



# AUVIO: EEN MANNEN- OF VROUWENZAAK?

JANUARI 2020

De **top 3 van contentcategorieën** geconsumeerd op AUVIO (**sport, nieuws/informatie, series**) bestaat **overwegend uit mannelijke bezoekers** zelfs indien de **vrouwen de hele dag door trouwer zijn aan series**.

Op een **typische dag** kijken vrouwen dus logischerwijs vooral series, daarna nieuws/info en vervolgens entertainment. Bij mannen is het geen verrassing dat de eerste categorie gekoppeld is aan sportcontent, gevolgd door nieuws en entertainment (of series vanaf 19:00 uur).

VIBE, de cel Data & Insights van RMB, onthult een nieuwe insight verkregen uit de brute logs van de RTBF-platformen, verzameld via het DMP dat RMB implementeerde.

Op 31 december 2019 telde **AUVIO 2,862,364 actieve en ontubbelde accounts**. Bestaat de grootste groep AUVIO-bezoekers uit mannen of vrouwen? Het antwoord in enkele cijfers.

In de periode april-december 2019 bestaat **60% van de AUVIO-bezoekers uit mannen** terwijl die **49% van de Belgische bevolking uitmaken**.

Deze meerderheid van mannelijke bezoekers neemt echter af met de leeftijd: **bij de 16-24 jaar vertegenwoordigen ze nog slechts 53% van de doelgroep**.

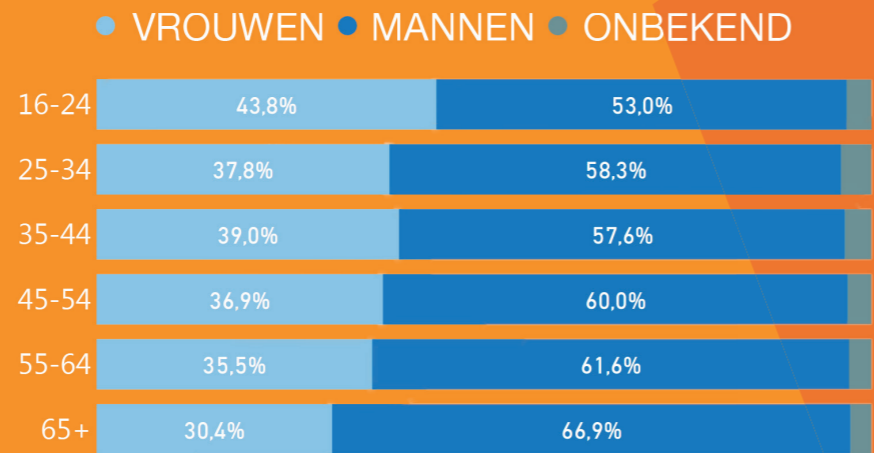
**Vrouwen** zijn dan wel in de minderheid qua aantal, maar **hun gemiddelde consumptieduur ligt 22% hoger** dan dat van de mannen.

De consumptie gedurende de weekdays is ook verschillend voor mannen en vrouwen: **vrouwen hebben de neiging tijdens het weekend minder AUVIO te consumeren dan in de week, wat dus het tegenovergestelde is van het mannelijke gedrag**. De reden van dit fenomeen? Sport bereikt een consumptiepiek op zondag ;-)

