

## Audimetrie Februari 2014

### Evolutie van de maandelijkse "marktaandelen"<sup>1</sup>: Noorden

#### De doelgroep 15 jaar en ouder

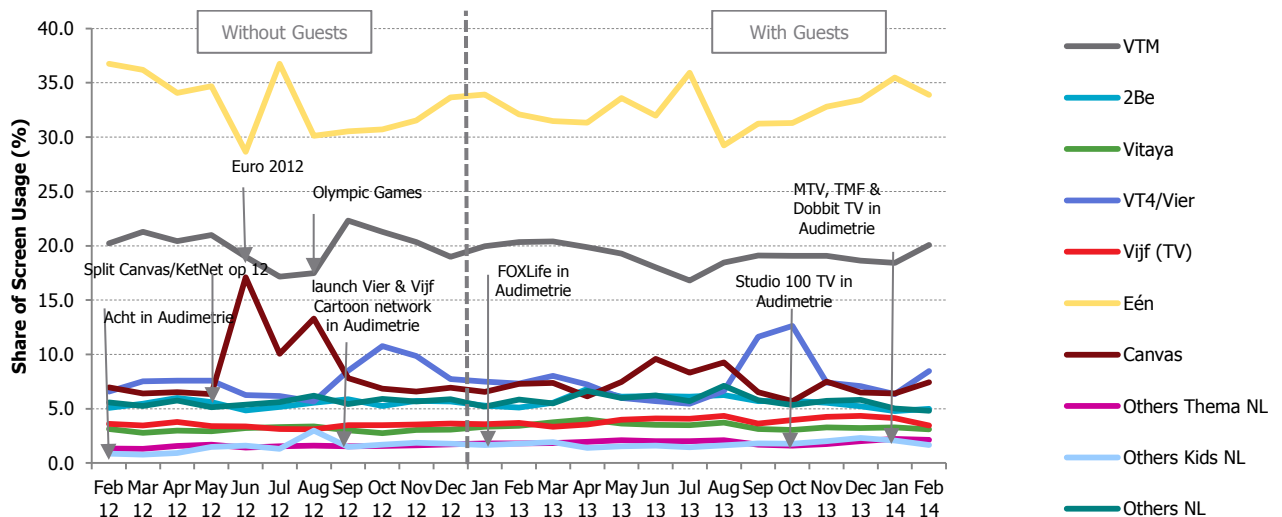
**Noot:** de "live+6+guests" is op 1 januari 2013 de standaard van de TV analyses geworden. In deze newsletter publiceren we dus de gegevens met de "gasten" vanaf januari 2013, terwijl dat de voorgaande jaren de gegevens zonder "gasten" als basis hebben, dit wil zeggen de oude standaard.

In februari ziet Vier zijn aandeel met 2.1 punten stijgen ten opzichte van januari ofwel 1.2 punt meer dan vorig jaar. De zender profiteert, onder andere, van de terugkeer van "Scheire en de schepping" (dit jaar gemiddeld 483 733 "kijkers" tegen 423 194 voor de eerste 4 uitzendingen vorig jaar) en de docusoap "The sky is the limit" (483 101 "kijkers").

VTM en Canvas gaan ook vooruit ten opzichte van januari (+1.6 en +1 punt), maar het aandeel blijft eerder vergelijkbaar met dat van vorig jaar (-0.3 en +0.1 punt). VTM profiteert, onder andere, van de terugkeer van de "The voice van Vlaanderen" (gemiddeld 906 679 "kijkers" tegen 974 516 de eerste 4 uitzendingen vorig jaar) en van "Wauters vs Waes" (gemiddeld 772 864 "kijkers").

Kijken we naar Canvas, dan zien we dat Canvas met name profiteert van de ½ finales van het Belgisch kampioenschap voetbal van 5 februari.

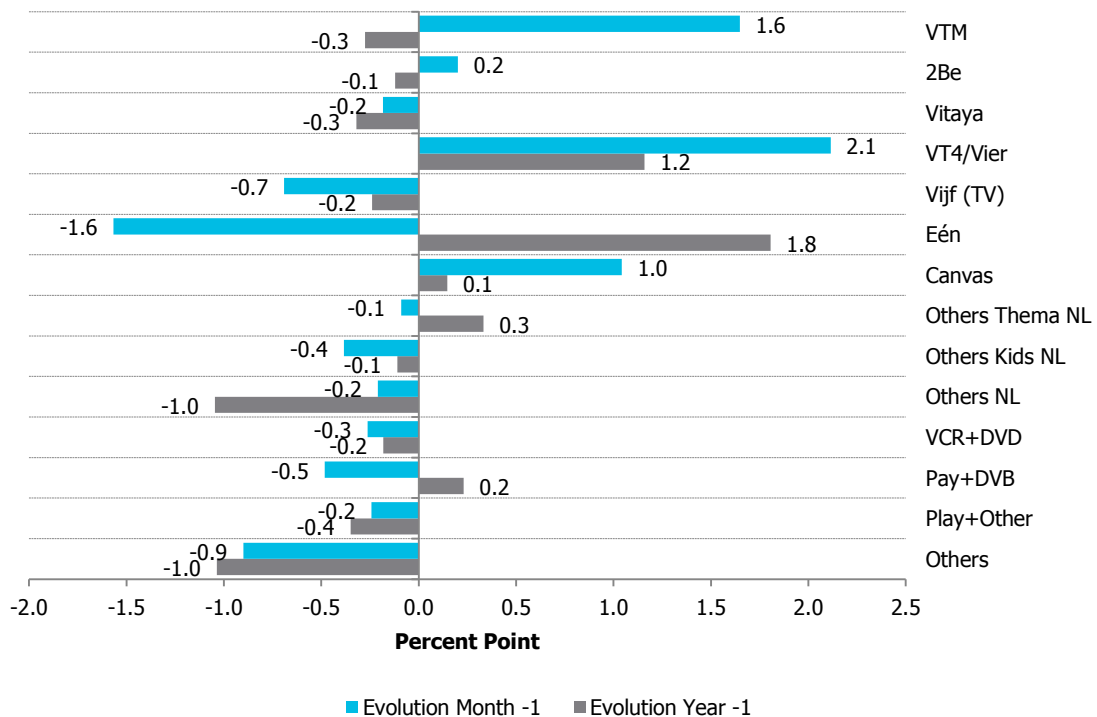
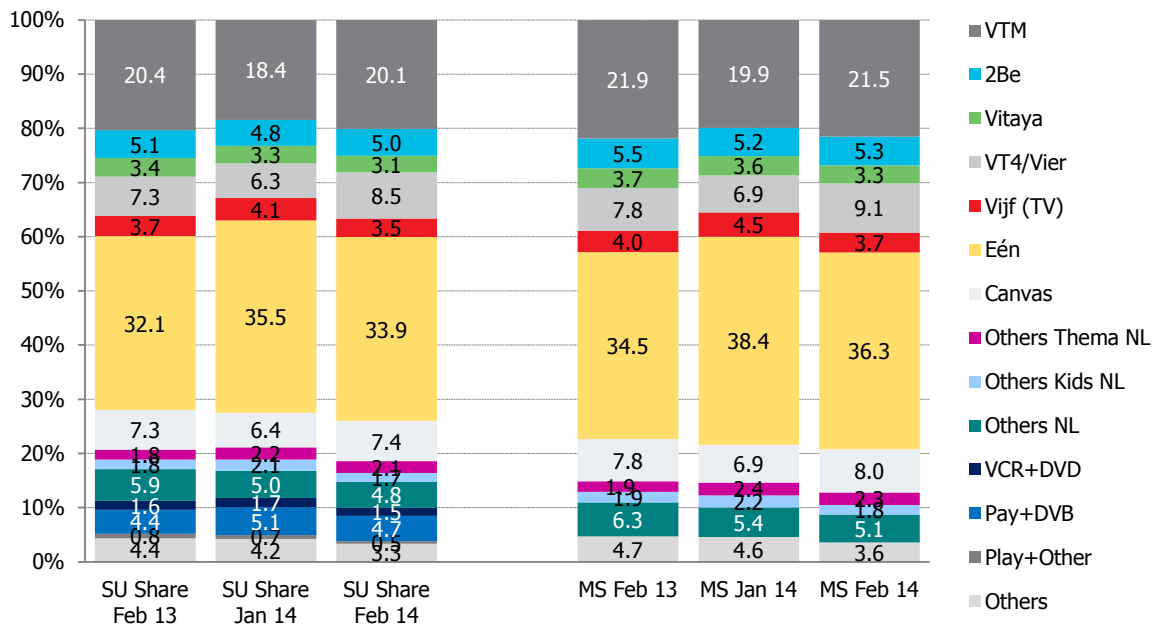
Eén, ten slotte, verliest 1.6 punt ten opzichte van januari, maar stijgt met 1.8 punt als we de vergelijking met vorig jaar maken. 5 programma's in de top 10 behaalden meer dan een miljoen "kijkers": "In vlaamse velden" (1 711 515), "Thuis" (1 242 812), "Eurosong" (1 219 750), "Wauters vs Waes" (1 121 808) en "Het 7 uur-journaal" (1 036 567).



