

# PERSBERICHT

## Luistertijd radio blijft stijgen in dalende advertentiemarkt

De stijging van de gemiddelde luistertijd gaat onverminderd door. Sinds 2008 is er een structurele stijging te zien. Net als in het 1<sup>e</sup> kwartaal is er ook een stijging in het 2<sup>e</sup> kwartaal, waardoor de luistertijd in het 1<sup>e</sup> helft 2009 gestegen is tot 3 uur en 14 minuten.

### Gemiddelde luistertijd per dag

1<sup>e</sup> half jaar 2008                      3 uur en 11 minuten

1<sup>e</sup> half jaar 2009                      3 uur en 14 minuten

Bron: CLO Continu LuisterOnderzoek RAB/Intomart GfK doelgroep 10+ jaar 7-24 uur

De mediabestedingen blijven ook in het 2<sup>e</sup> kwartaal onder druk staan en ook radio heeft met deze gevolgen te maken. De netto radiobestedingen zijn in het 1<sup>e</sup> half jaar gedaald met 15% (van € 124.930.000 naar € 106.200.000).

RAB-directeur George Bohlander: *"Mede doordat radio op steeds meer platformen te beluisteren is, blijft de luistertijd onverminderd stijgen. Op 6 oktober zal RAB tijdens een In2Radio bijeenkomst de opmerkelijke resultaten bekend maken van het onderzoek naar het gebruik van de verschillende radioplatforms. De netto bestedingen blijven ook bij radio onder druk staan, waarbij er bij de radiobestedingen een aantal opvallende verschuivingen bij de adverteerdersbranches heeft plaatsgevonden. De top 4 branches (transport, retail, financiële dienstverlening en overheid) zijn in het 1<sup>e</sup> half jaar qua belang vergelijkbaar. Vorig jaar was de financiële dienstverlening duidelijk nummer 1. Nu is transport de grootse branche bij radio. De auto-adverteerders zetten zwaar in op radio. Dit is tegengesteld aan de ervaringen van andere mediumtypen. Dit is het gevolg van de directe call-to-action die radio biedt en de uitstekende kostenefficiëntie en de snelle opbouw van bereik".*

---

RAB (Radio Advies Bureau) heeft tot doel hét kenniscentrum te zijn voor iedereen die zich beroepsmatig bezighoudt met radio als reclamemedium. RAB treedt op als vertegenwoordiger van de landelijke en regionale publieke en commerciële radiostations en heeft tot doel met deze bundeling van krachten de ontwikkeling van het vakgebied van radio te stimuleren. RAB is hoofdopdrachtgever van het Continu LuisterOnderzoek en biedt ondersteuning aan adverteerders, reclame- en mediabureaus om effectieve en creatieve radioreclame te maken.

---

Noot voor de redactie: Voor vragen kunt u contact opnemen met RAB directeur George Bohlander, tel: 020-3451596 of 06-24109497 of via e-mail: gc.bohlander@rab.fm.