

# LEISTUNGS WERTE

ENERGY IN HAMBURG

© ENERGY MEDIA | MEDIA MARKETING |  
DANIEL SONNENBERG | D.SONNENBERG@ENERGY.DE



# ENERGY IN HAMBURG

## PROGRAMM

- Format: CHR
- Zielgruppe: 14 - 39 Jahre

## HÖRER

- Ø-Alter\*: 37,7 Jahre
- Geschlecht\*\*: 48 % Männer, 52 % Frauen

## PREIS

- Ø-Preis (Mo. - Fr.): 200,00 €

## REICHWEITEN – GESAMT

WHK (MO. - SO.):

- 14+ Jahre: 854 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 516 Tsd.

HPW (MO. - SO.):

- 14+ Jahre: 599 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 348 Tsd.

HPT (MO. - FR.):

- 14+ Jahre: 244 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 151 Tsd.

D-STD (MO. - FR.):

- 14+ Jahre: 26 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 17 Tsd.

## REICHWEITEN – HAMBURG\*\*\*

WHK (MO. - SO.):

- 14+ Jahre: 495 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 284 Tsd.

HPW (MO. - SO.):

- 14+ Jahre: 340 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 183 Tsd.

HPT (MO. - FR.):

- 14+ Jahre: 144 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 86 Tsd.

D-STD (MO. - FR.):

- 14+ Jahre: 15 Tsd.
- 14 - 39 Jahre: 9 Tsd.

Quelle: ma 2018 Audio I, Preise 2018 (Mo. - Fr., 6 - 18 Uhr, 30 Sek.)

\*Basis: WHK (Mo. - So.); \*\*Basis: HPT (Mo. - Fr.); \*\*\*Bundesland Hamburg



# ENERGY IN HAMBURG

## EMPFANG

### UKW:

- Hamburg 97.1 MHz
- Bergedorf 100.9 MHz
- Wedel 101.6 MHz

### KABEL:

- Hamburg 99.65 MHz
- Lüneburg 94.25 MHz
- Elmshorn 99.65 MHz
- Tostedt 99.65 MHz
- Buchholz 99.65 MHz

### INTERNET:

- [www.energy.de/hamburg](http://www.energy.de/hamburg)



HIT MUSIC ONLY !

# ENERGY IN HAMBURG

## 5 TOP-ARGUMENTE

### BEKANNT

- ENERGY ist die größte internationale Radiomarkte mit mehr als 600 Frequenzen in 16 Ländern und 29 Mio. Hörern wöchentlich. Das konsequente Branding bietet einen hohen Wiedererkennungseffekt

### ZIELGRUPPENSCHARF

- ENERGY ist das einzige lokale Programmformat für junge Erwachsene in Hamburg. 78 % der ENERGY-Hörer sind zwischen 14 und 49 Jahre alt. Das Durchschnittsalter der ENERGY-Hörer beträgt 37,7 Jahre. Damit erreichen Sie genau die jungen Erwachsenen in Hamburg!

### AKTIV

- Mit ENERGY erreichen Sie die attraktive und kaufkräftige Zielgruppe. 88 % der ENERGY-Hörer sind berufstätig oder in Ausbildung. 74 % verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 2.500 Euro und mehr.

### TRENDSETTER

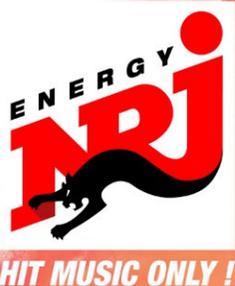
- 58 % der Hörer wechseln gern häufiger die Marke und 50 % testen gerne neue Produkte!

### VIELSEITIGKEIT

- Mediawirksame Sponsorings durch Crossmedia, Events, Gewinnspiele, Sendungen oder Rubriken!

Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: HpT (Mo.- Fr.), Gesamt; Ø-Alter auf Basis WHK (Mo. - So.);

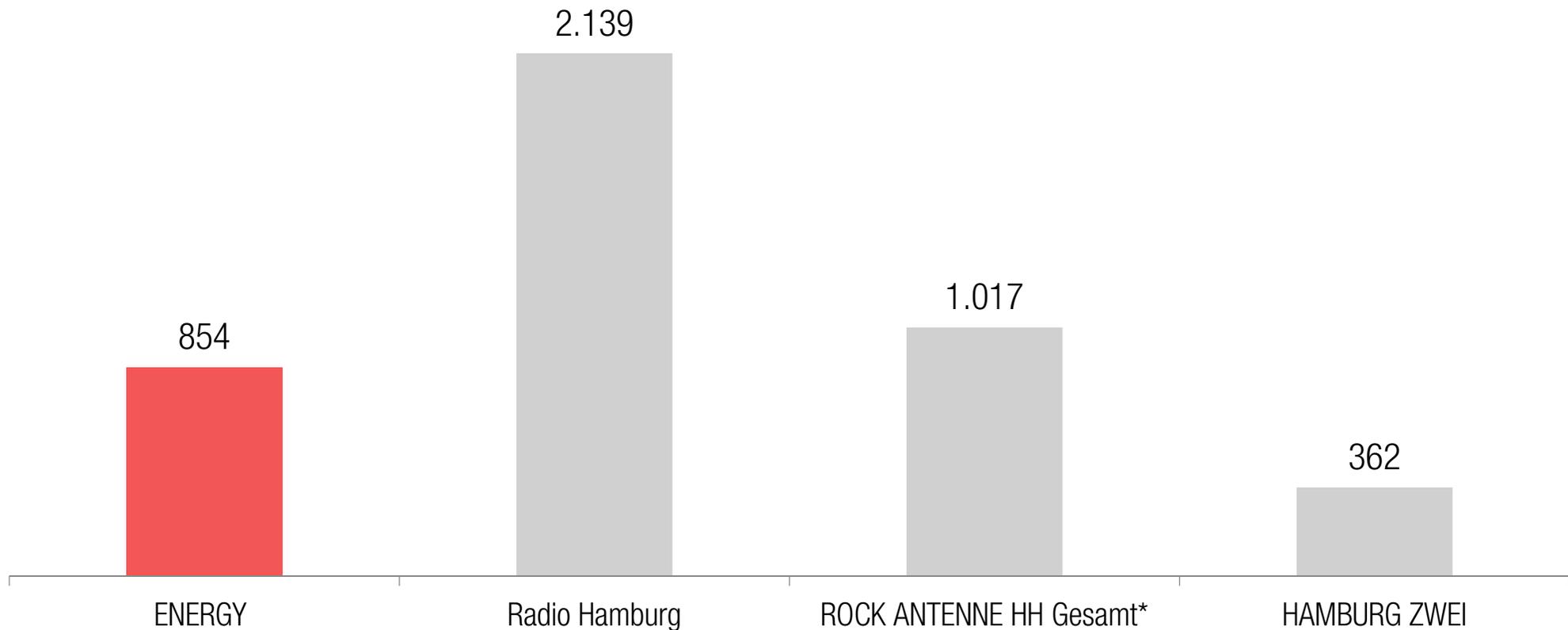
VuMA Touchpoints 2018, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt



# WEITESTER HÖRERKREIS (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 14+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.**



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt, 14+ \*ehemals alsterradio GESAMT



HIT MUSIC ONLY!

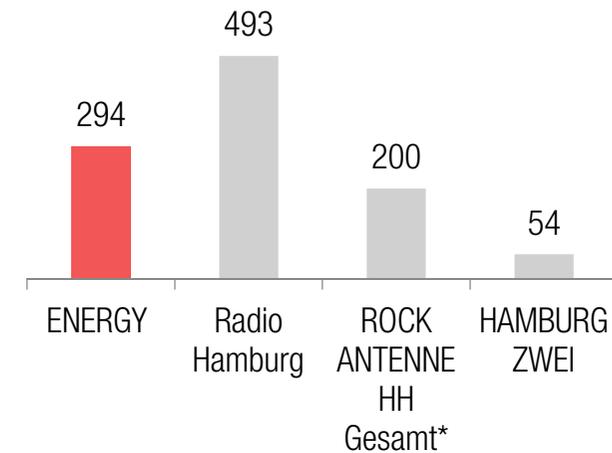
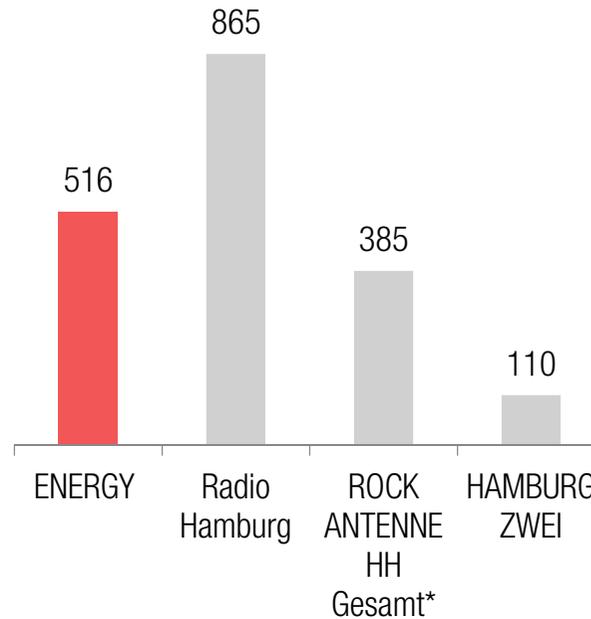
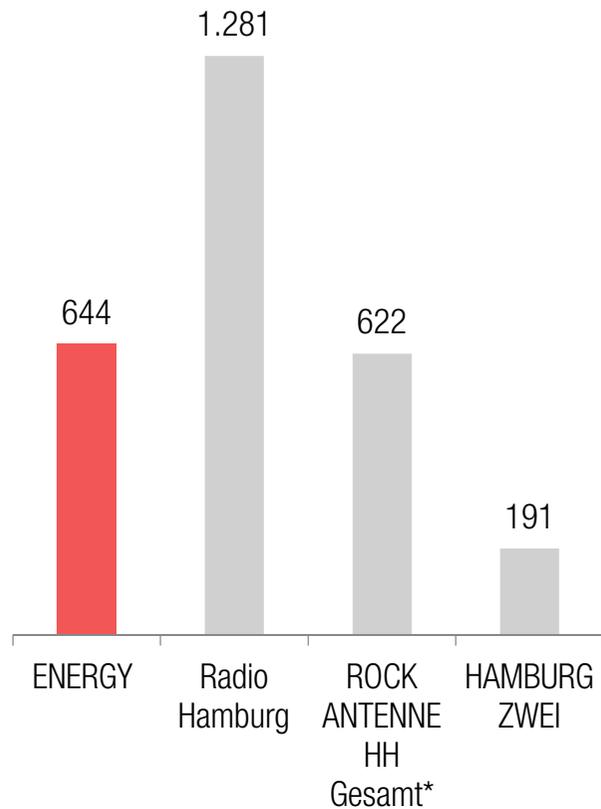
# WEITESTER HÖRERKREIS (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 14-49 JAHRE**

