

Audimetrie Juni 2015

Evolutie van de maandelijkse "marktaandelen"¹: Noorden

De doelgroep 15 jaar en ouder

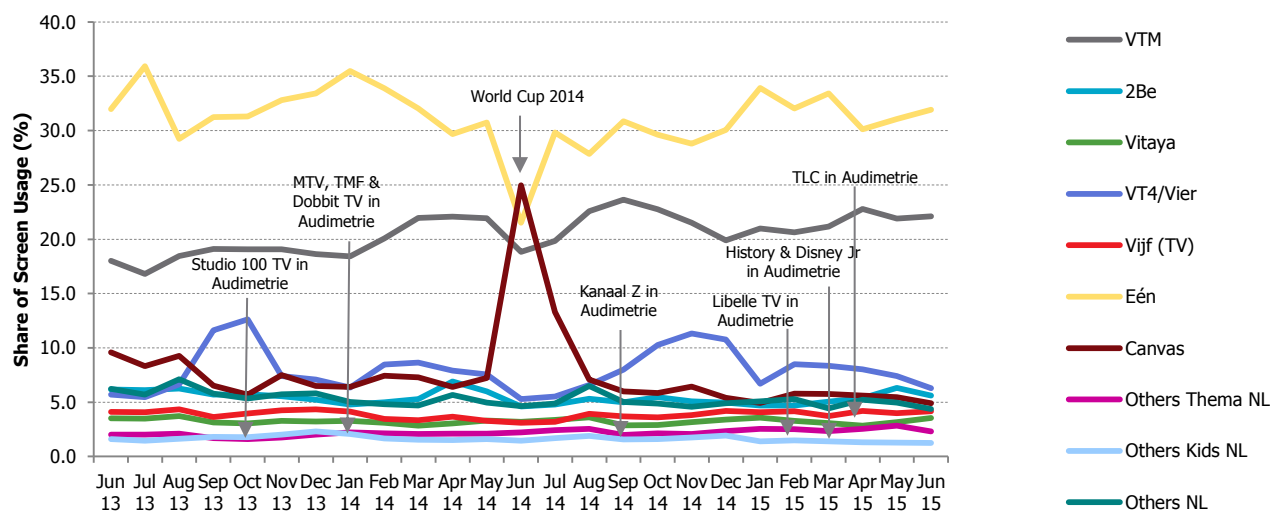
In juni zijn de bewegingen van de zenders redelijk belangrijk als we de vergelijking met vorig jaar maken en dit met name door de invloed van het WK Voetbal in juni 2014, terwijl dat de evoluties ten opzichte van vorige maand veel beperkter blijven.

Het is Eén die ten opzichte van mei het sterkste stijgt: +0.9 punt ofwel 10.4 punten meer dan vorig jaar, gezien dat veel wedstrijden vorig jaar op Canvas uitgezonden werden. Deze maand profiteert Eén, onder andere, van de kwalificatiewedstrijd België-Wales op 12 juni (1 329 545 "kijkers"). Canvas kent een tegenovergestelde beweging: de zender verliest 20 punten ten opzichte van vorig jaar.

VTM behoudt een niveau dat dicht bij dat van mei ligt (+0.2 punt) en wint 3.3 punten ten opzichte van vorig jaar. VTM profiteert van de resultaten van de vriendschappelijke wedstrijd Frankrijk-België van 7 juni (1 226 675 "kijkers").

Het is Vier die het sterkste daalt ten opzichte van mei (-1.1 punt), maar situeert zich 1 punt boven het niveau van juni 2014.

Ten slotte zien we een stijging met 1.7 punt ten opzichte van vorig jaar van Pay+DVB en met 1.3 punt van de groep "Others".

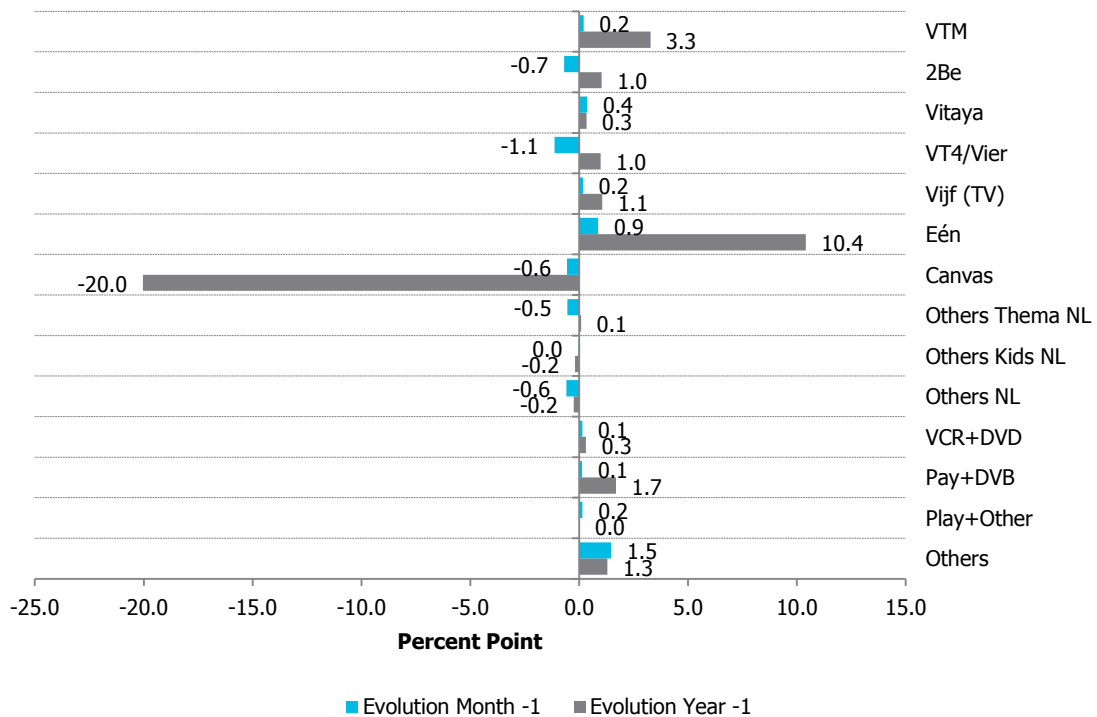
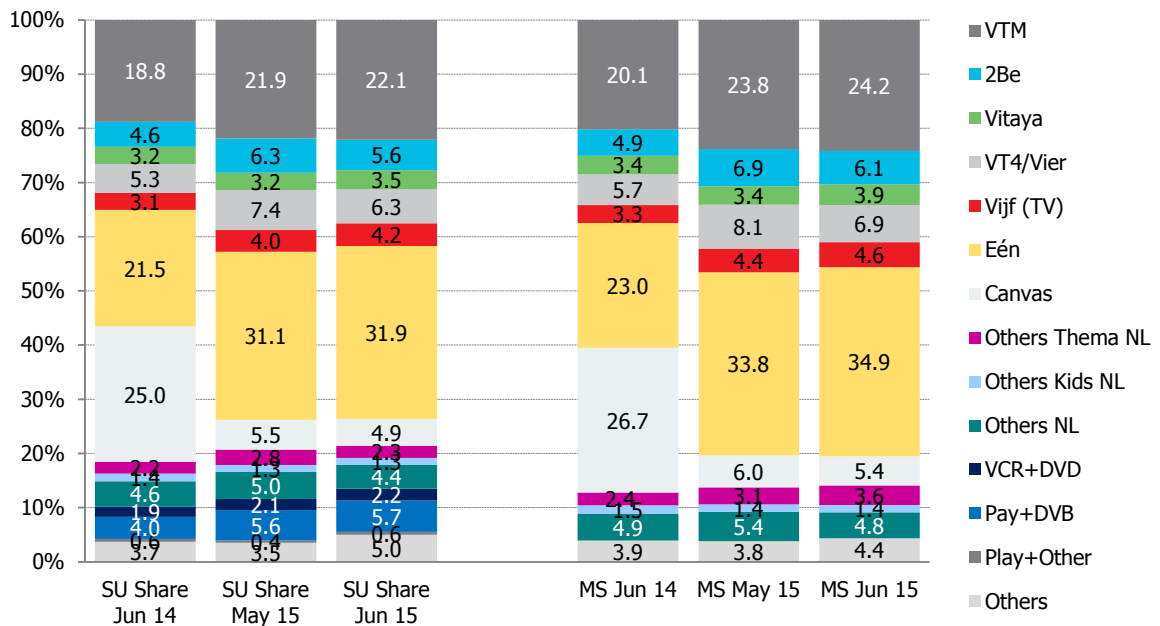