<sup>1</sup> Share of Screen Usage, maar we publiceren eveneens de marktaandelen (cfr definities op pagina 15).

## Evolutie van de "marktaandeel"<sup>2</sup> 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

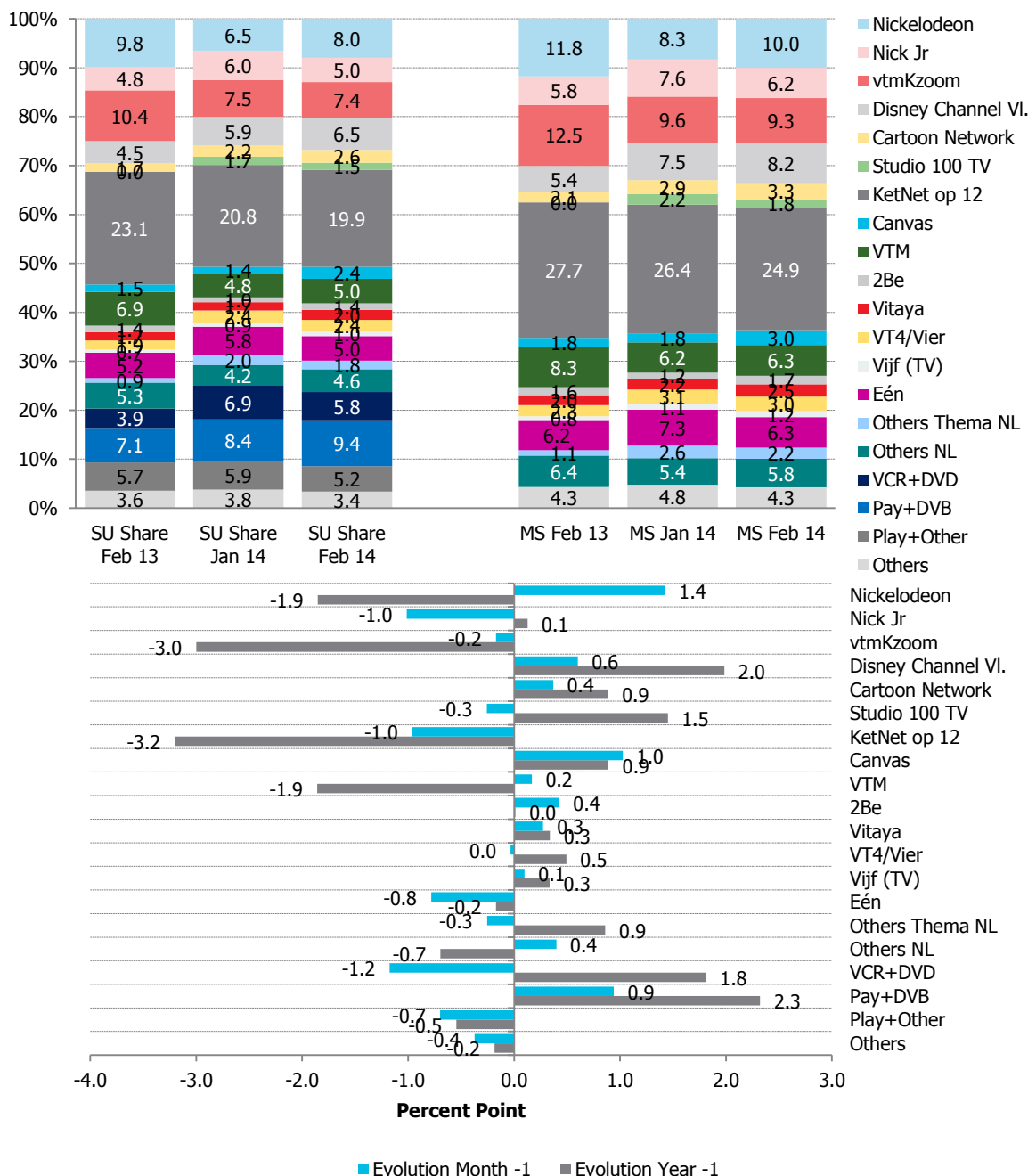
<sup>2</sup> Share of Screen Usage

Audimetrie Februari 2014

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

Op de doelgroep 4-14 gaat Nickelodeon 1.4 punt vooruit ten opzichte van januari, maar bevindt zich 1.9 punt onder het niveau van vorig jaar, terwijl dat Nick Jr 1 punt verliest en een aandeel behaalt dat gelijkaardig is aan dat van februari 2013 (-0.1 punt).

Het is Disney Channel die ten opzichte van vorig jaar het sterkste stijgt (+2 punten) en Studio 100 TV behaalt deze maand een aandeel van 1.5%. Vooral KetNet op 12 en vtmKzoom lijken geraakt: ze verliezen 3.2 en 3 punten ten opzichte van vorig jaar. We zien ook een sterke stijging van het aandeel van de groepen Pay+DVB (+2.3 punten) en VCR+DVD (+1.8 punt) ten opzichte van vorig jaar.

