



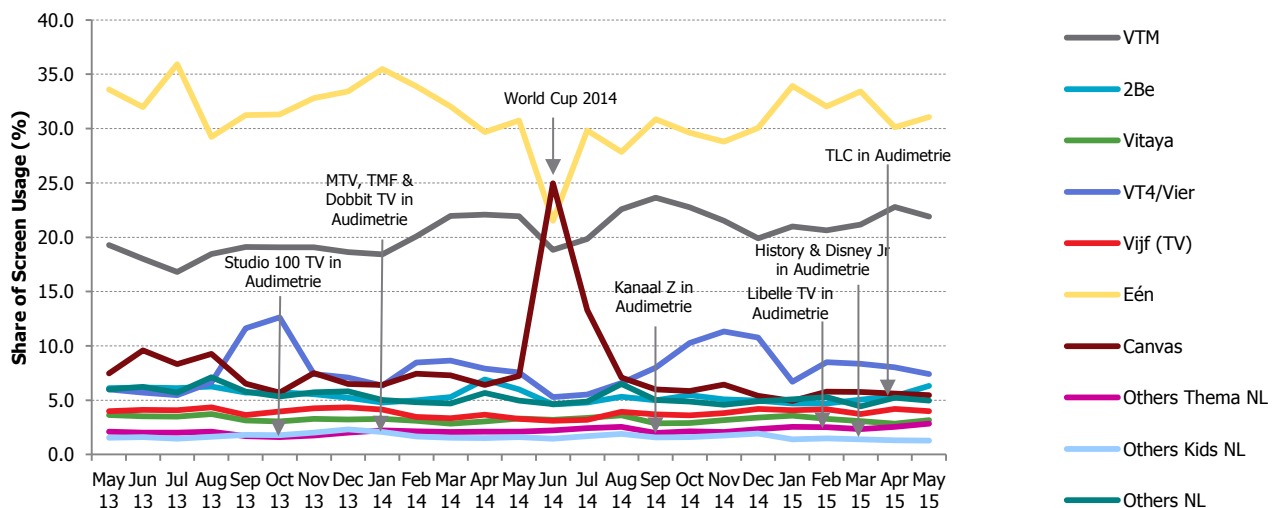
## Audimetrie Mei 2015

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

#### De doelgroep 15 jaar en ouder

De bewegingen van de zenders in het Noorden zijn eerder beperkt in mei. 2Be en Eén groeien het sterkste ten opzichte van april: +0.9 punt. Dit betekent een groei van 0.3 punt ten opzichte van vorig jaar voor beide zenders. Eén profiteert nog steeds van de resultaten van "Reizen Waes" en "Thuis", die allebei gemiddeld meer dan 1 miljoen "kijkers" bereikten (respectievelijk 1 184 249 "kijkers" en 1 178 396 "kijkers") en 2Be, onder andere, van de ½ finales van de Champions League. VTM en Vier daalden het sterkste ten opzichte van april (respectievelijk -0.9 en -0.6 punt) en situeren zich allebei op een vergelijkbaar niveau als vorig jaar: VTM (+0.0 punt) en Vier (-0.2 punt).

Ten opzichte van vorig jaar is het Vijf die het sterkste groeit (+0.7 punt). Ook de groep thematische zenders groeit met 0.7 punt, door het toevoegen van nieuwe zenders. Canvas, van zijn kant, daalt met 1.8 punt.

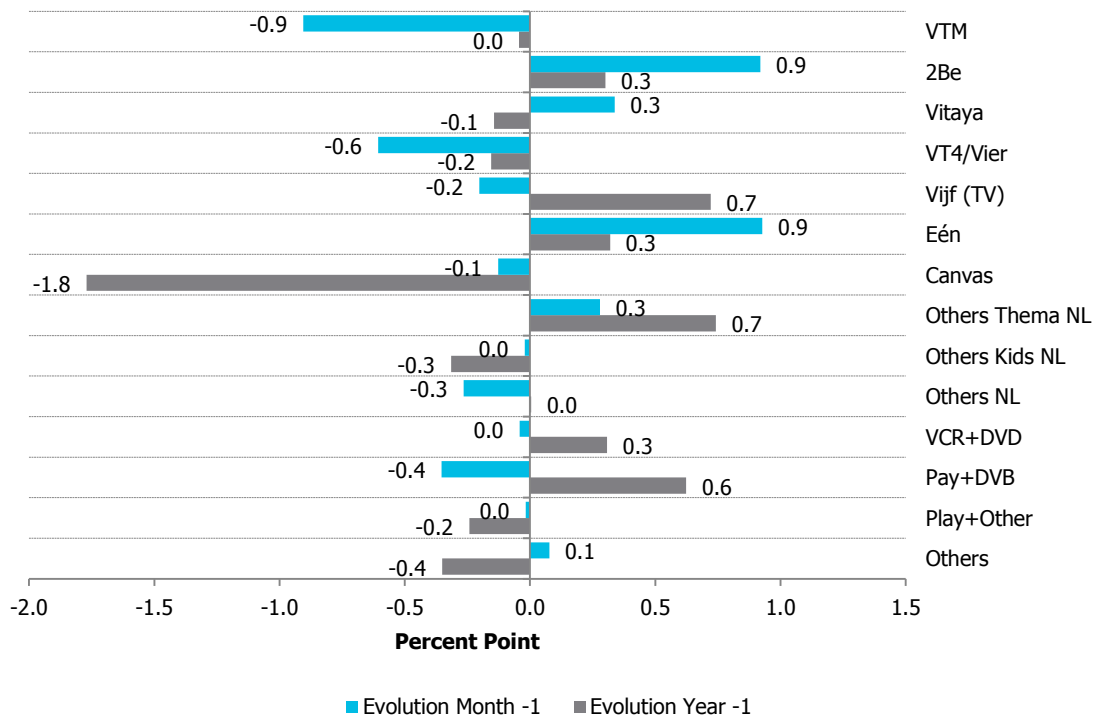
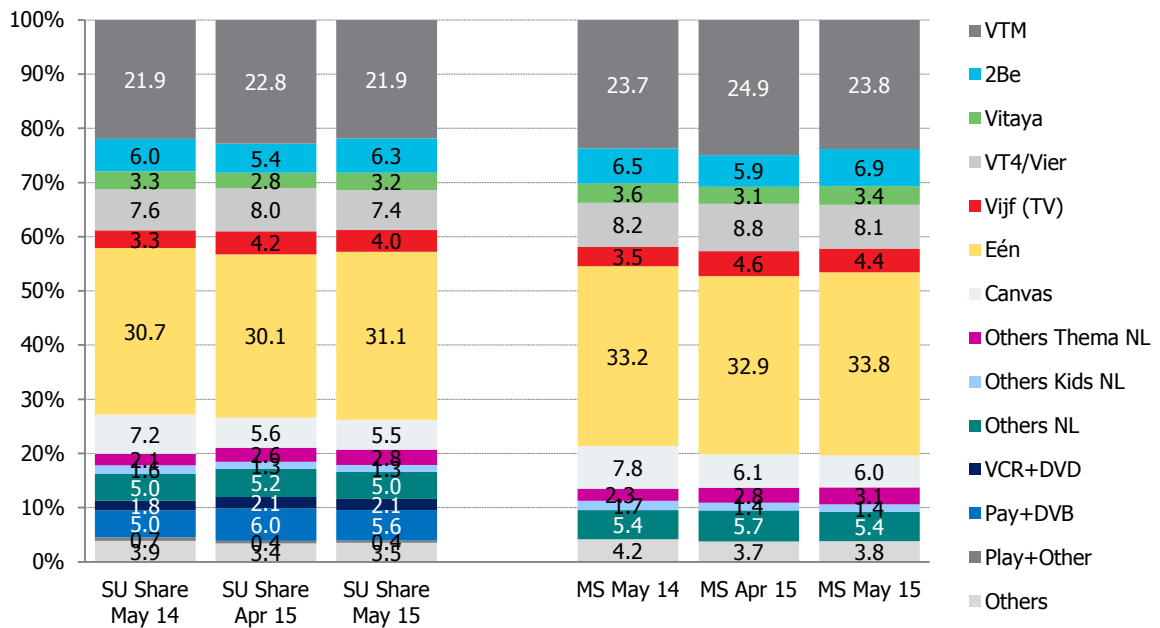