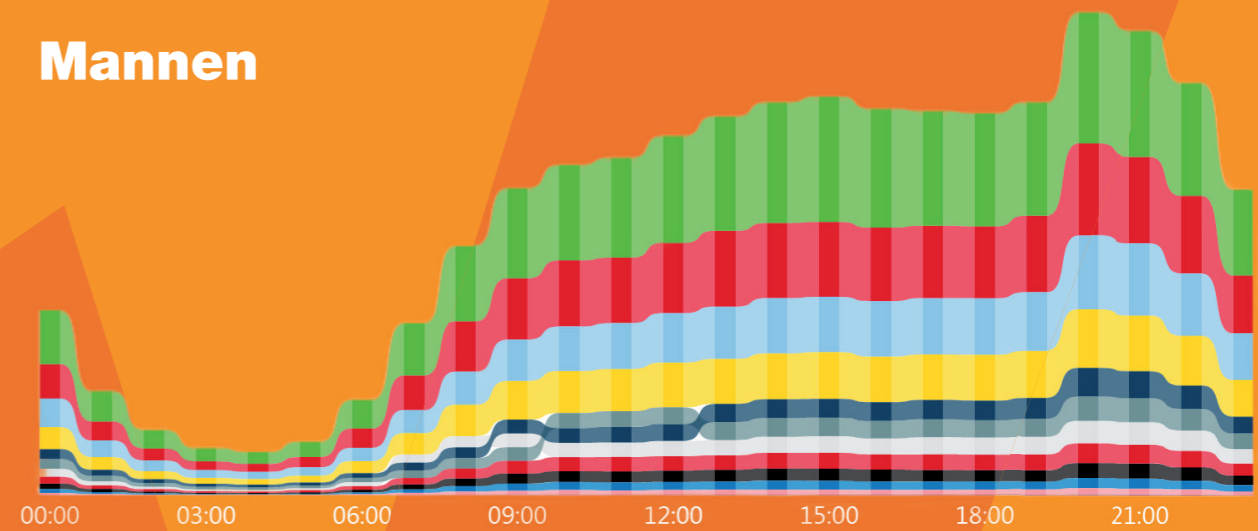
## Geslachtsprofiel/Totaal



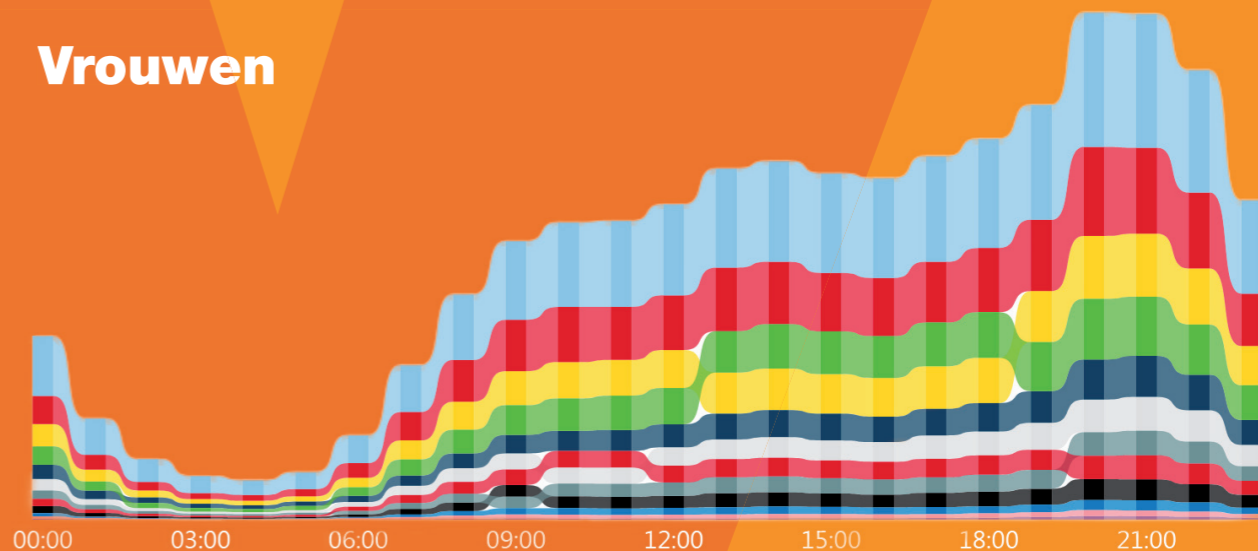
## Geslachtsprofiel/Leeftijd



## Mannen



## Vrouwen



● Cultuur ● Diverse ● Entertainment ● Documentaires ● Kinderen ● Film  
● News ● Muziek ● Radio ● Series ● Sport ● Dagelijks leven

## MEER INFO?

Neem contact op met **Barbara Van Caubergh**  
Head of Data & Insights  
b.vancaubergh@rmb.be - T. 02 730 45 13

**Bron :** DMP RMB data april-december 2019  
(Auvio-consumptie excl. app)

Basis: logs van de RTBF-platformen met min. een nuttige info voor de segmentatie (leeftijd ≥ 16 jaar, geslacht of postcode) en toestellen met een CRM ID.