**14-39 JAHRE,**

**14-29 JAHRE, IN TSD.**



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt, 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre \*ehemals alsterradio GESAMT



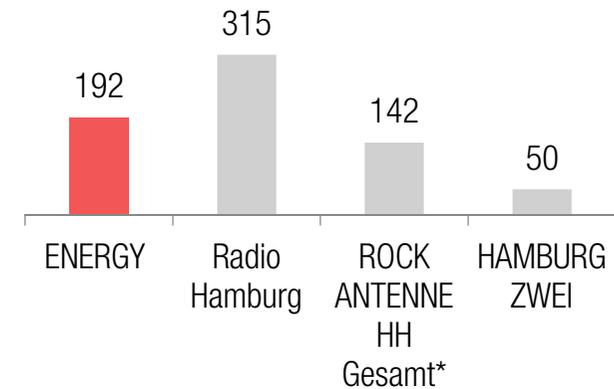
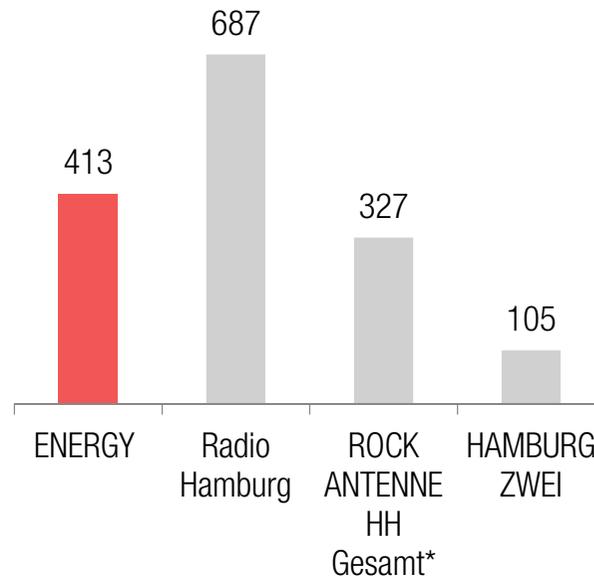
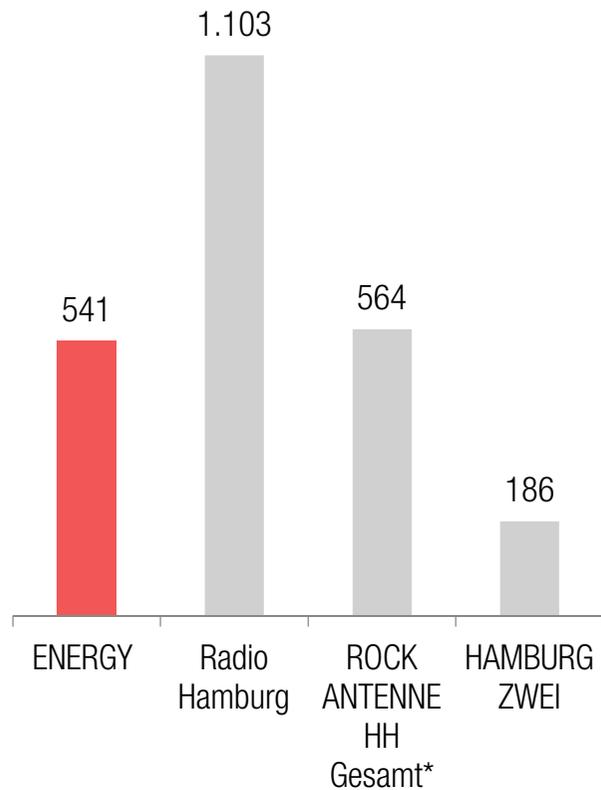
# WEITESTER HÖRERKREIS (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 20-49 JAHRE**

**20-39 JAHRE,**

**20-29 JAHRE, IN TSD.**



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre \*ehemals alsterradio GESAMT

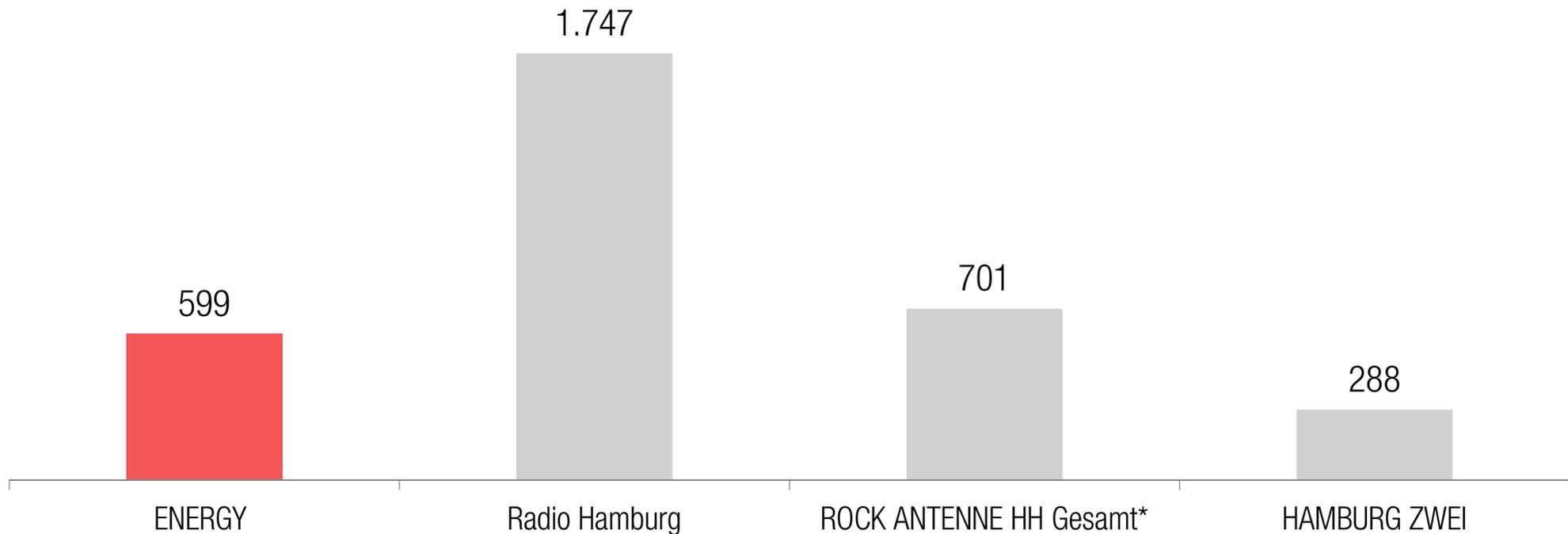


**HIT MUSIC ONLY !**

# HÖRER PRO WOCHE (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 14+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.**



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: HPW (Mo. - So.), gesamt, 14+ \*ehemals alsterradio GESAMT



**HIT MUSIC ONLY!**

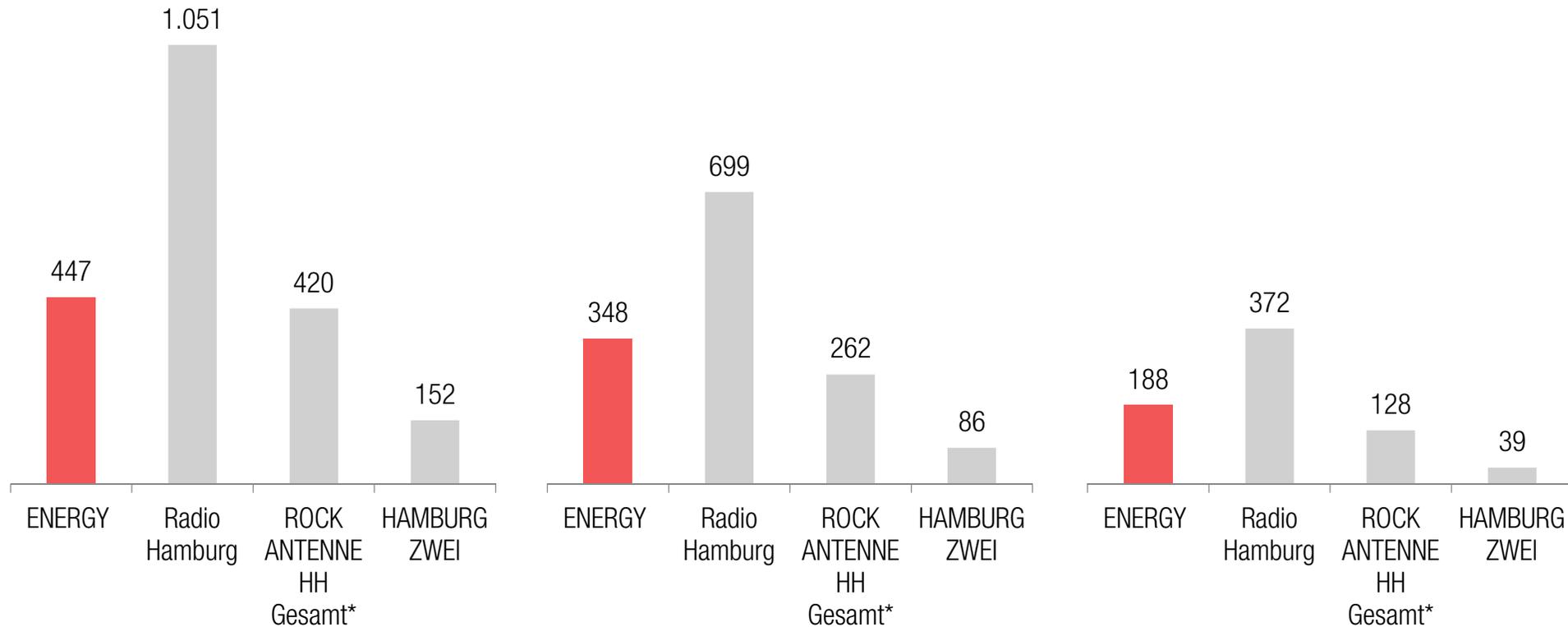
# HÖRER PRO WOCHE (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 14-49 JAHRE**

