WEITESTER HÖRERKREIS

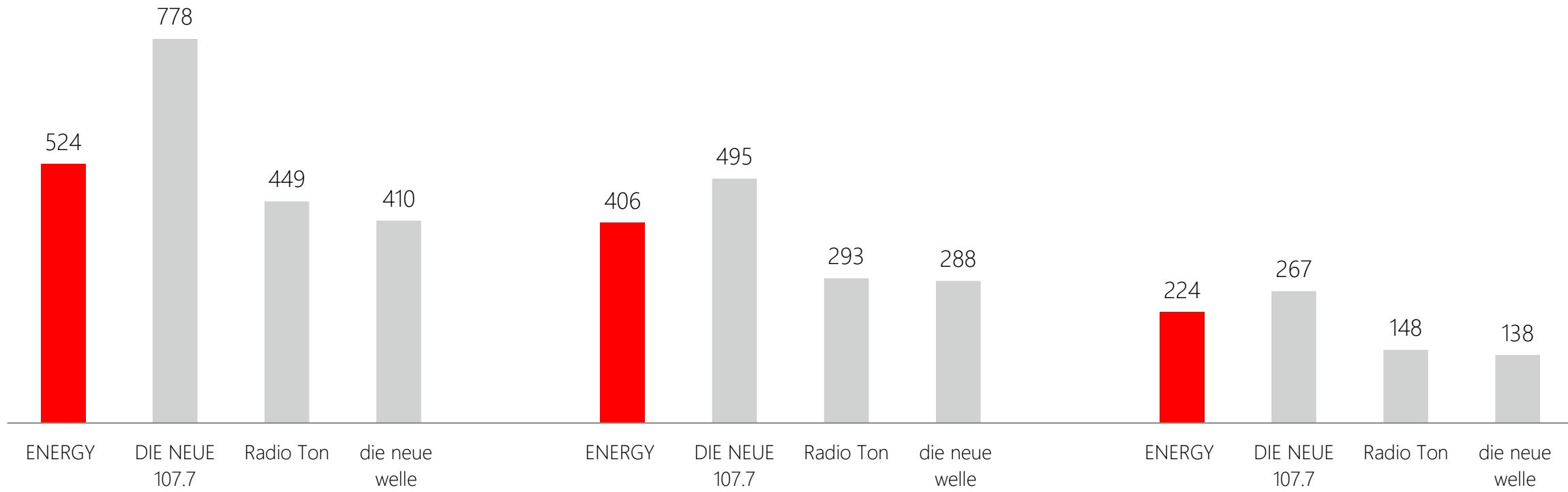


ENERGY REGION STUTTGART | WEITESTER HÖRERKREIS

14 – 49 JAHRE

14 – 39 JAHRE

14 – 29 JAHRE



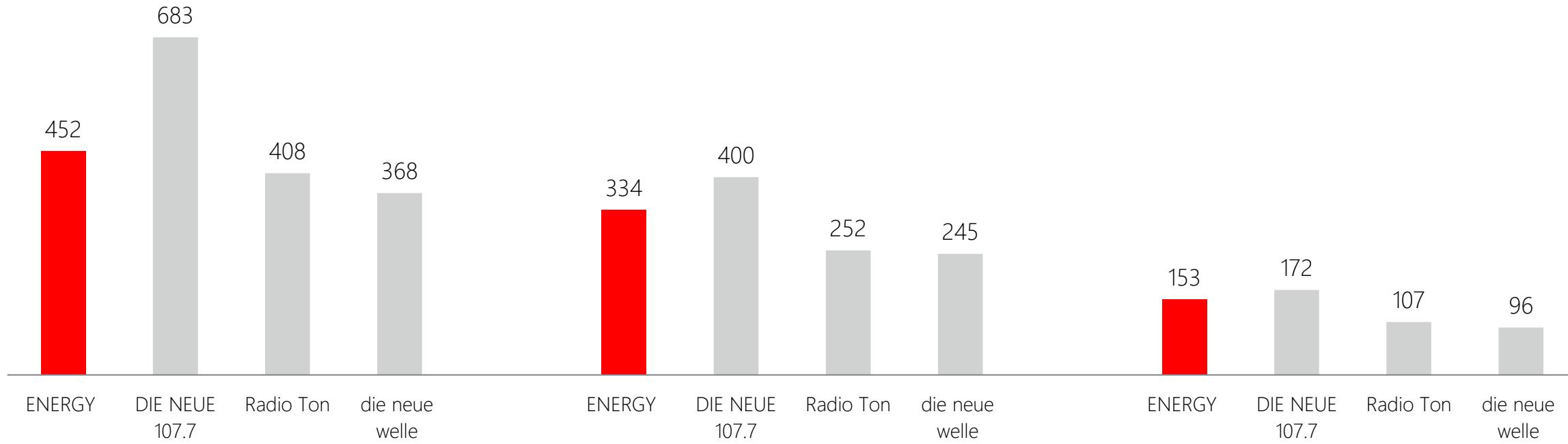
Quelle: ma 2025 Audio II, Basis: WHK (Mo. – So.), gesamt, 14 – 49 Jahre, 14 – 39 Jahre, 14 – 29 Jahre, Angaben in Tsd.

