

Audimetrie Augustus 2013

Evolutie van de maandelijkse "marktaandelen"¹: Noorden

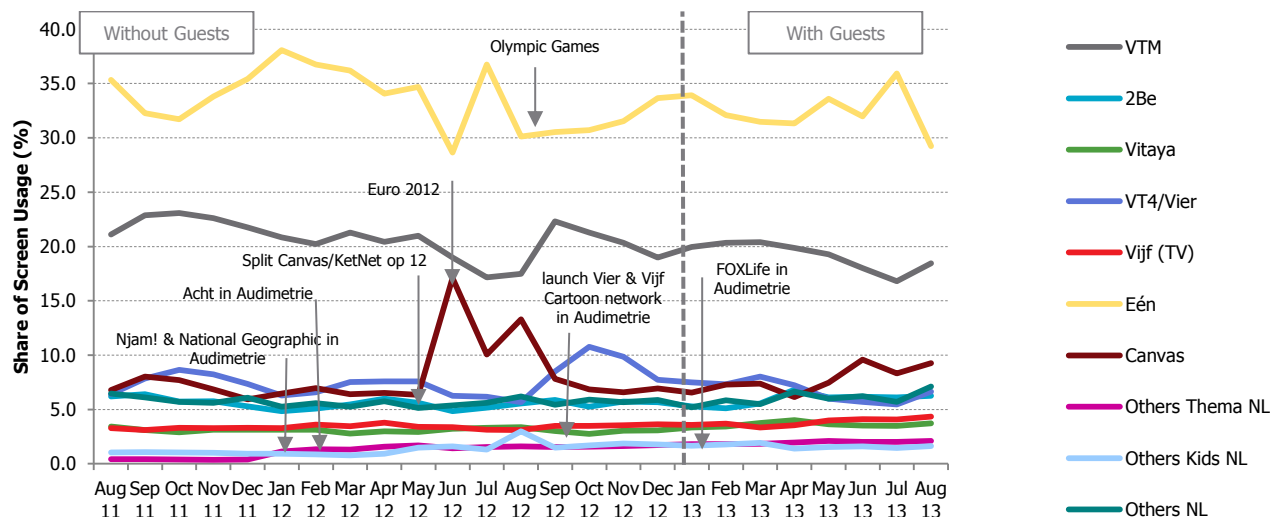
De doelgroep van 15 jaar en ouder

Noot: de "live+6+guests" is op 1 januari 2013 de standaard van de TV analyses geworden. In deze newsletter publiceren we dus de gegevens met de "gasten" vanaf januari 2013, terwijl dat de voorgaande jaren de gegevens zonder "gasten" als basis hebben, dit wil zeggen de oude standaard.

In augustus ziet Eén zijn aandeel sterk dalen ten opzichte van juli (-6.7 punten) ofwel -0.9 punt in vergelijking met vorig jaar. Het moet gezegd worden dat de zenders hun herfstprogrammatie aan het einde van de maand begonnen zijn en zo stijgt VTM met 1.6 punt ten opzichte van vorige maand wat een stijging van 1 punt ten opzichte van vorig jaar betekent. Het is de eerste aflevering van de Grote sprong die deze maand (gemiddeld) de meeste kijkers heeft verzameld op VTM. Ook Vier ziet het aandeel stijgen ten opzichte van juli: +1.2 punt ofwel 1 punt beter dan vorig jaar. De val van 1 miljoen behaalt deze maand het beste resultaat op Vier.

Ten opzichte van vorig jaar zien we ook een stijging voor Vijf: de zender behoudt een aandeel dat dicht bij dat van juli ligt (+0.3 punt), maar wint 1.2 punt ten opzichte van vorig jaar. Canvas, daarentegen, stijgt met 0.9 punt ten opzichte van juli, maar verliest 4 punten ten opzichte van vorig jaar gezien dat het dit jaar niet kan profiteren van de resultaten van de Olympische Spelen.

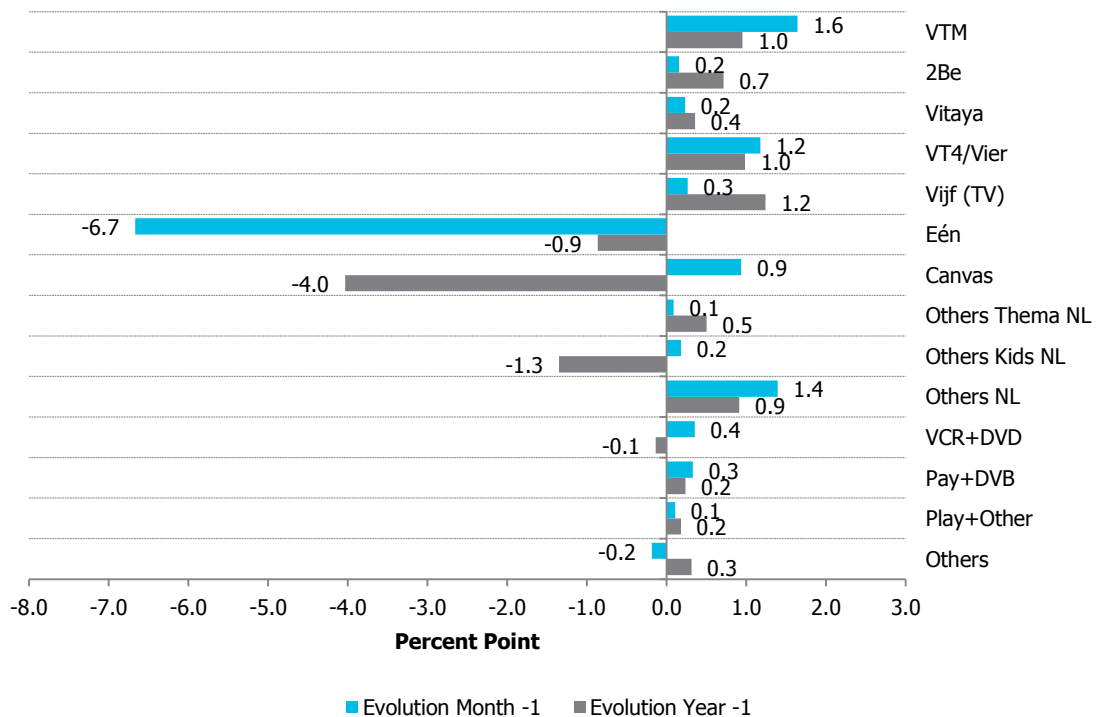
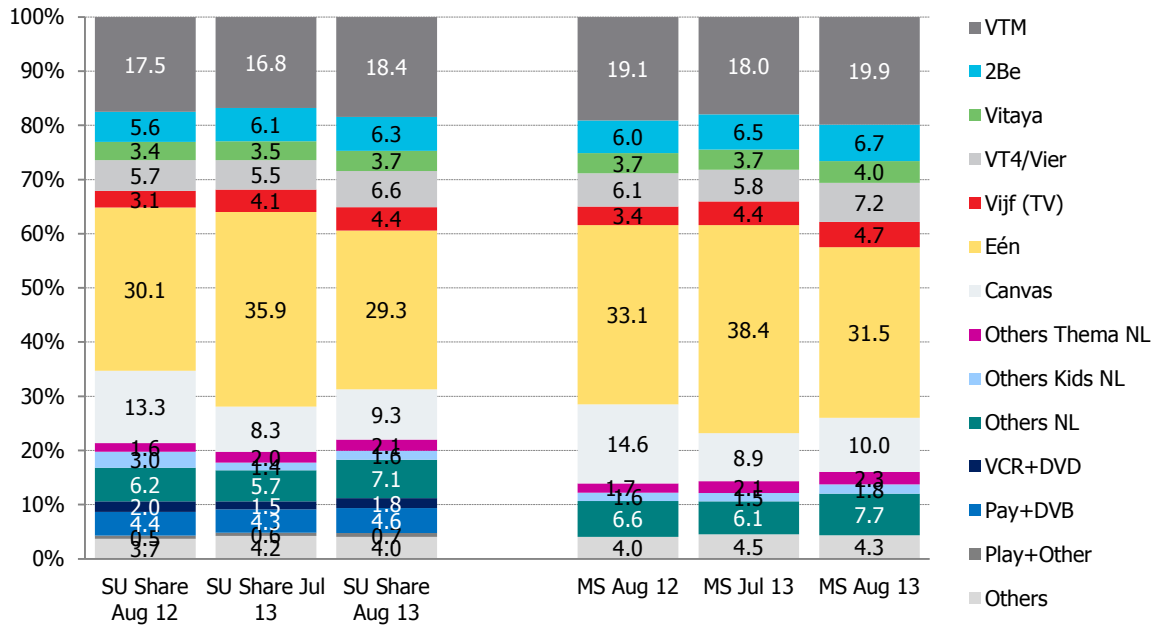
Ten slotte zien we een stijging van de groep Others NI: +1.4 punt ten opzichte van juli ofwel +0.9 punt ten opzichte van vorig jaar. De lancering van de nieuwe zender Libelle TV op 15 augustus (alleen op Telenet) is voor een gedeelte verantwoordelijk voor de stijging, maar kan dit niet in zijn geheel verklaren. Voor Libelle TV beschikken we alleen over cijfers uit de kleine Audimetrie voor de twee weken van activiteit van de zender. De zender behaalt een aandeel (basis = totaal TV op 2 weken) van 0.4% op de doelgroep 4+ op de totale dag en 1.3% op de vrouwen 25-54 in het bezit van een Telenet decoder.



