



Audimetrie: Mei 2016

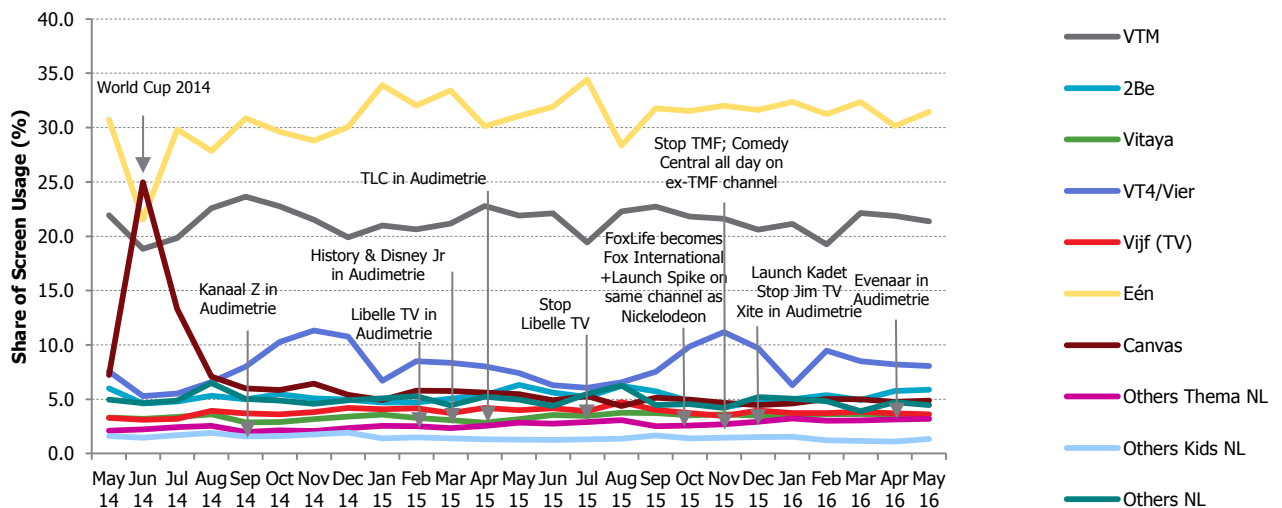
Evolutie van de maandelijkse "marktaandelen"¹: Noorden

De doelgroep 15 jaar en ouder

Het is Eén die in mei het sterkste groeit ten opzichte van april: +1.3 punt ofwel 0.4 punt beter dan vorig jaar. Eén profiteert, onder andere, van de resultaten van Thuis en het Eurovisie Songfestival, twee programma's die, gemiddeld, meer dan een miljoen kijkers samenbracht. Het is echter Vier die ten opzichte van vorig jaar het sterkste groeit: +0.7 punt. Onder de meest populaire programma's van Vier vinden we deze maand: Topdokters (653 660 "kijkers"), Jani gaat... (517 182 "kijkers") en de Pappenheimers (401 597 "kijkers").

VTM, van zijn kant, verliest een beetje ten opzichte van april en vorig jaar (-0.5 punt), maar het is Canvas die het meeste verliest ten opzichte van vorig jaar: -0.6 punt.

Nog te noteren: sinds april beschikken we over de gedetailleerde resultaten van de zender Evenaar. In onze nieuwsbrief hebben we Evenaar geklasseerd onder de groep "Others NI". Evenaar behaalt in mei een aandeel van 0.1% op de doelgroep 15 jaar en ouder.



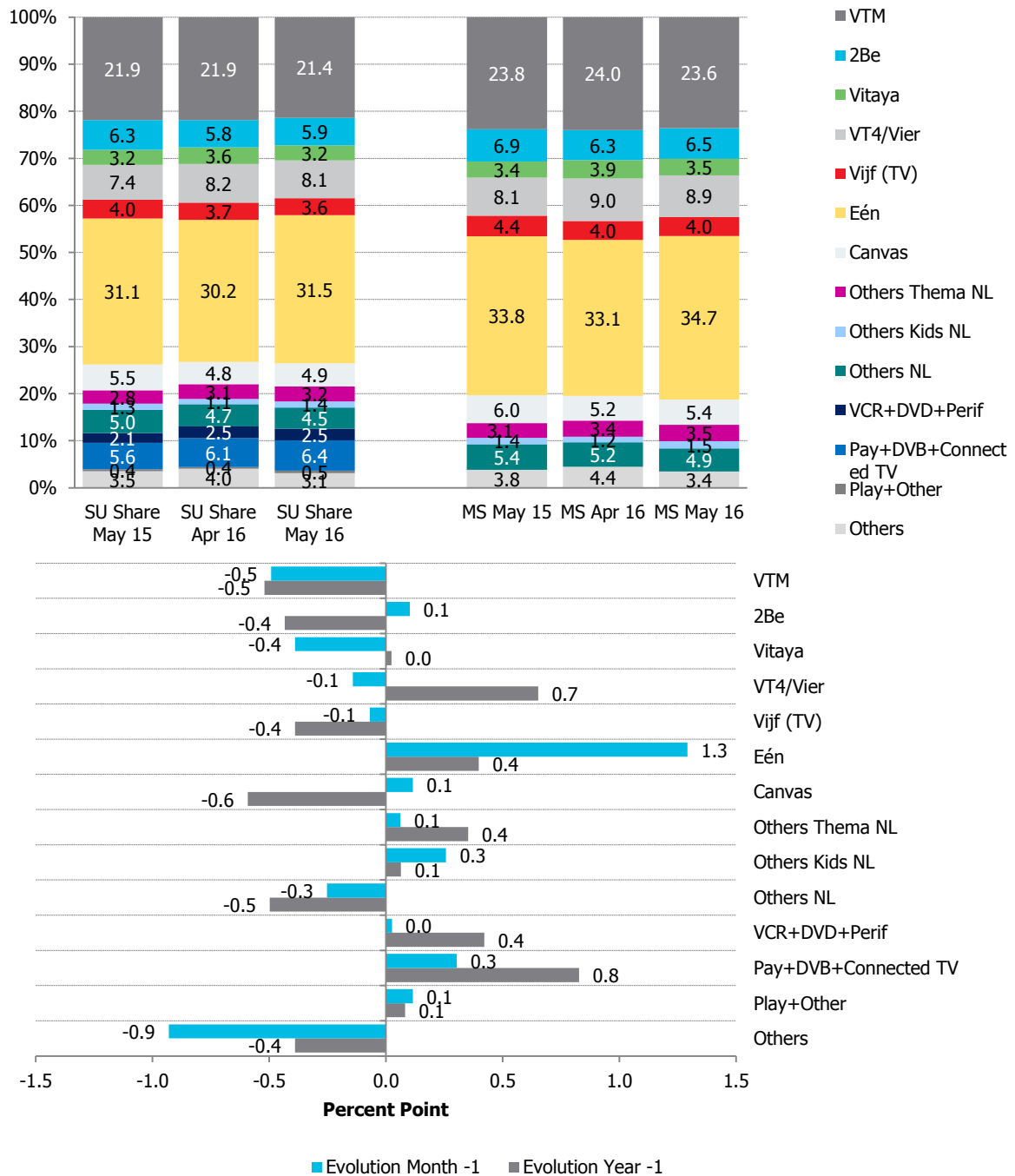
Others Thema NI = Njam!, Acht, National Geographic, Discovery Channel, Fox(Life), Dobbit, MTV, TMF/Comedy Central, Kanaal Z, Libelle TV, History, TLC, Xite & Evenaar
 Others Kids NI = Nickelodeon, Nick Jr, vtmKzoom, Disney Channel, KetNet op12, Cartoon Network, Studio 100 TV, Disney Jr & Kadet

Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, 15+, Live+7+Guests from 2016; before 2016 = live+6+guests