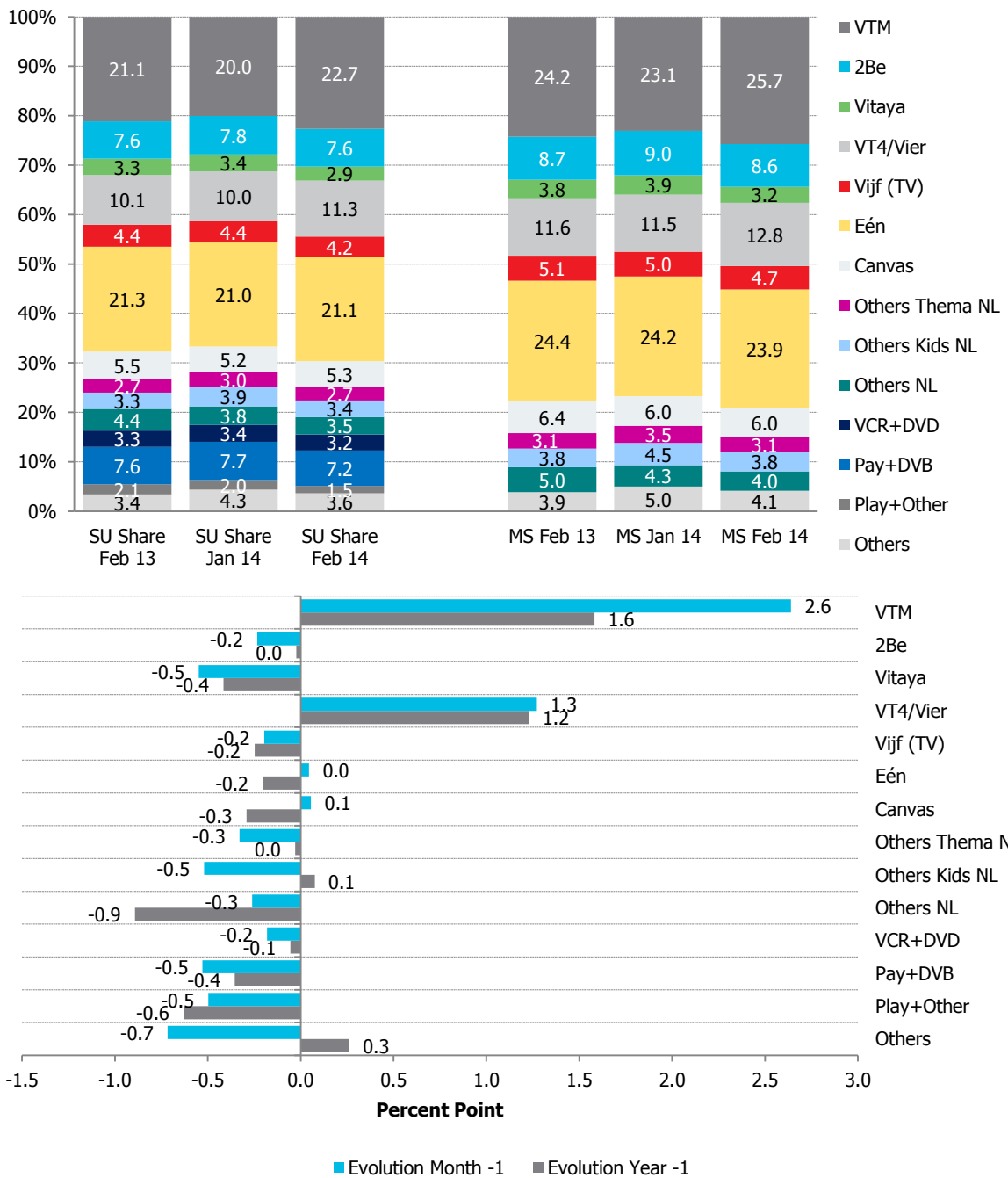


Source : Audimetrie, North, 06:00-19:00, 4-14, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Februari 2014

**De doelgroep VVA 18-44**

Op de doelgroep VVA 18-44 gaat VTM 2.6 punten vooruit ten opzichte van januari en behaalt een aandeel dat 1.6 punt hoger ligt dan dat van vorig jaar. Ook Vier wint 1.3 punt en gaat het niveau van februari 2013 met 1.2 punt voorbij. Eén lijkt niet geraakt: de zender behoudt het aandeel van januari ofwel -0.2 punt minder dan vorig jaar. Het is de groep "Others" die, met -0.7 punt, het sterkste daalt ten opzichte van januari en "Others NI", met -0.9 punt, ten opzichte van vorig jaar.

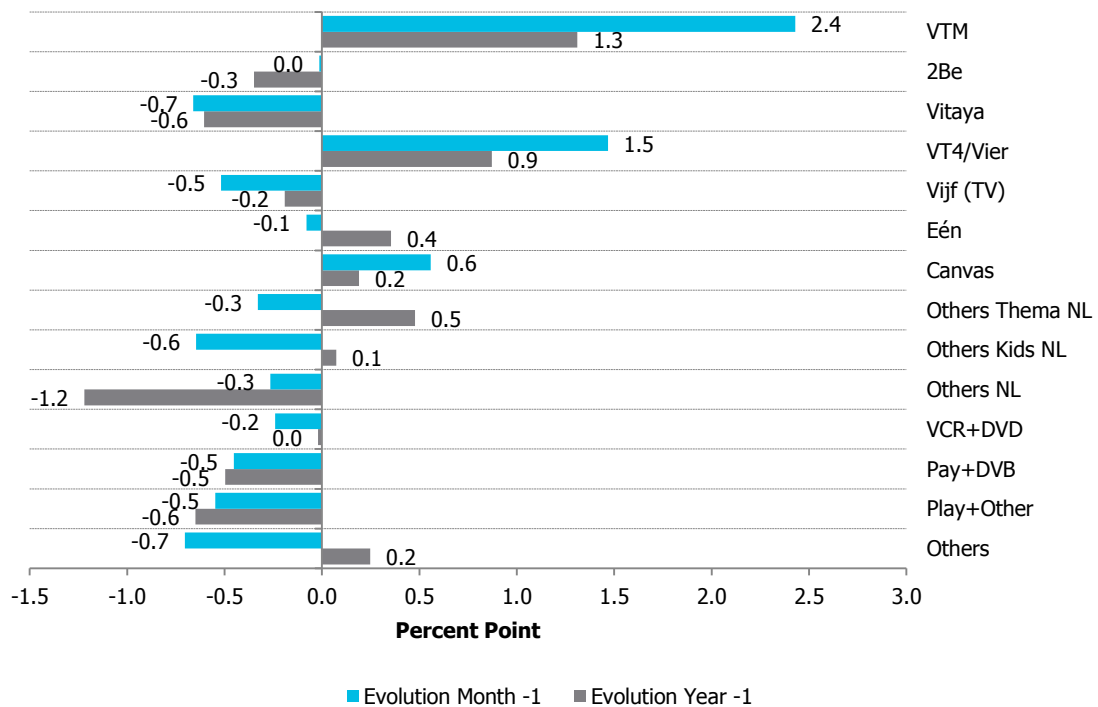
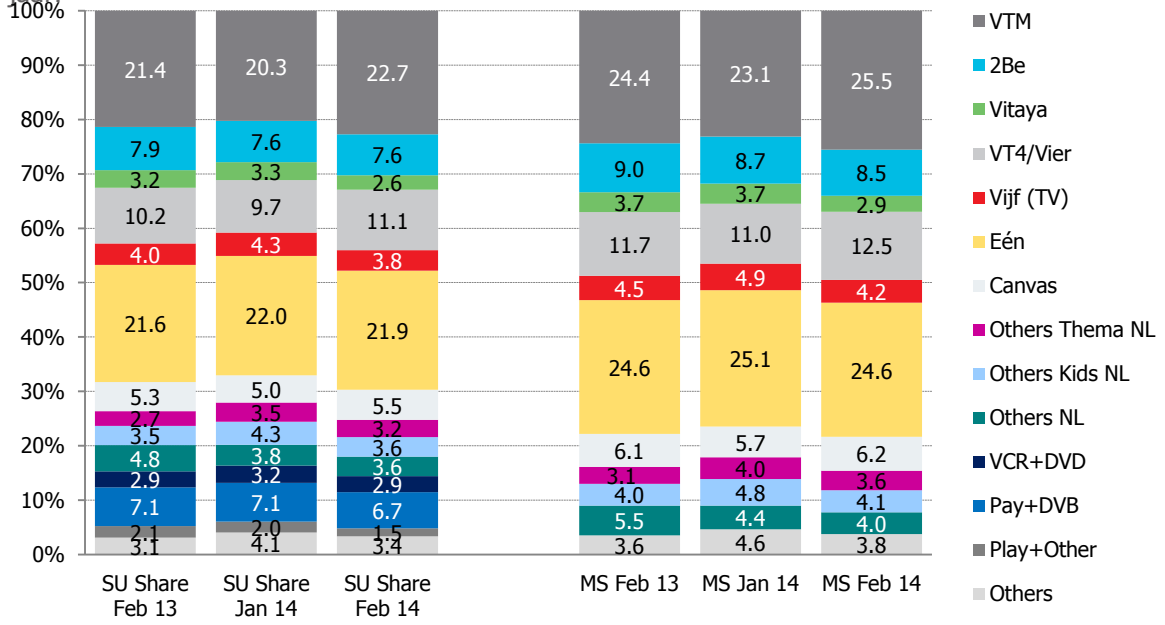


Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Februari 2014

**De doelgroep 15-44**

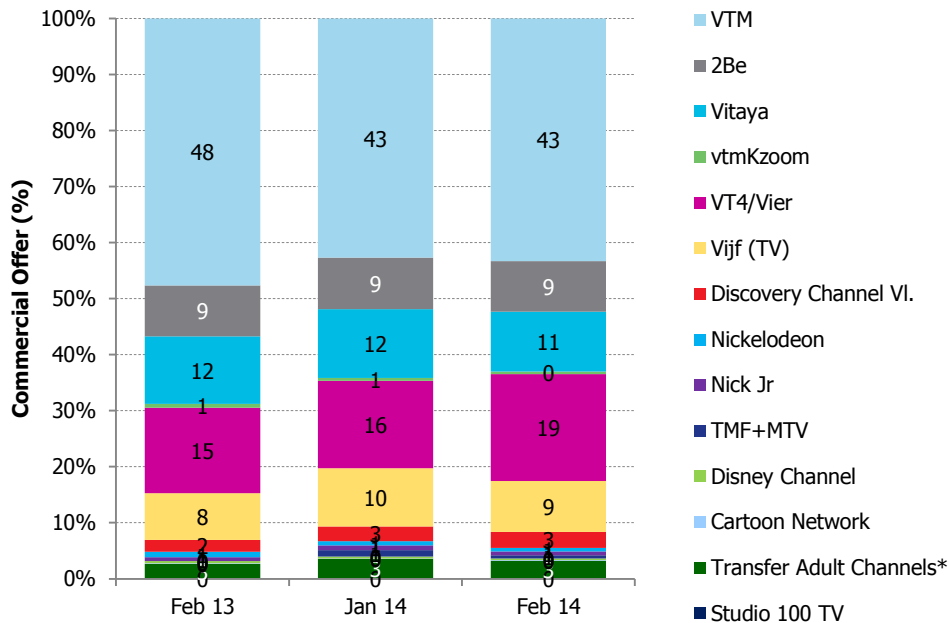
Bij de 15-44 jarigen wint VTM 2.4 punten ten opzichte van januari ofwel 1.3 punt meer dan vorig jaar en Vier 1.5 punt ofwel +0.9 punt ten opzichte van februari 2013. Het aandeel van Eén blijft eerder stabiel (maand-1: -0.1 punt; jaar-1: +0.4 punt) en het is Vitaya die met -0.7 punt het sterkste daalt ten opzichte van januari en groep Others NI, met -1.2 punt, ten opzichte van vorig jaar.



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

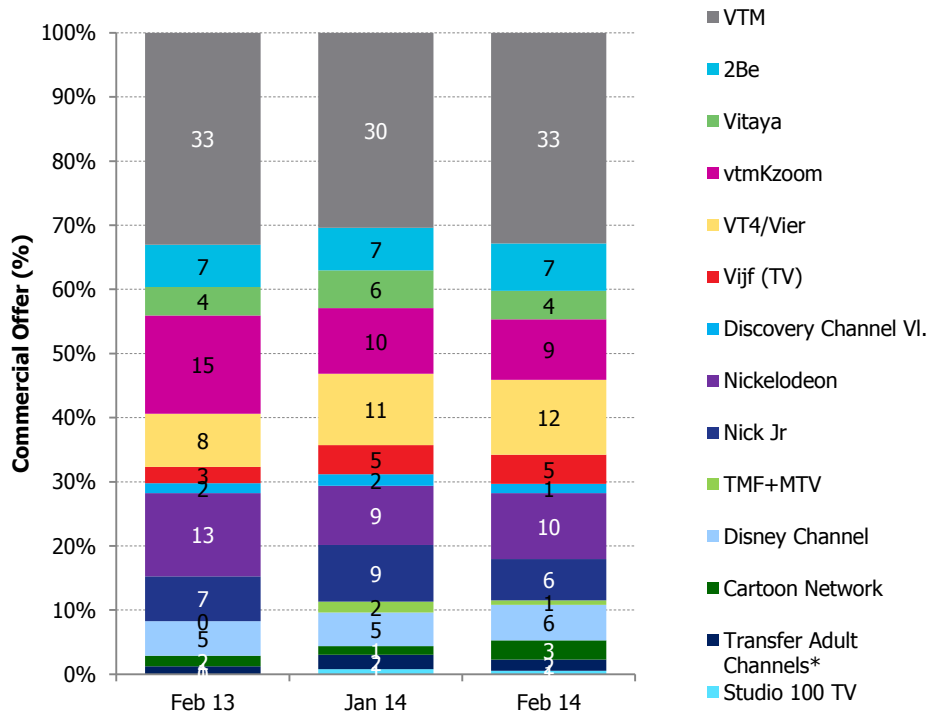
## Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

### De doelgroep 15 jaar en ouder



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

### De doelgroep 4-14

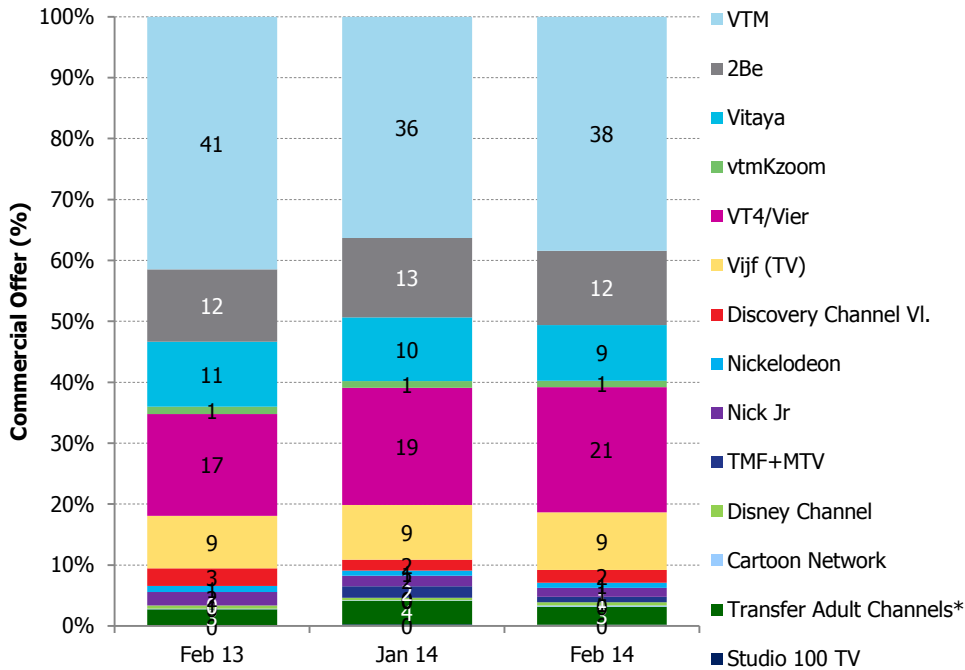


Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+6+Guests from 2013

(\*) Transfer Adult Channels = Acht, Njam!, National Geographic, FoxLife, Dobbitt

