

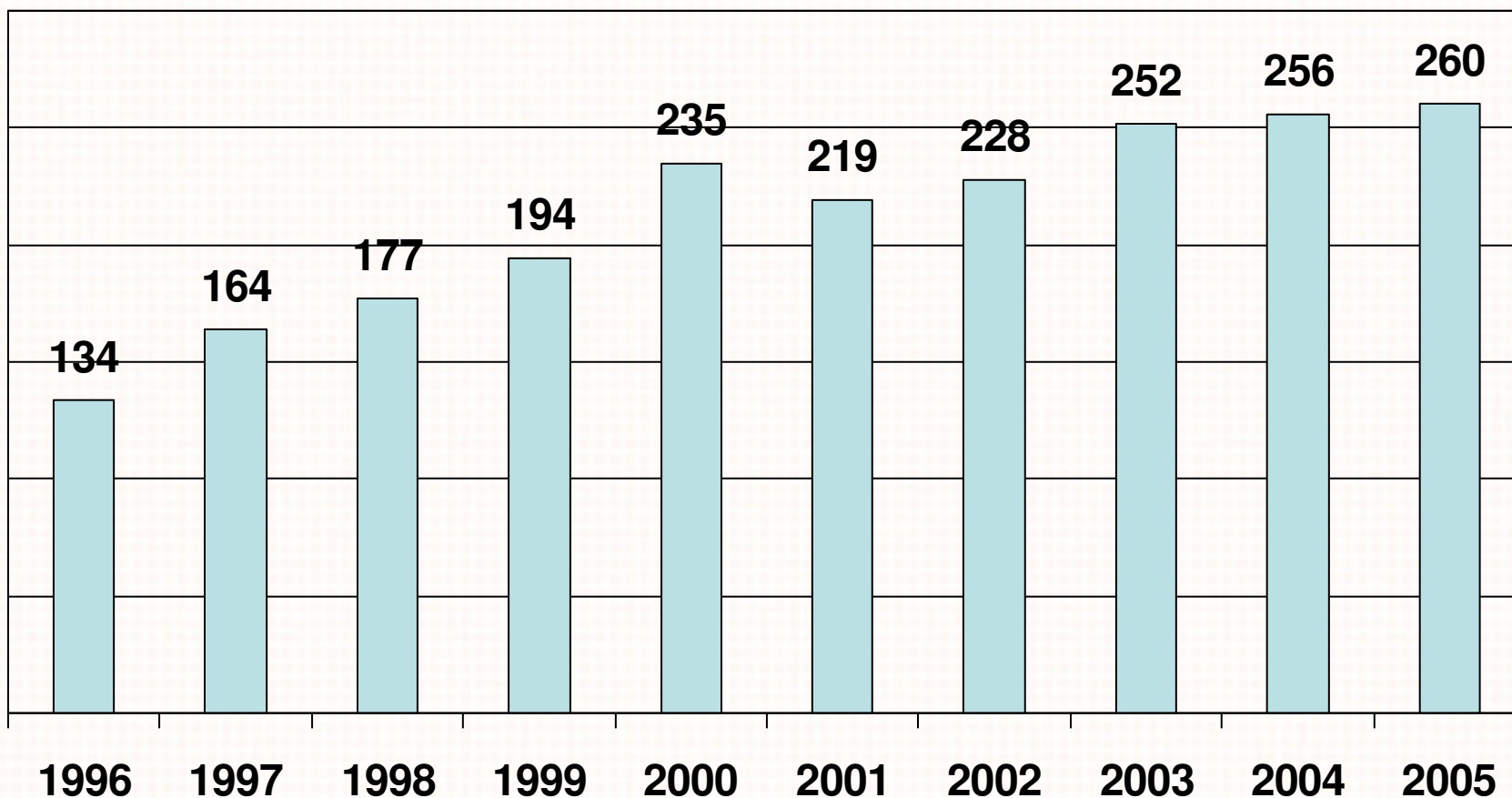
# Radio in Beeld

Trends & Ontwikkelingen  
2007

# Onderwerpen

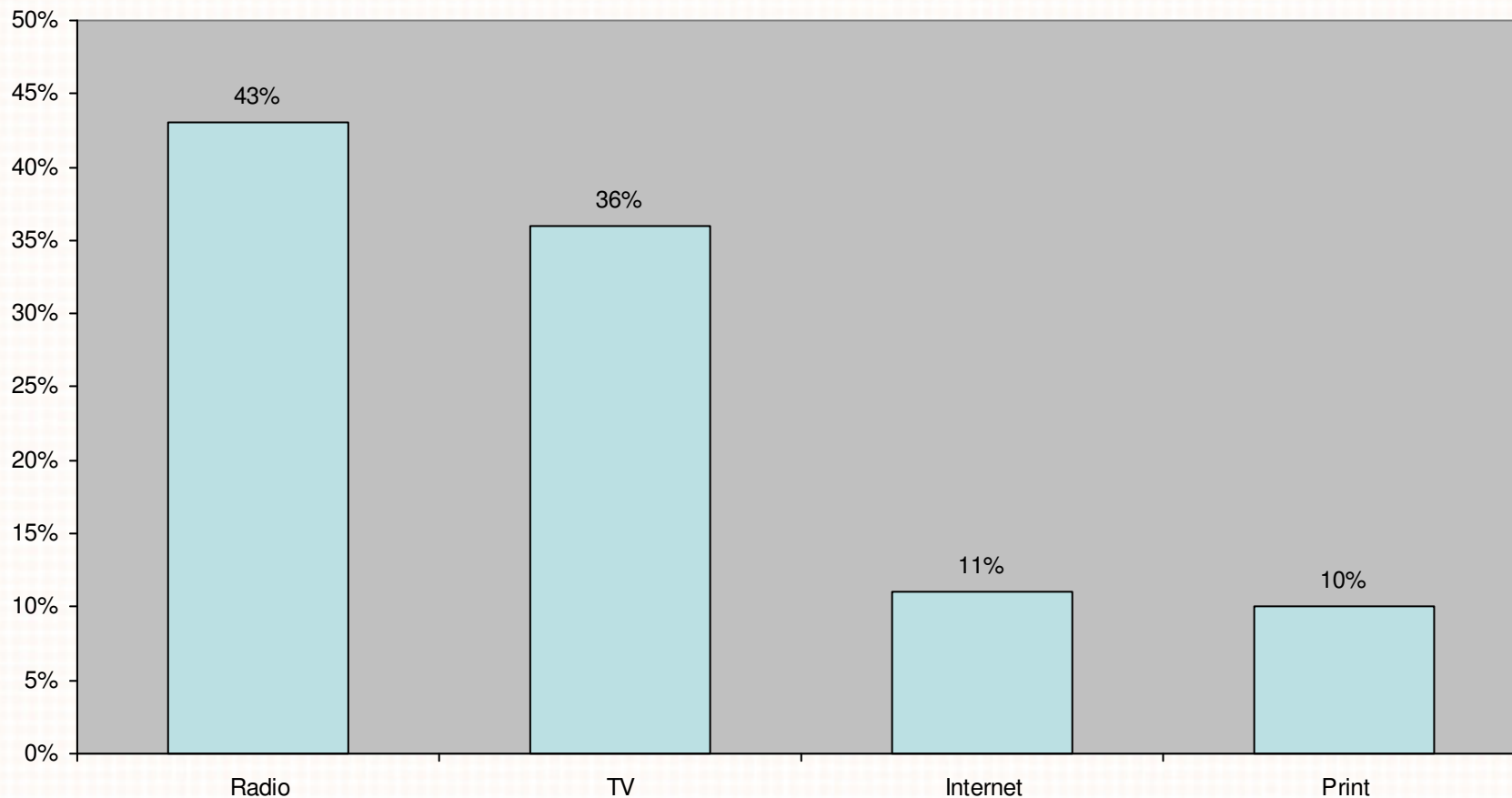
- Radio-omzet vanaf 1996
- Media Tijdbesteding 2007
- Bezit radio en hoe luisteren we?
- Top 10 branches en adverteerders radio
- Luisterplaats naar doelgroep
- Weekbereik per station
- Radio zappbestendig medium

# Radio-omzet x 1 mio euro



Bron: Nielsen Media Research

# Media tijdbestedingsonderzoek 2007



Bron: STIR 2007

# Bezit radio's

	<u>2005</u>	<u>2006</u>
Gem. aantal radio's	2,2x	2,2x
Bezit radio's	95,7%	94,5%
Op kabel aangesloten	70,2%	67,9%

Bron: Radio basisonderveraging IntomartGfK

# Hoe luisteren we?

Wel eens luisteren via:

	<u>2005</u>	<u>2006</u>
- FM	81,9%	82,1%
- AM	20,3%	19,1%
- Kabel	67,8%	64,4%
- Internet	19,3%	23,4%