**14-39 JAHRE,**

**14-29 JAHRE, IN TSD.**



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: HPW (Mo. - So.), gesamt, 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre \*ehemals alsterradio GESAMT



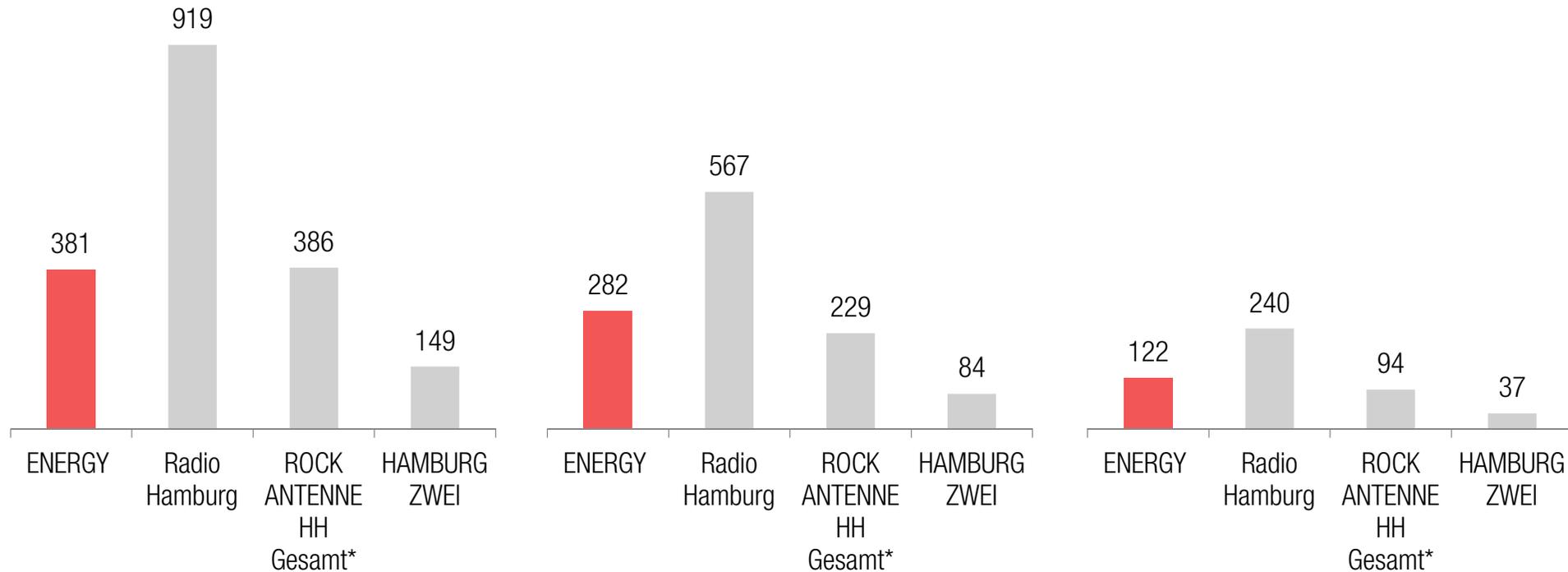
# HÖRER PRO WOCHE (MO. - SO.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 20-49 JAHRE**

**20-39 JAHRE,**

**20-29 JAHRE, IN TSD.**

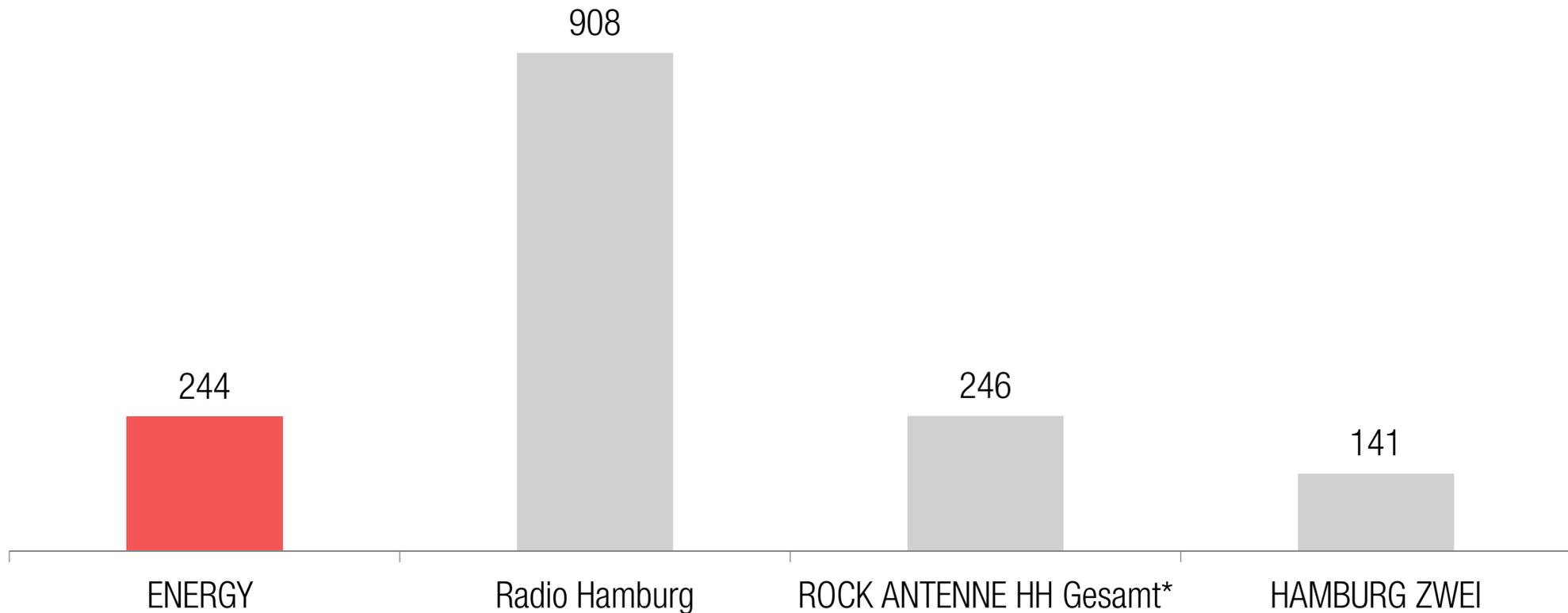


Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: WHK (Mo. - So.), gesamt 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre \*ehemals alsterradio GESAMT

# HÖRER PRO TAG (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 14+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.**



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 14+ Jahre, \*ehemals alsterradio GESAMT



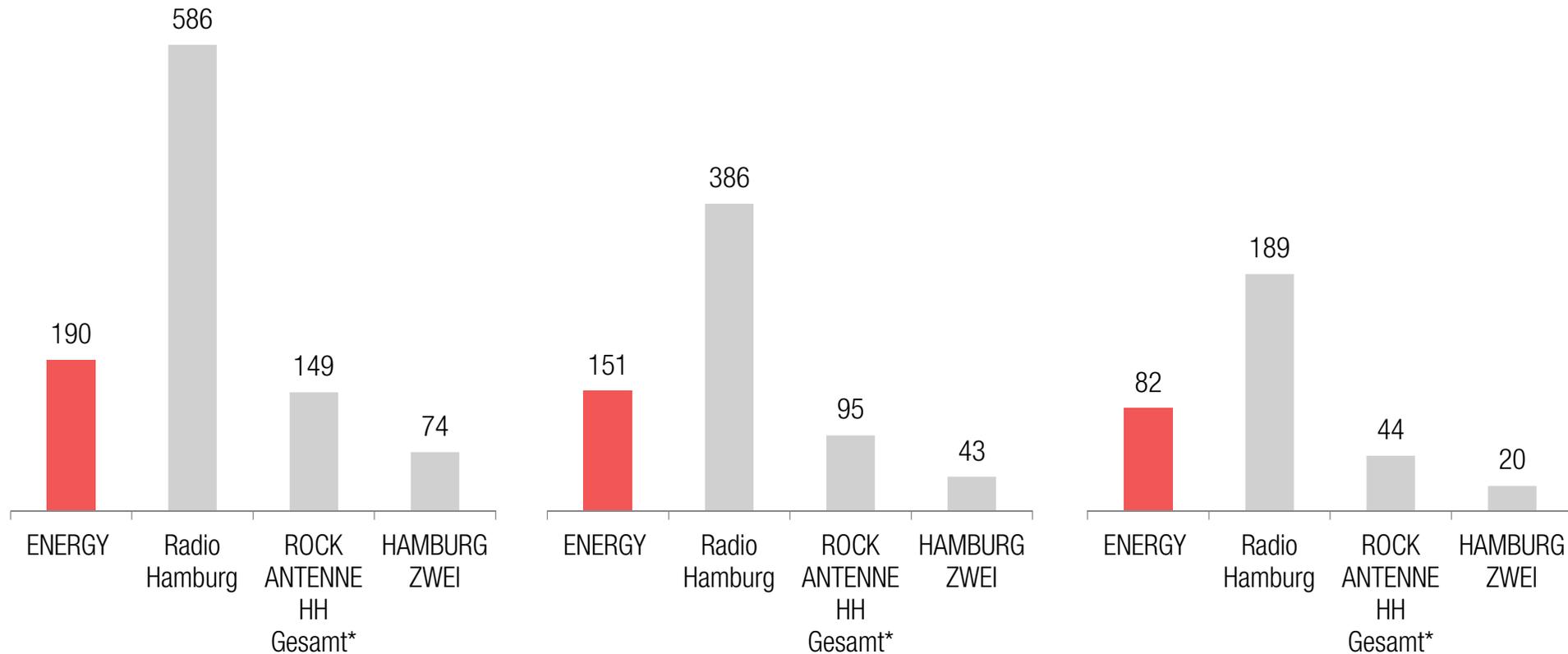
# HÖRER PRO TAG (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 14-49 JAHRE**

