



Audify

Audify Audiomaandrapport

December 2024



DECEMBER KLANKEN

“ It’s gonna be a warm, warm December
‘Cause this holiday, I got you with me”

Sabrina Claudio, Warm December (2020)

December was een maand van verbondenheid en warmte, een contrast met de donkere en grijze dagen buiten. Zonder de zon om ons op te vrolijken, zochten we massaal de geborgenheid van huiselijke rituelen op. En daarin speelt radio een hoofdrol. Voor miljoenen Nederlanders is het luisteren naar de toplijsten in december een onmisbaar onderdeel van de feestdagen, net zo vanzelfsprekend als kerstbomen en oliebollen. Radio verenigt, inspireert en geeft glans aan deze feestmaand.

De cijfers spreken boekdelen. De best beluisterde radiodag van het jaar is 31 december, met een gemiddelde luistertijd van maar liefst 184 minuten per persoon. De impact van radio is ongekend: in december stemden 14.544.304 Nederlanders af op lineaire radio, dat is 95,6% van de bevolking 13+. Een bewijs van de kracht en het bereik van audio, juist ook in deze tijd van het jaar.

In dit rapport brengen we alle bijzondere decemberacties van radiostations in kaart. Ook geven we inzicht in hoeverre luisteraars van diverse zenders interesse hebben in kerst en hoe radio hen daarbij inspireert. Dit maandrapport is een eerbetoon aan de magie van audio.

Laat je inspireren door dit rapport en laten we samen verder bouwen aan een luisterrijk 2025!

Kerncijfers

PERIODE: DECEMBER 2024
TIJDVAK: 06:00 – 24:00 UUR
DOELGROEP: 13+ JAAR

LUISTERTIJD (INCL. NIET LUISTERAARS) (Gemiddeld)	84,9 minuten per dag
LUISTERTIJD LUISTERAAR (Gemiddeld)	140,1 minuten per dag
DAGBEREIK % (Gemiddeld)	60,6%
DAGBEREIK # (Gemiddeld)	9.220.113
WEEKBEREIK % (Gemiddeld)	89,7%
WEEKBEREIK # (Gemiddeld)	13.645.610
MAANDBEREIK % (Gemiddeld)	95,6%
MAANDBEREIK # (Gemiddeld)	14.544.304
GRP'S 13+	111.160
GRP'S 20-49	91.923
GRP'S 25-67	119.793
AANTAL MERKEN	592
AANTAL UITGEZONDEN RADIOCOMMERCIALS	523.369
AANTAL AUDIO-IMPRESSIES	16.905.287.075

DIT HOORDE JE OOK DEZE MAAND

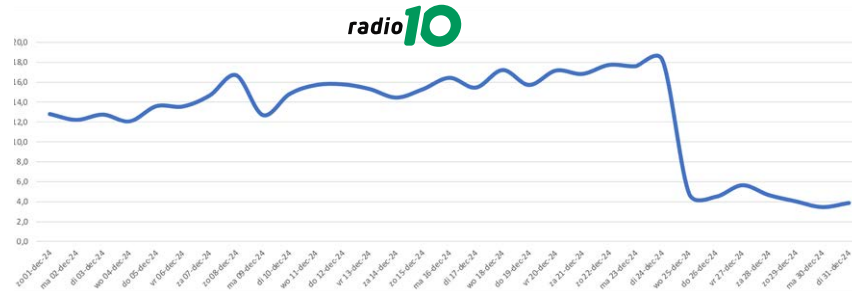
ACTIES EN ACTIEWEKEN RADIOZENDERS

MARKTAANDEEL 13+, 06-24 UUR



Radio 10 Top 4000

27 NOVEMBER T/M
24 DECEMBER



FunX-dj Fernando Halman viert 15 jaar ochtendshow met 15 uur durende radiomarathon