ENERGY REGION STUTTGART | WEITESTER HÖRERKREIS

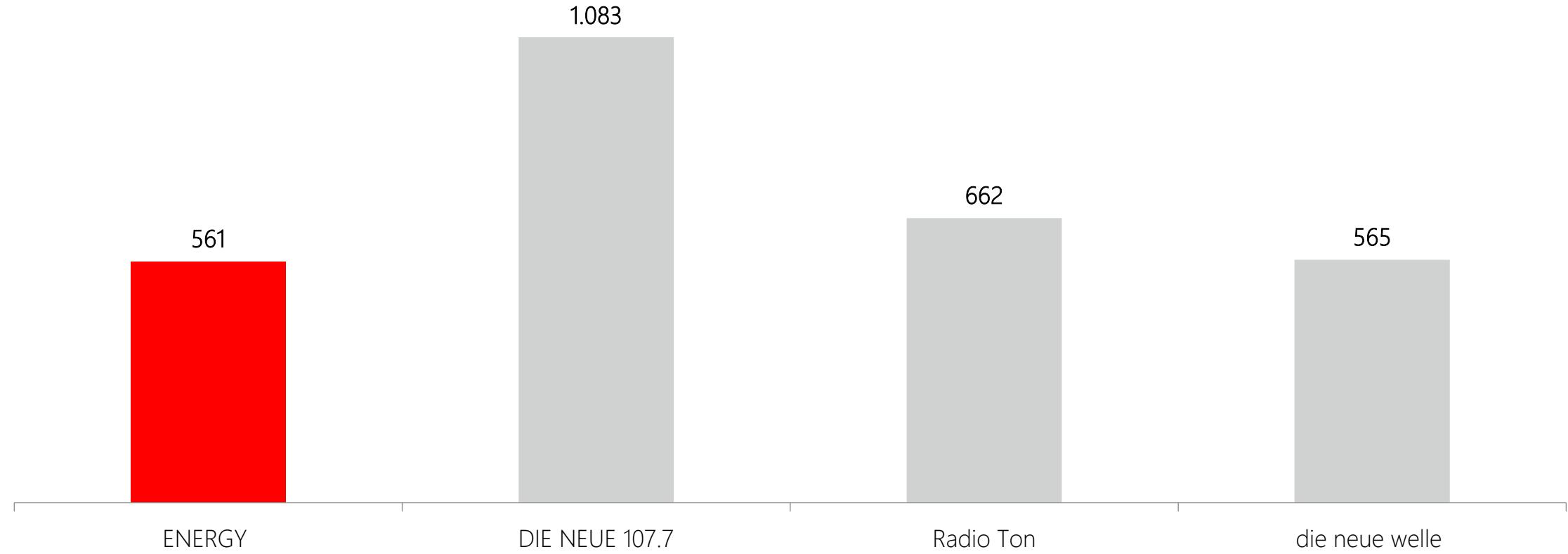
20 – 49 JAHRE

20 – 39 JAHRE

20 – 29 JAHRE

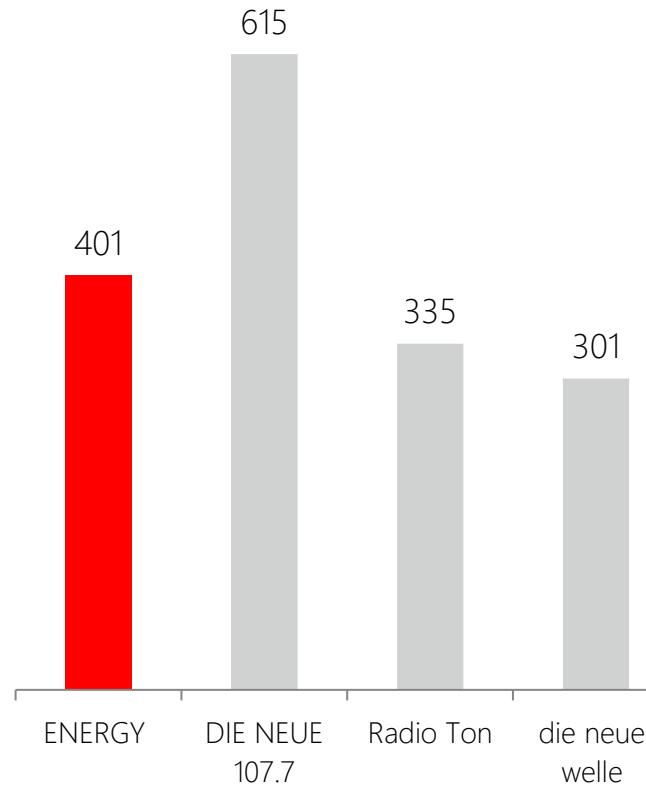


ENERGY REGION STUTTGART | HÖRER PRO WOCHE

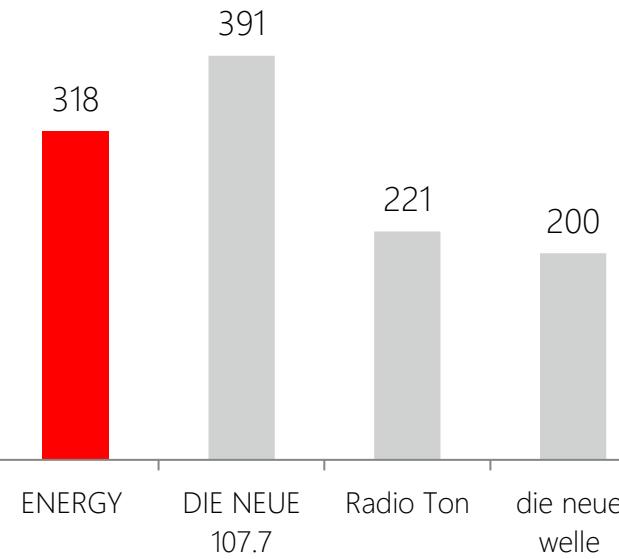


ENERGY REGION STUTTGART | HÖRER PRO WOCHE

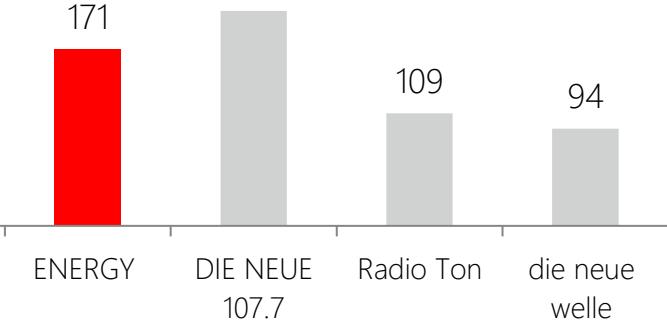
14 – 49 JAHRE