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+7+Guests from 2016

² Share of Screen Usage

Audimetrie: Mei 2016

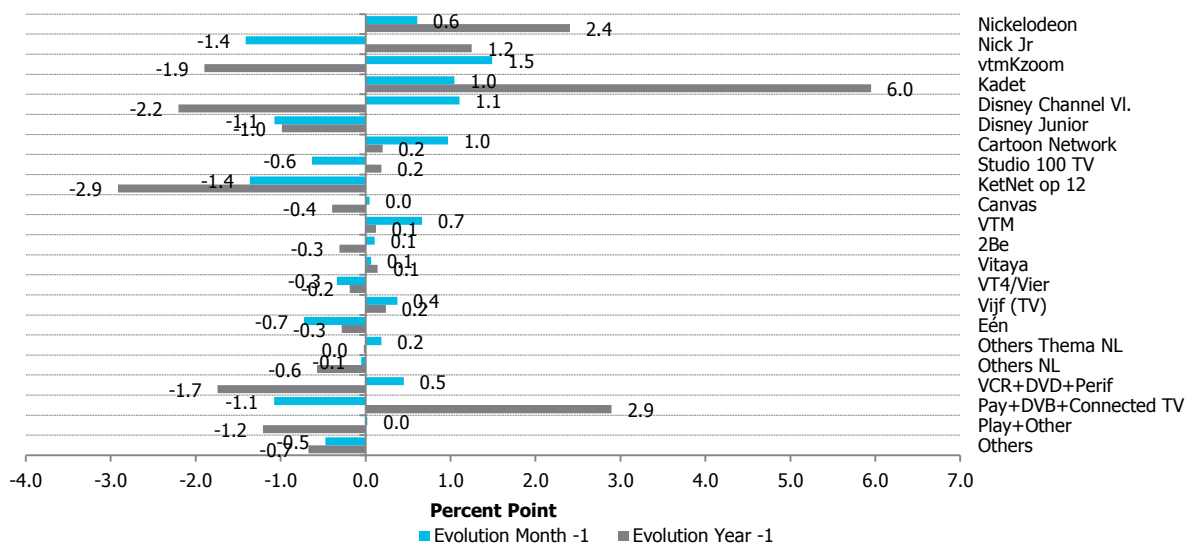
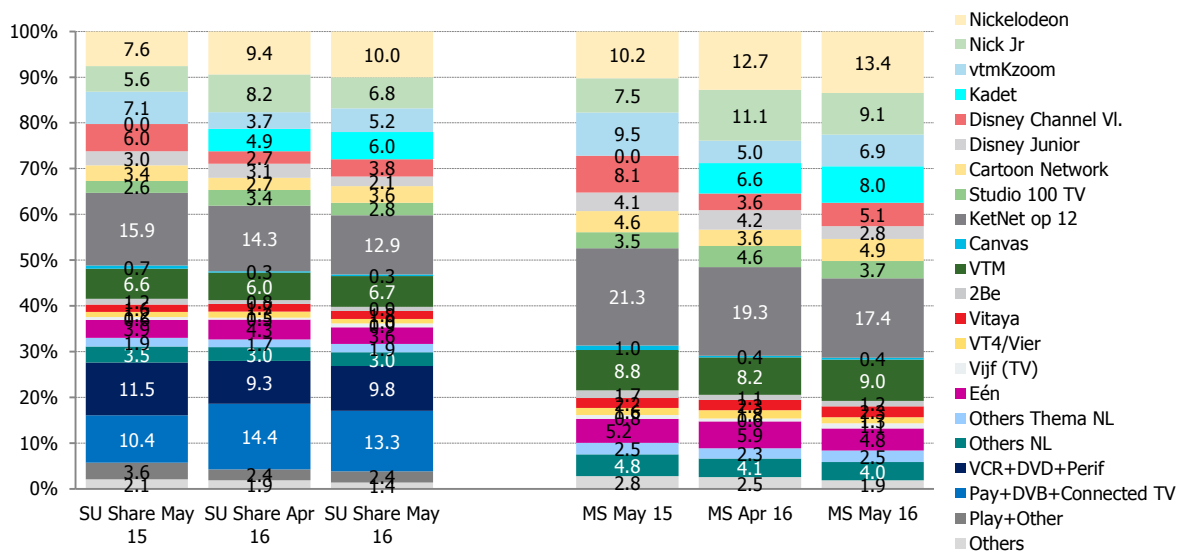
De doelgroep 4-14 (uurschijf: 6:00-19:00)

Bij de 4-14 jarigen stijgt Kadet nog met 1 punt ten opzichte van april en behaalt een aandeel van 6%. Nickelodeon en Nick Jr doen het echter beter dan vorig jaar: respectievelijk +2.4 en +1.2 punt(en) ten opzichte van vorig jaar.

Disney Channel en Disney Jr verliezen daarentegen, respectievelijk, 2.2 en 1 punt(en) ten opzichte van vorig jaar en KetNet op 12 verliest 2.9 punten.

Cartoon Network en Studio 100 TV zijn meer stabiel: beiden 0.2 punt beter dan in mei 2015.

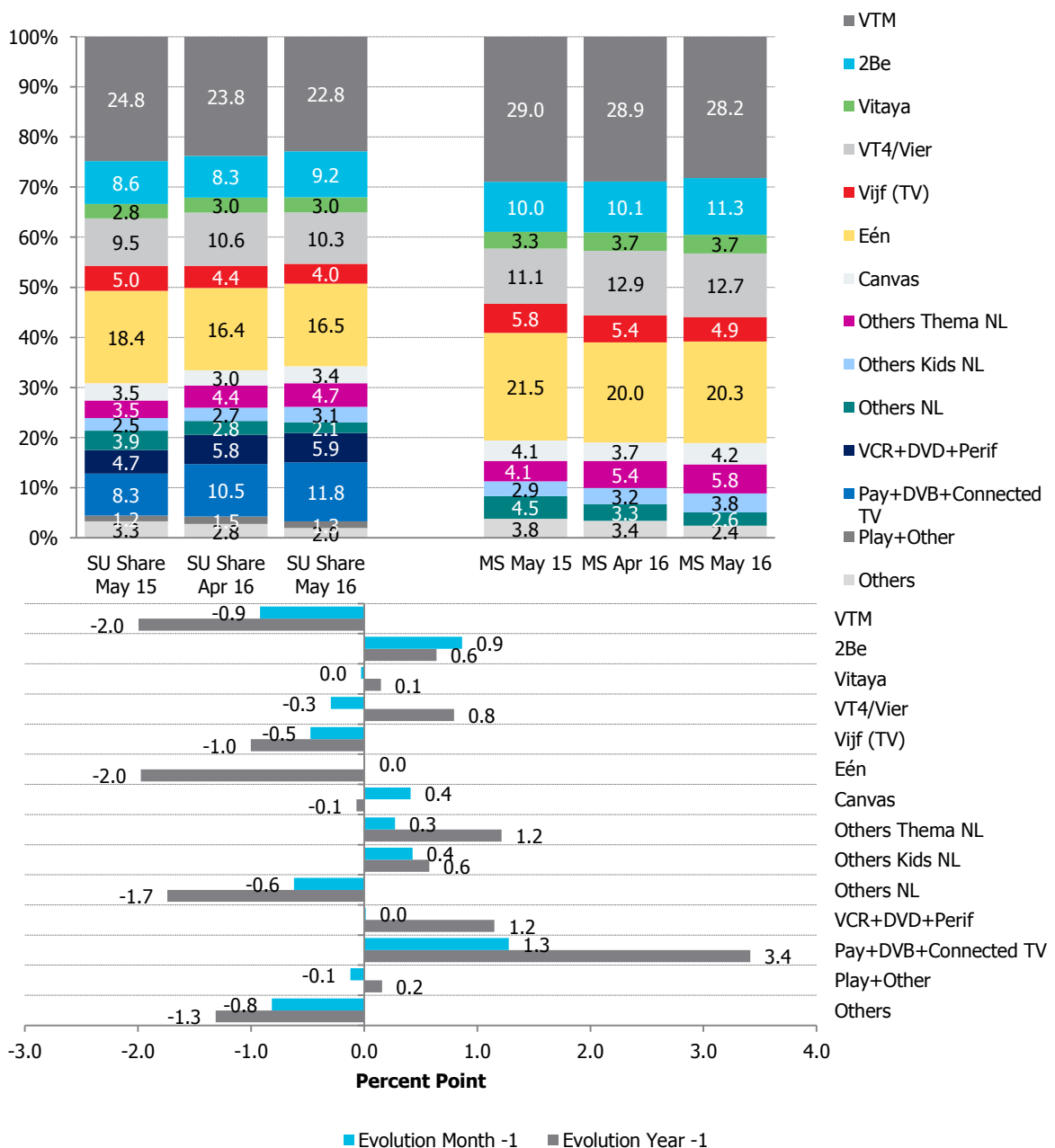
De groep Pay+DVB+Connected TV, ten slotte, ziet het aandeel stijgen ten opzichte van vorig jaar: +2.9 punten. VCR+DVD+Perif en Play+Other, daarentegen, verliezen 1.7 en 1.2 punt.