12 DECEMBER



BNR Nieuws Top 150

16 T/M 20 DECEMBER



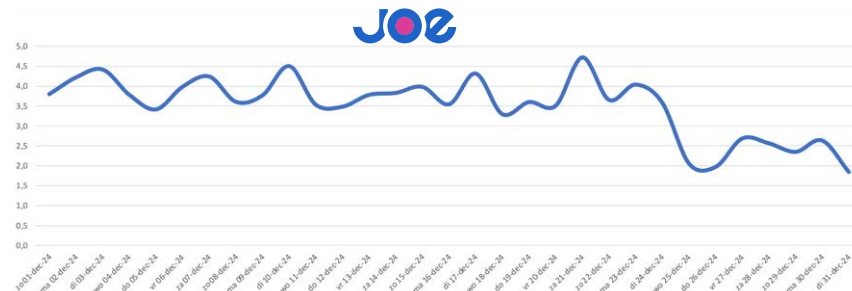
Qmusic Het Verboden Woord

16 T/M 20 DECEMBER



De Kerstman van JOE

16 T/M 20 DECEMBER



DIT HOORDE JE OOK DEZE MAAND

ACTIES EN ACTIEWEKEN RADIOZENDERS

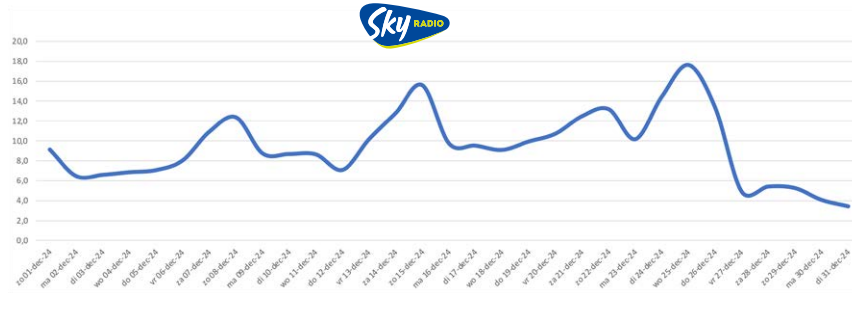
MARKTAANDEEL 13+, 06-24 UUR



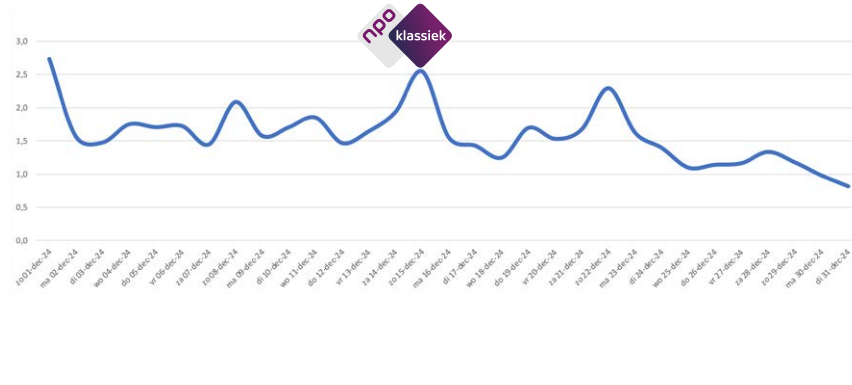
**NPO 3FM
Serious Request**
18 T/M 24 DECEMBER



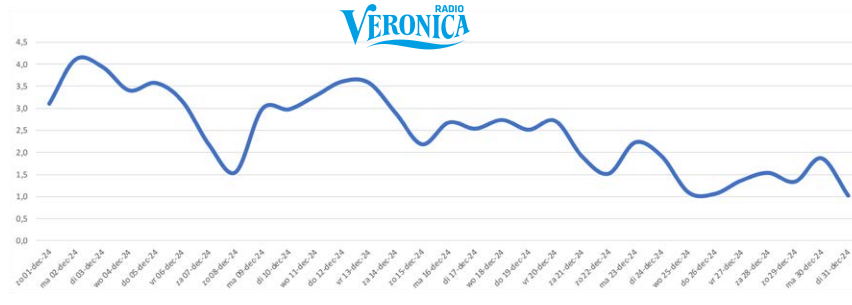
**Sky Radio
Christmas Top 50**
20 DECEMBER



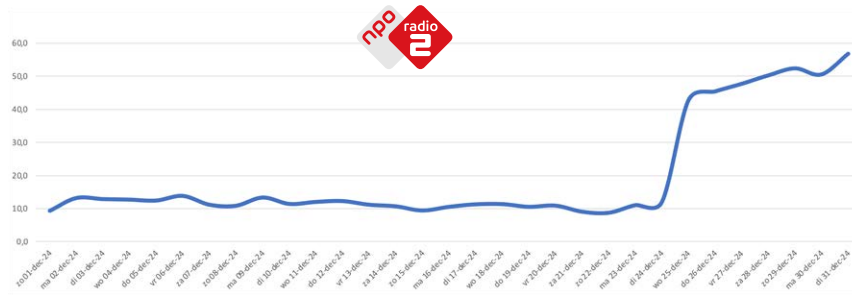
**Van kerstcon-
certen tot Radio
Viervoeter op
NPO Klassiek**
20 T/M 31 DECEMBER