Bron: Radio basisonderzoek IntomartGfK

# Stijging radio luisteren via internet

## Stijging van 5,6% luisteren naar de radio

- 2005 21,5 uur per week
- 2006 22,7 uur per week

## Sterke stijging in luisteren naar radio via internet\*

- 2005 19,3 % 100
- 2006 23,4% 121

\* Wel een luisteren naar de radio via internet

## 20% bezoekt wel eens een website na radioreclame

Bron: Radio basisondervervraging 2005-2006 IntomartGfK

# Top 10 Branches Radio

	<u>Totaal x €1.000</u>	<u>Aandeel %</u>
1. Financiële dienstverlening	86.280	19%
2. Telecom/ICT bedrijven	65.753	15%
3. Media	44.468	10%
4. Retail	42.588	9%
5. Transportmiddelen	39.232	9%
6. Overige producten/diensten	30.010	7%
7. Horeca, toerisme, recreatie	28.321	6%
8. Zakelijke dienstverlening	25.089	6%
9. Educatie	20.979	5%
10. Overheid	18.539	4%

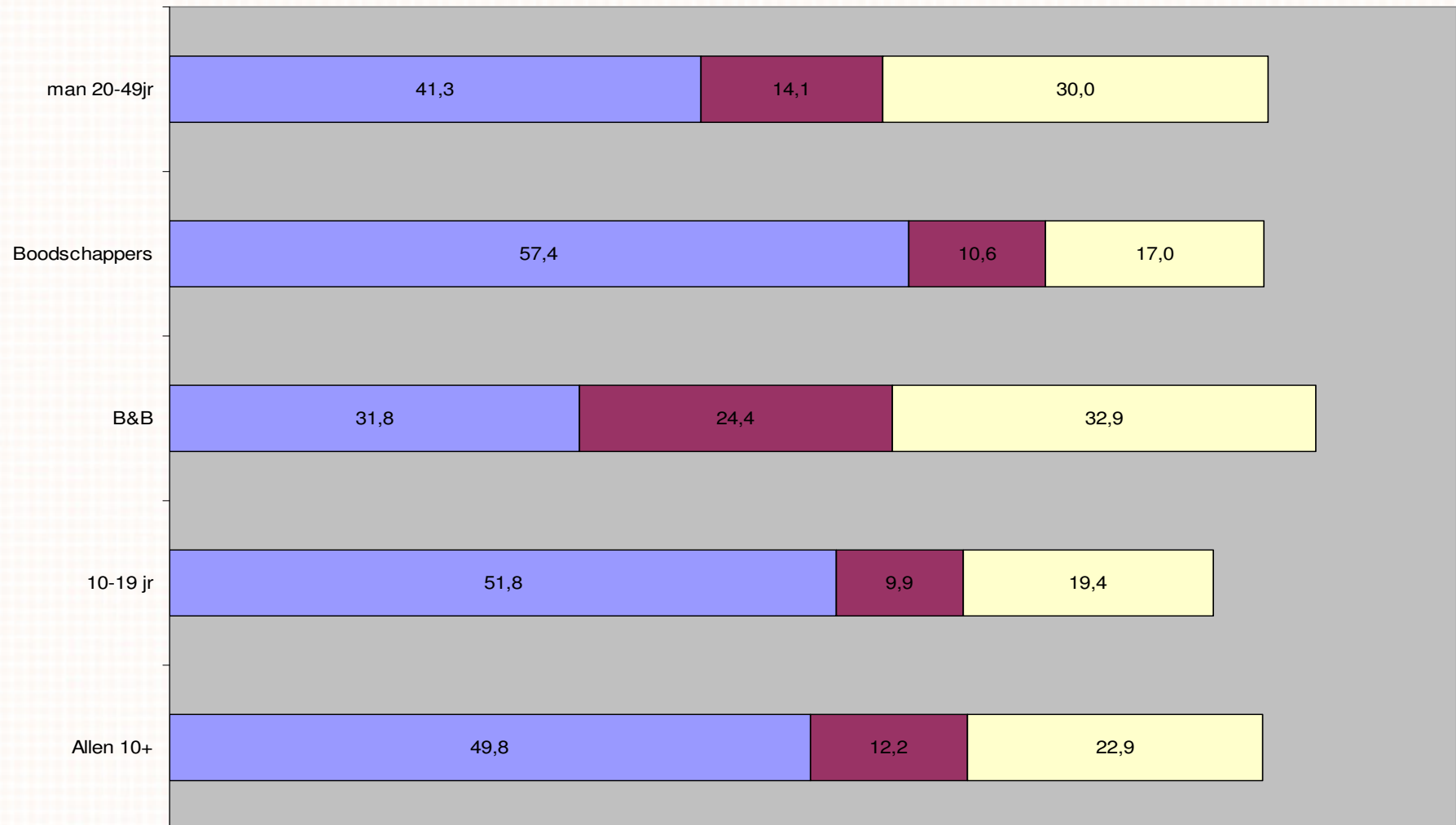
Bron: Nielsen Media Research 2005

# Top 10 adverteerders hoogste bestedingsaandeel radio

1.	ANWB	27%
2.	Orange	25%
3.	Citroën	23%
4.	Staatsloterij	22%
5.	Renault/Nissan	22%
6.	ABN AMRO	19%
7.	Planet Media	19%
8.	Rabo Bank	19%
9.	Postbank	18%
10.	T-Mobile	17%