Source : Audimetrie, North, 06:00-19:00, 4-14, Live+7+Guests from 2016

De doelgroep VVA 18-44

Bij de VVA 18-44 is het 2Be die het sterkste groeit ten opzichte van april: +0.9 punt ofwel 0.6 punt meer dan vorig jaar. 2Be profiteert van verschillende films waaronder X-Men, days of future past en de finale en halve finales van de Champions' League. Op deze doelgroep stijgt Vier met 0.8 punt ten opzichte van vorig jaar. Eén en VTM daarentegen verliezen 2 punten ten opzichte van mei 2015 en Vijf 1 punt. We zien vervolgens een stijging van de groep "Others Thema NI" met 1.2 punt ten opzichte van vorig jaar. De groep Pay+DVB+Connected TV, ten slotte, wint nog eens 3.4 punten ten opzichte van vorig jaar en VCR+DVD+Perif 1.2 punt, terwijl dat Others NI 1.7 punt verliest en Others 1.3 punt.

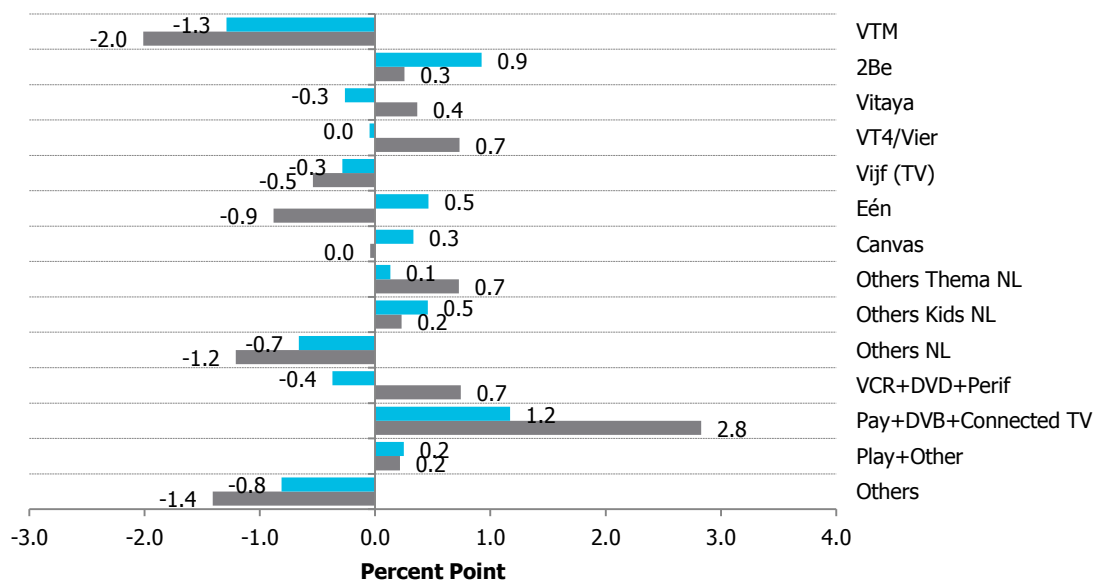
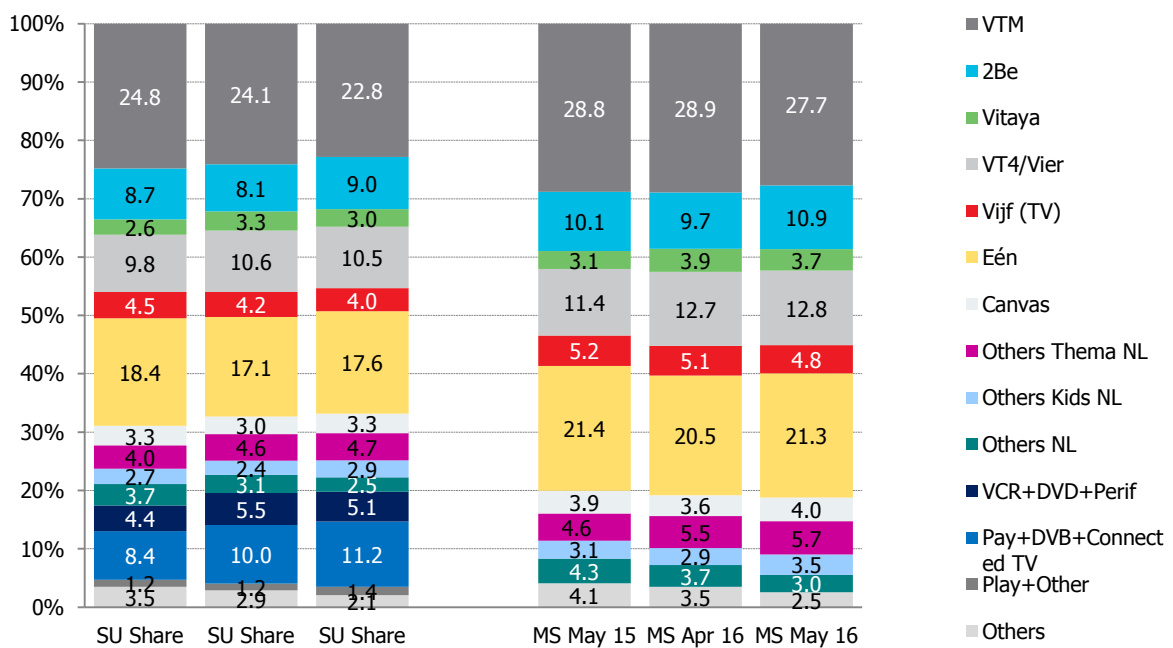


Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+7+Guests from 2016

Audimetrie: Mei 2016

De doelgroep 15-44

De zelfde tendens bij de 15-44 jarigen: 2Be stijgt het sterkste ten opzichte van april (+0.9 punt ofwel 0.3 punt meer dan vorig jaar) en Vier ten opzichte van mei 2015 (+0.7 punt). VTM, daarentegen, verliest 1.3 punt ten opzichte van april ofwel 2 punten minder dan vorig jaar. Eén is meer stabiel dan bij de VVA 18-44 (-0.9 punt ten opzichte van vorig jaar). Pay+DVB+Connected TV, ten slotte, wint 2.8 punten ten opzichte van vorig jaar, terwijl dat Others NI 1.2 punt verliest en Others 1.4 punt.