**Radio Veronica
Top V-1000**
25 T/M 31 DECEMBER



**NPO Radio 2
Top 2000**
25 T/M 31 DECEMBER



DIT HOORDE JE OOK DEZE MAAND

ACTIES EN ACTIEWEKEN RADIOZENDERS

MARKTAANDEEL 13+, 06-24 UUR



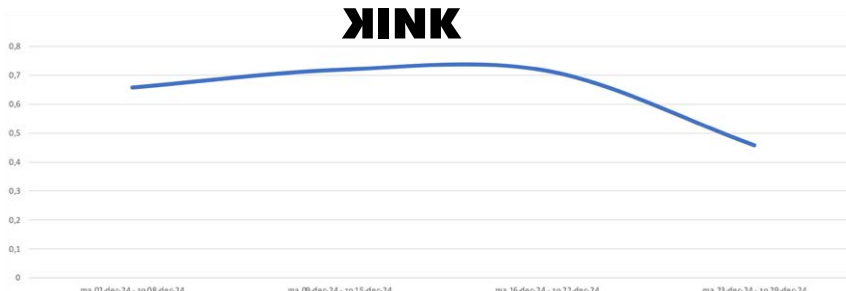
NPO 3FM Top Serious Request

24 T/M 31 DECEMBER



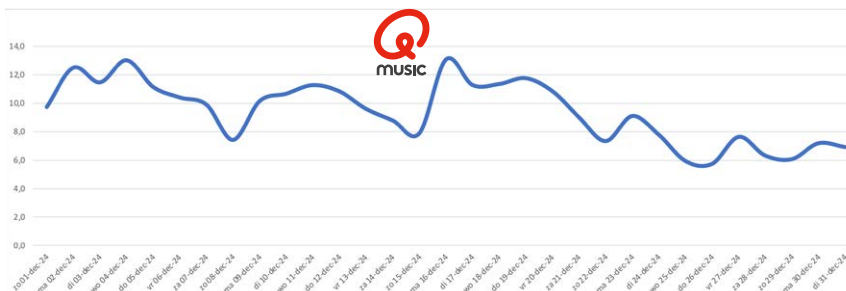
KINK Playlist of The Year

27 DECEMBER



Qmusic Fout & Nieuw

27 DECEMBER T/M 1 JANUARI



538 Party Top 1000

27 T/M 31 DECEMBER



DIT HOORDE JE OOK DEZE MAAND

ANDERE RADIO-INHOUDELIJKE WETENSWAARDIGHEDEN



VERONICA
RADIO

Ochtendshow Gerard Ekdorf wordt met een uur verlengd: 'Rondje van de Zaak'

2 DECEMBER



Sky
RADIO

Sky Radio zet zich opnieuw in voor het goede doel tijdens het Sky Radio Christmas Charity Diner

10 DECEMBER

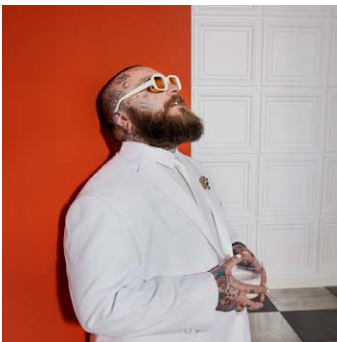


Q
music

Marieke Elsinga terug op de radio

2 DECEMBER

MEEST GEDRAaide LIED



Bad Dreams

TEDDY SWIMS

13+

PERIODE: DECEMBER 2024
TIJDVAK: 06:00 – 24:00 UUR
DOELGROEP: 13+ JAAR



Audify

Audiomaandrapport
December 2024

RADIOZENDERS	MARKTAANDEEL [%]	MAANDBEREIK [# PERSONEN]	GEM. LUISTERTIJD [IN MINUTEN PER DAG]
1 NPO RADIO 2	21,1	8.116.000	156
2 RADIO 10	12,5	5.865.000	133
3 QMUSIC	9,5	7.152.000	80
4 SKY RADIO	9,2	9.310.000	70
5 NPO RADIO 1	6,7	3.228.000	95
6 RADIO 538	6,6	6.036.000	77
7 NPO RADIO 5	6,1	2.006.000	166
8 ORN RADIO	4,8	6.405.000	66
9 JOE	3,5	4.570.000	68
10 100% NL	2,8	3.765.000	68
11 NPO 3FM	2,6	3.046.000	88
12 EPOWER	2,5	4.344.000	67
13 RADIO VERONICA	2,5	2.554.000	94
14 NPO KLASSIEK	1,5	925.000	103
15 SLAM!	1,1	1.355.000	68
16 RADIO 10 60'S AND 70'S HITS	0,6	846.000	87
17 KINK	0,6	641.000	101
18 QMUSIC LIMBURG	0,6	1.507.000	48
19 BNR NIEUWSRADIO	0,6	1.069.000	48
20 CLASSICNL	0,5	290.000	95
21 QMUSIC NON STOP	0,5	2.059.000	43
22 NPO STERREN NL	0,4	637.000	85
23 RADIO 538 NONSTOP	0,4	999.000	63
24 NPO SOUL & JAZZ	0,3	440.000	103
25 SUBLIME	0,3	564.000	85
26 QMUSIC HET FOUTE UUR	0,3	979.000	48
27 RADIO 10 NON STOP	0,3	939.000	63
28 JUMBO RADIO	0,2	3.096.000	14
29 SKY RADIO LOVESONGS / SKY CHRISTMAS	0,2	2.586.000	16
30 SKY RADIO HITS	0,2	1.136.000	34
31 NPO CAMPUS RADIO	0,2	357.000	82
32 DECIBEL	0,1	249.000	74
33 RADIO 10 80'S HITS	0,1	903.000	33
34 RADIO 10 BRABANT	0,1	491.000	35
35 SUNLITE	0,1	659.000	34
36 GRAND PRIX RADIO	0,1	261.000	44
37 538 CLASSICS	0,1	342.000	47
38 AAS NETWORK	0,1	1.845.000	11
39 100% NL NON-STOP	0,1	324.000	63
40 SKY RADIO LOVESONGS / SKY CHRISTMAS	0,1	338.000	46
41 100% NL FEEST	0,0	340.000	25
42 RADIO VERONICA TOP 1000 ALLERTIJDEN	0,0	204.000	27
43 SLAM! HOUSUH IN DE PAUZUH	0,0	149.000	34
44 RADIO 538 TOP 50	0,0	420.000	13
45 SLAM! MIXMARATHON	0,0	421.000	9
46 KINK80'S	0,0	258.000	11
47 VINTAGE VERONICA	0,0	219.000	13
48 SUBLIME SOUL	0,0	361.000	6
49 SLAM! NON-STOP	0,0	67.000	10
50 KINK90'S	0,0	78.000	12
51 SUBLIME SMOOTH	0,0	252.000	4
52 VERONICA ROCKRADIO	0,0	194.000	4



