



Audimetrie Maart 2015

Evolutie van de maandelijkse "marktaandelen"¹: Noorden

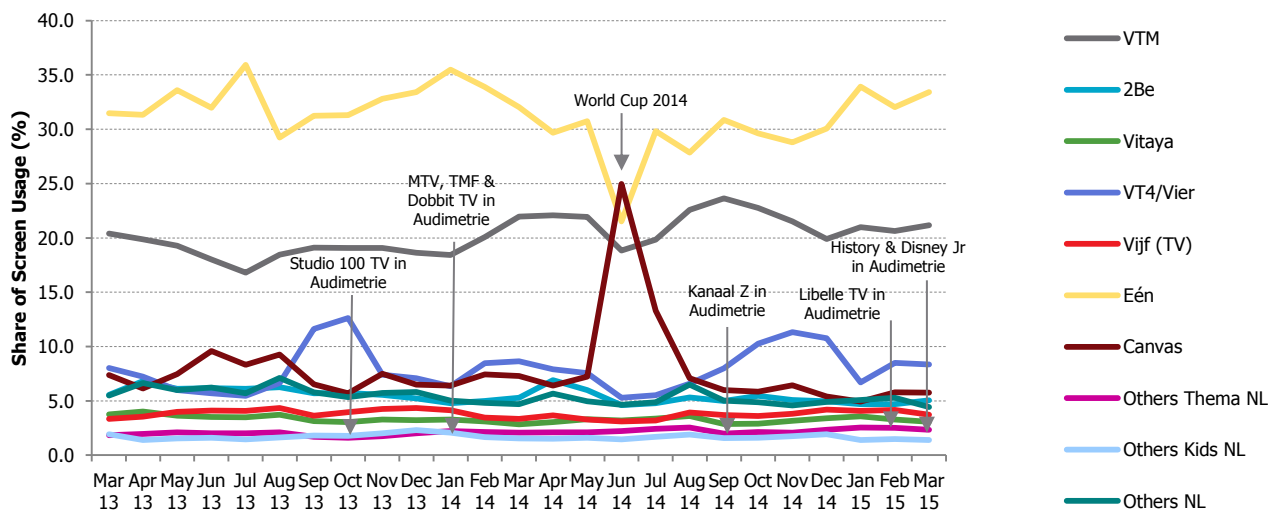
De doelgroep 15 jaar en ouder

In maart zien we een stijging van Eén: +1.4 punt ten opzichte van februari en ook +1.4 punt ten opzichte van vorig jaar. Eén profiteert, onder andere, van de resultaten van "Reizen Waes" (gemiddeld 1 454 000 "kijkers"), van voetbal, "Thuis" en "Eigen Kweek".

VTM lijkt er niet onder te lijden: de zender stijgt met 0.5 punt ten opzichte van februari, maar verliest 0.8 punt ten opzichte van vorig jaar. Het is de groep "Others NI" die het sterkste achteruitgaat ten opzichte van februari (-0.9 punt ofwel 0.3 punt minder dan vorig jaar), gevolgd door Vijf (-0.5 punt, maar 0.4 punt meer dan in maart 2014).

Wel moeten we u wijzen op het volgende: History en Disney Jr maken sinds deze maand geen deel meer uit van de groep "Others NI" en zijn vanaf nu beschikbaar in de gedetailleerde resultaten van de Audimetrie. In deze nieuwsbrief hebben we History geklasseerd in de groep "Others Thema NI" en Disney Jr in de groep "Others Kids NI". Beide zenders behalen een aandeel van 0.1% op de doelgroep 15 jaar en ouder.

Ten slotte zien we, als we de vergelijking met vorig jaar maken, dat buiten VTM ook Canvas het aandeel ziet dalen: - 1.6 punt.

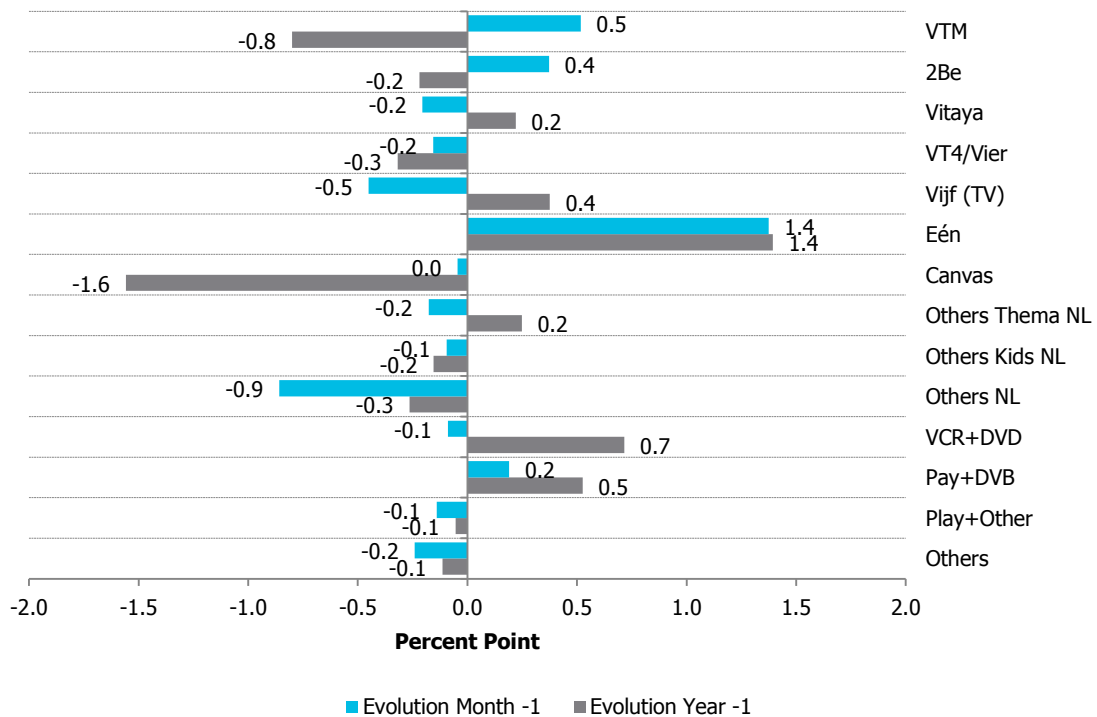
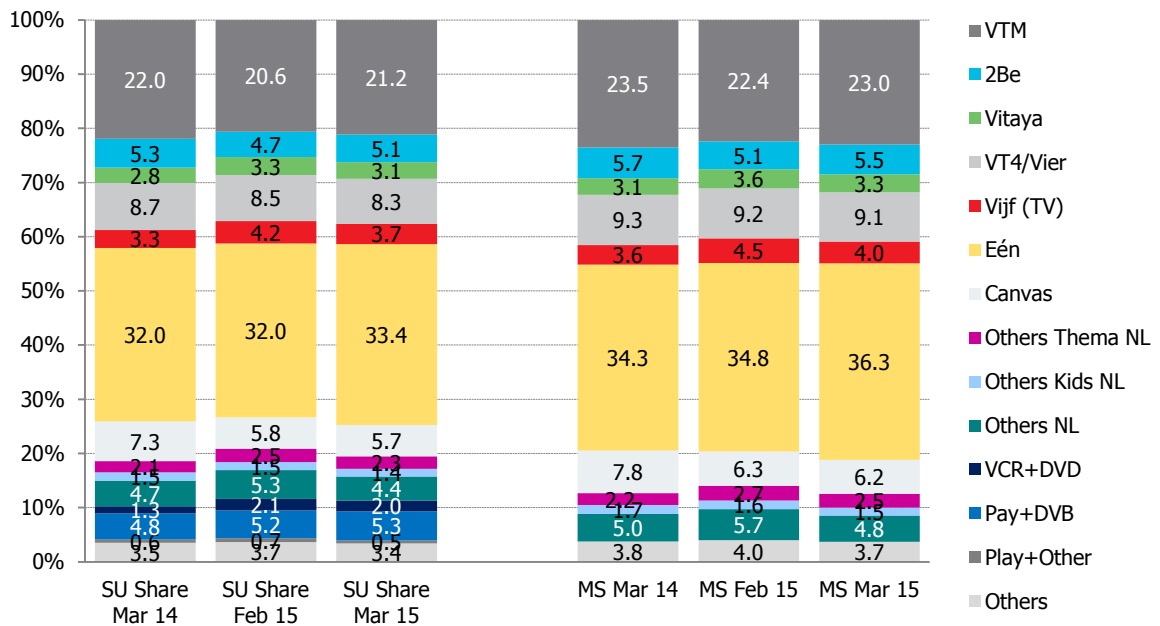