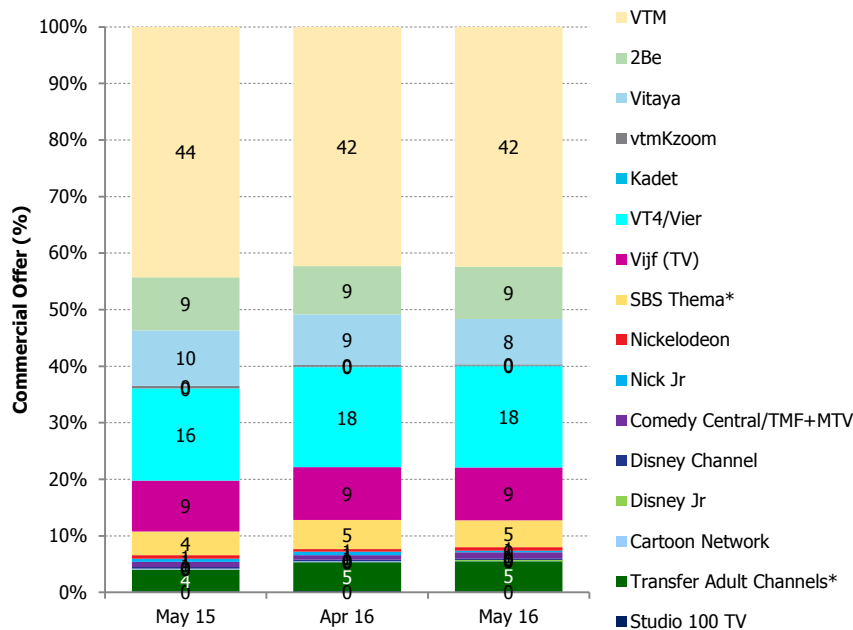


■ Evolution Month -1 ■ Evolution Year -1

Source : Audimetrie, North, 17:00-23:00, 15-44, Live+7+Guests from 2016

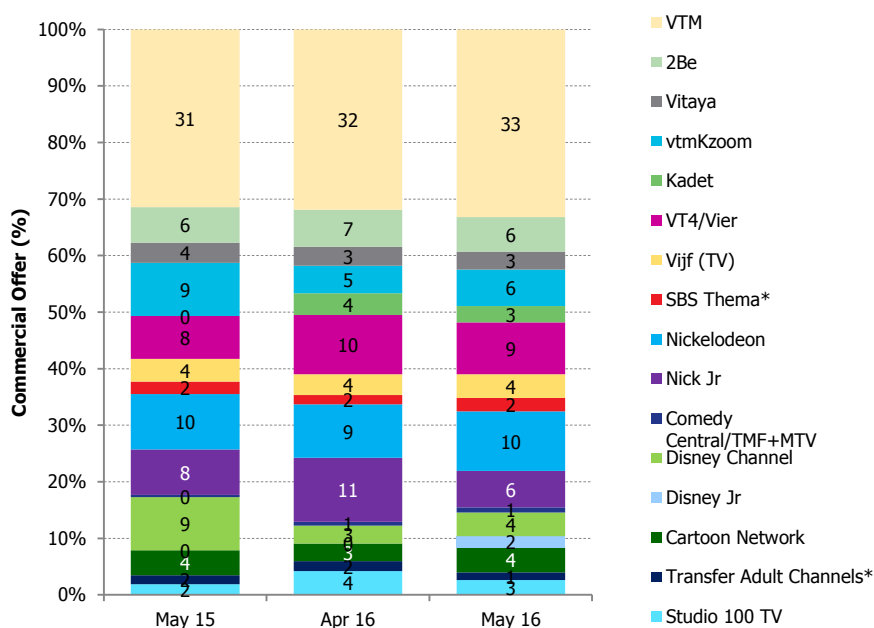
Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 15+, Com, Live+7+Guests from 2016

De doelgroep 4-14

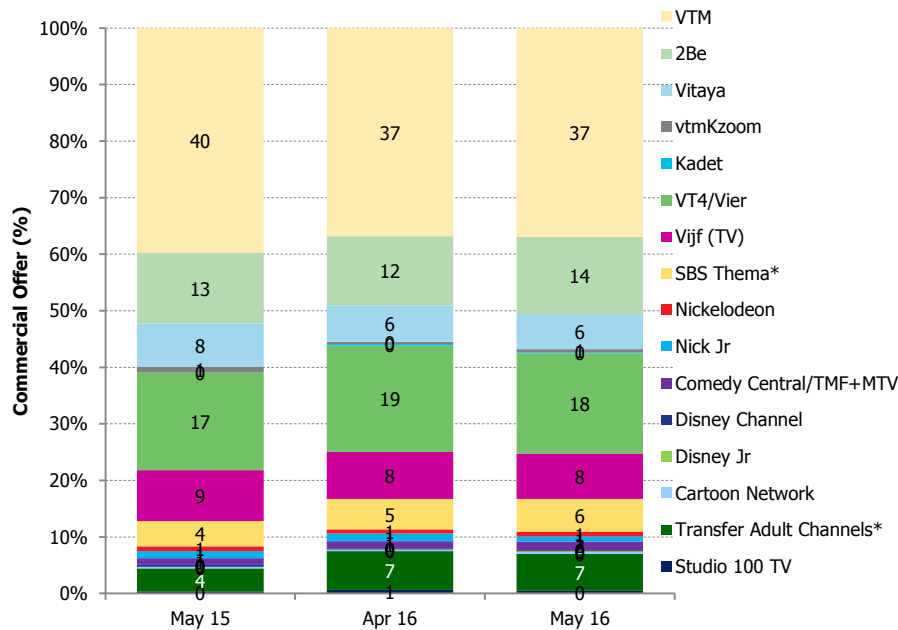


Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+7+Guests from 2016

(*) Transfer Adult Channels = Acht, National Geographic, Fox(Life), Dobbie, Kanaal Z, History, Xite, Evenaar; SBS Thema = Discovery Channel, LibelleTV, Njam! & TLC

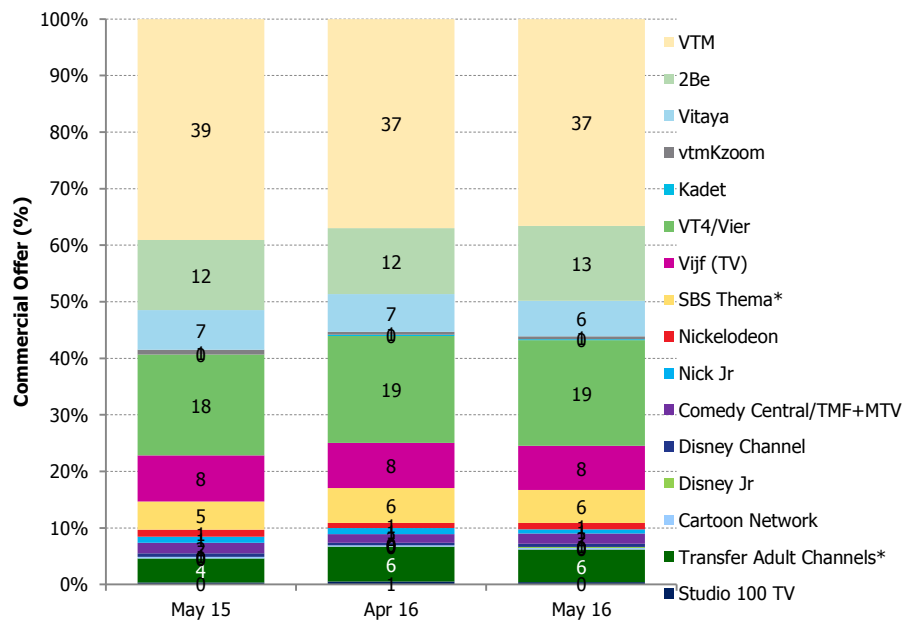
Audimetrie: Mei 2016

De doelgroep VVA 18-44



Source: Audimetrie, North, 02:00-26:00, PRA 18-44, Live+7+Guests from 2016

De doelgroep 15-44



Source : Audimetrie, North, 02:00-26:00, 15-44, Live+7+Guests from 2016

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

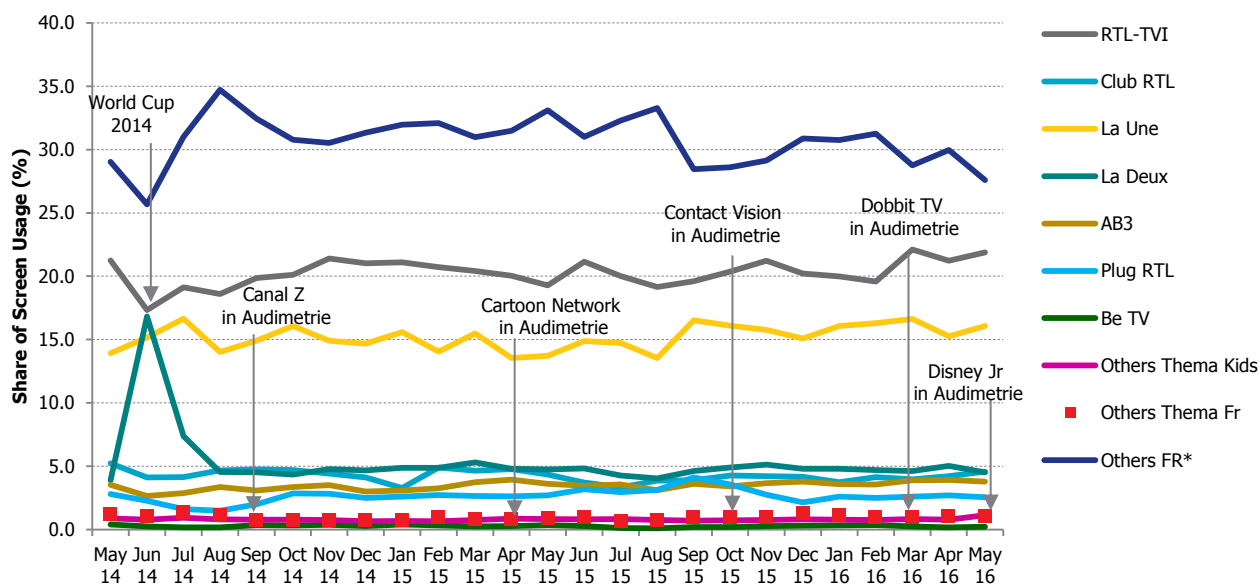
Evolutie van de maandelijkse "marktaandelen"³: Zuiden

De doelgroep 15 jaar en ouder

La Une en RTL-TVI stijgen een beetje ten opzichte van april: +0.8 en + 0.7 punt. La Une situeert zich 2.3 punten boven het niveau van vorig jaar en RTL-TVI 2.6 punten. Buiten de journaals en de speciale edities profiteert de publieke zender La Une, onder andere, van de resultaten van Jeudi en prime (459 036 "kijkers") en RTL-TVI van l'Amour est dans le pré (579 059 "kijkers").