20-49

PERIODE: DECEMBER 2024
 TIJDVAK: 06:00 – 24:00 UUR
 DOELGROEP: 20-49 JAAR



Audify

Audiomaandrapport
December 2024

RADIOZENDERS	MARKTAANDEEL [%]	MAANDBEREIK [# PERSONEN]	GEM. LUISTERTIJD [IN MINUTEN PER DAG]
1 NPO RADIO 2	23,4	3.778.000	137
2 QMUSIC	15,1	3.825.000	69
3 RADIO 10	13,0	2.636.000	112
4 SKY RADIO	10,8	4.481.000	57
5 RADIO 538	9,4	3.089.000	66
6 NPO 3FM	4,5	1.668.000	81
7 JOE	4,0	2.123.000	58
8 100% NL	2,4	1.852.000	47
9 RADIO VERONICA	2,2	1.253.000	72
10 EPOWER	2,1	2.039.000	44
11 NPO RADIO 1	2,0	1.061.000	48
12 SLAM!	1,8	813.000	65
13 QMUSIC NON STOP	1,0	1.263.000	44
14 QMUSIC LIMBURG	0,9	786.000	48
15 ORN RADIO	0,8	2.605.000	15
16 KINK	0,7	348.000	75
17 QMUSIC HET FOUTE UUR	0,7	617.000	53
18 NPO KLASSIEK	0,7	264.000	85
19 RADIO 538 NONSTOP	0,5	543.000	53
20 BNR NIEUWSRADIO	0,5	503.000	31
21 NPO STERREN NL	0,4	368.000	67
22 RADIO 10 NON STOP	0,4	377.000	61
23 DECIBEL	0,3	114.000	96
24 NPO RADIO 5	0,3	503.000	45
25 JUMBO RADIO	0,3	1.421.000	13
26 SKY RADIO LOVESONGS / SKY CHRISTMAS	0,3	1.235.000	15
27 SUBLIME	0,2	299.000	47
28 NPO SOUL & JAZZ	0,2	136.000	64
29 SKY RADIO HITS	0,2	580.000	23
30 RADIO 10 BRABANT	0,1	183.000	31
31 GRAND PRIX RADIO	0,1	104.000	26
32 RADIO 10 80'S HITS	0,1	414.000	22
33 538 CLASSICS	0,1	202.000	25
34 RADIO 10 60'S AND 70'S HITS	0,1	226.000	22
35 NPO CAMPUS RADIO	0,1	197.000	24
36 AAS NETWORK	0,1	727.000	6
37 SLAM! HOUSUH IN DE PAUZH	0,0	97.000	17
38 RADIO 538 TOP 50	0,0	218.000	11
39 SLAM! MIXMARATHON	0,0	199.000	9
40 SUNLITE	0,0	321.000	7
41 VINTAGE VERONICA	0,0	72.000	11
42 100% NL FEEST	0,0	204.000	8
43 SKY RADIO NICE & EASY / SKY CHRISTMAS	0,0	183.000	6
44 RADIO VERONICA TOP 1000 ALLERTIJDEN	0,0	92.000	8
45 100% NL NON-STOP	0,0	176.000	3
46 VERONICA ROCKRADIO	0,0	76.000	3
47 KINK80'S	0,0	73.000	4
48 SUBLIME SOUL	0,0	120.000	3
49 SUBLIME SMOOTH	0,0	103.000	2



