



CIM TV
Marktaandeelen

2016

Specificaties bij de marktaandelen per zender op jaarbasis:

- Alle zenders die deelnemen aan de CIM TV-studie worden opgenomen.
- Alle andere zenders die in 2016 minstens 1% marktaandeel halen op de totale bevolking van 4 jaar en ouder (gasten inbegrepen), berekend op een volledige dag, worden eveneens opgenomen. Voor deze zenders wordt er geen marktaandeel per commerciële doelgroep weergegeven.
- Alle kijkers van 4 jaar en ouder + eventuele gasten in Vlaanderen en Nederlandstalig Brussel (voor Noord). Alle kijkers van 4 jaar en ouder + eventuele gasten in Wallonië en Franstalig Brussel (voor Zuid).
- Een marktaandeel geeft de verhouding weer tussen het gemiddeld aantal kijkers van een zender en het gemiddeld aantal kijkers van alle zenders, voor een bepaalde periode en wordt uitgedrukt als percentage.
- De marktaandelen worden sinds 1 januari 2006 berekend op basis van Totaal TV exclusief gebruik van randapparatuur zoals DVD, VCR, ...
- Sinds 1 januari 2016 geldt Live+7 +gasten als de nieuwe standaard. Live+7 is het totaal van het rechtstreeks tv kijken en het uitgesteld tv kijken op de dag van uitzending tot 7 dagen na uitzending. 'Plus gasten' verwijst naar de meting van het kijkgedrag op basis van de CIM TV panelleden en hun gasten.

Gelieve de correcte bronvermelding over te nemen:

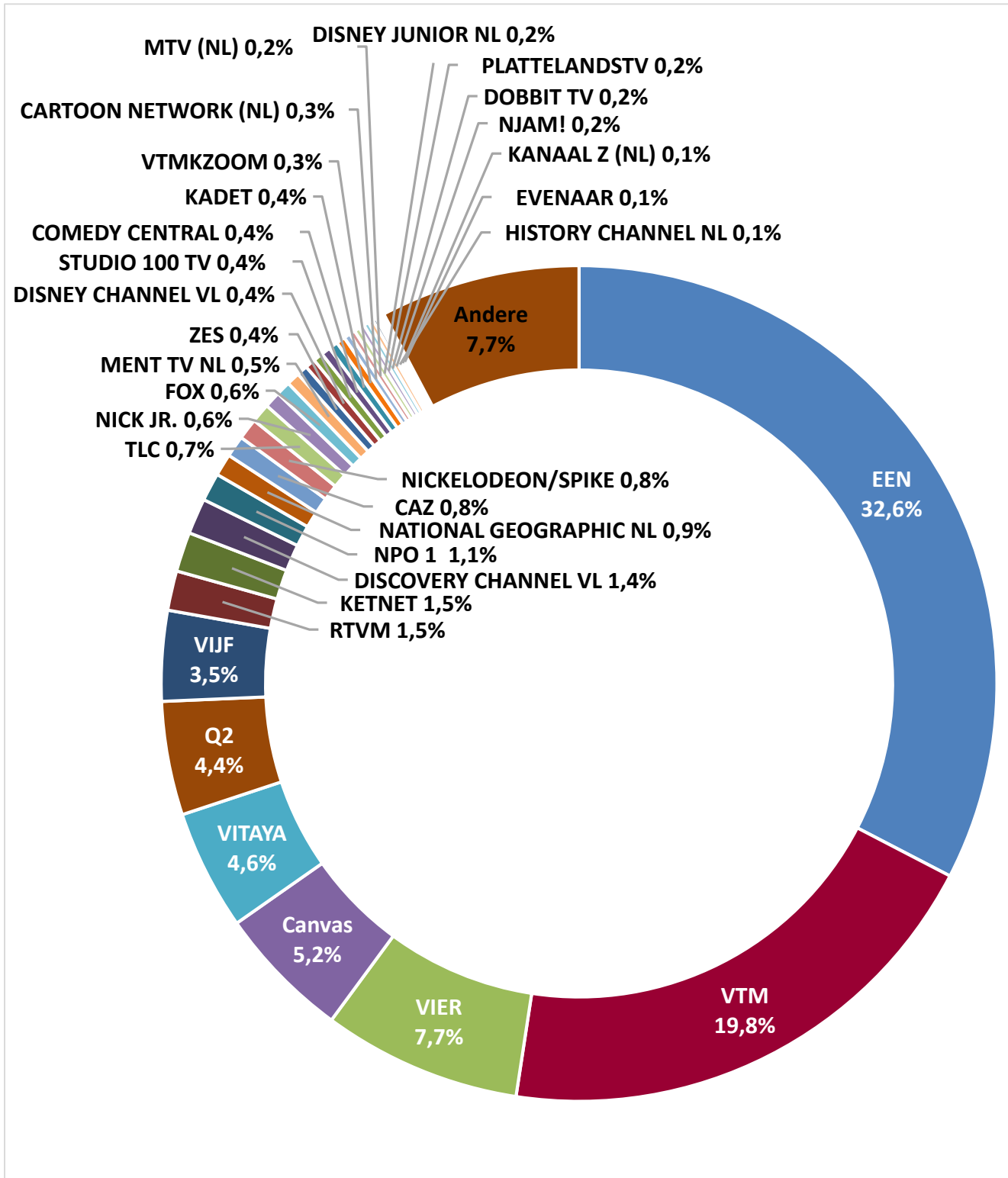
Bron: CIM TV – Noord/Zuid, 1/1 - 31/12/2016, 02-26h, doelgroep & gasten - GfK Belgium NV