¹ Share of Screen Usage, maar we publiceren eveneens de marktaandelen (cfr definities pagina 15).

Evolutie van de "marktaandeel"² ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



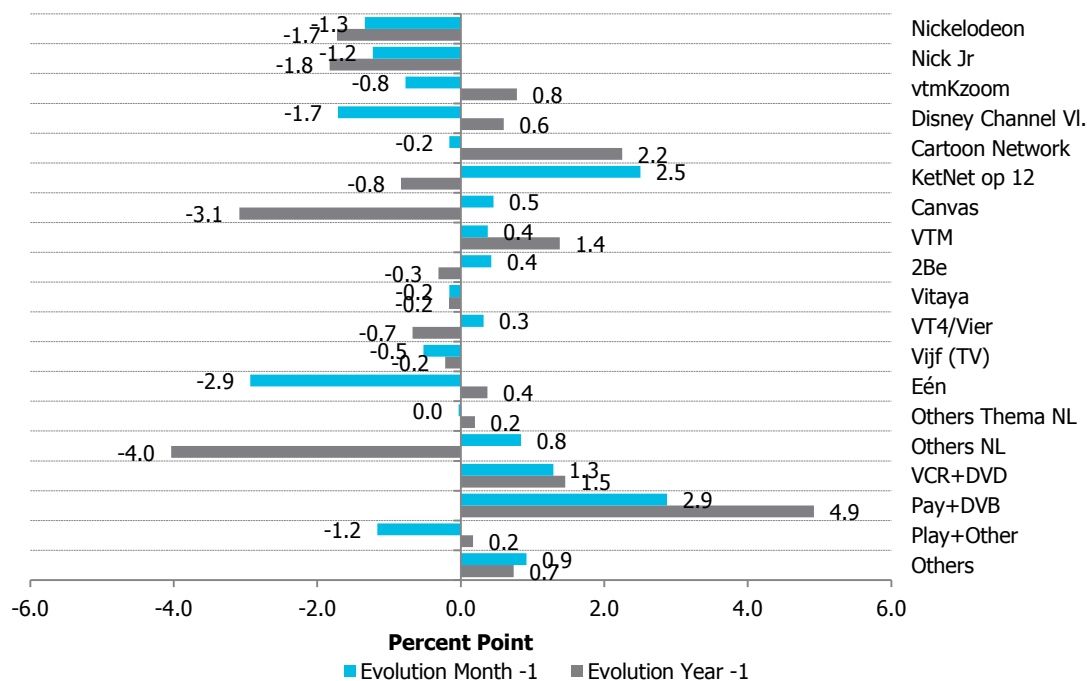
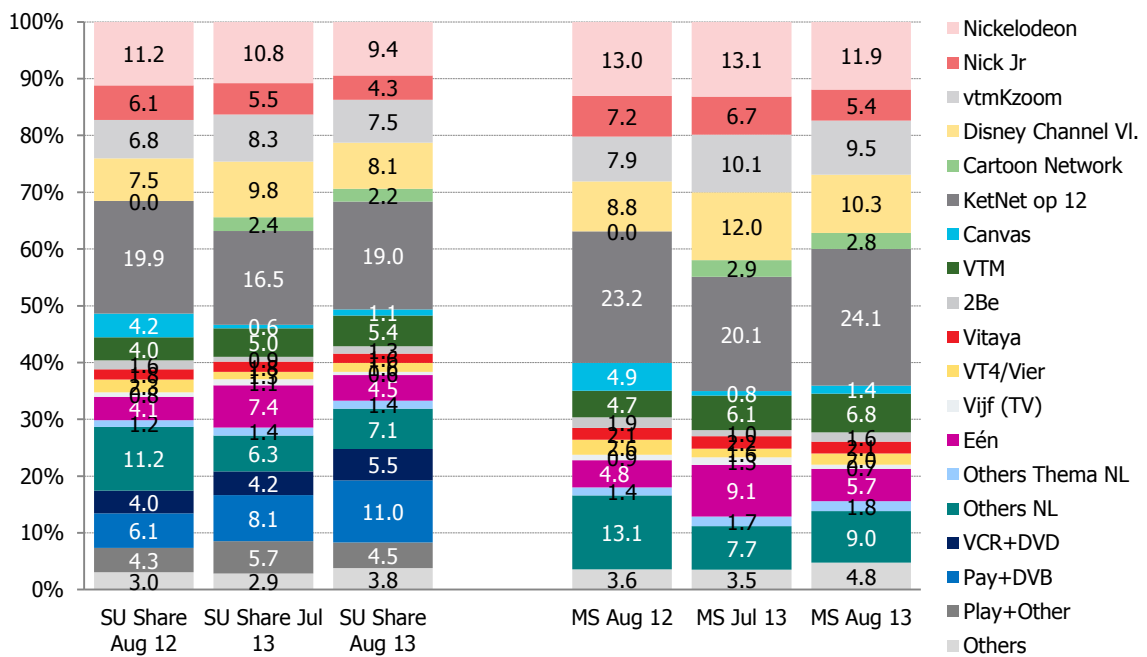
Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, 15+, Live+6+Guests from 2013

² Share of Screen Usage

Audimetrie Augustus 2013

De doelgroep 4-14 (uurschijf: 6:00-19:00)

Op de doelgroep 4-14 stijgt KetNet op 12, dat sinds mei achteruitging, met 2.5 punten ten opzichte van juli, maar kan niet het niveau van vorig jaar behalen (-0.8 punt). Nickelodeon (-1.3 punt), Nick Jr (-1.2 punt) en Disney Channel VI. (-1.7 punt) lijken er met name onder te lijden. Voor Nickelodeon en Nick Jr betekent dit een daling van 1.7 en 1.3 punt ten opzichte van vorig jaar. Het moet gezegd worden dat we eveneens een belangrijke stijging zien van het andere schermgebruik: +2.9 punten voor de DVB (+4.9 punten ten opzichte van vorig jaar) en +1.3 punt voor de DVD (Y-1: +1.5 punt).

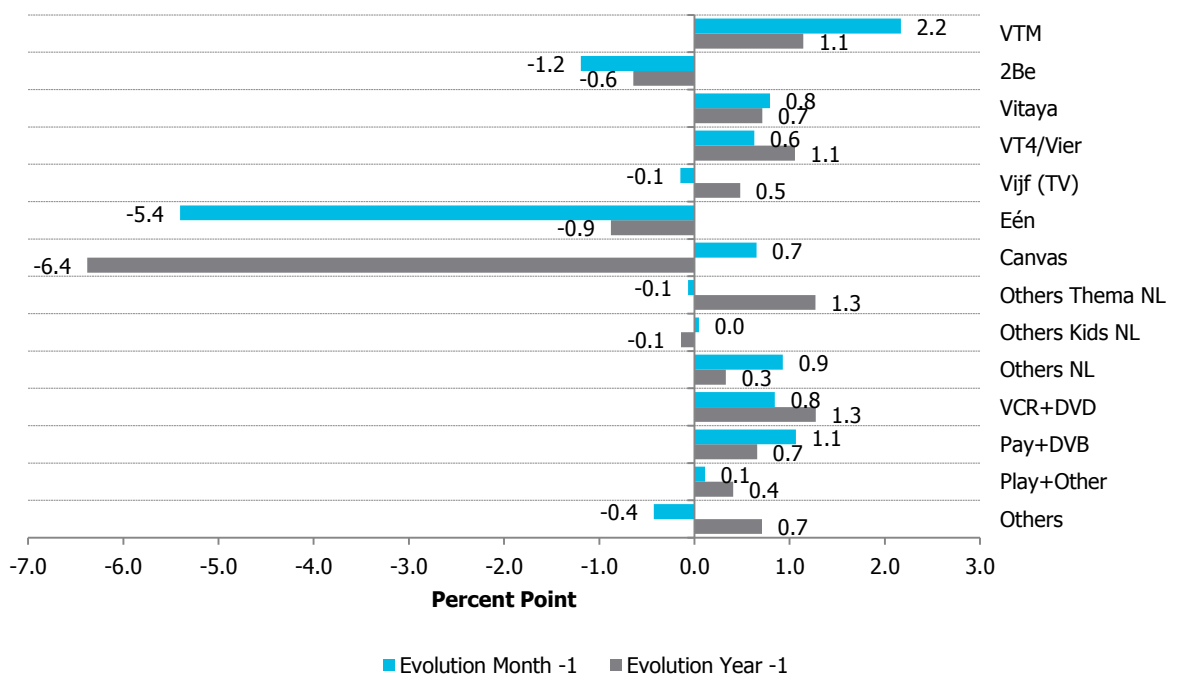
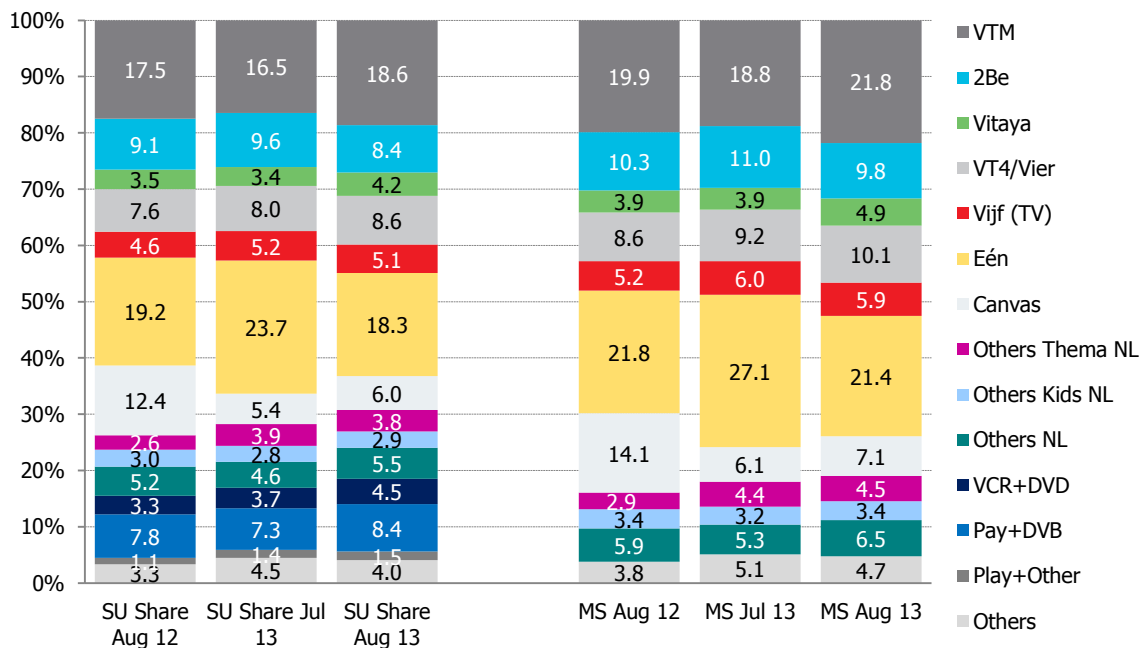