Bron: Nielsen Media Research 2005

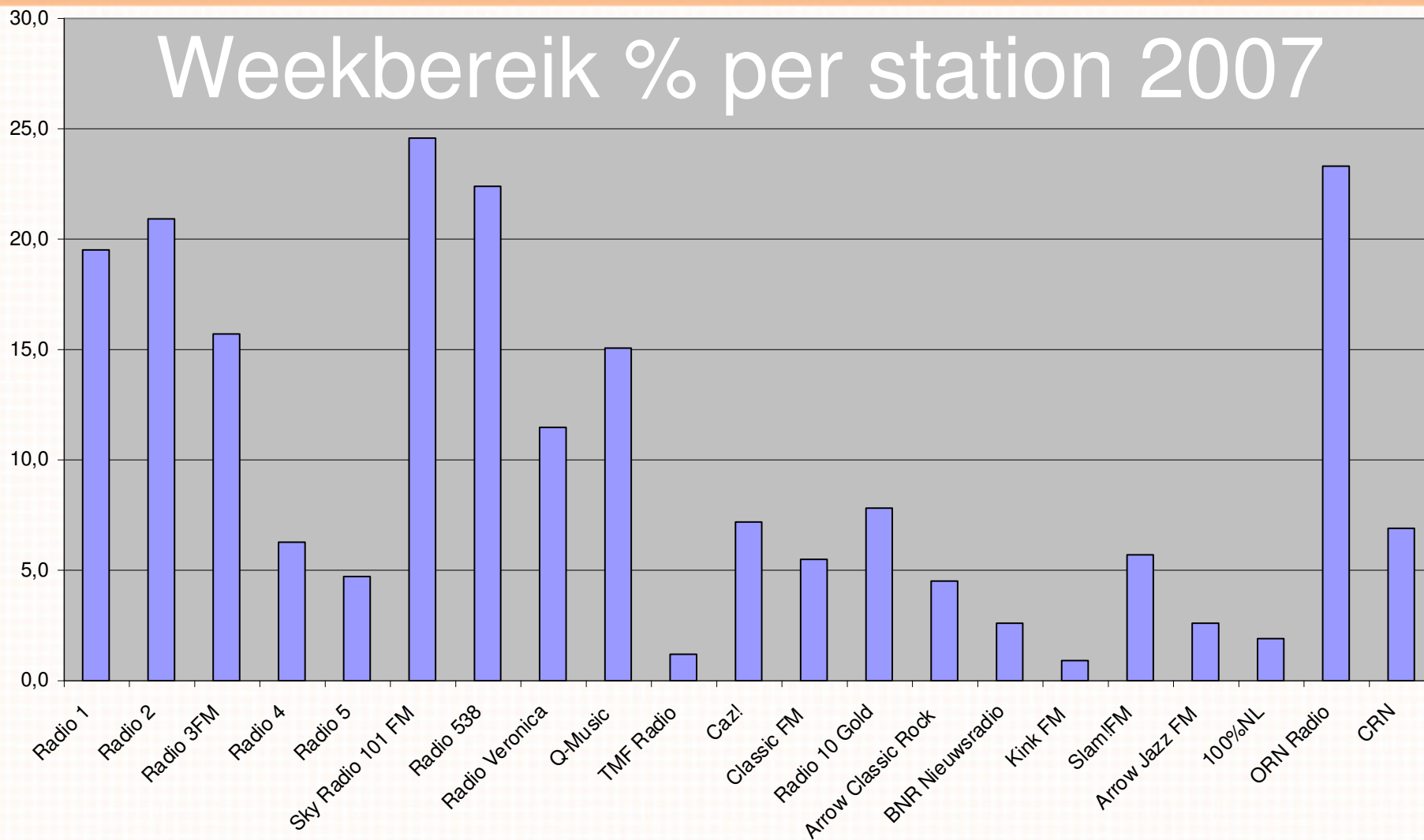
# Luisterplaats