Others Thema NI = Njam!, Acht, National Geographic, Discovery Channel, FoxLife, Dobbie, MTV, TMF, Kanaal Z, Libelle TV & History
 Others Kids NI = Nickelodeon, Nick Jr, vtmKzoom, Disney Channel, KetNet op12, Cartoon Network, Studio 100 TV & Disney Jr

¹ Share of Screen Usage, maar we publiceren eveneens de marktaandelen (cfr definities op 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

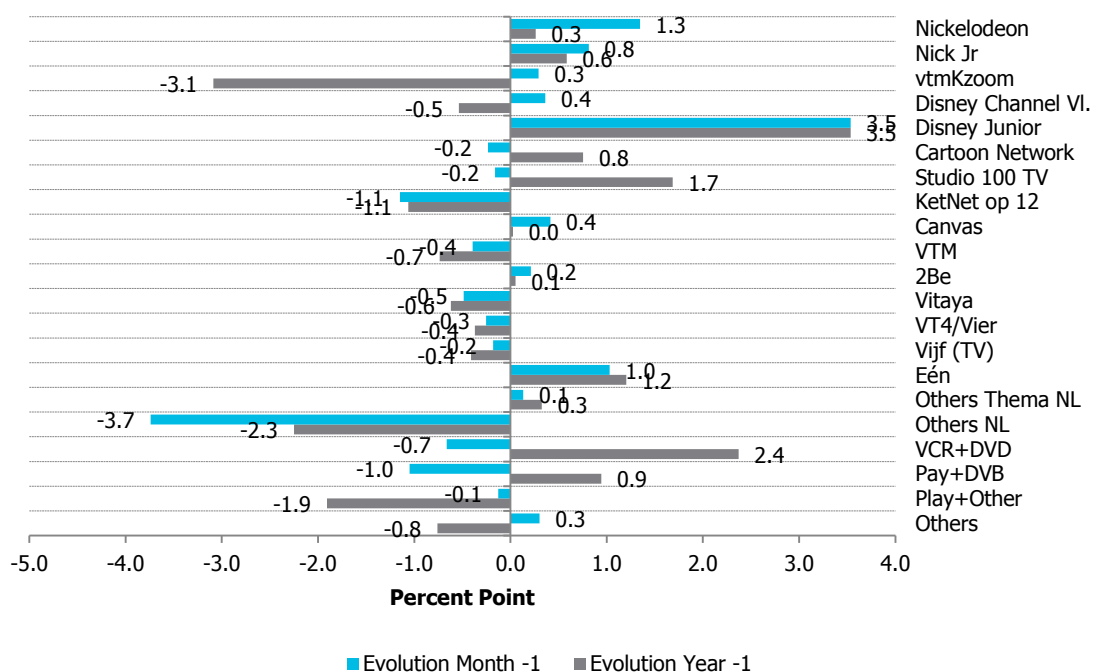
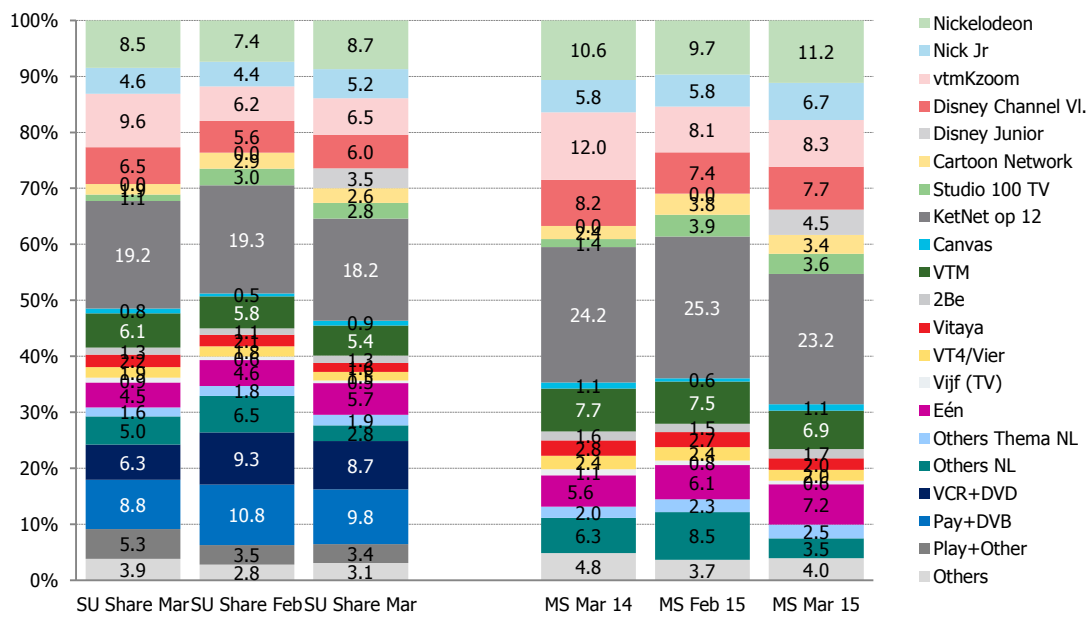
² Share of Screen Usage

Audimetrie Maart 2015

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

Bij de doelgroep 4-14 (uurschijf 6:00-19:00), behaalt Disney Jr een aandeel van 3.5 punten en zien we ook een daling met 3.7 punten van de groep "Others NI". Nickelodeon zet zijn groei verder: +1.3 punt ten opzichte van februari (0.3 punt meer dan vorig jaar). KetNet op 12, daarentegen, verliest 1.1 punt ten opzichte van februari en vorig jaar. Studio 100 TV stijgt nog steeds het sterkste ten opzichte van vorig jaar (+1.7 punt), terwijl dat vtmKzoom 3.1 punten achteruitgaat.

Ten slotte, zien we nog steeds een indrukwekkende groei van de groep VCR+DVD (+2.4 punten ten opzichte van vorig jaar) en, deze maand, Pay+DVB (+0.9 punt), terwijl dat Play+Other -1.9 punt verliest.