14 – 39 JAHRE



14 – 29 JAHRE

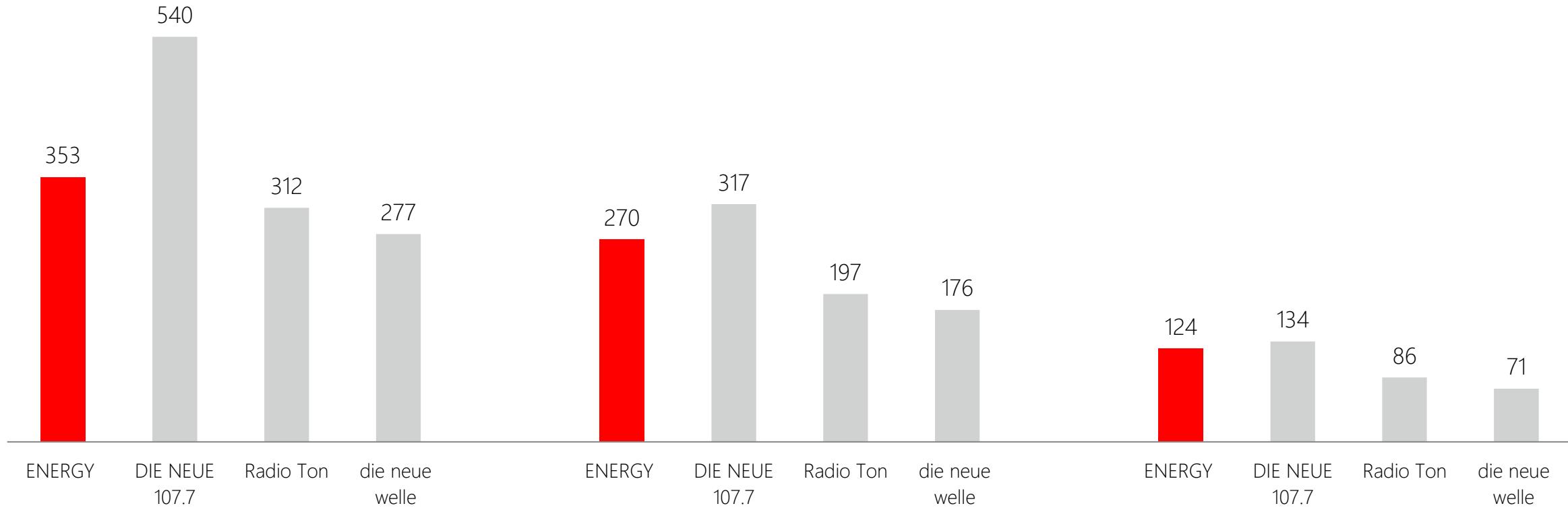


ENERGY REGION STUTTGART | HÖRER PRO WOCHE

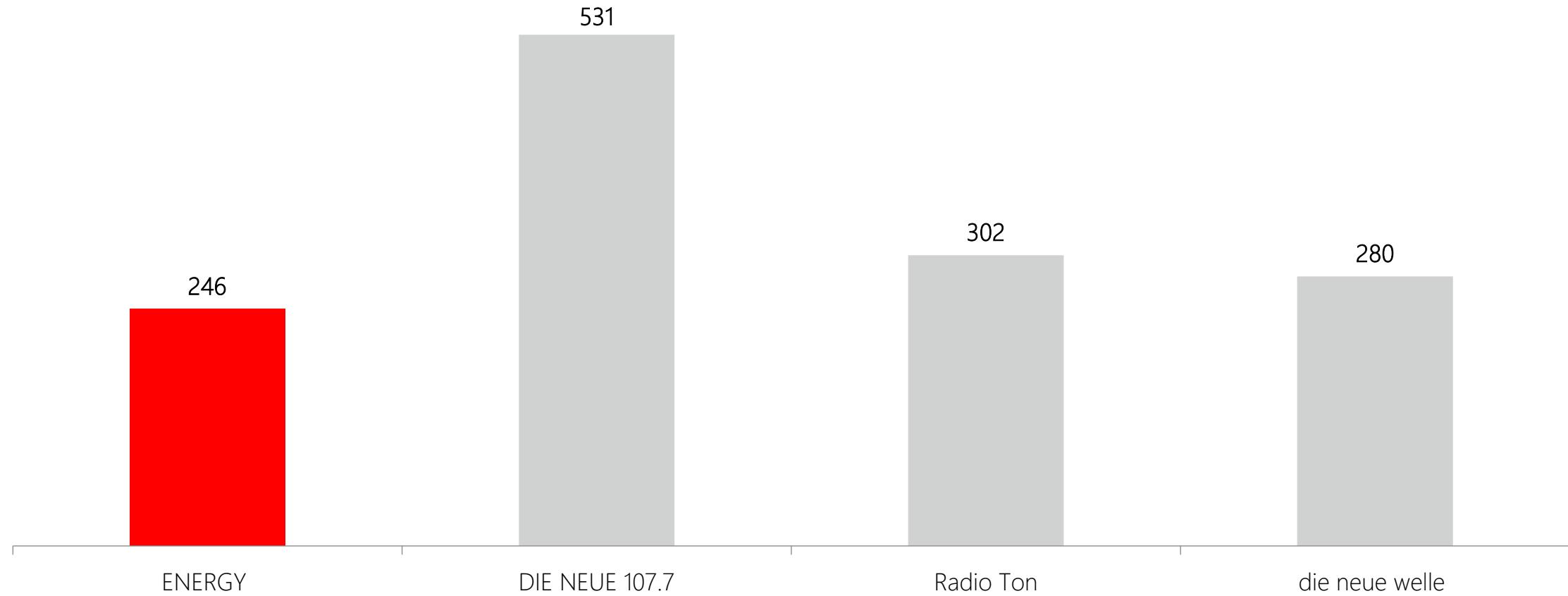
20 – 49 JAHRE

20 – 39 JAHRE

20 – 29 JAHRE

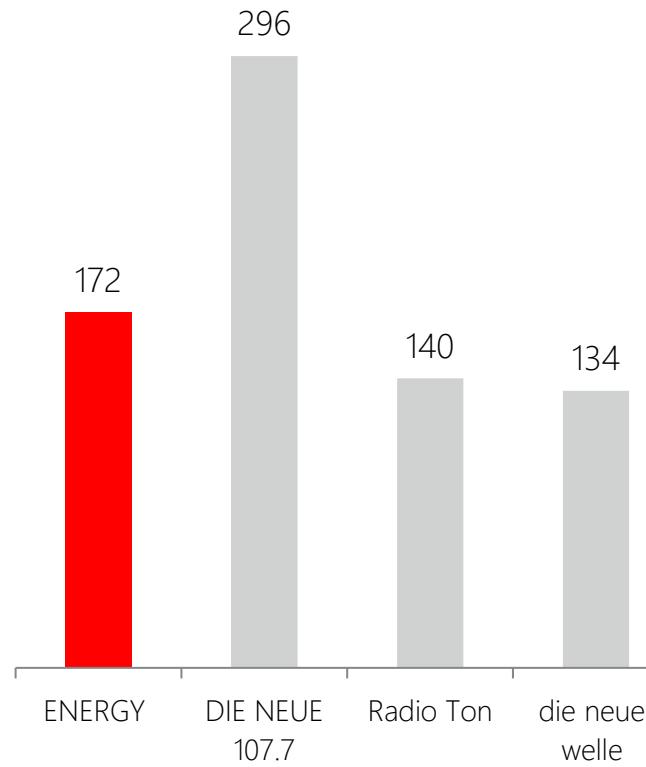


ENERGY REGION STUTTGART | HÖRER PRO TAG

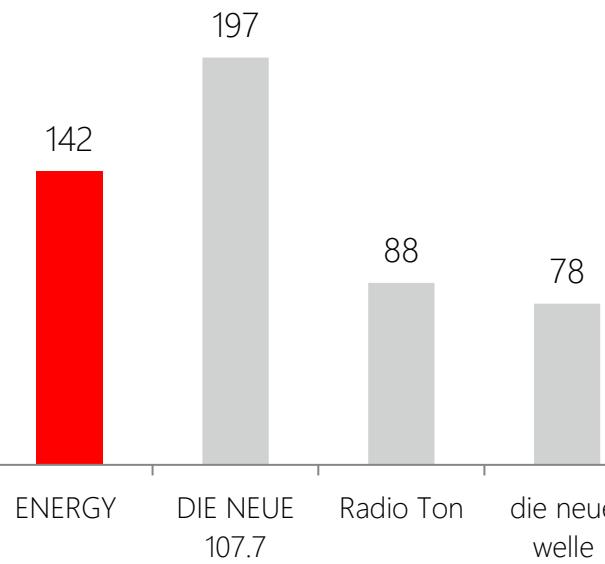


ENERGY REGION STUTTGART | HÖRER PRO TAG

