



Audiojaarrapport

2025



“The future could be bright, though no one's sure about it at least these time's we've had, the good outweighs the bad”
Finneas, ‘Another Year’ (2020)



Audify

Woord vooraf

De cijfers over 2025 markeren een nieuw vertrekpunt. Niet omdat audio plots iets anders is geworden, maar omdat steeds duidelijker wordt wat audio al langer is: een vaste gewaardeerde infrastructuur in het dagelijks leven van miljoenen Nederlanders en een fundamenteel onderdeel van de mediamix.

Al jaren groeit audio. Niet door hypes of incidenten, maar omdat luisteren diep verankerd is in ons dagelijks leven. Radio, muziek en podcasts vormen samen een volwassen audio-ecosysteem dat dagelijks miljoenen mensen bereikt. In de auto, thuis, onderweg en online; audio is persoonlijk, vertrouwd en altijd dichtbij. Met oortjes in, of juist via de smart speaker of televisiescherm; de mogelijkheden zijn legio. De luistertijd in audio blijft zich ontwikkelen met alle nieuwe vormen, het bereik elk jaar weer groter.

En het ecosysteem blijft zich ontwikkelen. Digitale audio en podcasts voegen nieuwe mogelijkheden toe voor gerichte inzet, relevante context en creatieve variatie. Daardoor ontstaat een medium dat zowel schaal biedt als precisie, breed waar het moet, gericht waar het kan.

De kracht van audio zit niet alleen in bereik, maar vooral in effect. Audio bouwt merken, zet aan tot actie en versterkt de werking van andere media. Dat is geen aanname meer, maar een conclusie die wordt gedragen door onderzoek én praktijk. Audio is niet aanvullend, maar vormt het fundament van een effectieve mediamix. →



Audify

Woord vooraf - vervolg

Daarbij wordt één factor steeds belangrijker: vertrouwen. In een medialandschap waarin transparantie, brand safety en betrouwbaarheid onder druk staan, biedt audio een door professionals gecreëerde en geloofwaardige omgeving. Luisteraars kiezen bewust voor zenders, stemmen en programma's. Merken die daar aanwezig zijn, profiteren van dat vertrouwen en bouwen aan duurzame, positieve relaties met hun doelgroep.

Dit Audify Audiojaarrapport 2025 brengt de feiten en cijfers samen, duidt de ontwikkelingen binnen het NMO-luisteronderzoek en kijkt vooruit. Om helder te laten zien wat audio vandaag al betekent en welke kansen er liggen voor morgen.

2026 vraagt om bewuste keuzes

Voor adverteerders en mediabureaus die zoeken naar effectiviteit, continuïteit en impact, ligt audio klaar, als strategisch kernmedium. Audify nodigt je uit om die rol bewust te benutten.

Hoe klinkt jouw merk?

Liedewij Hentenaar
Directeur Audify

Inhoudsopgave



Audify

De highlights	5	Hoofdstuk 3 – Onderzoek	
		• Overzicht waardevolle audioreclame onderzoeken	34
		• NMO luisteronderzoek tijdlijn	35
Hoofdstuk 1 – Kerncijfers audioreclame		Hoofdstuk 4 – Radiohoogtepunten	
• Kerncijfers audioreclame	7	• Meest gedraaide artiesten en nummers	37-38
• Investerings audioreclame per kwartaal	8	• Jaaroverzicht gebeurtenissen en marktaandelen per maand	39-50
• Investerings audioreclame per week	9	• Marktaandelen	51-52
• Netto audioreclame-investeringen spot per kwartaal	10		
• Netto audioreclame-investeringen lineair digitaal per kwartaal	11	Hoofdstuk 5 – NMO Streaming Audio Standaard	
• Netto audioreclame-investeringen non-spot per kwartaal	12	• Over de standaard	54
• Netto audioreclame-investeringen podcast per kwartaal	13	• 2025 in cijfers	55-59
• Aantal nieuwe en unieke commercials per maand	14	• Deelnemers aan de standaard	60
• Bruto audioreclame-investeringen per branche	15		
• Audioreclame merken Top 25	16	Hoofdstuk 6 – NMO Podcast Standaard	
• Top 10 productgroepen via audio	17	• Over de standaard	62
• Branche insights	18-20	• 2025 in cijfers	63-69
• Top 20 nieuwe merken binnen audio in 2025	21	• Podcast Top 40 per titel & Top 100 per aflevering	70-75
		• Deelnemers aan de standaard	76
Hoofdstuk 2 – Radioluisteraars		Hoofdstuk 7 – Nieuwslezers aan het woord	77-97
• Luistertijd per dag	23		
• Luistertijd per weekdays en uren van de dag	24	Hoofdstuk 8 – Vijf jaar Audify Audiojaarrapport	98-103
• Gemiddeld dag- en weekbereik	25		
• Gemiddeld aantal beluisterde radiozenders	26	Audify Academy	105
• Ontvangstwijze-aandelen	27-29	Over het Audify Audiojaarrapport 2025	107
• Luistertijd per provincie	30		
• NMO Doelgroep Monitor	31-32		



De highlights

2025 breekt wederom records

De netto investering in audioreclame was in 2025 met bijna 271 miljoen niet eerder zo hoog, 3,7% meer dan een jaar eerder.

In het derde kwartaal zien we de grootste stijging t.o.v. 2024, hier is 8,7% meer geïnvesteerd. Het vierde kwartaal heeft met ruim 98 miljoen euro het grootste aandeel.

Spotreclame kreeg 85,7% van de netto investeringen, 5,1% ging naar zowel digitale audio en branded content en 4% is in podcasting geïnvesteerd. De investeringen in podcasting zijn relatief het meest toegenomen (+189,8%).

Het jaar 2025 telde bijna 13,5 miljoen spots en de gemiddelde spotlengte is 15 seconden.

Retail blijft de grootste branche op radio en Lidl, Aldi en KPN zijn de grootste lineaire radio adverteerders o.b.v. bruto investeringen.

Met radiospots zijn bijna 184 miljard audio-impressies behaald. Daar bovenop hebben we ruim 1,8 miljard uur live audio gestreamd en zijn er 581 miljoen podcasts gedownload.

Hoofdstuk 1

Kerncijfers audioreclame



Audify



Kerncijfers audioreclame

Netto investering met 3,7% toegenomen naar 271 miljoen euro

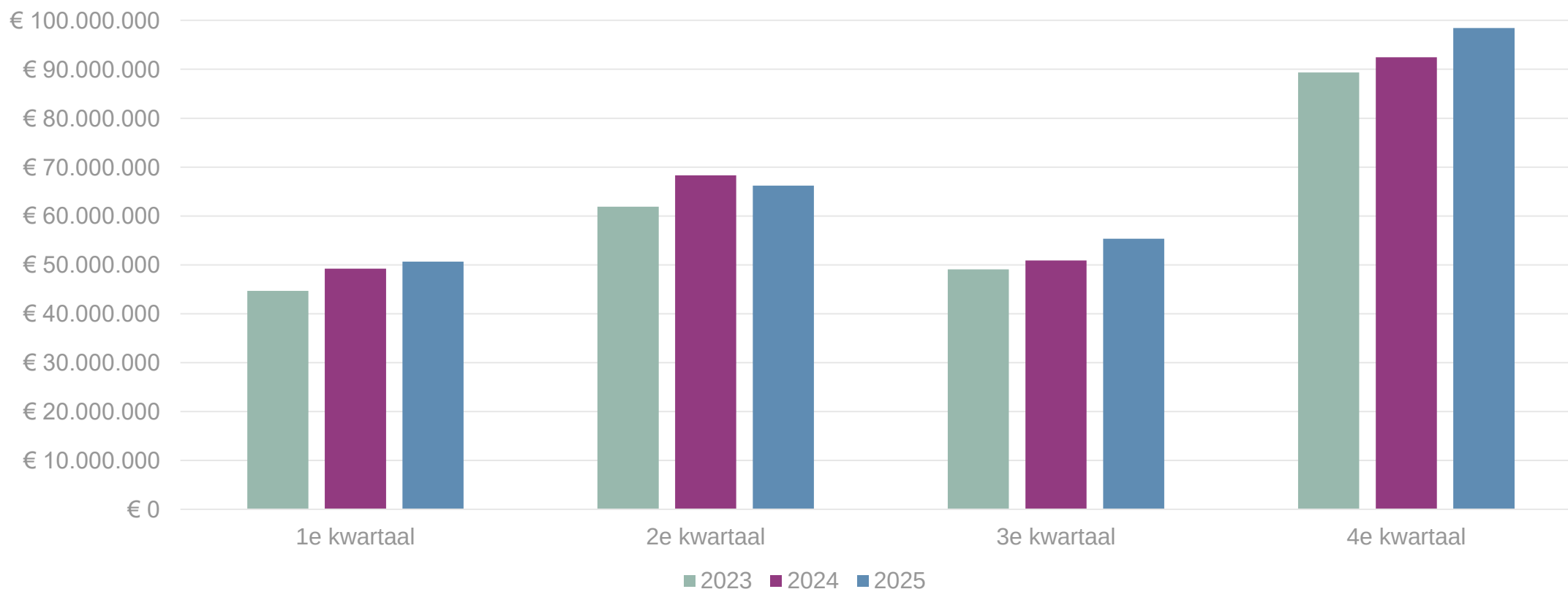
	2024	2025	Index 2025-2024
Netto investeringen	€ 260.959.000	€ 270.606.000	104
Aantal adverteerders	1.536	1.619	105
Aantal merken	1.689	1.760	104
Aantal uitgezonden seconden	212.491.057	202.071.752	95
Aantal uitgezonden spots	13.688.035	13.454.174	98
Gemiddelde spotlengte	15,5	15,0	97
GRP's 13+ jaar	1.217.897	1.208.658	99
GRP's 20-49 jaar	1.019.511	951.398	93
GRP's 25-54 jaar	1.163.233	1.158.963	100



Investering audioreclame per kwartaal

Grootste stijging in vierde kwartaal, alleen in tweede kwartaal lichte daling (in 2024 EK voetbal vanaf juni)

Totale netto audioreclame-investering 271 miljoen euro

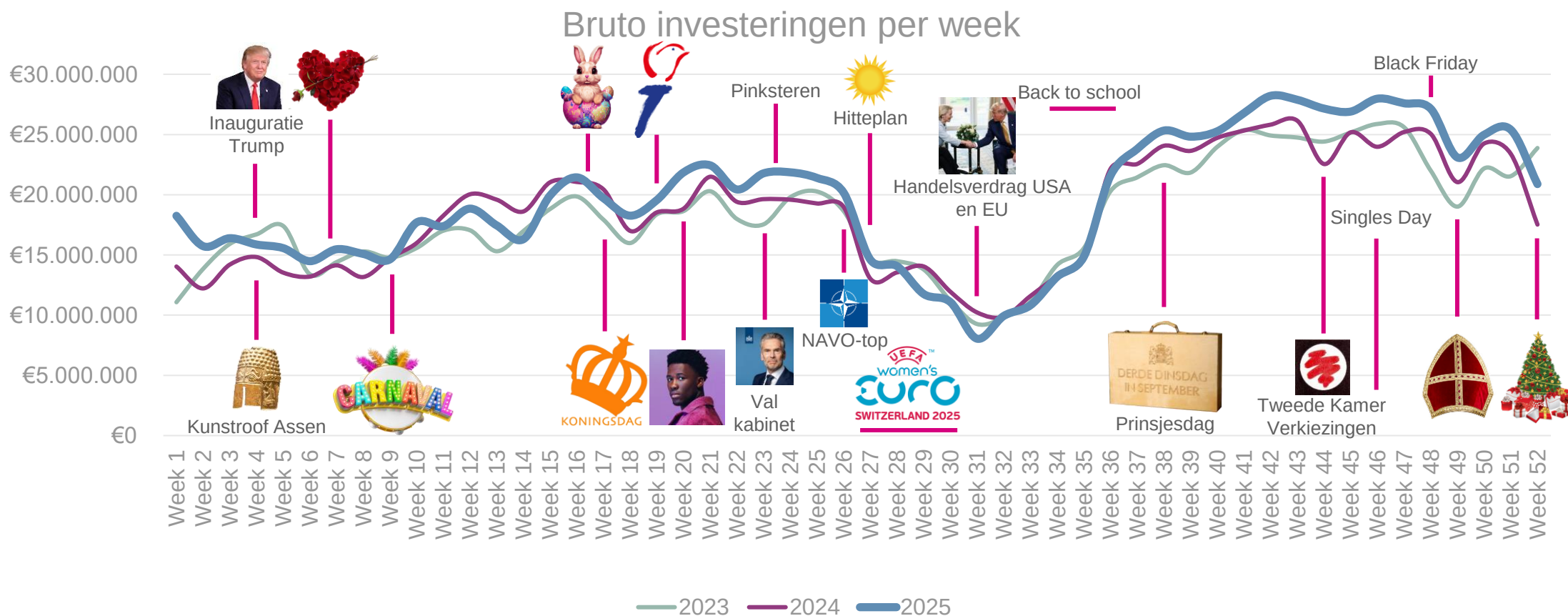




Audify

Investeren in audioreclame per week

Bruto investering 2025 in 39 weken boven niveau 2024; week 42, 43 en 46 hoogste investering

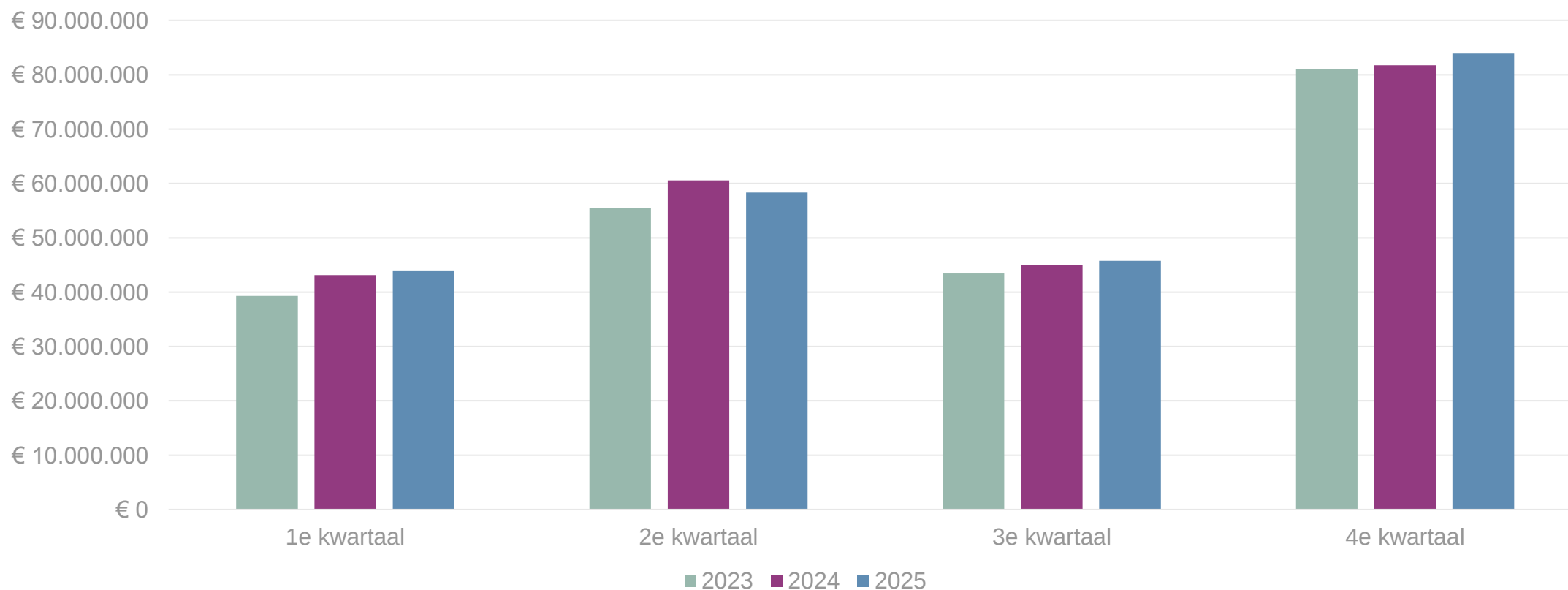




Netto audioreclame-investering spot per kwartaal

Aandeel spot 85,7% binnen totale audiomarkt; netto investering +0,7%

Totale netto radioreclame-investering spot 232 miljoen euro

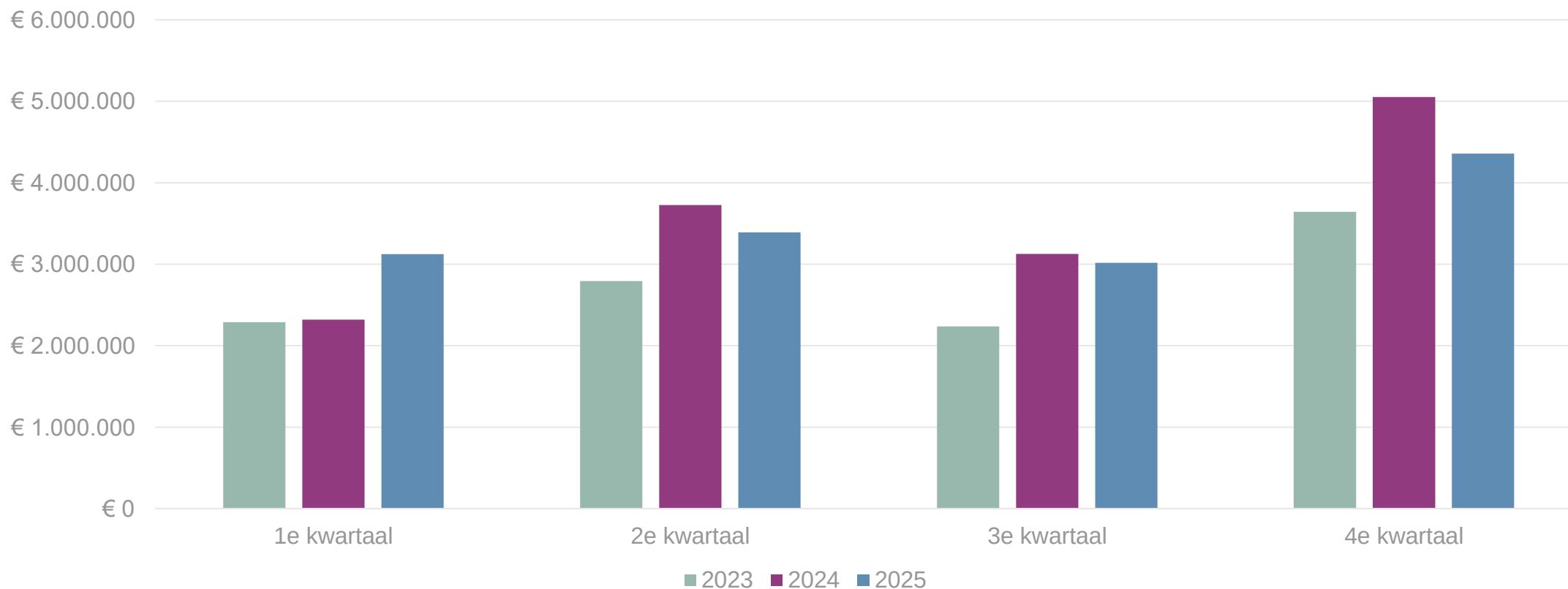




Netto audioreclame-investering lineair digitaal per kwartaal

Aandeel lineair digitaal 5,1% binnen totale audiomarkt; netto investering -2,4%

Totale netto radioreclame-investering digitaal 13,9 miljoen euro

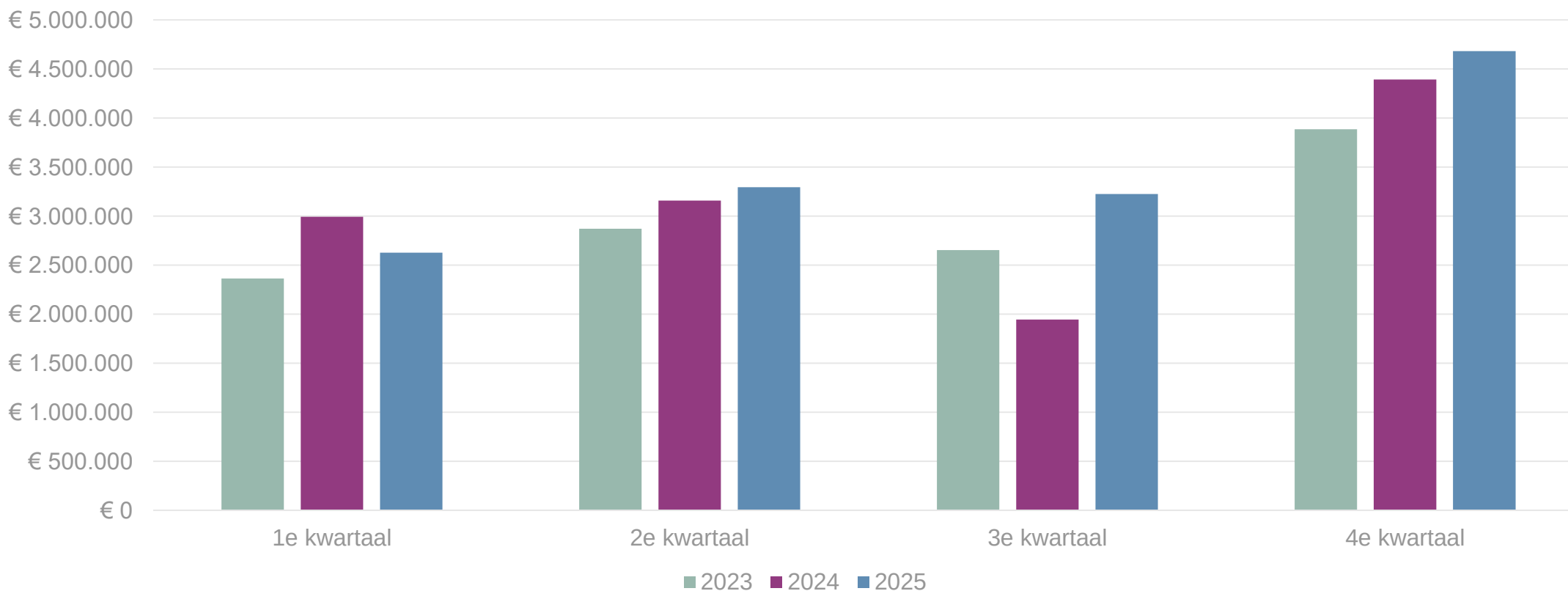




Netto audioreclame-investering non-spot per kwartaal

Aandeel non-spot 5,1% binnen totale audiomarkt; netto investering +10,7%

Totale netto radioreclame-investering non-spot 13,8 miljoen euro

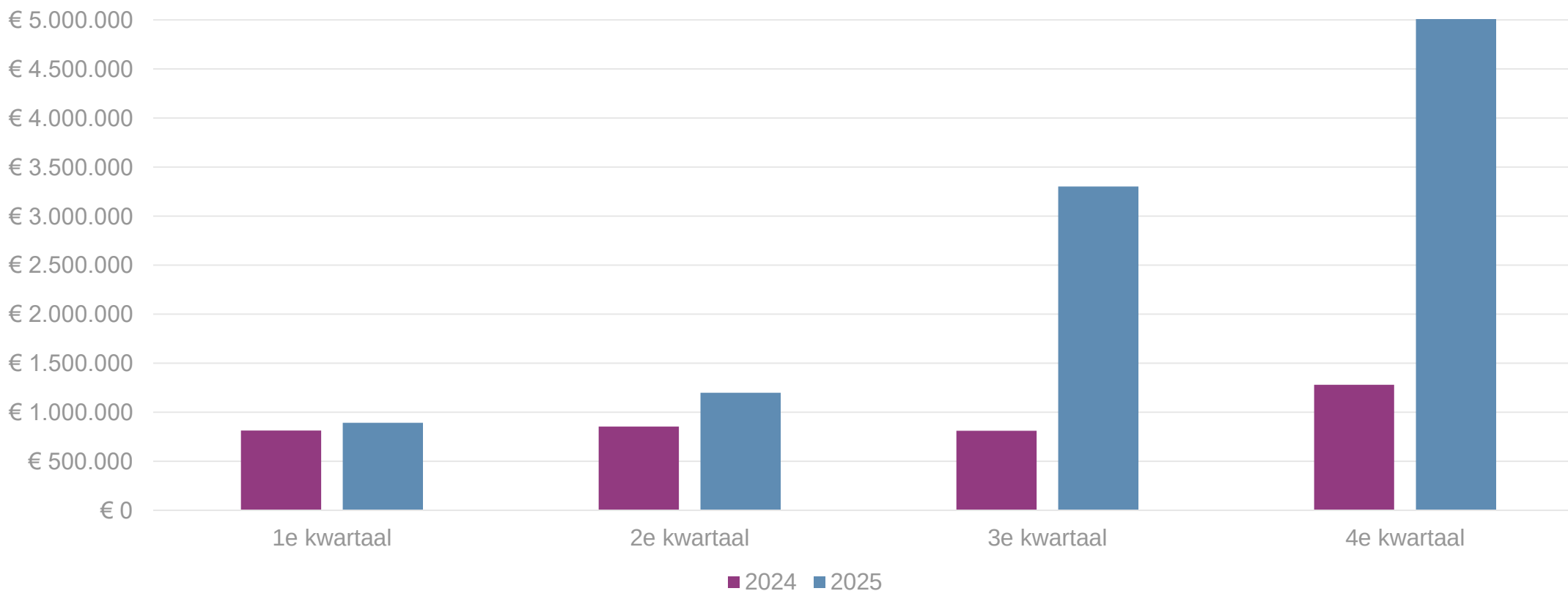




Netto audioreclame-investering podcast per kwartaal

Aandeel podcast 4% binnen totale audiomarkt; netto investering +189,8%

Totale netto radioreclame-investering podcast 10,9 miljoen euro

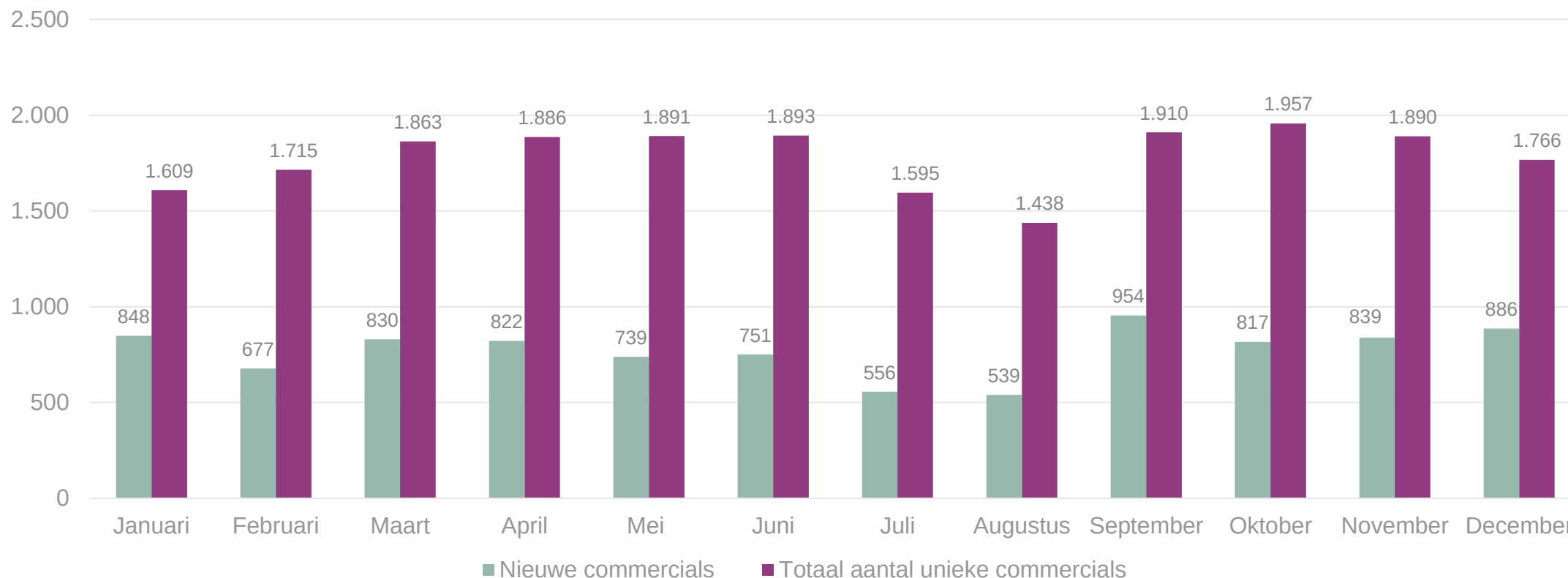




Aantal commercials per maand

43,2% van alle commercials is nieuw, meeste nieuwe in september, meeste unieke commercials in oktober