Others Thema NI = Njam!, Acht, National Geographic, Discovery Channel, FoxLife, Dobbbit, MTV, TMF, Kanaal Z, Libelle TV, History & TLC  
 Others Kids NI = Nickelodeon, Nick Jr, vtmKzoom, Disney Channel, KetNet op12, Cartoon Network, Studio 100 TV & Disney Jr

<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

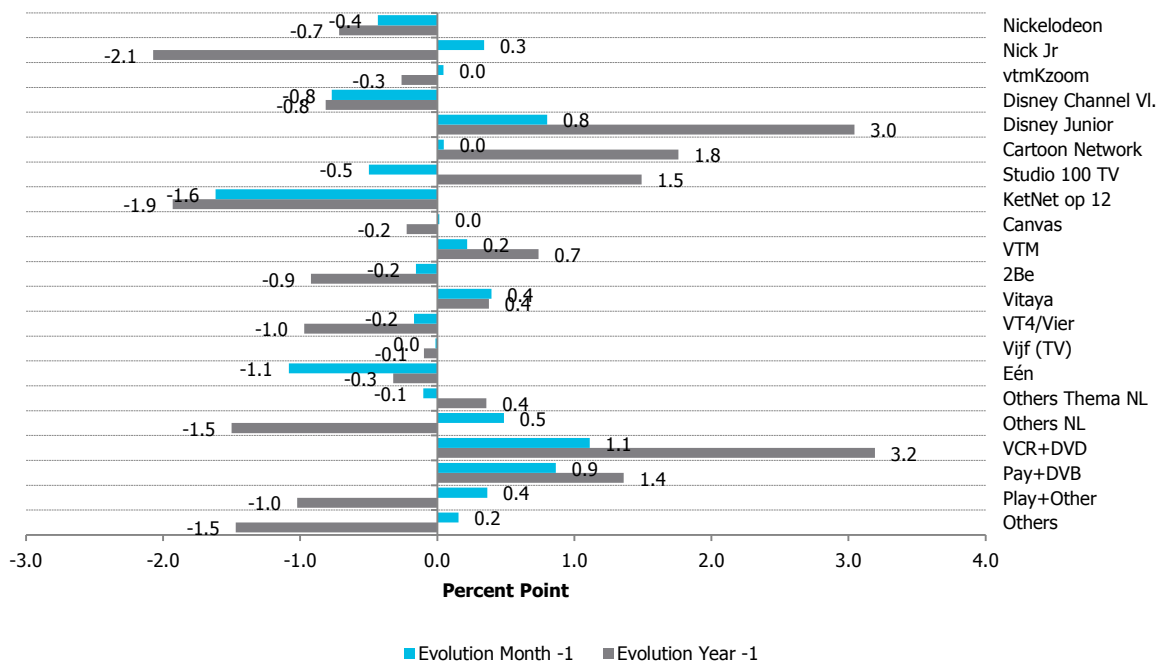
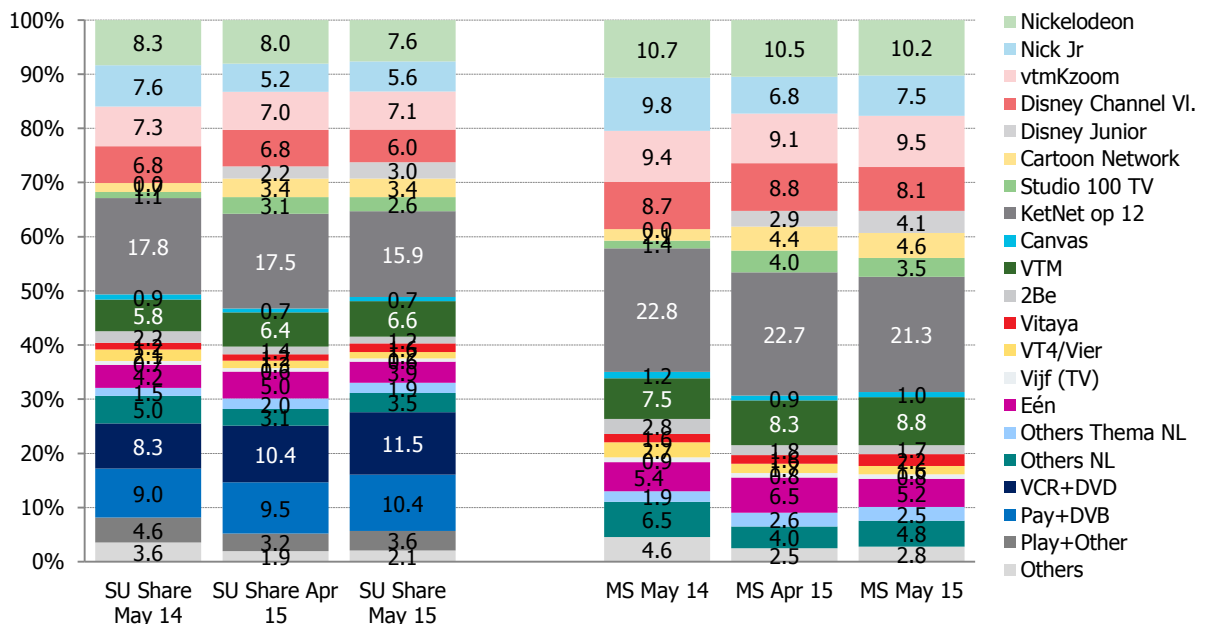
<sup>2</sup> Share of Screen Usage

Audimetrie Mai 2015

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

Kijken we naar de doelgroep 4-14 op de uurschijf 6:00-19:00, dan zien we dat Disney Jr met 0.8 punt groeit ten opzichte van april en een aandeel van 3% behaalt. KetNet op 12, daarentegen, verliest 1.6 punt en situeert zich 1.9 punt onder het niveau van vorig jaar. Ten opzichte van vorig jaar zien we ook een stijging van Cartoon Network (+1.8 punt) en Studio 100 TV (+1.5 punt), terwijl dat Nick Jr 2.1 punten verliest.

We zien, ten slotte, nog steeds een indrukwekkende groei van de groep VCR+DVD: nog eens +1.1 punt ten opzichte van april ofwel 3.2 punten meer dan vorig jaar. Ook Pay+DVB wint 1.4 punt ten opzichte van vorig jaar, terwijl dat Play+Other 1.0 punt en Others 1.5 punt verliest.