25-67

PERIODE: DECEMBER 2024
 TIJDVAK: 06:00 - 24:00 UUR
 DOELGROEP: 25-67 JAAR



Audify

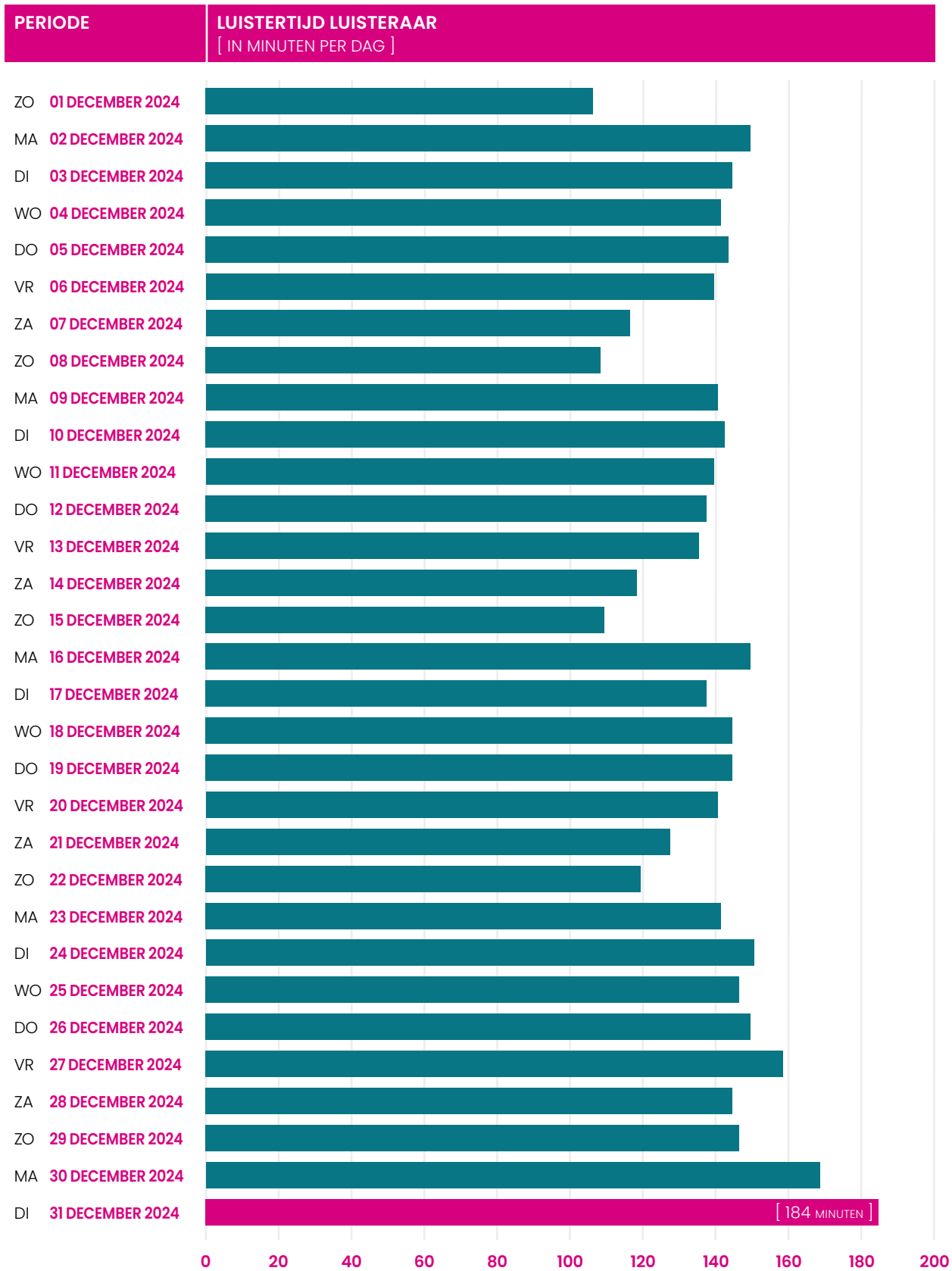
Audiomandaanrapport
December 2024

RADIOZENDERS	MARKTAANDEEL [%]	MAANDBEREIK [# PERSONEN]	GEM. LUISTERTIJD [IN MINUTEN PER DAG]
1 NPO RADIO 2	25,3	5.784.000	162
2 RADIO 10	13,2	4.281.000	127
3 QMUSIC	11,5	5.261.000	78
4 SKY RADIO	9,8	6.559.000	68
5 RADIO 538	7,5	4.460.000	74
6 NPO RADIO 1	4,1	2.009.000	73
7 JOE	4,1	3.400.000	66
8 NPO 3FM	3,3	2.326.000	89
9 RADIO VERONICA	3,0	1.908.000	96
10 100% NL	2,6	2.719.000	61
11 ORN RADIO	2,4	4.229.000	41
12 NPO RADIO 5	2,2	1.023.000	128
13 EPOWER	2,1	2.991.000	55
14 SLAM!	1,2	1.099.000	66
15 KINK	0,9	519.000	107
16 QMUSIC LIMBURG	0,7	1.154.000	48
17 NPO KLASSIEK	0,6	432.000	80
18 NPO STERREN NL	0,5	394.000	96
19 QMUSIC NON STOP	0,5	1.558.000	42
20 BNR NIEUWSRADIO	0,5	793.000	34
21 SUBLIME	0,5	437.000	95
22 QMUSIC HET FOUTE UUR	0,5	823.000	49
23 RADIO 10 60'S AND 70'S HITS	0,4	506.000	75
24 NPO SOUL & JAZZ	0,4	269.000	117
25 RADIO 538 NONSTOP	0,3	704.000	51
26 RADIO 10 NON STOP	0,3	623.000	57
27 SKY RADIO LOVESONGS / SKY CHRISTMAS	0,2	1.912.000	15
28 SKY RADIO HITS	0,2	803.000	38
29 JUMBO RADIO	0,2	2.255.000	11
30 DECIBEL	0,2	161.000	90
31 CLASSICNL	0,2	119.000	63
32 RADIO 10 80'S HITS	0,2	650.000	37
33 RADIO 10 BRABANT	0,1	370.000	36
34 AAS NETWORK	0,1	1.347.000	13
35 GRAND PRIX RADIO	0,1	197.000	32
36 538 CLASSICS	0,1	233.000	30
37 100% NL FEEST	0,1	288.000	27
38 SUNLITE	0,0	468.000	17
39 SKY RADIO LOVESONGS / SKY CHRISTMAS	0,0	253.000	22
40 NPO CAMPUS RADIO	0,0	236.000	23
41 RADIO VERONICA TOP 1000 ALLERTIJDEN	0,0	143.000	32
42 SLAM! HOUSUH IN DE PAUZH	0,0	118.000	37
43 RADIO 538 TOP 50	0,0	237.000	18
44 SLAM! MIXMARATHON	0,0	301.000	10
45 KINK80'S	0,0	162.000	14
46 VINTAGE VERONICA	0,0	141.000	11
47 100% NL NON-STOP	0,0	232.000	9
48 SUBLIME SOUL	0,0	179.000	8
49 SLAM! NON-STOP	0,0	54.000	11
50 KINK90'S	0,0	48.000	13
51 VERONICA ROCKRADIO	0,0	140.000	5
52 SUBLIME SMOOTH	0,0	126.000	3