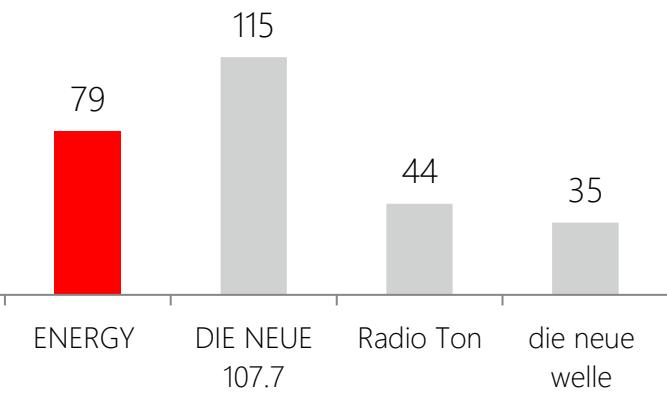
14 – 49 JAHRE



14 – 39 JAHRE

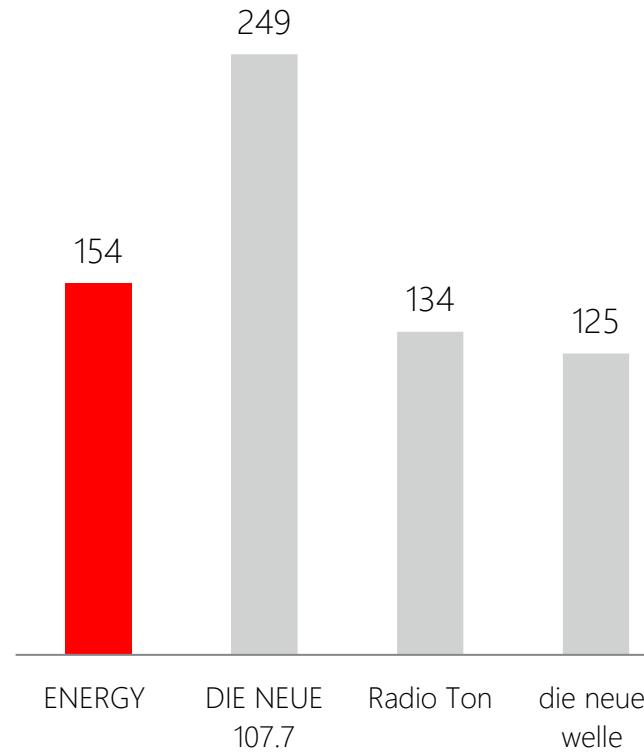


14 – 29 JAHRE

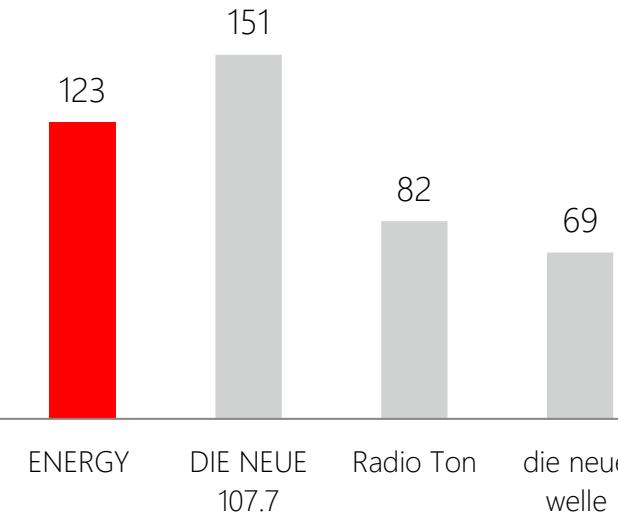


ENERGY REGION STUTTGART | HÖRER PRO TAG

20 – 49 JAHRE



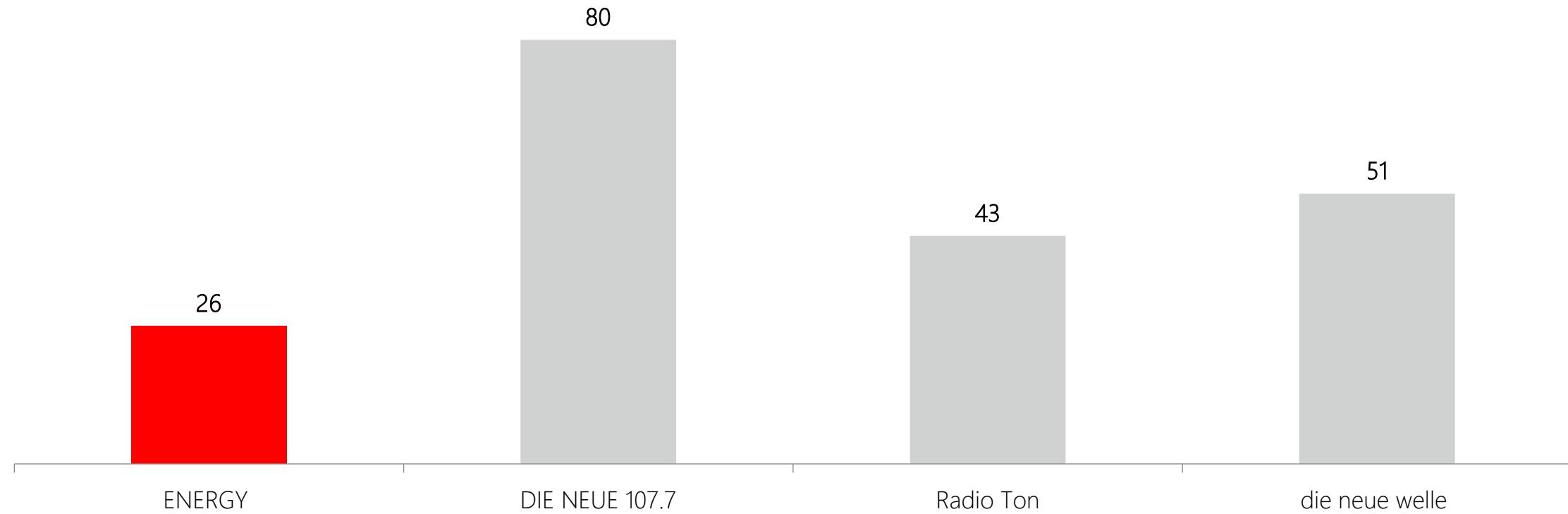
20 – 39 JAHRE



20 – 29 JAHRE



ENERGY REGION STUTTGART | DURCHSCHNITTSSTUNDE