Met name de groep Others Fr lijkt eronder te lijden: Others Fr verliest 2.4 punten ten opzichte van vorige maand ofwel 5.5 punten minder dan vorig jaar. Het is met name TF1 die achteruitgaat ten opzichte van april (-1 punt marktaandeel in de geaggregeerde kwartierdata). Ten opzichte van mei 2015 verliest TF1 1.5 punt, maar ook France 2 en France 3 verliezen (elk -1.3 punt).

We zien ten slotte een stijging met 1.8 punt voor de groep Pay+DVB+Connected TV ten opzichte van mei 2015, terwijl dat VCR+DVD+perif 1.1 punt verliest.



(*) cfr definities op pagina 15

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

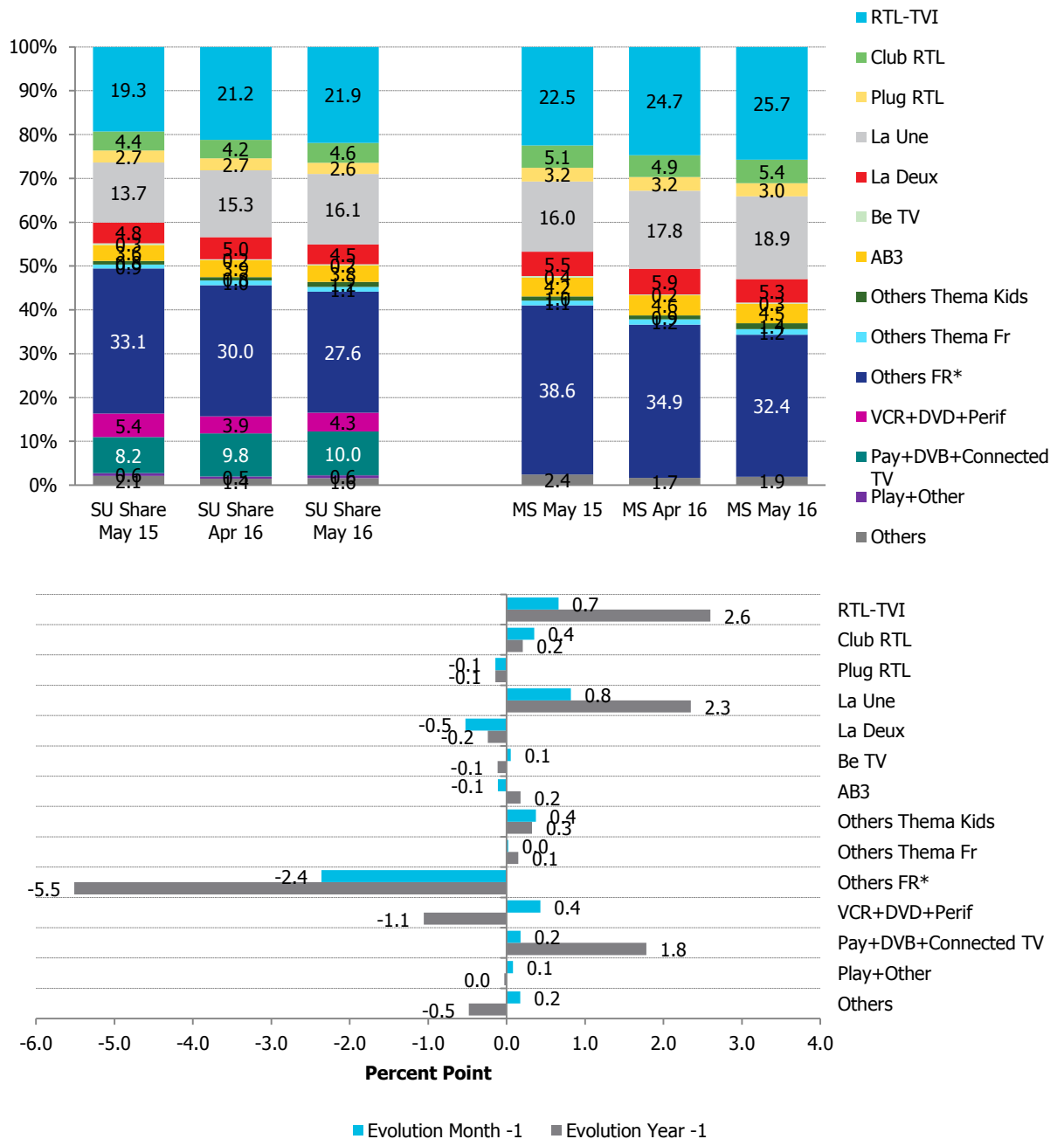
Others Thema Kids = Nickelodeon, Disney Channel, Disney Jr & Cartoon Network

Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, 15+, Live+7+Guests from 2016

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



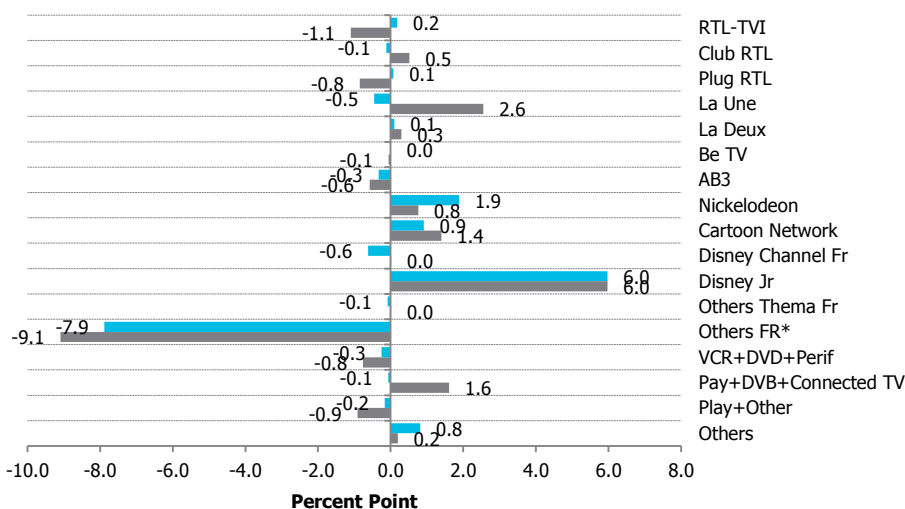
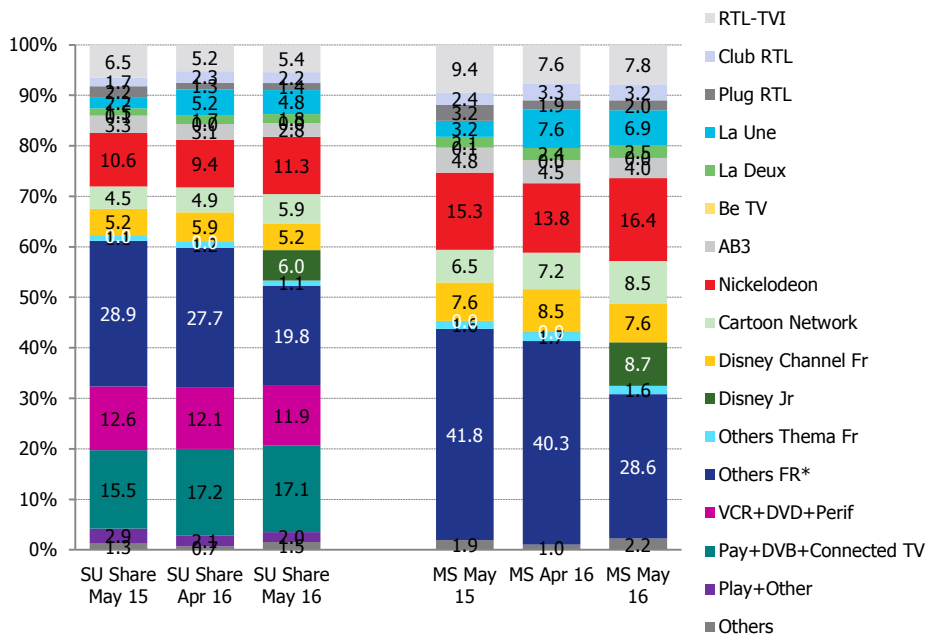
(*) cfr definities op pagina 15

Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, 15+, Live+7+Guests from 2016

⁴ Share of Screen Usage

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

Bij de 4-14 jarigen beschikken we vanaf nu ook over de zender Disney Jr in de gedetailleerde Audimetrie resultaten; de zender behaalt een aandeel van 6%. Dit verklaart voor een groot deel de grote daling van de groep "Others Fr" waar de zender tot op heden opgenomen was (-7.9 punten ten opzichte van april en -9.1 punten ten opzichte van vorig jaar). Disney Channel is eerder stabiel (-0.6 punt ten opzichte april ofwel een aandeel dat gelijk is aan dat van vorig jaar), maar Nickelodeon en Cartoon Network stijgen een beetje. Nickelodeon wint 1.9 punt ten opzichte van april en situeert zich 0.8 punt boven het niveau van vorig jaar en Cartoon Network wint 0.9 punt ten opzichte van april ofwel 1.4 punt meer dan vorig jaar.

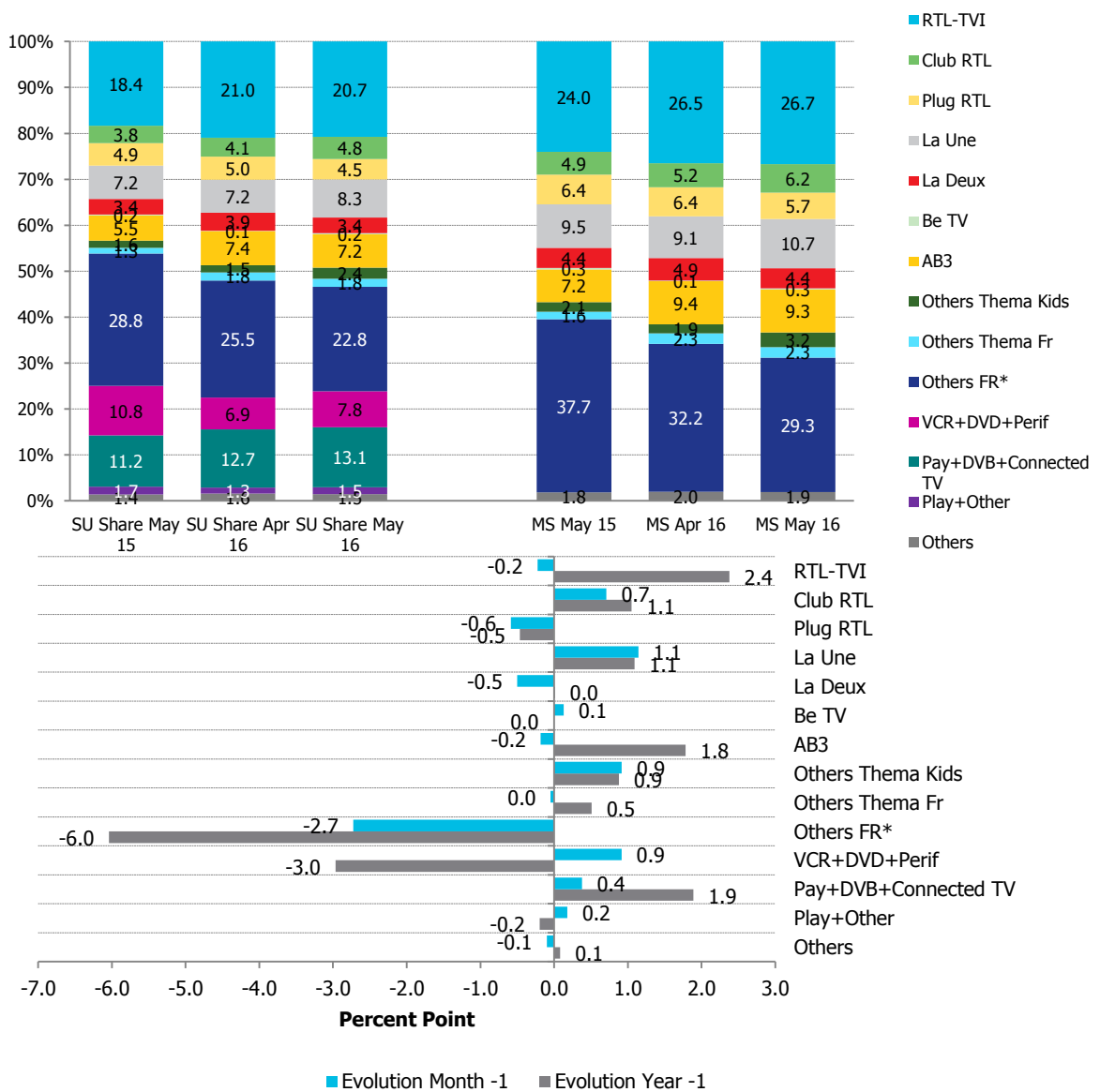


(*) cfr definities op pagina 15

Source : Audimetrie, South, 06:00-19:00, 4-14, Live+7+Guests from 2016

De doelgroep VVA 18-44

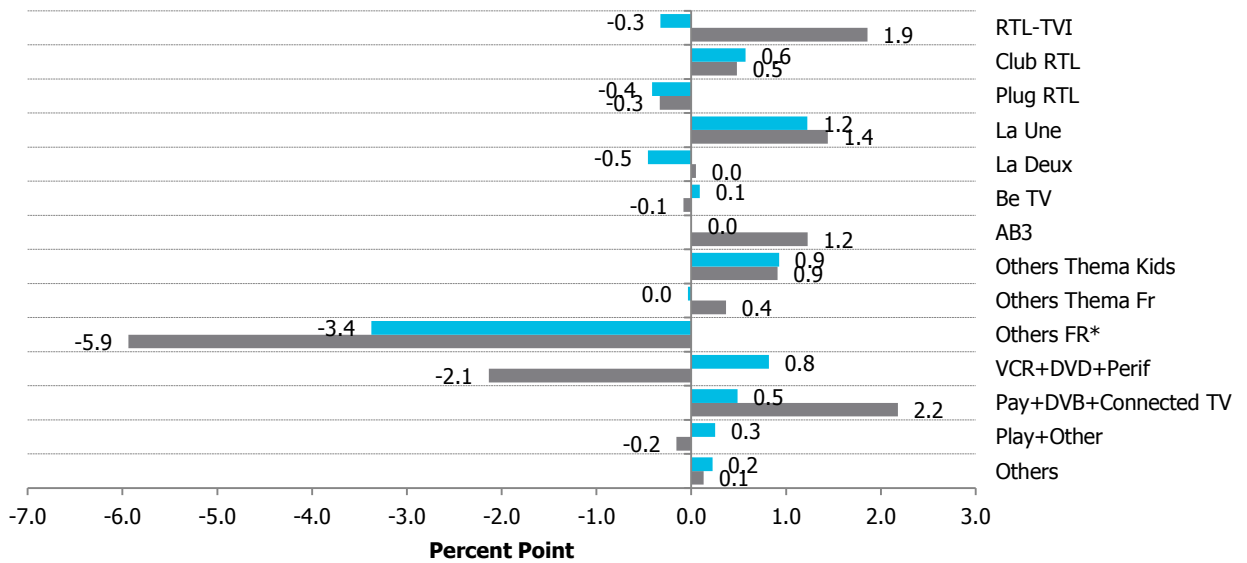
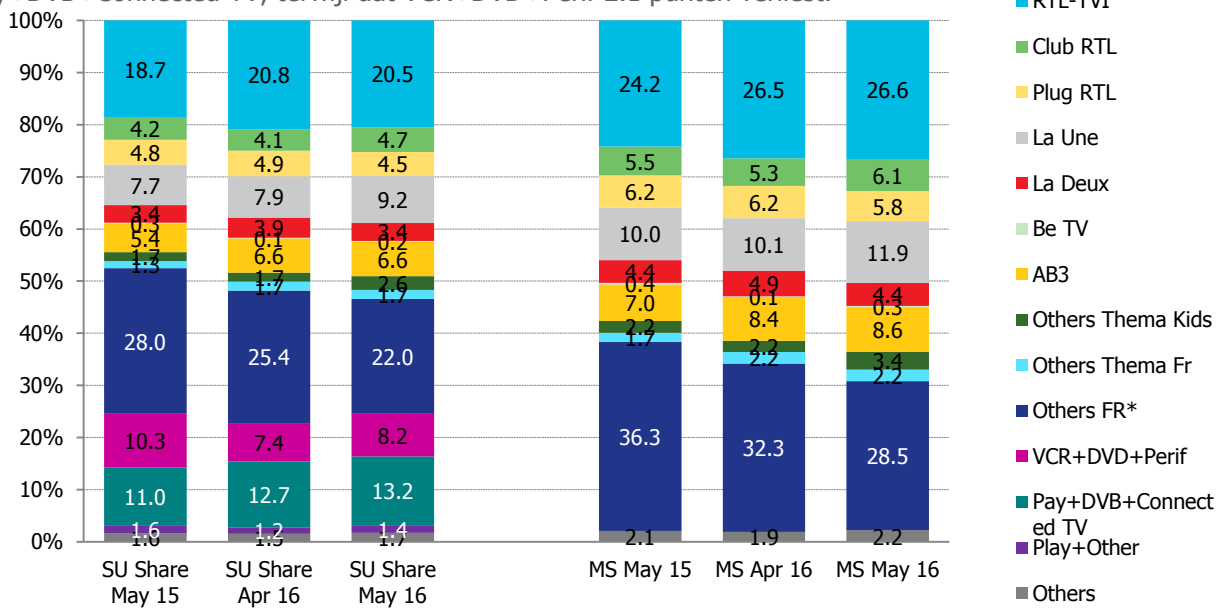
Bij de VVA 18-44, net als de 15 jaar en ouder, is het La Une die het sterkste stijgt ten opzichte van vorige maand: 1.1 punt meer en ook 1.1 punt meer dan vorig jaar. RTL-TVI behoudt het niveau van april (-0.2 punt) ofwel 2.4 punten meer dan in mei 2015. Club RTL en AB3 stijgen ook ten opzichte van vorig jaar: +1.1 en +1.8 punt. De groep Others Fr verliest 2.7 punten ten opzichte april ofwel 6.0 punten minder dan in mei 2015, voornamelijk door een daling van TF1 (-1.2 en -4.3 punt(en) marktaandeel in de geaggregeerde kwartiercijfers). Pay+DVB+Connected TV, ten slotte, wint 1.9 punt ten opzichte van vorig jaar, terwijl dat VCR+DVD+Perif 3.0 punten verliest.