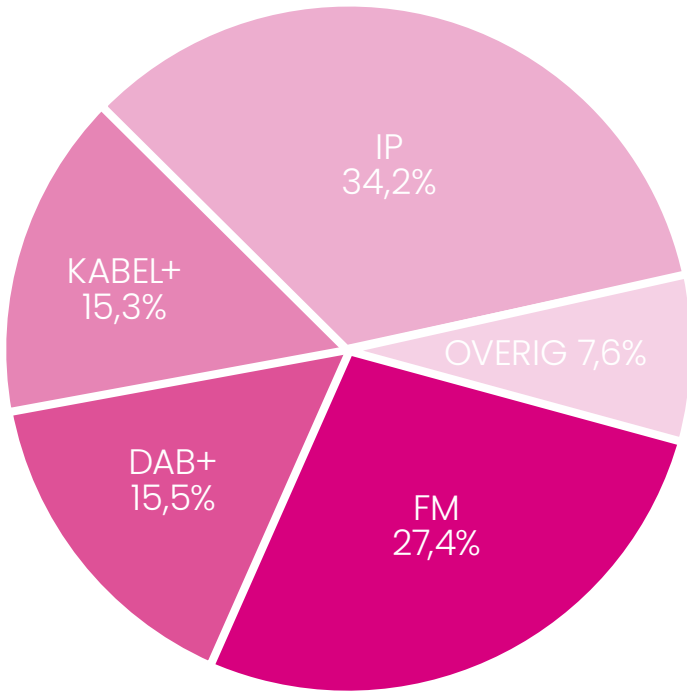
LUISTERTIJD PER DAG

PERIODE: DECEMBER 2024
TIJDVAK: 06:00 – 24:00 UUR
DOELGROEP: 13+ JAAR



DISTRIBUTIEWIJZE

PERIODE: DECEMBER 2024
 TIJDVAK: 06:00 – 24:00 UUR
 DOELGROEP: 18+ JAAR

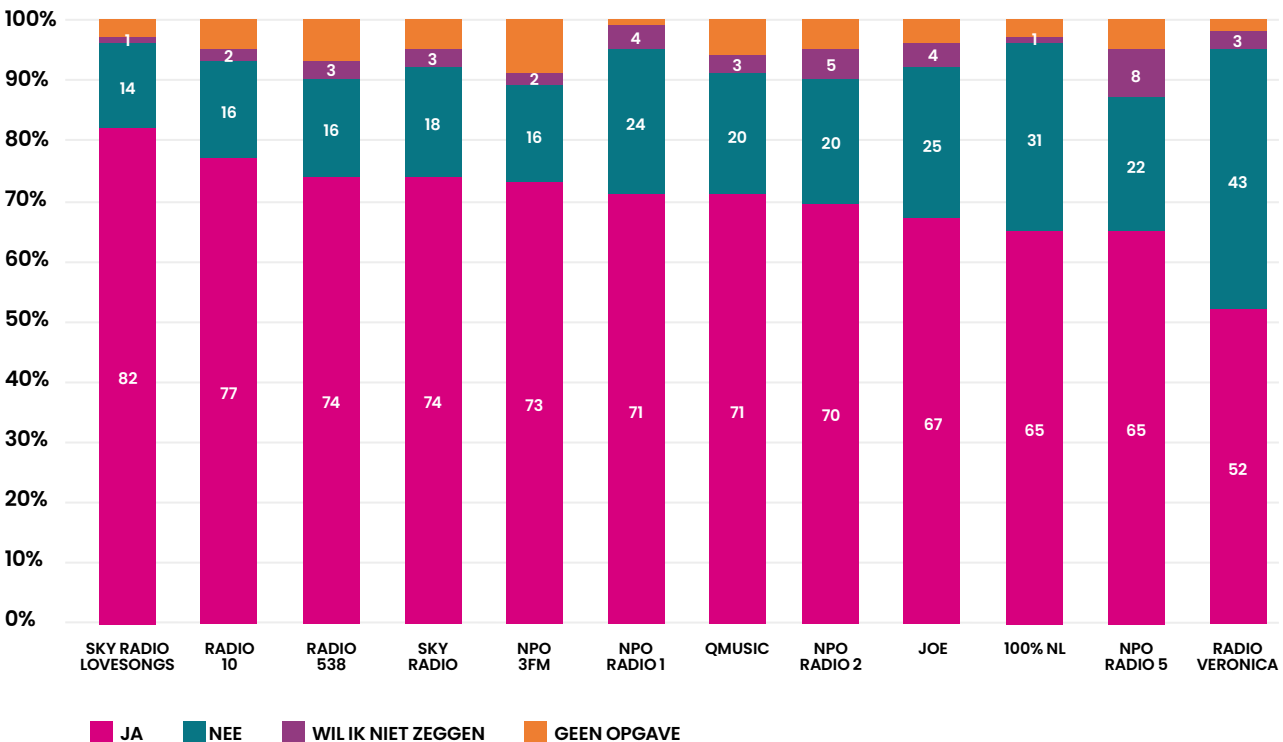


De verdeling van de distributiewijze is gebaseerd op de luistertijd van de zenders die encoding toepassen en een uitsplitsing maken in distributiewijze, hun gezamenlijke marktaandeel is 99,3%.

De categorie overig bestaat uit luistertijd via visual radio en van de luistertijd waarvan geen distributiecodel vastgesteld kan worden.

DGM INZICHTEN

In hoeverre geeft de radioluisteraar speciale aandacht aan kerst?