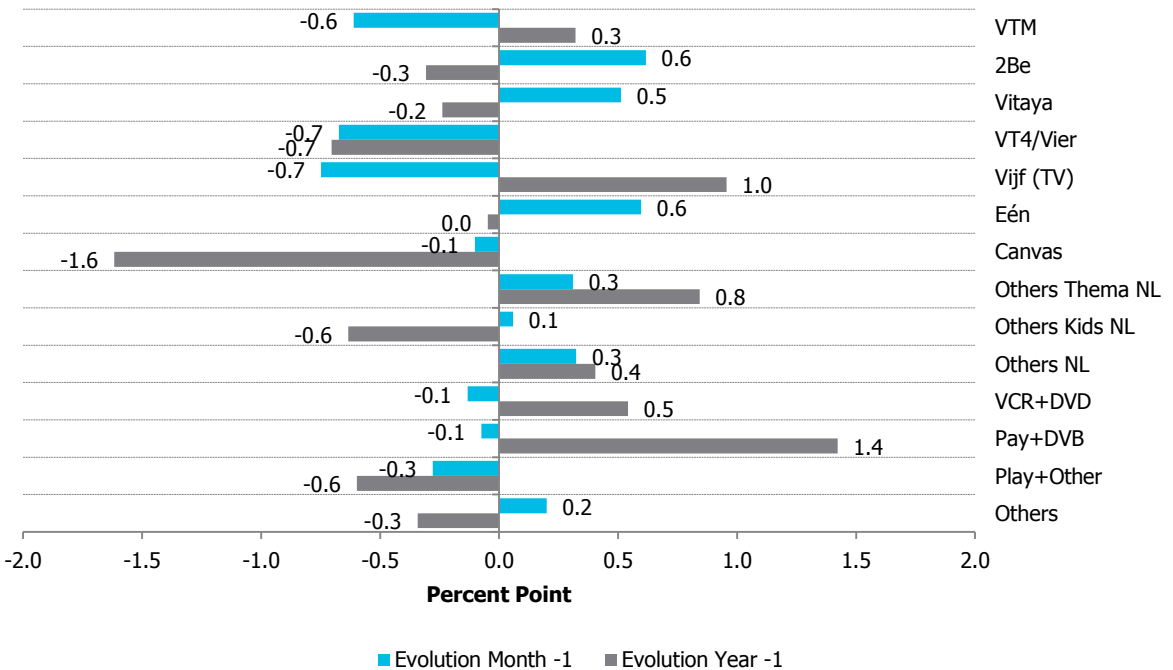
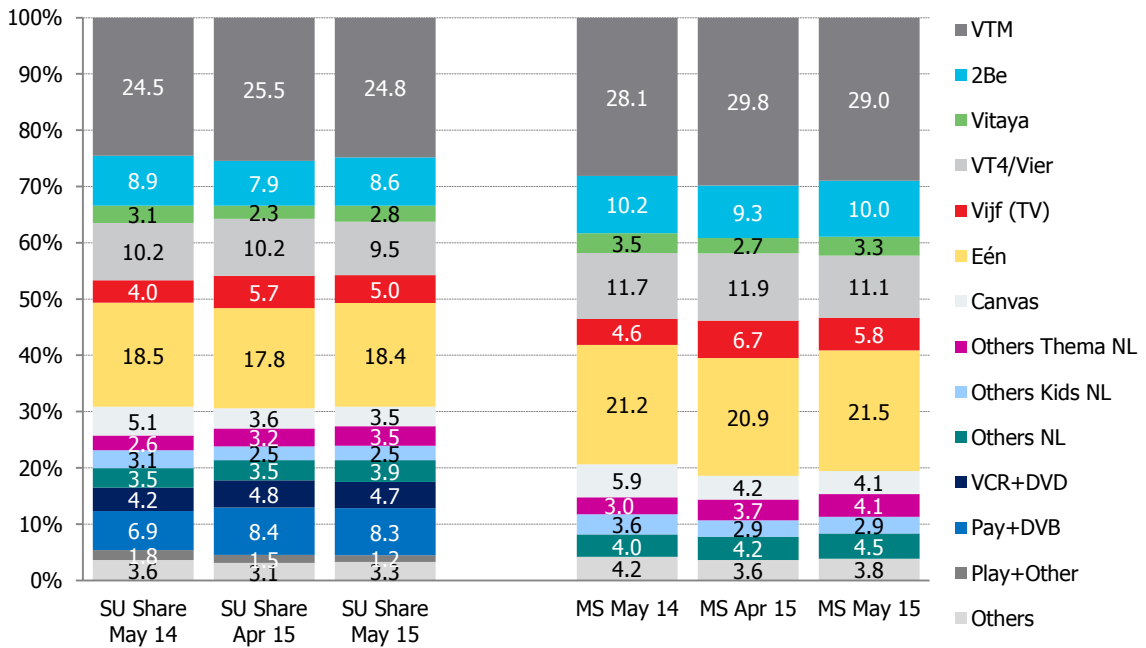


Source : Audimetrie, North, 06:00-19:00, 4-14, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Mai 2015

**De doelgroep VVA 18-44**

Bij de VVA 18-44 stijgen 2Be en Eén 0.6 punt ten opzichte van april. Eén komt op het zelfde niveau als vorig jaar en 2Be daalt met 0.3 punt. Vijf wint 1 punt op deze doelgroep ten opzichte van vorig jaar en de thematische zenders 0.8 punt. Canvas, daarentegen, daalt met 1.6 punt ten opzichte van vorig jaar. De code "VCR+DVD", ten slotte, zet zijn groei verder (+0.5 punt ten opzichte van vorig jaar), net als Pay+DVB (+1.4 punt).

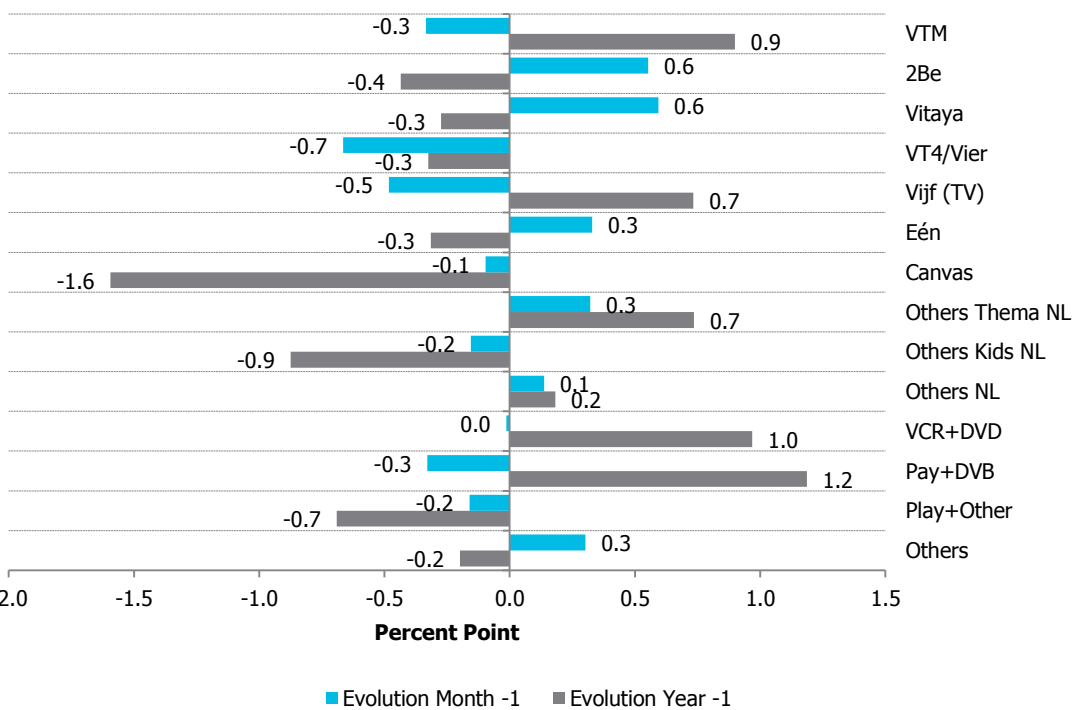
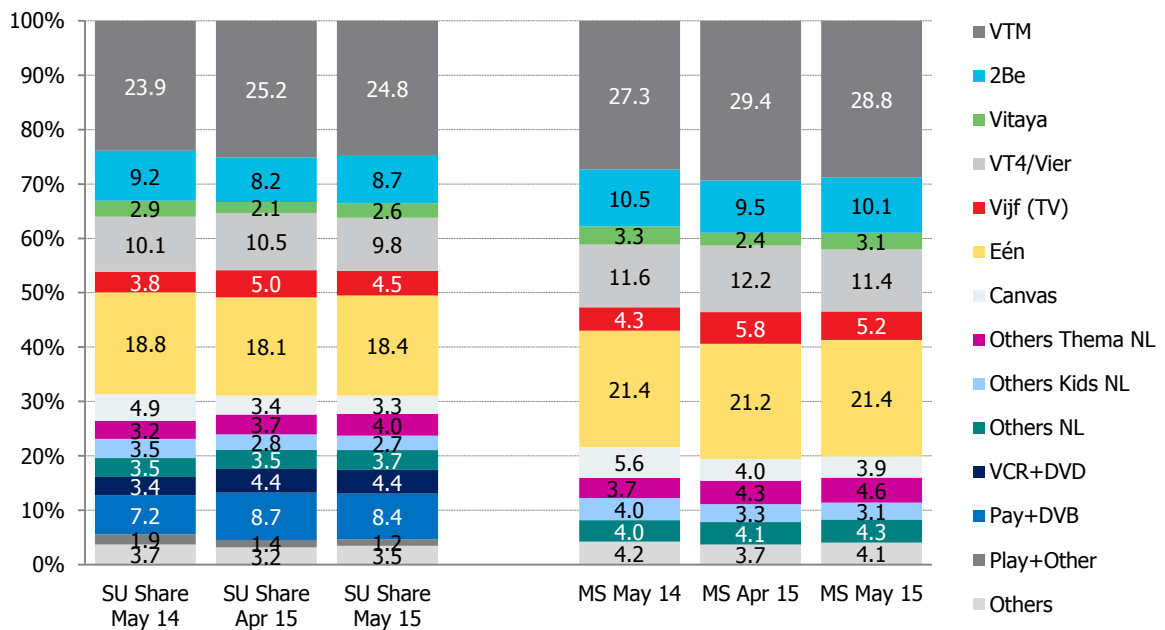


Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Mai 2015

**De doelgroep 15-44**

Bij de 15-44 jarigen zijn het 2Be en Vitaya die ten opzichte van april het sterkste groeien met een winst van 0.6 punt, terwijl dat Vier het sterkste daalt met -0.7 punt. Het is VTM die ten opzichte van vorig jaar het sterkste groeit (+0.9 punt), terwijl dat Canvas 1.6 punt verliest. We zien, ten slotte, nog steeds een sterke stijging van het aandeel van VCR+DVD (+1 punt) en Pay+DVB (+1.2 punt).