Source : Audimetrie, North, 06:00-19:00, 4-14, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Augustus 2013

De doelgroep VVA 18-44

Op de doelgroep VVA 18-44 stijgt VTM met 2.2 punten ten opzichte van juli ofwel +1.1 punt ten opzichte van vorig jaar. Vier behoudt op deze doelgroep daarentegen een aandeel dat dichterbij dat van juli ligt: +0.6 punt ofwel +1.1 punt als we de vergelijking maken met vorig jaar. Eén heeft er het meest onder te lijden (-5.4 punten ten opzichte van juli ofwel -0.9 punt ten opzichte van vorig jaar), gevolgd door 2Be (-1.2 punt ofwel 0.6 punt minder dan vorig jaar). We zien ten slotte een belangrijke daling van Canvas die niet meer kan profiteren van de Olympische Spelen (-6.4 punten ten opzichte van augustus 2012).

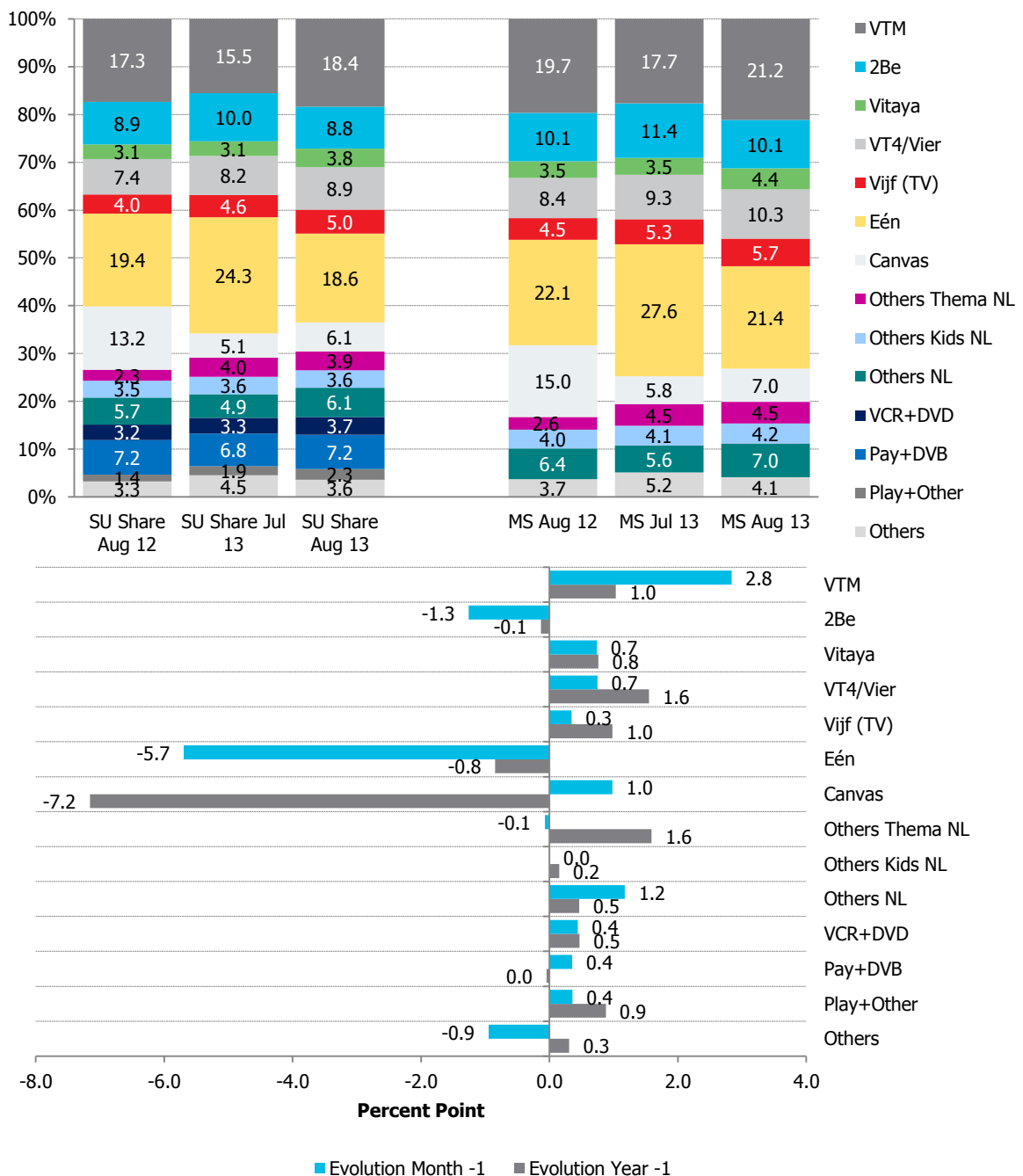


Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Augustus 2013

De doelgroep 15-44

Op de doelgroep 15-44 wint VTM 2.8 punten ofwel 1 punt beter dan vorig jaar. De stijging van Vier is op deze doelgroep ook gematigder: +0.7 punt ofwel +1.6 punt ten opzichte van vorig jaar. Vijf, van zijn kant, behoudt een niveau dat dicht bij dat van juli ligt en wint 1 punt ten opzichte van vorig jaar. Het is Eén die het sterkste daalt ten opzichte van juli (-5.7 punten ofwel 0.8 punt minder dan in augustus 2012), gevolgd door 2Be, dat 1.3 punt verliest en het niveau van vorig jaar terugvindt (-0.1 punt). Canvas wint 1 punt ten opzichte van juli, maar verliest 7.2 punten ten opzichte van vorig jaar, terwijl dat de groep thematische zenders 1.6 punt ten opzichte van vorig jaar wint.