**14-39 JAHRE,**

**14-29 JAHRE, IN TSD.**



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 14 - 49 Jahre , 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre \*ehemals alsterradio GESAMT



**HIT MUSIC ONLY !**

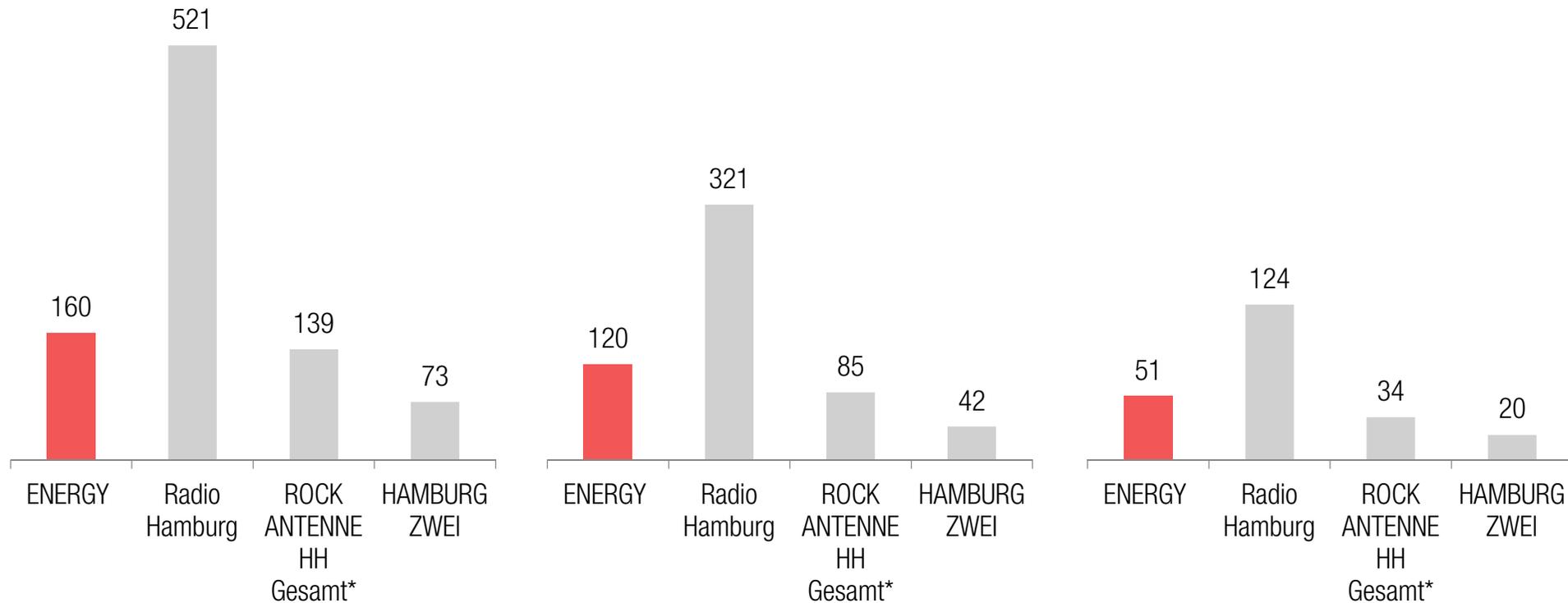
# HÖRER PRO TAG (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 20-49 JAHRE**

**20-39 JAHRE,**

**20-29 JAHRE, IN TSD.**



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre \*ehemals alsterradio GESAMT

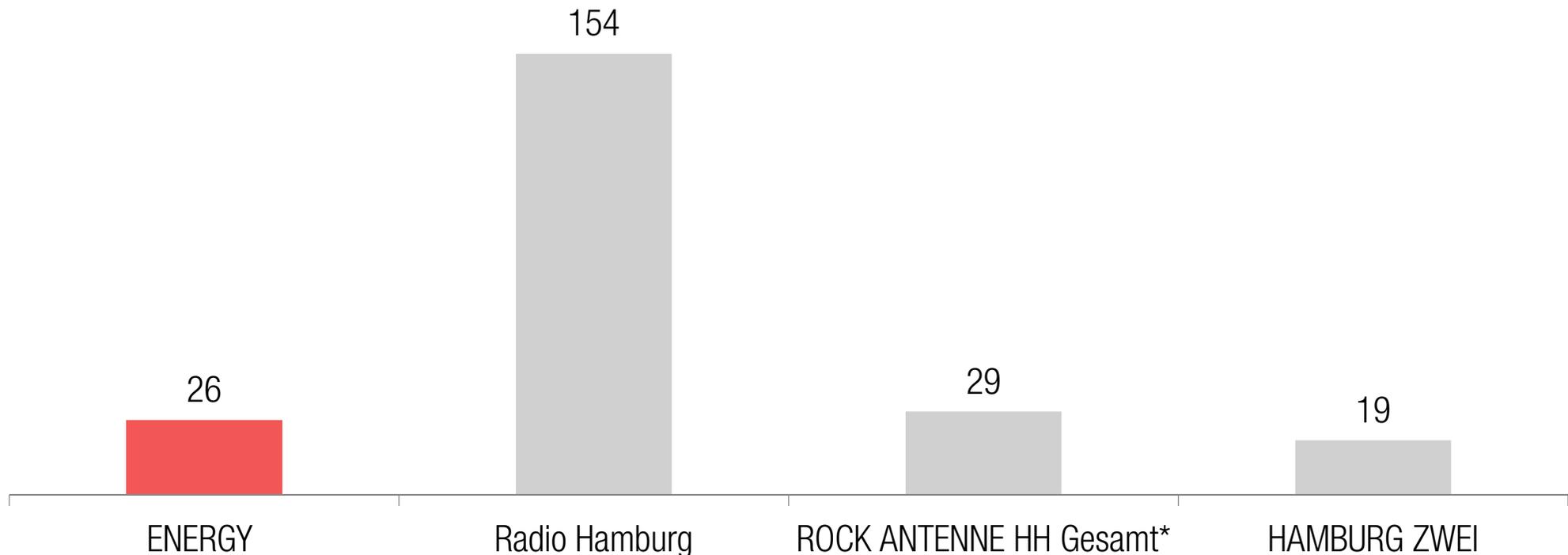


**HIT MUSIC ONLY !**

# DURCHSCHNITTSTUNDE (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 14+ JAHRE, ANGABEN IN TSD.**



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt, 14+ Jahre \*ehemals alsterradio GESAMT



**HIT MUSIC ONLY!**

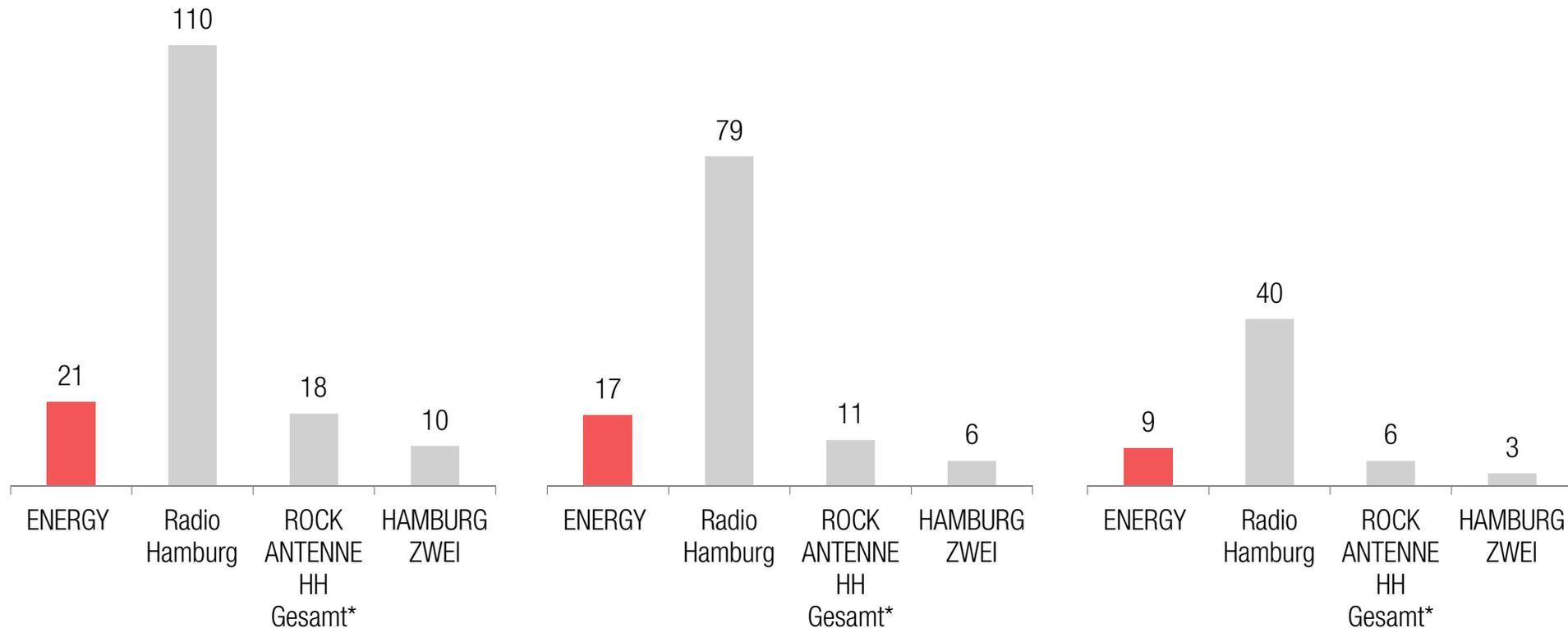
# DURCHSCHNITTSTUNDE (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 14-49 JAHRE**