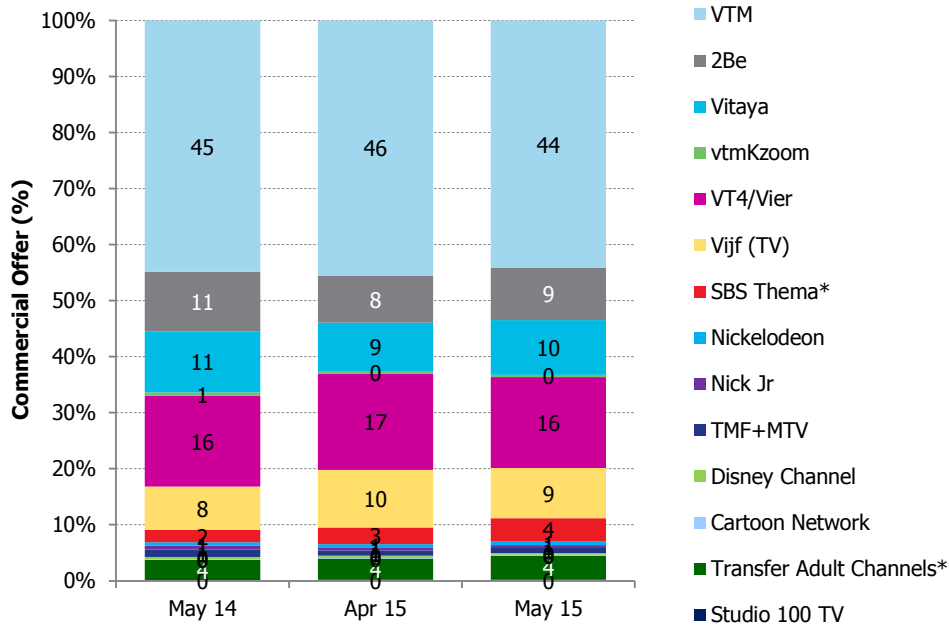


Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, 15-44, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Mai 2015

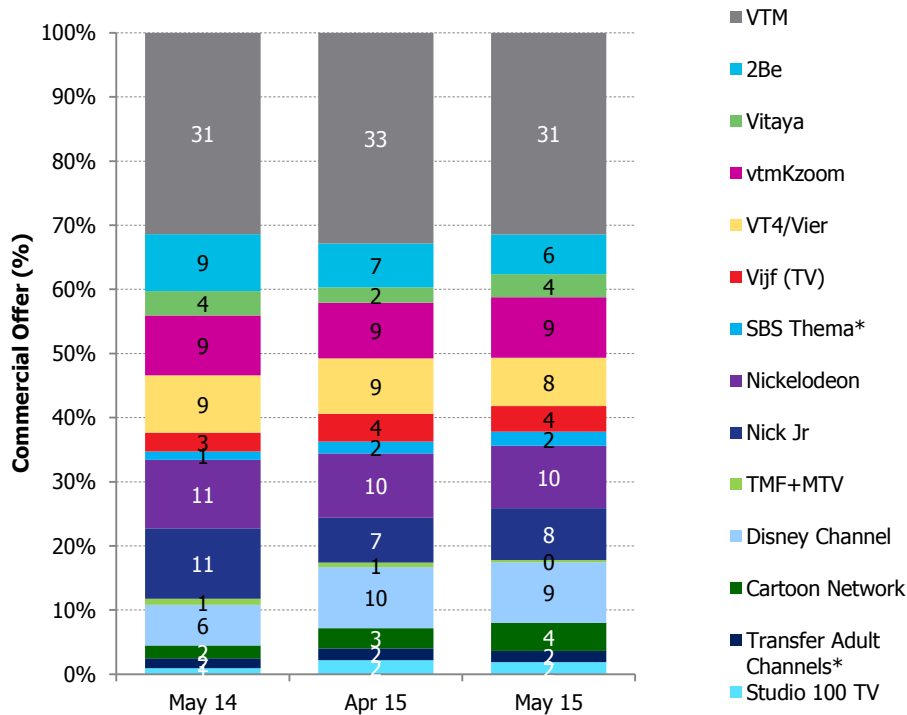
## Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