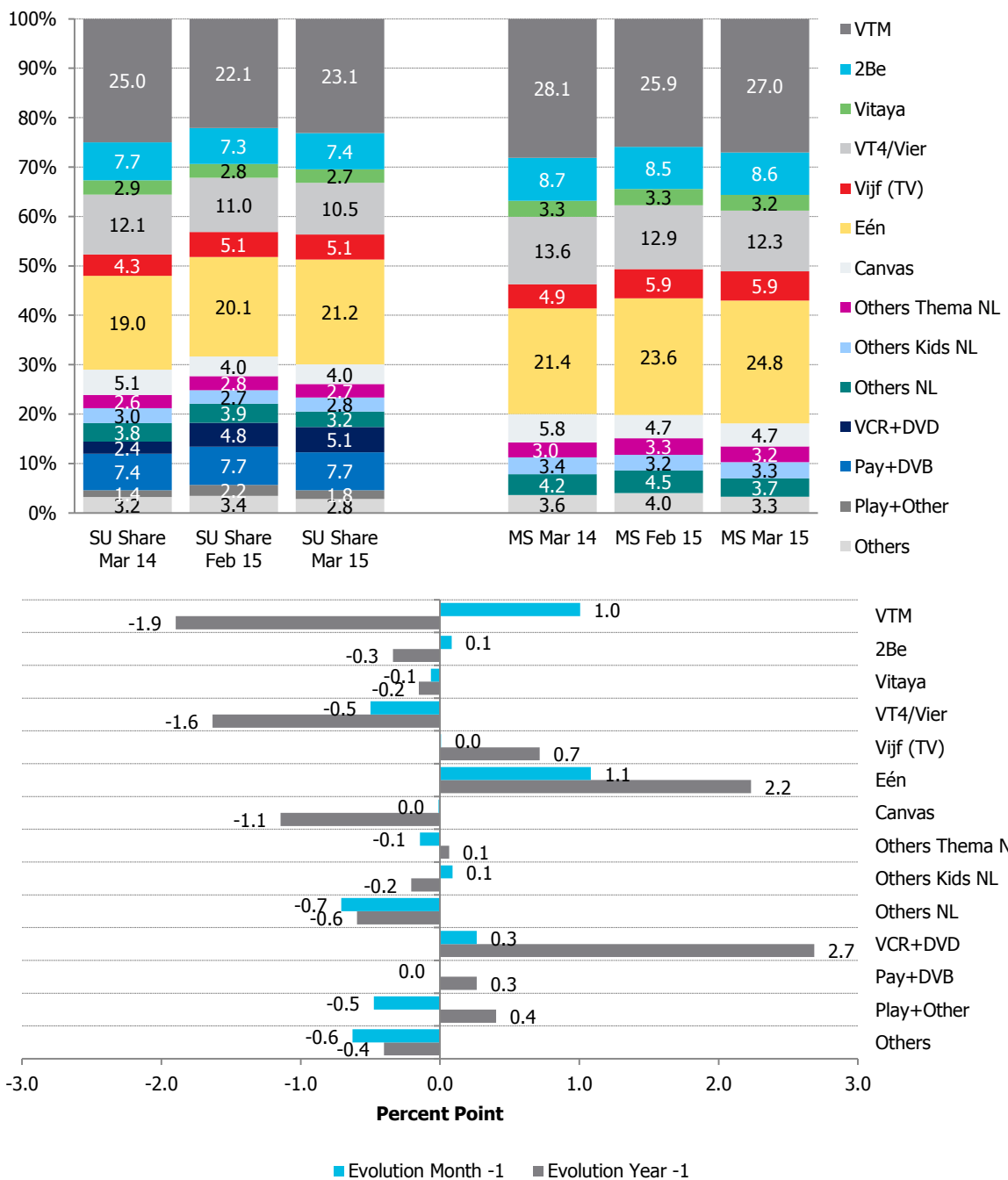


Source : Audimetrie, North, 06:00-19:00, 4-14, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Maart 2015

De doelgroep VVA 18-44

Ook bij de VVA 18-44 realiseert Eén een stijging: +1.1 punt ten opzichte van februari ofwel 2.2 punten meer dan vorig jaar. VTM slaagt er in om 1 punt te winnen ten opzichte van februari, maar dat volstaat niet om het niveau van vorig jaar te behalen (-1.9 punt). Ook Vier verliest 1.6 punt ten opzichte van vorig jaar en Canvas 1.1 punt. De code "VCR+DVD", ten slotte, zet zijn groei verder: +2.7 punten ten opzichte van vorig jaar.

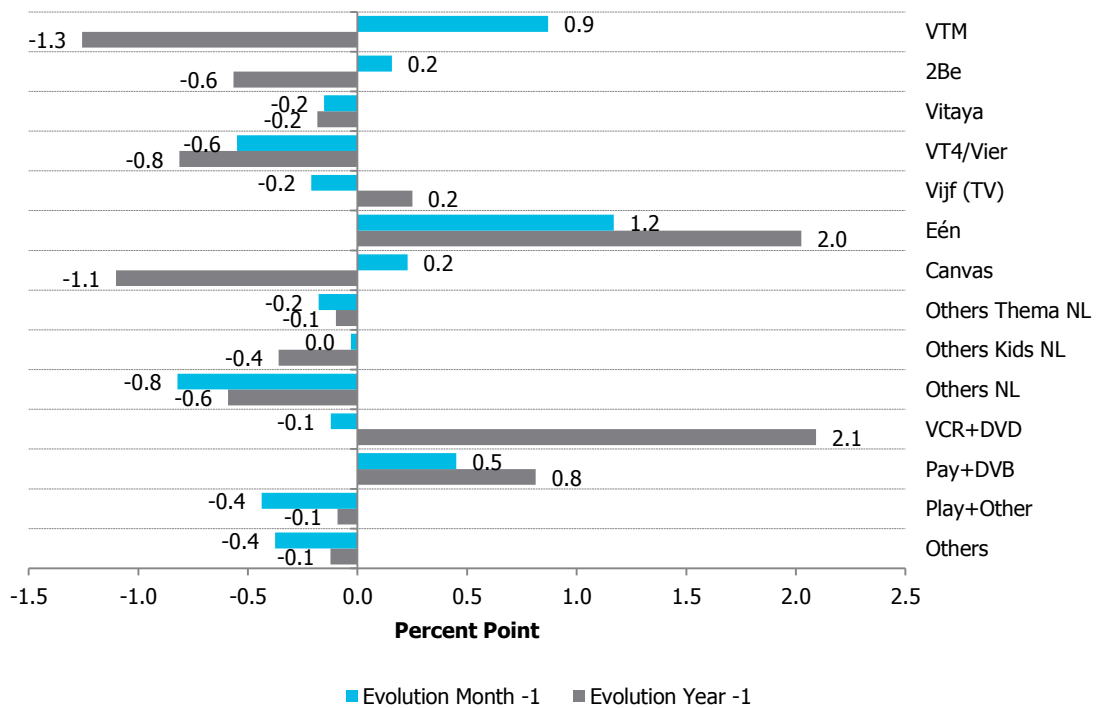
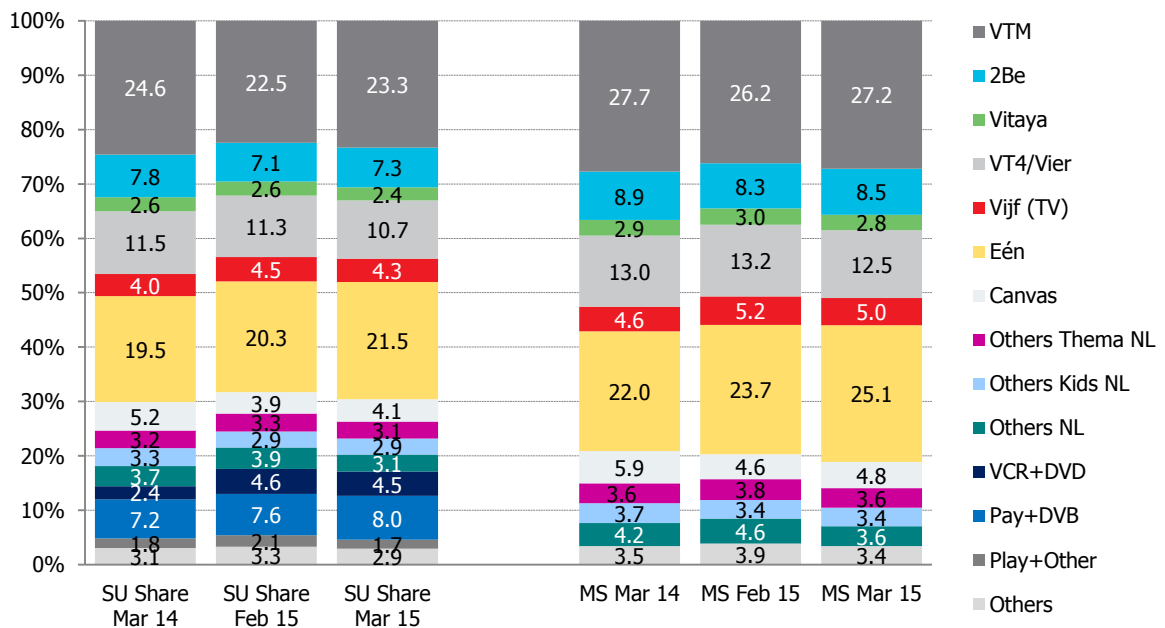


Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Maart 2015

De doelgroep 15-44

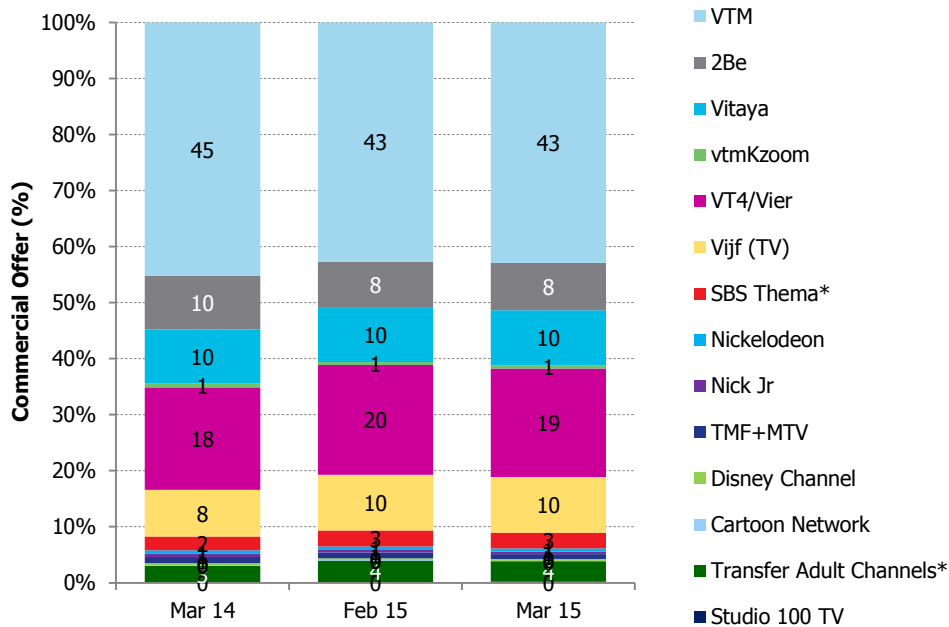
Bij de 15-44 groeit Eén met 1.2 punt ofwel 2.0 punten meer dan vorig jaar. Ook VTM groeit ten opzichte van februari (+0.9 punt), maar bevindt zich 1.3 punt onder het niveau van vorig jaar. Ook Canvas gaat ten opzichte van vorig jaar achteruit (-1.1 punt), net als Vier (-0.8 punt). Ten slotte, zien we nog steeds een sterke stijging van het aandeel van VCR+DVD (+2.1 punten).



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

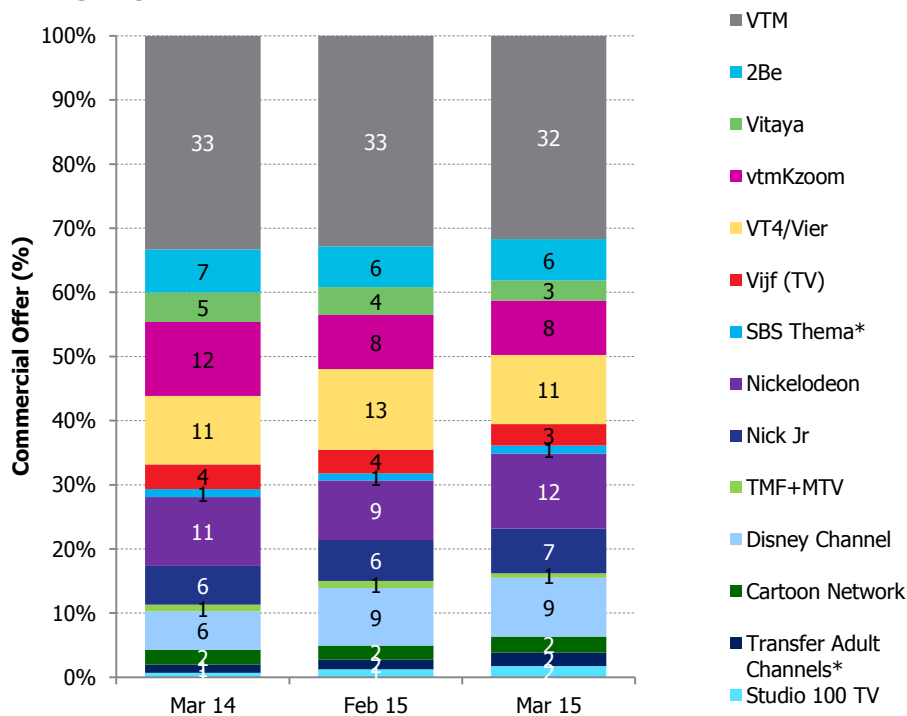
Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



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

De doelgroep 4-14

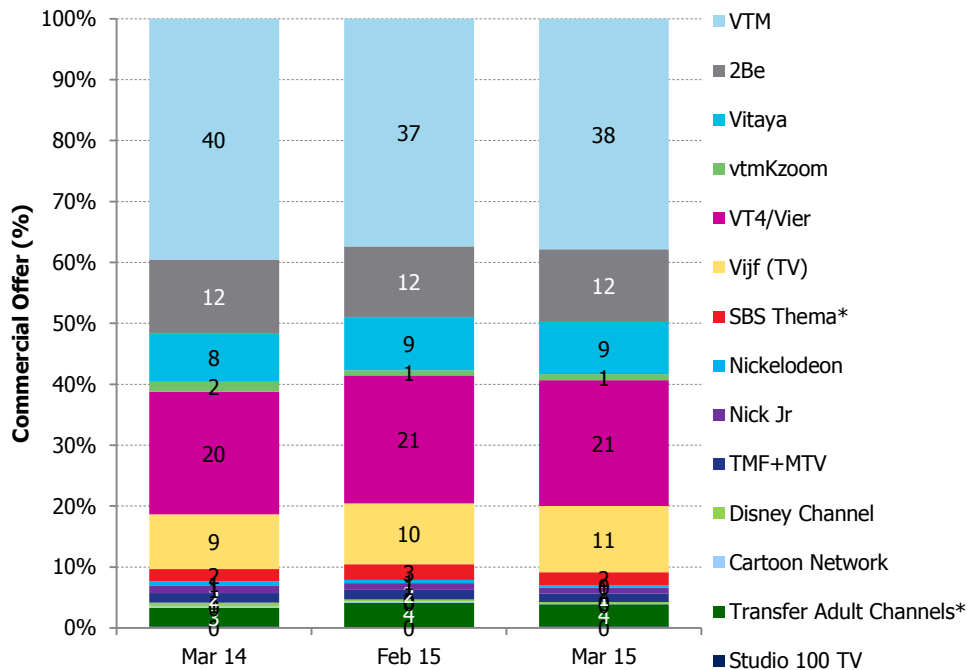


Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+6+Guests from 2013

(*) Transfer Adult Channels = Acht, Njam!, National Geographic, FoxLife, Dobbbit, Kanaal Z, History; SBS Thema = Discovery Channel + Libelle TV

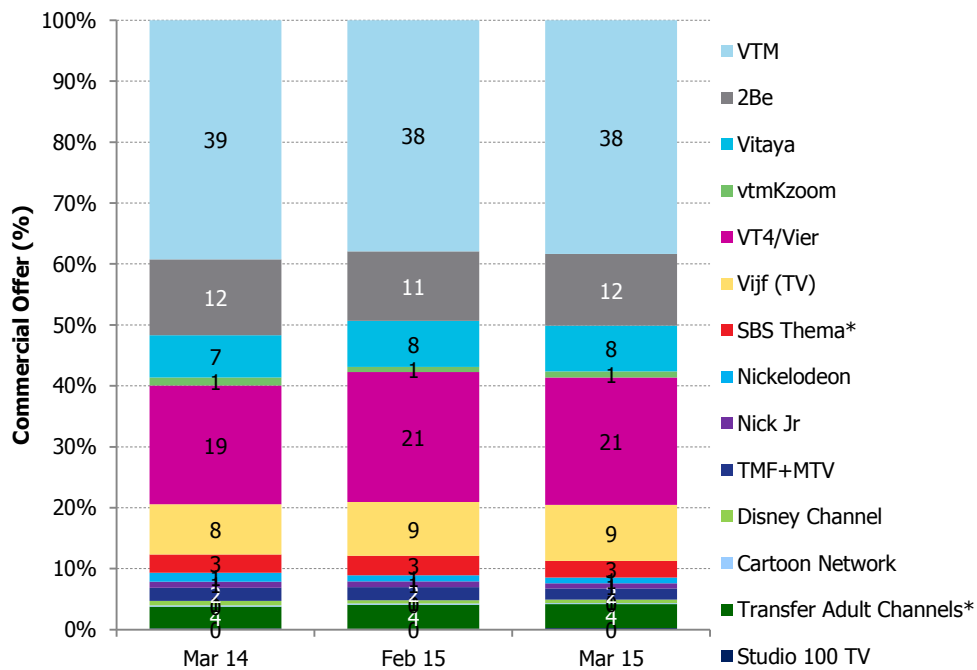
Audimetrie Maart 2015

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, Kanaal Z, History; SBS Thema = Discovery Channel + Libelle TV