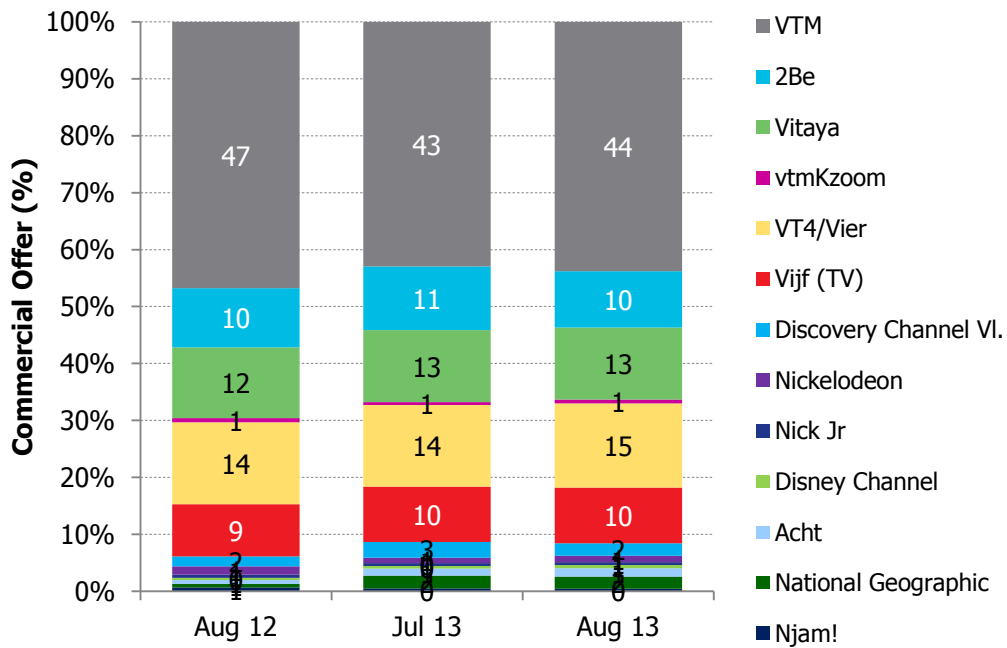


Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, 15-44, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Augustus 2013

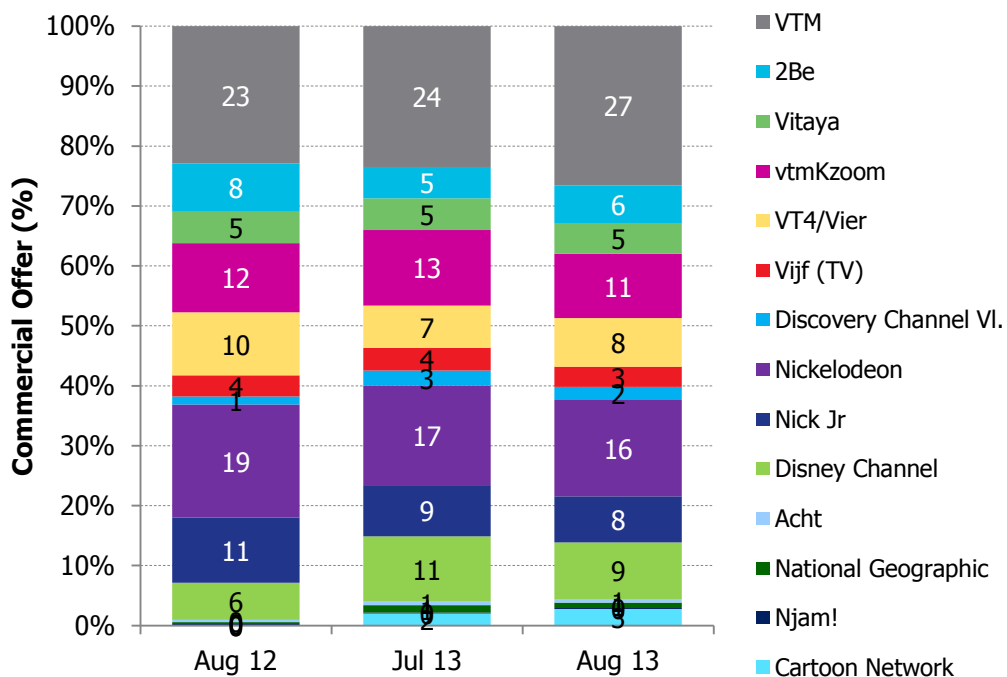
Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorig jaar en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 15+, Com, Live+6+Guests from 2013

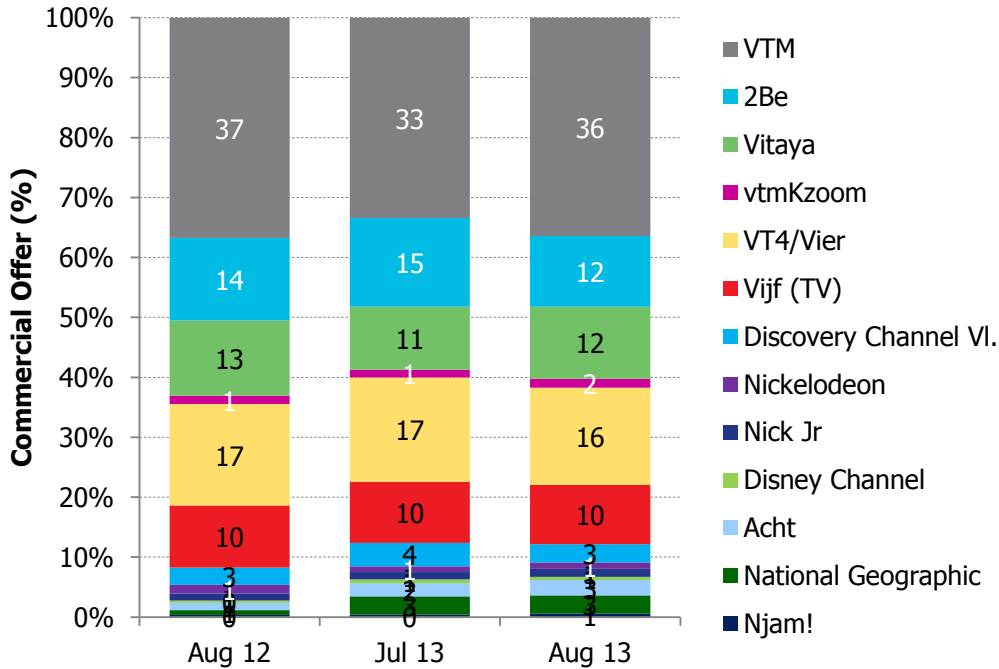
De doelgroep 4-14



Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+6+Guests from 2013

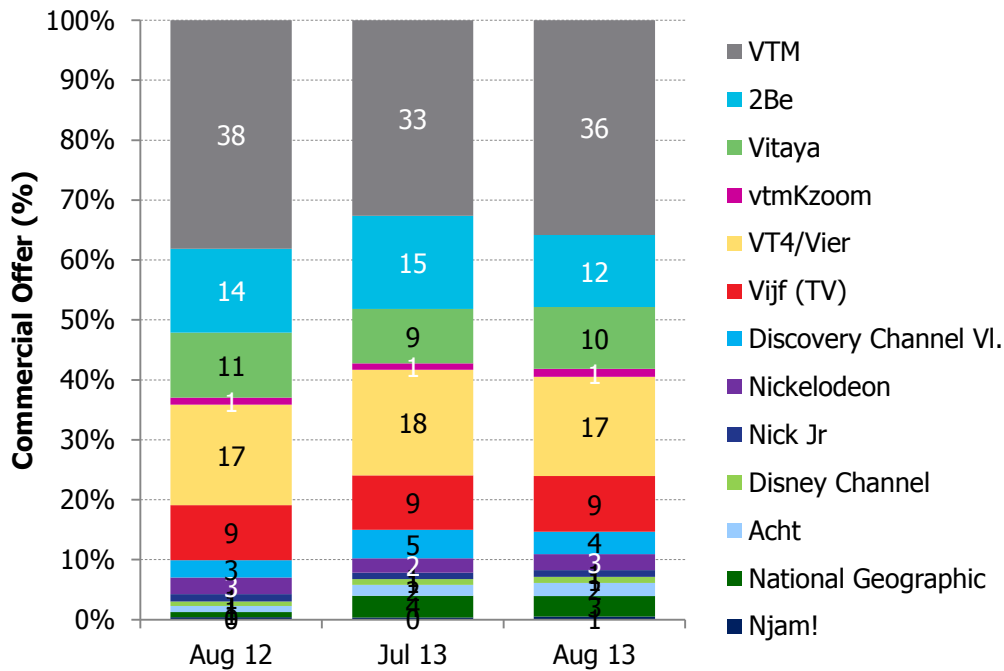
Audimetrie Augustus 2013

De doelgroep VVA 18-44



Source: Audimetrie, North, 02:00-26:00, PRA 18-44, Live+6+Guests from 2013

De doelgroep 15-44



Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 15-44, Live+6+Guests from 2013