Others Thema NI = Njam!, Acht, National Geographic, Discovery Channel, FoxLife, Dobbitt, MTV, TMF, Kanaal Z, Libelle TV, History & TLC
 Others Kids NI = Nickelodeon, Nick Jr, vtmKzoom, Disney Channel, KetNet op12, Cartoon Network, Studio 100 TV & Disney Jr

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

Evolutie "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

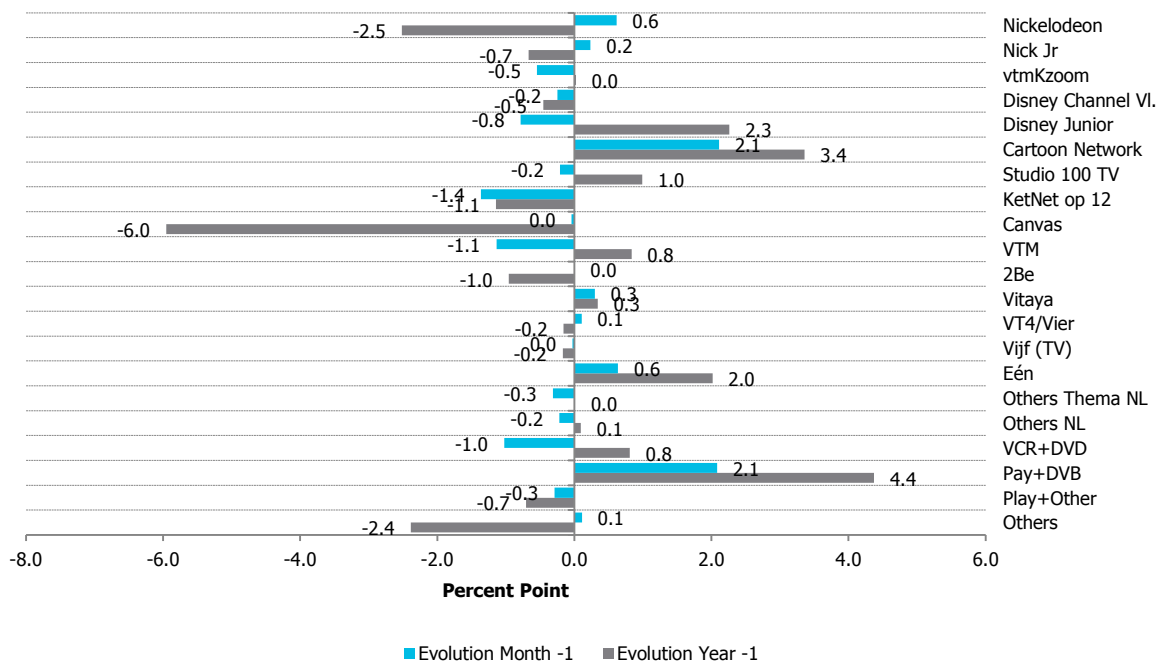
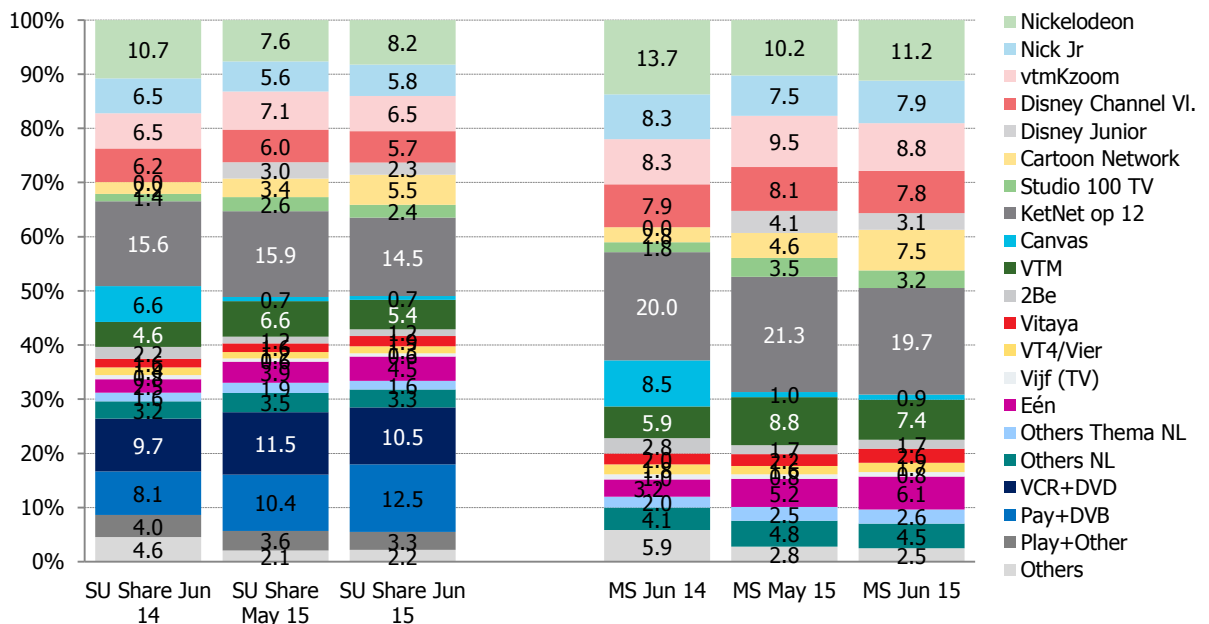
² Share of Screen Usage

Audimetrie Juni 2015

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

Kijken we naar de doelgroep 4-14 jarigen dan zien we een stijging van 2.1 punten ten opzichte van mei voor Cartoon Network ofwel 3.4 punten meer dan vorig jaar. Ook Studio 100 TV wint 1 punt ten opzichte van vorig jaar. KetNet op 12, daarentegen, verliest 1.4 punt en situeert zich 1.1 punt onder het niveau van vorig jaar. Ook Nickelodeon gaat achteruit ten opzichte van vorig jaar (-2.5 punten) en dit ondanks een stijging met 0.6 punt ten opzichte van vorige maand.

De groep VCR+DVD, ten slotte, lijkt zich te stabiliseren (1 punt minder dan in mei ofwel 0.8 punt meer dan vorig jaar), maar Pay+DVB situeert zich 4.4 punten boven het niveau van vorig jaar. Misschien gaat het om een verschuiving die komt van de groep "Others" (-2.4 punten)?