Audimetrie Maart 2015

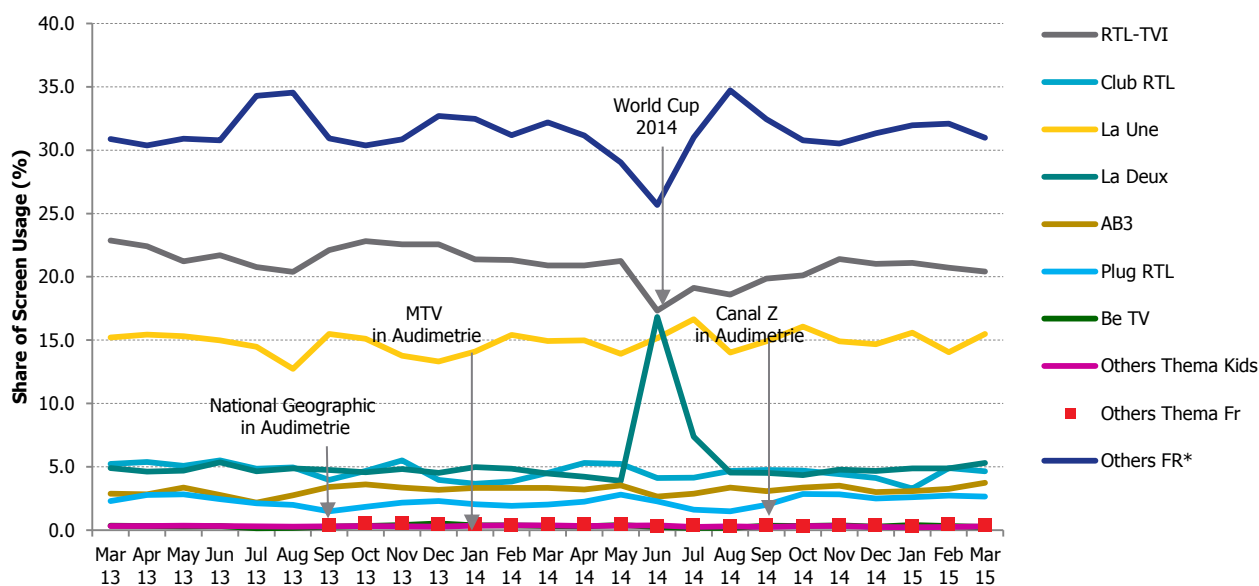
Evolutie van de maandelijkse "marktaandelen"³: Zuiden

De doelgroep 15 jaar en ouder

In het Zuiden is het La Une die ten opzichte van februari het sterkste groeit: +1.4 punt ofwel 0.6 punt meer dan vorig jaar. La Une profiteert, onder andere, van de EK kwalificatiewedstrijden van België tegen Cyprus en Israël. Met een winst van 0.8 punt is het echter La Deux die het sterkste stijgt ten opzichte van vorig jaar. La Deux profiteert, van zijn kant, van de finale van het Belgisch kampioenschap.

Het is de groep "Others Fr" die in vergelijking met februari en vorig jaar het sterkste daalt: -1.1 punt en -1.2 punt. RTL-TVI, daarentegen, behoudt een aandeel dat eerder dicht bij dat van februari ligt (-0.3 punt ofwel 0.5 punt minder dan vorig jaar).

We zien, ten slotte, nog steeds een sterke stijging van "VCR+DVD": 1.4 punt meer dan vorig jaar. "Others", "Play+Other" en "Pay+DVB", daarentegen, verliezen 0.8, 0.7 en 0.4 punt in vergelijking met maart 2014.



(*) cfr definities op pagina 15

Others Thema Fr = National Geographic + Star TV + Canal Z + MTV

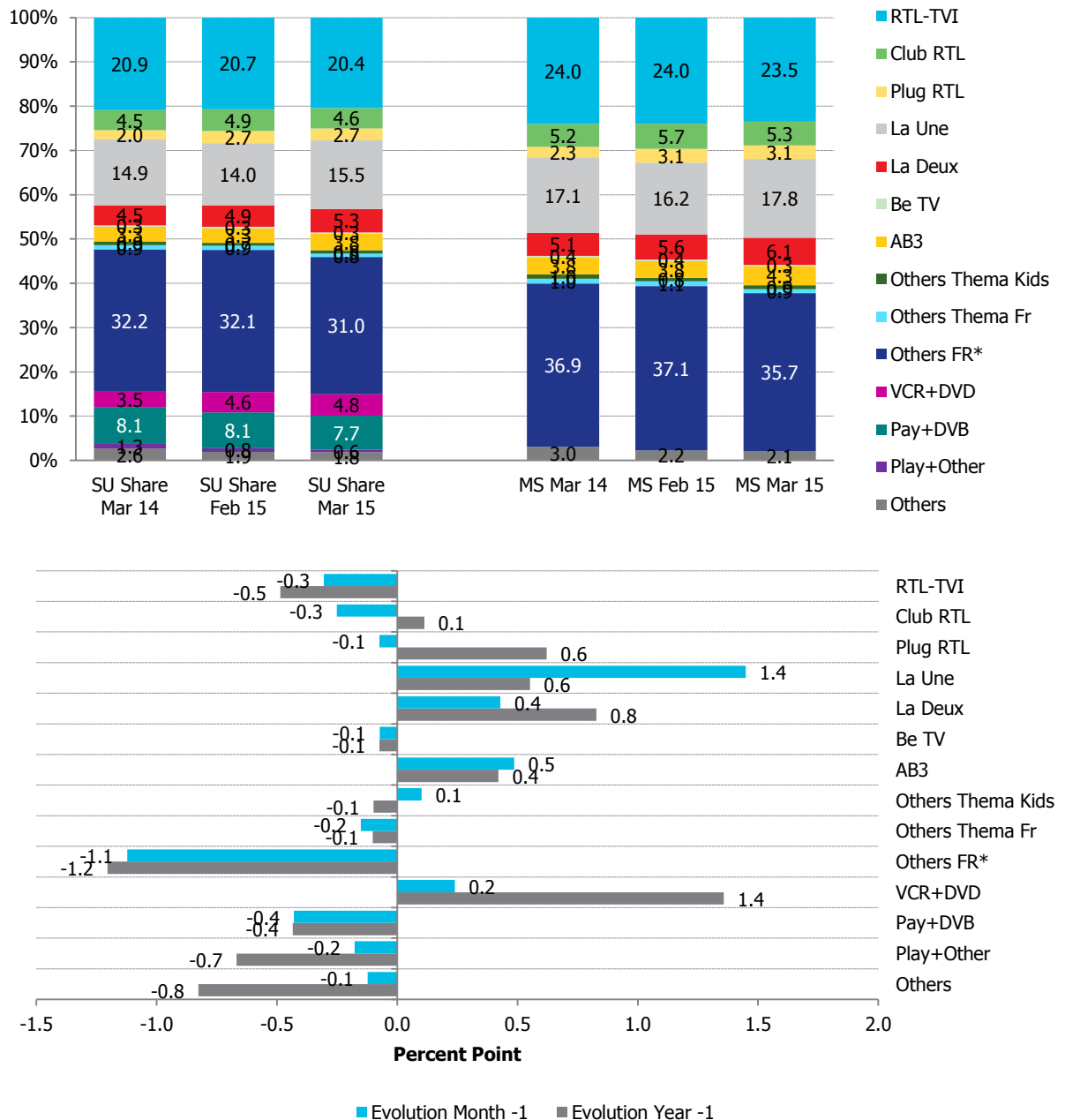
Others Thema Kids = Nickelodeon, Disney Channel & Cartoon Network

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 op 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 definities op pagina 15