**14-39 JAHRE,**

**14-29 JAHRE, IN TSD.**



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: DST (Mo. - Fr.), gesamt 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre \*ehemals alsterradio GESAMT

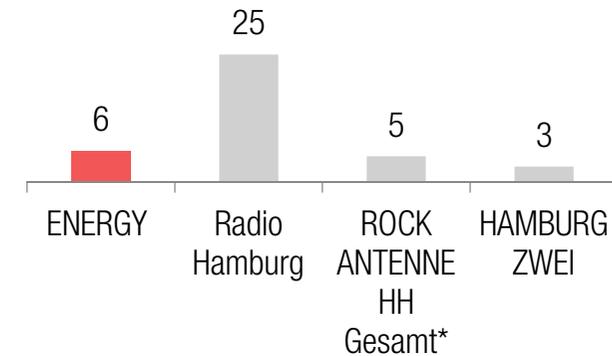
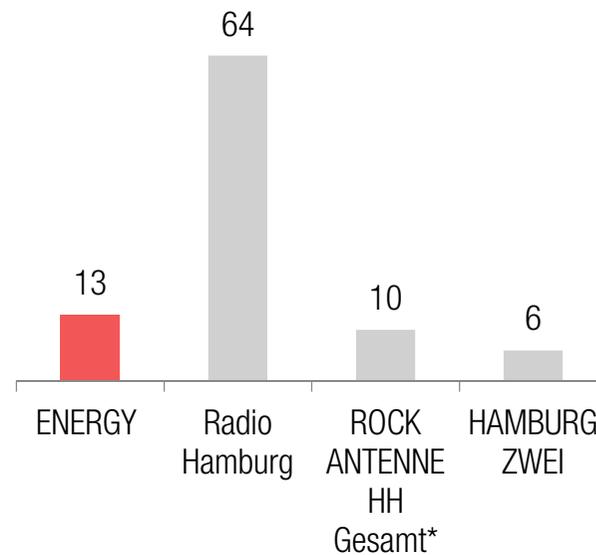
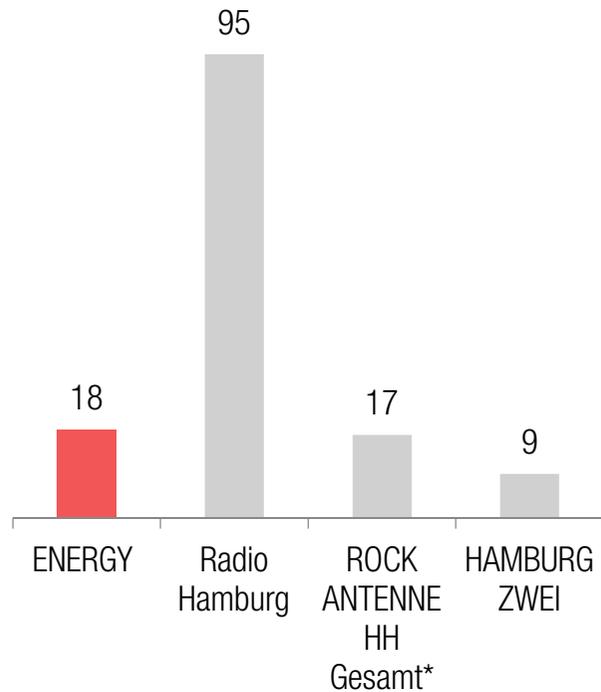
# DURCHSCHNITTSTUNDE (MO. - FR.)

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

**GESAMT, 20-49 JAHRE**

**20-39 JAHRE,**

**20-29 JAHRE, IN TSD.**

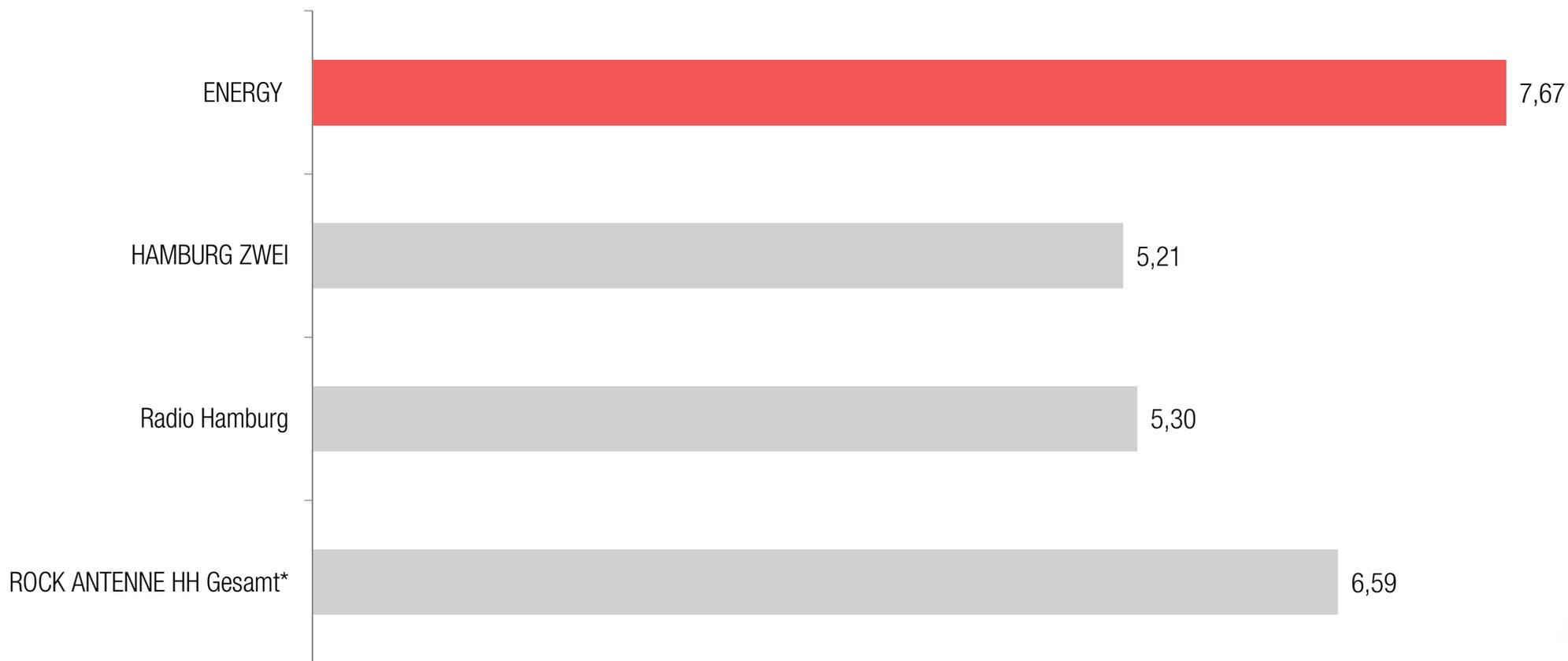


Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: DST (Mo. - Fr.), gesamt 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre \*ehemals alsterradio GESAMT

# PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

TKP IN €, GESAMT, 14+ JAHRE



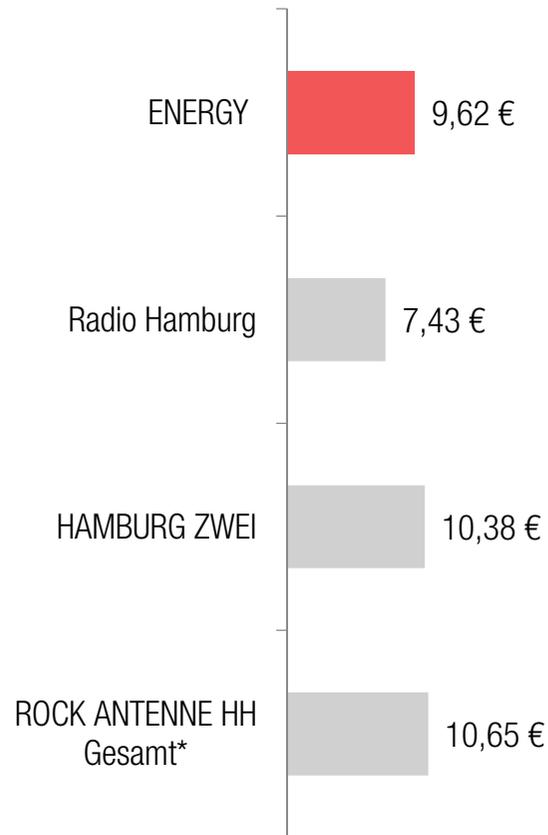
Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt, Bruttopreise 2018



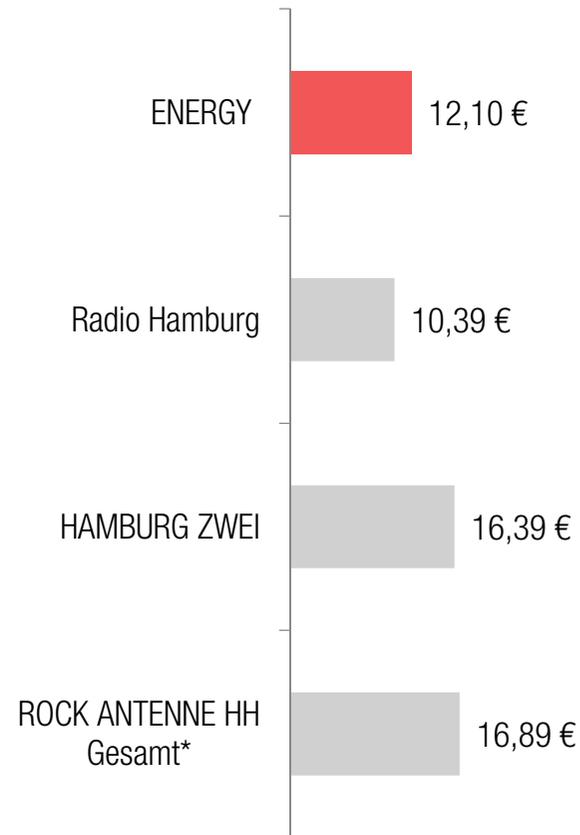
# PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

