



DPG Media Advertising: een stijgend totaal marktaandeel in Noord en Zuid op 18-54 jaar

CIM RAM studie: De nieuwe radio luistercijfers voor de periode mei-augustus 2023 tonen een stijgend marktaandeel voor het geheel van de zenders in regio bij DPG Media Advertising. Radio Contact neemt de marktleiderspositie in Franstalig België. In Vlaanderen is de groei van Qmusic het meest opvallend, naast het succes van de DAB+ zenders.

NOORD

Het totaal aangeboden marktaandeel van DPG Media Advertising stijgt op de commerciële doelgroep van 18 tot 54 jaar naar 51,9%.

Qmusic stijgt naar een record marktaandeel van 14,5% op de meest brede doelgroep 12+ en verhoogt haar marktaandeel op de 'core' doelgroep 18-44 jarigen tot 25,3%. De extra DAB+ zenders **Q-Maximum Hits** en **Q-Foute Radio** genereren 1,8% extra marktaandeel op die doelgroep.

JOE - de derde grootste zender op 12+ in marktaandeel in Vlaanderen - kent al geruime tijd een stijgend marktaandeel dat deze keer stabiliseert naar 15,1% op de kerndoelgroep 35-54 jaar (#2 zender) en een mooie 12,7% noteert op 18-54 jaar. De digitale zender **JOE 60's & 70's** wordt als grootste DAB+ zender bevestigd en behaalt met **JOE 80's & 90's** en **JOE Easy** 2,2% marktaandeel op 18-54 jaar.

Willy en Willy Class X bereiken steeds meer luisteraars per week. Nu al 250.000. Het marktaandeel van beide zenders klopt deze keer af op 3,1% voor de 18- tot 54-jarigen. Willy is daarmee de grootste 100% digitale radio in Vlaanderen.

TOPradio tekent een groeiend dag- en weekbereik. Dat laatste stijgt met een kwart (+25%) voor 18-44 jaar en behaalt nu 3,7% marktaandeel op deze doelgroep.

Play Nostalgie noteert een marktaandeel van 7,1% op de kern van 35-54 jarigen. **Nostalgie+** behaalt 0,7% op 12+.

NRJ behoudt de 0,4% marktaandeel op 18-54 jaar.

ZUID

Ook in Franstalig België stijgt het marktaandeel van het geheel van de radiozenders aangeboden door DPG Media Advertising, het bereikt nu 50,7% op de commerciële doelgroep 18-54 jaar. Drie van de vier grootste zenders op 12+ zitten in het aanbod.

Radio Contact bereikt de beoogde positie als Franstalig marktleider in marktaandeel op 12+. Met 14,1% op 12+ en een stijgend marktaandeel van 23,4% op 18-44 jarigen, bevestigt Radio Contact zijn succes als 'feel good' allemansvriend.

Nostalgie behoudt een hoog marktaandeel van 13,5% op de kerndoelgroep 35-54 jarigen. De pure DAB+ zender **Nostalgie +** behaalt deze keer 1,6% marktaandeel op diezelfde doelgroep. **Chérie** behaalt 0,3% marktaandeel op 18-54 jarigen.

bel RTL blijft de vierde grootste zender van Franstalig België met 10,4% marktaandeel (12+) en behaalt in de ochtend tijdens de vernieuwde nieuwsuitzendingen '**bel RTL Matin**' al 14,1% marktaandeel én een tweede positie. De vernieuwde bel RTL toont dus de eerste resultaten van het offensief dat de zender recent heeft ingezet.

FUN Radio is de uitschieter. De up-tempo zender die het leven met een kwinkslag neemt, is duidelijk een antwoord op de behoefte aan... meer fun. Met een marktaandeel van 9,7% op 18-44 jaar verrijst de zender met een stevig antwoord op de veranderende behoefte van een jongvolwassen doelgroep.

Het geheel van **Provinciale radio's** bereikt 3% marktaandeel op 18-54.