(*) cfr definities op pagina 15
 Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, PRA 18-44, Live+7+Guests from 2016

De doelgroep 15-44

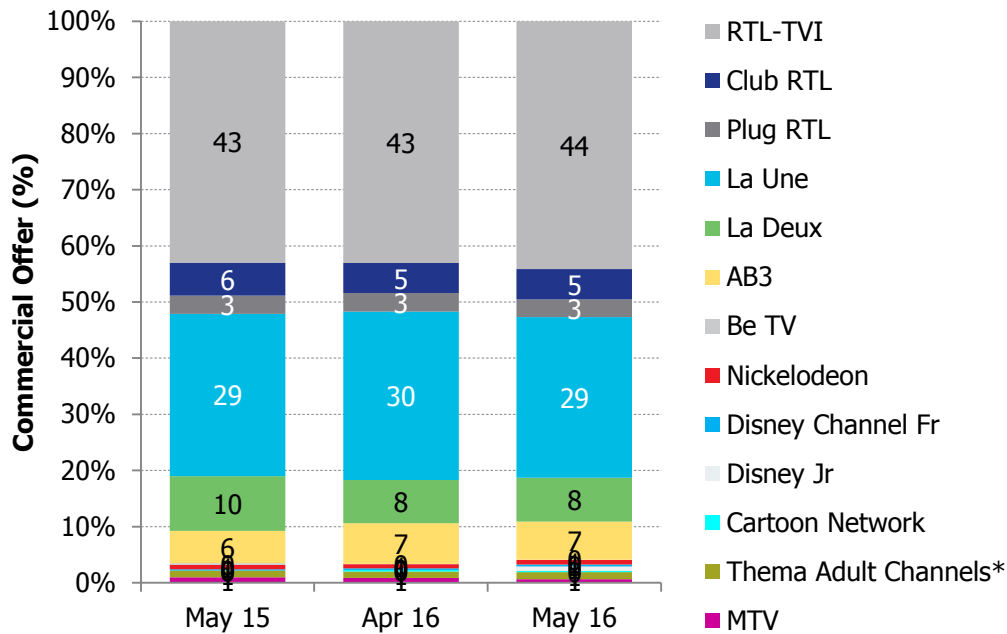
Bij de 15-44 jarigen wint La Une 1.2 punt ten opzichte van april ofwel +1.4 punt ten opzichte van vorig jaar. Ook RTL-TVI en AB3 stijgen ten opzichte van vorig jaar: +1.9 en +1.2 punt. De groep Others Fr, daarentegen, verliest 3.4 punten ten opzichte van april ofwel -5.9 punten ten opzichte van vorig jaar, nog steeds voornamelijk te wijten aan een daling van TF1 (marktaandeel in de geaggregeerde kwartiercijfers: 1.9 punt minder dan in april en 4.2 punten minder dan vorig jaar). We zien ten slotte een stijging met 2.2 punten ten opzichte van vorig jaar voor Pay+DVB+Connected TV, terwijl dat VCR+DVD+Perif 2.1 punten verliest.



(*) cfr definities op pagina 15
 Source : Audimetrie, South, 17:00-23:00, 15-44, Live+7+Guests from 2016

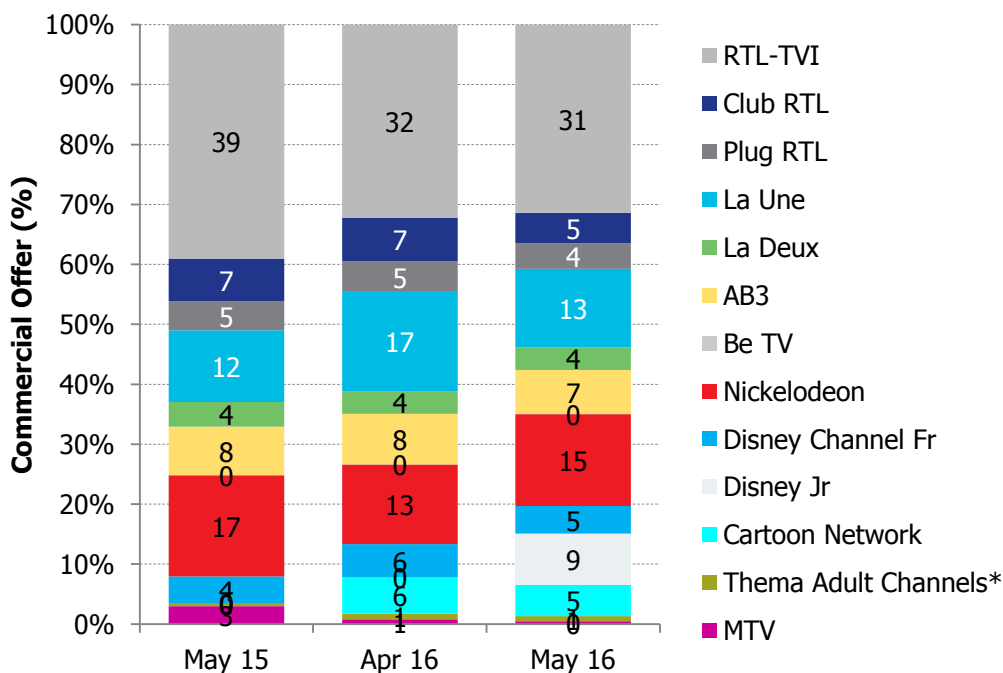
Evolutie van het commercieel aanbod ten opzichte van vorige maand en vorig jaar: zoom op enkele specifieke doelgroepen

De doelgroep 15 jaar en ouder



Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, 15+, Com, Live+7+Guests from 2016