### De doelgroep 15 jaar en ouder



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

### De doelgroep 4-14

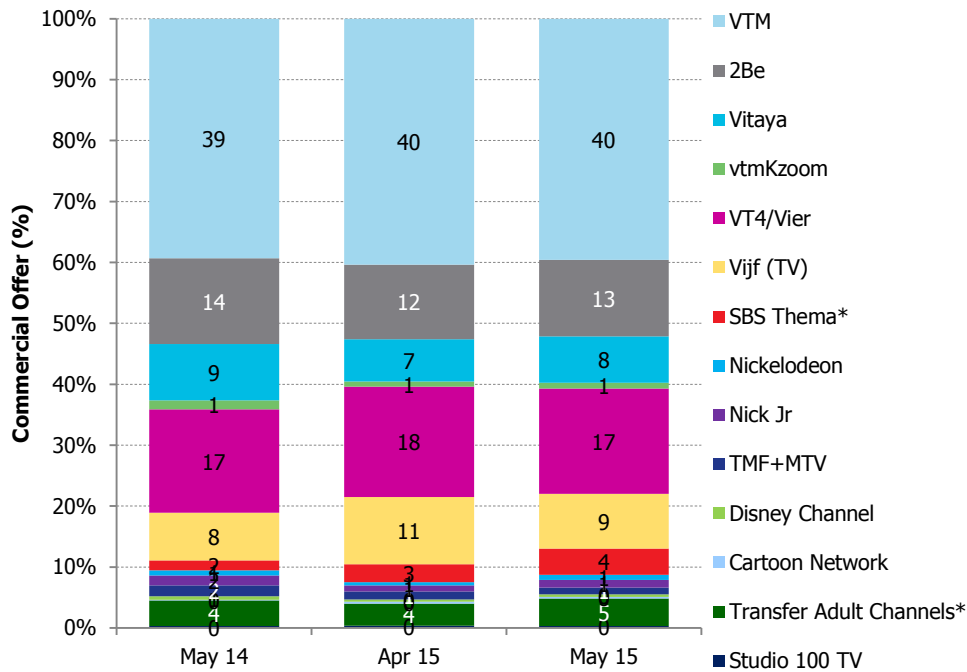


Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+6+Guests from 2013

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

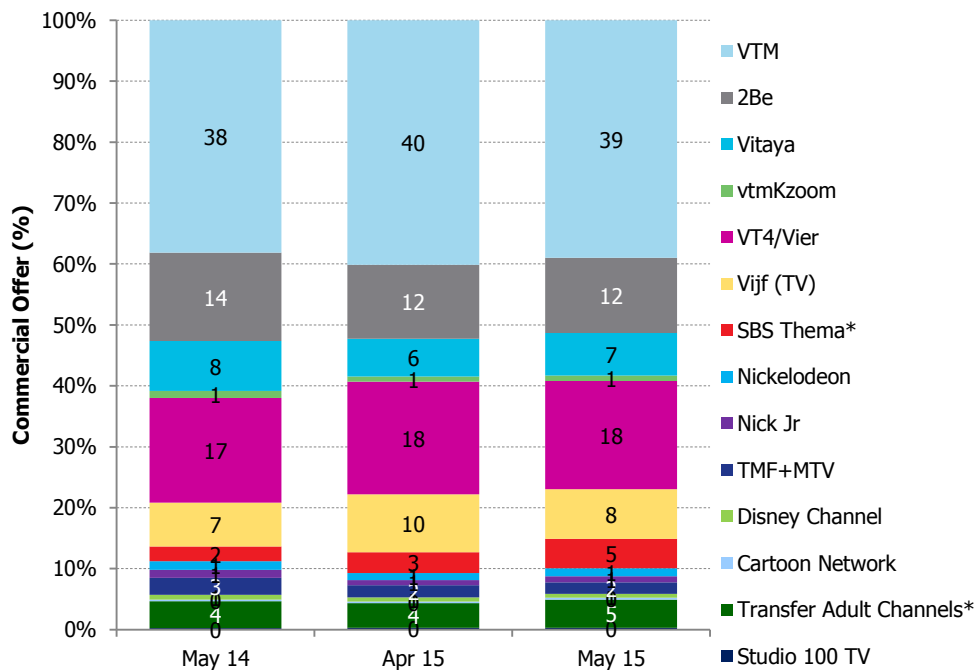
Audimetrie Mai 2015

**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 & TLC

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

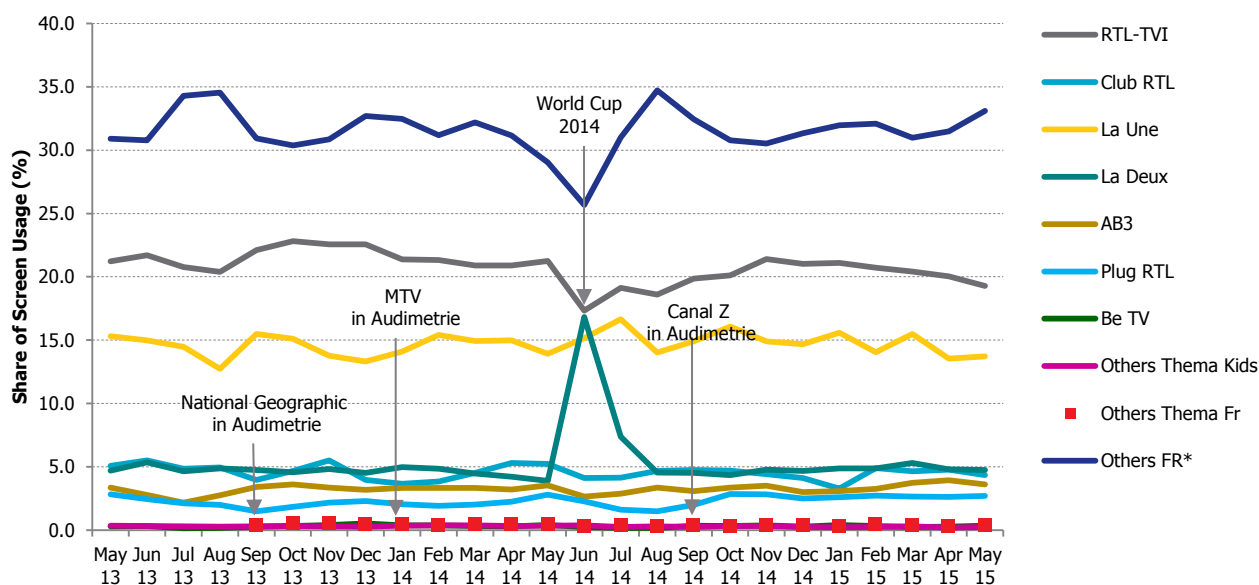
### De doelgroep 15 jaar en ouder

Ten opzichte van april groeit geen enkele zender in het Zuiden op een uitgesproken manier; het is La Une die het sterkste groeit met +0.2 punt. Ten opzichte van vorig jaar is het La Deux die het sterkste groeit: +0.9 punt.

RTL-TV1 verliest echter 0.8 punt ten opzichte van april ofwel 2 punten minder dan vorig jaar. Ook Club RTL gaat een beetje achteruit ten opzichte van mei 2014: -0.9 punt.

Inderdaad, we zien een sterke groei van de groep Others Fr ten opzichte van april (+1.6 punt) en vorig jaar (+4.1 punten), onder invloed van TF1. Zo zien we, op basis van de geaggregeerde kwartiercijfers, een stijging van 1.9 punt marktaandeel voor TF1 ten opzichte van april ofwel 3.5 punten meer dan vorig jaar.

De groep VCR+DVD, ten slotte, stijgt nog steeds ten opzichte van vorig jaar (+1.1 punt), maar Pay+DVB verliest 1.3 punt.



(\*) cfr definities op pagina 15

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

Others Thema Kids = Nickelodeon, Disney Channel & Cartoon Network

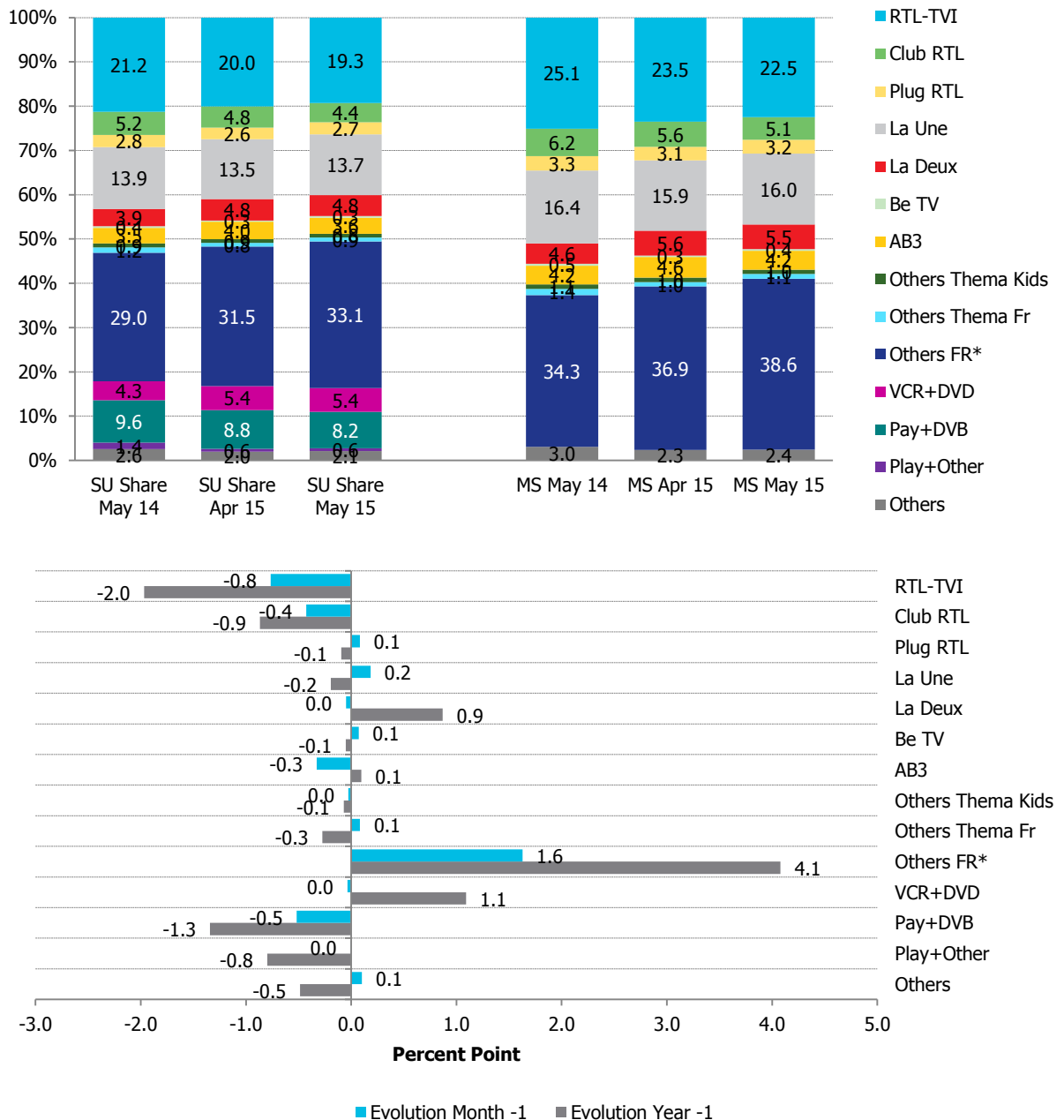
Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, 15+, Live+6, SU Shares+Guests from 2013