Aantal commercials per maand 2025





Bruto audioreclame-investering per branche

Retail blijft veruit grootste branche, naast Overige stijgt Zakelijke Dienstverlening met index 142 het meest

	2023	2024	2025	Index 2025-2024
Retail	€ 263.844.929	€ 281.782.211	€ 326.703.796	116
Financiële Dienstverlening	€ 109.374.327	€ 123.255.770	€ 111.882.341	91
Telecom, ICT	€ 83.829.010	€ 83.267.247	€ 88.119.492	106
Transport	€ 82.235.005	€ 84.457.982	€ 87.235.524	103
Overheid, Educatie en Non Profit	€ 86.749.441	€ 79.651.445	€ 83.385.133	105
Horeca, Toerisme, Recreatie	€ 86.411.289	€ 82.196.064	€ 75.948.781	92
Media	€ 46.857.868	€ 49.633.419	€ 46.663.133	94
Zakelijke Dienstverlening	€ 39.847.135	€ 30.445.357	€ 43.182.472	142
Voedings- en Genotmiddelen	€ 36.688.866	€ 45.139.922	€ 41.992.980	93
Overige Producten en Diensten	€ 31.636.823	€ 34.355.830	€ 38.800.794	113
Brandstof, Energie, (Petro)Chemie	€ 30.188.827	€ 26.649.882	€ 30.887.801	116
Huis en Tuin	€ 16.001.352	€ 8.725.196	€ 11.385.705	130
Bouw en Onroerend Goed	€ 9.670.624	€ 8.479.776	€ 10.573.360	125
Was- en Reinigingsmiddelen	€ 3.844.255	€ 7.539.370	€ 6.393.152	85
Medisch	€ 5.335.587	€ 5.901.456	€ 6.376.275	108
Producten Professioneel Gebruik	€ 4.411.283	€ 2.663.148	€ 3.018.919	113
Mode	€ 2.203.753	€ 2.638.125	€ 2.586.327	98
Consumenten Elektronica	€ 3.965.979	€ 4.928.227	€ 1.906.046	39
Persoonlijke Verzorging	€ 2.892.791	€ 2.321.869	€ 1.779.269	77
Agrarisch	€ 1.888.042	€ 2.018.386	€ 1.385.727	69
Overige Reclame-uitingen	€ 109.642	€ 313.092	€ 750.109	240
Totaal	€ 947.986.828	€ 966.363.774	€ 1.020.957.135	106



Audioreclame merken top 25 o.b.v. bruto investeringen

Lidl grootste audio-adverteerder; top 25 in 2025 met 15% gestegen naar € 291.766.385

		2023	2024	2025	Index 2025-2024
1 (3)	Lidl	€ 11.477.182	€ 17.449.135	€ 23.943.439	137
2 (2)	Aldi	€ 6.290.788	€ 19.551.363	€ 22.333.342	114
3 (1)	KPN	€ 17.637.244	€ 19.621.301	€ 18.133.994	92
4 (11)	Albert Heijn	€ 11.557.854	€ 10.242.150	€ 17.547.122	171
5 (4)	Odido	€ 20.582.659	€ 16.891.721	€ 17.278.483	102
6 (9)	Jumbo	€ 12.043.042	€ 11.499.002	€ 16.370.960	142
7 (6)	Kruidvat	€ 12.568.174	€ 14.605.555	€ 16.132.122	110
8 (7)	Amazon	€ 9.886.043	€ 12.776.173	€ 12.622.073	99
9 (12)	Vodafone	€ 9.453.303	€ 10.145.090	€ 12.037.615	119
10 (13)	Ziggo	€ 7.592.516	€ 9.512.484	€ 11.489.523	121
11 (15)	Plus	€ 5.343.479	€ 8.793.400	€ 10.736.802	122
12 (8)	Bol.	€ 13.040.732	€ 11.910.392	€ 10.460.193	88
13 (20)	Trekpleister	€ 4.761.918	€ 6.699.604	€ 10.207.341	152
14 (14)	Staatsloterij	€ 7.823.553	€ 9.205.319	€ 9.237.643	100
15 (21)	ANWB	€ 5.985.449	€ 6.699.202	€ 9.082.350	136
16 (10)	Rabobank	€ 7.601.456	€ 10.843.828	€ 8.942.672	82
17 (5)	McDonald's	€ 14.469.362	€ 15.036.921	€ 8.569.694	57
18 (61)	Eurojackpot	€ 2.733.067	€ 3.126.800	€ 7.729.086	247
19 (19)	Nationale Postcode Loterij	€ 6.346.203	€ 7.287.756	€ 7.651.787	105
20 (16)	Promovendum	€ 4.177.756	€ 8.426.660	€ 7.191.954	85
21 (22)	IKEA	€ 4.982.748	€ 6.090.916	€ 6.982.486	115
22 (58)	OHRA	€ 2.917.601	€ 3.200.454	€ 6.954.793	217
23 (40)	Indeed	€ 3.468.429	€ 4.371.362	€ 6.877.081	157
24 (29)	Renault	€ 6.638.162	€ 5.447.968	€ 6.784.510	125
25 (35)	Praxis	€ 3.256.713	€ 4.920.562	€ 6.469.317	131
	Totaal Top 25	€ 212.635.434	€ 254.355.120	€ 291.766.385	115



Audify

Top 10 productgroepen binnen audio o.b.v. GRP's

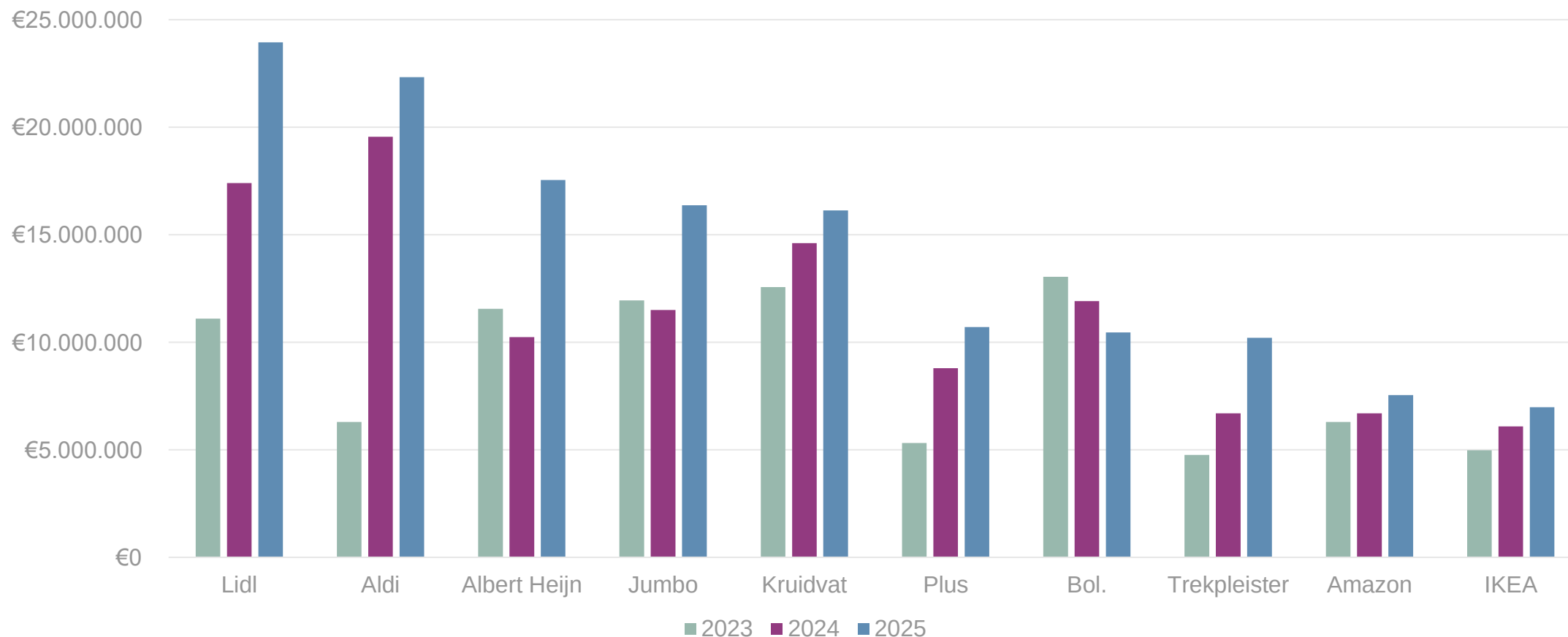
13+ jaar: totaal 1.208.658 GRP's = 183.812.708.640 impressies

Productgroep	13+ GRP's	SOV%	#1	#2	#3
Levensmiddelenzaken	94.980	7,9%			JUMBO
Personenauto's	49.043	4,1%			V O L V O
Verzekeringen en Uitvaartverzorging	48.084	4,0%			Allianz  DIRECT
Woninginrichtingszaken	43.742	3,6%			
Drogisterij en Parfumeries	41.677	3,4%		 trekpleister	
Bouwmarkten	41.348	3,4%			Praxis
Mobiele Telecommunicatie	40.412	3,3%			Ben [®]
Banken en Financieringsmaatschappijen	40.348	3,3%			
Reisorganisaties	38.639	3,2%			
Dienstverlenende Bedrijven	37.112	3,1%			



Branche insights: retailmerken top 10

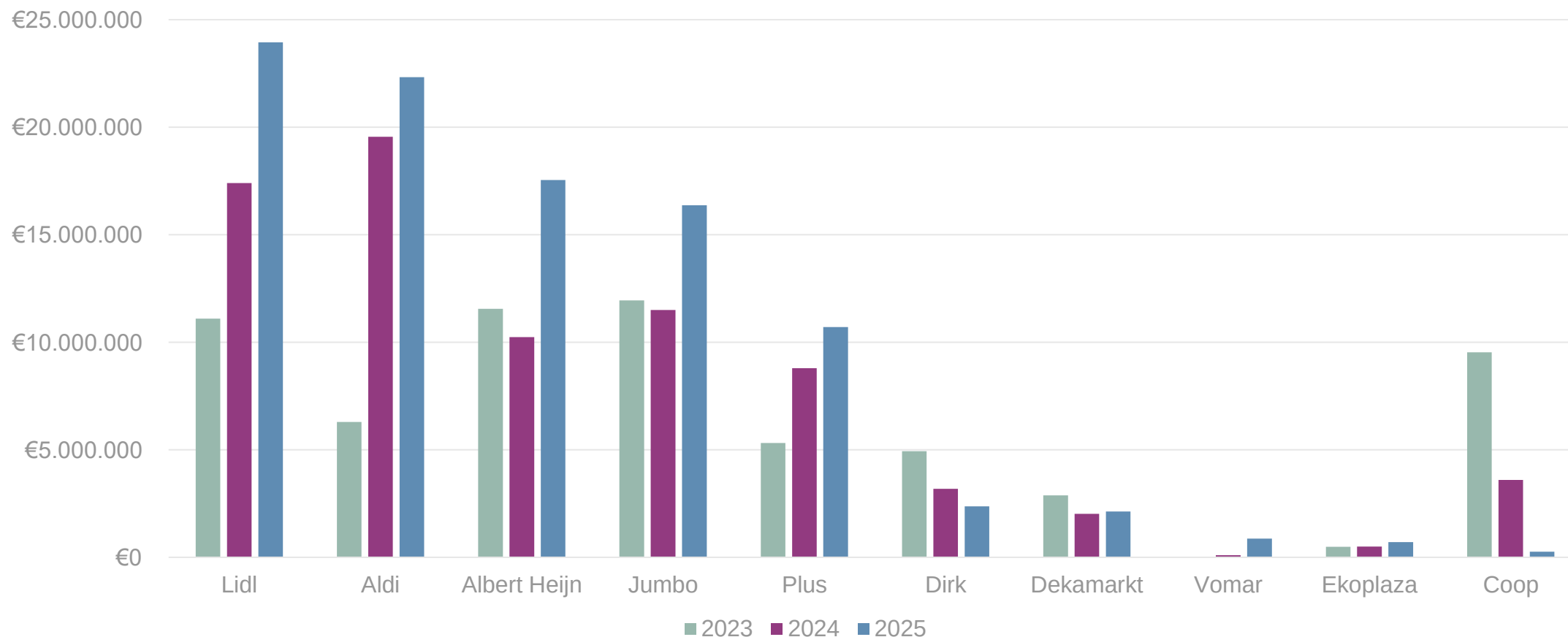
Lidl #1 retailmerk, Albert Heijn grootste stijger, Trekpleister en Jumbo ook aanzienlijke stijgers





Branche insights: supermarkten top 10

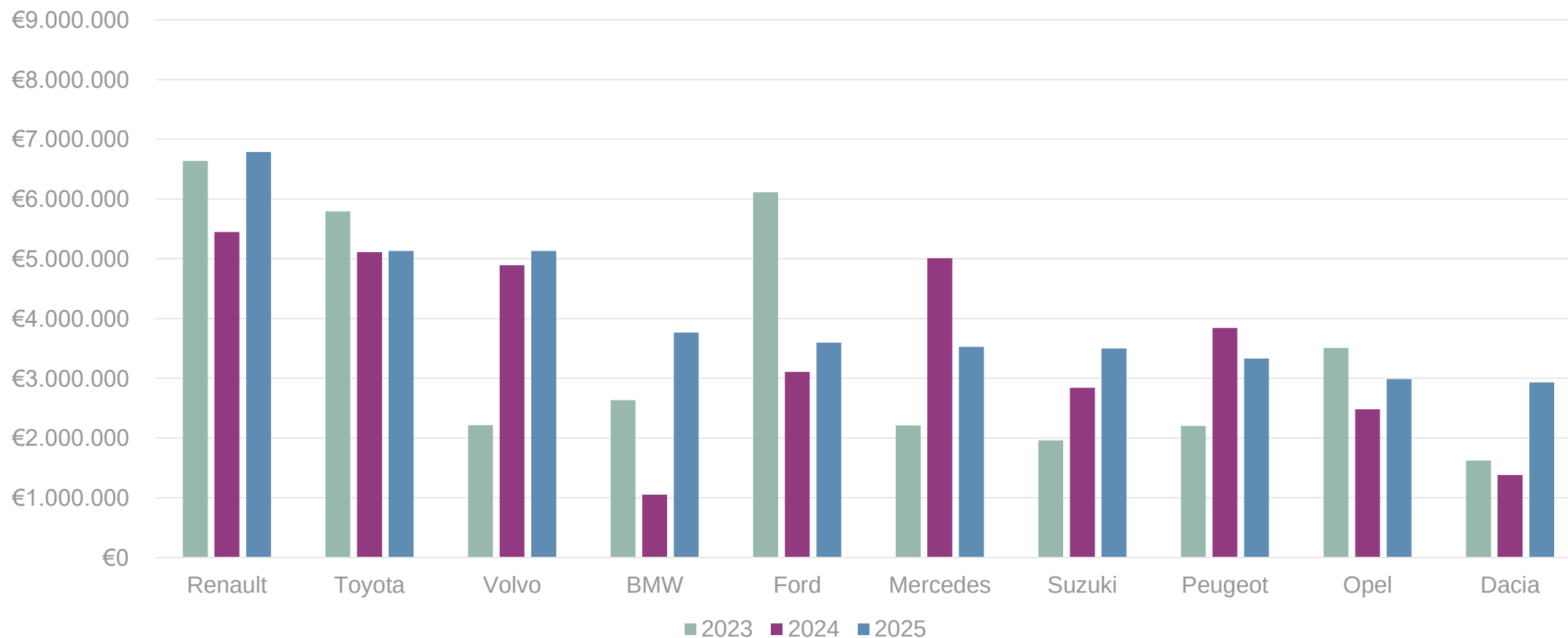
Lidl #1 supermarkt, de top 10 supermarkten investeert gemiddeld 26% meer





Branche insights: automerken top 10

Renault #1 automerk, de top 10 automerken investeert gemiddeld 16% meer, BMW stijgt met index 358



Top 20 nieuwe merken binnen audio in 2025



Audify



Otrium



DS AUTOMOBILES



easyJet



dpd MILNER

TAKKO
FASHION



A young man and woman are shown in a modern, brightly lit interior space. The man, wearing a black cap and a dark jacket, is adjusting the woman's headphones. The woman, with curly hair and wearing a dark jacket, is smiling and looking upwards. The background features large windows and a modern architectural design.

Hoofdstuk 2

Radioluisteraars

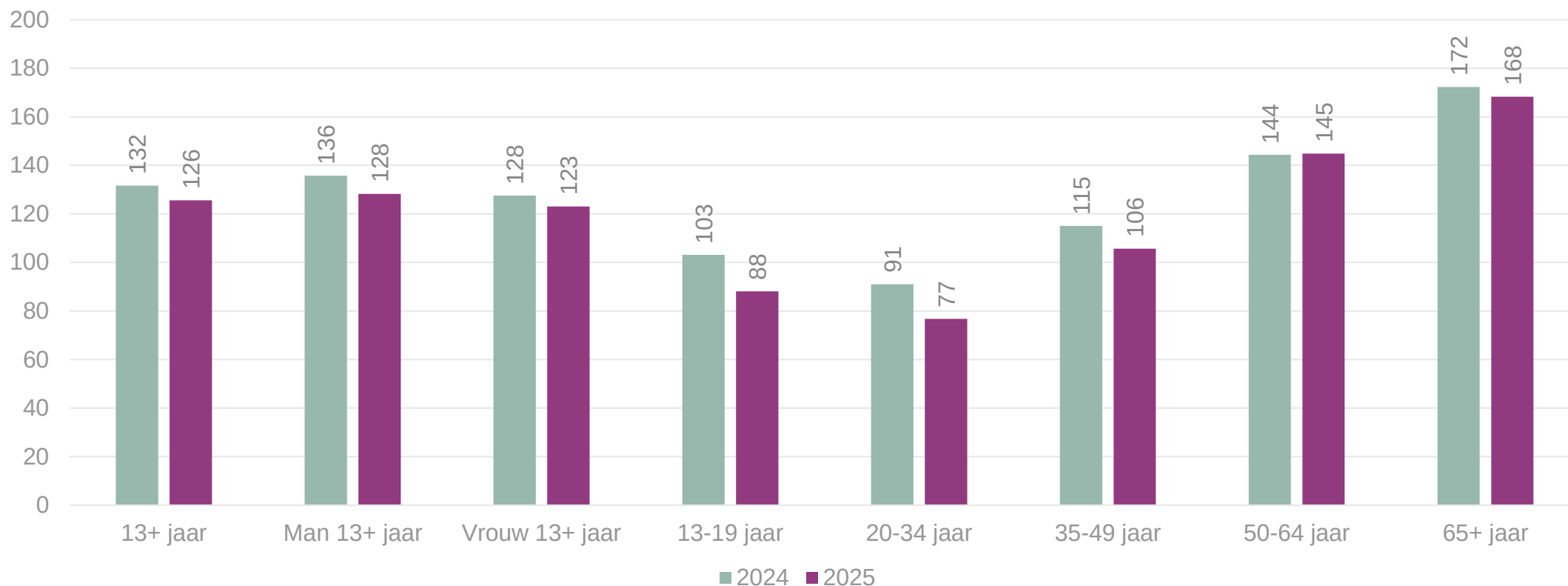




Live radio luistertijd per dag

Doelgroep 13+ jaar luistert gemiddeld meer dan 2 uur per dag naar live radio

Gemiddelde luistertijd van de luisteraar (in minuten per dag)

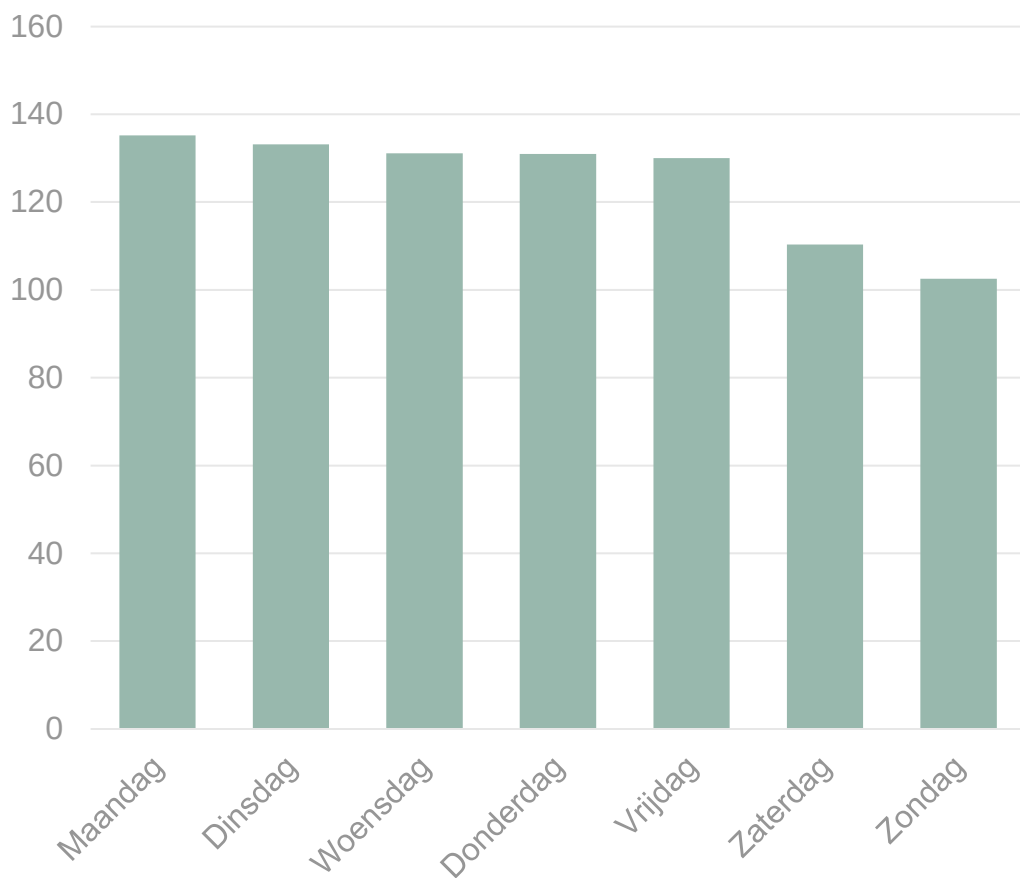




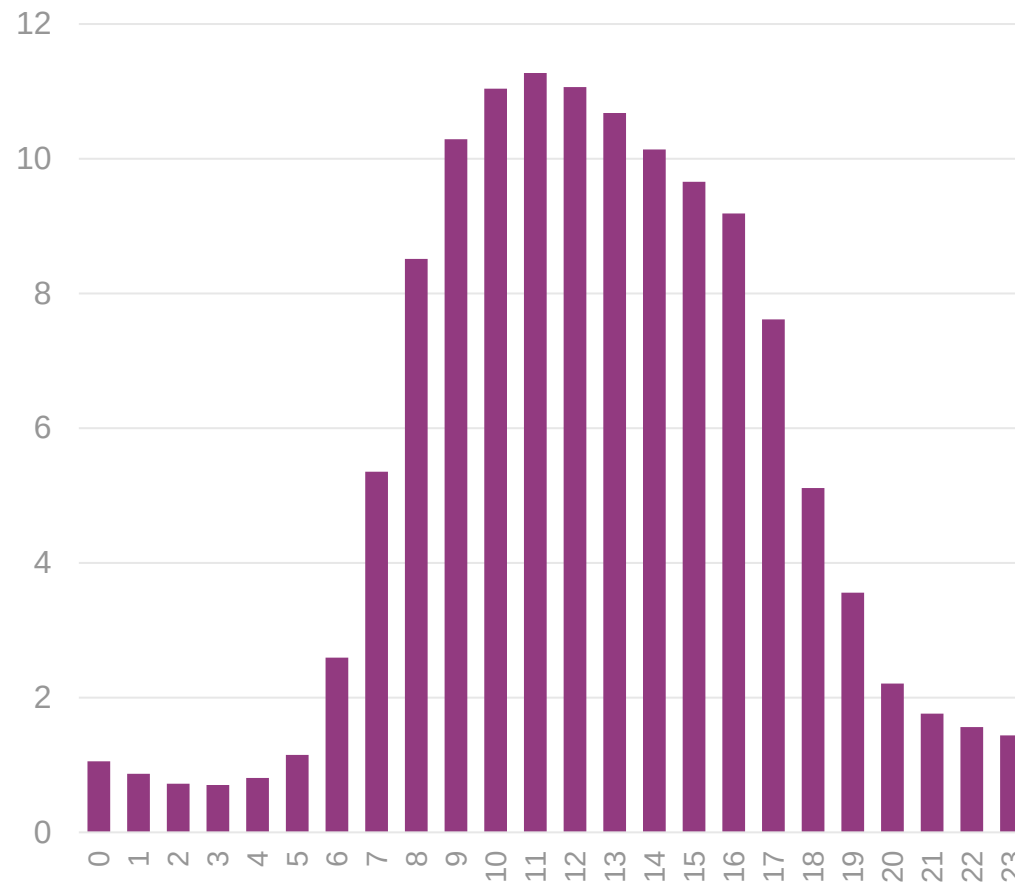
Luisteraar heeft gemiddeld ruim 759 uur radio geluisterd in 2025