De doelgroep 4-14

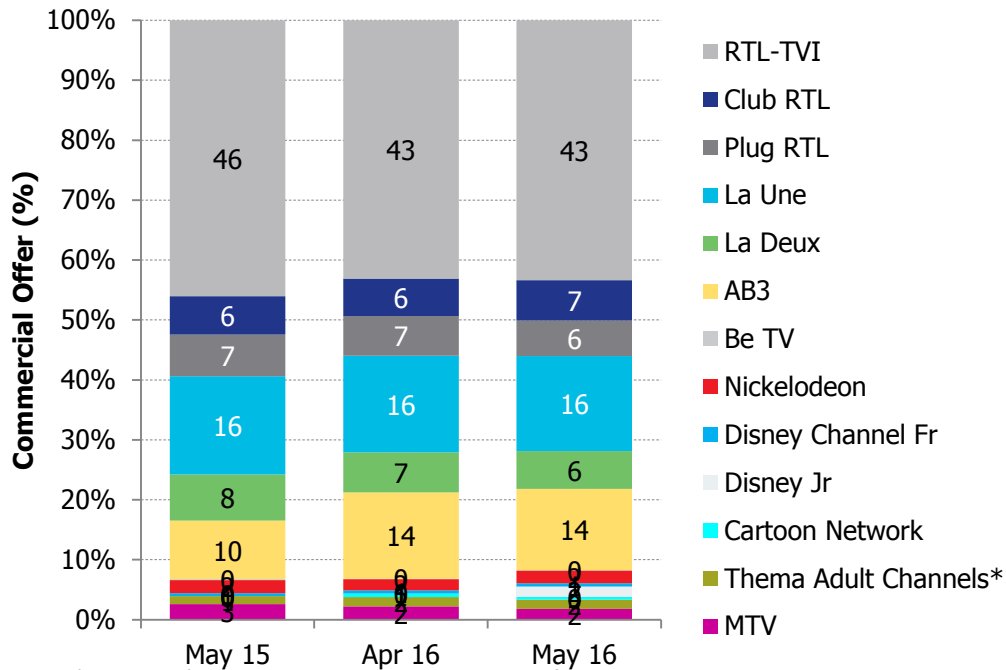


Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, 4-14, Com, Live+7+Guests from 2016.

(*) Thema Adult Channels = National Geographic + Canal Z + Contact Vision + Dobbitt TV

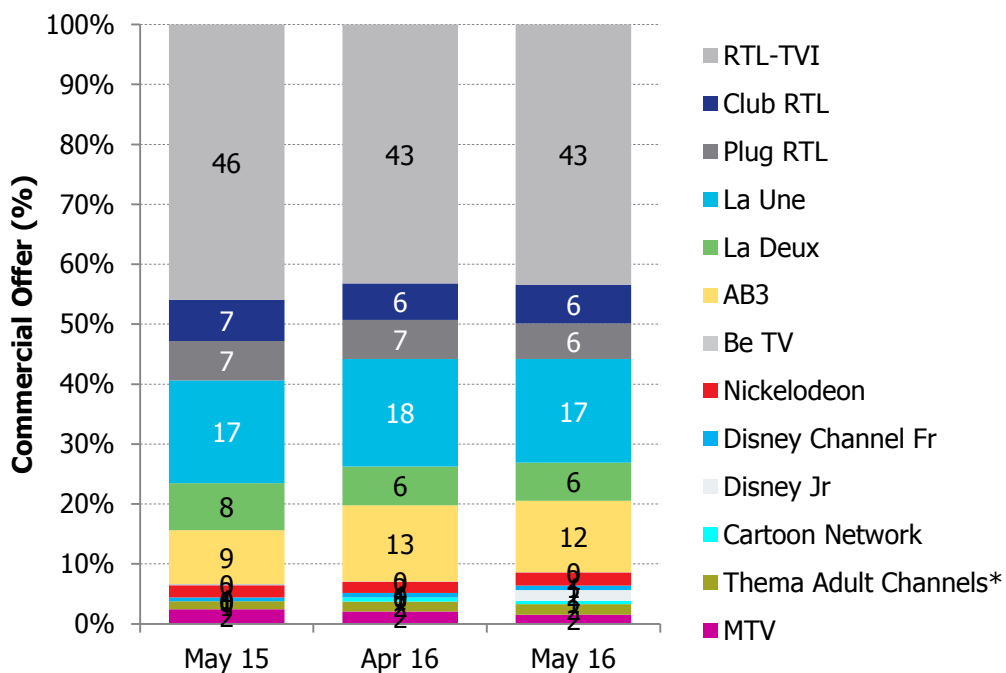
Audimetrie: Mei 2016

De doelgroep VVA 18-44



Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, PRA 18-44, Live+7+Guests from 2016

De doelgroep 15-44



Source : Audimetrie, South, 02:00-26:00, 15-44, Live+7+Guests from 2016

(*) Transfer Adult Channels = National Geographic + Canal Z + Contact Vision + Dobbitt TV

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+Perif: totaliteit van het bereik dat niet wordt toegewezen aan een identificeerbare zender en dat passeert via een decoder, een settopbox (Belgacom, Telenet, Be TV, Voo, ...) of andere apparaten die verbonden zijn met de TV en die voornamelijk gebruikt worden om films, series en DVD te kijken, zoals USB sticks, harde schijven, consoles en computers .

VCR+DVD+Connected TV: totaliteit van het bereik dat niet wordt toegewezen aan een identificeerbare zender en dat passeert via een DVD-speler, een videorecorder of een TV die aangesloten is op het Internet en dit direct (smart TV) of indirect (Chromecast, Apple TV, ...).

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	
(NL) NET5	MENT TV NL	(BE) LA3	MATELE
(NL) NICKELODEON	NPO 1	(FR) CANAL+	MCM
(NL) RTL4	NPO 2	(FR) EUROSPORT 2	NAT GEO WILD FR
(NL) RTL5	NPO 3	13IEME RUE FR	NICK JR (FR)
(NL) RTL7	PEBBLE TV NL	AB4	NO TELE
(NL) SBS6	PLATTELANDSTELEVISIE	ANTENNE CENTRE	PURE VISION
(NL) TMF	PLAYTIME	ARTE	RTC TELE LIEGE
(NL) V8	PRIME ACTION	BE 1 + 1H	RTL-TVI 20 ANS
(NL) YORIN	PRIME MOVIES&SERIES	BE CINE 1	STAR BY CINETELEREVUE
13TH STREET NL	PRIME ONE	BE CINE 2	SYFY FR
ACTUA TV	Q MUSIC	BE SERIES	TCM (FR)
ANNE	RING TV	BE SPORT 1	TELE BRUXELLES
ATV	ROB TV	BE SPORT 2	TELE MB
AVS GENT	RTV MECHELEN	BEL RTL EN TELEVISION	TELESAMBRE
BELGACOM ZOOM (NL)	RTV TURNHOUT	BELGACOM ZOOM (FR)	TELEVESDRE
BOOMERANG	SPORTING TELENET 1	BOOMERANG FR	TF1
BOOMERANG NL	SPORTING TELENET 2	CANAL C	THE SUNDANCE CHANNEL FR
BRAVA	SPORZA	CANAL J	TV BREIZH
CANAL+ NL 16/9	STORIES	CANAL ZOOM	TV COM
CARTOON NETWORK / TCM (NL)	SYFY NL	CANAL+ FR BLEU	TV LUX
DISCOVERY HD SHOWCASE	TCM (NL)	CANAL+ FR JAUNE	TV5
DISNEY CHANNEL	THE SUNDANCE CHANNEL NL	DISNEY JUNIOR FR	VOO FOOT
DISNEY XD NL	TMF DANCE	DISNEY XD FR	VOYAGE FR
E! ENTERTAINMENT NL	TNT NL	E! FR	
EEN+	TV BRUSSEL	EUROSPORT FRANCE	
EXQI SPORT CULTURE NL	TV OOST	EXQI CULTURE FR	
EXQI SPORT NL	TVL	EXQI SPORT FR	
FOCUS TV	VTM KZOOM+	FRANCE 2	
GUNKTV	WTV	FRANCE 3	
INFOKANAAL TELENET ANALOOG		FRANCE 4	
INFOKANAAL TELENET DIGITAAL		FRANCE 5	
JIM-TV		GULLI	
JUST		LCI	
KETNET+/CANVAS+		LIBERTY CHANNEL (FR)	
LACHT		M6	



Verantwoordelijke uitgevers:

Remi Boel
Marie-Ange Wilkin
Nelleke Kollqaku
Stéphanie Piret

OmnicomMediaGroup

Terhulpesteenweg 166
1170 Brussel
Tel: +32 (0) 2 661 06 00

E-mail: research.belgium@omnicommediagroup.com