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

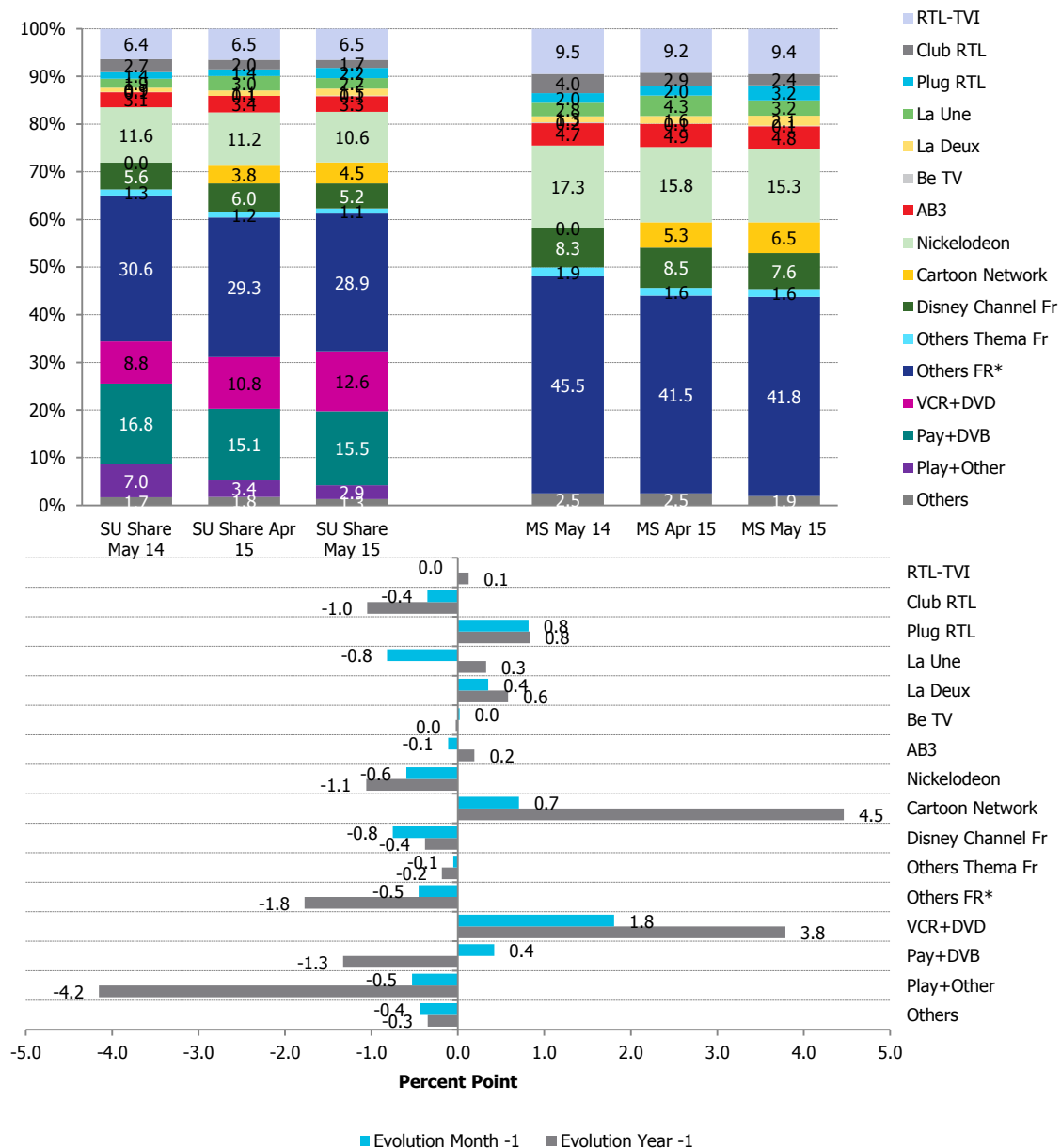
Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, 15+, Live+6+Guests from 2013

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

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

Kijken we naar de 4-14 jarigen, dan zien we dat Cartoon Network Fr met 0.7 punt stijgt ten opzichte april en een aandeel van 4.5% behaalt. Het is dus eerder begrijpelijk dat we een daling met 1.8 punt zien ten opzichte van vorig jaar voor de code "Others Fr". Echter ook Nickelodeon daalt: -1.1 punt. Disney Channel heeft een aandeel dat dicht bij dat van vorig jaar ligt: het aandeel daalt met 0.8 punt ten opzichte van april en situeert zich 0.4 punt onder het niveau van mei 2014.

VCR+DVD, ten slotte, behoudt nog steeds een niveau dat boven dat van vorig jaar ligt (+3.8 punten), terwijl dat "Play+Other" 4.2 punten verliest en "Pay+DVB" 1.3 punt.