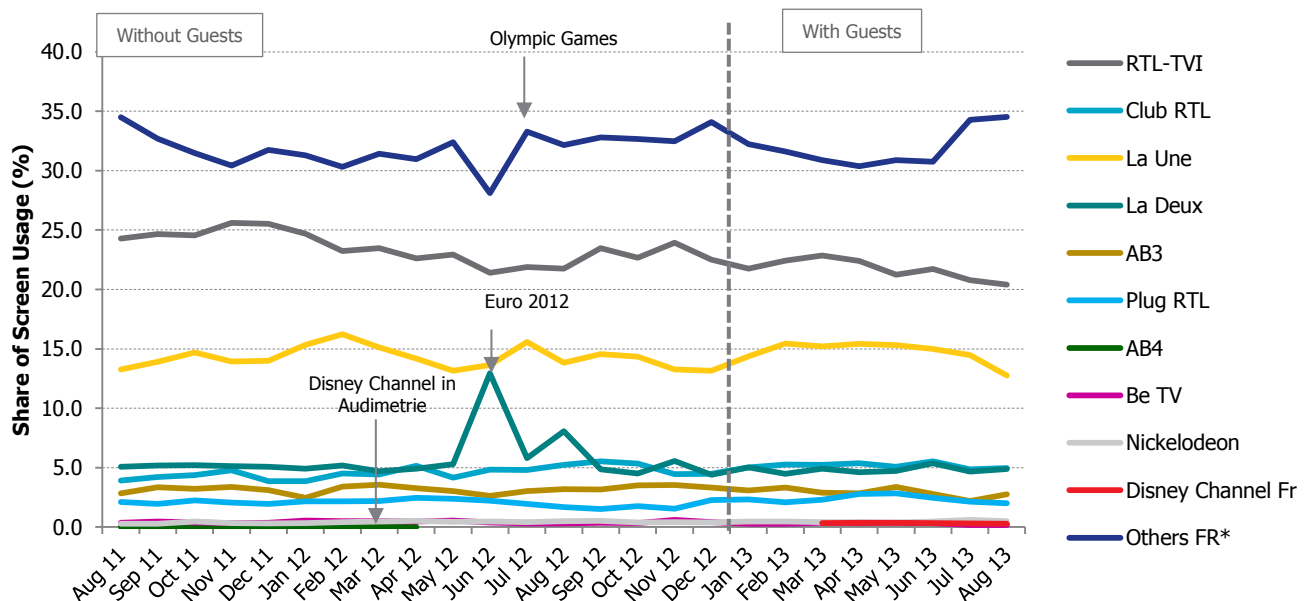
Evolutie van de maandelijkse "marktaandeel"³: Zuiden

De doelgroep 15 jaar en ouder

In het Zuiden is het AB3 die ten opzichte van juli het sterkste stijgt: +0.6 punt ofwel 0.4 punt minder dan vorig jaar. We zien eveneens een stijging van 0.9 punt voor de groep Pay+DVB (+2.5 punten ten opzichte van vorig jaar). La Une lijkt er onder te lijden: de zender verliest 1.7 punt ten opzichte van juli ofwel 1.1 punt minder dan vorig jaar.

Ten opzichte van vorig jaar is het de groep Others Fr die met +2.4 punten het sterkste stijgt. France 3 lijkt voor een gedeelte verantwoordelijk: zijn marktaandeel (basis Totaal TV) stijgt met 1 punt als we naar de kwartiercijfers kijken. We zien eveneens een sterke stijging van de groepen Pay+DVB (+2.5 punten) en Play+Others (+1.4 punt).

Maken we de vergelijking met vorig jaar dan zien we de meest uitgesproken daling bij La Deux (-3.2 punten), gezien dat de zender niet langer profiteert van de Olympische Spelen. RTL-TV1, van zijn kant, verliest 1.4 punt.



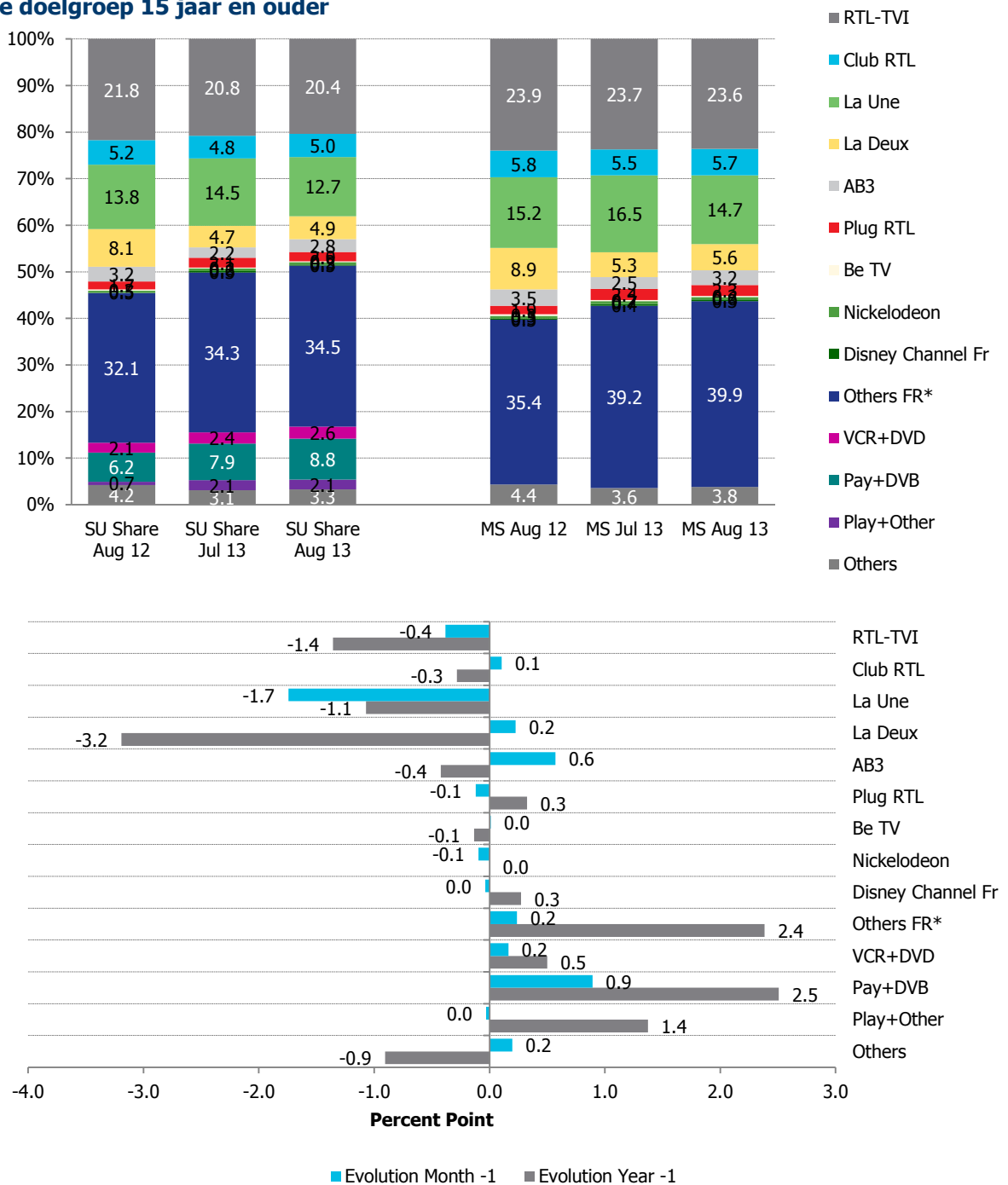
(*) cfr definitie pagina 15

Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, 15+, Live+6, SU Shares+Guests from 2013

³ Share of Screen Usage, maar we publiceren eveneens de marktaandelen (cfr definities pagina 15).

Evolutie van de "marktaandeel"⁴ ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