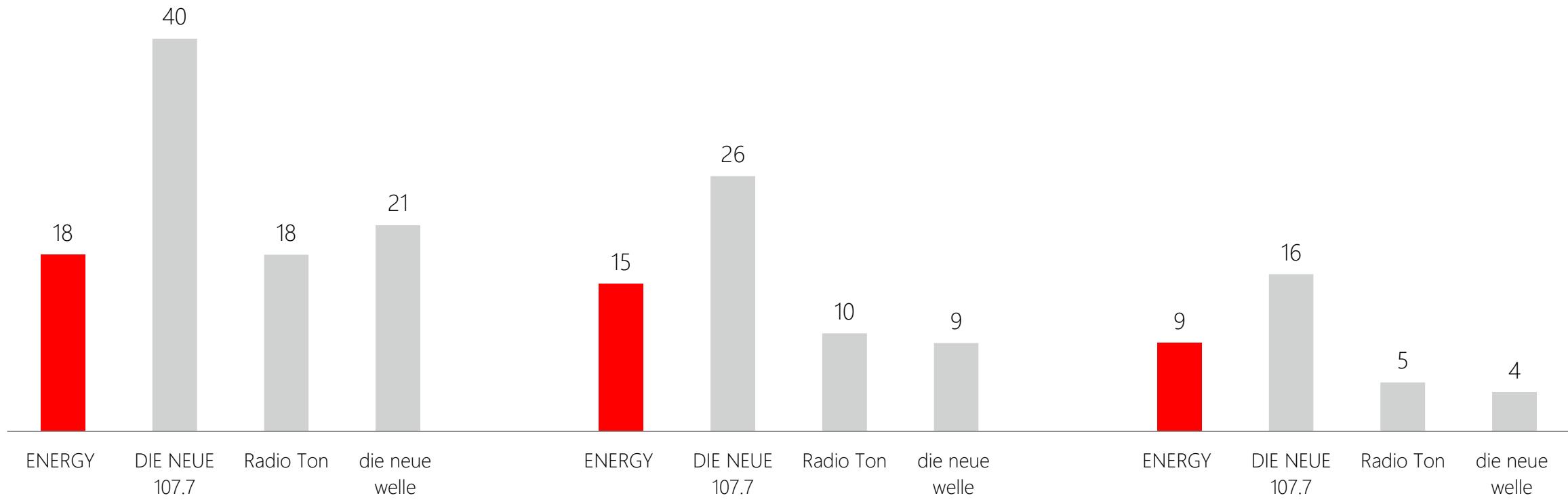


ENERGY REGION STUTTGART | DURCHSCHNITTSSTUNDE

14 – 49 JAHRE

14 – 39 JAHRE

14 – 29 JAHRE

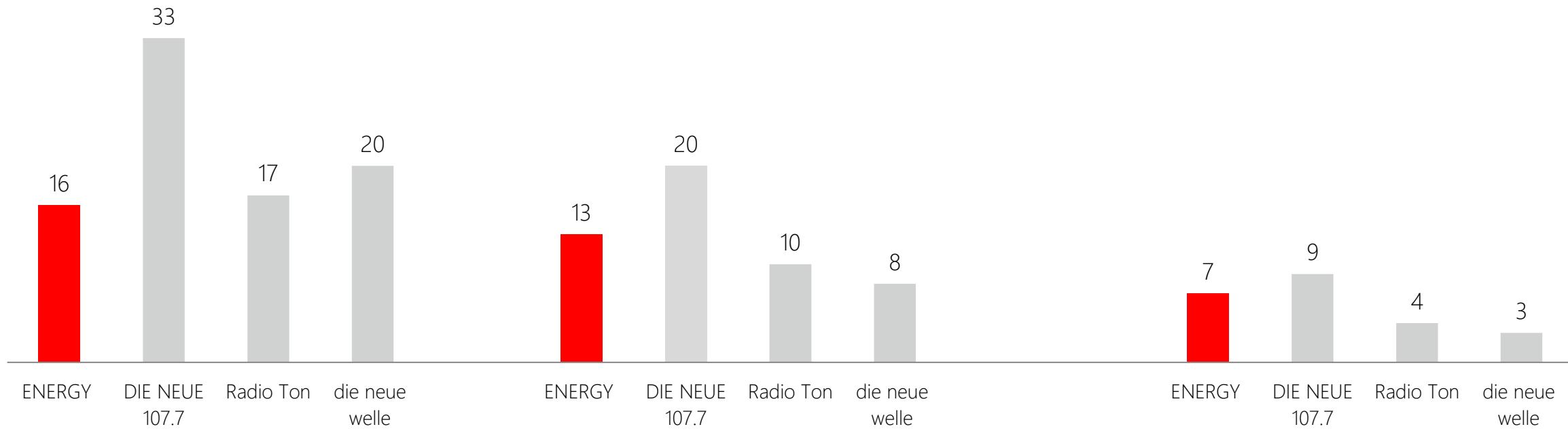


ENERGY REGION STUTTGART | DURCHSCHNITTSSTUNDE

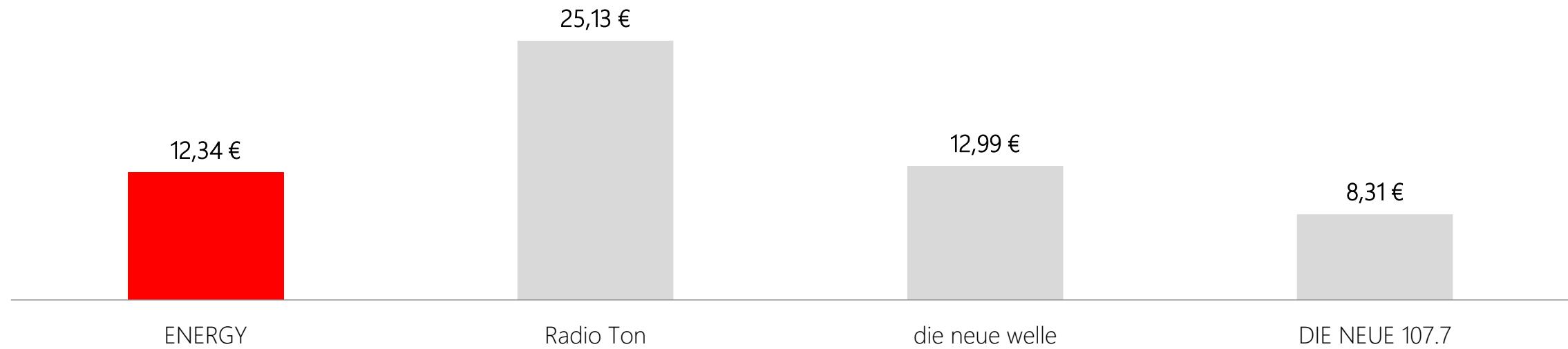
20 – 49 JAHRE

20 – 39 JAHRE

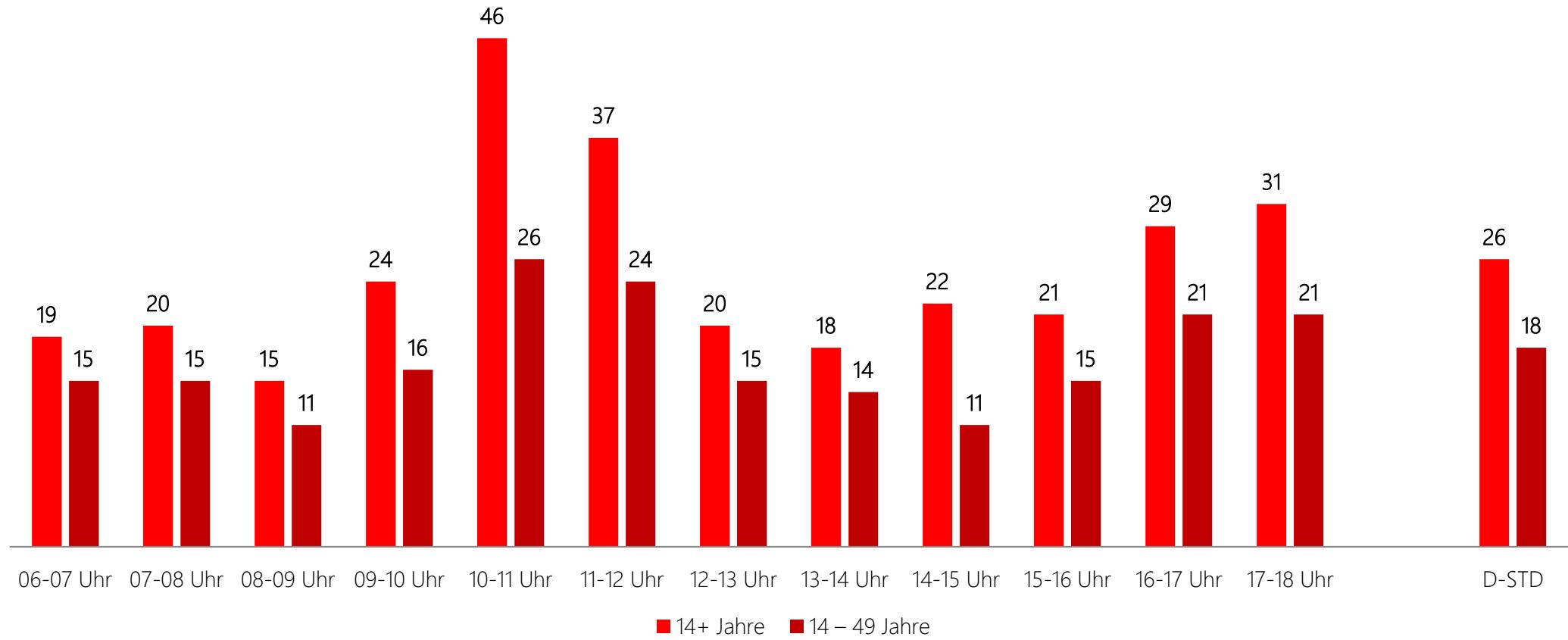
20 – 29 JAHRE



