

Radio kent geen zomerdip

Adverteerders kiezen er vaak voor om in de zomer minder te adverteren. Terwijl radio in deze periode toch wekelijks ruim 81% van alle Nederlanders van 10 jaar en ouder bereikt. Dit betekent dat je met radio ook in de zomer een miljoenenpubliek bereikt. Daarnaast laten radiostations in de zomermaanden hun tarieven gemiddeld meer dan 12% zakken. Zo wordt de lichte daling in luisteraars met deze zomerse tarieven ruimschoots gecompenseerd. Adverteren op de radio is ook in de zomer zeer aantrekkelijk.

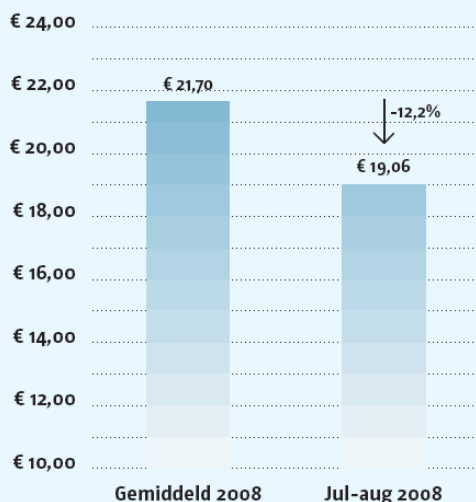
Snel bereik opbouwen met radio in de zomer

Radio is in staat om in korte tijd een hoog bereik op te bouwen. Dit geldt ook voor de zomerperiode. In de periode juli-augustus 2008 luisterde 81% van alle Nederlanders wekelijks naar radio. Dit zijn 11,5 miljoen luisteraars van 10 jaar en ouder. Deze mensen luisteren ook nog eens gemiddeld 2 uur en 45 minuten per dag! Er is dus eigenlijk helemaal geen sprake van een zomerstop op radio.



De Sky Radio Group zelf bereikt in de zomer wekelijks ruim 4,5 miljoen Nederlanders. Met de krachtige combinatie van Sky Radio, Radio Veronica, Classic FM en TMF HitRadio bereik je ook jouw doelgroep. De Sky Radio Group weet in de zomermaanden, juli en augustus, in totaal maar liefst 9,2 miljoen Nederlanders van 10 jaar en ouder te bereiken!

Het gemiddelde secundertarief op radio daalt in de zomer



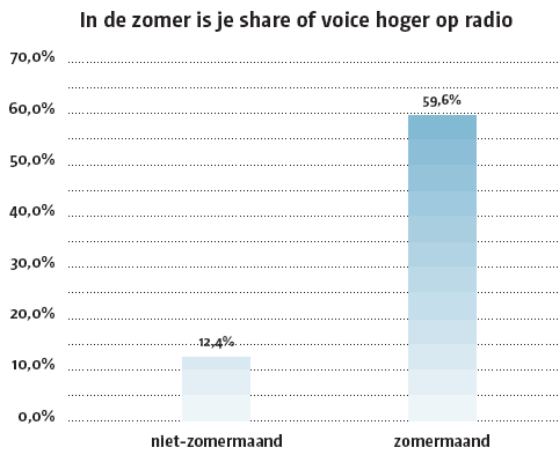
Bron: CLO RAB/Intomart GfK, maandag-zondag 07.00-24.00 januari '08-januari '09

Tarievendip op radio

De gemiddelde media-inzet is significant lager in de zomerperiode dan in de andere maanden. Het op vakantie gaan, geldt hier als meest genoemde reden om minder te adverteren. Ruim 69% van de Nederlanders van 13 jaar en ouder gaat namelijk in de zomer op vakantie. Toch blijft van deze 9,4 miljoen luisteraars ruim 3,5 miljoen in eigen land, waar uiteraard nog gewoon naar radio wordt geluisterd. Daarnaast is niet iedereen tegelijkertijd op vakantie. Ter compensatie van de lichte daling in bereik, verlagen de radiostations massaal de tarieven. Het gemiddelde secundertarief van de 10 bestbeluisterde radiostations over het gehele jaar ligt op € 21,70. In de periode juli-augustus 2008 was het gemiddelde secundertarief € 19,08. Dit is een daling van ruim 12%.

Adverteren in de zomer op radio

Veel adverteerders kiezen ervoor om in de zomer minder of helemaal niet te adverteren. Een uitgelezen kans voor andere adverteerders om een hoge share of voice te realiseren op radio. Stel: Adverteerder X in de branche consumentenelektronica had in een zomermaand van 2008 bruto € 100.000,- besteed op radio, dan had deze adverteerder een share of voice van bijna 60% gerealiseerd! In een gemiddelde maand buiten de zomer om zou de share of voice met een dergelijk budget in deze branche een stuk lager zijn met 12,4%. Adverteerders die zomers wel op radio adverteren, hebben in 2008 gezamenlijk meer dan € 60 miljoen bruto besteed. De grootste zomeradverteerder op radio was Unilever. Deze adverteerder heeft zomers flink uitgepakt op radio met ondermeer de merken Ola, Robijn, Unox, Blue Band en Dove.



#	Bruto zomerbestedingen op radio in 2008	Radio	BA %
1	Unilever	2.540.224	6,7%
2	Rabobank	1.592.789	21,7%
3	KPN	1.584.793	9,8%
4	Carglass	1.365.092	100,0%
5	T-Mobile	1.242.112	30,2%
5	Ziggo	1.023.084	32,5%
5	ABN AMRO Bank	982.599	47,2%
5	General Motors	842.649	29,1%
5	DaimlerChrysler	787.218	38,0%
10	Pearle Opticiens	721.464	44,0%

Bron: Nielsen Media (juli-augustus 2008)

Dit onderzoek is gepubliceerd in de Update mei 2009©