(*) cfr definitie pagina 15

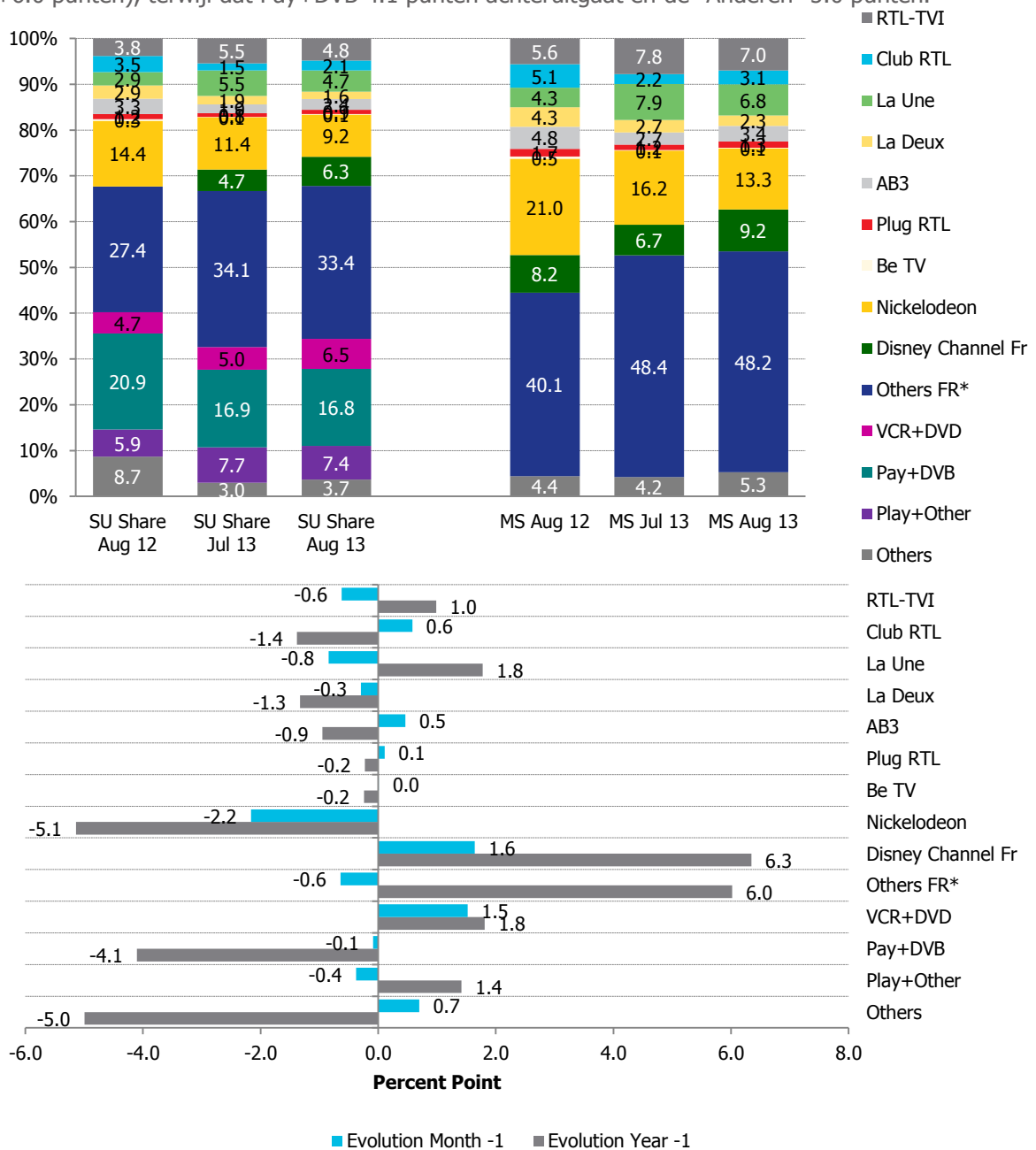
Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, 15+, Live+6+Guests from 2013

⁴ Share of Screen Usage

Audimetrie Augustus 2013

De doelgroep 4-14 (uurschijf: 6:00-19:00)

Op de doelgroep 4-14 verliest Nickelodeon 2.2 punten ten opzichte van juli ofwel -5.1 punten ten opzichte van vorig jaar, terwijl dat Club RTL 0.6 punt wint ten opzichte van juli, maar zich op een niveau bevindt dat 1.4 punt onder het niveau van augustus 2012 ligt. Disney Channel, van zijn kant, stijgt met 1.6 punt ten opzichte van vorige jaar en behaalt zo een aandeel van 6.3%. Als we de vergelijking met vorig jaar maken zien we eveneens een sterke stijging van de groep "Others Fr" (+6.0 punten), terwijl dat Pay+DVB 4.1 punten achteruitgaat en de "Anderen" 5.0 punten.



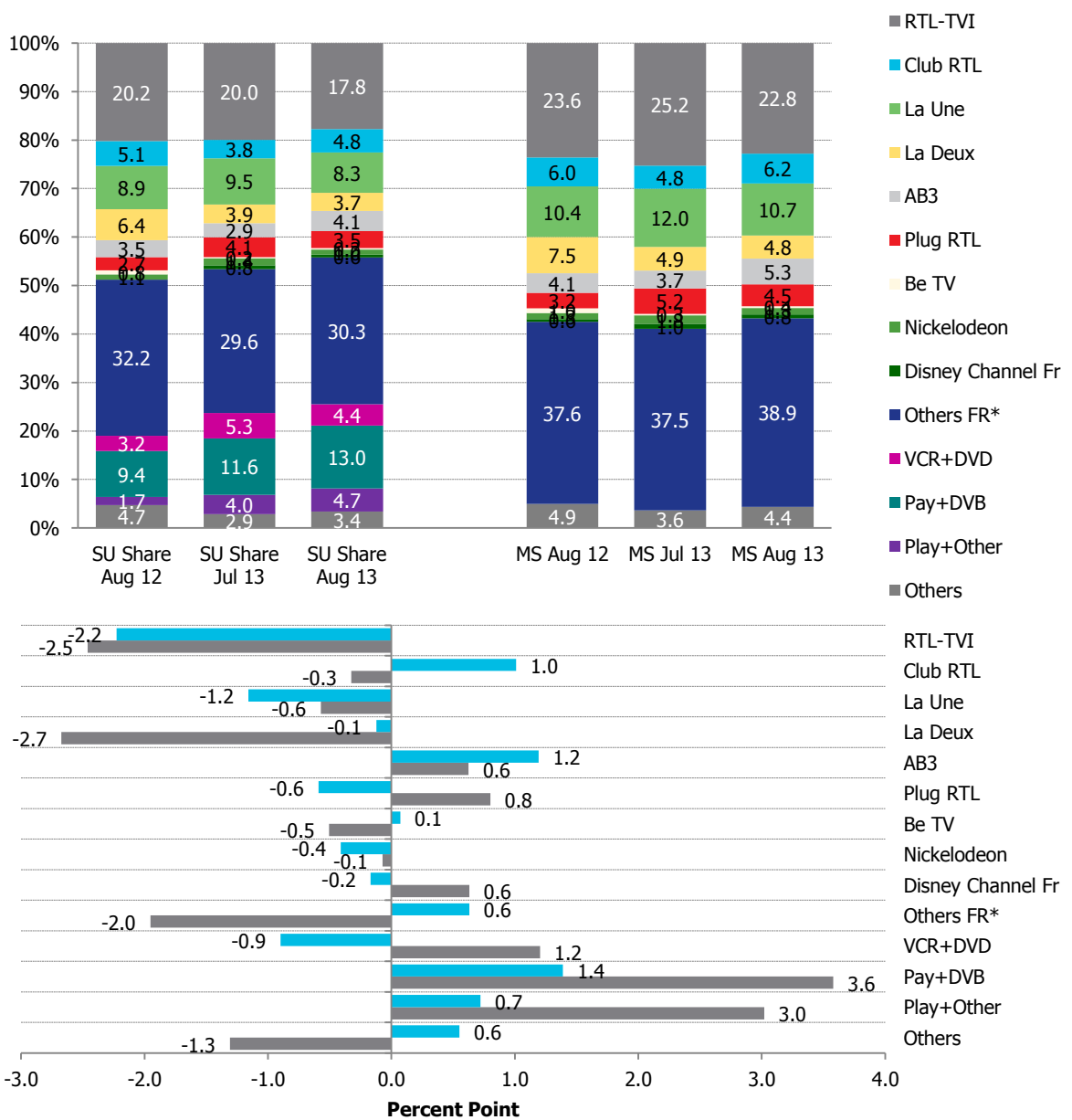
(*) cfr definitie pagina 15

Source : Audimetrie, South, 06:00-19:00, 4-14, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Augustus 2013

De doelgroep VVA 18-44

Op de doelgroep VVA 18-44 zijn het AB3 en Club RTL die het sterkste stijgen ten opzichte van juli (+1.2 en +1 punt). Voor AB3 is het 0.6 punt beter dan vorig jaar, terwijl dat Club RTL 0.3 punt verliest. Ook de groep Pay+DVB stijgt (+1.4 punt ofwel 3.6 punten beter dan vorig jaar). RTL-TVI lijkt geraakt (-2.2 punten ofwel -2.5 punten minder dan vorig jaar), net als La Une (-1.2 punt ofwel -0.6 punt ten opzichte van augustus 2012). Het is Plug RTL die het sterkste stijgt ten opzichte van vorig jaar (+0.8 punt) en we zien eveneens een stijging van de groep Play+Others (+3 punten) en de DVD (+1.2 punt). La Deux daarentegen verliest 2.7 punten en de groep Others Fr 2 punten.