ENERGY REGION STUTTGART | PREIS-LEISTUNG

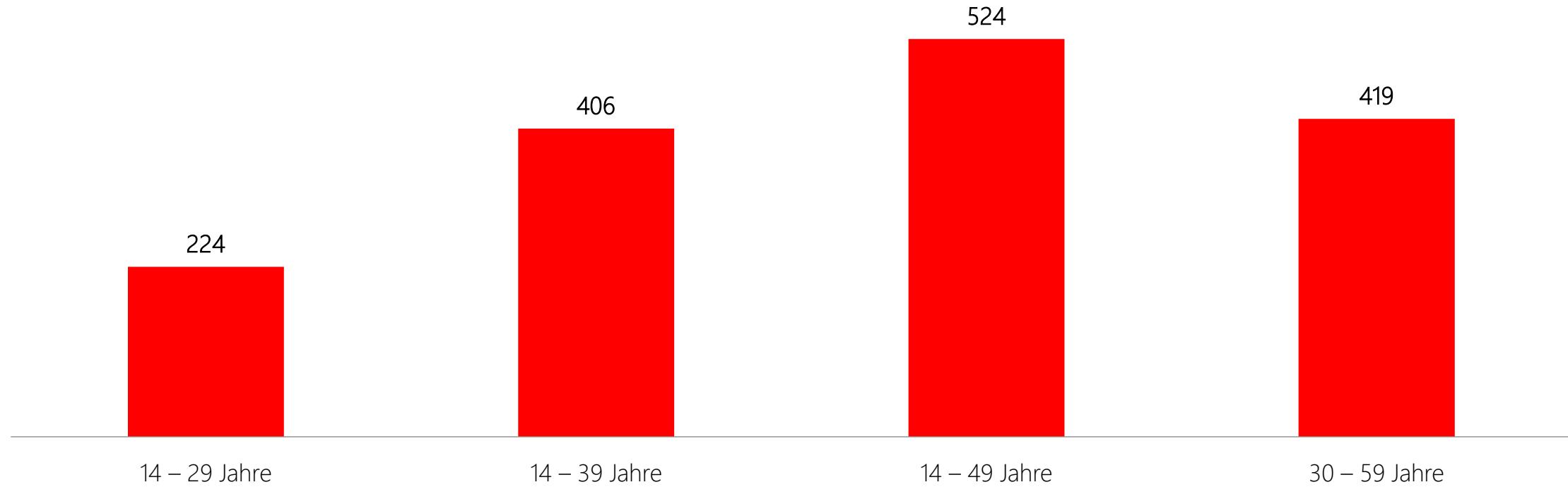


ENERGY REGION STUTTGART | TAGESVERLAUF



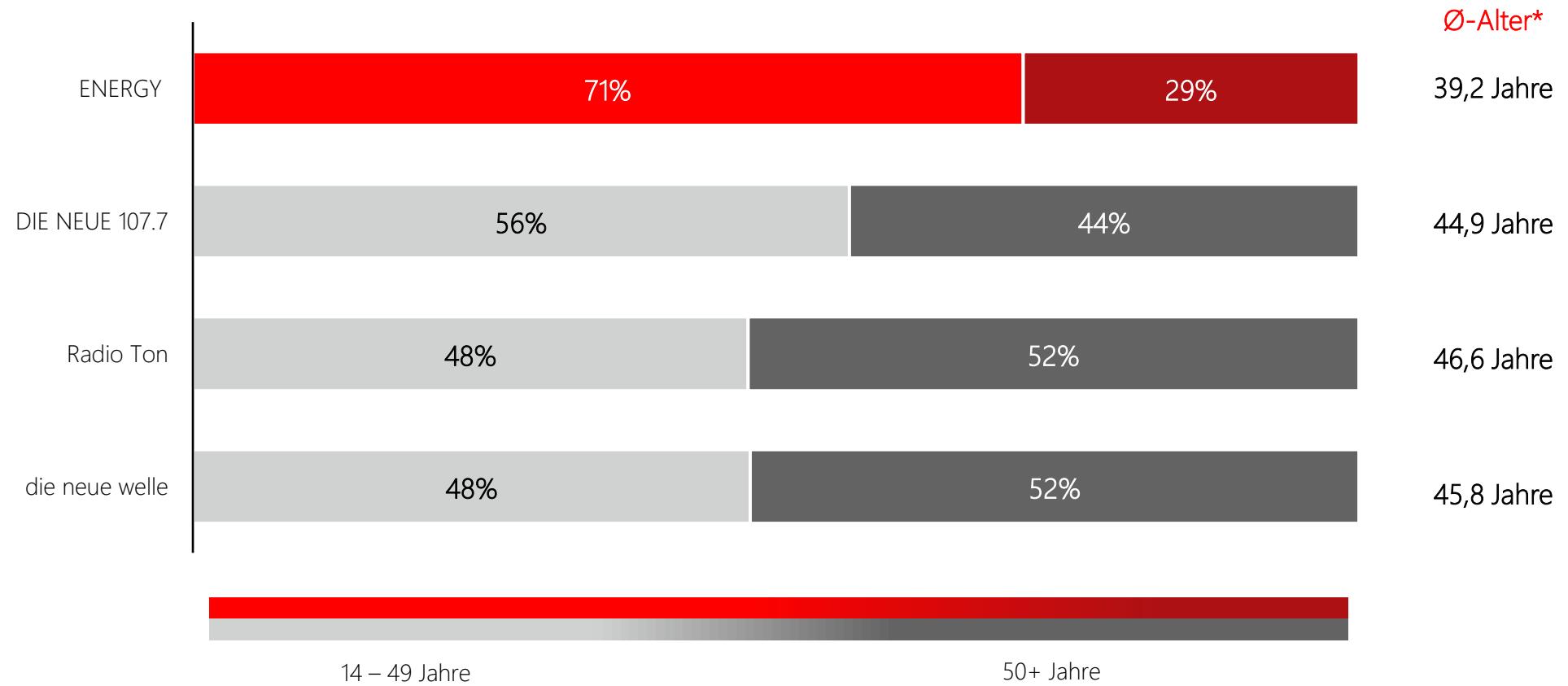
Quelle: ma 2025 Audio II, Basis: Einzelstunden (Mo. – Fr.), gesamt, 14+ Jahre, 14 – 49 Jahre; Angabe in Tsd.

ENERGY REGION STUTTGART | ALTERSGRUPPEN IN TSD.