Op maandagen langste luistertijd en tussen 11:00 en 12:00 uur hoogste luisterdichtheid

Luistertijd luisteraar per weekdag



Luisterdichtheid per uur van de dag

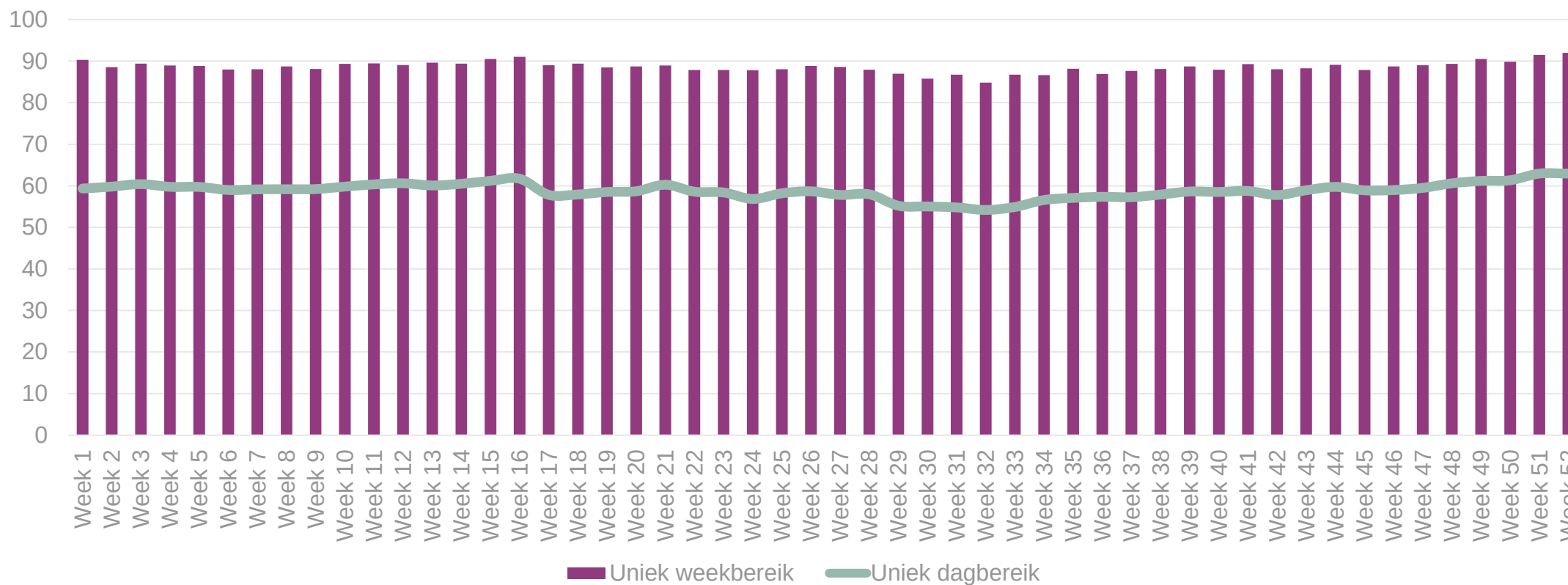




Gemiddeld dag- en weekbereik

Radio bereikt iedere week gemiddeld maar liefst 13,4 miljoen unieke Nederlanders 13+ jaar (88,4%); per dag gemiddeld 8,9 miljoen unieke luisteraars (58,8%)

Gemiddeld uniek dag- en weekbereik

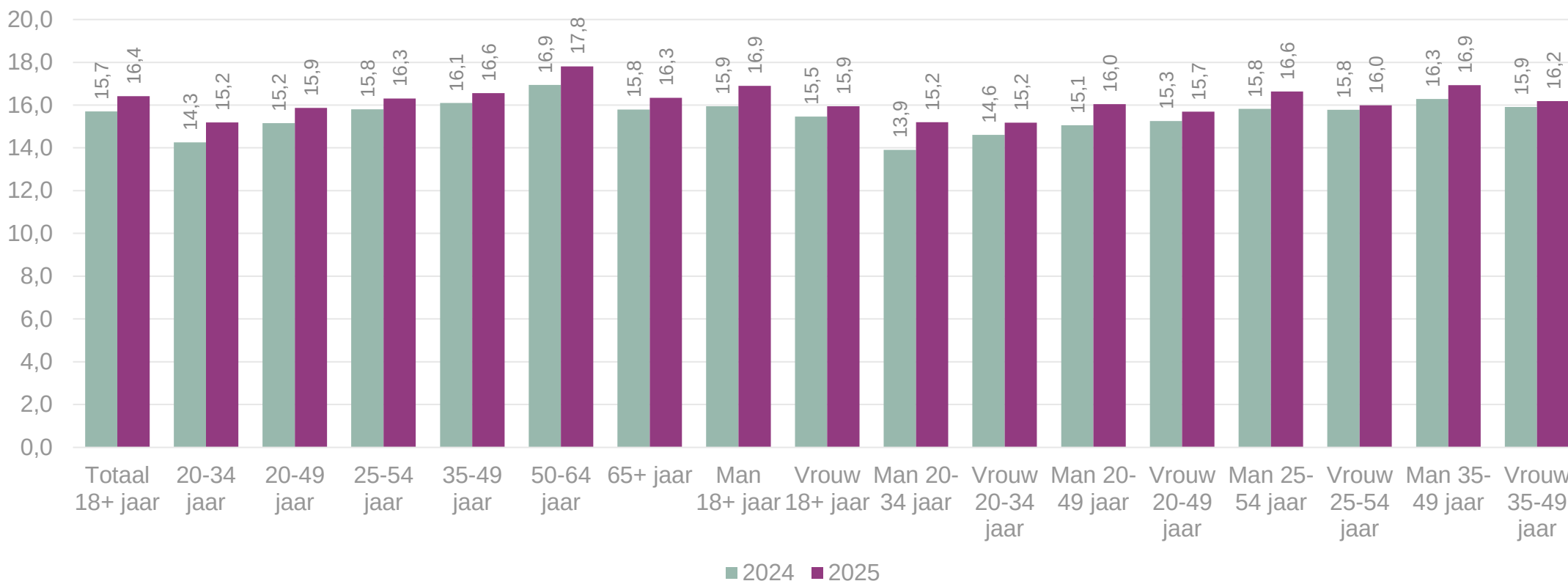




Gemiddeld aantal beluisterde radiozenders

Radioluisteraars zijn meer zenders gaan luisteren, gemiddeld 16,4 in 2025 versus 15,7 in 2024

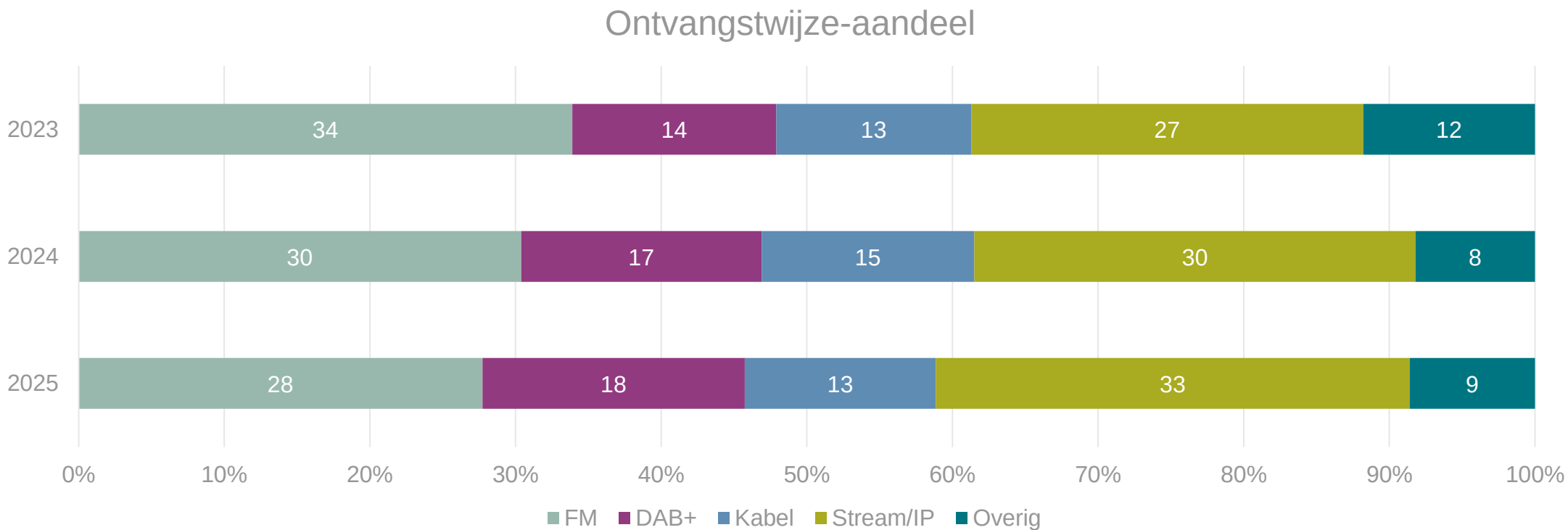
Gemiddeld aantal beluisterde radiozenders





Ontvangstwijze-aandeel per jaar

Radio werd in 2025 het meest via stream/IP beluisterd, FM voor het eerst op tweede plek

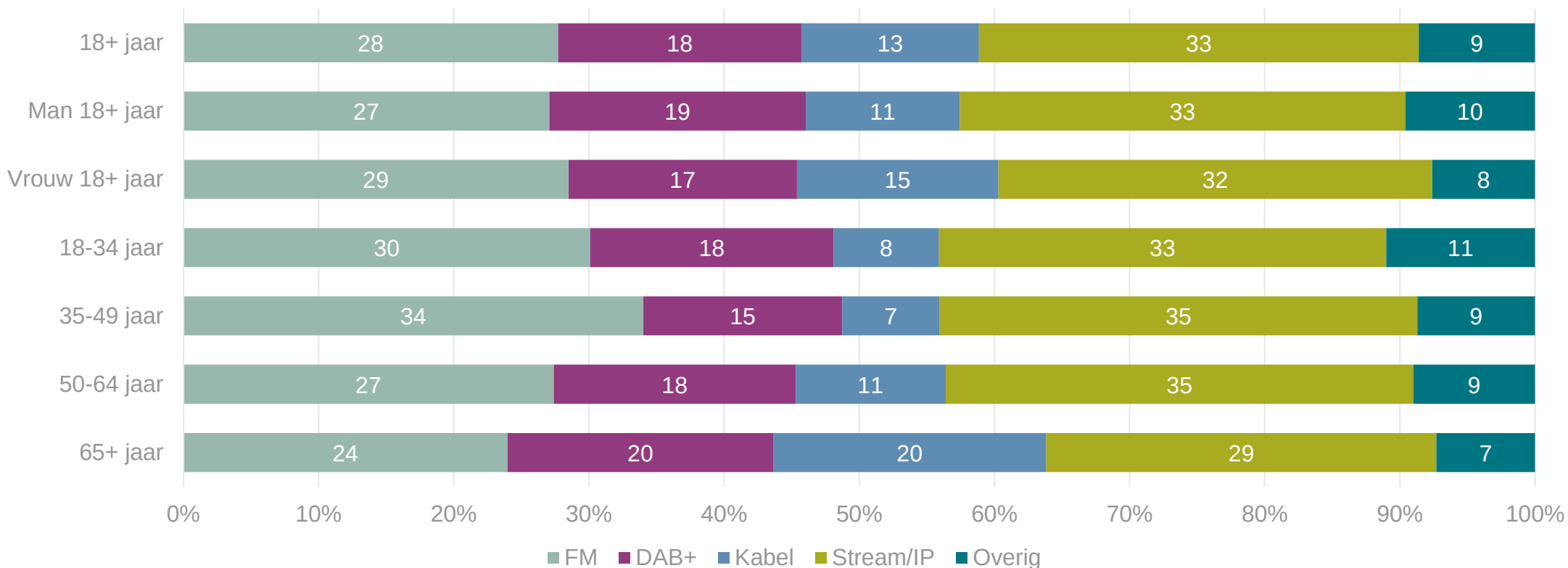




Ontvangstwijze-aandeel per leeftijdsgroep

Stream/IP bij al deze leeftijdsgroepen de grootste, FM heeft binnen 35-49 jaar nog hoog aandeel

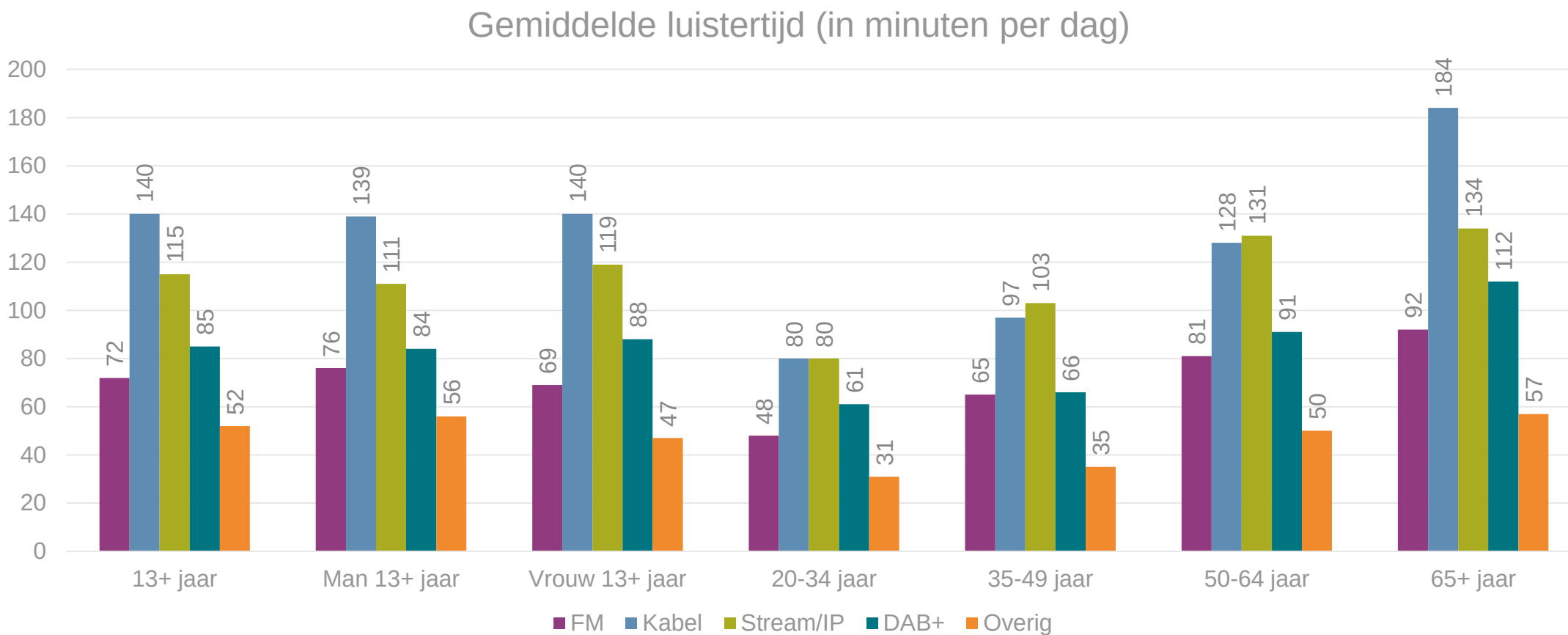
Ontvangstwijze-aandeel per leeftijdsgroep





Luistertijd per ontvangstwijze per leeftijdsgroep

Kabel heeft hoogste aantal luisterminuten, gevolgd door Stream/IP en DAB+

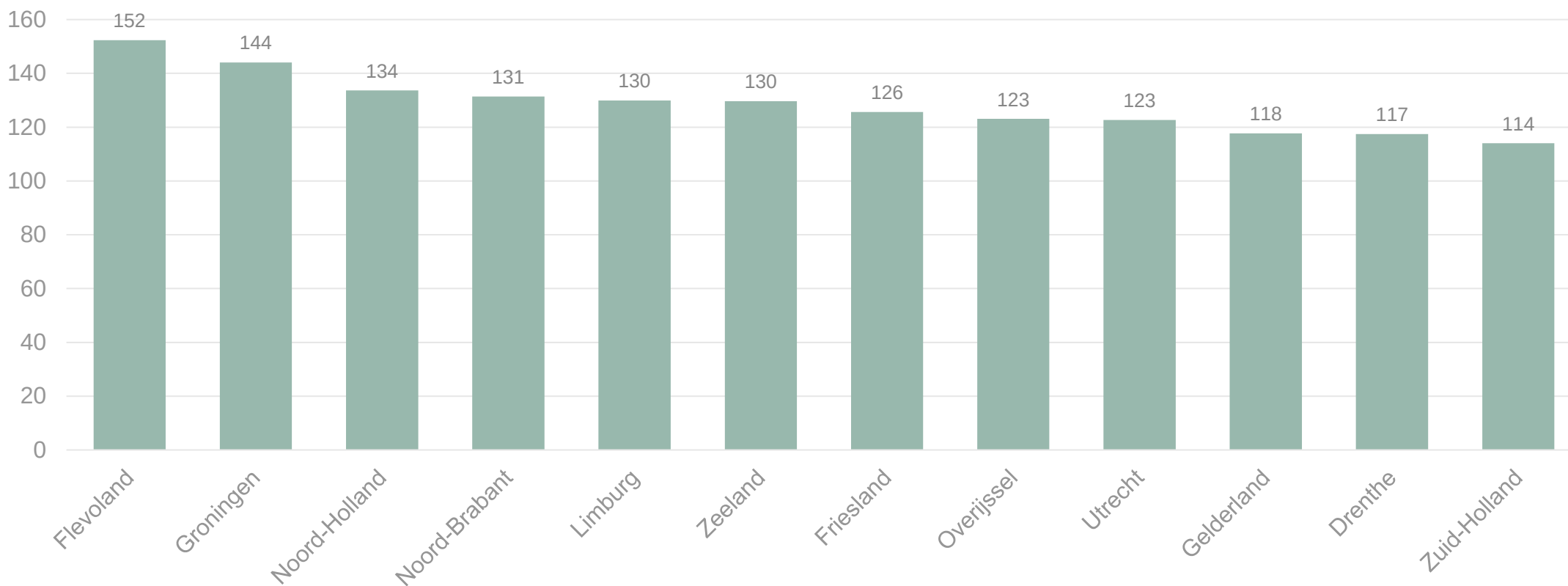




NMO - luistertijd per provincie

Luisteraars in Flevoland luisteren gemiddeld het langst naar radio

Gemiddelde luistertijd per luisteraar per provincie

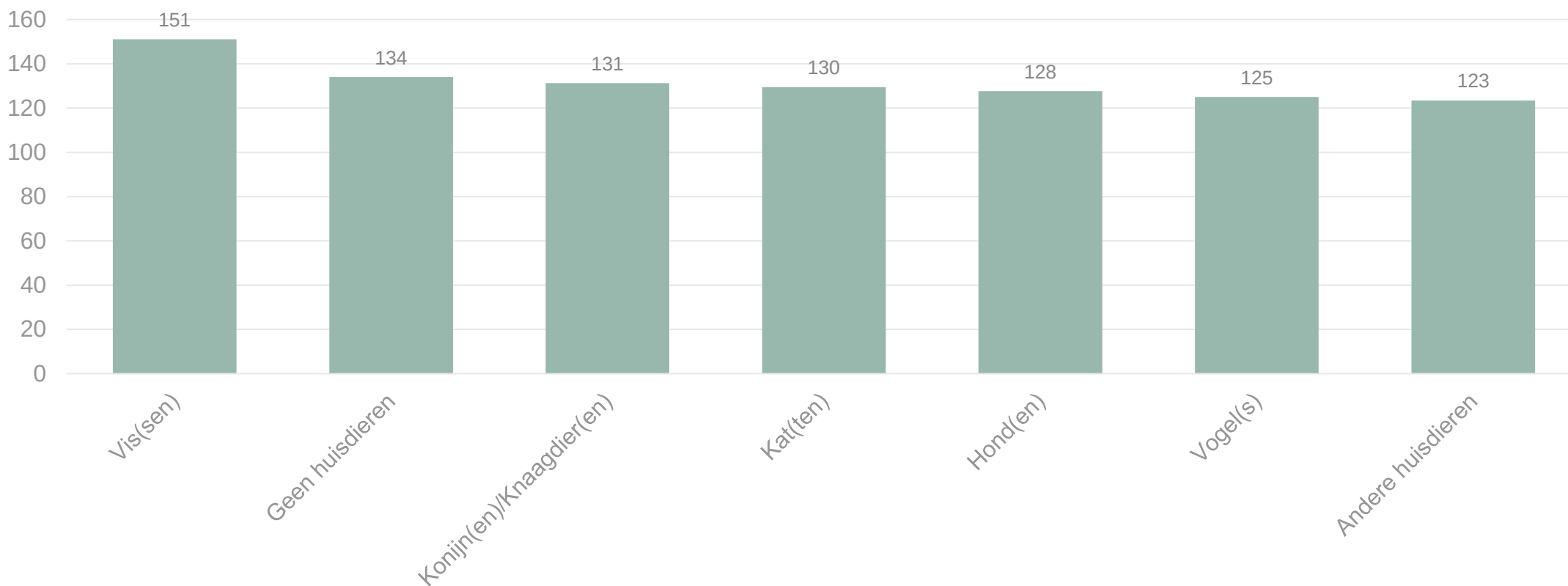




NMO Doelgroepmonitor - luistertijd per luisteraar met huisdier(en)

Huishoudens met vis(sen) luisteren gemiddeld het langst naar radiozenders

Gemiddelde luistertijd per luisteraar met huisdier(en)

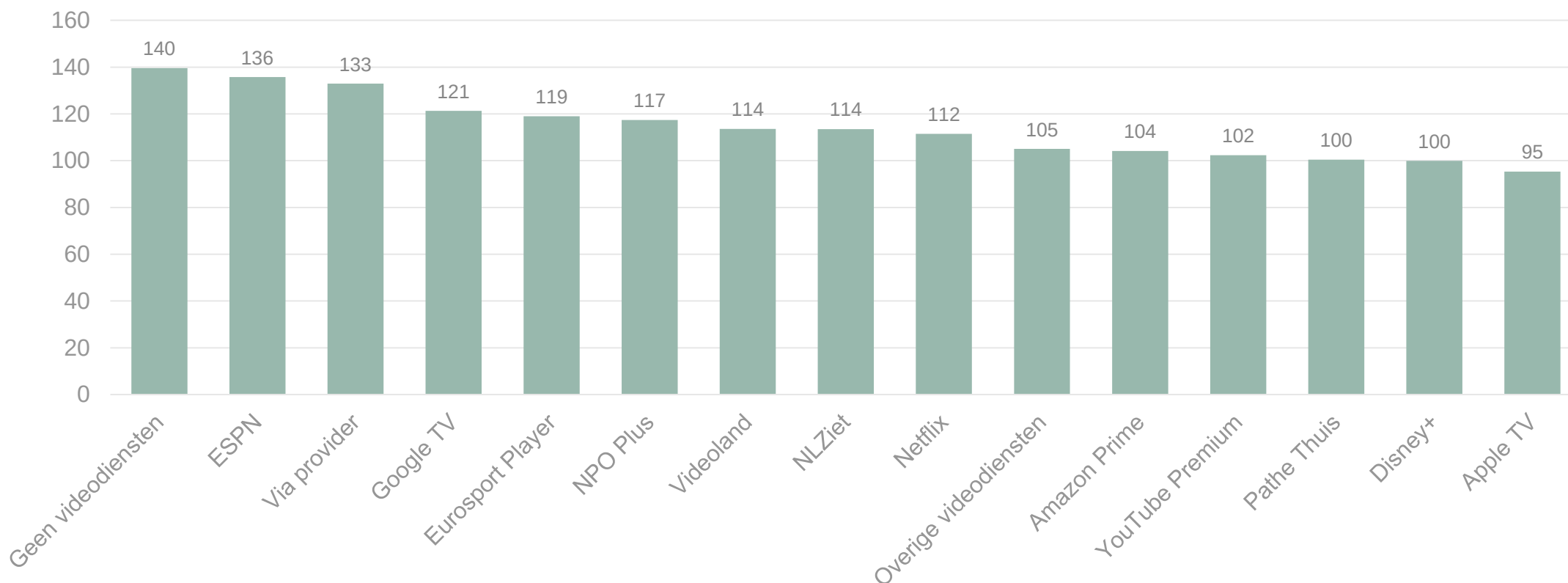




NMO Doelgroepmonitor - luistertijd per abonnement op videodienst

Consumenten zonder abonnement op een videodienst luisteren het langst naar radiozenders

Gemiddelde luistertijd per luisteraar met abonnement op videodienst



A woman with long brown hair is sitting on a grey couch, wearing large white headphones and smiling. She is holding a laptop on her lap. The background shows a modern living room with a wooden shelf, a potted plant, and a tripod. The entire image has a magenta overlay.