Voor vragen en/of opmerkingen bij dit document kan u ons contacteren via tv@cim.be.



Marktaandeelen Noord - 2016

Totale bevolking



Marktaandelen Noord – 2016

Commerciële doelgroep zender

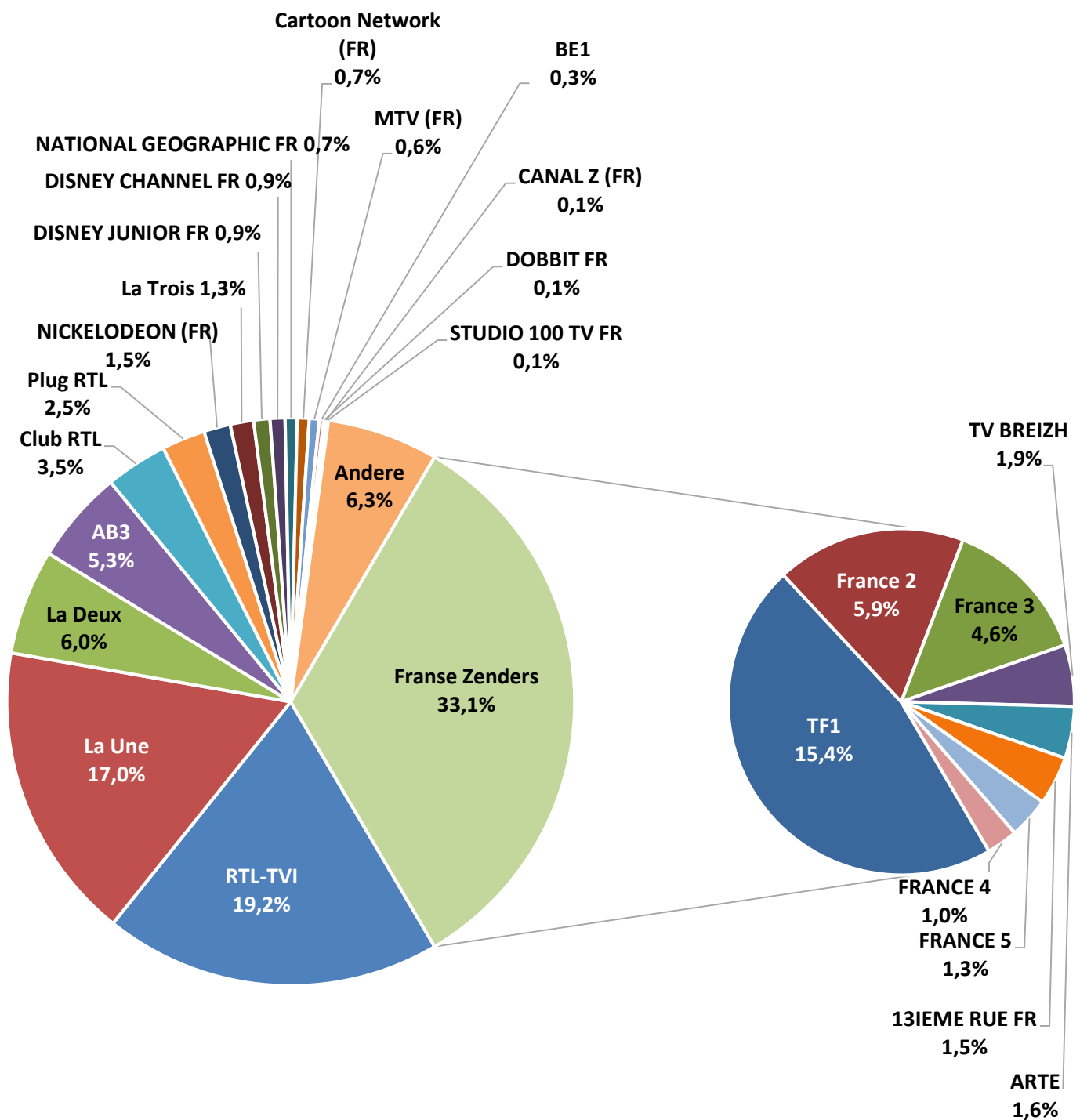
Zender	Marktaandeel Totale bevolking / volledige dag	Doelgroep	Periode	Markt aandeel
EEN	32,62	4+	2-26h	32,62
VTM	19,79	4+	2-26h	19,79
VIER	7,68	VVA 18-54	17-24h	12,19
Canvas	5,18	4+	2-26h	5,18
VITAYA	4,64	4+	2-26h	4,64
Q2	4,4	4+	2-26h	4,4
VIJF	3,49	VVA 18-54	17-24h	5,26
KETNET	1,53	4-12	6-20h	20,98
DISCOVERY CHANNEL VL	1,38	Man 18-44	2-26h	2,69
NATIONAL GEOGRAPHIC NL	0,85	18-54	2-26h	1,09
ACHT / CAZ	0,83	18-44 S.G. 1-4	2-26h	1,17
NICKELODEON/SPIKE	0,81	VVA 18-44	6-26h	0,82
		4-14	6-21h	9,02
TLC	0,74	Vrouw 18-44	2-26h	1,91
NICK JR.	0,63	4-14	6-21h	7,2
FOX	0,55	Telenet 18-54	2-26h	1,39
ZES	0,42	VVA 18-54	17-24h	0,41
DISNEY CHANNEL VL	0,4	4+	2-26h	0,4
STUDIO 100 TV	0,38	4-14	6-20h	4,31
COMEDY CENTRAL	0,36	VVA 18-44	6-26h	0,6
KADET	0,35	4+	2-26h	0,35
VTMKZOOM	0,34	4+	2-26h	0,34
CARTOON NETWORK (NL)	0,25	4-14	6-19h	3,82
DISNEY JUNIOR NL	0,22	4+	2-26h	0,22
MTV (NL)	0,22	VVA 18-54	6-26h	0,36
NJAM!	0,2	VVA 25-54	2-26h	0,23