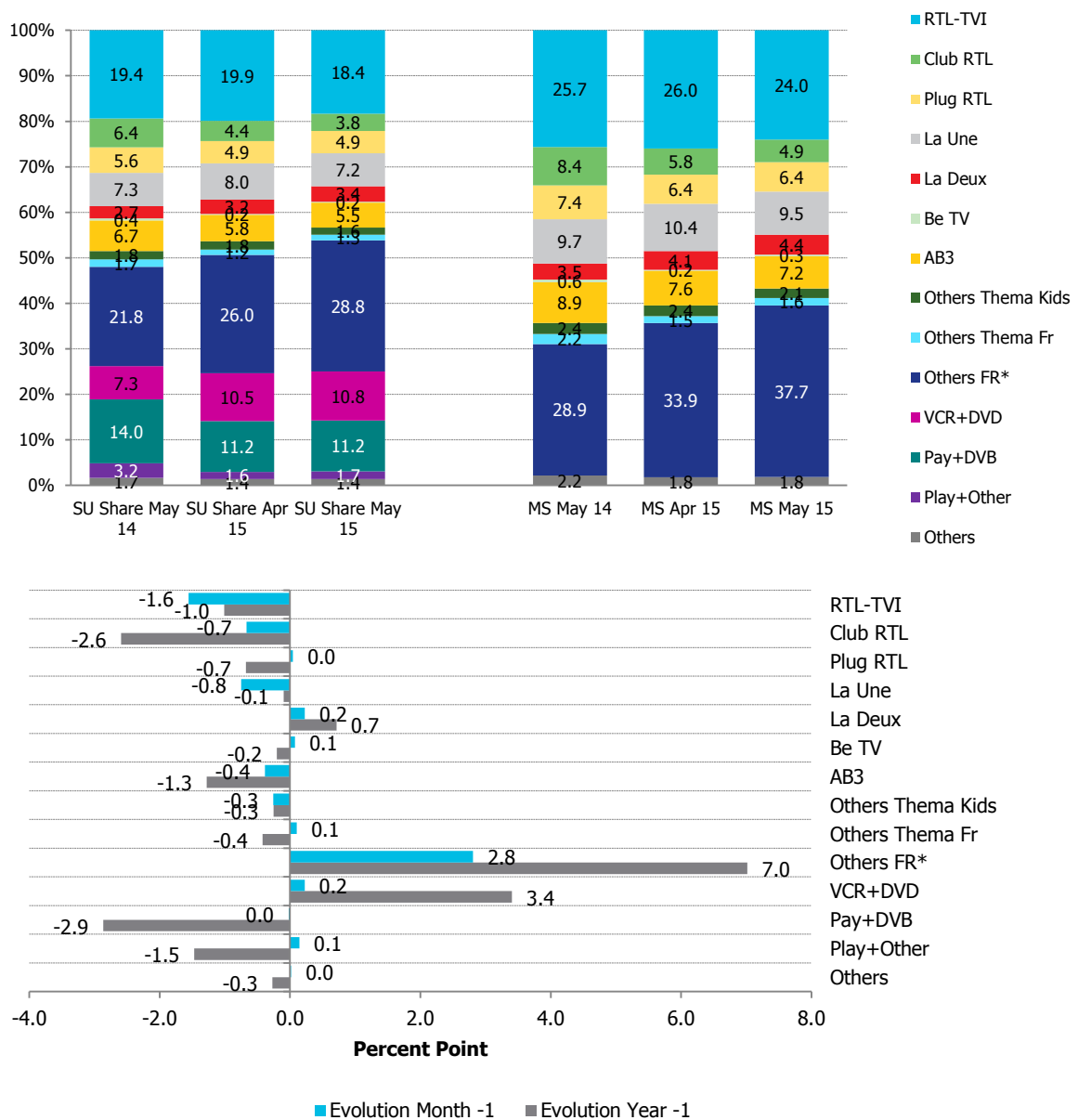
(\*) cfr definities op pagina 15

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

Audimetrie Mai 2015

**De doelgroep VVA 18-44**

Bij de VVA 18-44 stijgt de groep Others Fr met 2.8 punten ten opzichte van april en met 7 punten ten opzichte van vorig jaar. Het moet gezegd worden dat we in de geaggreerde kwartiercijfers voor TF1 een stijging zien ten opzichte van april (+4.1 punten marktaandeel) ofwel 8.2 punten meer dan vorig jaar. RTL-TVI lijkt geraakt: de zender verliest 1.6 punt ten opzichte van april en situeert zich 1 punt onder het niveau van vorig jaar. Ook ten opzichte van vorig jaar zien we een daling met 2.6 punten voor Club RTL en met 1.3 punt voor AB3. We zien, ten slotte, nog steeds een sterke stijging van de groep "VCR+DVD" (+3.4 punten ten opzichte van vorig jaar), terwijl dat Pay+DVB met 2.9 punten achteruit gaat en Play+Other met 1.5 punt.



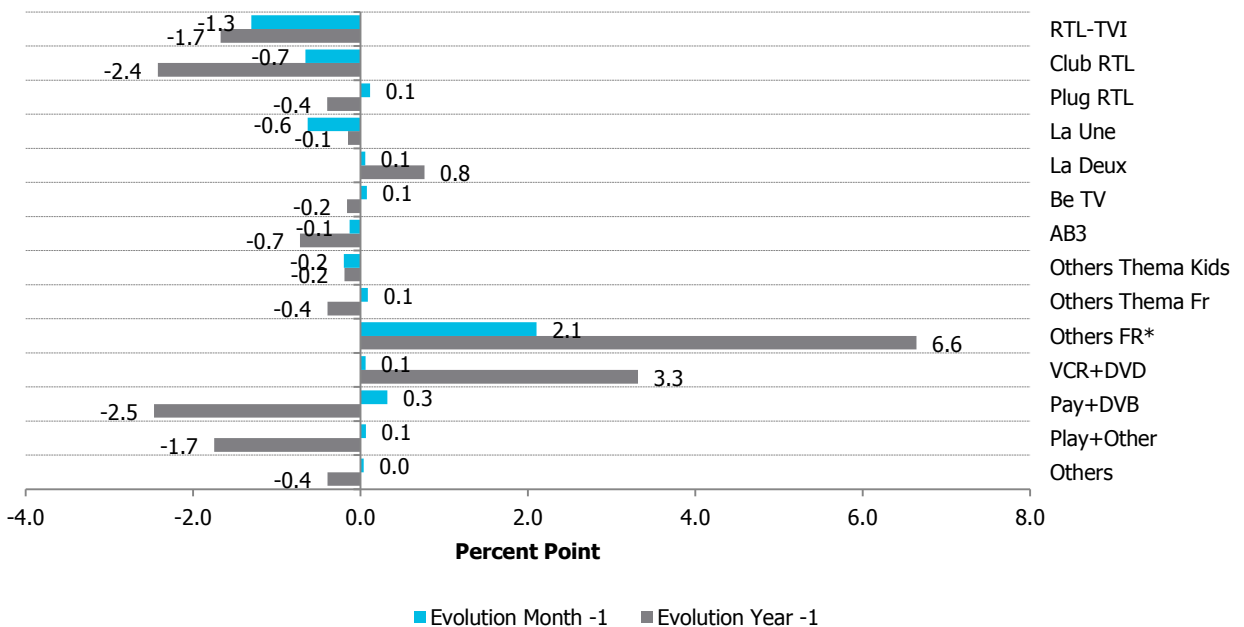
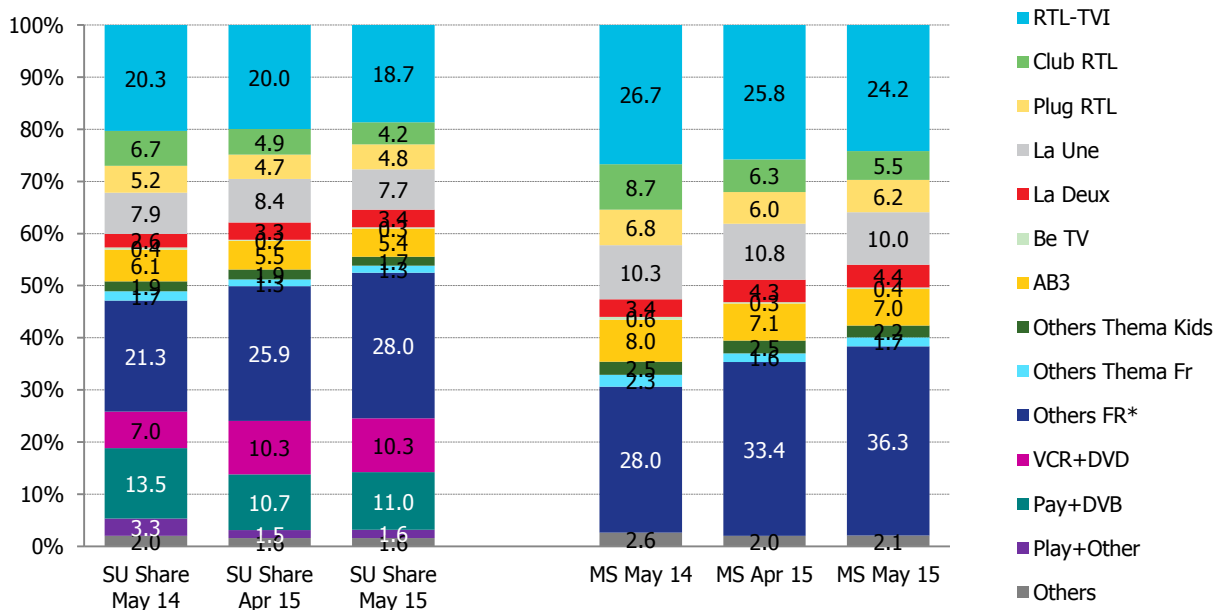
(\*) cfr definities op pagina 15