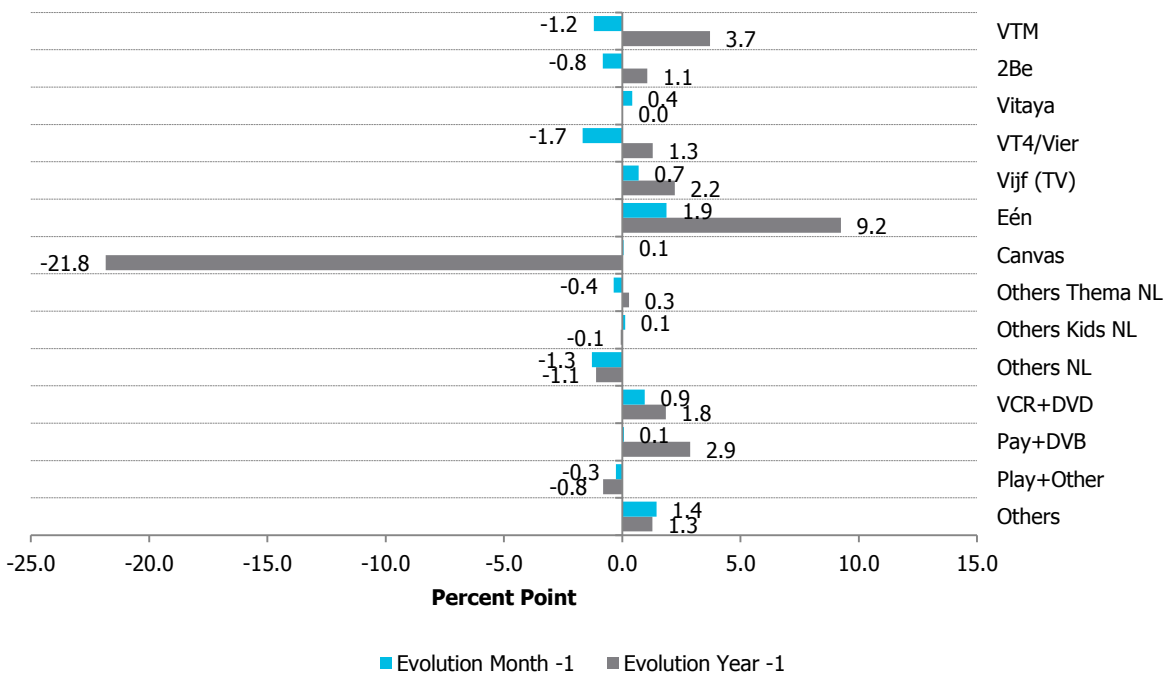
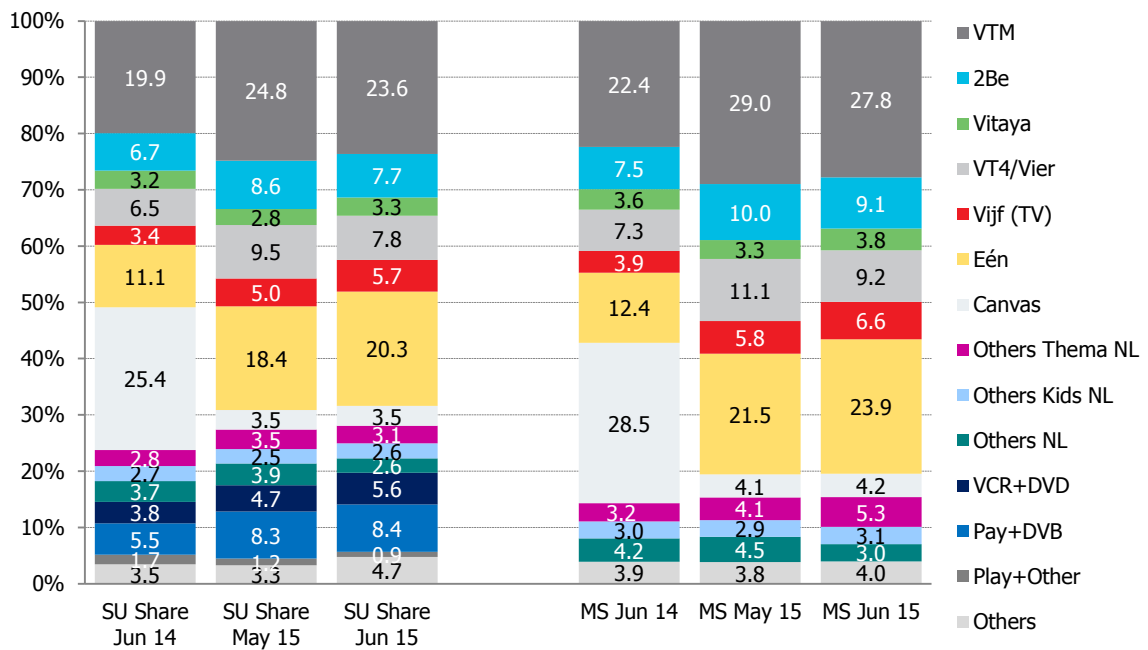


Source : Audimetrie, North, 06:00-19:00, 4-14, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Juni 2015

De doelgroep VVA 18-44

Bij de VVA 18-44 dezelfde evolutie als bij de 15 jaar en ouder: Eén stijgt met 1.9 punt ten opzichte van mei en situeert zich 9.2 punten boven het niveau van vorig jaar terwijl het aandeel van Canvas 21.8 punten lager ligt dan in juni 2014. VTM, Vijf, Vier en 2Be stijgen ook ten opzichte van vorig jaar: +3.7, +2.2, +1.3 en +1.1 punt(en). Voor Vier en VTM is het echter 1.7 en 1.2 punt minder dan in mei. We zien ten slotte een stijging van het "andere schermgebruik" en van de "anderen": +1.8 punt voor VCR+DVD ten opzichte van vorig jaar, +2.9 voor Pay+DVB en +1.3 punt voor "Others".

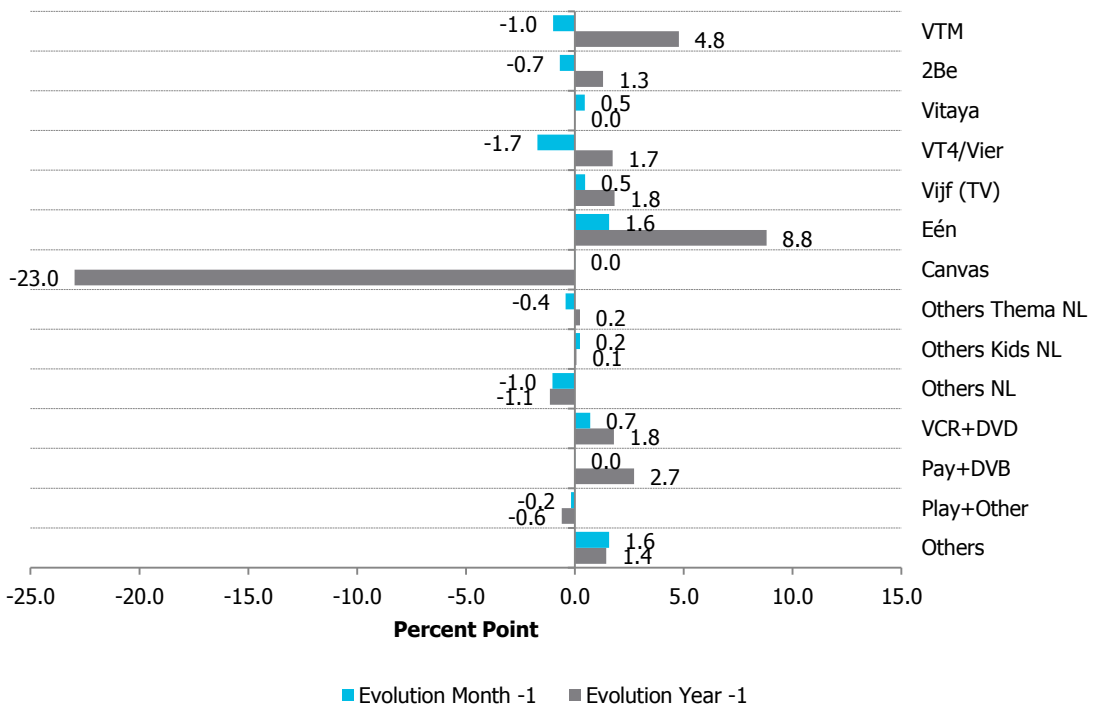
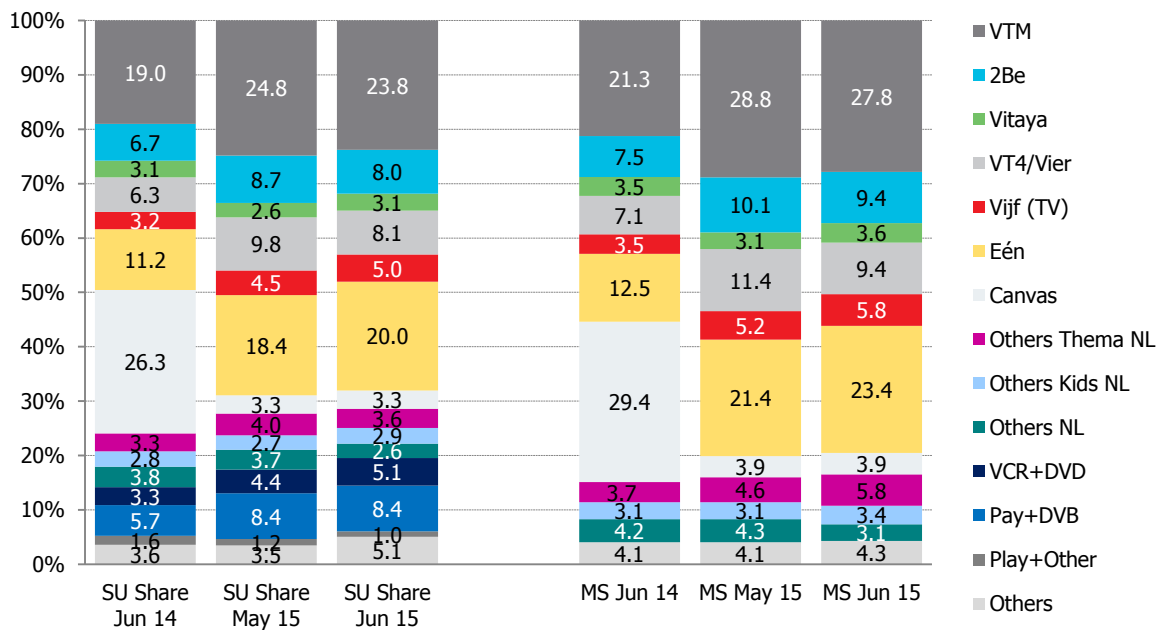


Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Juni 2015

De doelgroep 15-44

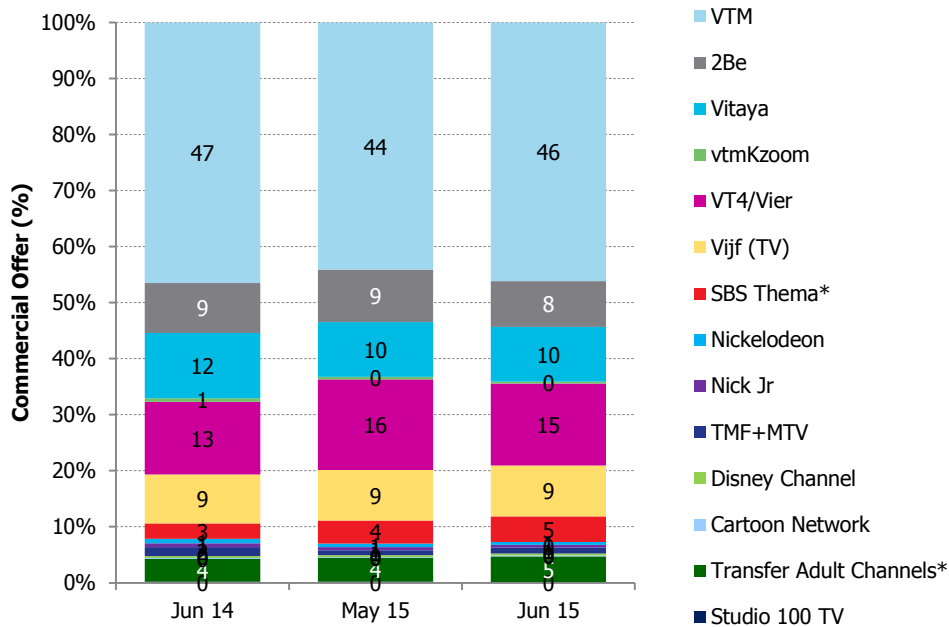
Bij de 15-44 jarigen wint Eén 1.6 punt ten opzichte van mei en situeert zich 8.8 punten boven het niveau van juni 2014, terwijl dat Canvas 23 punten verliest ten opzichte van vorig jaar. Ook VTM stijgt met 4.8 punten ten opzichte van vorig jaar, 2Be met 1.3 punt, Vier met 1.7 punt en Vijf met 1.8 punt. Voor Vier en VTM is het, respectievelijk, 1.7 en 1 punt minder dan in mei. We zien ten slotte dat het aandeel van VCR+DVD met 1.8 punt stijgt ten opzichte van vorig jaar, dat van Pay+DVB met 2.7 punten en dat van "Others" met 1.4 punt.



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

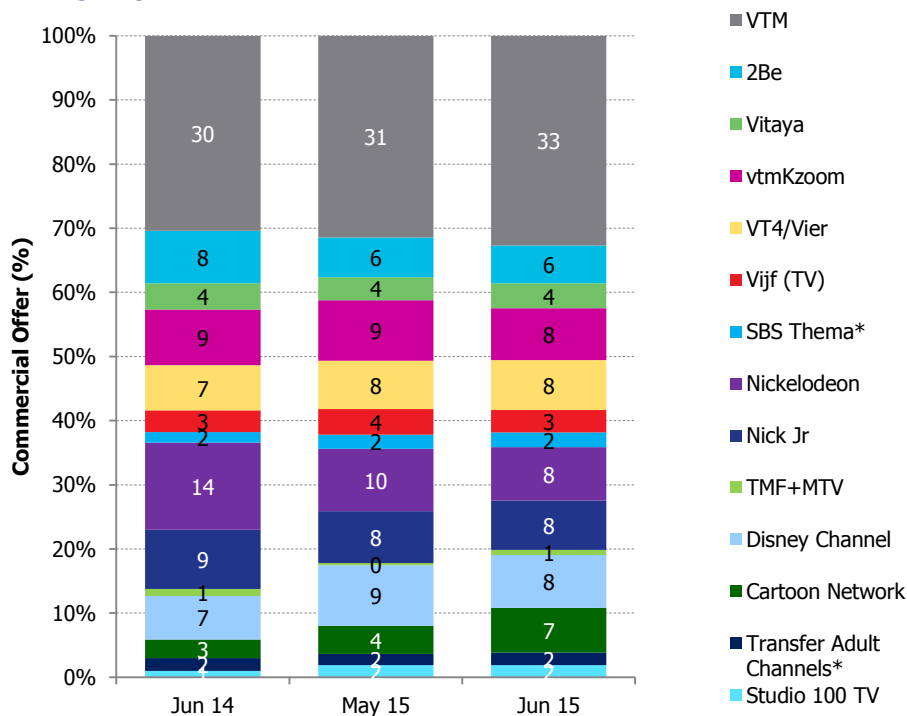
Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



