



RADIO 21

Senderinformation

April 2020

RADIO 21

Senderinformation

Website: www.radio21.de

Sendegebiet: Niedersachsen, Bremen und
angrenzende Gebiete

Musikfarbe: bester ROCK 'N POP

Kernzielgruppe: Erwachsene 25-55 Jahre



RADIO 21 Bestandteil folgender Kombinationen:

RMS SUPER KOMBI

RMS SUPER KOMBI SMART

RMS AUDIO TOTAL

RMS AUDIO KOMPAKT

RMS AFTER WORK KOMBI

RMS WEEKEND KOMBI

RMS WEST KOMBI

RMS NIEDERSACHSEN KOMBI 14-49

RMS NIEDERSACHSEN KOMBI KOMPAKT

Deutsches Städte-Network (DSN)



RADIO 21

Programm und

Musikformat

RADIO 21 ist der norddeutsche Teil des Deutschen Städte-Networks – Deutschlands erfolgreichstem Rock-Network mit Sitz in Garbsen bei Hannover.

Das Musikformat besteht aus Rockmusik aus den 70ern bis heute und rockorientierter Popmusik: RADIO 21 spielt die Giganten des Rock und das Beste aus den aktuellen Rock- und Alternative Charts. Dazu bringt RADIO 21 regionalisierte Nachrichten und Service-Informationen.

Die angesprochene Zielgruppe sind Erwachsene zwischen Mitte 20 und Mitte 50 – urbane Männer und souveräne Frauen mit hohem Bildungsniveau und überdurchschnittlichem Einkommen.

RADIO 21 Medialeistung: 22 niedersächsische Ballungsräume & Bremen ohne Streuverluste

**GESAMT-REICHWEITE
95 TSD.**

RADIO 21
mit einer
Gesamtreichweite
Mo-Fr von
95 Tsd. Hörern

**14-49:
63 TSD.
= ANTEIL
VON 64%**

Anteil der Zielgruppe
14 bis 49 Jahre liegt
mit 63 Tsd. Hörern
(Mo-Fr) bei 64%

**MÄNNER
30-59:
37 TSD.**

RADIO 21
erreicht in der
Zielgruppe
Männer 30-59
37 Tsd. Hörer
(Mo-Fr)

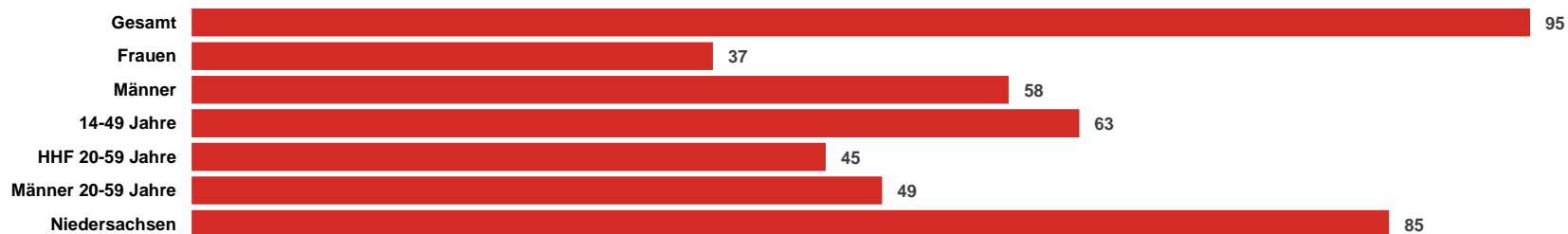
**GESAMT-REICHWEITE
53 TSD. (SA)
41 TSD. (SO)**

Die Gesamtreichweite
am Wochenende
beträgt 53 Tsd. Hörer
am Samstag und
41 Tsd. Hörer am
Sonntag

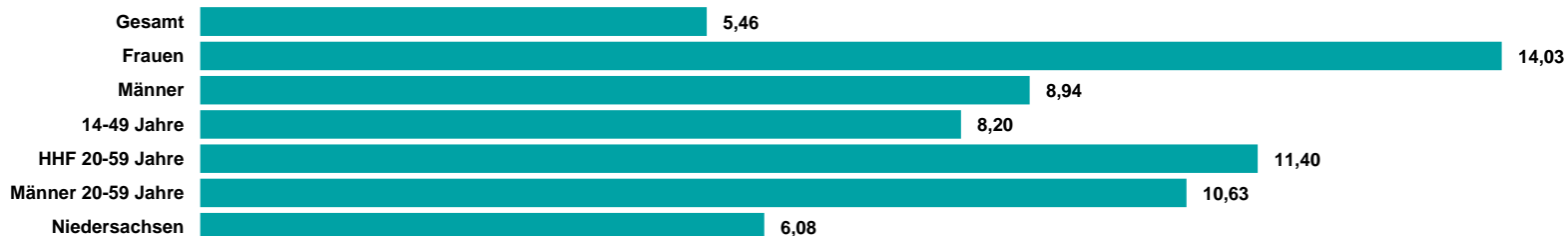
Quelle: ma 2020 Audio I, dspr. Bev. 14+, Brutto-Reichweite in der ø-Std. 6-18 Uhr, Mo-Fr, Sa, So

RADIO 21 ma Audio 2020 I Summary

REICHWEITE IN TSD.



TKP IN EURO



Quelle: ma 2020 Audio I, dspr. Bev. 14+, Brutto-Reichweite in der ø-Std. 6-18 Uhr, Mo-Fr, Preise 2020

HHF = Haushaltsführende

RMS

DER AUDIOVERMARKTER.