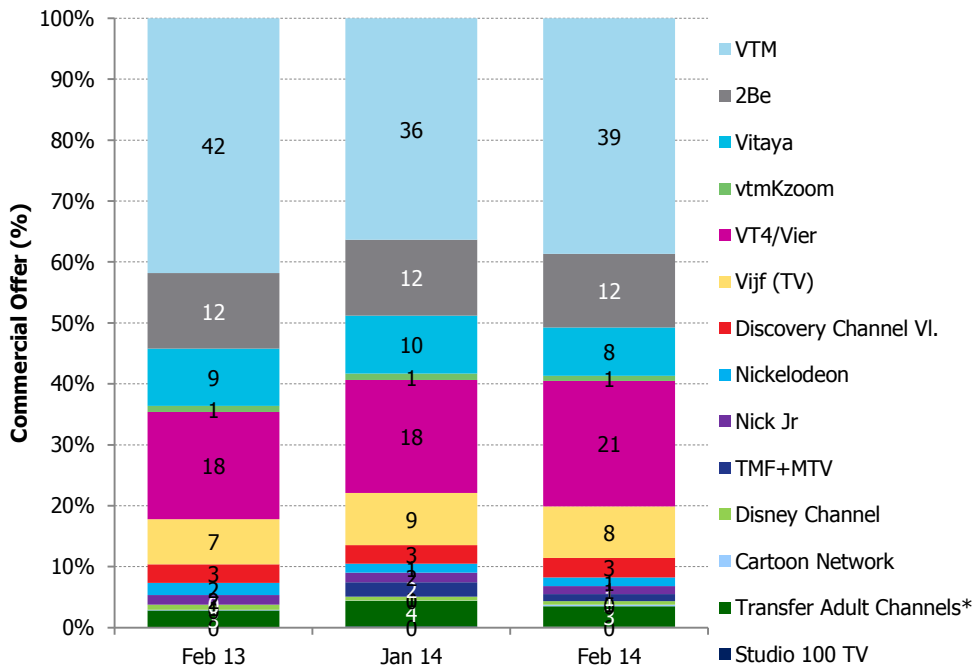
Audimetrie Februari 2014

**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

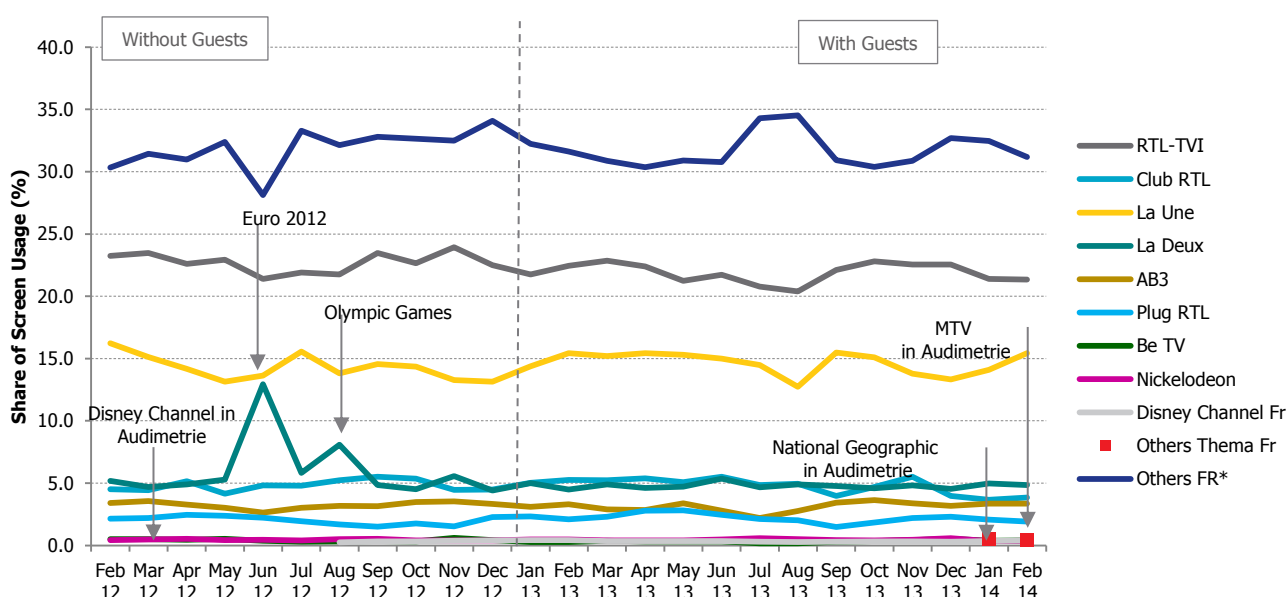
(\*) Transfer Adult Channels = Acht, Njam!, National Geographic, FoxLife, Dobbie

## Evolutie van de maandelijkse "marktaandeel"<sup>3</sup>: Zuiden

### De doelgroep 15 jaar en ouder

In het Zuiden is het La Une die ten opzichte van januari het sterkste stijgt (+1.3 punt) en behaalt zo een aandeel dat dicht bij dat van vorig jaar ligt. La Une profiteert met name van de terugkeer van The Voice Belgique (519 085 "kijkers" tegen 535 135 voor de 4 eerste uitzendingen vorig jaar). De groep "Others Fr" lijkt geraakt en daalt met 1.3 punt ten opzichte van januari om een aandeel te behalen dat 0.4 punt onder dat van vorig jaar ligt.

Ten opzichte van vorig jaar is het La Deux die als individuele zender, met +0.4 punt, de sterkste stijging laat zien. Het zijn echter de groepen VCR+DVD (+1.3 punt), Pay+DVB (+1 punt) en Play+Other (+0.6 punt) die stijgen en RTL-TVI en Club RTL, daarentegen, dalen met 1.1 en 1.4 punt.



(\*) cfr definitie op pagina 15

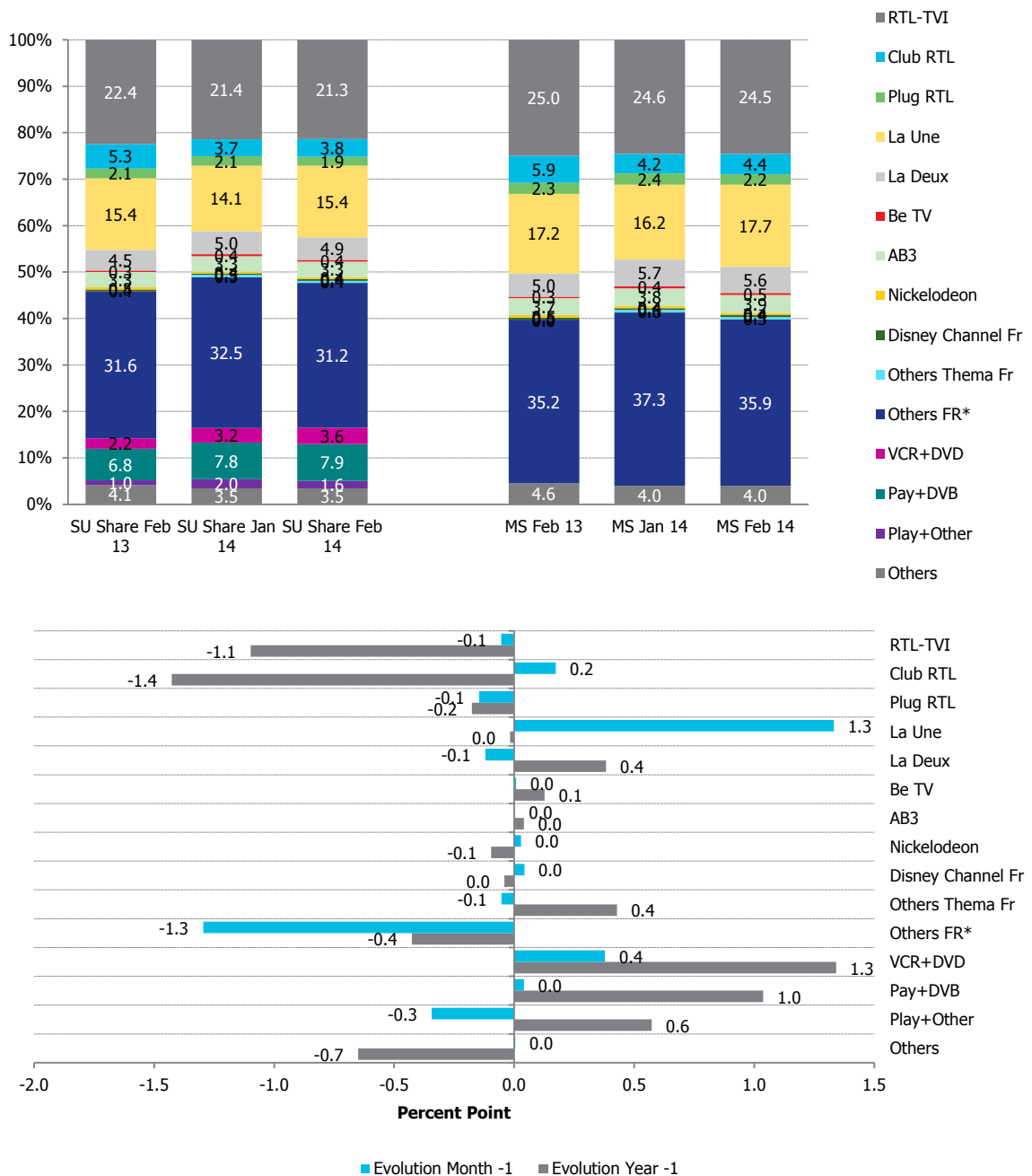
Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, 15+, Live+6, SU Shares+Guests from 2013

<sup>3</sup> Share of Screen Usage, maar we publiceren eveneens de marktaandeel (cfr definities op pagina 15).