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

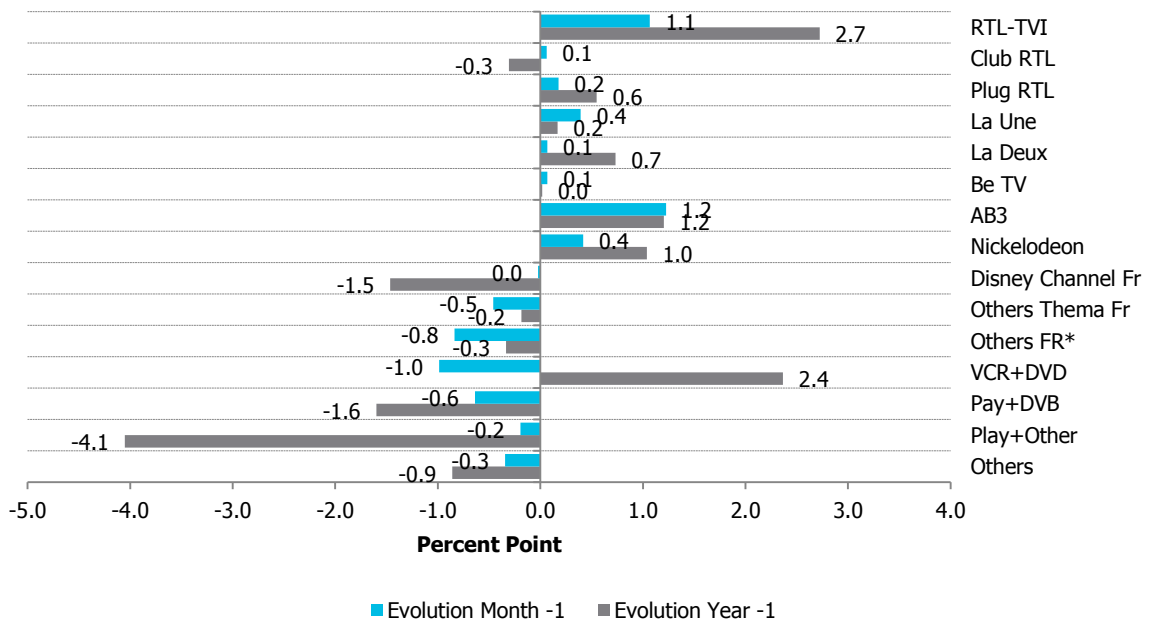
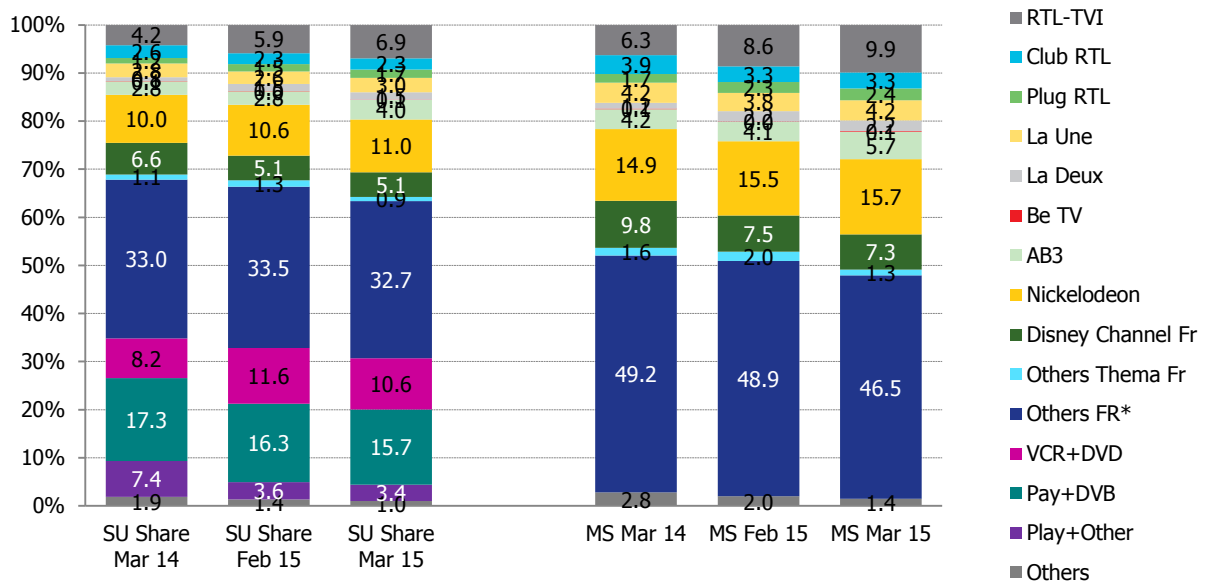
⁴ Share of Screen Usage

Audimetrie Maart 2015

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

Bij de 4-14 jarigen wint Nickelodeon 0.4 punt ten opzichte van vorige maand en situeert zich 1.0 punt boven het niveau van vorig jaar. Disney Channel, van zijn kant, behoudt het niveau van februari, maar gaat 1.5 punt achteruit ten opzichte van vorig jaar.

Net als bij de andere doelgroepen behoudt VCR+DVD een niveau dat hoger ligt dan in maart 2014 (+2.4 punten), wat toch 1 punt minder is dan vorige maand. Daarentegen verliest "Play+Other" in vergelijking met vorig jaar 4.1 punten, "Pay+DVB" 1.6 punt en "Others" 0.9 punt.