NMO Luisteronderzoek DoelGroepMonitor, doelgroep 13+, vermeld zijn alleen zenders met voldoende waarnemingen en dus betrouwbare data.

REGIONAAL IN DE REGIO



Audify

REGIONALE RADIOSTATIONS MET HET GROOTSTE MAANDBEREIK IN DE MEDIA-REGIO.

PERIODE: DECEMBER 2024
TIJDVAK: 06:00 – 24:00 UUR
DOELGROEP: 13+ JAAR

Audiomaandrapport
December 2024



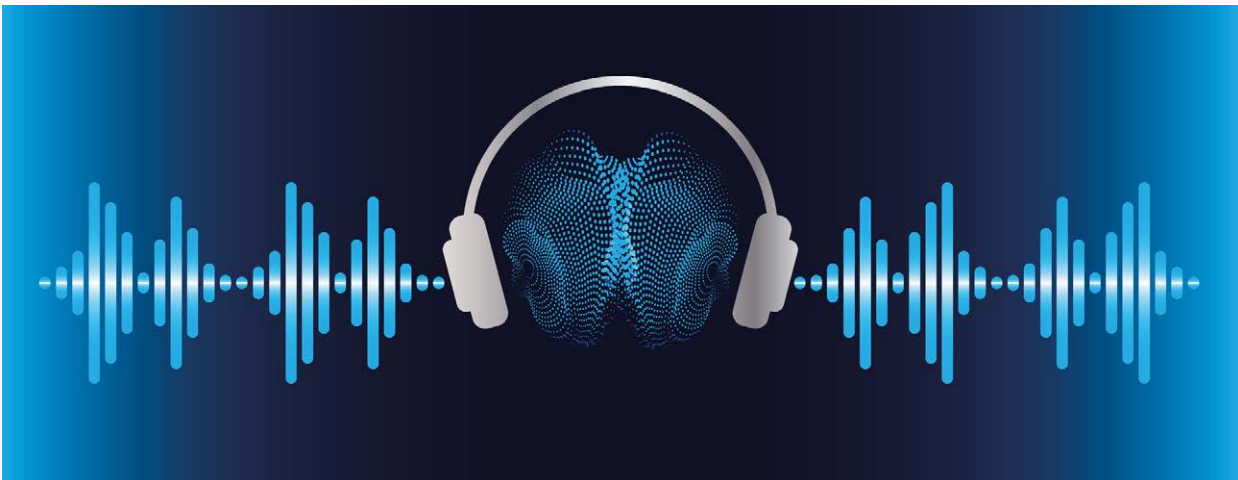
'DAT IS HET LEKKERE VAN ALBERT HEIJN' IS DE MEEST BEKENDE JINGLE VAN NEDERLAND

Albert Heijn scoort het hoogst op herkenbaarheid en onderscheidenheid met haar soundlogo. Het pas gelanceerde 'En dat voor die prijs' van Jumbo volgt op de voet. Dit blijkt uit onderzoek naar de prestaties van soundlogo's, uitgevoerd door sonic branding agency TAMBR, in samenwerking met Talpa Media en neuromarketing-bureau Unravel Research.

