

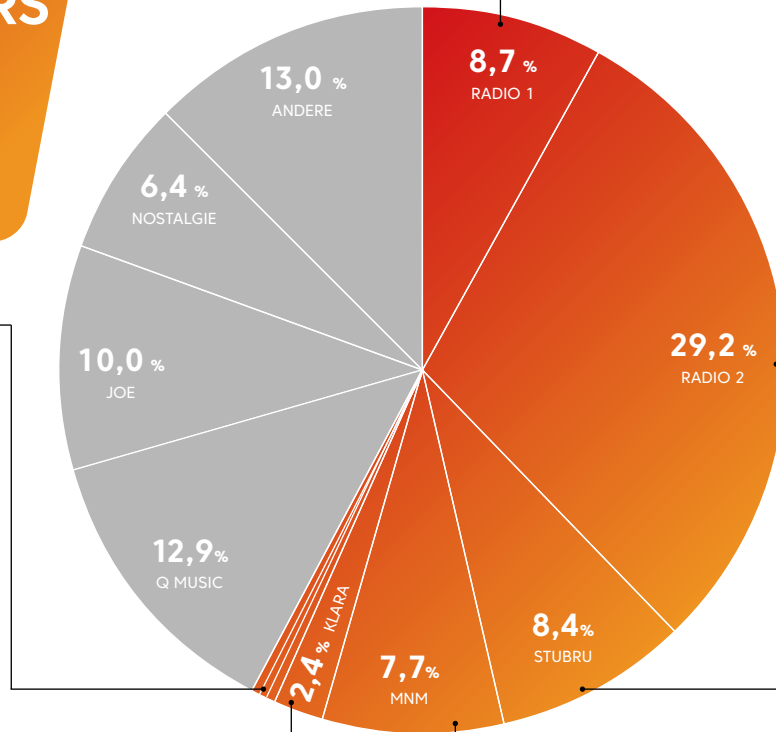
PRESENTEERT DE CIM-LUISTERCIJFERS

Release: 22 juni 2022
Periode: januari - april 2022

(CIM RAM, Noorden, mediaplanningsgolf mei'21-apr'22, ma-zo, 6-22u)



Actua en duiding, informeert en inspireert
Kerndoelgroep 30+ SG1-3
Weekbereik: 30,2%
Marktaandeel: 15,1%



radio2

De grootste zender van Vlaanderen
Kerndoelgroep 35-64
Weekbereik: 29,5%
Marktaandeel: 21,3%



Eigenzinnig en voor jonge actieven
Kerndoelgroep 18-44
Weekbereik: 23,5%
Marktaandeel: 16,7%



Ontspannende hitradio
Kerndoelgroep 18-44
Weekbereik: 30,3%
Marktaandeel: 14,9%

DIGITAL ONLY (DAB+/STREAMING)

De beste hits, non-stop
12+

Weekbereik: 183.573
Luisterduur/dag: 2u31min



Tijdloze pop en rock
12+

Weekbereik: 54.197
Luisterduur/dag: 3u27min



Focus op muziek van bij ons
12+

Weekbereik: 19.238
Luisterduur/dag: 2u11min



RADIO IN VLAANDEREN

4.135.274

personen luisteren elke dag

4u15min

gemiddeld naar radio

90%

weekbereik bij 12+
(= 5.149.322 Vlamingen)

87%

weekbereik bij 12-24

WAAR LUISTEREN VLAMINGEN?*



65% thuis



14% in de auto



16% op het werk

HOE LUISTEREN VLAMINGEN?*



76% FM/DAB+



20% internet

* % van het totaal aantal luisterminuten (4% unknown)

SUPERSELEXY: DE STERKSTE COMBINATIE VOOR JOUW DOELGROEP

18-44	Stu Bru	+	MNM music and more	+	MNM hits	+	Stu Bru Tijdloze	=	49%		
18-54	Stu Bru	+	MNM music and more	+	radio2	+	MNM hits	+	Stu Bru Tijdloze	=	55%
18-64	Stu Bru	+	MNM music and more	+	radio2	+	MNM hits	+	Stu Bru Tijdloze	=	55%
Kaderleden	Stu Bru	+	RADIO 1	+	MNM hits	+	Stu Bru Tijdloze	=	57%		

(weekbereik)



HET JUISTE
MEDIAPLAN VOOR
JE MERK?

Contacteer ons via
var.be/contact