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

De doelgroep 4-14

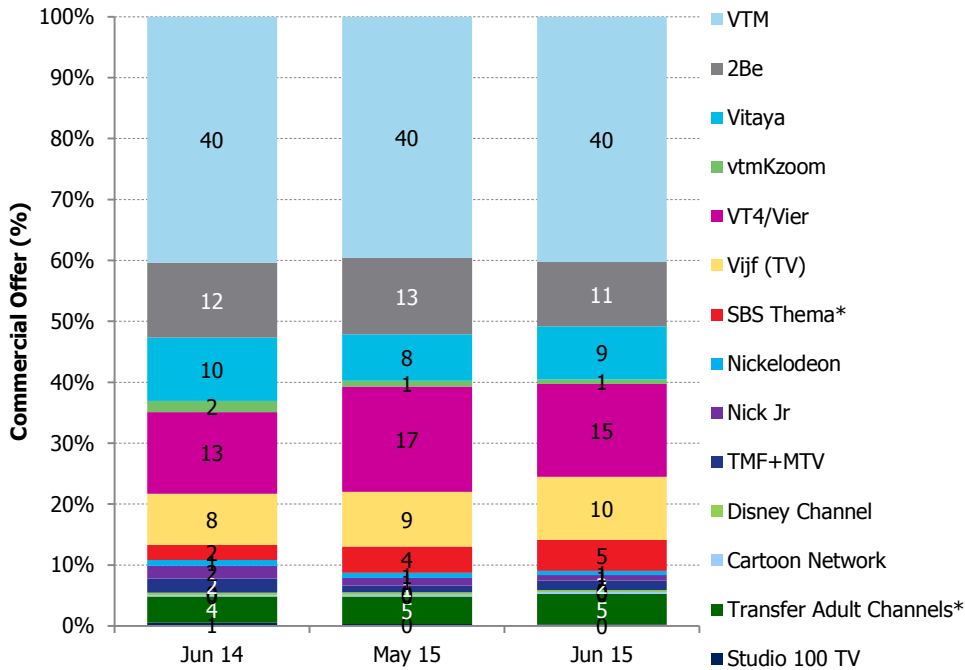


Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+6+Guests from 2013

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

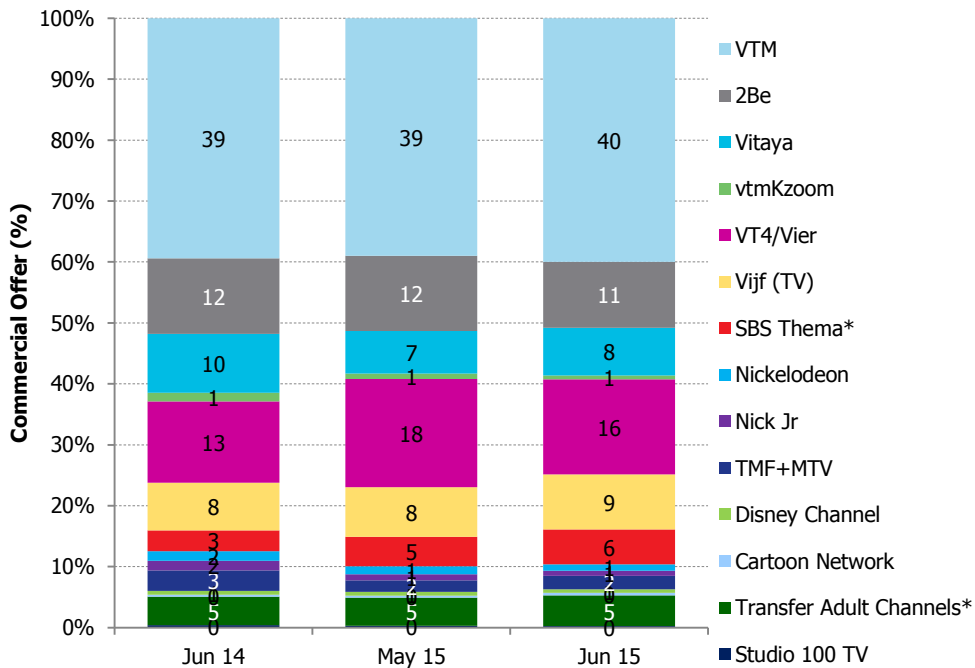
Audimetrie Juni 2015

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 "marktaandeel"³: Zuiden

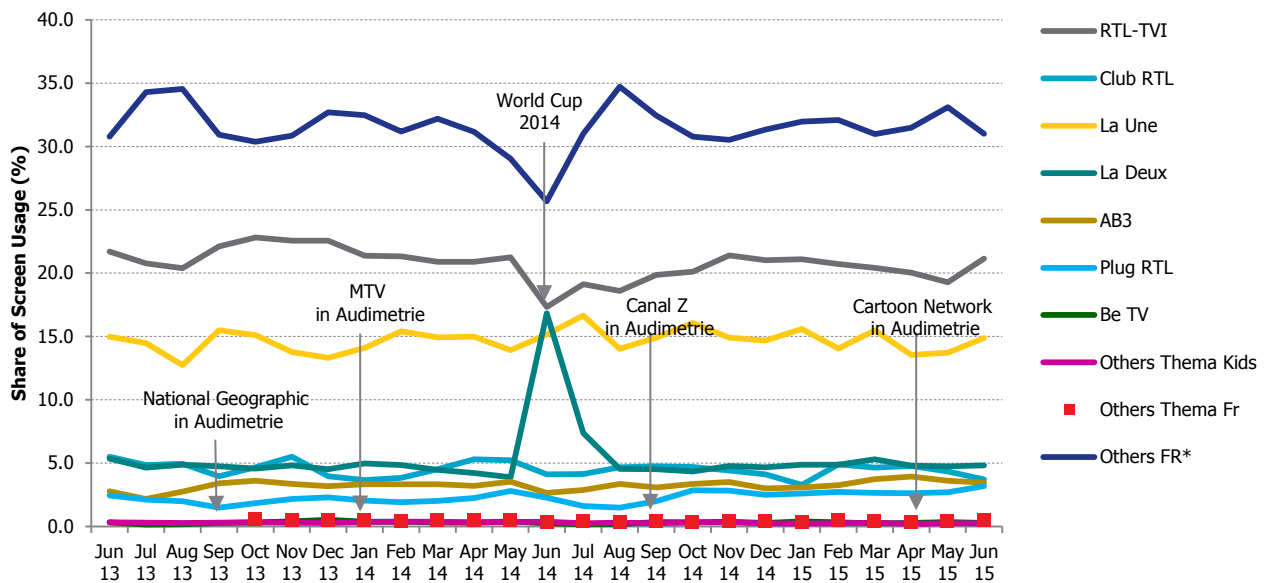
De doelgroep 15 jaar en ouder

In het Zuiden zien we dezelfde type evolutie voor La Deux als voor Canvas in het Noorden. Vooral La Deux profiteerde vorig jaar van het uitzenden van de wedstrijden van het WK en ziet het aandeel deze maand met 12 punten dalen als we de vergelijking met vorig jaar maken. Het is RTL-TVI die het sterkste stijgt ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: de zender wint 1.9 punt ten opzichte van mei en situeert zich 3.8 punten boven het niveau van vorig jaar.

Ook La Une stijgt ten opzichte van mei en wint 1.2 punt. De zender profiteert van de resultaten van de wedstrijden van de Rode Duivels (Wales-België en Frankrijk-België). Desondanks behoudt La Une een niveau dat dicht bij dat van vorig jaar ligt (-0.3 punt).

De groep "Others Fr" daarentegen verliest 2.1 punten ten opzichte van mei en situeert zich 5.3 punten boven het niveau van vorig jaar.

Als we de vergelijking met vorig jaar maken zien we ten slotte nog steeds een stijging van het aandeel van VCR+DVD (+1.7 punt) en van Pay+DVB (+1.3 punt).



(*) cfr definities op pagina 15

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

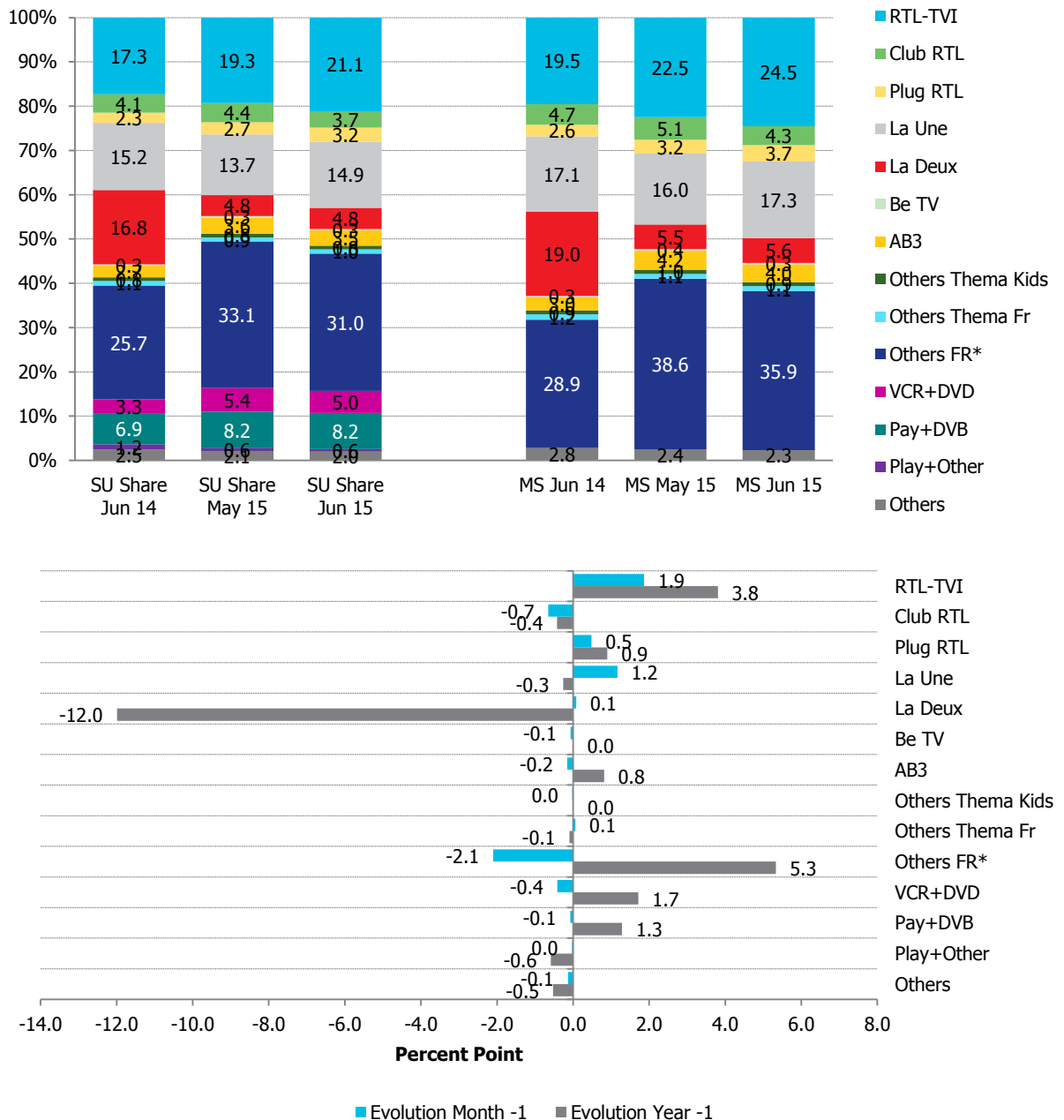
Others Thema Kids = Nickelodeon, Disney Channel & Cartoon Network