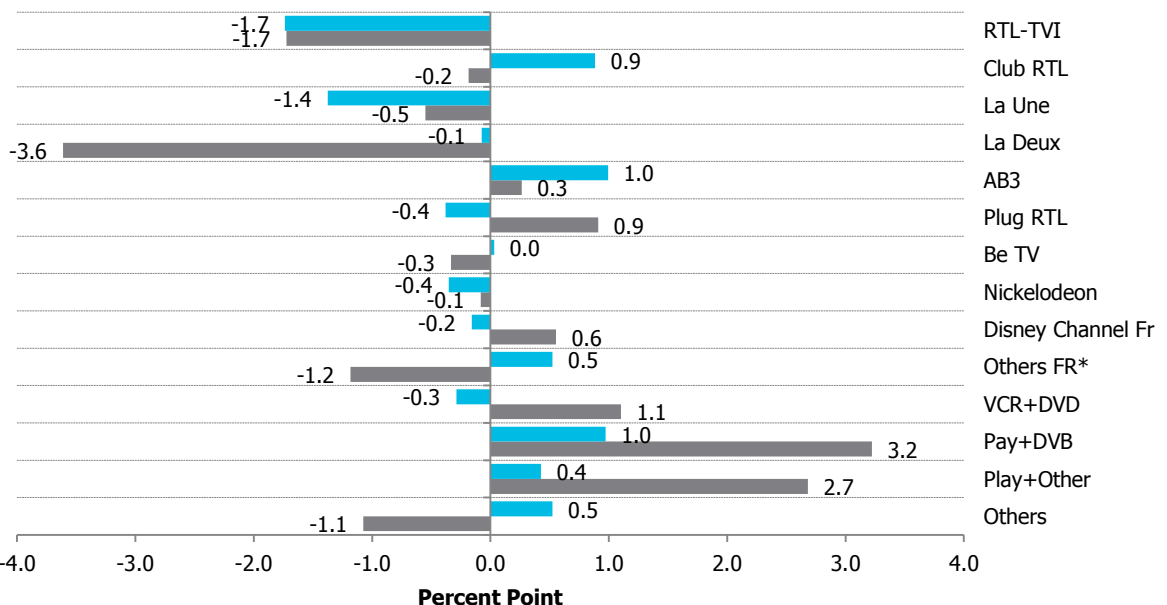
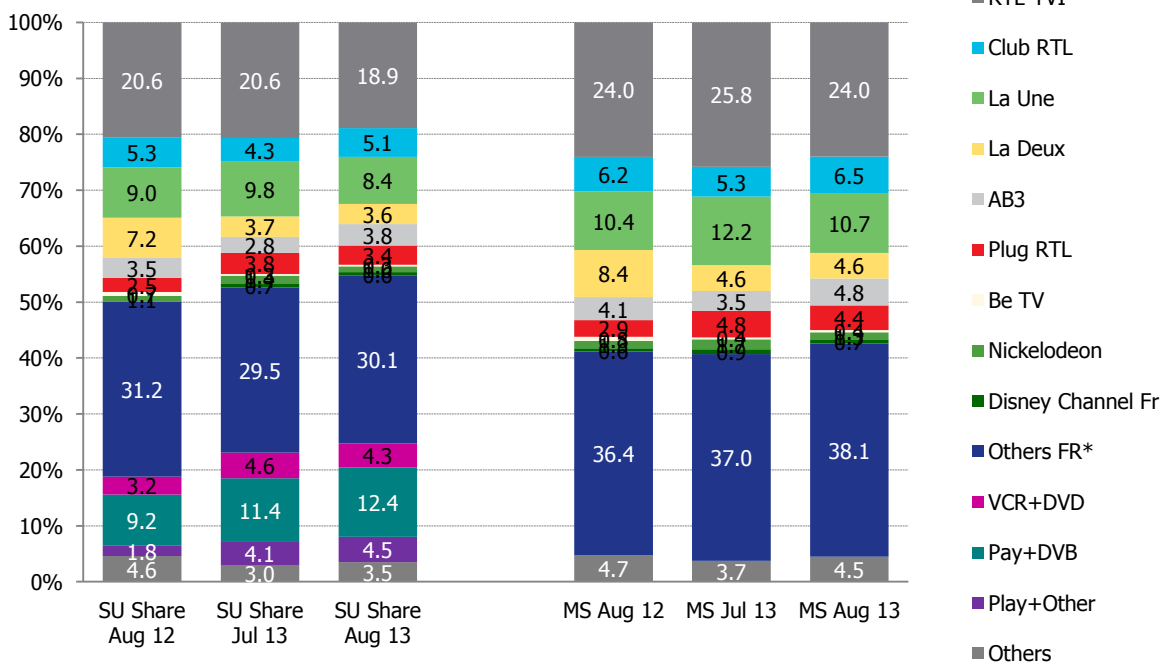
(*) cfr definitie pagina 15

Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Augustus 2013

De doelgroep 15-44

Op de doelgroep 15-44 stijgen AB3, Club RTL en de groep Pay+DVB het sterkste ten opzichte van juli (+1, +0.9 en +1 punt). AB3 en Club RTL behouden een aandeel dat dicht bij dat van vorig jaar ligt (+0.3 en -0.2 punt), terwijl dat Pay+DVB met 3.2 punten stijgt. RTL-TVI en La Une lijken het meest geraakt: ze verliezen respectievelijk 1.7 en 1.4 punt ten opzichte van juli ofwel 1.7 punt minder dan vorig jaar voor RTL-TVI. Buiten Pay+DVB zijn het Plug RTL (+0.9 punt) en de groepen Play+Others (+2.7 punten) en VCR+DVD (+1.1 punt) die in vergelijking met vorig jaar het sterkste stijgen. Het is La Deux die het sterkste daalt (-3.6 punten), maar we zien ook een daling van de groep Others Fr (-1.2 punt) en de groep "Others" (-1.1 punt).

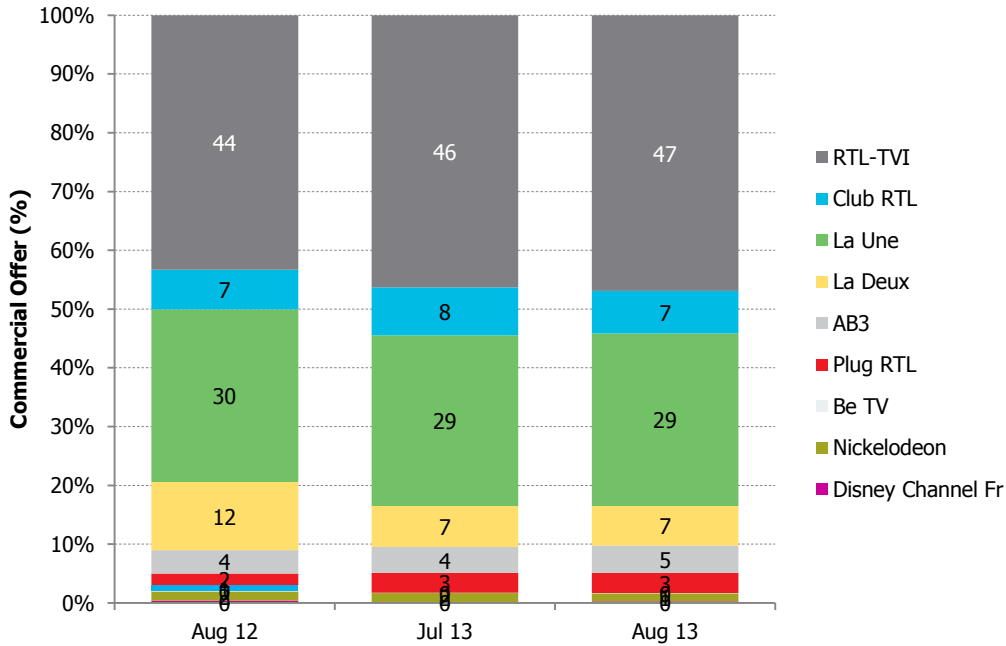


(*) cfr definitie pagina 15
 Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, 15-44, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Augustus 2013

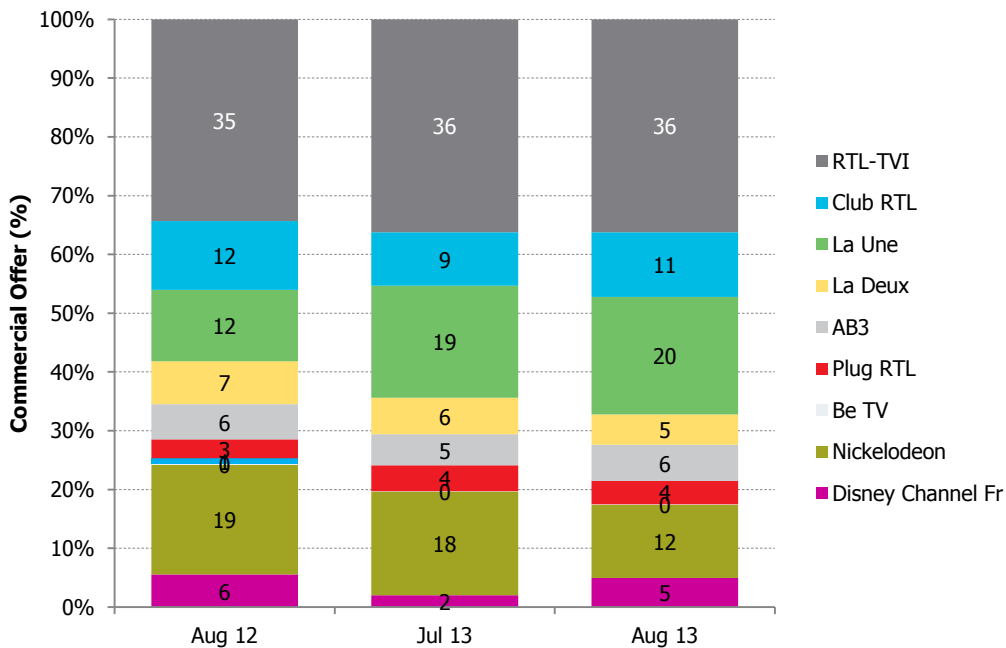
Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, 15+, Com, Live+6+Guests from 2013