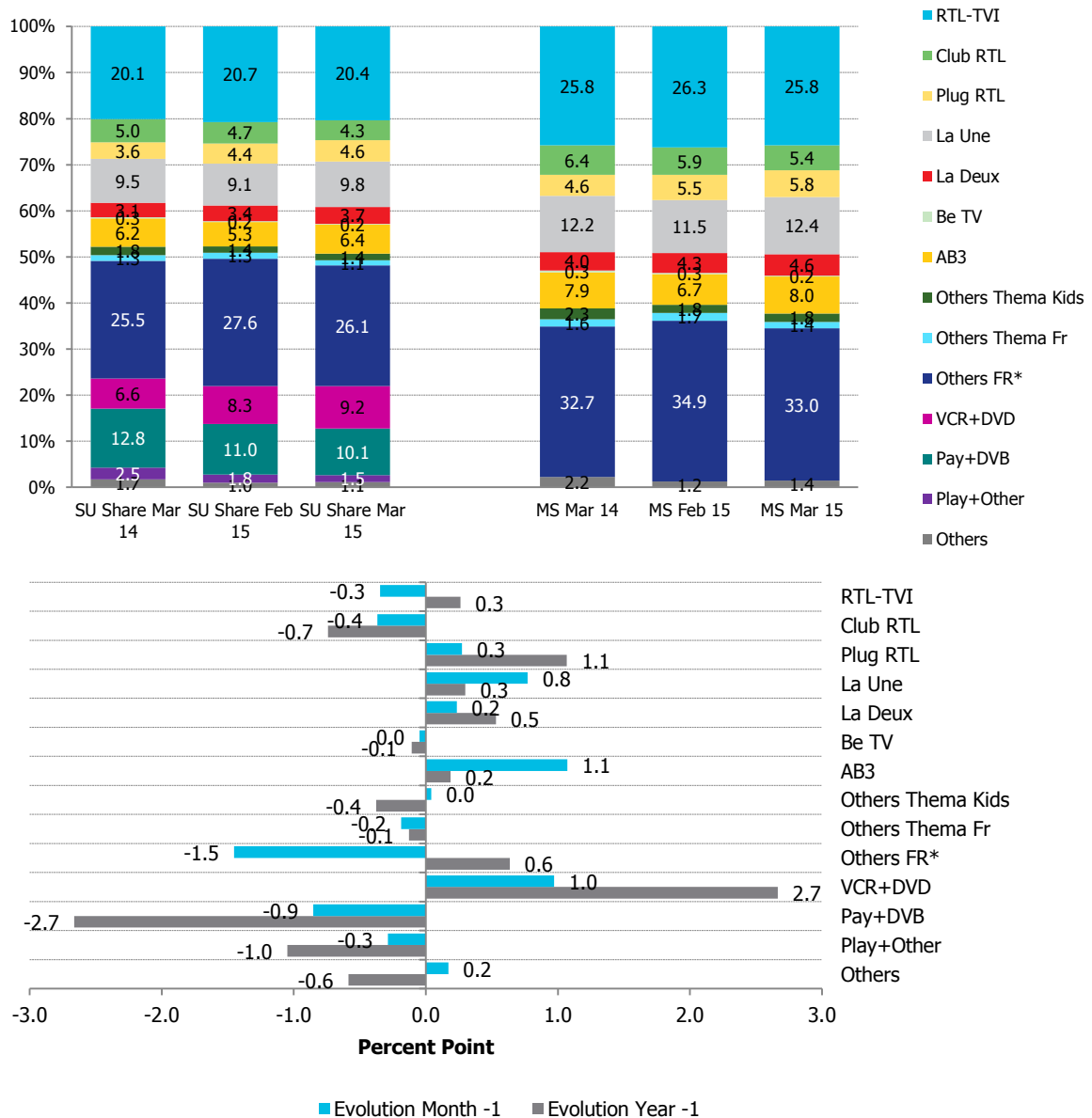
(*) cfr definities op pagina 15

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

Audimetrie Maart 2015

De doelgroep VVA 18-44

Bij de VVA 18-44 is het AB3 die ten opzichte van februari het sterkste stijgt: +1.1 punt ofwel 0.2 punt meer dan vorig jaar. AB3 profiteert, onder andere, van verschillende films waaronder "Pretty Woman" en het programma "Super nanny". Maken we de vergelijking met maart 2014, dan is het Plug RTL die het aandeel het sterkste ziet stijgen: +0.3 punt ten opzichte van februari ofwel 1.1 punt meer dan vorig jaar en dit dankzij films ("Lucky girl", ...), maar ook de programma's "Nouveau look pour une nouvelle vie" en "Touche pas à mon poste". Het is de groep "Others Fr" die ten opzichte van februari het sterkste daalt (-1.5 punt), maar wint 0.6 punt ten opzichte van vorig jaar. Club RTL, daarentegen, verliest 0.4 punt ten opzichte van vorige maand en 0.7 punt ten opzichte van vorig jaar. We zien, ten slotte, nog steeds een stijging van de groep "VCR+DVD" ten opzichte van vorig jaar (+2.7 punten), terwijl dat "Pay+DVB" 2.7 punten verliest, "Play+Other" 1 punt en "Others" 0.6 punt.



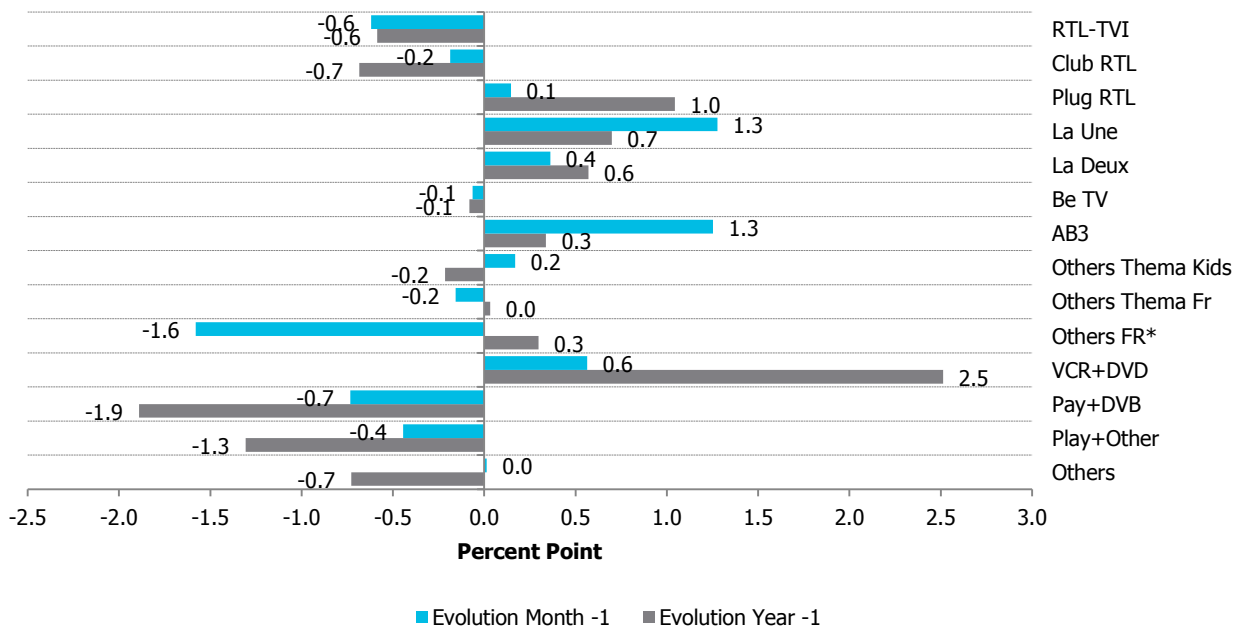
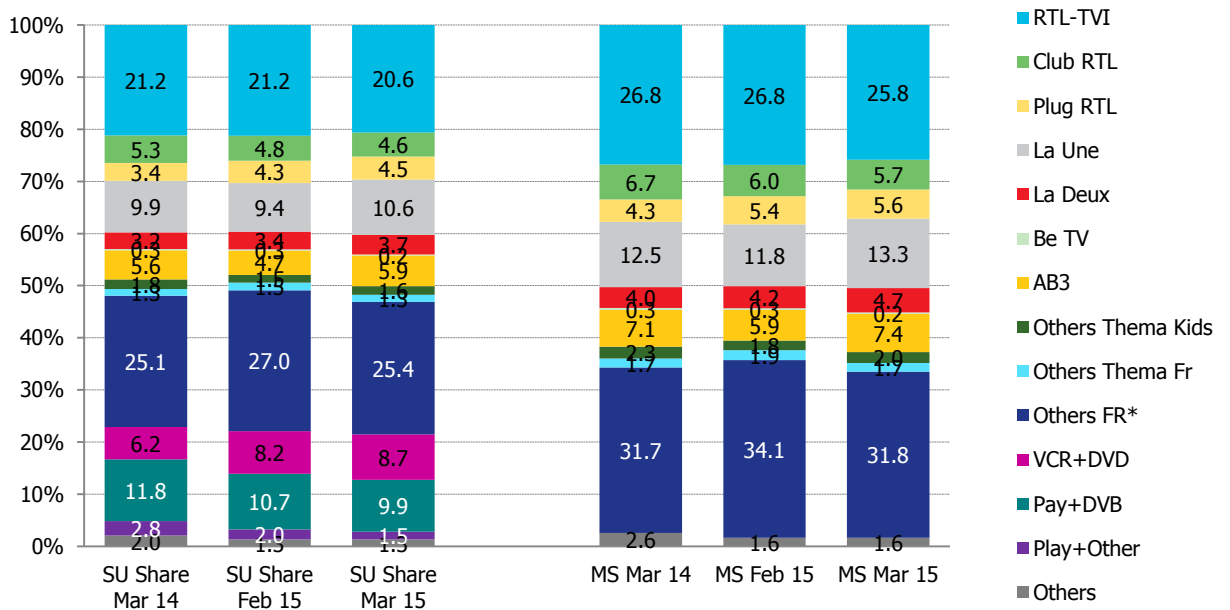
(*) cfr definities op pagina 15

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

Audimetrie Maart 2015

De doelgroep 15-44

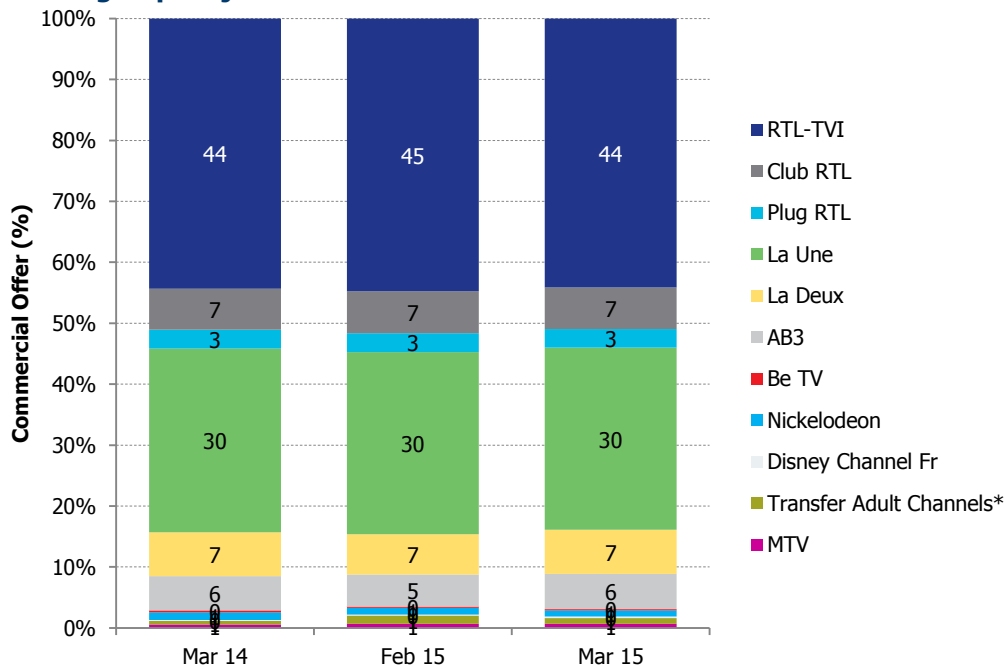
Bij de 15-44 jarigen winnen La Une en AB3 allebei 1.3 punt ten opzichte van februari. Voor La Une is dit 0.7 punt beter dan vorig jaar en voor AB3 0.3 punt. Maken we de vergelijking met vorig jaar dan zien we dat het echter Plug RTL is die het sterkste stijgt: +1.0 punt. De groep "Others Fr" verliest daarentegen 1.6 punt ten opzichte van februari, maar situeert zich 0.3 punt boven het niveau van maart 2014, terwijl dat Club RTL 0.7 punt verliest ten opzichte van vorig jaar. De groep "VCR+DVD" wint, ten slotte, 2.5 punten terwijl dat "Pay+DVB" daalt met 1.9 punt, "Play+Other" met 1.3 punt en "Others" met 0.7 punt.