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

³ Share of Screen Usage, maar we publiceren eveneens de marktaandeel (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

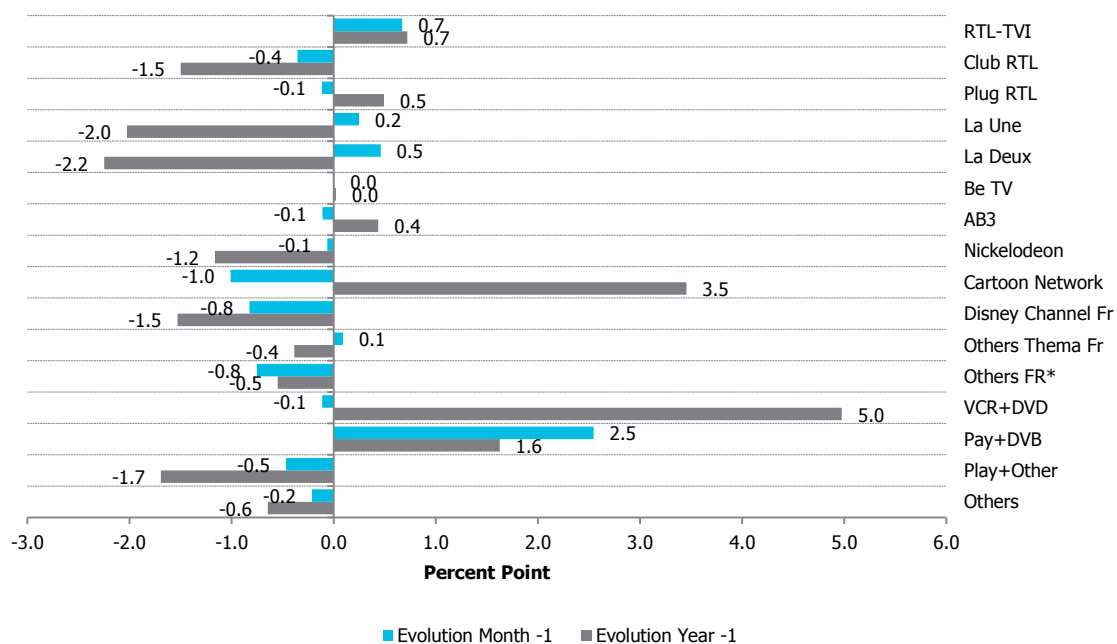
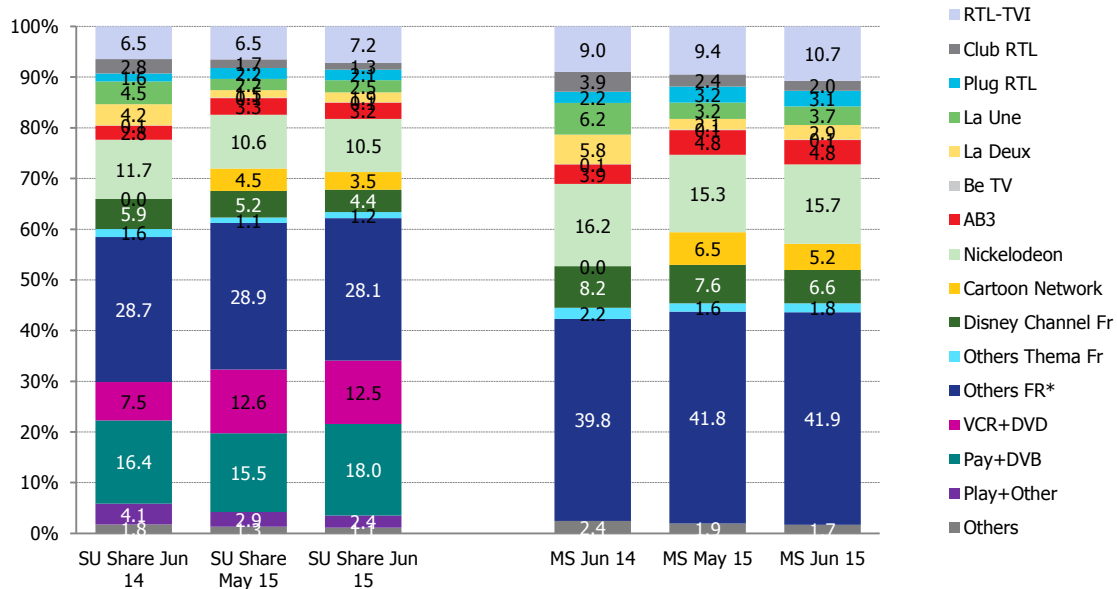
⁴ Share of Screen Usage

Audimetrie Juni 2015

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

Indien we kijken naar de 4-14 jarigen, dan zien we dat Cartoon Network Fr een aandeel behaalt van 3.5% ofwel een verlies van 1 punt ten opzichte van mei. Nickelodeon en Disney Channel behouden een aandeel dat dicht bij dat van vorig jaar ligt (-0.1 en -0.8 punt). Desondanks dalen beide zenders met respectievelijk 1.2 en 1.5 punt ten opzichte van vorig jaar.

De groep Others Fr lijkt er niet van te kunnen profiteren (-0.8 punt ten opzichte van mei ofwel 0.5 punt minder dan vorig jaar). VCR+DVD daarentegen situeert zich nog steeds op een niveau dat ver boven dat van vorig jaar ligt (+5 punten), net als Pay+DVB (+1.6 punt). Play+Other verliest 1.7 punt.



(*) cfr definities op pagina 15

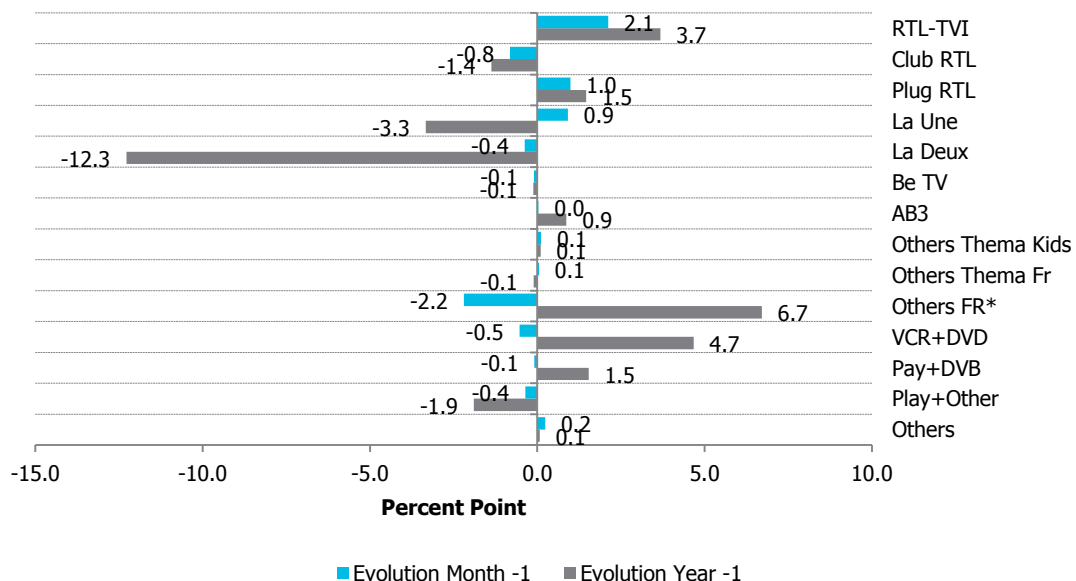
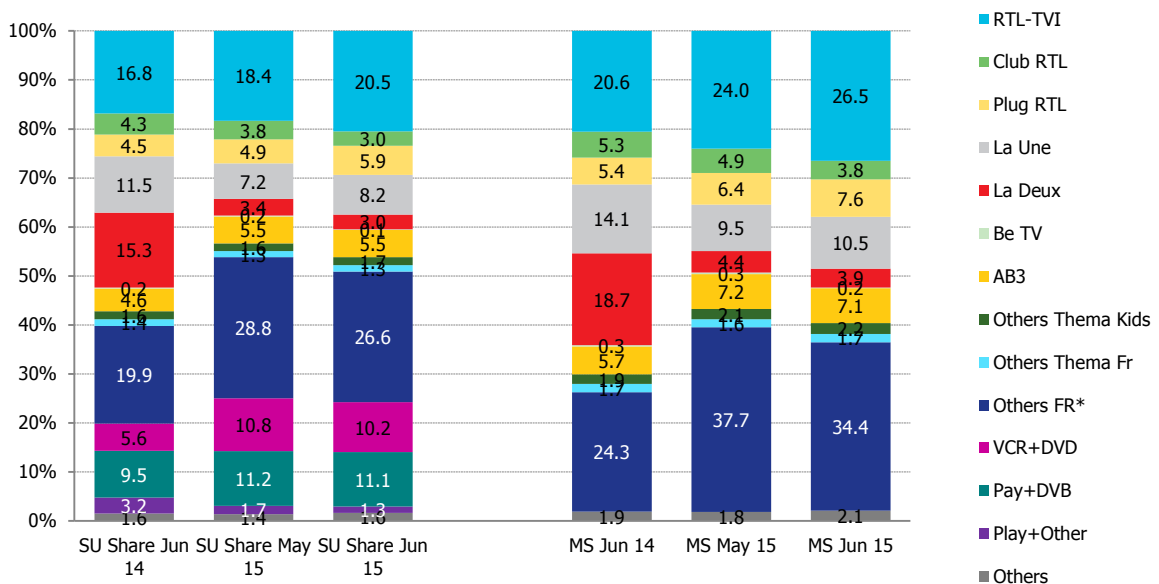
Source : Audimetrie, South, 06:00-19:00, 4-14, Live+6+Guests from 2013