Hoofdstuk 3

Onderzoek

The Audify logo consists of a stylized soundwave icon made of vertical lines of varying heights, followed by the word "Audify" in a bold, sans-serif font.

Audify

Onderzoek

Er worden ieder jaar diverse waardevolle onderzoeken gepubliceerd over de inzet, impact en effectiviteit van audioreclame. Audify biedt een samenvatting van de belangrijkste bevindingen, trends en inzichten uit deze studies. Of het nu gaat om merkherkenning, klantbetrokkenheid of de kracht van herhaling; de onderzoeken geven een helder beeld van hoe audio een sleutelrol speelt in moderne marketingstrategieën. Wil je dieper ingaan op de details van de onderzoeken? Bezoek dan de Audify-website voor uitgebreide informatie en rapporten.



De magie van herhaling

Deze whitepaper geeft o.a. antwoord op de vraag: hoe kan je als adverteerder met een lage of gemiddelde bekendheid het meeste uit je mediabudget halen? En hoe vaak moet een doelgroep een commercial tegenkomen voor een effectieve campagne?



Neuro visual transfer onderzoek

Wanneer consumenten eerst een tv-commercial zien, vormen ze bij het horen van een bijpassende audioreclame automatisch een mentaal beeld van het merk of product. Dit fenomeen, bekend als het 'visual transfer effect', is nu voor het eerst ook door neuro-marketingonderzoek aangetoond.

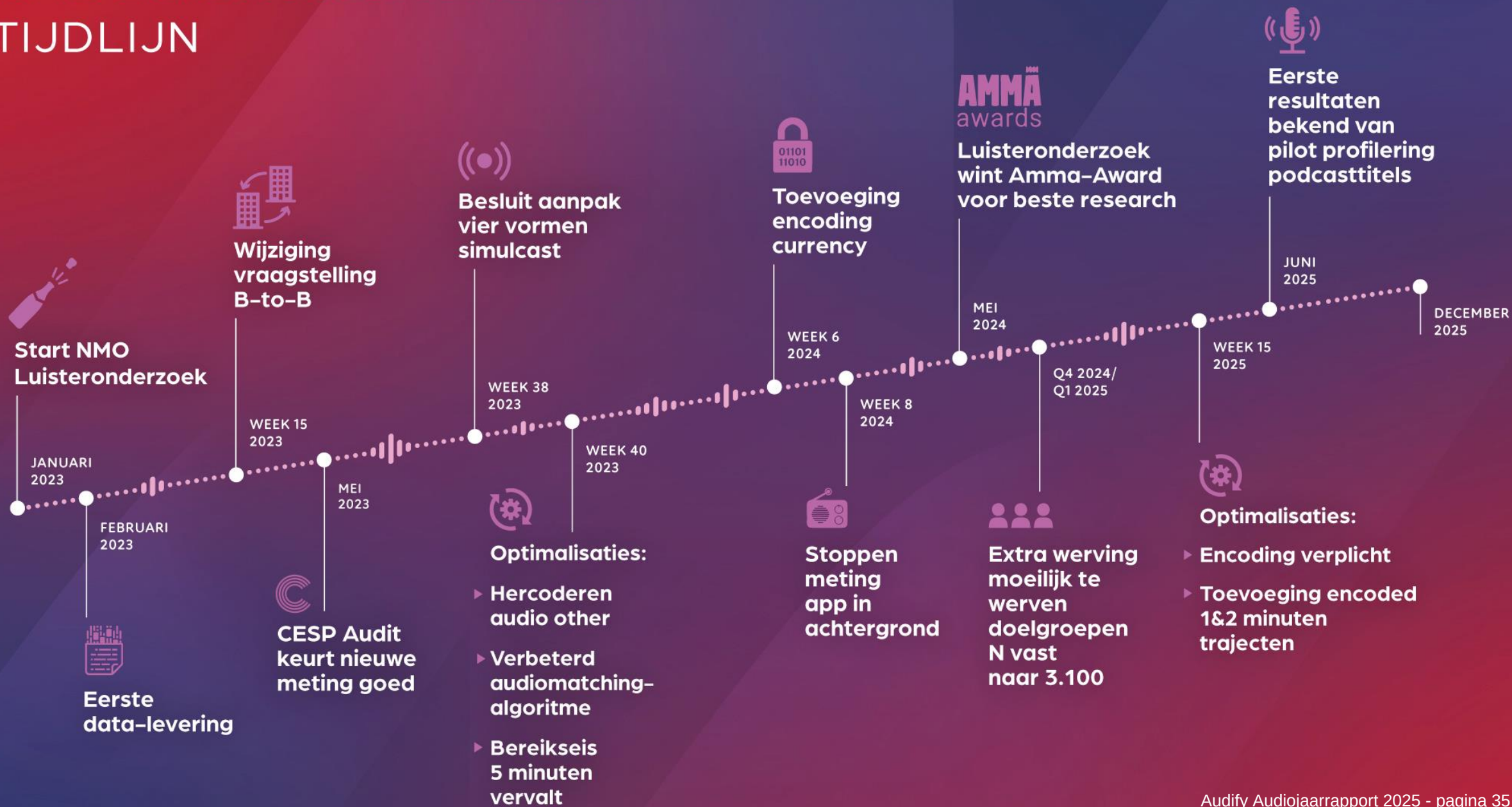


Storytelling in audiocommercials

Storytelling stelt merken in staat zich te onderscheiden en een diepere band met hun doelgroep op te bouwen. Onderzoek toont aan dat een merkverhaal niet alleen leidt tot een positievere merkperceptie, maar ook kan leiden tot een stijging in omzet.

> NMO LUISTERONDERZOEK

TIJDLIJN



Hoofdstuk 4

Radiohoogtepunten 2025



Audify



Audify

Top 10 meest gedraaide artiesten op radio in 2025



1. David Guetta



2. Ed Sheeran



3. Bruno Mars



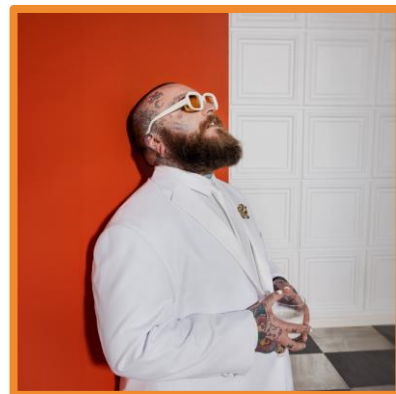
4. Alex Warren



5. Coldplay



6. Myles Smith



7. Teddy Swims



8. Lady Gaga



9. Martin Garrix

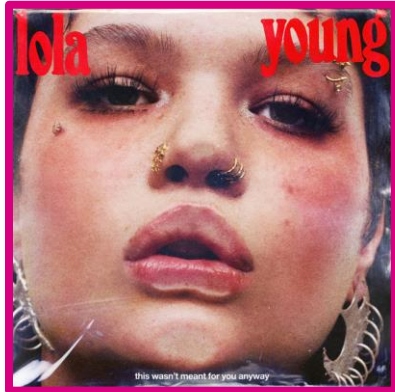


10. Michael Jackson

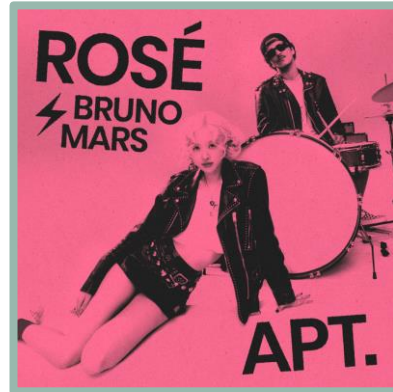


Audify

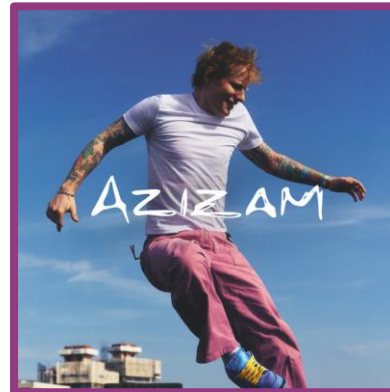
Top 10 meest gedraaide nummers op radio in 2025



1. Lola Young – Messy



2. ROSÉ & Bruno Mars – APT.



3. Ed Sheeran – Azizam



4. Nate Smith –Fix
What You Didn't Break



5. Miley Cyrus – End Of
The World



6. David Guetta & Sia –
Beautiful People



7. Cameron Whitcomb –
Medusa



8. Martin Garrix & Jex –
Told You So



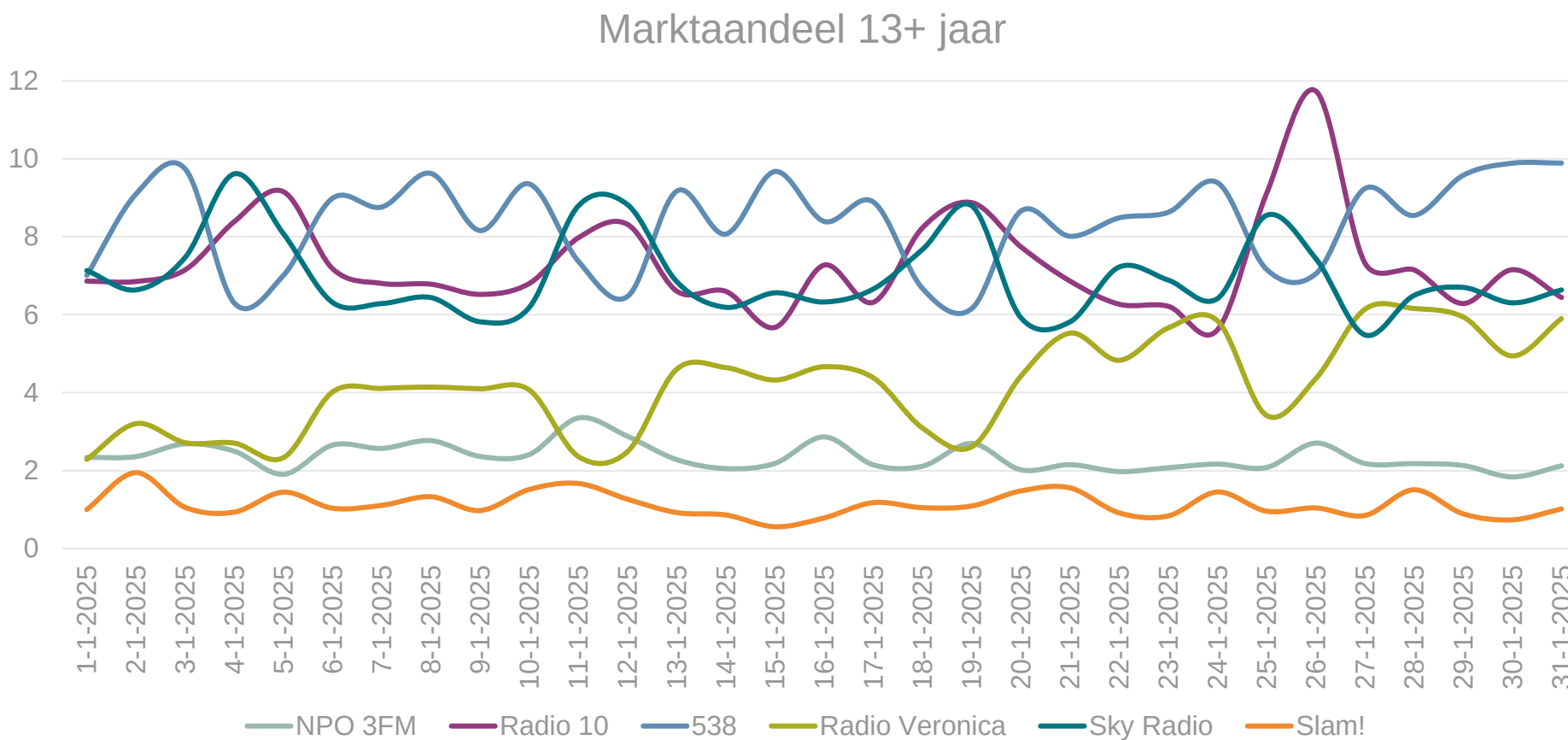
9. Shaboozey & Myles
Smith – Blink Twice



10. Alex Warren – Ordinary

Actieweken en marktaandeel 2025 - januari

De Radio 10 Guilty Pleasure Top 1000 laat marktaandeel in weekend flink stijgen



Bron: NMO, ma/zo 06:00-24:00 uur



Dj's van SLAM! op zoek naar spijttattoo's

6 T/M 20 JANUARI



Sky Radio Leef 1 Jaar Gratis

6 T/M 26 JANUARI



538 live bij De Vrienden Van Amstel Live

10 T/M 17 JANUARI



NPO 3FM viert nieuw muzikaal talent tijdens Eurosonic Noorderslag

15 T/M 18 JANUARI



Radio Veronica Top 1000 van de 80's

20 T/M 31 JANUARI



538 Hierr met je rekening

20 JANUARI T/M 7 FEBRUARI

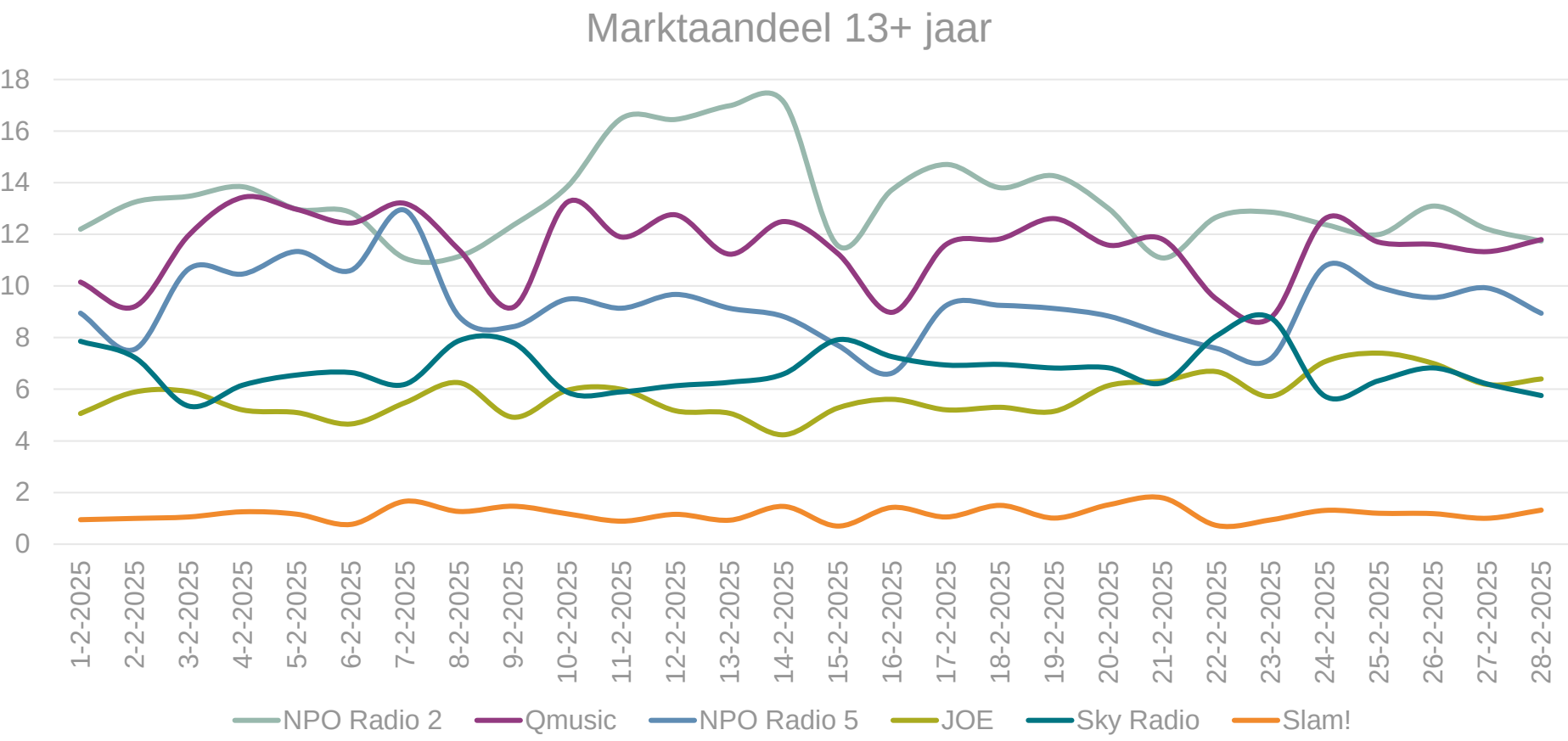


Radio 10 Guilty Pleasure Top 1000

24 T/M 31 JANUARI 2024

Actieweeken en marktaandeel 2025 - februari

NPO Radio 5 piekt tijdens Evergreen Week v/d Jaren 60, JOE tijdens Singalong Top 500



Bron: NMO, ma/zo 06:00-24:00 uur



NPO Radio 5 Evergreen Week van de Jaren 60
1 T/M 7 FEBRUARI



Qmusic Top 500 van de 90's
3 T/M 7 FEBRUARI



Slam! Spin For Life
6 FEBRUARI



NPO Radio 2 Top 80's
10 T/M 14 FEBRUARI



Sky Radio Valentijn Top 101
14 FEBRUARI

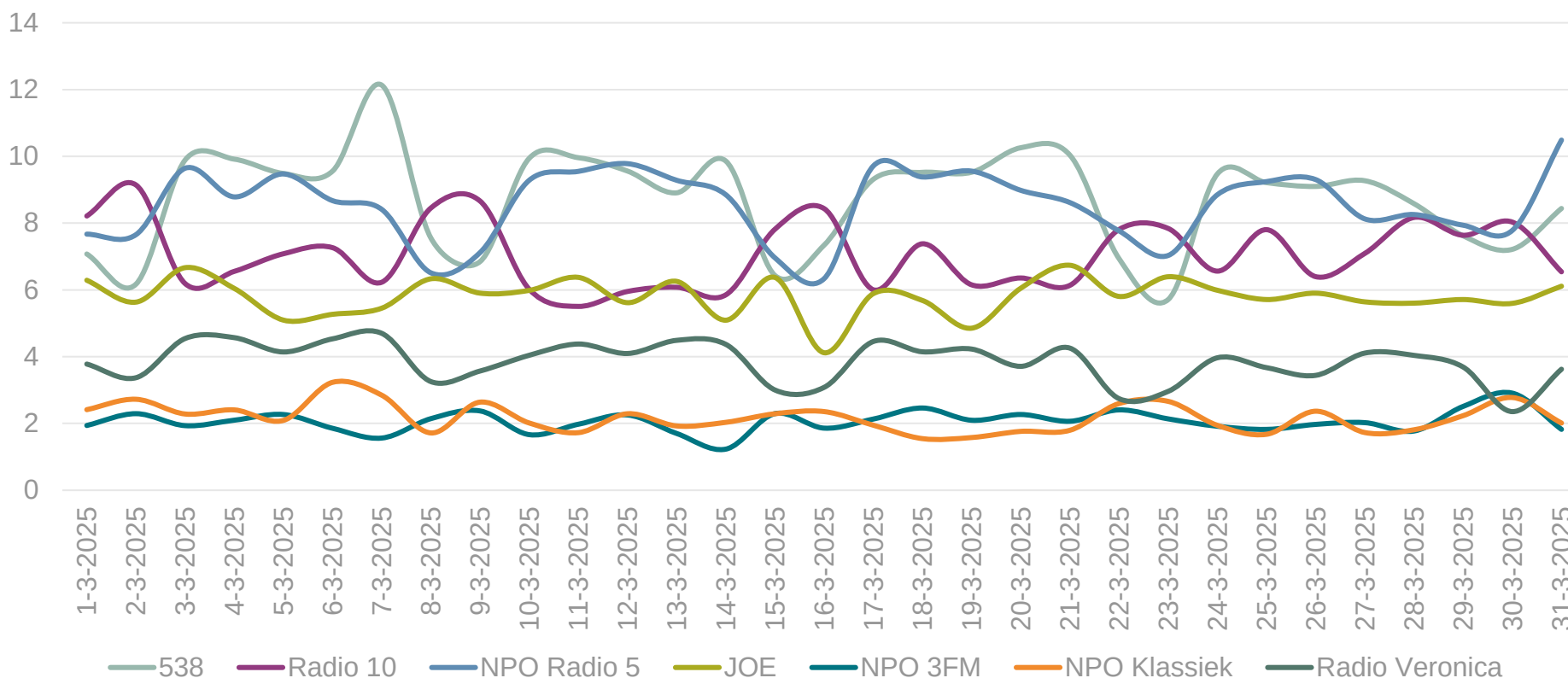


JOE Singalong Top 500
24 T/M 28 FEBRUARI

Actieweken en marktaandeel 2025 - maart

538 hoog aandeel tijdens ontknoping 00's Top 1000, NPO Klassiek met Filmmuziek Top 200

Marktaandeel 13+ jaar



538 00's Top 1000
28 FEB T/M 7 MAART



NPO Klassiek Filmmuziek Top 200
6 EN 7 MAART



Radio Veronica De Fluisteraar
10 MAART T/M 11 APRIL



NPO 3FM Top Zeroes Tot Nu
15 T/M 21 MAART



JOE NK Nutteloze Talenten
17 T/M 21 MAART



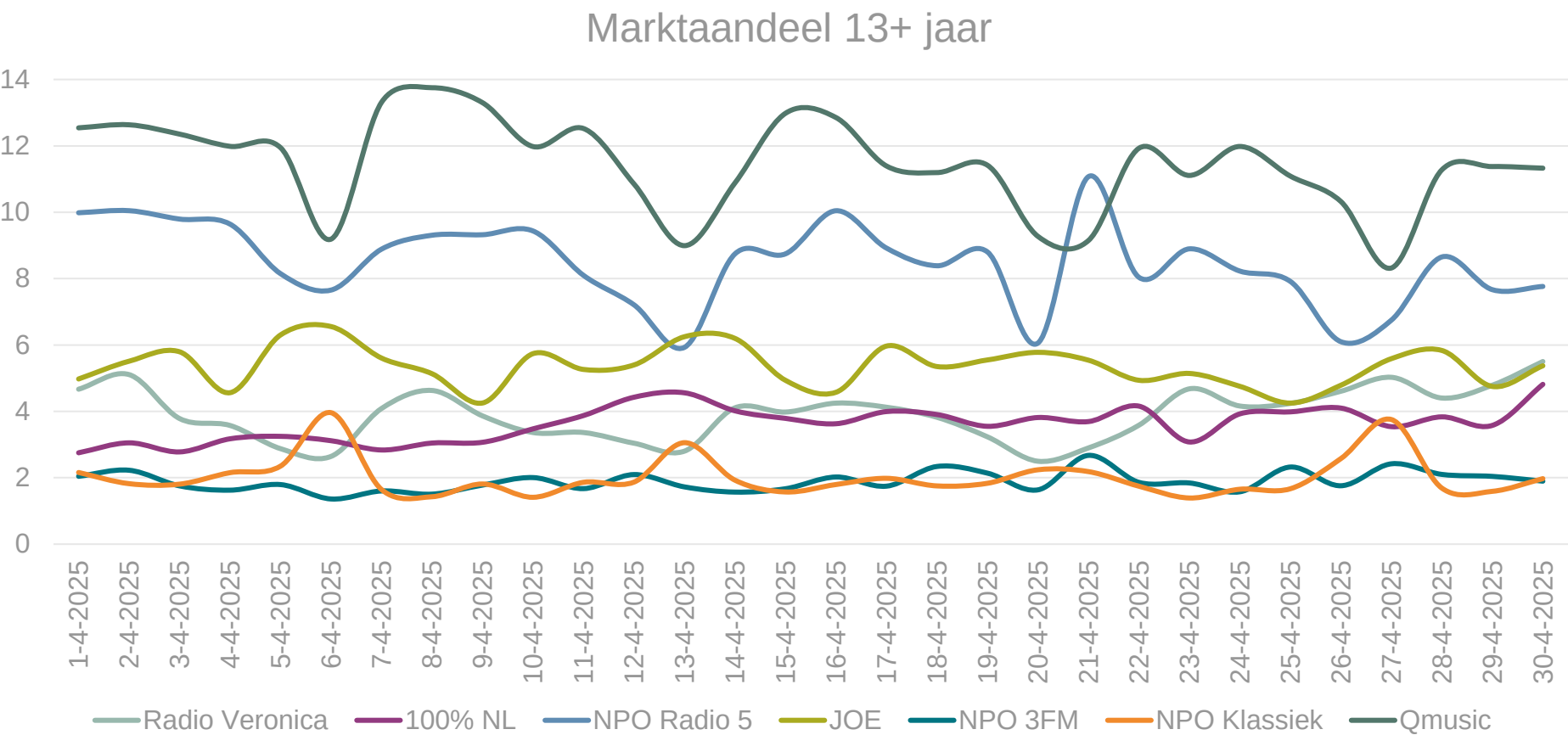
Radio 10 De 80's Top 810
24 T/M 28 MAART