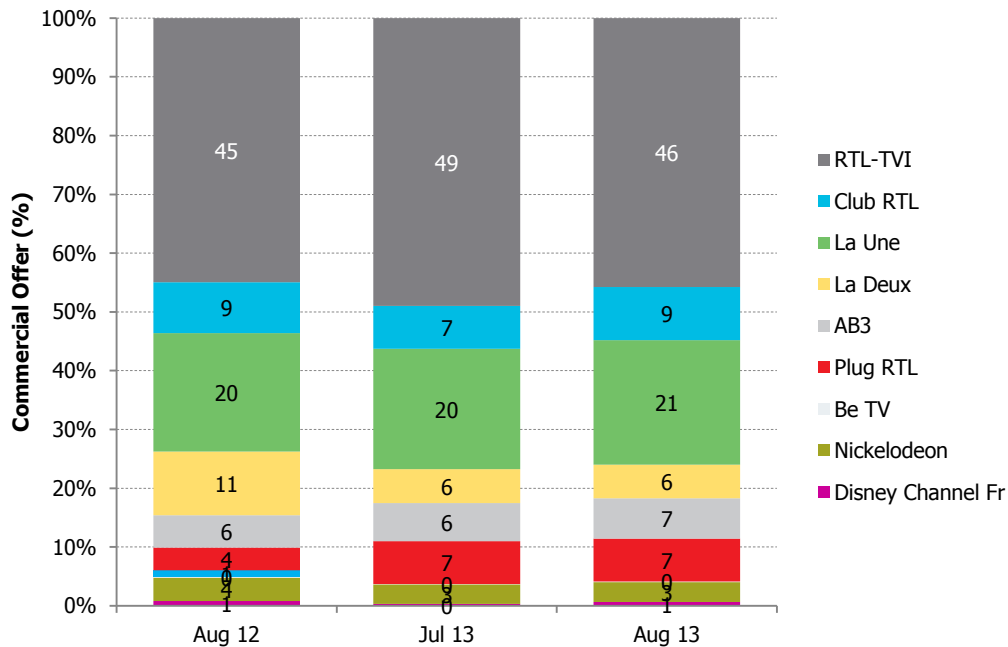
De doelgroep 4-14



Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+6+Guests from 2013

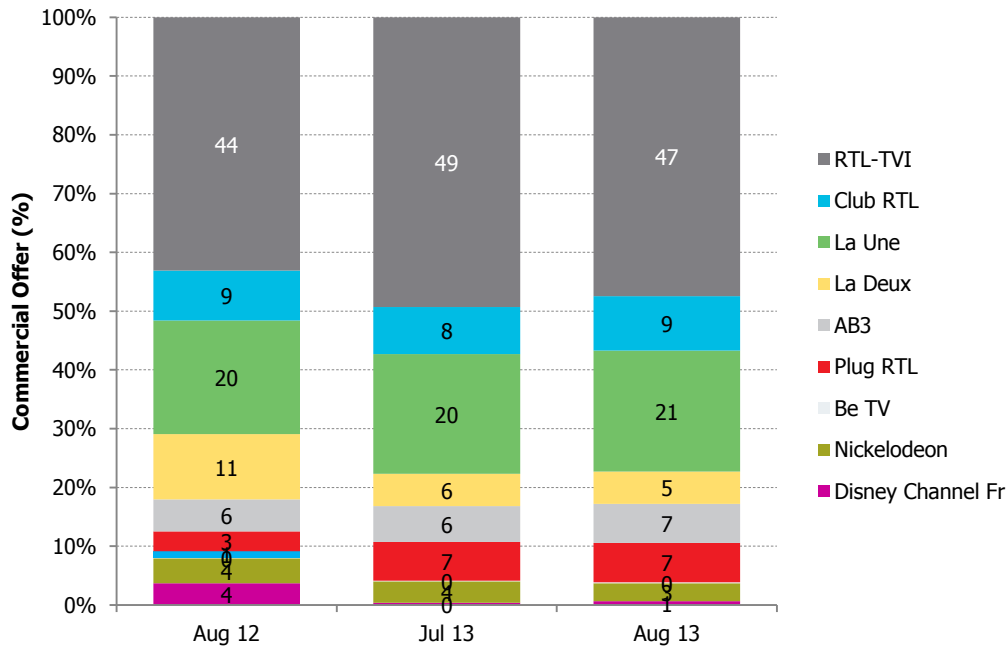
Audimetrie Augustus 2013

De doelgroep VVA 18-44



Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, PRA 18-44, Live+6+Guests from 2013

De doelgroep 15-44



Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, 15-44, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Augustus 2013

Aandeel van het schermgebruik (Share of Screen Usage of SU Shares): verhouding tussen de rating van een zender en de rating van de totaliteit van het schermgebruik (= Total Screen Usage). De "Total Screen Usage" omvat niet alleen het bereik van de Belgische en buitenlandse zenders, maar ook de activiteiten die verbonden zijn met de decoder of de settopbox (Pay+DVB), de DVD, de video (VCR+DVD), de spelconsoles of andere apparaten aangesloten aan de TV (Play+Others).

Marktaandeel (Market Shares ou MS): verhouding tussen de rating van een zender en de totaliteit van identificeerbare Belgische en buitenlandse zenders (= Total TV), waarbij het andere schermgebruik wordt uitgesloten (Pay+DVB, Video+DVD, Play+Others).

Pay+DVB: totaliteit van het bereik dat niet wordt toegewezen aan een identificeerbare zender en dat passeert via een decoder of een settopbox (Belgacom, Telenet, Be TV, Voo, ...).

VCR+DVD: totaliteit van het bereik dat niet wordt toegewezen aan een identificeerbare zender en dat passeert via een DVD-speler of een videorecorder.

Play+Others: totaliteit van het bereik dat niet wordt toegewezen aan een identificeerbare zender en dat passeert via een spelconsole of een ander apparaat dat aangesloten is aan een TV.

Others NL/FR: groeperen de volgende Nederlandstalige/Franstalige zenders:

Others NL		Others FR	
Nederland 1	S.Televisie	Tf1	France 4
Nederland 2	Disney Channel	France 2	France 5
Nederland 3	Disney Xd NI	France 3	Canal J
The Music Factory	Tmf Dance	TV5	LCI
Liberty Channel (NI)	Boomerang	Cartoon Network (Fr)	TV Breizh
Kanaal Z (NI)	13Th Street NI	Arte	Be Series
Jim-TV	Exqi Culture NI	Mcm	Exqi Culture Fr
TV Bussel	Exqi Sport NI	M6	Exqi Sport Fr
AVS	GunkTV	Eurosport France	Radio Contact Vision
RTV Kempen	Anne	Liberty Channel (Fr)	Gulli
RTV Mechelen	Vtm Kzoom+	Ab4	Disney Xd Fr
WTV	Exqi Sport Culture NI	Tele Bruxelles	Star By Cinetelerevue
Focus TV	Disney Junior NI	Tcm (Fr)	Nick Jr (Fr)
Kanaal 3	Infokanaal Telenet Analog	Canal Z (Fr)	Voo Foot
TVL	Q Music	Telesambre	Disney Junior Fr
Rob TV	Discovery Hd Showcase	TV Com	Nat Geo Fr
Tcm (NI)	E! Entertainment NI	Canal Zoom	Voyage Fr
Ring TV	Ment TV NI	Matele	13leme Rue Fr
ATV	Tnt NI	Canal C	The Sundance Channel Fr
Prime Action	Syfy NI	Tele Mb	Syfy Fr
Prime One	Pebble TV NI	Antenne Centre	E! Fr
Canal+ NI 16/9	The Sundance Channel NI	Televesdre	(Fr) Canal+
Sporza	Libelle TV	Rtc Tele Liege	(Be) La3
Infokanaal Telenet Digitaal	Lacht	No Tele	(Fr) Eurosport 2
Cartoon Network / Tcm (NI)	Dobbit TV	TV Lux	
Actua TV	(NI) Net5	Canal+ Fr Bleu	
Sporting Telenet 1	(NI) Nickelodeon	Canal+ Fr Jaune	
Sporting Telenet 2	(NI) Tmf	Be 1 + 1H	
Life!TV	(NI) V8	Be Cine 1	
MTV (NI)	(NI) Rtl4	Be Cine 2	
Vitaliteit	(NI) Rtl5	Be Sport 1	
Ketnet+/Canvas+	(NI) Yorin	Be Sport 2	
Prime Movies&Series	(NI) Sbs6	MTV (Fr)	
Belgacom Zoom (NI)	(NI) Rtl7	Rtl-TVi 20 Ans	
Studio 100		Belgacom Zoom (Fr)	



Verantwoordelijke uitgevers:

Remi Boel
Marie-Ange Wilkin
Nelleke Kollqaku
Stéphanie Piret

OMD - PHD

Charles Lemairestraat 1
1160 Brussel
Tel: +32 (0) 2 678 25 52
Fax: +32 (0) 2 678 25 99

E-mail: research.belgium@omnicommediagroup.com