## Evolutie van de "marktaandeel"<sup>4</sup> ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

### De doelgroep 15 jaar en ouder



(\*) cfr definitie op pagina 15

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

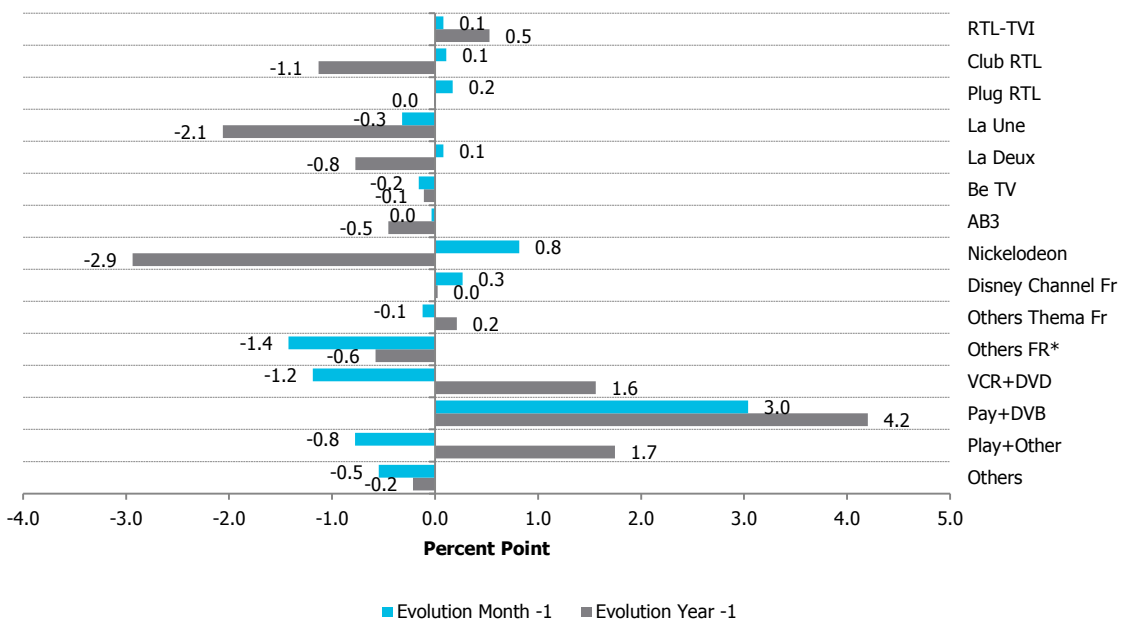
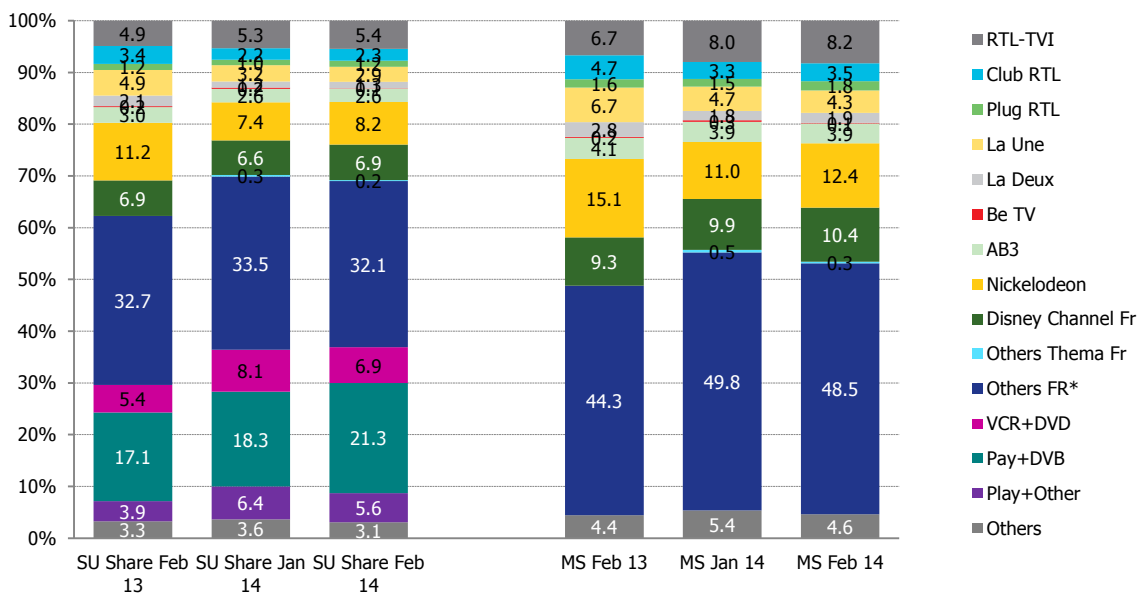
<sup>4</sup> Share of Screen Usage

Audimetrie Februari 2014

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

Bij de 4-14 jarigen wint Nickelodeon 0.8 punt ten opzichte van januari, maar daalt nog eens met 2.9 punten ten opzichte van vorig jaar. Disney Channel, daarentegen, behoudt een aandeel dat dicht bij dat van januari ligt (+0.3 punt) en bijna gelijk is aan dat van vorig jaar.

We zien ook een sterke stijging van de Pay+DVB (+3 punten ten opzichte van januari ofwel +4.2 punten ten opzichte van januari), Play+Other (+1.7 punt ten opzichte van vorig jaar) en VCR+DVD (+1.6 punt ten opzichte van vorig jaar).



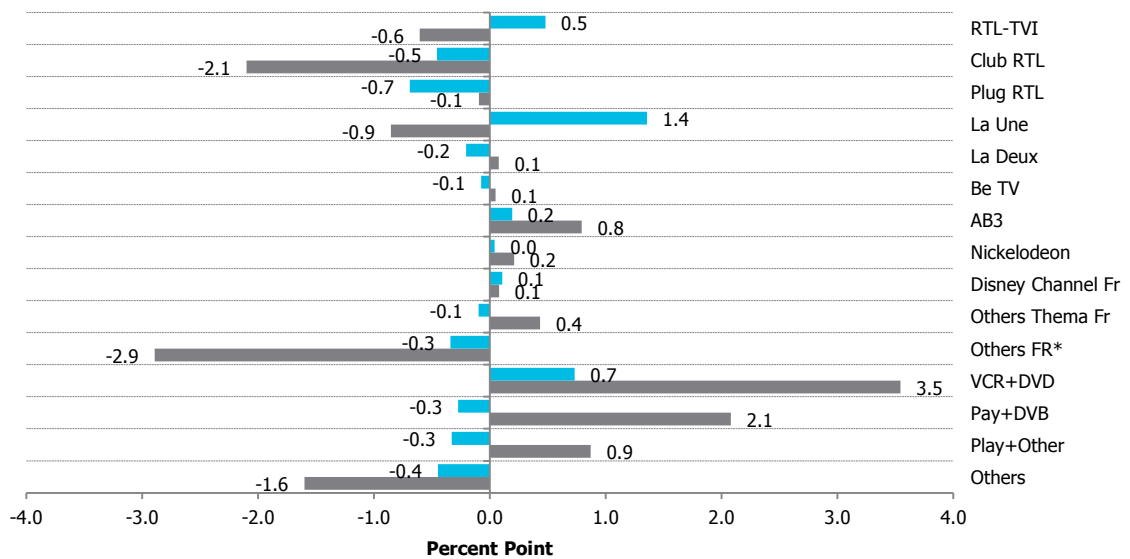
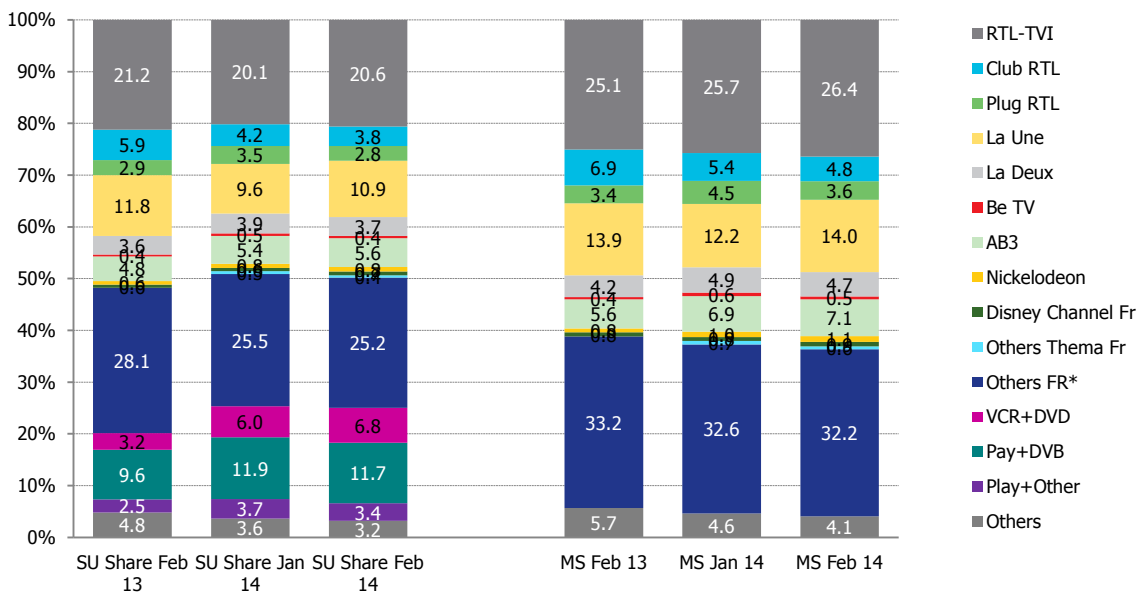
(\* cfr definitie op pagina 15)