Audimetrie Juni 2015

De doelgroep VVA 18-44

Bij de VVA 18-44 komt La Deux op een aandeel dat 12.3 punten lager ligt dan dat van vorig jaar ofwel een cijfer dat vergelijkbaar is met dat van mei (-0.4 punt) en het is RTL-TVI die het sterkste stijgt, zowel ten opzichte van mei (+2.1 punten) als vorig jaar (+3.7 punten). Ook voor Plug RTL zien we een groei op deze doelgroep: +1 punt ten opzichte van vorige maand ofwel 1.5 punt meer dan vorig jaar. Club RTL, daarentegen, gaat 1.4 punt achteruit ten opzichte van vorig jaar en La Une 3.3 punten.

Kijken we naar de groep Others Fr dan zien we dat het aandeel ten opzichte van mei 2.2 punten daalt, maar 6.7 punten hoger ligt dan dat van vorig jaar. We zien ten slotte nog steeds een sterke stijging van de groep "VCR+DVD" (4.7 punten meer dan vorig jaar) en, deze maand, Pay+DVB (+1.5 punt). Play+Other, daarentegen, verliest 1.9 punt.



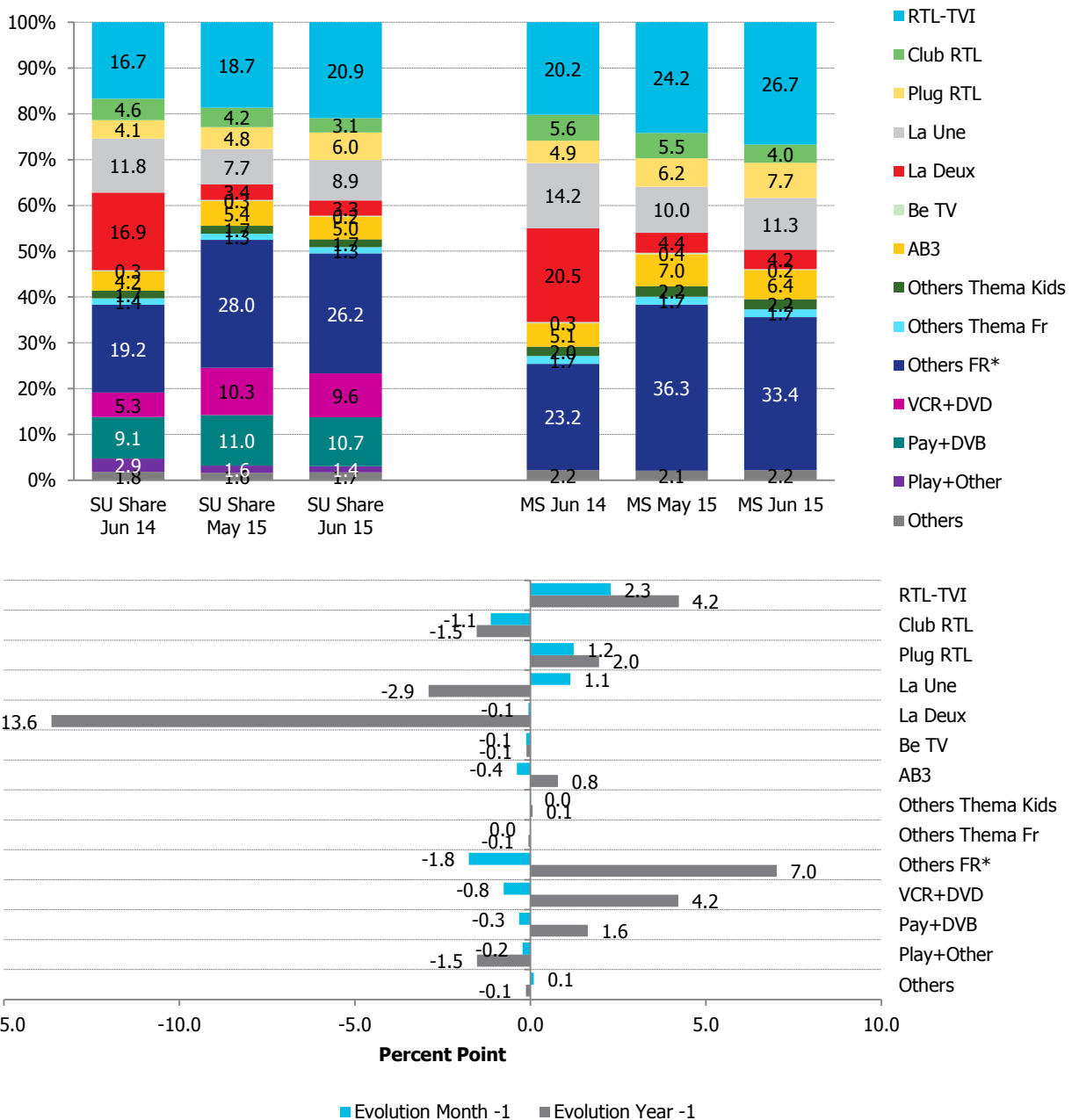
(*) cfr definities op pagina 15

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

Audimetrie Juni 2015

De doelgroep 15-44

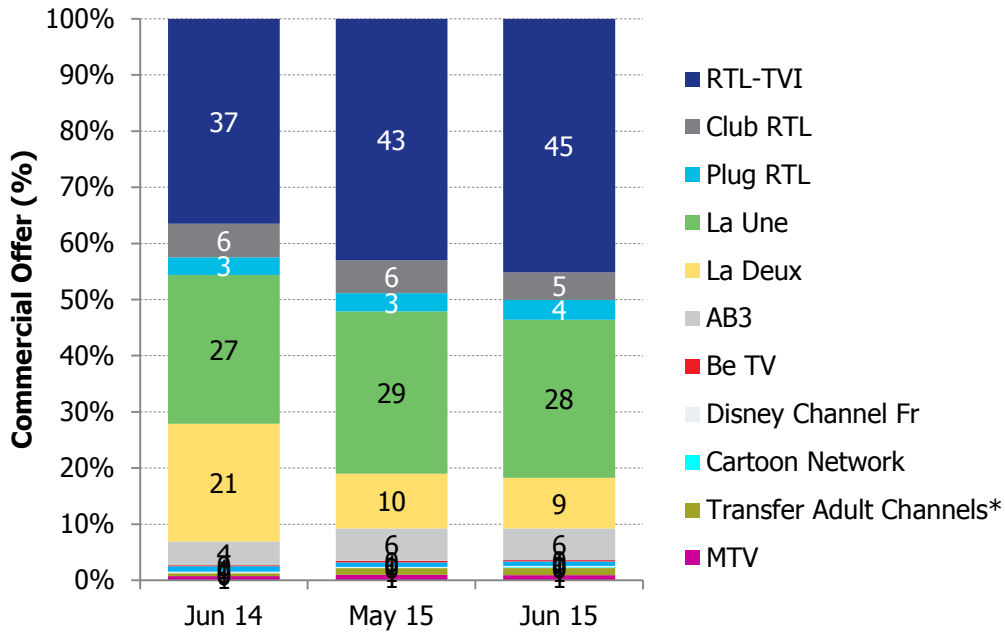
Bij de 15-44 jarigen het zelfde type evolutie: La Deux verliest 13.6 punten ten opzichte van vorig jaar en behoudt een aandeel dat dicht bij dat van mei ligt (-0.1 punt). De grootste groei zien we bij RTL-TVI (+2.3 punten ten opzichte van mei ofwel 4.2 punten