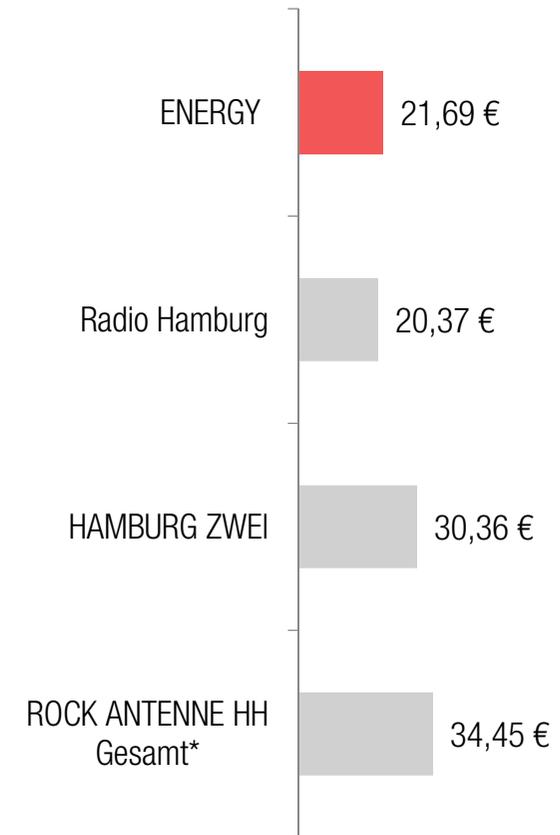
**TKP, 14-49 JAHRE**



**14-39 JAHRE,**



**14-29 JAHRE, IN €**

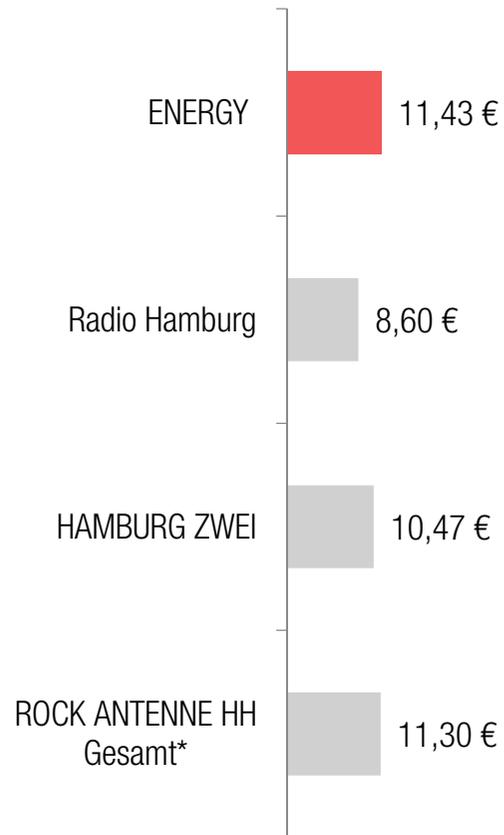


Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt 14 - 49 Jahre, 14 - 39 Jahre, 14 - 29 Jahre, Bruttopreise 2018

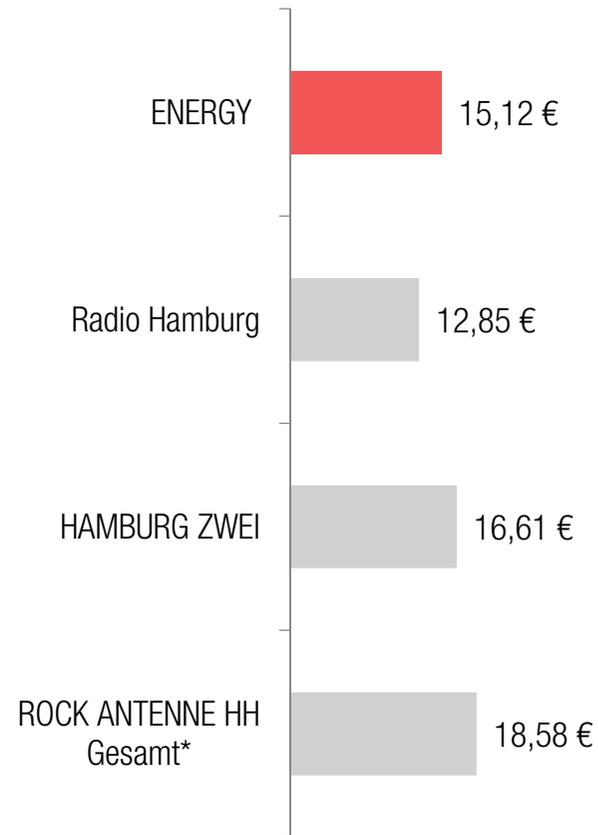
# PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

## ENERGY IM VERGLEICH ZUM WETTBEWERB

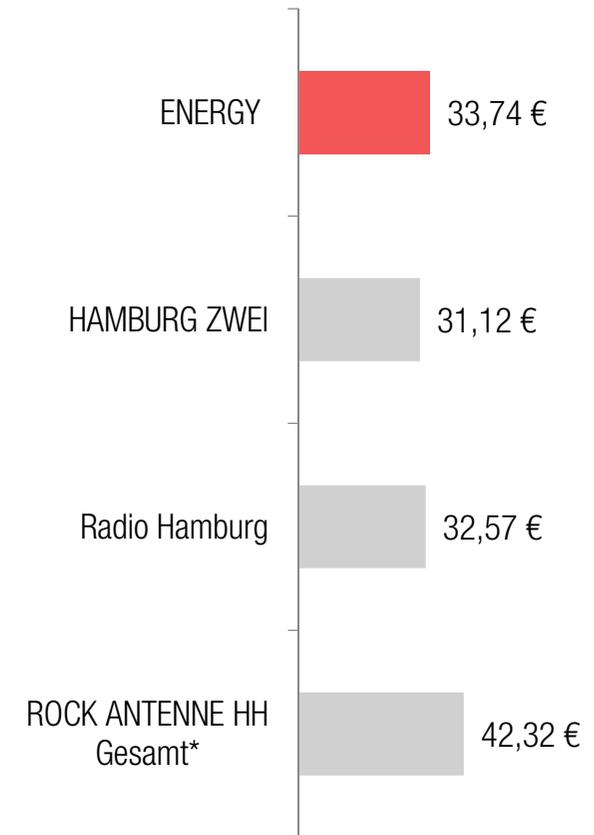
### TKP, 20-49 JAHRE



### 20-39 JAHRE,



### 20-29 JAHRE, IN €

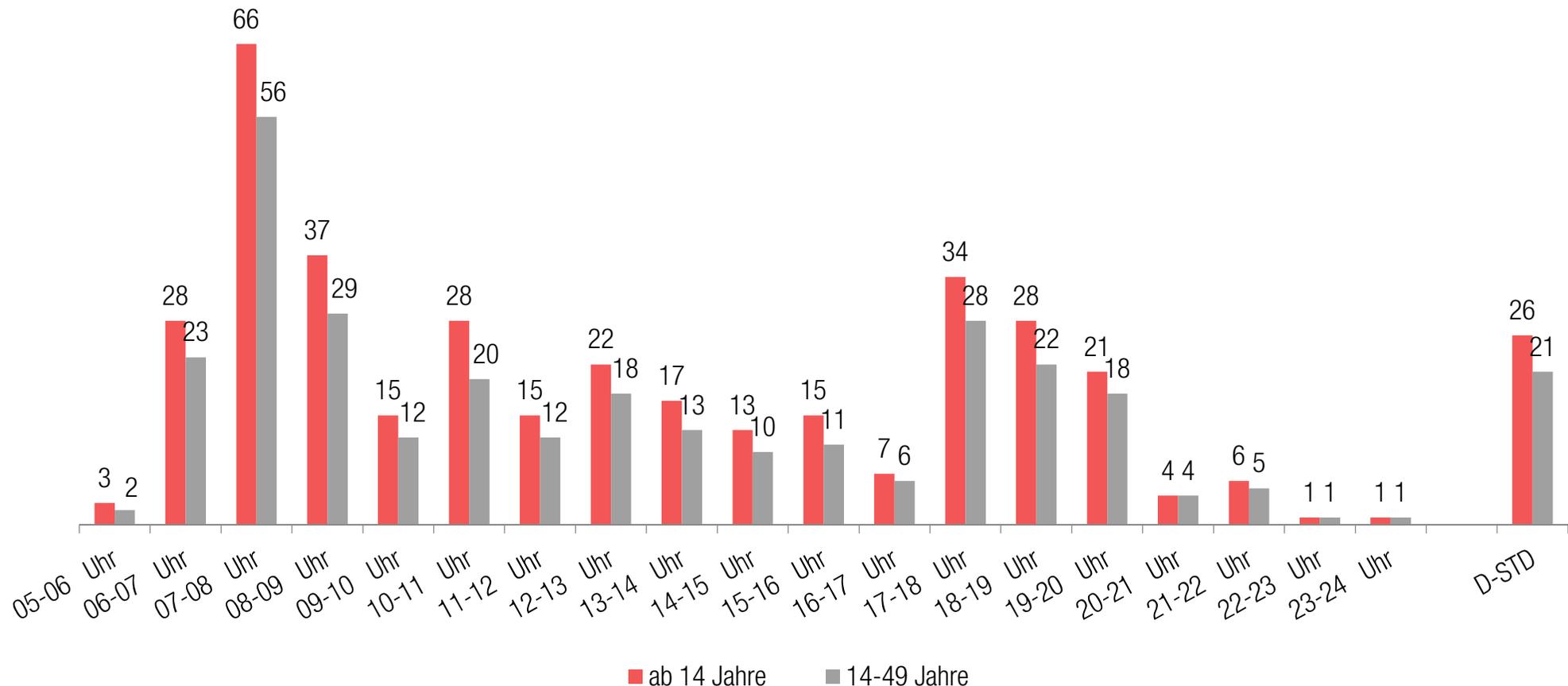


Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: D-STD (Mo. - Fr.), gesamt, 20 - 49 Jahre, 20 - 39 Jahre, 20 - 29 Jahre. Bruttopreise 2018

# TAGESVERLAUF (MO. - FR.)

ENERGY ERREICHT DEN GANZEN TAG DIE WERBERELEVANTE ZIELGRUPPE

ANGABEN IN TSD., GESAMT, 14+ JAHRE UND 14 - 49 JAHRE



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: DST( Mo. - Fr. ), gesamt, 14+ Jahre, 14 - 49 Jahre



HIT MUSIC ONLY !