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

Audimetrie Februari 2014

**De doelgroep VVA 18-44**

Op de doelgroep VVA 18-44 wint La Une 1.4 punt ten opzichte van januari, maar gaat met 0.9 punt achteruit als we de vergelijking maken met vorig jaar. Ten opzichte van vorig jaar is de daling van RTL-TVI minder uitgesproken dan op de doelgroep 15 jaar en ouder (-0.6 punt), maar Club RTL verliest 2.1 punten. Het is AB3 die ten opzichte van vorig jaar het sterkste stijgt als individuele zender met +0.8 punt. We zien echter een belangrijke stijging van de groepen VCR+DVD (+3.5 punten), Pay+DVB (+2.1 punten) en Play+Other (+0.9 punt). De groepen Others Fr en Others, daarentegen, verliezen 2.9 en 1.6 punt(en).



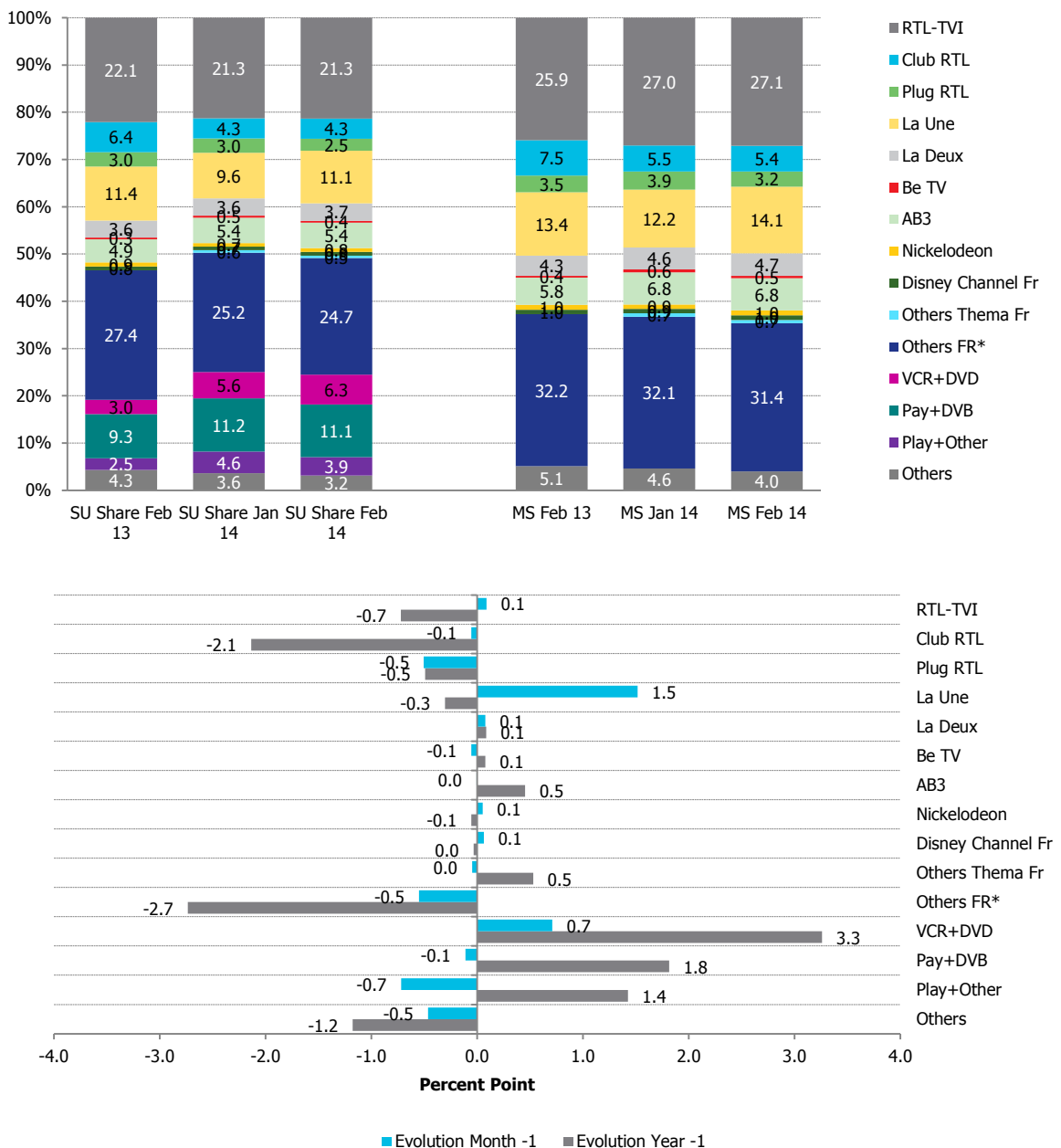
(\*) cfr definitie op pagina 15

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

Audimetrie Februari 2014

**De doelgroep 15-44**

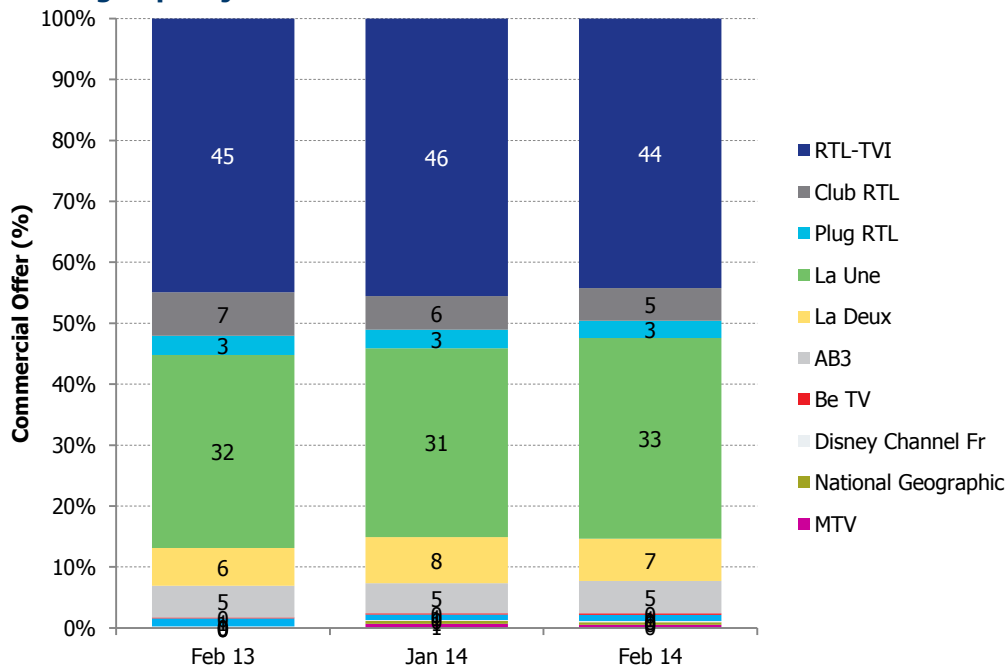
Bij de 15-44 jarigen wint La Une 1.5 punt ten opzichte van januari om een aandeel te vinden dat dicht bij dat van vorig jaar ligt (-0.3 punt). Ook RTL-TVI behoudt een aandeel dat dicht bij dat van vorig jaar ligt dan op doelgroep 15 jaar en ouder (-0.7 punt), maar Club RTL niet (-2.1 punten). Ten opzichte van vorig jaar zien we nog steeds een sterke stijging van VCR+DVD (+3.3 punten), Pay+DVB (+1.8 punt) en Play+Other (+1.4 punt), terwijl dat de groepen Others Fr en Others dalen met, respectievelijk, 2.7 en 1.2 punt(en).