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

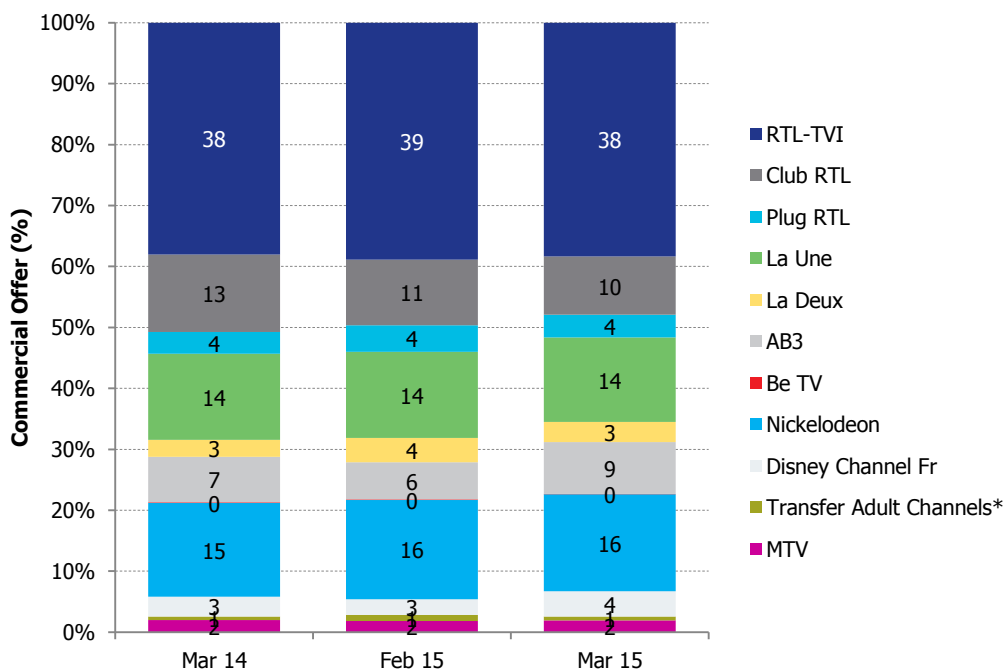
Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



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

De doelgroep 4-14

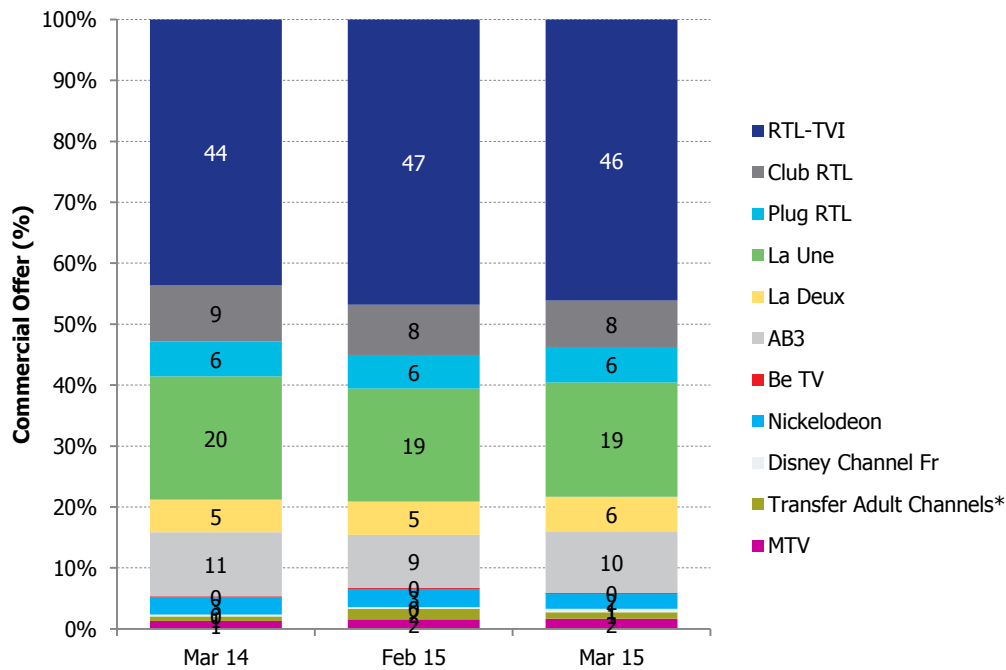


Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+6+Guests from 2013

(*) Transfer Adult Channels = National Geographic + Canal Z

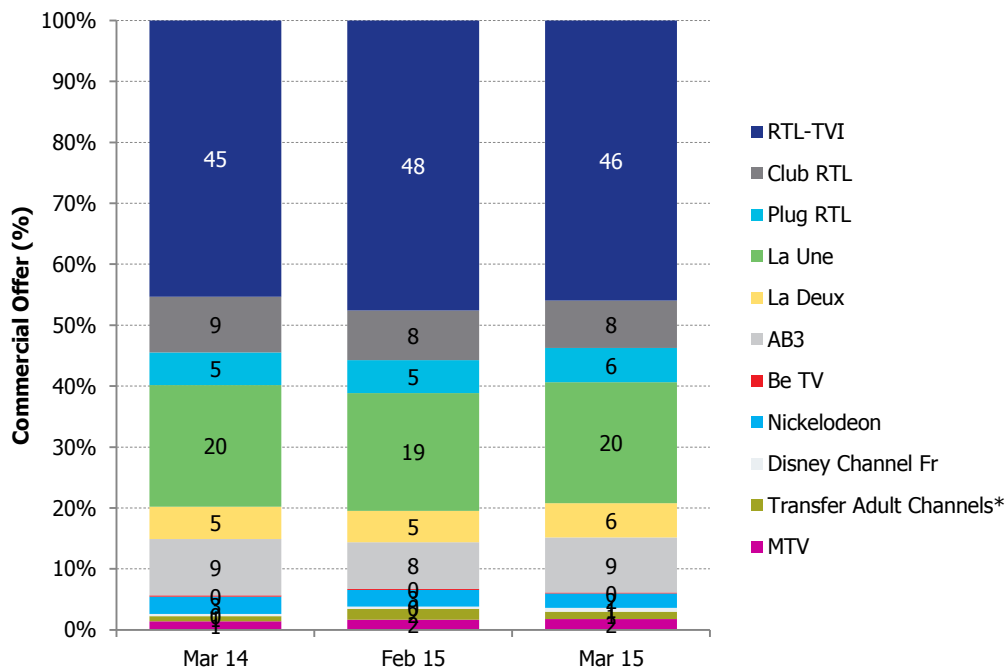
Audimetrie Maart 2015

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

(*) Transfer Adult Channels = National Geographic + Canal Z

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

Terhulpesteenweg 166
1170 Brussel
Tel: +32 (0) 2 678 25 52
Fax: +32 (0) 2 678 25 99

E-mail: research.belgium@omnicommediagroup.com