# SOZIODEMOGRAFIE

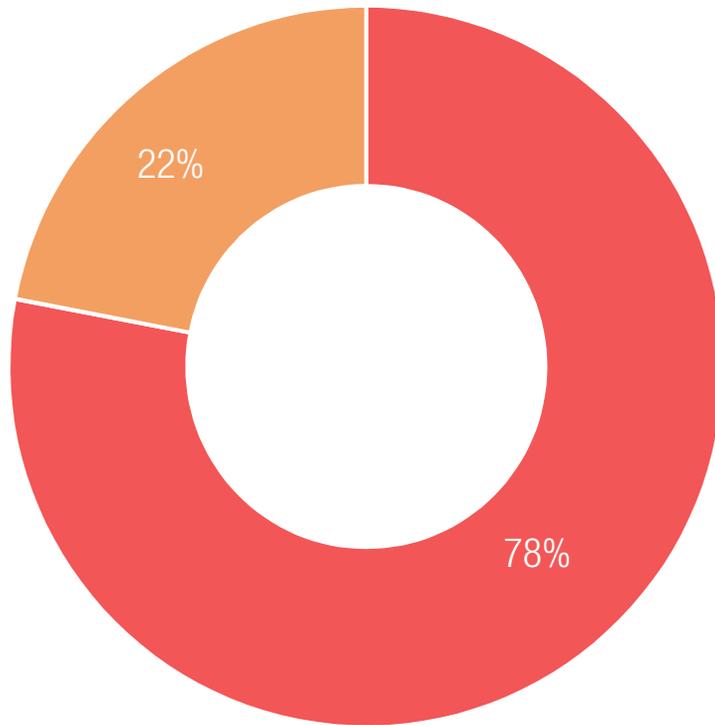


HIT MUSIC ONLY !

# ALTERSGRUPPEN

DER GROSSTEIL DER ENERGY-HÖRER IST IN DER WERBERELEVANTEN ZIELGRUPPE

## ANTEIL DER ALTERSGRUPPEN IN %



■ 14 - 49 Jahre

■ 50+ Jahre

Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 14 - 49 Jahre, 50+ Jahre



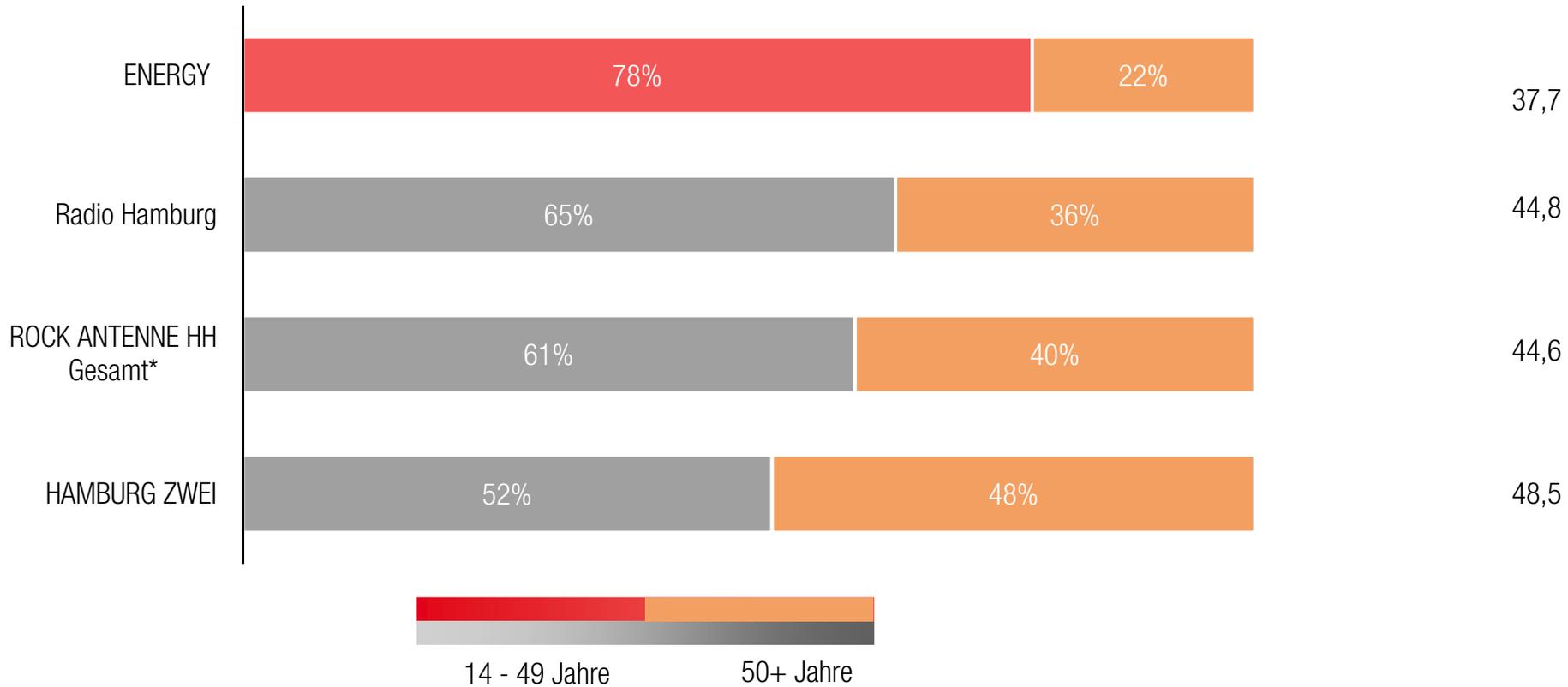
HIT MUSIC ONLY !

# ALTERSGRUPPEN

DER GROSSTEIL DER ENERGY-HÖRER IST IN DER WERBERELEVANTEN ZIELGRUPPE

**ANTEIL DER ALTERSGRUPPEN IN %**

**Ø-ALTER IN JAHRE\***



Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: HpT (Mo. - Fr.), gesamt, 14 - 49 Jahre, 50+ Jahre

\*Basis: WHK (Mo. - So.)