NPO Radio 5 De Week van de Arbeidsvitaminen
31 MAART T/M 4 APRIL

Actieweeken en marktaandeel 2025 - april

Aantal acties rondom Pasen en Koningsdag geeft pieken



De Week van de Arbeidsvitaminen
31 MAART T/M 4 APRIL



Q-top 500 van de 00s
7 T/M 11 APRIL



3FM Festivalweek
7 T/M 13 APRIL



3 Noten XL in de Coen & Sander Show
7 T/M 17 APRIL



De week van de Matthäus-Passion
13 T/M 20 APRIL



Oranje Top 1000
14 T/M 25 APRIL

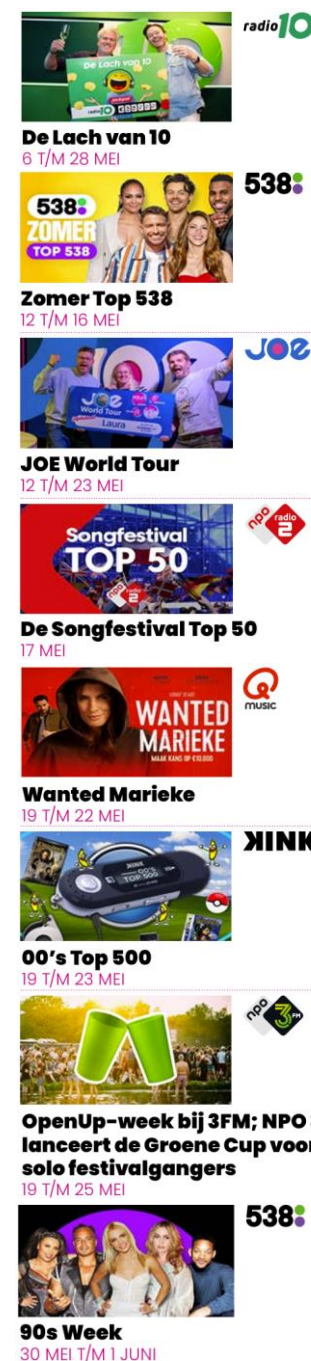
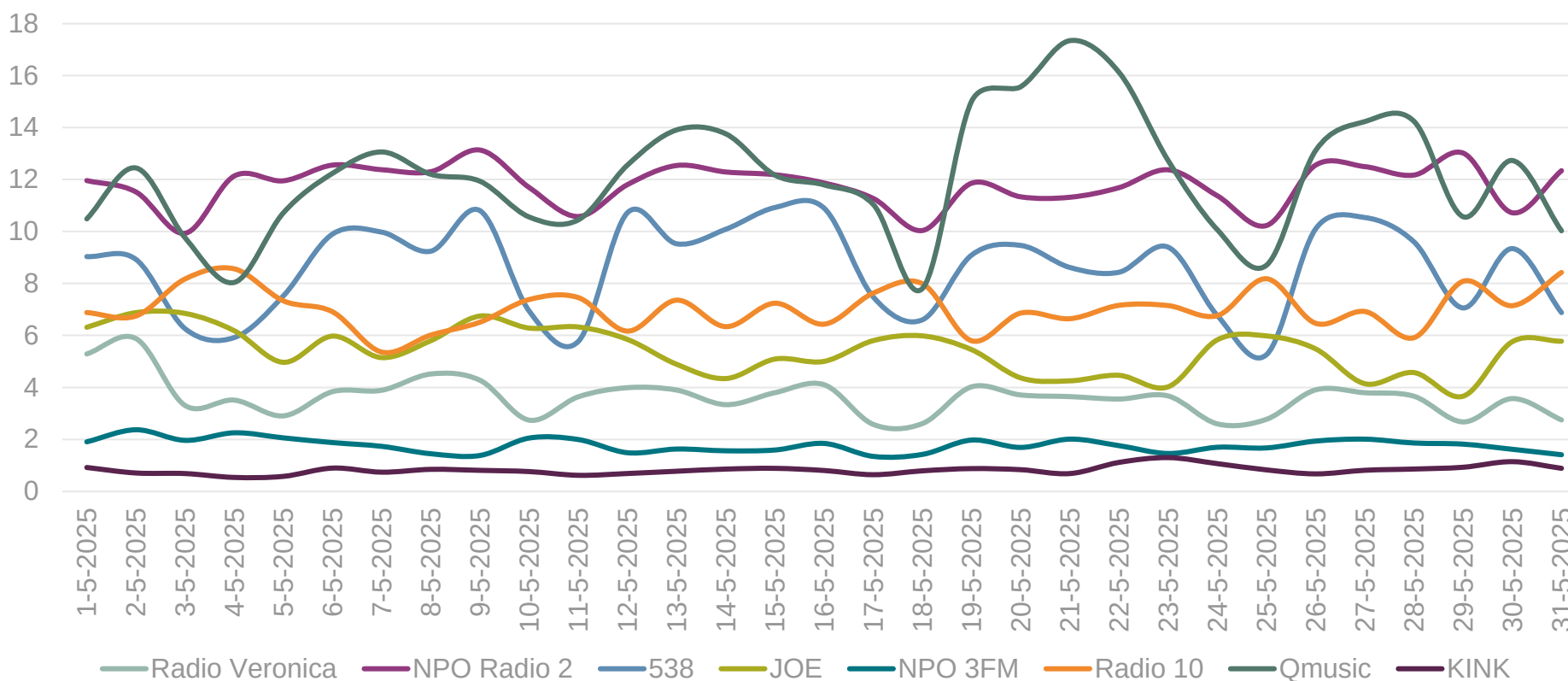


De Top 1000 van de '70s
25 APRIL T/M 2 MEI

Actieweeken en marktaandeel 2025 - mei

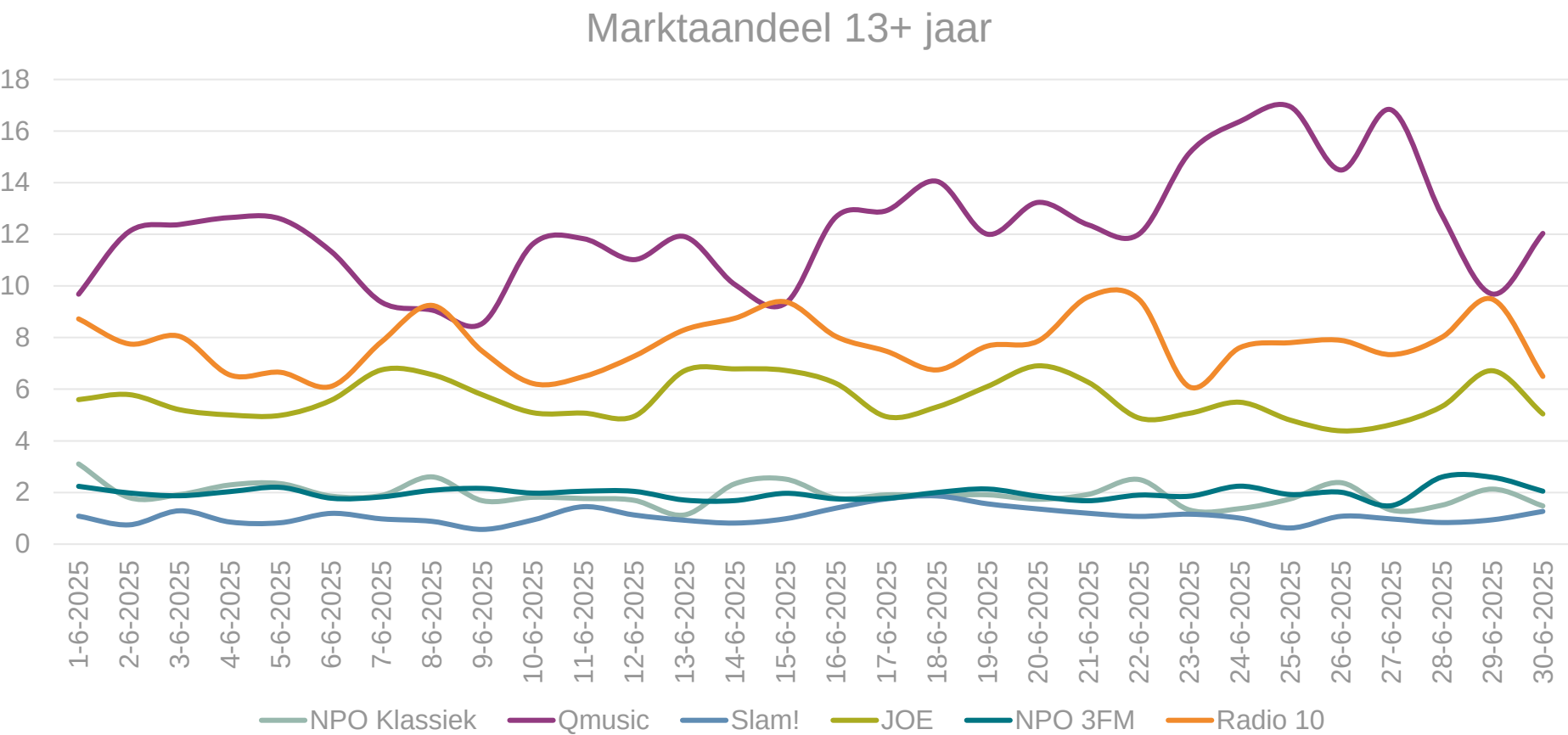
538 hoog aandeel met Zomer Top 538, KINK met de ontknoping van de 00's Top 500 en Qmusic Wanted Marieke leidt tot piek

Marktaandeel 13+ jaar



Actieweeken en marktaandeel 2025 - juni

Qmusic hoog marktaandeel met Foute maand, Radio 10 met de 80's & 90's Top 1500





3FM Top Megahit
2 T/M 6 JUNI



Foute maand met Foute 1500 en Foute Party
2 T/M 28 JUNI



JOE TOPMAAND
6 T/M 27 JUNI



SLAM! Summer 500
15 T/M 19 JUNI



80's & 90's Top 1500
16 T/M 27 JUNI



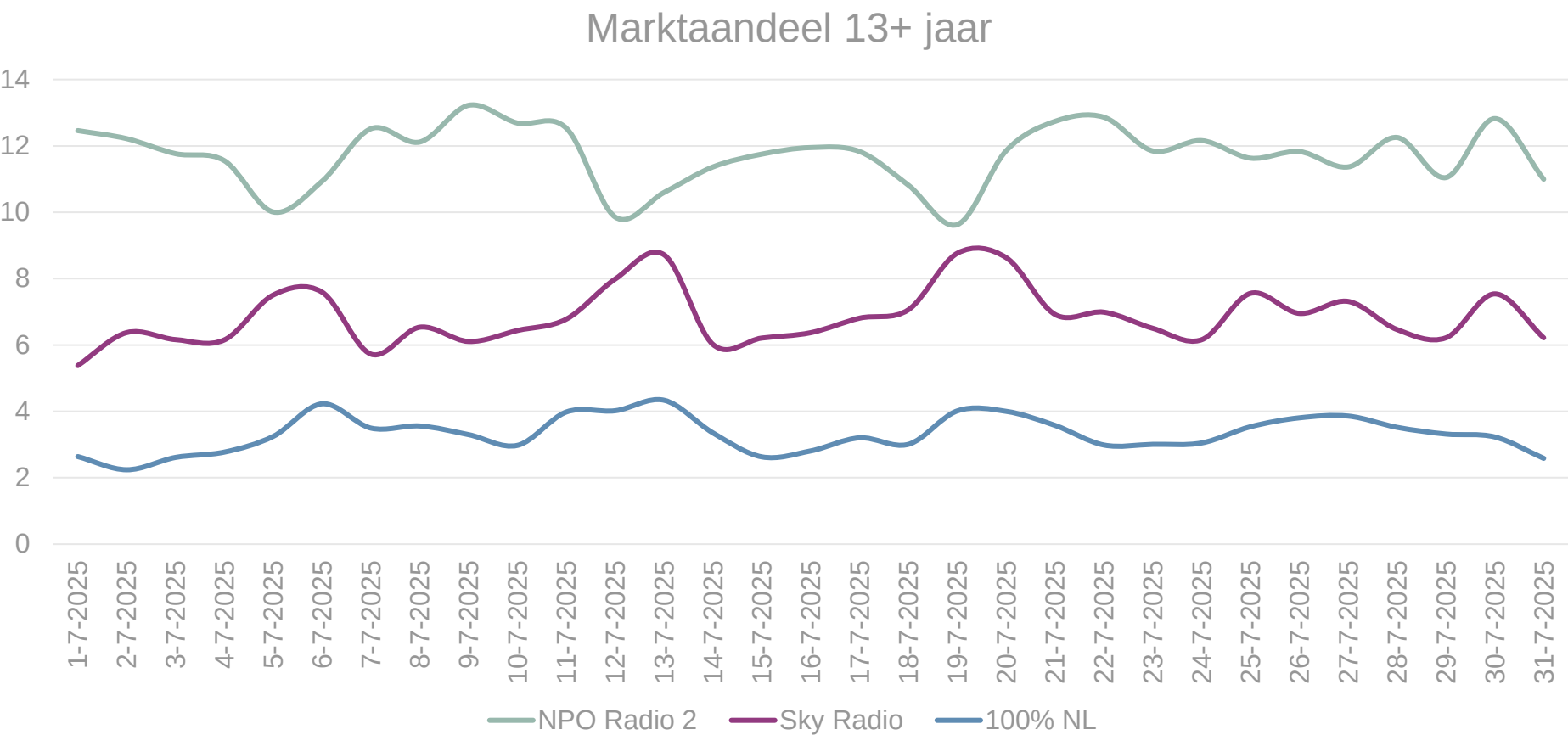
Pinkpop het hele weekend te horen op 3FM
20 T/M 22 JUNI



Kalm met Klassiek
23 T/M 27 JUNI

Actieweeken en marktaandeel 2025 - juli

Sky Radio en 100% NL vooral in de weekenden een hoog marktaandeel



Bron: NMO, ma/zo 06:00-24:00 uur



Sky Radio onthult de beste zomerse tracks
4 JULI



NORTH SEA JAZZ: DE PUBLIEKE OMROEP IS ERBIJ
11 T/M 13 JULI

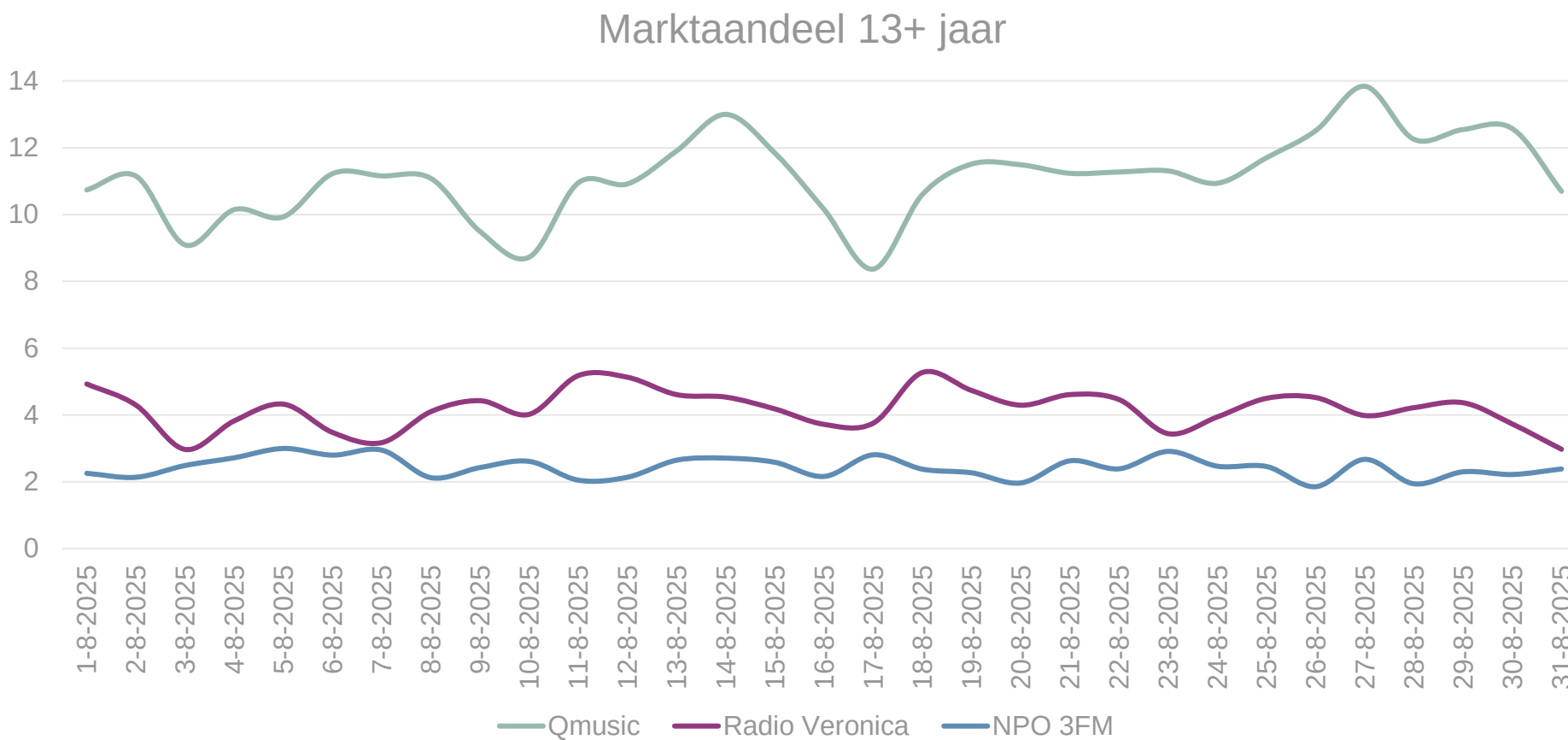


Factor 100: op zoek naar de ultieme Nederlandse zomerhit allertijden
20 JULI



Actieweeken en marktaandeel 2025 - augustus

Qmusic haalt hoog aandeel met viering 20-jarig bestaan en begin van Het Geluid



Nederpopweekend met de beste nummers van Nederlandse bodem
1 T/M 3 AUGUSTUS



Je favoriete zomerhits met de Q-top 500 van de Zomer
11 T/M 15 AUGUSTUS



LOWLANDS 2025 OP NPO 3FM
15 T/M 17 AUGUSTUS



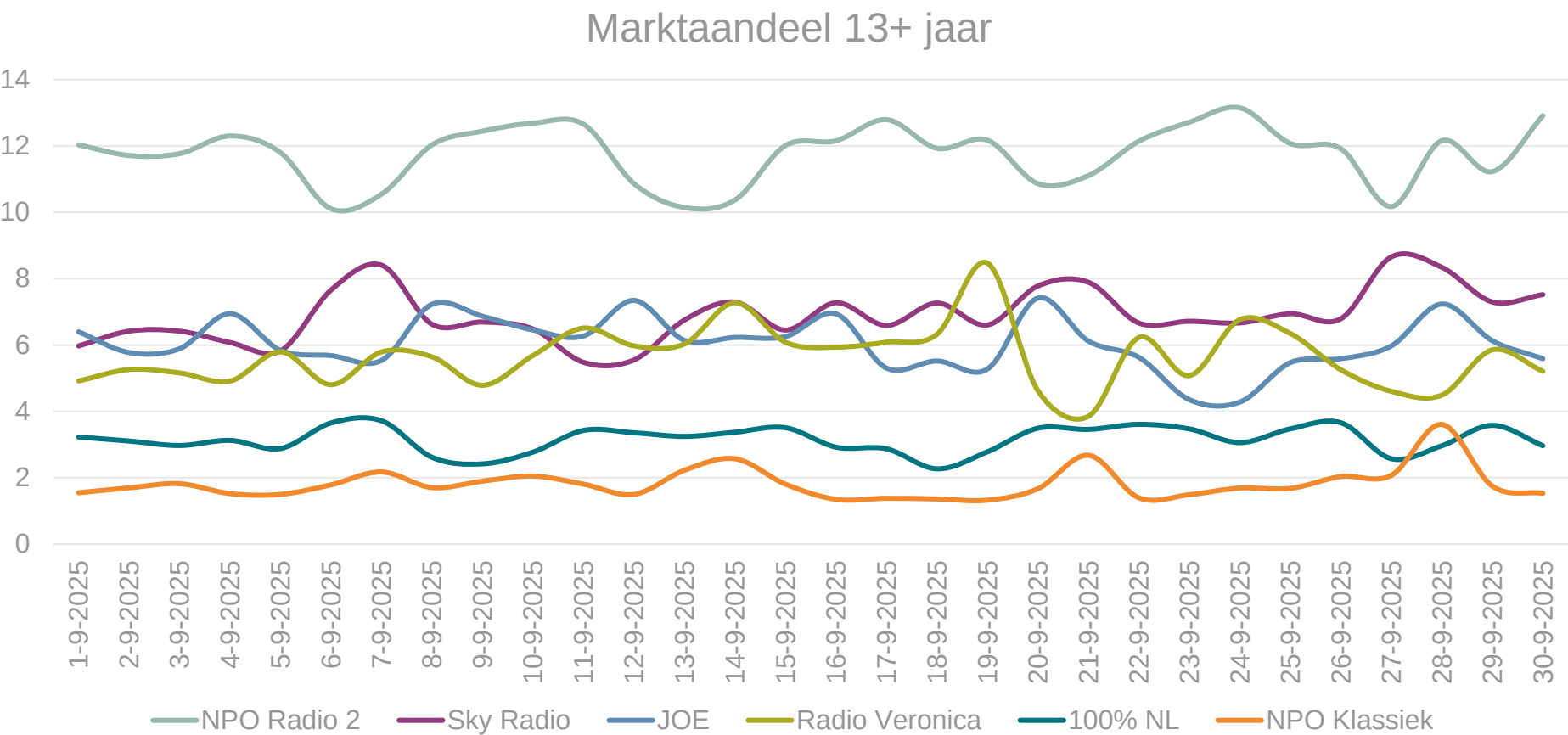
Qmusic bestaat 20 jaar in Nederland
23 T/M 29 AUGUSTUS



Qmusic trapt nieuw seizoen Het Geluid af met record startbedrag van €20.000
VANAF 29 AUGUSTUS

Actieweeken en marktaandeel 2025 - september

100% NL hoog aandeel tijdens Meezing Top 1000, Radio Veronica bij ontknoping Top 3000





Dj's gaan 'Zonder Poen Op Pad'
1 T/M 5 SEPTEMBER



Wensweek voor KWF
1 T/M 5 SEPTEMBER



TOP 3000 VAN START
1 T/M 19 SEPTEMBER



Symfonische Sessies op NPO Klassiek
5 T/M 26 SEPTEMBER



JOE start smartphone detox tijdens 80s Top 800
8 T/M 12 SEPTEMBER



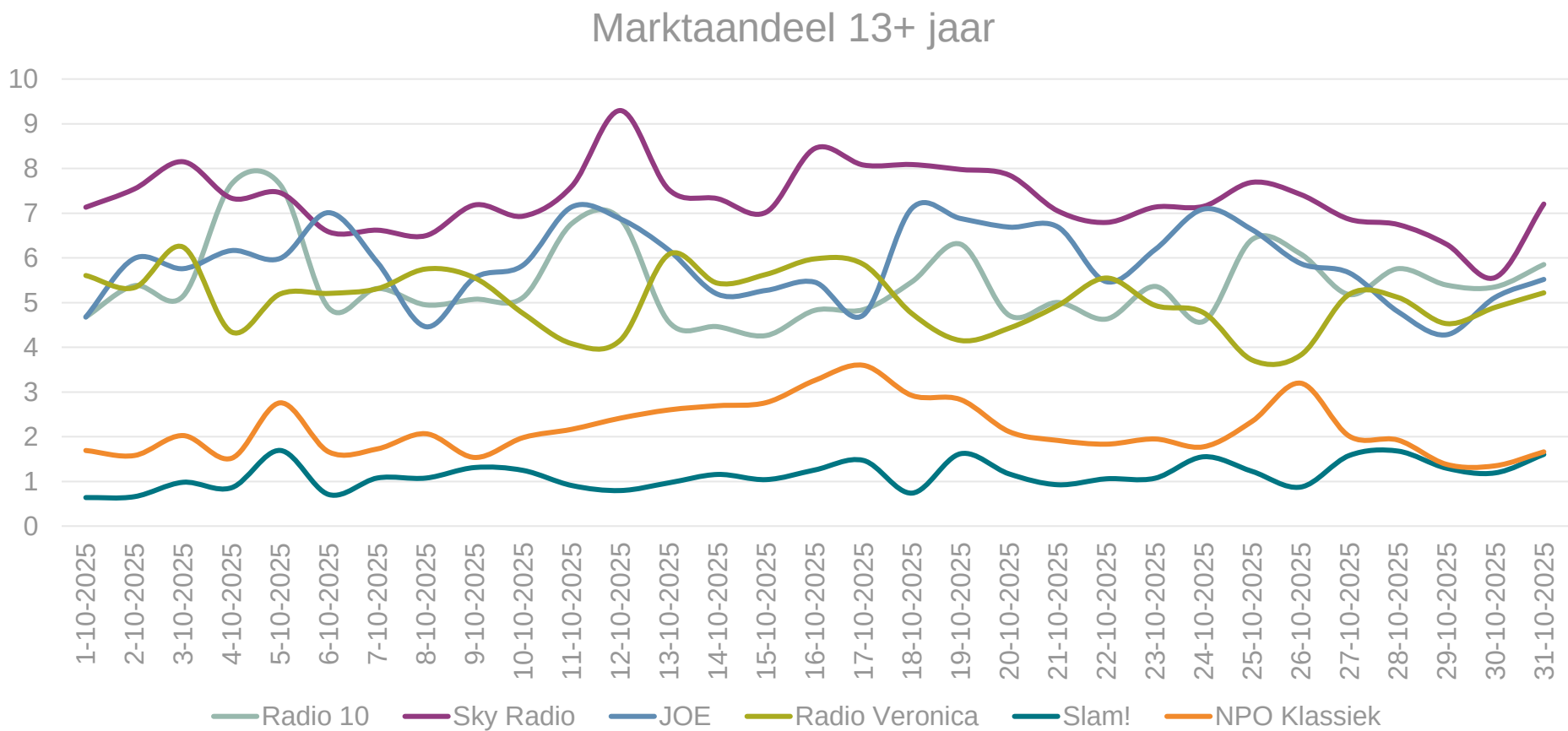
100% NL Meezing Top 1000
19 T/M 27 SEPTEMBER



De Sky Top 1000
27 SEPTEMBER T/M 3 OKTOBER

Actieweken en marktaandeel 2025 - oktober

Hoog aandeel voor de JOE 70s, 80s en 90s Top 1000 en de NPO Klassieke Top 400
Piek SLAM! Dance1000



Bron: NMO, ma/zo 06:00-24:00 uur



SLAM!

