

Energy Zürich ist auch 2017 die absolute Nummer 1 der Schweizer Privatradios.

Energy Zürich bleibt mit 273'000 täglichen Hörern das Nummer-1-Privatradio der Schweiz und erreicht in der werberelevanten Zielgruppe 39 Prozent mehr Hörer als der Mitbewerber Radio 24. Somit ist Energy Zürich zum fünften Mal in Folge, das hörerstärkste Schweizer Privatradio. Und dank einer neu aufgebauten Digitalredaktion mit dem Schwerpunkt Social Content hat Energy sich im vergangenen Jahr zu einer führenden Schweizer Medienmarke des Social Web entwickelt.

Zürich, 22. Januar 2018. Das Jahr 2017 stand für Energy voll im Zeichen des Erfolgs: Energy Zürich schafft es gemäss den heute von der Mediapulse publizierten Hörerzahlen des zweiten Halbjahres 2017 mit täglich 273'000 Hörern zum fünften Mal in Folge auf die Pole Position als hörerstärkstes Privatradio der Schweiz. Damit beträgt der Vorsprung auf den Mitbewerber Radio 24 33'000 Hörer bzw. 14 Prozent. Bei der jungen Zielgruppe erreicht Energy Zürich 66 Prozent mehr Hörer als der Mitbewerber Radio 24. Insgesamt hören über eine halbe Million Menschen (Bruttoreichweite) täglich die Energy Sender in Basel, Bern und Zürich.

Energy Moderatoren wie Fabienne Wernly wurden 2017 verstärkt zu Influencern in Video-Eigenproduktionen der im vergangenen Jahr weiter ausgebauten Digitalredaktion von Energy, die sich voll auf Social Content konzentriert. Und das mit Erfolg: Die Anzahl der Social-Media-Interaktionen wurde seit Januar 2017 verfünffacht und im Oktober knackte Energy die Marke von monatlich 1 Millionen Shares, Likes und Kommentaren. Pro Monat erzielen die Social-Media-Kanäle der Energy Gruppe mit mehr als einer halben Million Fans über 113 Millionen Kontakte. Damit hat sich Energy neben den äusserst erfolgreichen Aktivitäten in den Bereichen Radio und Events auch zu einem digitalen Love Brand und einer der führenden Schweizer Medienmarken im Social Web entwickelt. Dieses trimediale Angebot bewährt sich auch auf dem Werbemarkt: 2017 konnten zahlreiche crossmediale Promotionen sowie Digital-only-Umsetzungen realisiert werden, darunter mehr als 50 Branded Videos auf den Social-Media-Kanälen von Energy.

Mit Energy Hits lancierte Energy im zweiten Halbjahr 2017 ausserdem einen weiteren DAB+-Sender, der sich mit aktuellen Hits an junge Hörer wendet. Damit baut die Energy Gruppe nicht nur ihre Multichannel-Strategie aus, sondern erweitert damit zugleich ihr breit aufgestelltes DAB+-Portfolio, welches mit insgesamt fünf DAB+-Sendern (Luna Pop, Classix, Vintage, Rockit und Energy Hits) nun noch mehr Hörbedürfnisse und Zielgruppen bedient.

Das Portfolio der Energy Gruppe wurde auch online erweitert: Mit der Lancierung der neuen Website energy.ch wurden der Radio-Player und die Radio-App für alle digitalen Kanäle komplett überarbeitet. Das dynamische Musik- und Entertainment-Portal liefert mit über 50 Webchannels wie Energy Charts, Energy Work Out oder Energy 80s die passende Musik für jede Stimmung.

Für 2018 stehen bereits zahlreiche spannende Highlights an: Berichterstattungen von sportlichen Events wie der Fussballweltmeisterschaft in Russland und den Olympischen Winterspielen ebenso wie von lokalen Events in Basel, Bern und Zürich. Mit der neunten Energy Fashion Night findet im Mai der erste Energy Event des Jahres statt, gefolgt vom grossen Sommerfinale Energy Air im September und der Energy Star Night im November. Und vom 6. bis 10. Juni 2018 sticht Energy erstmals in See: Die Energy Cruise steuert in fünf Tagen Destinationen wie Barcelona, Mallorca und Ibiza an und verspricht eine perfekte Mischung aus Ferien, Party, Entdecken und Erholung zu werden.

Für Auskünfte steht Ihnen zur Verfügung:

Dani Büchi, CEO Energy Gruppe, +41 44 250 90 10