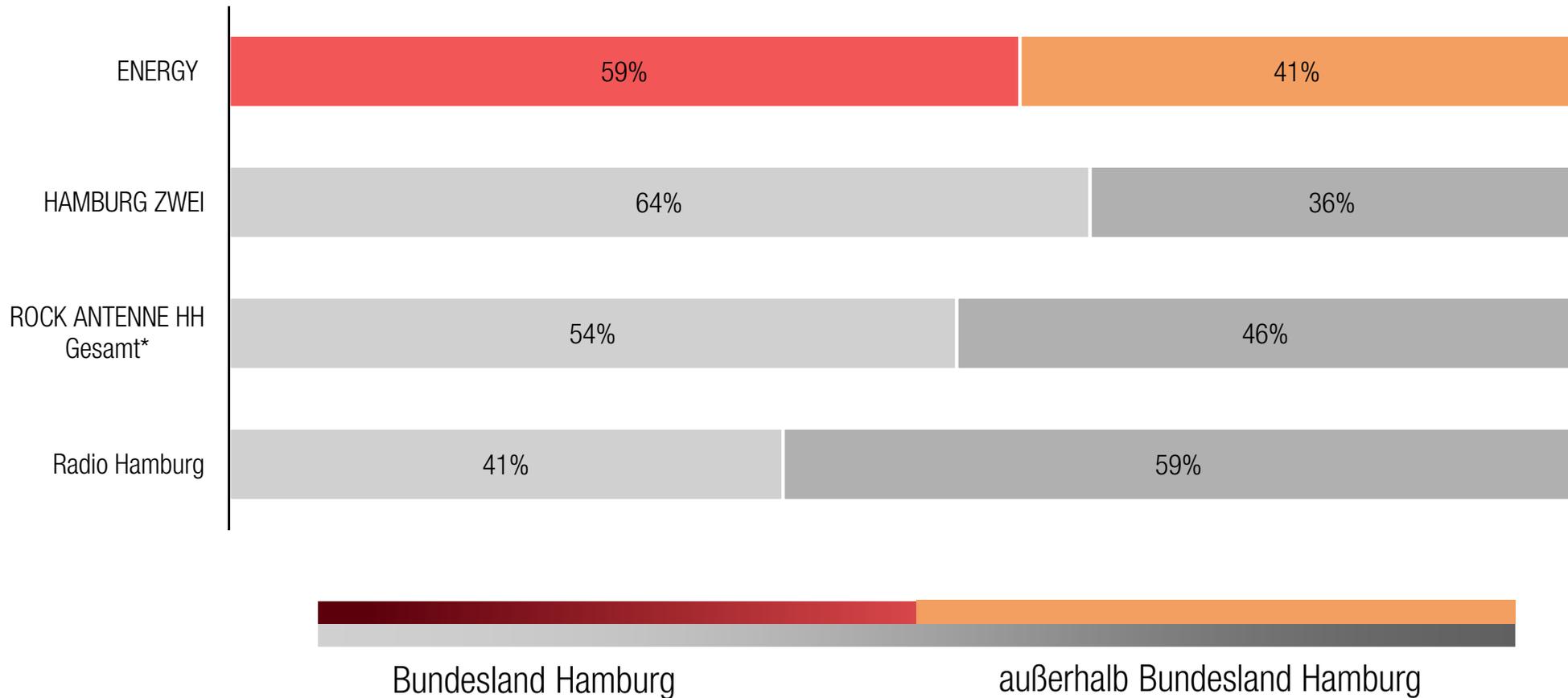


**HIT MUSIC ONLY !**

# WOHNSITZ

FAST 2/3 DER ENERGY-HÖRER WOHNEN IN HAMBURG

**ANTEIL AN DER HÖRERSCHAFT IN %, 14+ JAHRE**

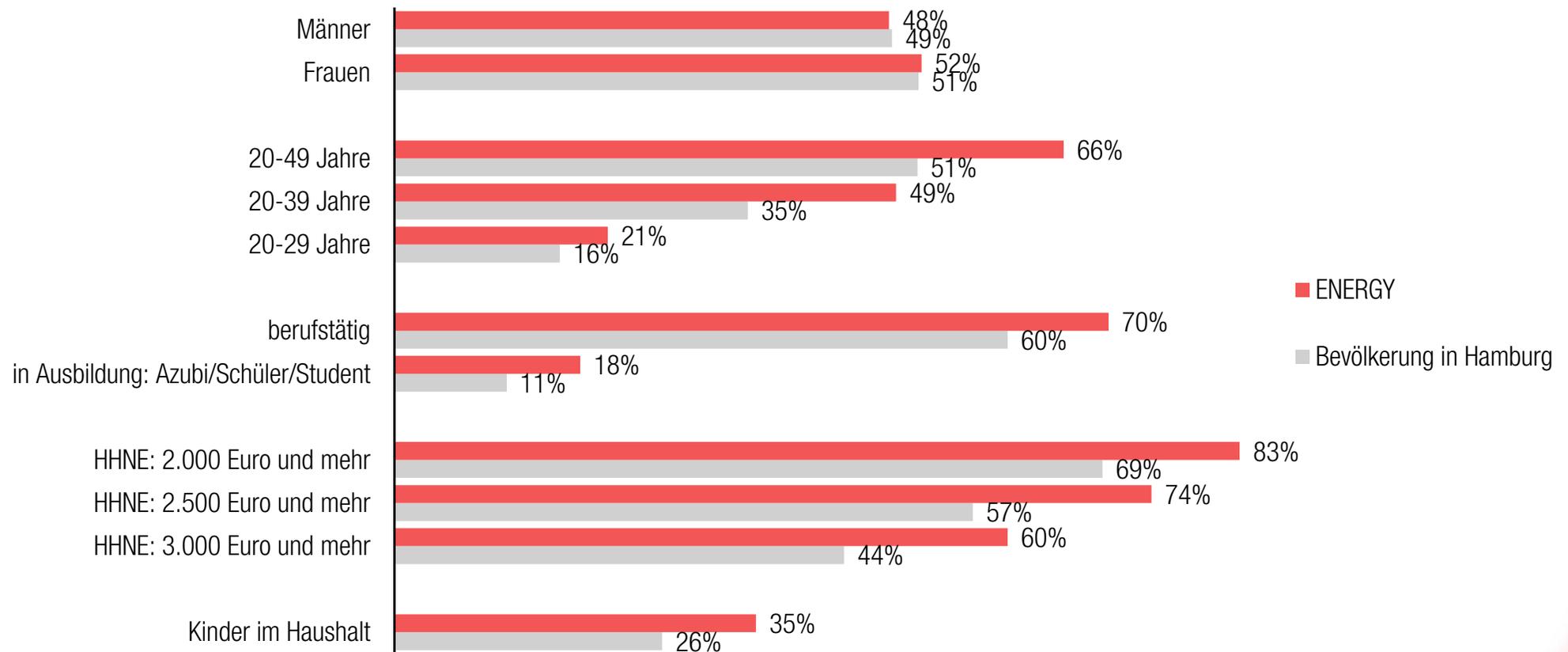


Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: HpT (Mo. - So.), Bundesland Hamburg, außerhalb Bundesland Hamburg, 10+ Jahre

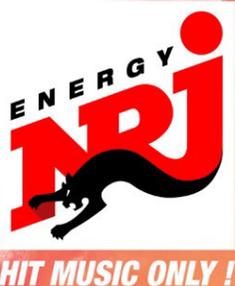
# SOZIODEMOGRAFIE

ENERGY-HÖRER SIND JUNG, AKTIV UND KAUFKRÄFTIG

## ANTEIL DER MERKMALE IN %



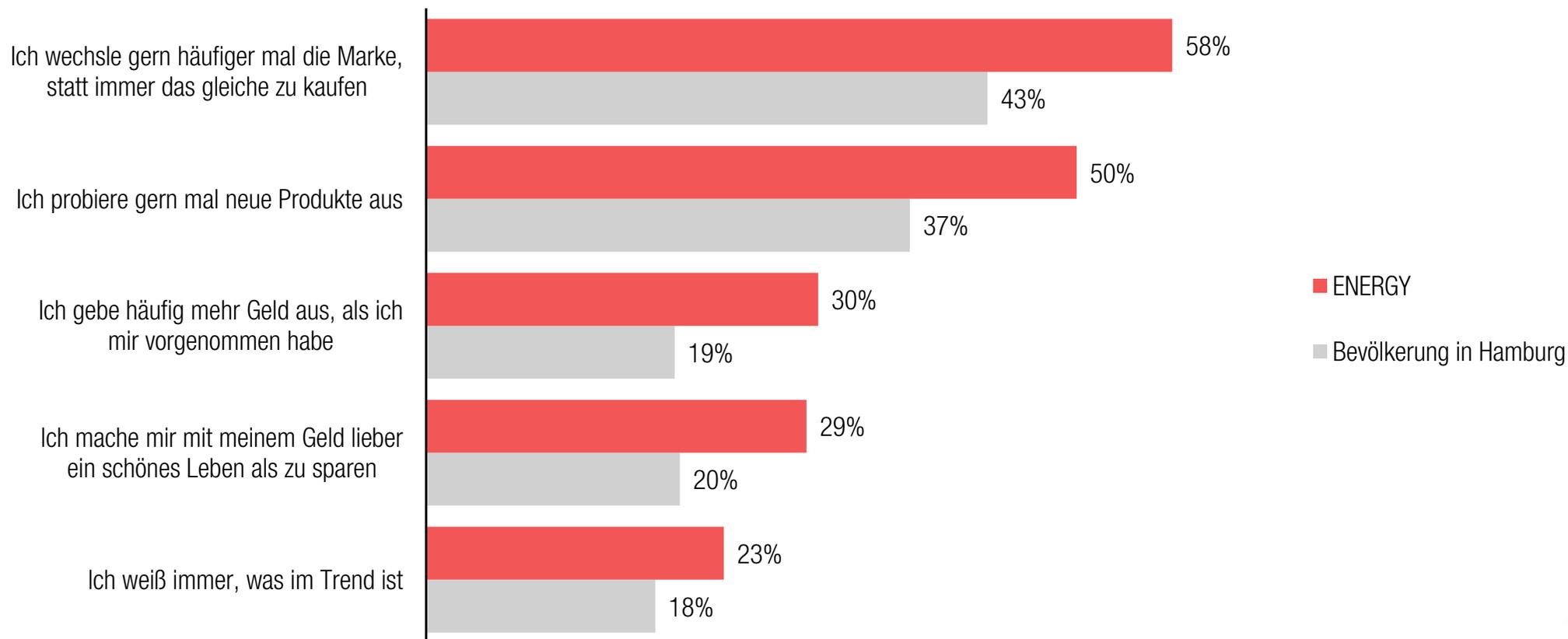
Quelle: ma 2018 Audio I, Basis: HpT (Mo. - Fr.),gesamt, Bundesland Hamburg



# SHOPPING-AFFIN

ENERGY-HÖRER SIND KAUFLOUSTIG UND IMMER IM TREND

## EINSTELLUNGEN ZUM EINKAUF (AUSWAHL) – TRIFFT (VOLL UND GANZ) ZU – IN %



Quelle: VuMA Touchpoints 2018, Basis: HpT (Mo. - Fr.), Gesamt, 14+ Jahre



# ENERGY IN HAMBURG 2018

UKW

ZEITSCHIEBE	MONTAG - FREITAG		SAMSTAG		SONNTAG*	
	€/SEK	€/30 SEK	€/SEK	€/30 SEK	€/SEK	€/30 SEK
0-5	1,00	30,00	1,00	30,00	1,00	30,00
5-6	2,00	60,00	1,00	30,00	1,00	30,00
6-7	5,00	150,00	1,00	30,00	1,00	30,00
7-8	15,00	450,00	2,00	60,00	1,00	30,00
8-9	12,00	360,00	2,00	60,00	2,00	60,00
9-10	6,00	180,00	4,00	120,00	4,00	120,00
10-11	6,00	180,00	5,00	150,00	5,00	150,00
11-12	4,00	120,00	4,00	120,00	5,00	150,00
12-13	6,00	180,00	2,00	60,00	2,00	60,00
13-14	6,00	180,00	2,00	60,00	2,00	60,00
14-15	5,00	150,00	2,00	60,00	2,00	60,00
15-16	6,00	180,00	2,00	60,00	2,00	60,00
16-17	5,00	150,00	2,00	60,00	2,00	60,00
17-18	4,00	120,00	2,00	60,00	2,00	60,00
18-19	4,00	120,00	2,00	60,00	2,00	60,00
19-20	3,00	90,00	2,00	60,00	2,00	60,00
20-21	2,00	60,00	2,00	60,00	1,00	30,00
21-22	2,00	60,00	2,00	60,00	1,00	30,00
22-23	1,00	30,00	1,00	30,00	1,00	30,00
23-24	1,00	30,00	1,00	30,00	1,00	30,00
Ø 06-18	6,67	200,00	2,50	75,00	2,50	75,00

## RABATTE:

Auf Anfrage.

## 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.

Alle Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.  
Druckfehler vorbehalten  
\*sowie Feiertag



HIT MUSIC ONLY !

# KONTAKT

- **CHRISTIAN KLAGES**

Verkaufsleiter

Tel.: +49 (0) 40 48 00 19 24

Mobil: +49 (0) 173 968 16 56

Fax: +49 (0) 40 48 00 19 59

[c.klages@energy.de](mailto:c.klages@energy.de)

- **ENERGY MEDIA GMBH**

Winterhuder Marktplatz 6-7

22299 Hamburg

[www.energymedia.de](http://www.energymedia.de)



HIT MUSIC ONLY !