De soundlogo top-30 toont aan hoe geluid een directe associatie met een merk oproept, de merkbeleving versterkt en positieve gevoelens opwekt. Met gecombineerde onderzoeksmethoden is de impact van soundlogo's binnen verschillende sectoren geanalyseerd.

Allard Ruyl, CEO Talpa Media:

"Geluid is een krachtig middel in merkcommunicatie. Hoe klinkt jouw merk? Steeds meer adverteerders denken hier bewust over na en erkennen het belang van sonic branding. Dit onderzoek onderstreept de impact van een goed soundlogo dat consistent wordt doorgevoerd over alle kanalen. Gaaf dat steeds meer merken profiteren van een effectief soundlogo!"



Soundlogo Albert Heijn de winnaar

Het soundlogo van Albert Heijn blijkt het bekendst en wordt het sterkst aan het merk gelinkt. Albert Heijn scoort zowel op bekendheid (Fame) als onderscheidend vermogen (Uniqueness) bijzonder hoog, respectievelijk 95% en 86%. Bovendien heeft het soundlogo een sterke emotionele impact, waarbij het hoog scoort op associaties zoals 'catchy', 'eigentijds' en 'pakkend'. Deze combinatie maakt het een zeer krachtige brand asset.

Johan van der Zanden, Directeur Marketing & Communicatie van Albert Heijn:

"Onze jingle, 'Dat is het lekkere van Albert Heijn,' is voor veel Nederlanders onmiskenbaar verbonden met ons merk. Dat dit in onafhankelijk onderzoek wordt erkend als het meest herkenbare en gewaardeerde soundlogo, maakt ons enorm trots. Het is fantastisch dat hiermee wordt aangetoond hoe belangrijk herkenbaarheid is om de kracht en effectiviteit van je campagnes te versterken en klanten te raken."

Bevindingen

Naast Albert Heijn zijn de soundlogo's van Douwe Egberts, Jumbo en Kruidvat het bekendst. Ze worden het sterkst aan het merk gelinkt. Langlopende soundlogo's zoals Hornbach, Douwe Egberts en Unox worden het meest als 'intens' ervaren. Deze merkgeluiden zijn ook zeer goed in staat om een breed scala aan emoties aan zich te binden.

De in 2023 vernieuwde soundlogo's van Odido, Jumbo en Lidl presteren al bijna net zo goed als hun voorgangers. Deze merken laten daarmee zien dat je in korte tijd bekendheid kunt opbouwen met een totaal nieuw merkgeluid.

Campina scoort zowel hoog met hun soundlogo, als met het gezongen 'Goodmorning' uit hun campagnes. Dat betekent dat merken de ruimte hebben voor meerdere muzikale herkenningspunten.

De soundlogo top-30 is een initiatief van sonic branding agency TAMBR. Willemijn van Hussen, Commercieel Directeur bij TAMBR:

"Soundlogo's zijn belangrijk voor het laden van merken. Herkenbaarheid en emotionele impact gaan hand in hand. Voor een optimaal soundlogo is het belangrijk deze twee aspecten samen te laten werken. Strategisch gebruik van soundlogo's biedt groeikansen. Merken die wel al goed scoren op emotionele impact dienen hun geluid vaker in te zetten om hun bekendheid te vergroten. Daarnaast is het belangrijk om het soundlogo over alle mediumtypen heen te laden voor het meest optimale effect."

Klik [hier](#) voor meer inzichten in de prestaties van soundlogo's en ontdek welke soundlogo's de grootste impact maken.

BEREIKGEGEVENS

Audify

HNK Zuidoost
Burgemeester Stramanweg 108-u
1101 AA Amsterdam Zuidoost

Telefoon: +31 (0)20 345 1596

E-mail: info@audify.nl

Website: audify.nl

 [linkedin.com/company/audify-your-brand/](https://www.linkedin.com/company/audify-your-brand/)

 x.com/AudifyYourBrand

Gebruikte bronnen: NMO Luisteronderzoek, Triton Digital, Nielsen, Adfact, Soundaware

Periode: 1 t/m 31 december 2024, tijdvak maandag t/m zondag 06:00 - 24:00 uur.

Vanwege het niet halen van de bereikten-eis voor betrouwbaar rapporteren, kunnen bepaalde zenders in de doelgroepen en in sommige provincies niet gerapporteerd worden.

De ranking van de zenders is gebaseerd op het marktaandeel dat door luisterdichtheid wordt bepaald. Luisterdichtheid betreft het gemiddeld percentage luisteraars per minuut dat gedurende de periode heeft geluisterd naar een zender. Daarom kan een zender met een hoger bereik en luistertijd net lager uitkomen dan een andere zender doordat de luisterdichtheid lager is.