In aanloop naar ADE start op zondag 5 oktober de SLAM! Dance 1000

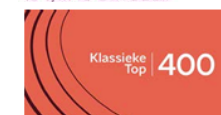
5 T/M 16 OKTOBER



JOE

Radiozender JOE en Kai Merckx zoeken de stem van de verkiezingen

13 T/M 16 OKTOBER



NPO Klassiek

Vrouwelijke componisten winnen aan terrein in Klassieke Top 400

13 T/M 17 OKTOBER



JOE

De JOE 70s 80s 90s Top 1000

20 T/M 24 OKTOBER



radio 10

Radio 10 maakt een sprong in de tijd met de 70's Top 710

27 T/M 31 OKTOBER



VERONICA

De Bonanza XXL op Radio Veronica ter ere van tienjarige jubileum programma

27 T/M 31 OKTOBER



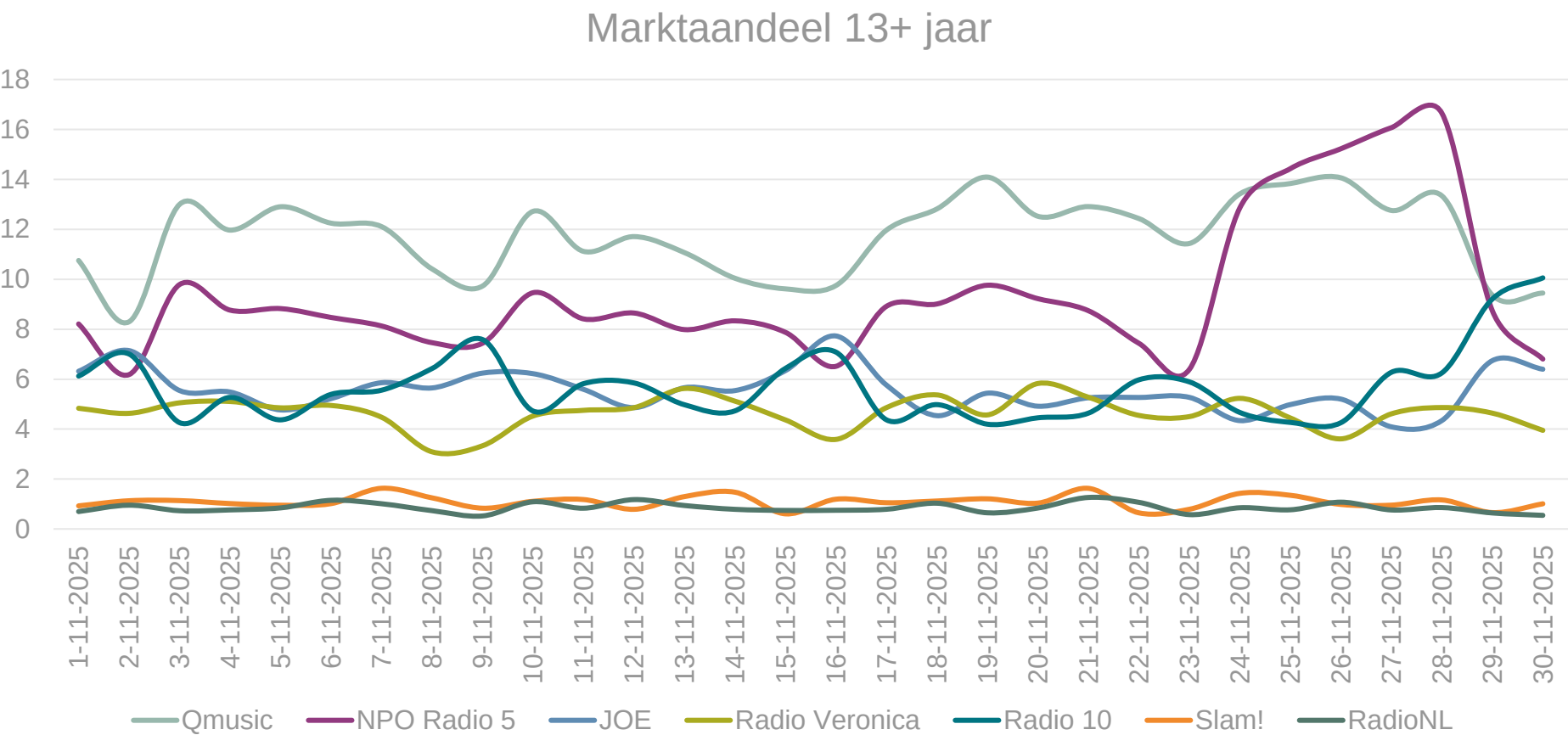
Sky

Sky Radio presenteert de 00's & 10's Flashback Top 500

27 T/M 31 OKTOBER

Actieweeken en marktaandeel 2025 - november

Radio Veronica scoort met Top 1000 van de 90s, NPO Radio 5 met de Evergreen Top 1000



Bron: NMO, ma/zo 06:00-24:00 uur



De Vermissing
3 T/M 15 NOVEMBER



JOE-dj's Coen & Sander lanceren nieuwe editie '3 Noten XL' met huispianist Miguel Wiels
3 T/M 15 NOVEMBER



SLAM!-dj's maken ochtendshow live vanuit kleine auto en lanceren nieuw radiospel
10 T/M 13 NOVEMBER



Q-top 1500: de lijst van je leven
19 T/M 28 NOVEMBER



Radio Veronica terug naar de jaren negentig met Top 1000 van de 90s
21 T/M 28 NOVEMBER



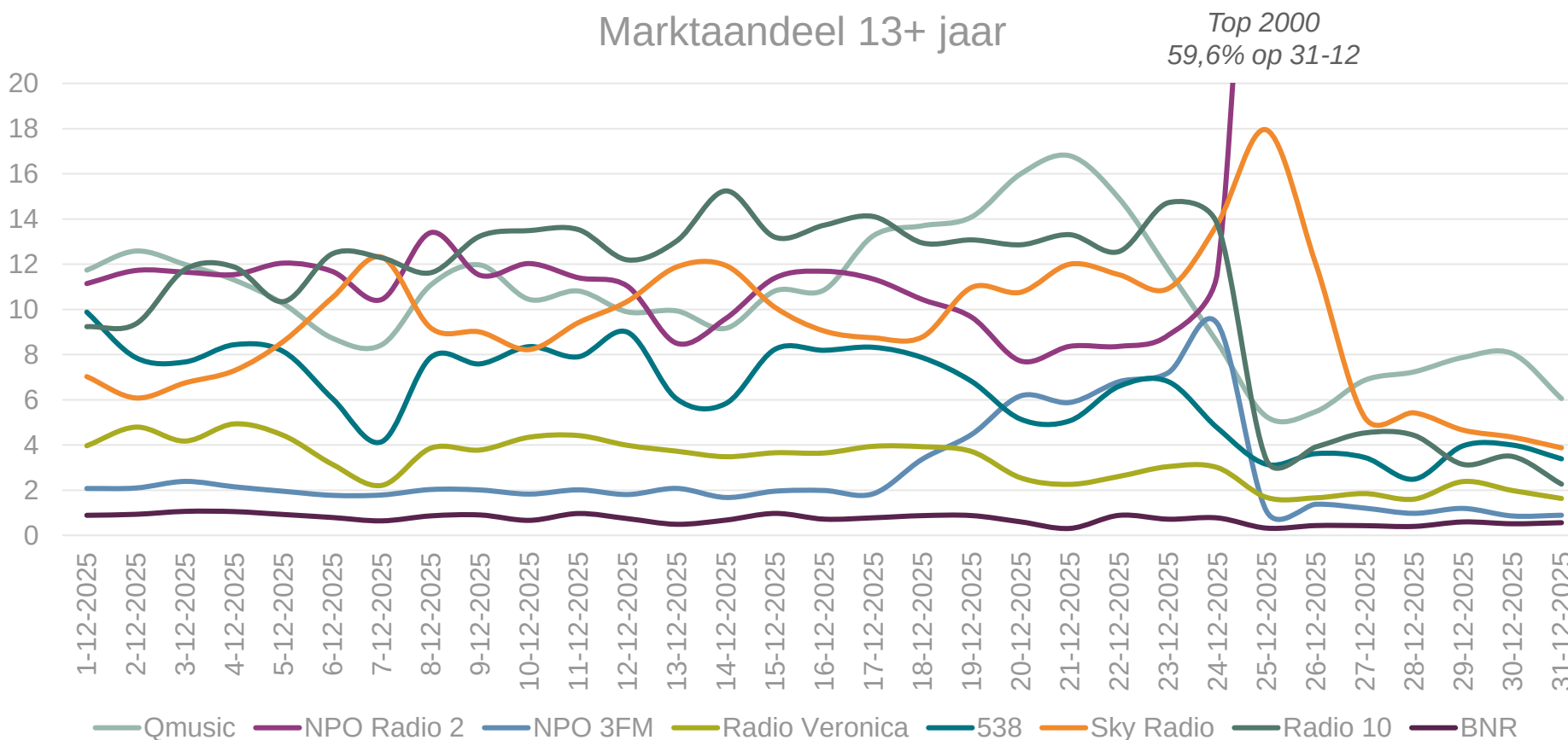
Evergreen top 1000
24 T/M 28 NOVEMBER



Top 4000
27 NOVEMBER T/M 24 DECEMBER

Actieweken en marktaandeel 2025 - december

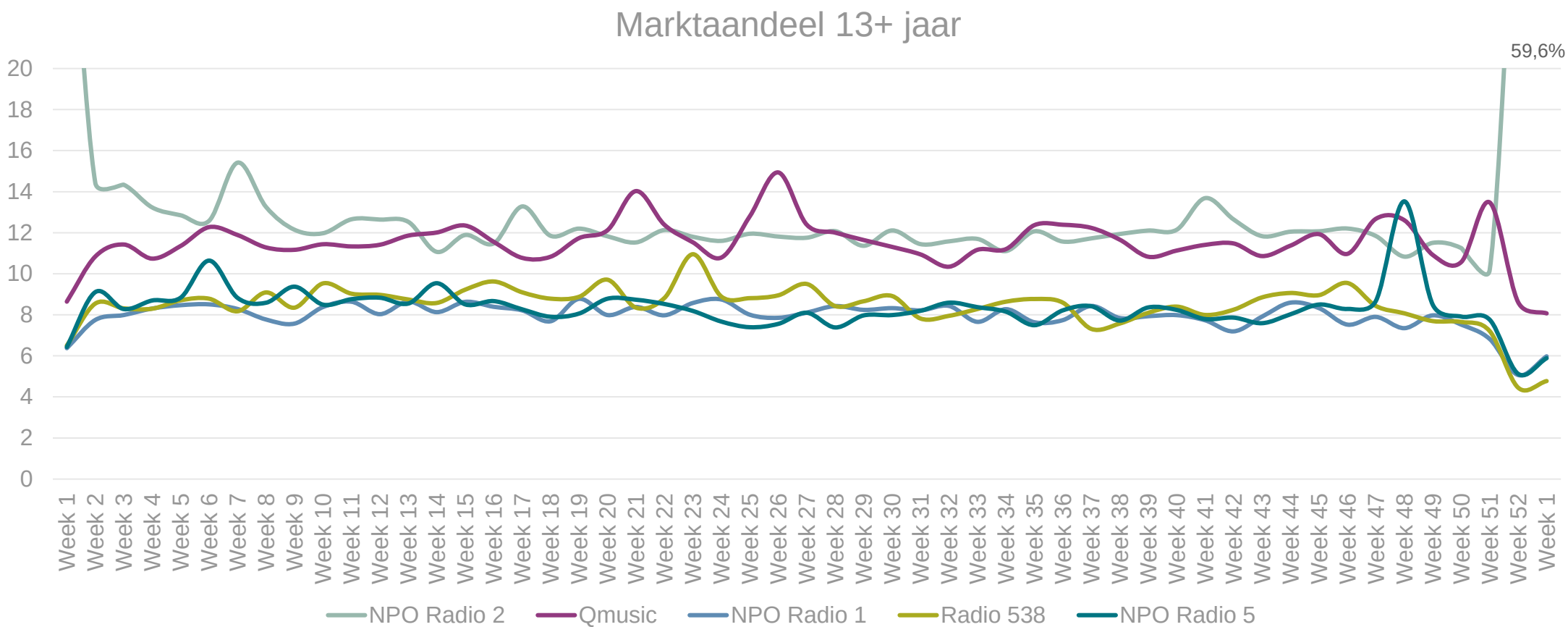
NPO Radio 2 in kerstweek dominant met de Top 2000, Sky Radio piekt op 1^e kerstdag, NPO 3FM op kerstavond





Marktaandelen 2025 top 5 radiozenders

Effect grote gebeurtenissen en lijsten duidelijk zichtbaar

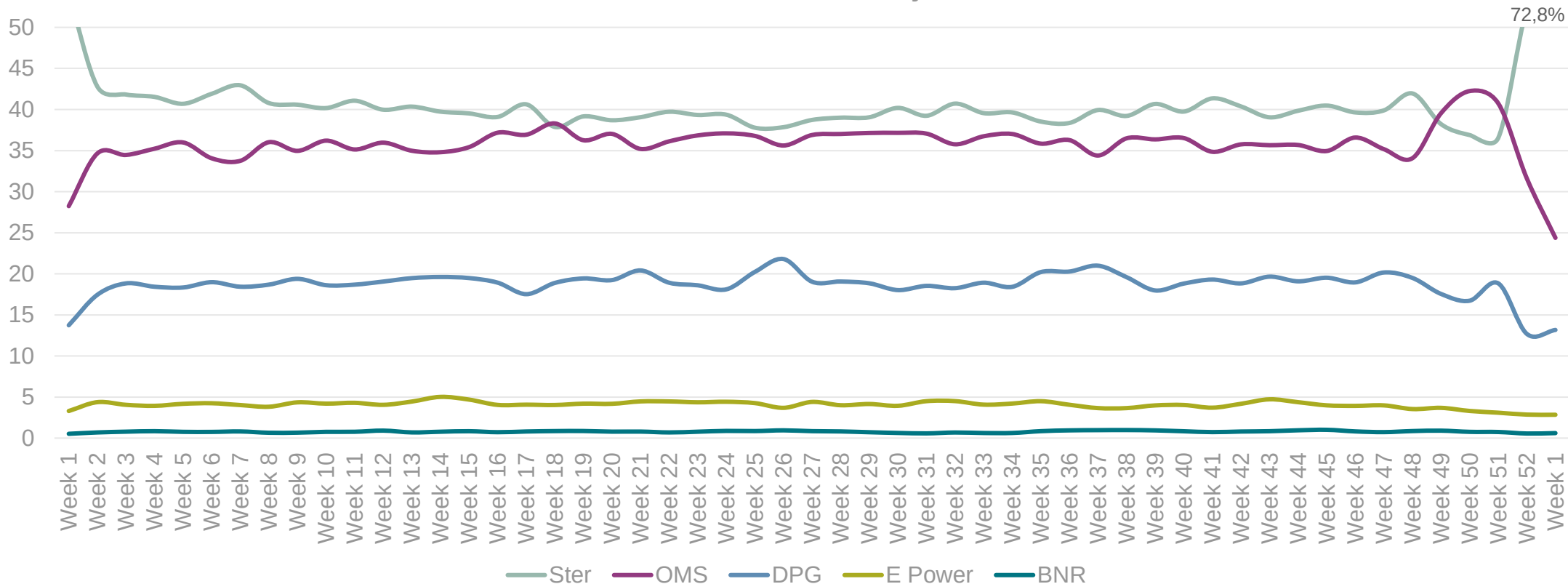




Marktaandelen 2025 verkoopnetwerken

Netwerken omvatten alle zenders inclusief themakanalen

Marktaandeel 13+ jaar





Hoofdstuk 5

NMO Streaming Audio Standaard



Audify



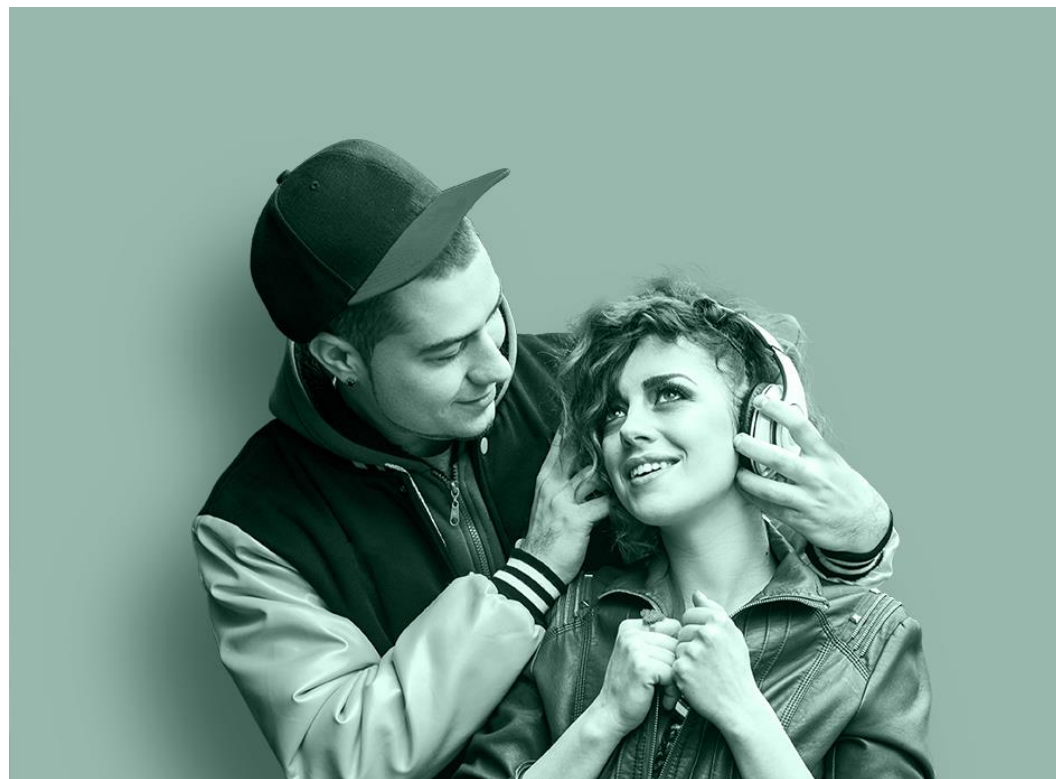
Audify

De NMO Streaming Audio Standaard

Online luisteren naar live of lineaire audio

De NMO Streaming Audio Standaard bestaat uit de consumptie van live of lineaire audio die door luisteraars in Nederland online (via internet) wordt beluisterd. Hiertoe werkt NMO samen met Triton Digital die via haar streaming meetservice de industriestandaard biedt voor gevalideerde online audiodata. De resultaten worden gepubliceerd in de vorm van maandelijkse toplijsten die het gemiddelde van een week weergeven en zijn te vinden via nmodata.nl en in het Audify Audiomaandrapport.

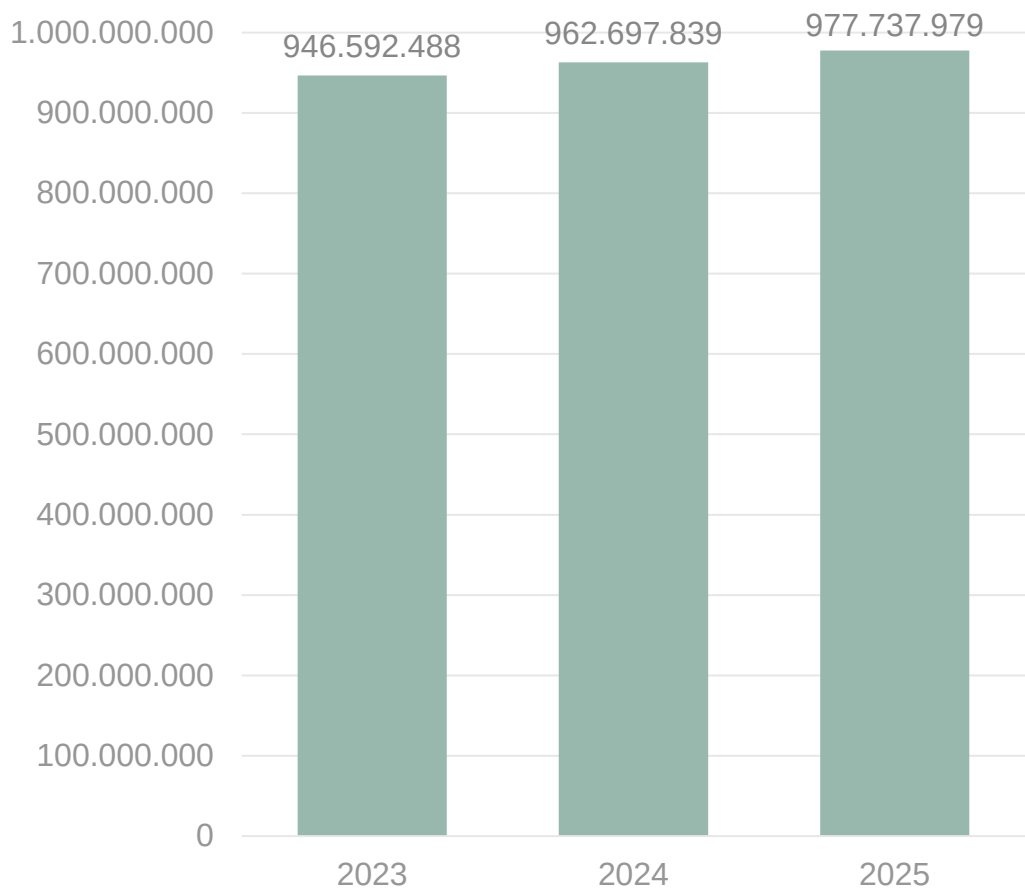
Alle vormen van audio on demand vallen buiten deze definitie. Daar is de NMO Podcast Standaard voor ontwikkeld.