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

Audimetrie Mai 2015

**De doelgroep 15-44**

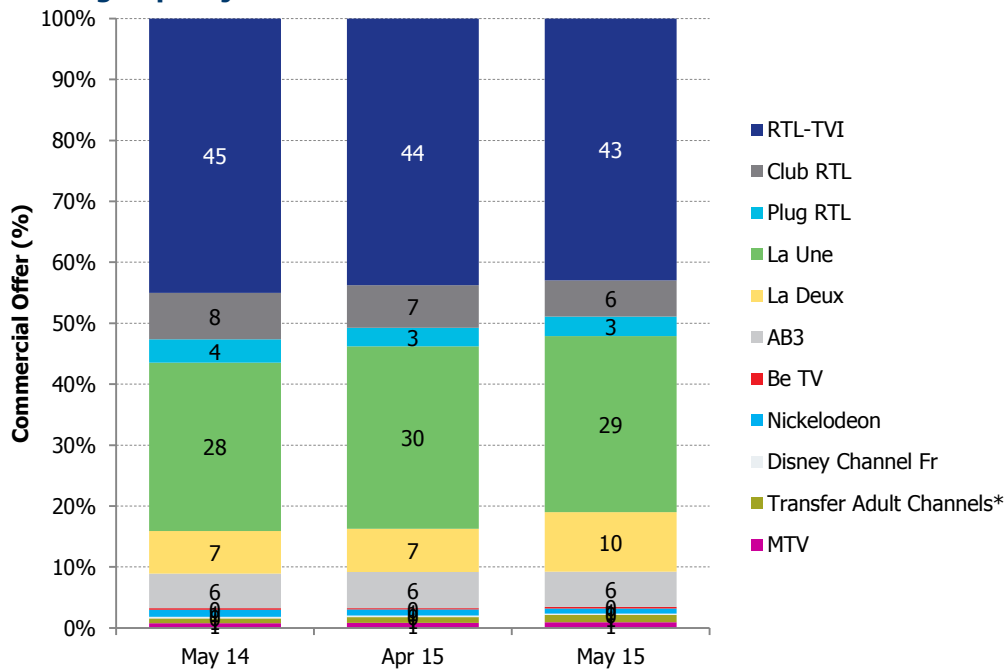
De zelfde type evolutie bij de 15-44 jarigen: de groep Others Fr stijgt met 2.1 punten ten opzichte van april en situeert zich 6.6 punten boven het niveau van vorig jaar. In de geaggreerde kwartiercijfers zien we inderdaad een stijging van het marktaandeel van TF1 met 3.3 ofwel 7.8 punten meer dan vorig jaar. RTL-TVI, daarentegen, daalt met 1.3 punt ten opzichte van april ofwel 1.7 punt minder dan in mei 2014. Ook Club RTL situeert zich 2.4 punten onder het niveau van vorig jaar. Ook op deze doelgroep stijgt de groep VCR+DVD, ten slotte, nog steeds (+3.3 punten ten opzichte van vorig jaar), maar Pay+DVB verliest 2.5 punten en Play+Other 1.7 punt.



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

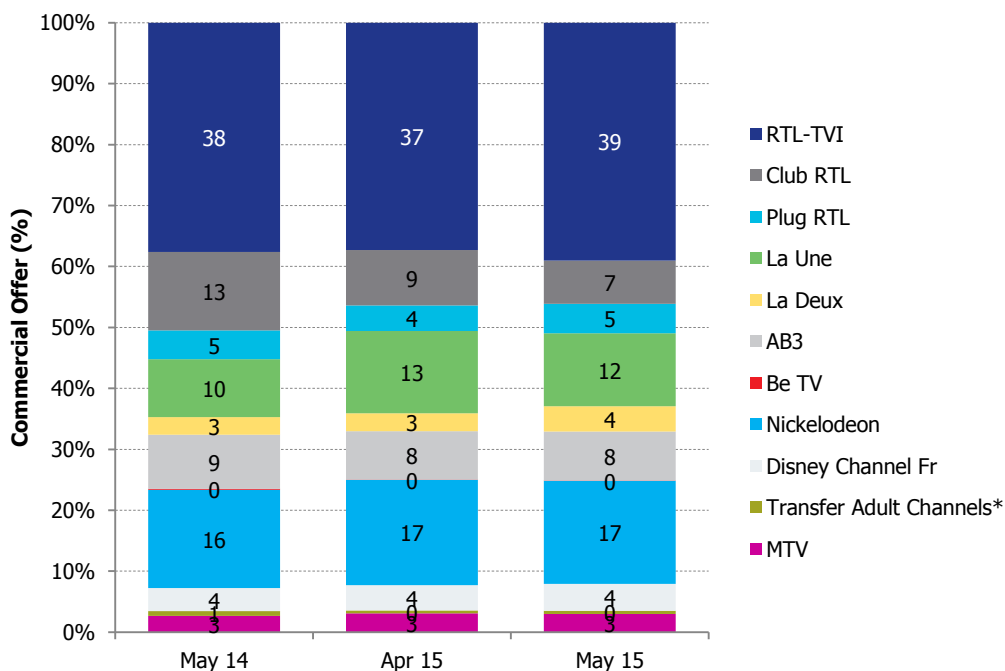
## Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

### De doelgroep 15 jaar en ouder



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

### De doelgroep 4-14

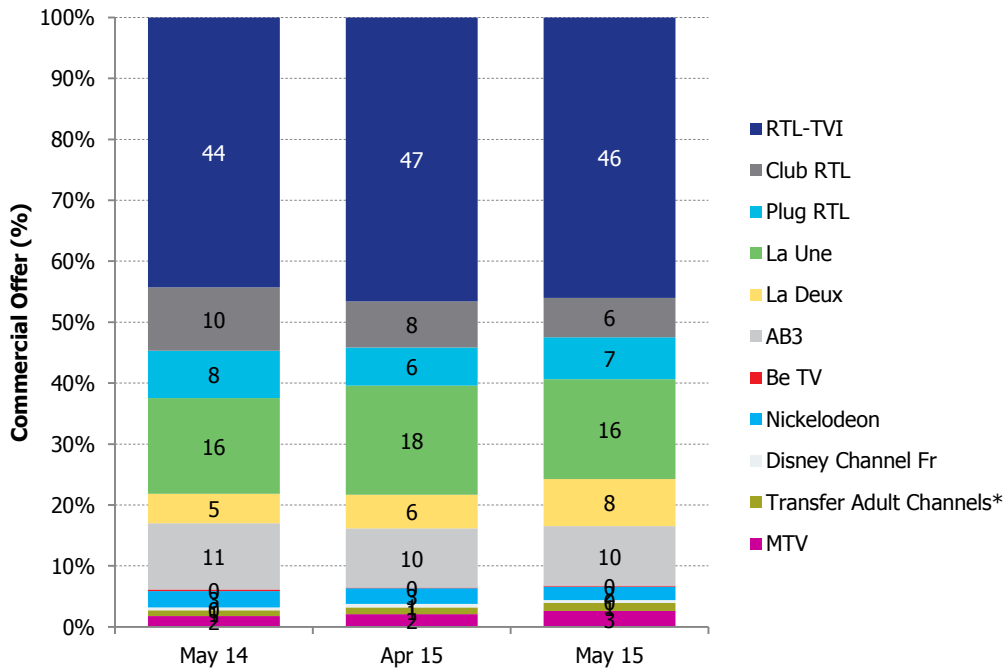


Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+6+Guests from 2013. No block for Cartoon Network in April 2014.

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

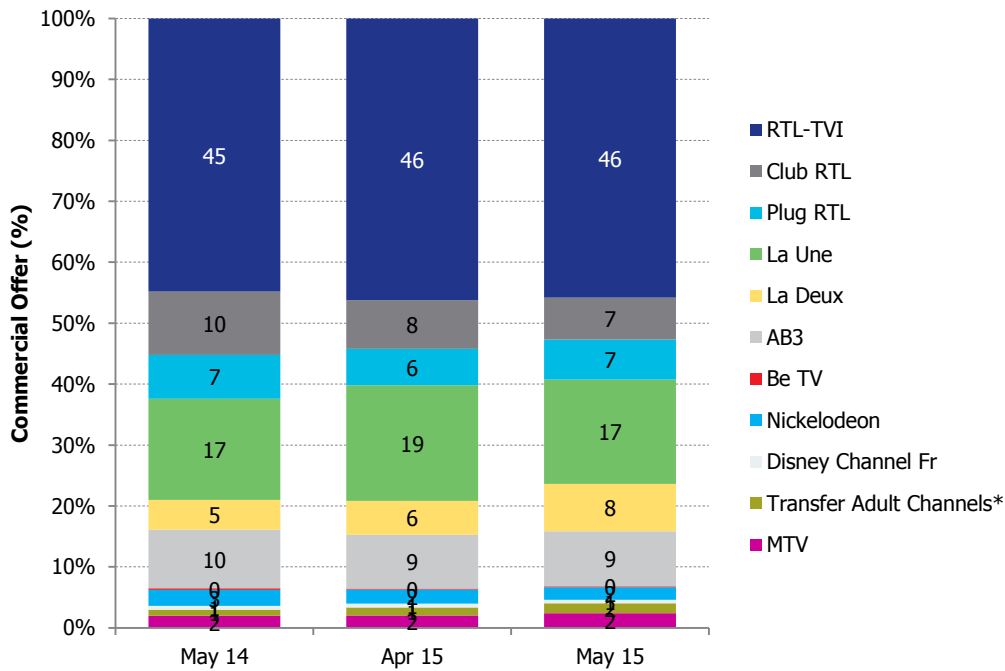
Audimetrie Mai 2015

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