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

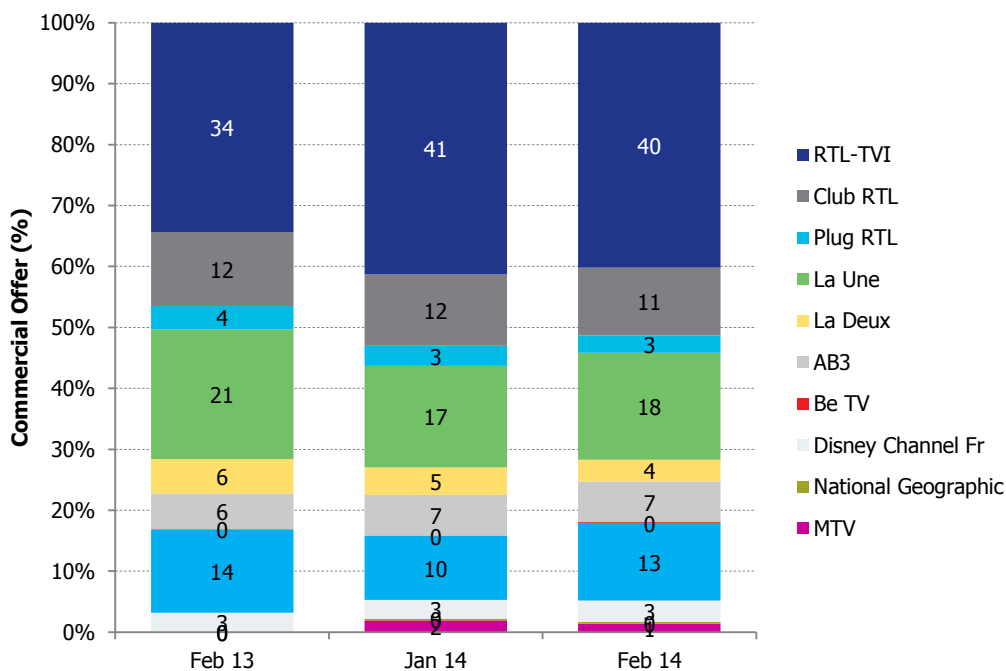
## Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

### De doelgroep 15 jaar en ouder



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

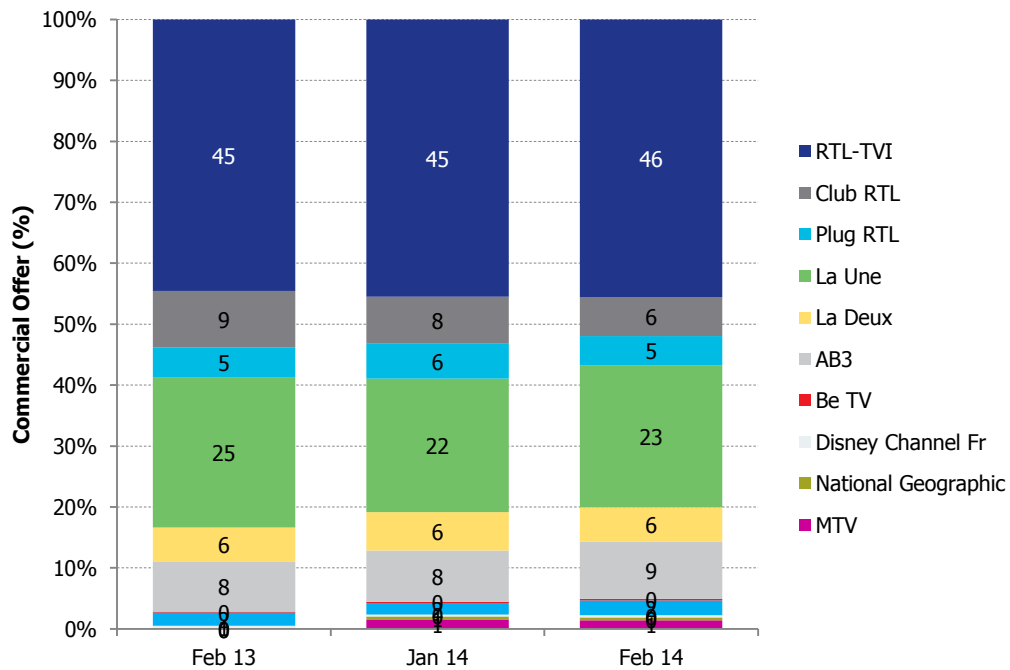
### De doelgroep 4-14



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

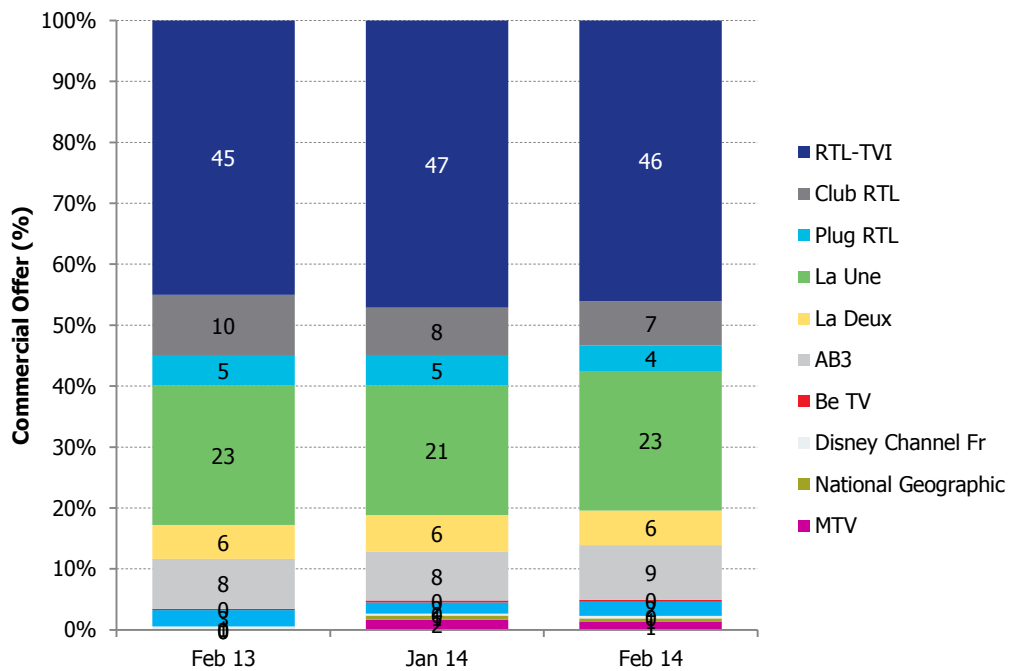
Audimetrie Februari 2014

**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

**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 of 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](mailto:research.belgium@omnicommediagroup.com)