meer dan vorig jaar) en Plug RTL wint 1.2 punt en situeert zich 2 punten boven het niveau van vorig jaar. In vergelijking met mei stijgt La Une op deze doelgroep 1.1 punt, maar verliest 2.9 punten ten opzichte van vorig jaar. Club RTL van zijn kant verliest 1.1 punt ten opzichte van mei ofwel 1.5 punt minder dan vorig jaar. Others Fr verliest 1.8 punt ten opzichte van mei, maar situeert zich 7 punten boven het niveau van vorig jaar. De groep VCR+DVD, ten slotte, stijgt nog steeds op deze doelgroep (4.2 punten meer dan vorig jaar) en ook Pay+DVB wint 1.6 punt ten opzichte van vorig jaar. Play+Others verliest 1.5 punt.



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

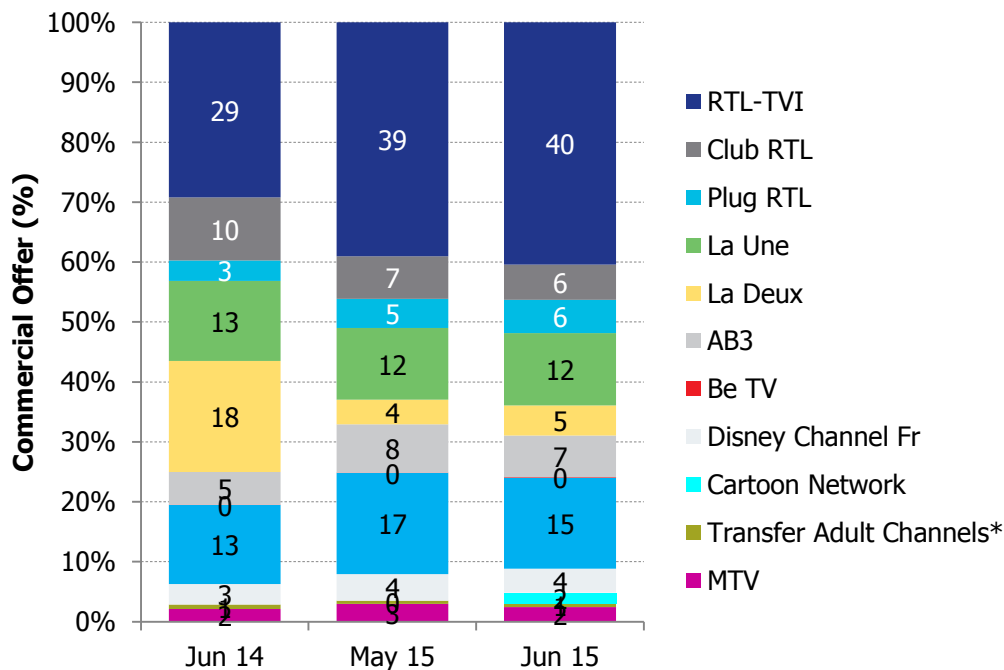
Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



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

De doelgroep 4-14

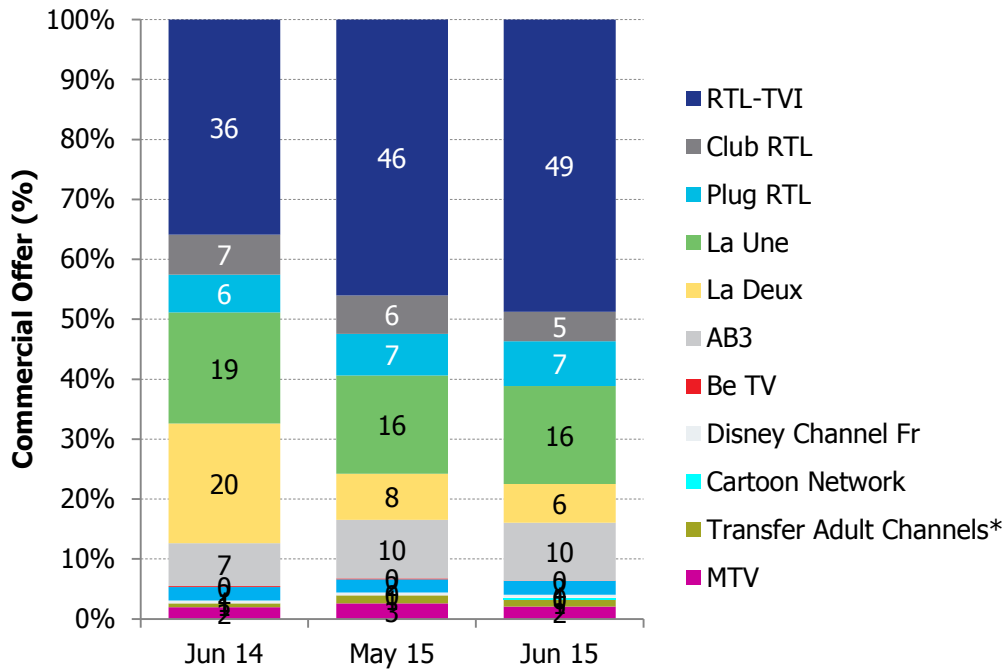


Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+6+Guests from 2013. No block for Cartoon Network in April 2014.

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

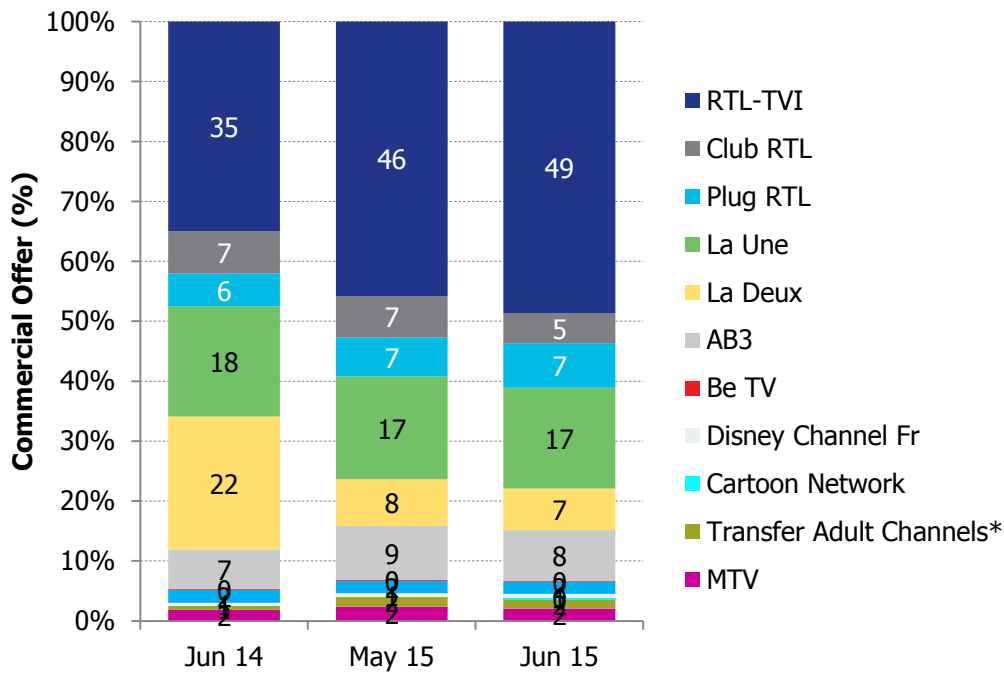
Audimetrie Juni 2015

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 op een TV.

Others NL/FR: groepeert 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) | |



Editeurs responsables:

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