Radio



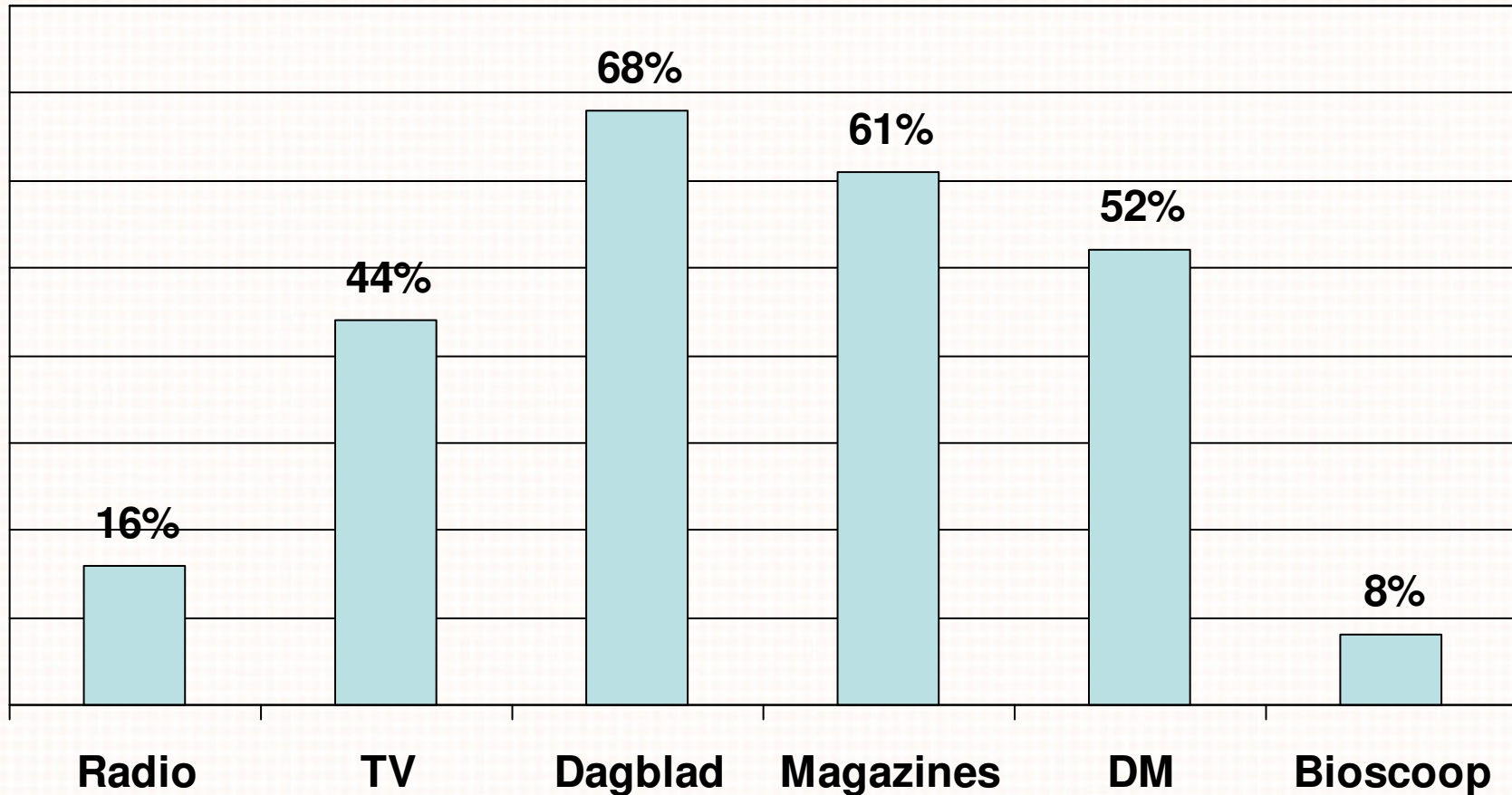
Bron: CLO IntomartGfK mrt/apr 2007 week 0700-2400