Zender	Marktaandeel Totale bevolking / volledige dag	Doelgroep	Periode	Markt aandeel
DOBBIT TV	0,2	Man 18-54	2-26h	0,37
PLATTELANDSTV	0,2	35+	2-26h	0,24
HISTORY CHANNEL NL	0,14	18-54	2-26h	0,25
EVENAAR	0,11	Telenet 35+	2-26h	0,17
XITE	0,09	Telenet 13-30	2-26h	0,69

CIM TV - Noord, 1/1 - 31/12/2016, 02-26h, *doelgroep* & gasten - GfK Belgium NV

Marktaandeelen Zuid - 2016

Totale bevolking



Marktaandeelen Zuid - 2016

Commerciële doelgroep zender

Zender	Marktaandeel Totale bevolking / volledige dag	Doelgroep	Periode	Markt aandeel
RTL-TVI	19,2	VVA 18-54	12-24h	24,12
La Une	17,0	VVA 18-54	12-26h	13,06
La Deux	6,0	VVA 18-54	2-26h	5,94
AB3	5,3	VVA 18-44	12-26h	9,94
Club RTL	3,5	Man 18-54	17-23h	6,29
Plug RTL	2,5	15-34	17-23h	6,22
NICKELODEON (FR)	1,5	4-14	6-21h	11,37
DISNEY JUNIOR FR	0,9	4+	2-26h	0,93
DISNEY CHANNEL FR	0,9	4+	2-26h	0,85
NATIONAL GEOGRAPHIC FR	0,7	18-54	2-26h	0,84
Cartoon Network (FR)	0,7	4-14	6-19h	6,95
MTV (FR)	0,6	VVA 18-44	6-26h	1,42
BE1	0,3	VVA 18-44	19-21h	0,24
DOBBIT FR	0,1	Man Proximus 18-54	2-26h	0,18
CANAL Z (FR)	0,1	S.G. 1-2	2-26h	0,08
STUDIO 100 TV FR	0,1	4-14	6-20h	0,55
RTL-TVI	19,2	VVA 18-54	12-24h	24,12
La Une	17,0	VVA 18-54	12-26h	13,06