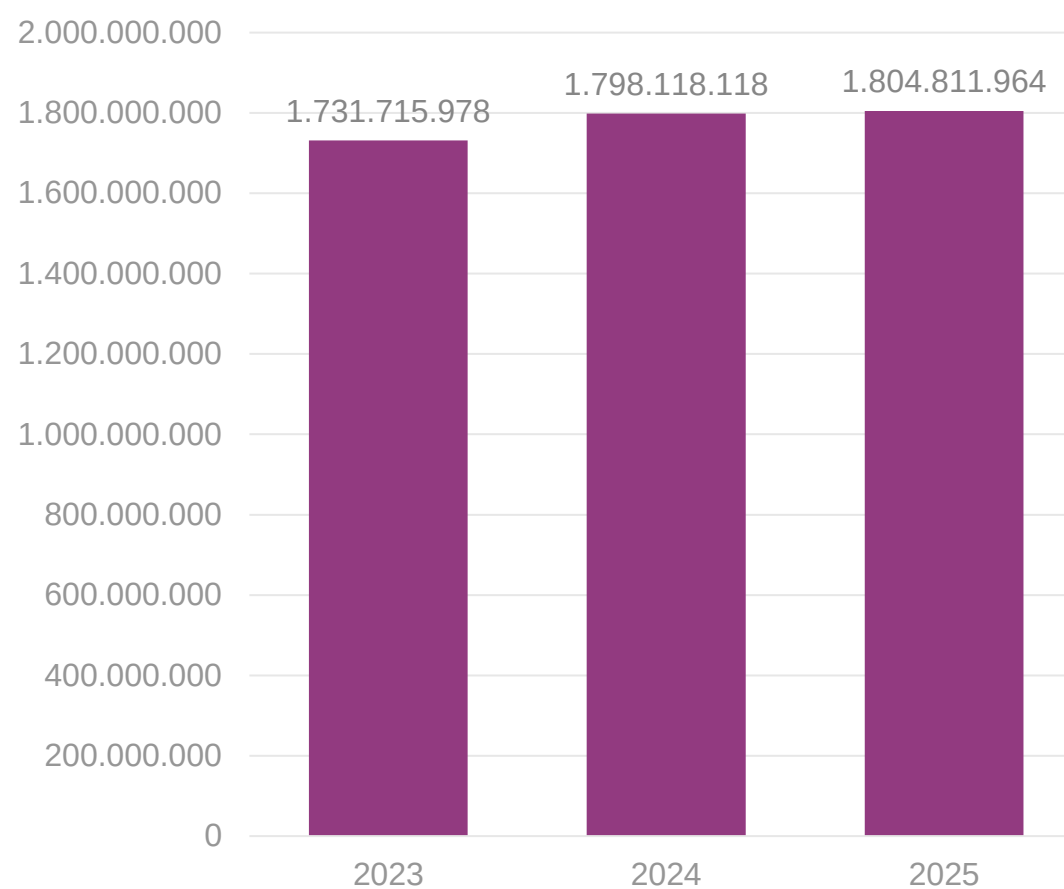


Stijging van 1,6% streamstarts en 0,4% streaminguren versus 2024

Totale streamstarts per jaar



Totale streaminguren per jaar

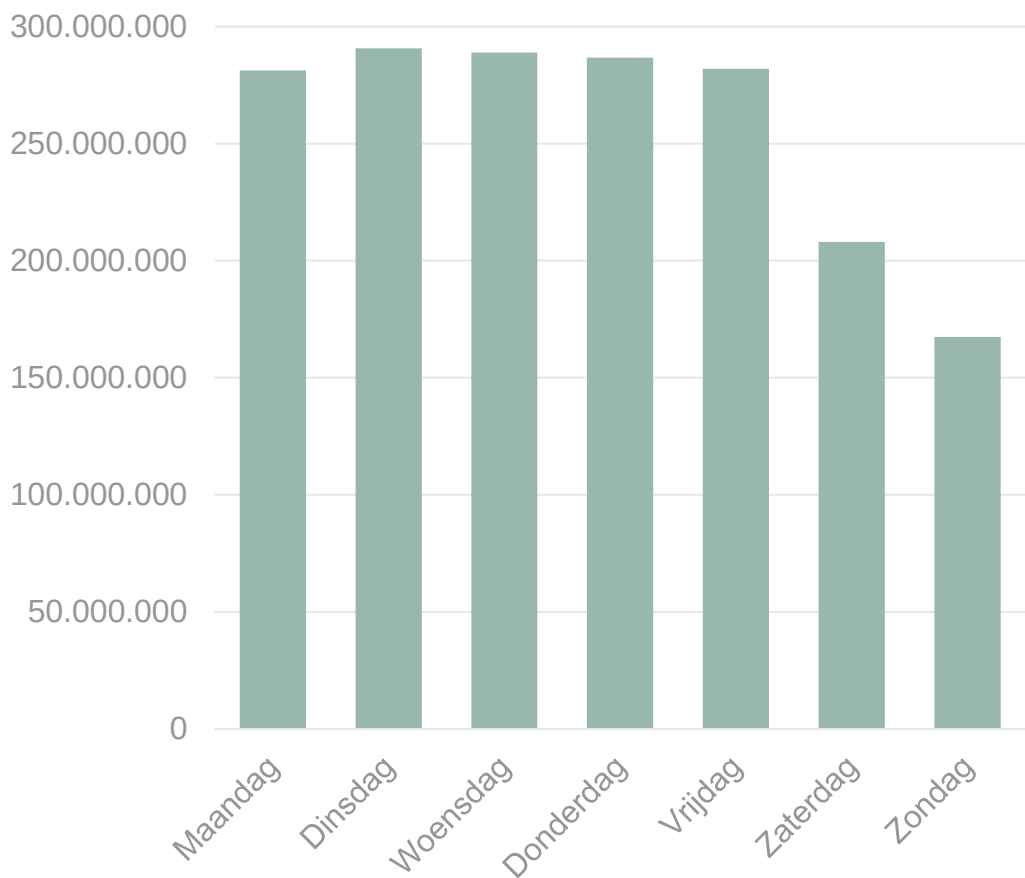




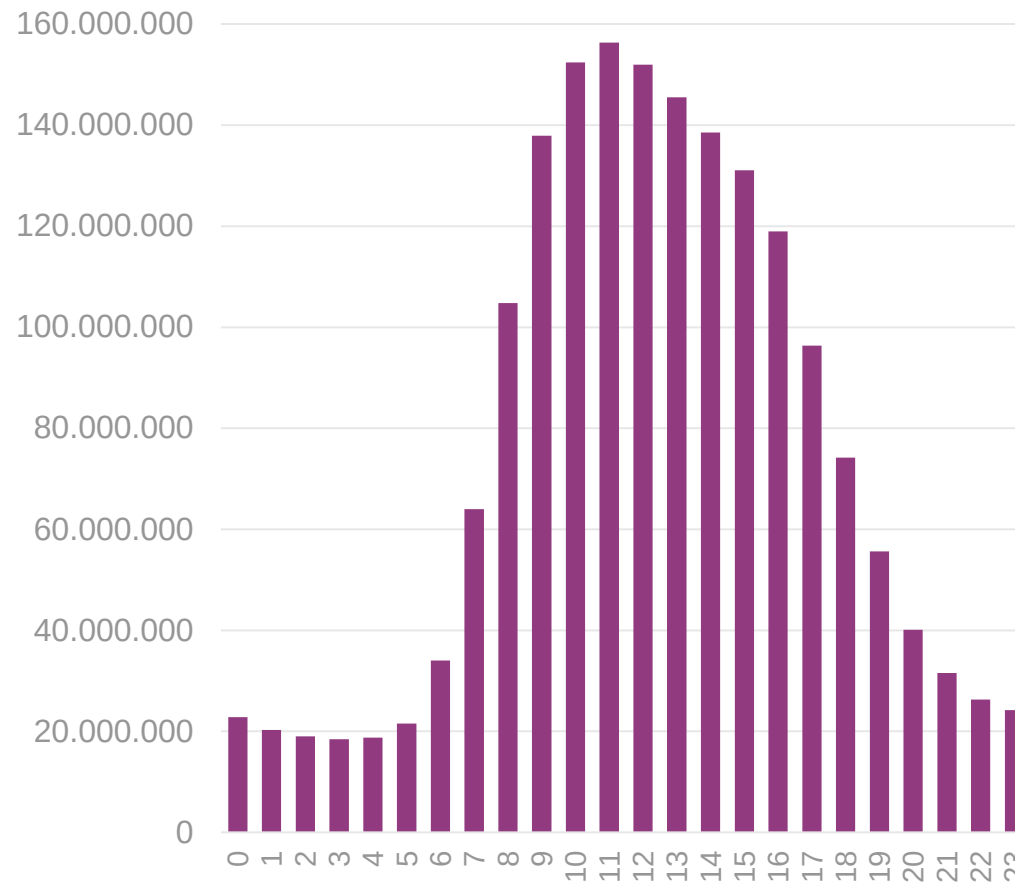
Ruim 1,8 miljard uren streaming in 2025

Op dinsdagen en tussen 11:00 en 12:00 uur worden gemiddeld de meeste uren gestreamd

Totale luisteruren per weekdag



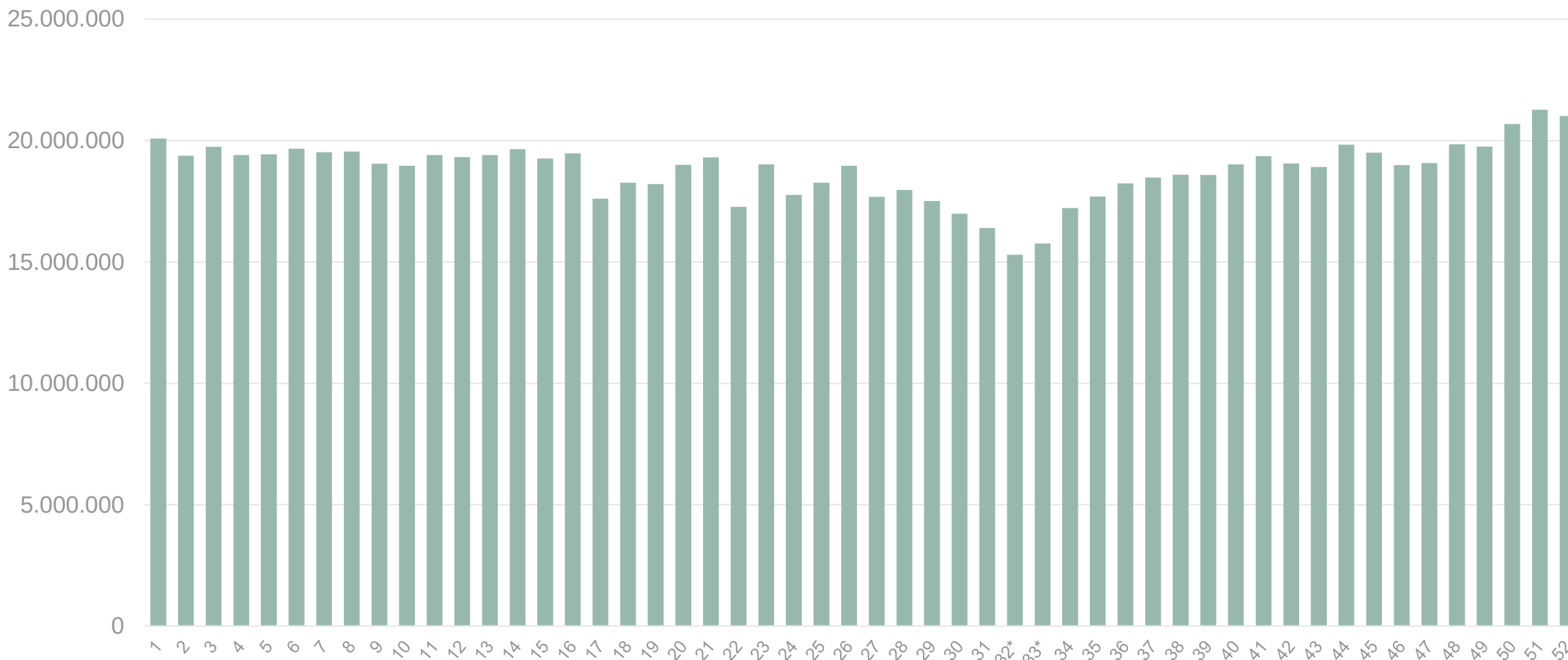
Totale luistertijd in uren, per uur van de dag





Gemiddeld 18,8 miljoen streamstarts per week

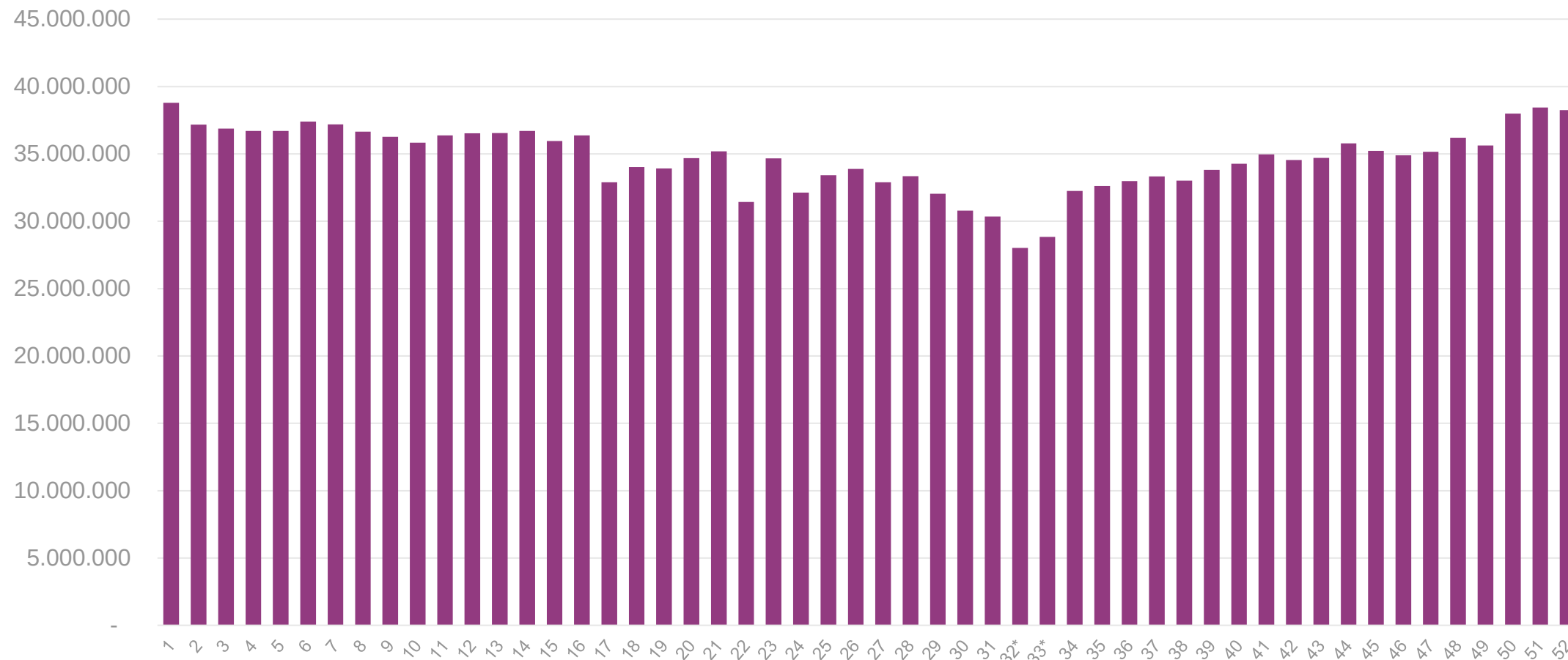
Meeste streamstarts in december met de hoogste piek in week 51





Gemiddeld 34,7 miljoen streaminguren per week

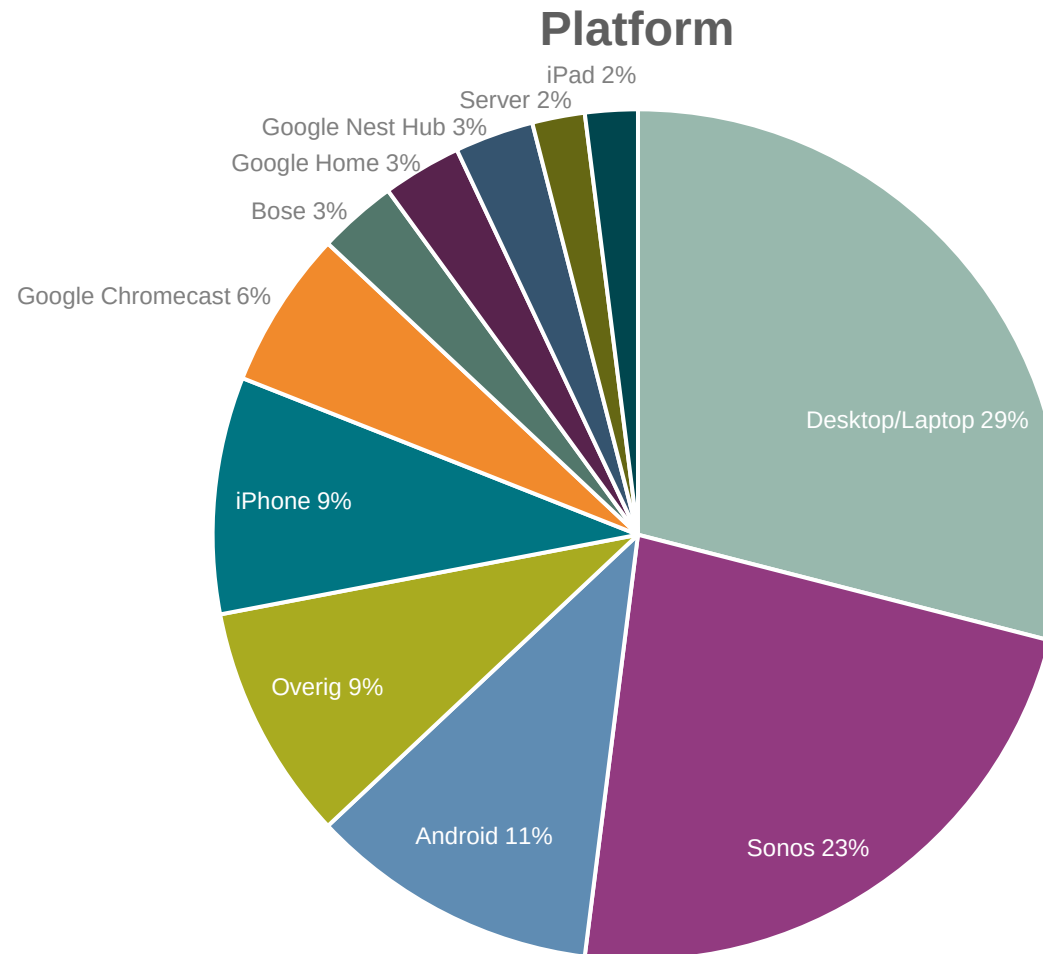
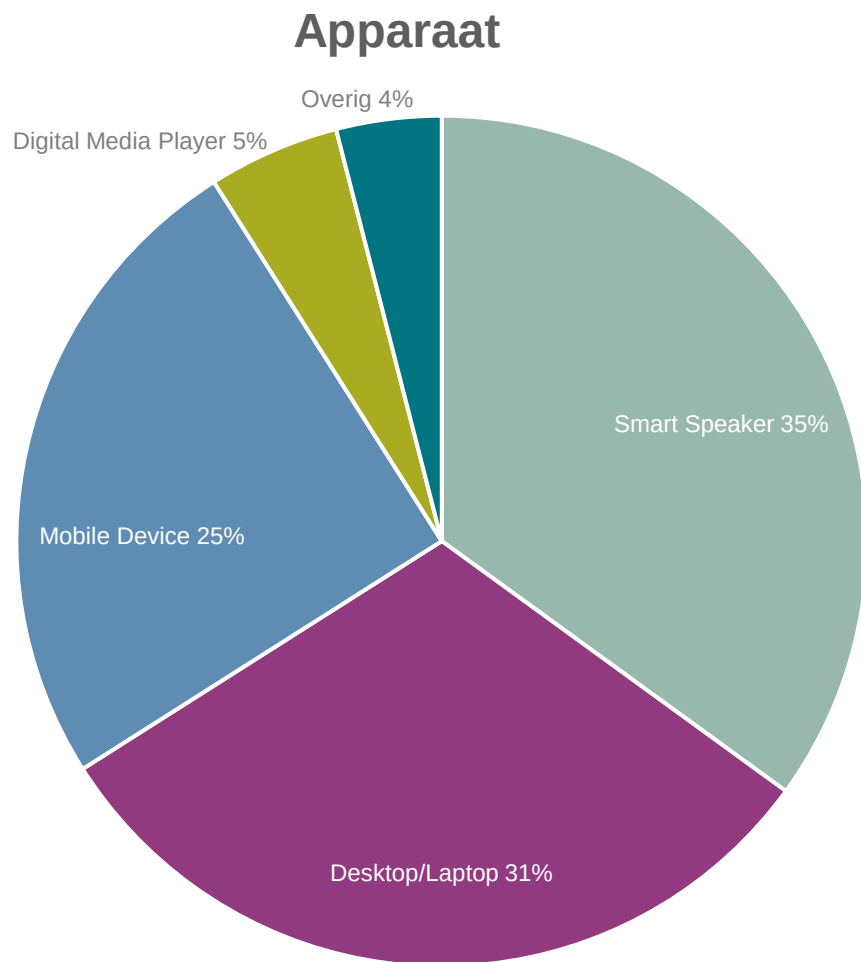
Meeste streaminguren in week 1 en 50 t/m 52, met name door december acties en events





Smart Speaker populairste apparaat om radio via IP te streamen

Desktop/Laptop wordt ook veel gebruikt voor streaming audio





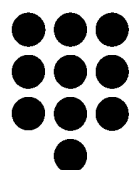
Audify

Deelnemers aan de NMO Streaming Audio Standaard

Er zijn 124 stations van 25 mediabedrijven verdeeld over 6 verkoopnetwerken gemeten



nederlandse
publieke
omroep



talpa
media



MEDIAHUIS
RADIO



Regionale
Publieke
Omroep



BNR NIEUWSRADIO



RADIO



Hoofdstuk 6

NMO Podcast Standaard



Audify



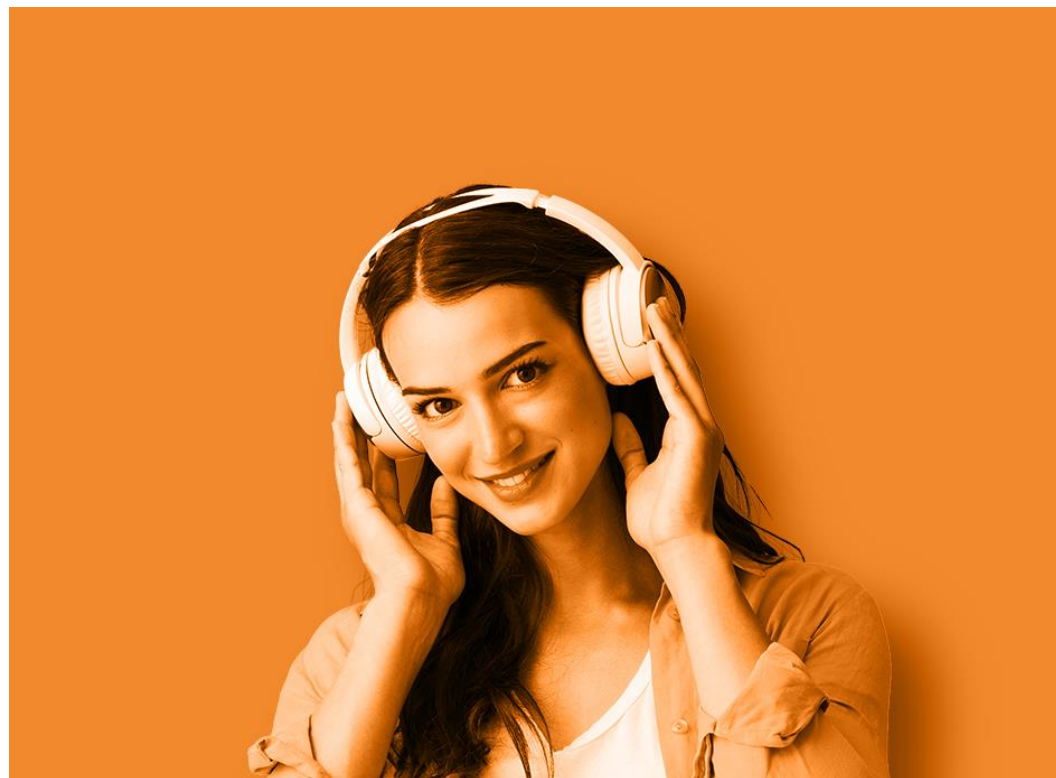
Audify

De NMO Podcast Standaard

Online downloaden of streamen van podcasts of andere audio on demand

De NMO Podcast Standaard bestaat uit de consumptie van podcast of andere audio on demand die in Nederland online wordt gedownload of gestreamd. Hiertoe werkt NMO samen met Triton Digital die via haar Podcast Metrics meetservice de industriestandaard biedt voor gevalideerde online audiodata. De resultaten worden gepubliceerd in de vorm van maandelijkse toplijsten die het gemiddelde van een week weergeven en zijn te vinden via nmodata.nl en in het Audify Audiomaandrapport.

Alle vormen van live of lineaire radio vallen buiten deze standaard, daar is de NMO Streaming Audio Standaard voor ontwikkeld. Beide standaarden zijn toegankelijk voor de gehele markt.