Quelle: ma 2025 Audio II, Basis: WHK (Mo. – So.), gesamt, 14 – 29 Jahre, 14 – 39 Jahre, 14 – 49 Jahre, 30 – 59 Jahre, Angaben in Tsd.

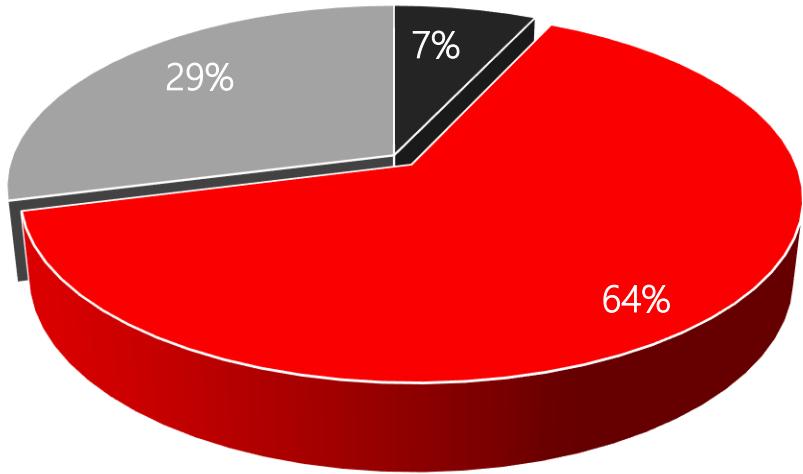
ENERGY REGION STUTTGART | ALTERSGRUPPEN IN %



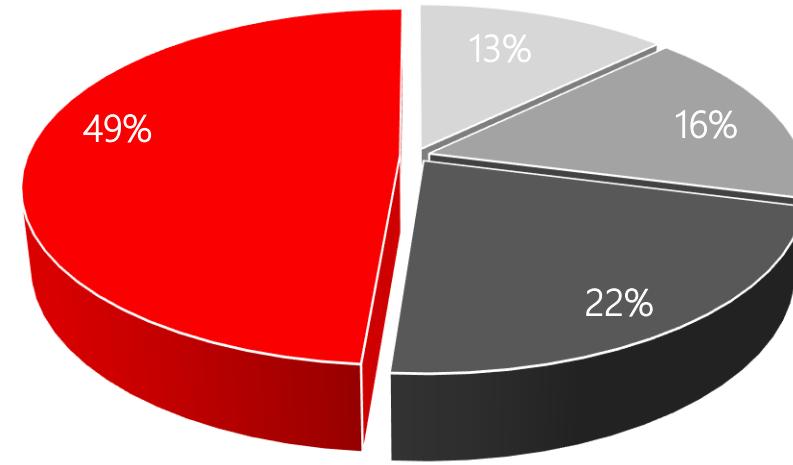
Quelle: ma 2025 Audio II, Basis: HpT (Mo. – Fr.), Baden-Württemberg, 14 – 49 Jahre, 50+ Jahre

*Basis: WHK (Mo. – So.)

