



PERSBERICHT

Radioreclamebestedingen eerste half jaar ruim 103 miljoen Non-spot aandeel stijgt

De netto radioreclamebestedingen in het eerste half jaar van 2012 komen uit op 103,3 miljoen euro, dit is een daling van bijna 5,5 miljoen ten opzichte van het vorig jaar. De non-spot bestedingen stegen met maar liefst 14% naar 6,5 miljoen euro. Dit blijkt uit cijfers van het Radio Advies Bureau (RAB).

In het tweede kwartaal waren de netto reclamebestedingen op radio 55,9 miljoen waarvan 3,8 miljoen non-spot en daarmee is het aandeel non-spot 6,8% op de totale netto bestedingen. Non-spot vormt een groeiend onderdeel van de reclamebestedingen. Non-spot is de verzamelterm voor alle vormen van (radio-)reclame buiten het reclameblok, zoals sponsoring, audioboarding en branded radio.

Voorzitter RAB Arian Buurman: *"Radio is uitermate geschikt voor non-spot reclame, met name door de sterke band die luisteraars met hun favoriete station hebben. Het ene product leent zich er meer voor dan het andere en voorwaarde is uiteraard wel dat het merk en product bij het programma passen."*

Het RAB (Radio Advies Bureau) is hét kenniscentrum 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 stimuleert met deze bundeling van krachten de ontwikkeling van het vakgebied radio. RAB is één van de opdrachtgevers van het Nationaal Luister Onderzoek (NLO) 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 Irma Treur, tel: 020 – 3451596 of via e-mail: info@rab.fm.

Amstelveen, 24 augustus 2012