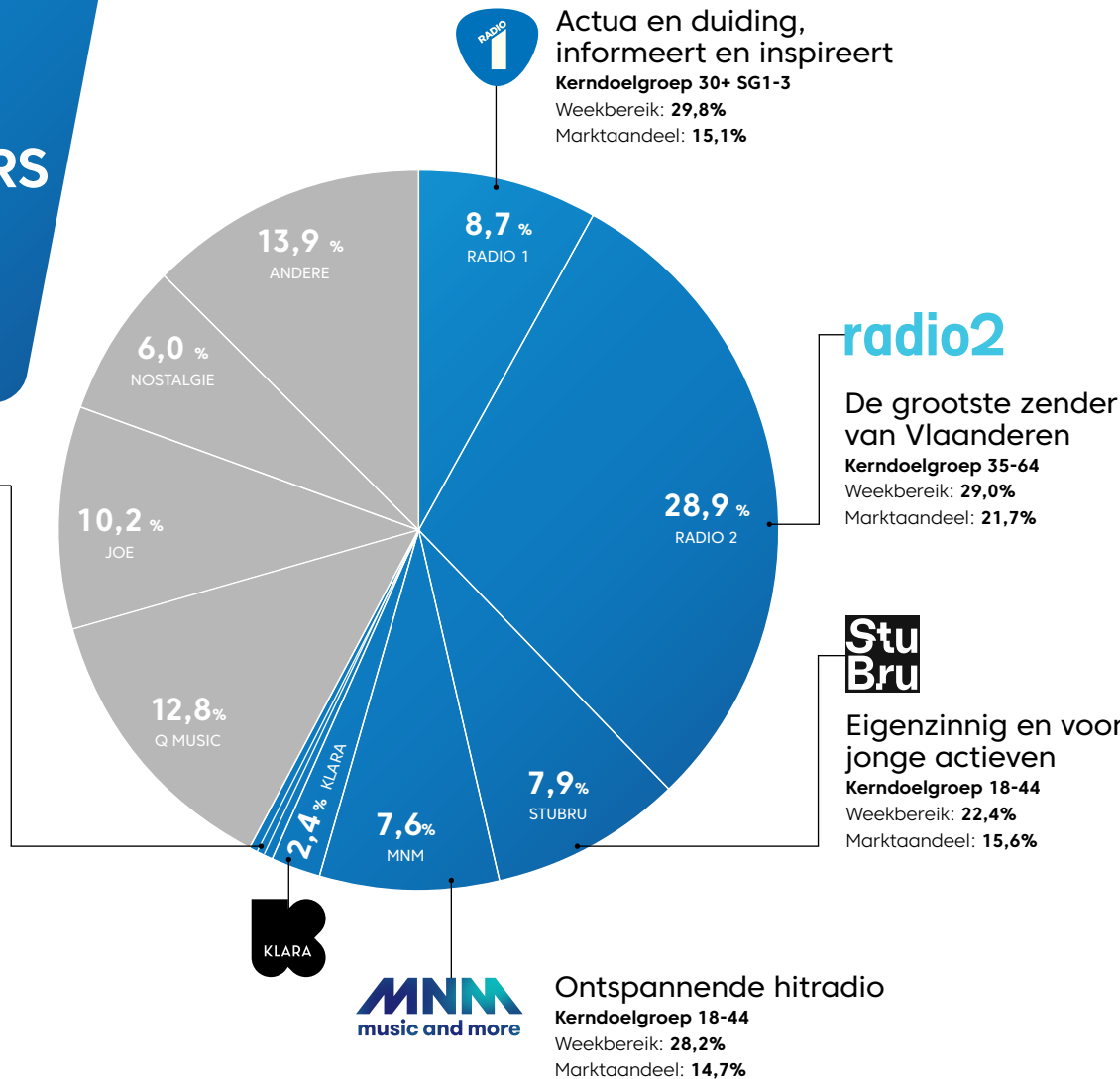


PRESENTEERT DE CIM-LUISTERCIJFERS

Release: 19 oktober 2022
Periode: mei - augustus 2022

(CIM RAM, Noorden, mediaplanningsgolf sep'21-aug'22, ma-zo, 6-22u)



1
RADIO 1

Actua en duiding, informeert en inspireert
Kerndoelgroep 30+ SG1-3
Weekbereik: 29,8%
Marktaandeel: 15,1%

radio2

De grootste zender van Vlaanderen
Kerndoelgroep 35-64
Weekbereik: 29,0%
Marktaandeel: 21,7%

Stu Bru

Eigenzinnig en voor jonge actieven
Kerndoelgroep 18-44
Weekbereik: 22,4%
Marktaandeel: 15,6%

KLARA

MNM
music and more

Ontspannende hitradio
Kerndoelgroep 18-44
Weekbereik: 28,2%
Marktaandeel: 14,7%

DIGITAL ONLY
(DAB+/STREAMING)

De beste hits, non-stop
12+

Weekbereik: 175.683
Luisterduur/dag: 2u36min

MNM hits

Tijdloze pop en rock
12+

Weekbereik: 78.288
Luisterduur/dag: 3u30min

Stu Bru De Tijdloze

Focus op muziek van bij ons
12+

Weekbereik: 32.511
Luisterduur/dag: 2u47min

radio2 benebene

RADIO IN VLAANDEREN

4.122.851

personen luisteren elke dag

4u 14min

gemiddeld naar radio

89% weekbereik bij 12+
(= 5.129.287 Vlamingen)

86% weekbereik bij 12-24

WAAR LUISTEREN VLAMINGEN?*



65%
thuis



14%
in de auto



16%
op het werk

HOE LUISTEREN VLAMINGEN?*



74%
FM/DAB+



21%
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 De Tijdloze	=	47%
18-54	Stu Bru	+	MNM music and more	+	radio2	+	MNM hits	+	Stu Bru De Tijdloze = 52%
18-64	Stu Bru	+	MNM music and more	+	radio2	+	MNM hits	+	Stu Bru De Tijdloze = 54%
Kaderleden	Stu Bru	+	1	+	MNM hits	+	Stu Bru De Tijdloze	=	55%

(weekbereik)



**HET JUISTE
MEDIAPLAN VOOR
JE MERK?**

Contacteer ons via
var.be/contact