ENERGY REGION STUTTGART | STRUKTURDATEN

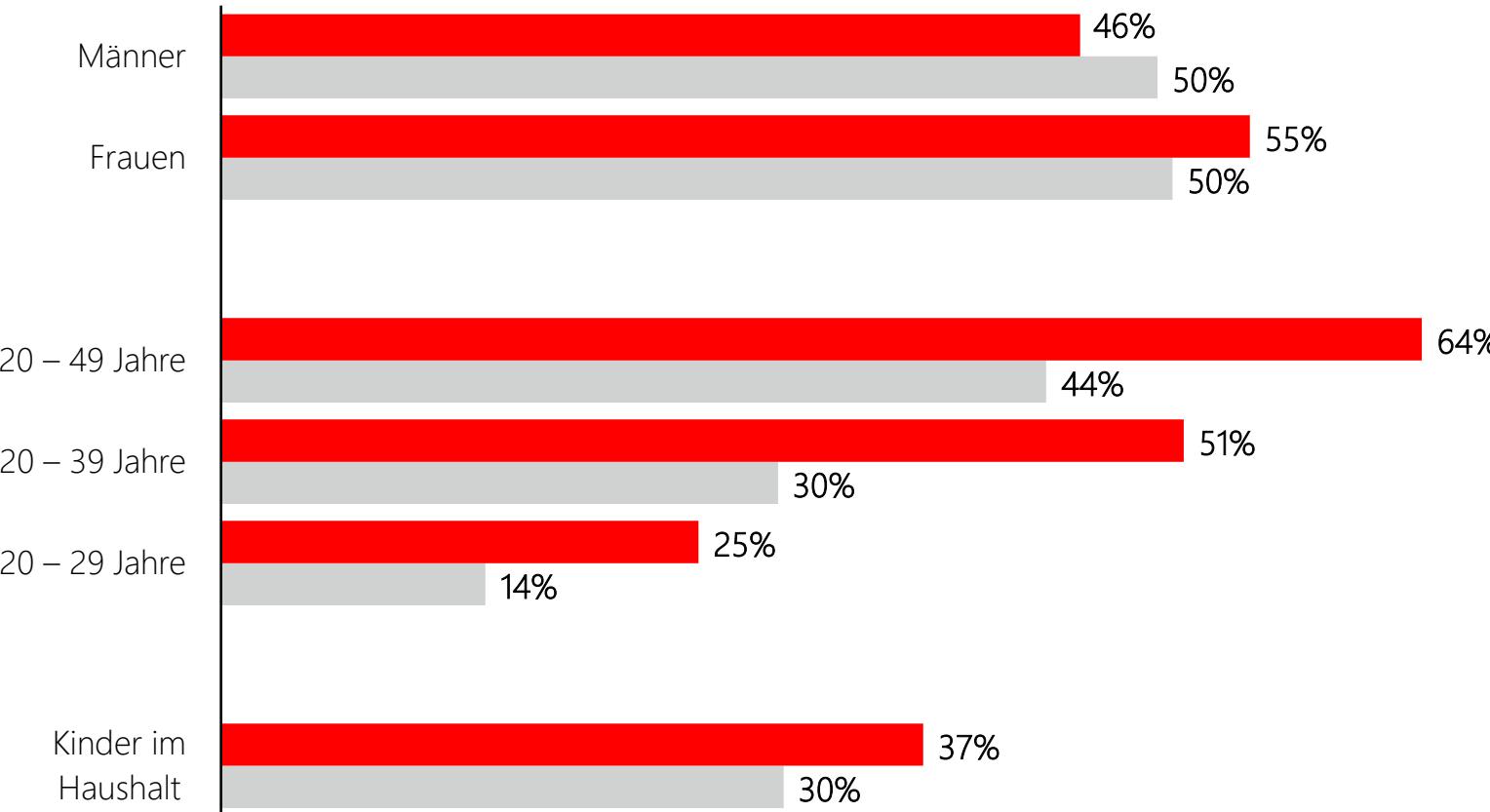


■ 14 – 19 Jahre ■ 20 – 49 Jahre ■ 50+ Jahre



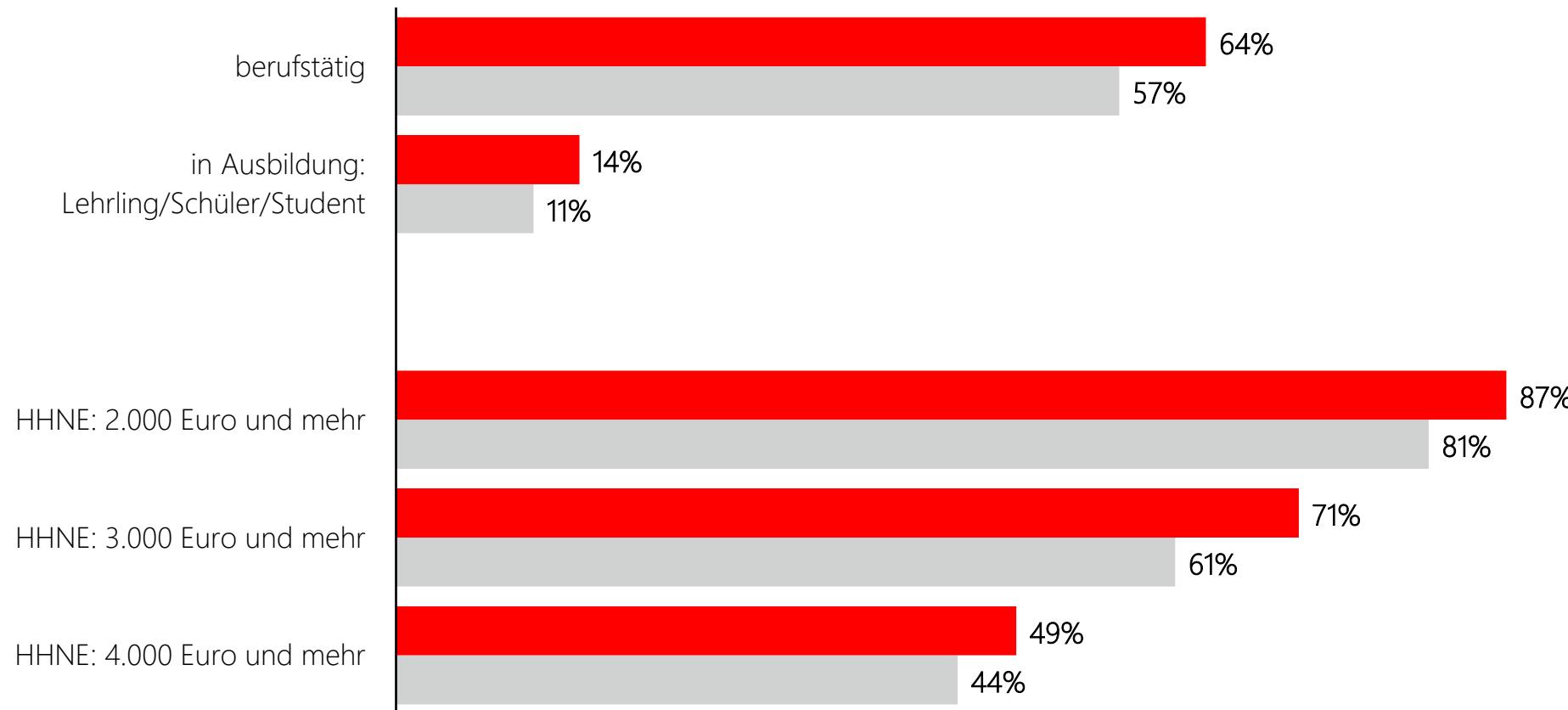
■ bis unter 2.000 EUR
■ 2.000 bis unter 3.000 EUR
■ 3.000 bis unter 4.000 EUR
■ 4.000 EUR und mehr

ENERGY REGION STUTTGART | STRUKTURDATEN



ENERGY Region Stuttgart ■ Bevölkerung in Baden-Württemberg

ENERGY REGION STUTTGART | STRUKTURDATEN



ENERGY Region Stuttgart ■ Bevölkerung in Baden-Württemberg



ENERGY MEDIA GMBH

KIRCHSTRÄÙE 29
71634 LUDWIGSBURG
WWW.ENERGYMEDIA.DE

MATTHIAS SPANG
GESCHÄFTSFÜHRER / VERKAUFSLEITER
ENERGY REGION STUTTGART

07141/ 990 35 – 901 | 0173 / 968 16 04
M.SPANG@ENERGY.DE