■ Thuis ■ Auto □ Werk

# Weekbereik % per station 2007

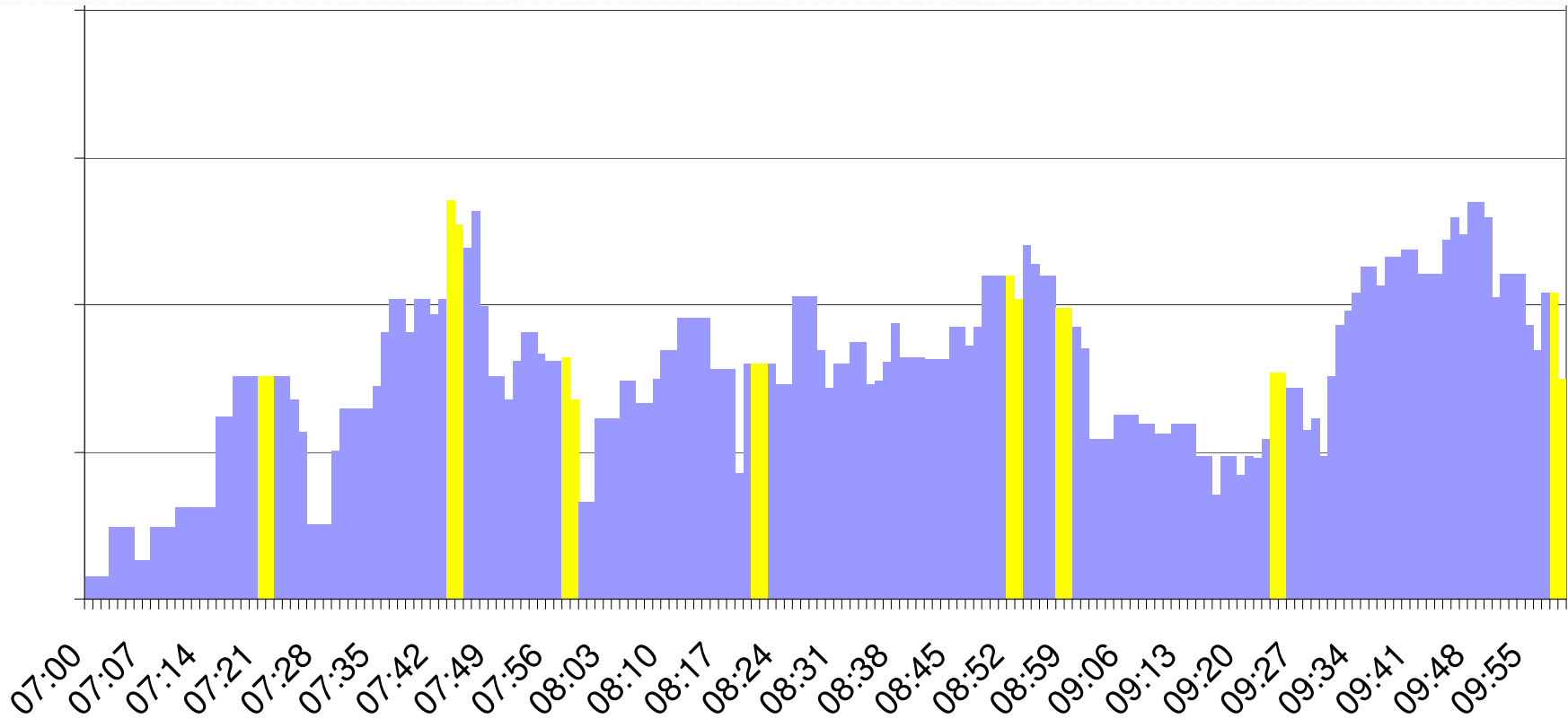


# Reclame-ontwikijing per mediumtype

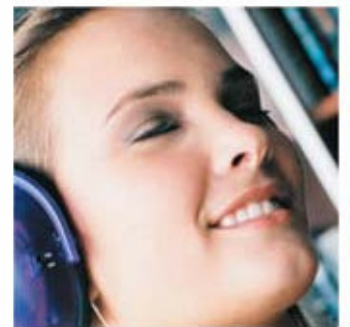


Bron: Clark Chapman Research RAB UK 2006 'you can't close your ears'.

# Radio een zapbestendig medium



Bron: PPM Noorwegen TNS Gallup 2006



**RADIO JE KUNT ER NIET OMHEEN !**