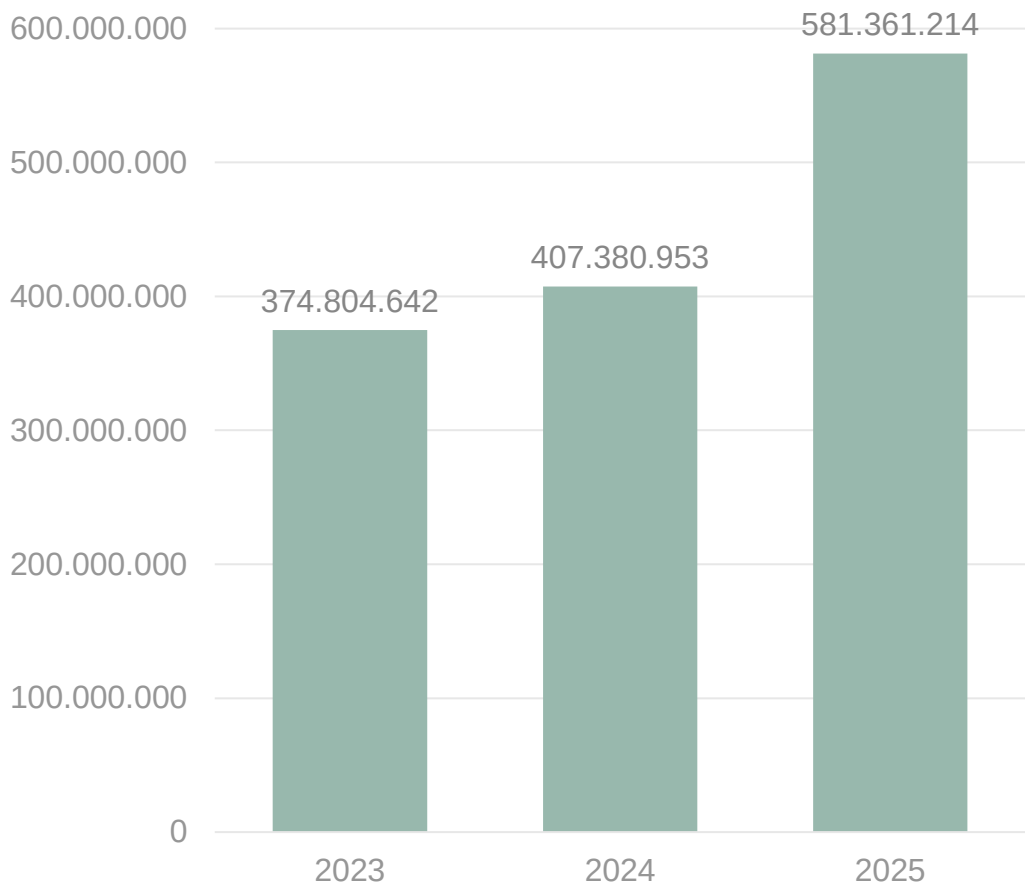




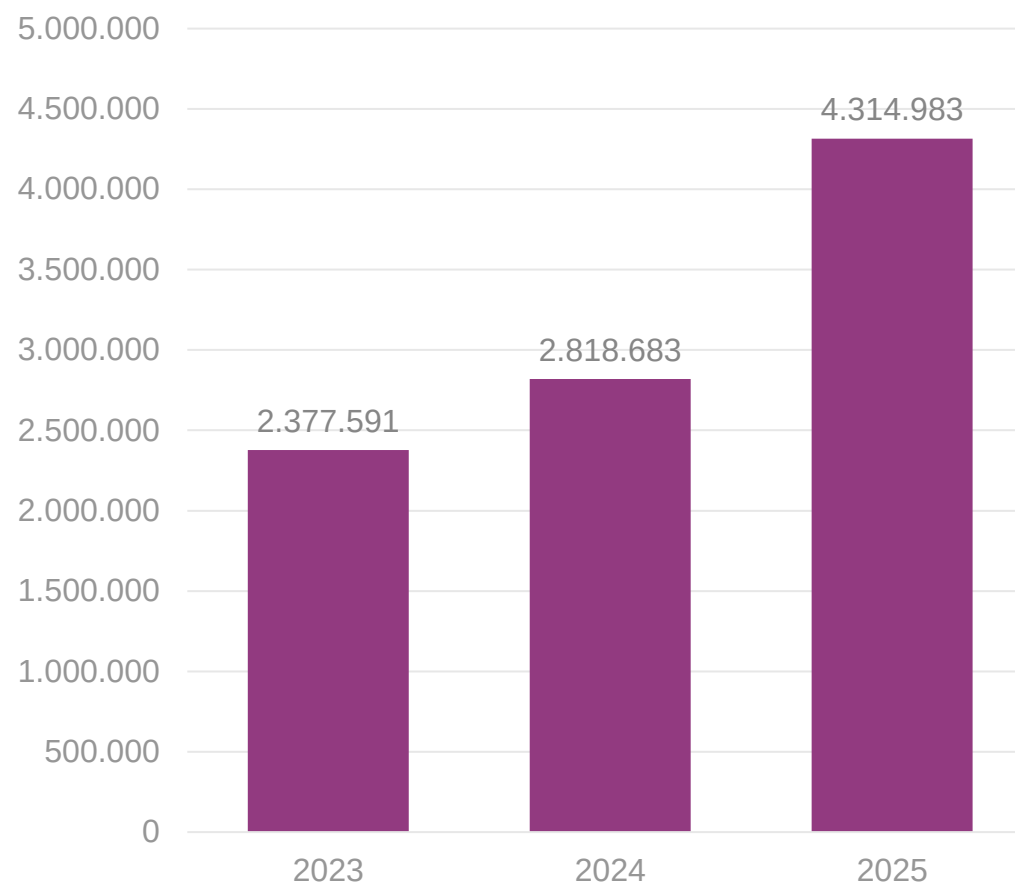
Forse jaarlijkse groei podcastgebruik

In 2025 +42,7% downloads en +53,1% wekelijkse gebruikers versus 2024

Totale aantal downloads per jaar



Gemiddeld aantal wekelijkse gebruikers

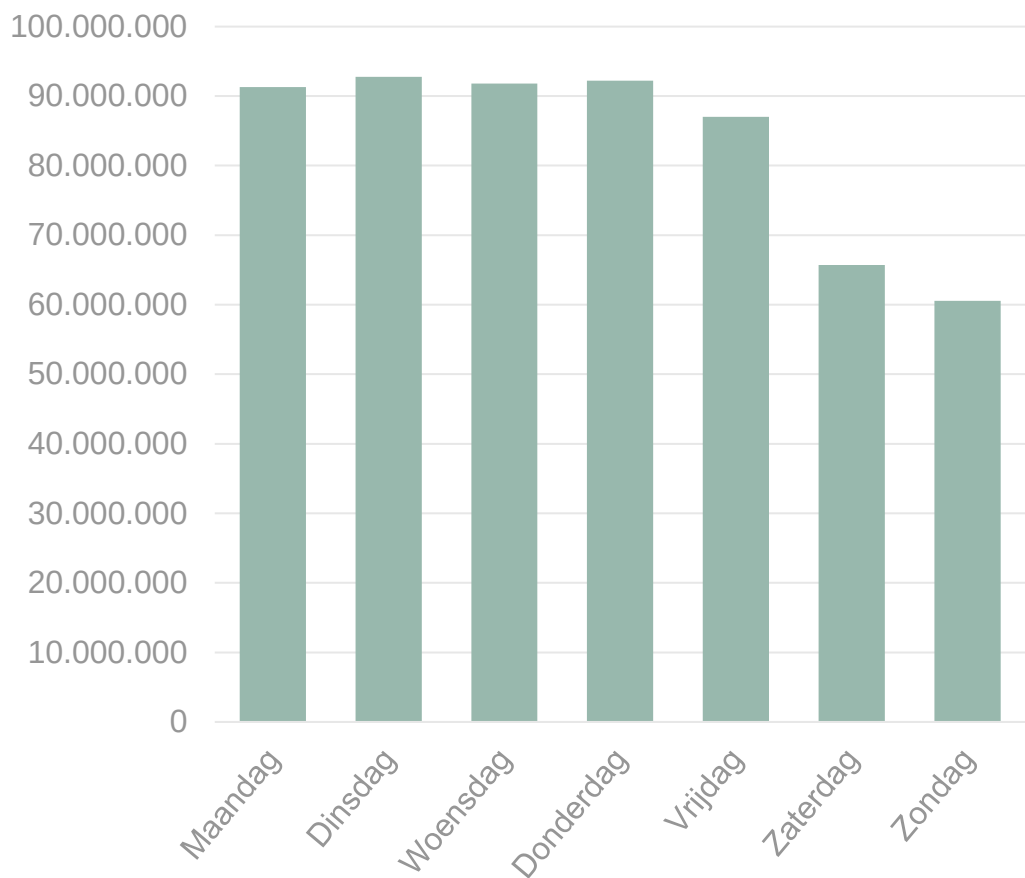




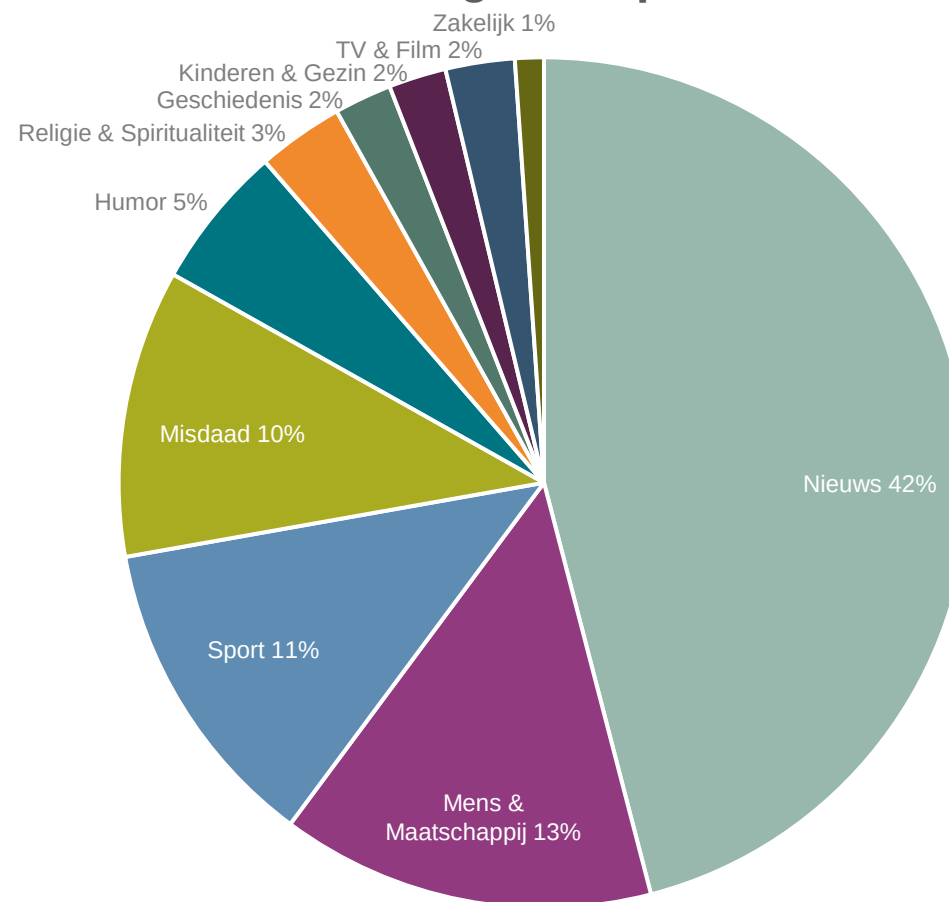
581 miljoen podcastdownloads in 2025

Op dinsdagen de meeste downloads, Nieuws de meest populaire categorie

Totale downloads per weekdag



Categorie top 10

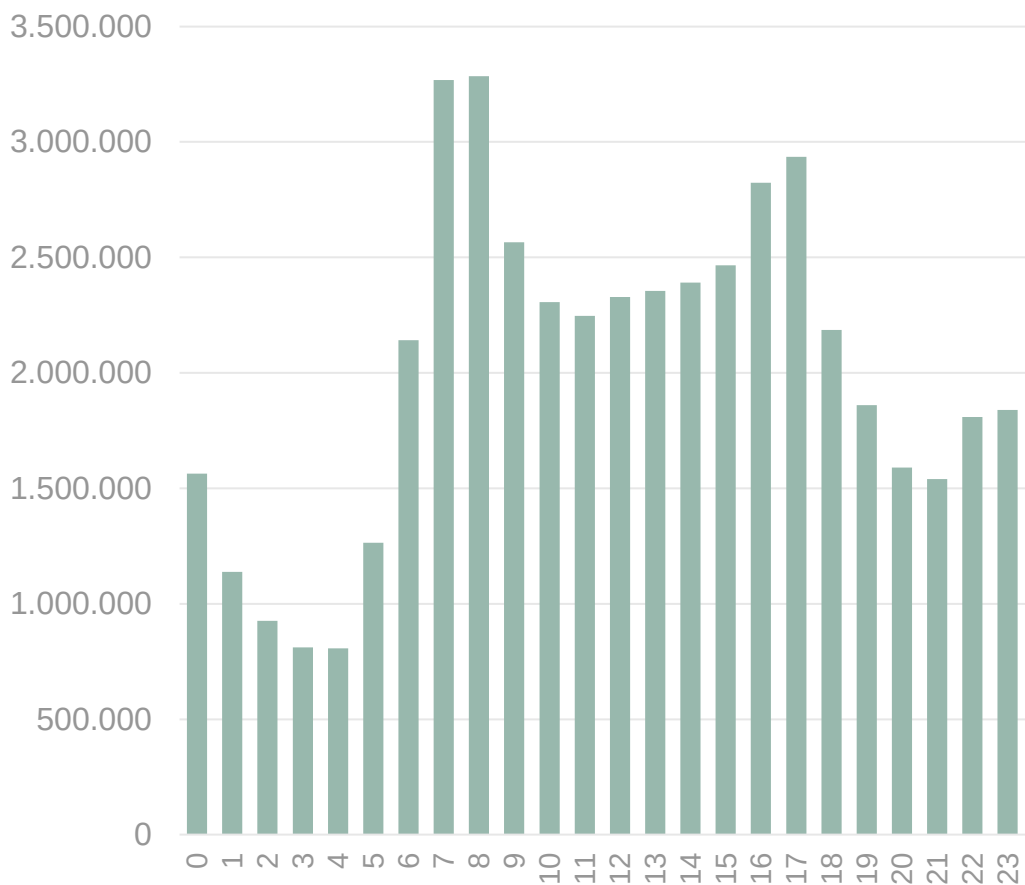




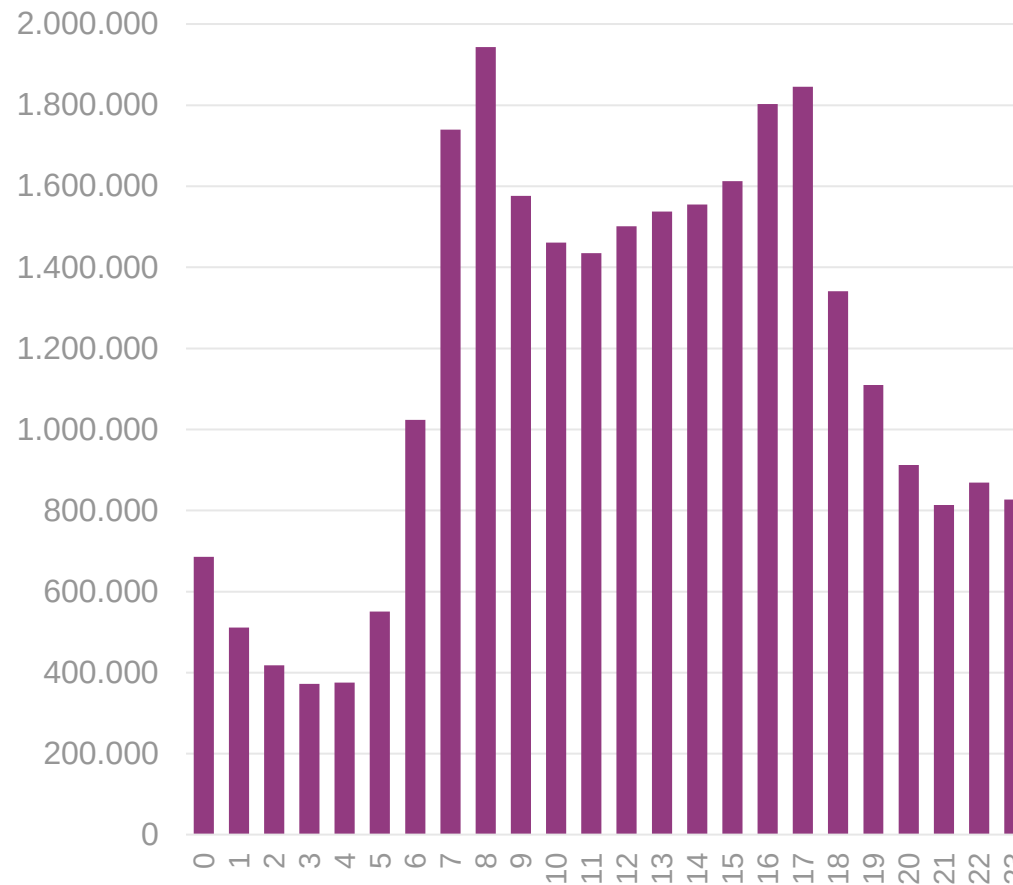
Meeste downloads en gebruikers in spitsstijdvakken

Tussen 08:00 en 09:00 uur gemiddeld de meeste downloads en gebruikers

Gemiddeld aantal downloads per uur van de dag



Gemiddeld aantal gebruikers per uur van de dag





Audify

Gemiddeld 11,1 miljoen podcastdownloads per week in 2025

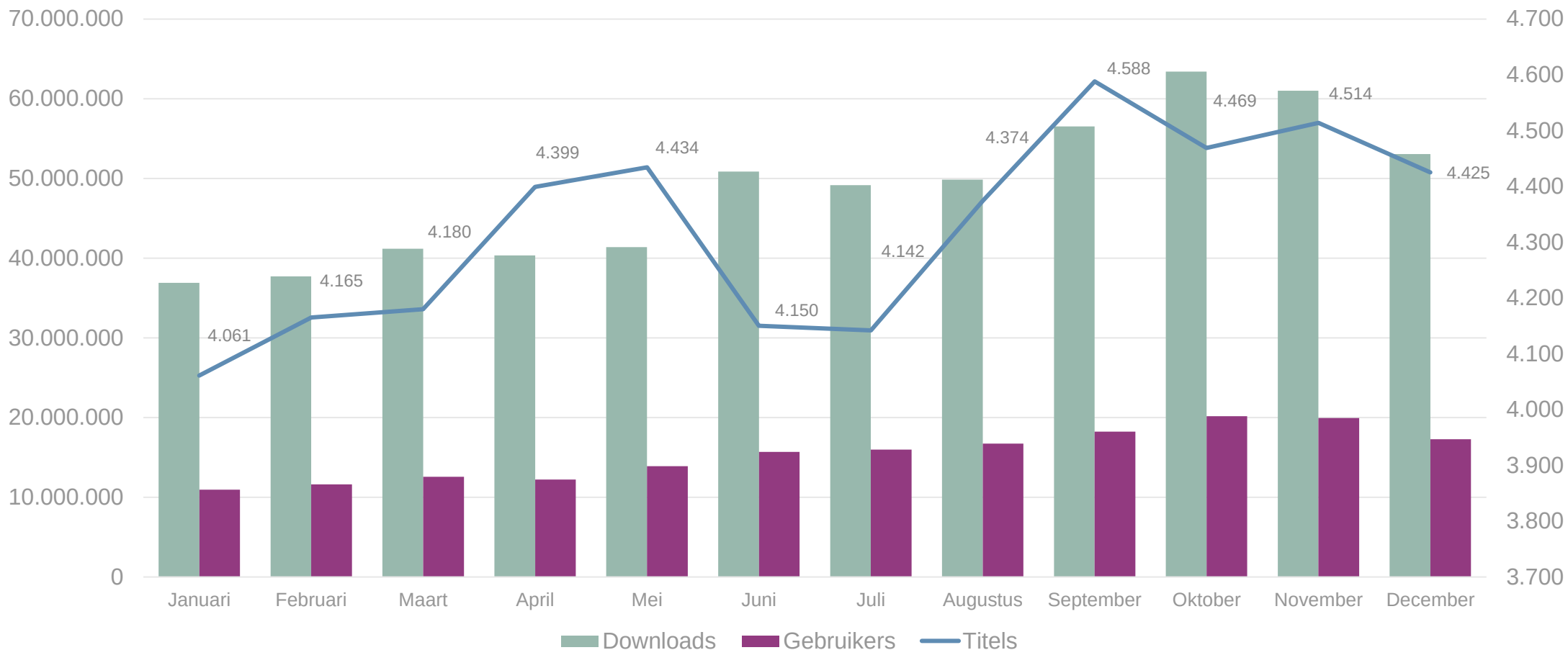
Meeste downloads (15.507.784) in week 46 (10 t/m 16 november)





In september hoogste aantal gepubliceerde podcasttitels

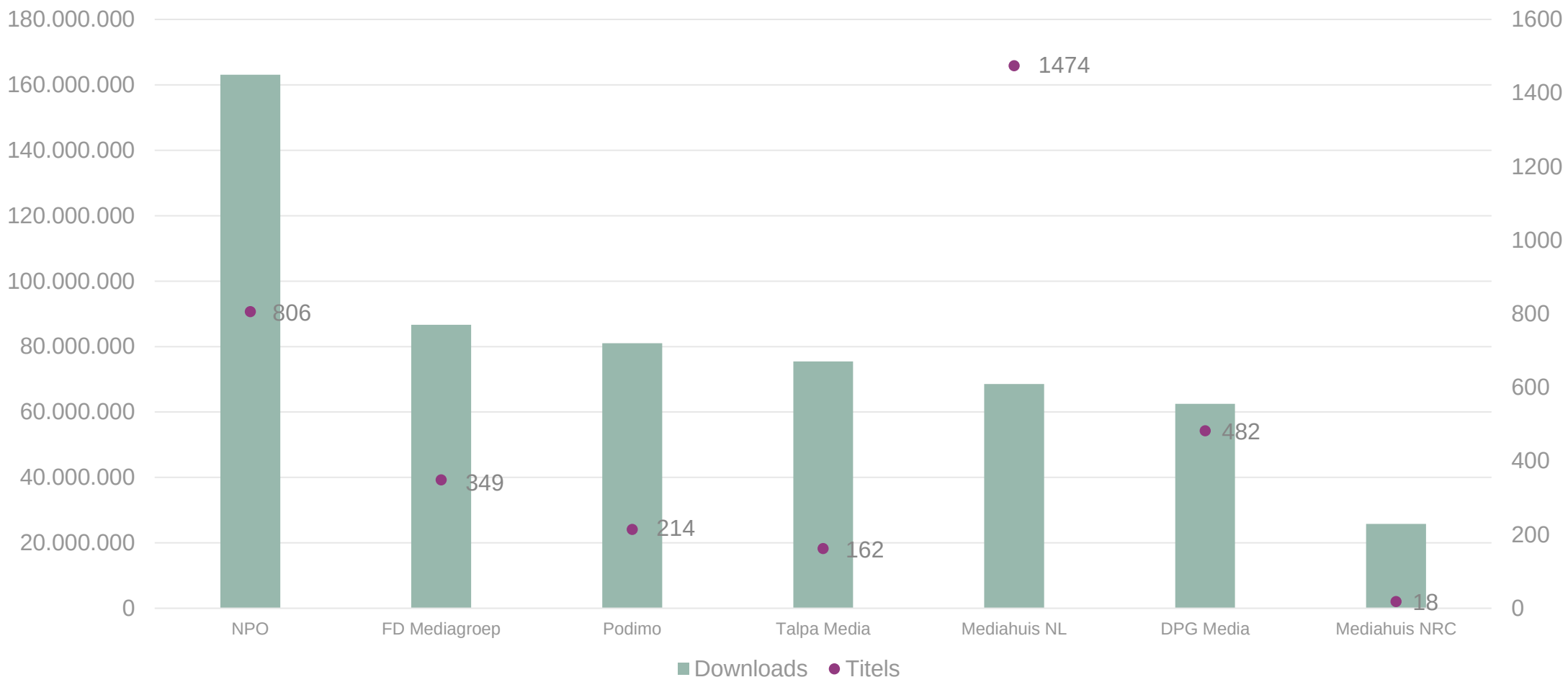
Aantal downloads en gebruikers het hoogst in oktober





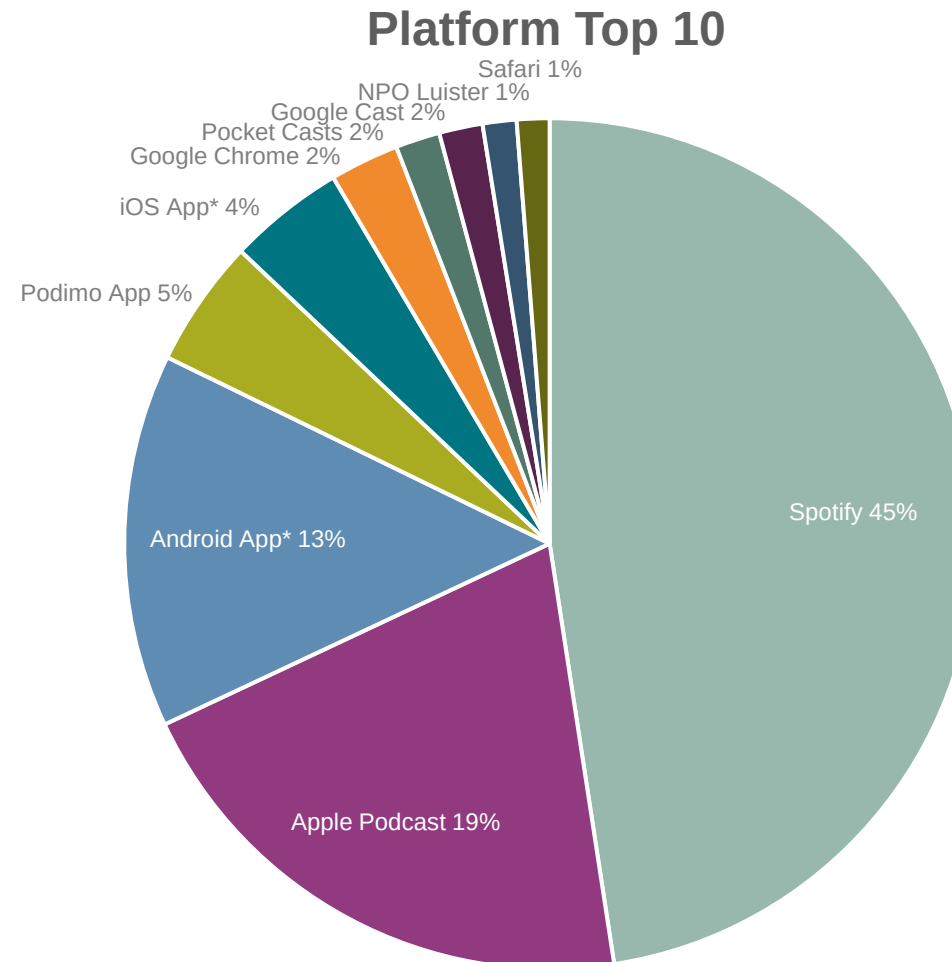
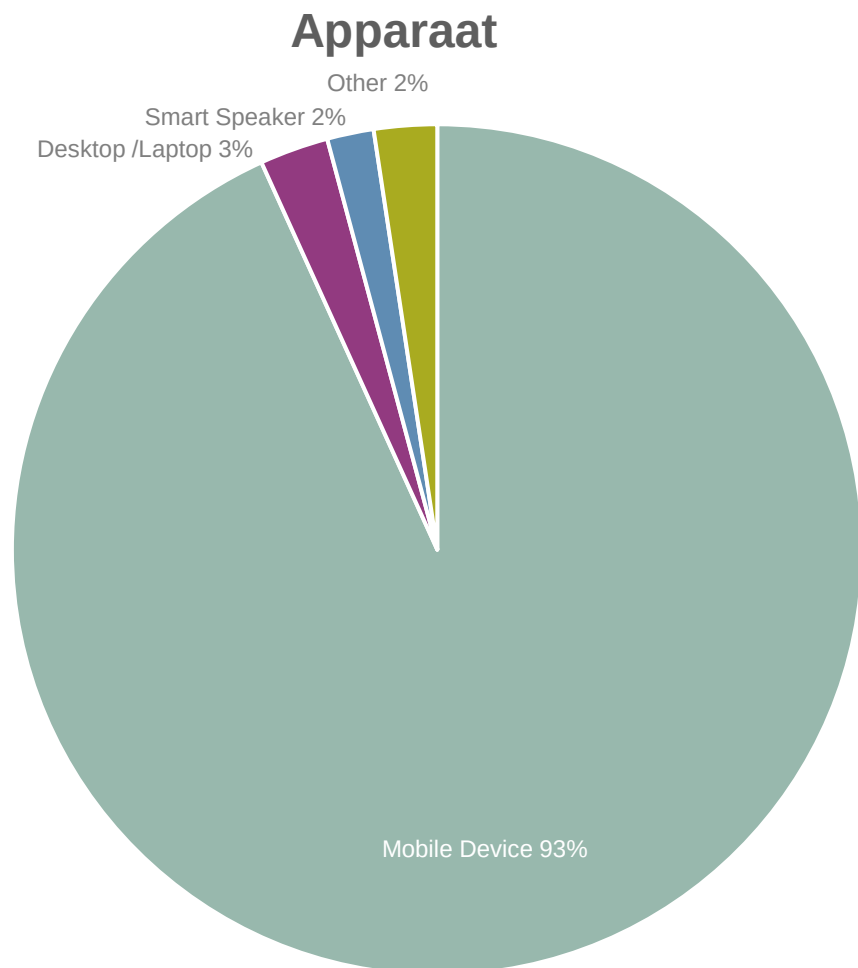
Nederlandse podcastnetwerken - downloads en titels

Mediahuis NRC gemiddeld meeste downloads per titel, Podimo vanaf juni in de data



Smartphone veruit het populairste apparaat voor podcastbeluistering

Spotify en Apple grootste distributieplatformen





De podcastdownloads top 40 van 2025 per titel

538 Nieuws meest downloads in totaal, Zembla podcast meest downloads per aflevering in top 40

	Titel	Downloads	Per aflevering
1	538 Nieuws	61.558.597	7.086
2	Bokestijn en de Wijk	26.689.514	83.236
3	NRC Vandaag	16.670.383	45.510
4	Napleiten	12.419.058	144.914
5	de Volkskrant Elke Dag	11.401.576	27.280
6	Geuze & Gorgels	10.815.139	259.986
7	De Dag	8.704.237	27.776
8	De Jortcast	7.909.235	34.355
9	Vandaag Inside	7.867.607	34.899
10	KieftJansenEgmondGijp	7.357.941	55.528
11	Eerst dit	6.473.436	24.180
12	De Zaak X	6.193.321	71.114
13	Zembla podcast	5.519.126	382.731
14	NOS Met het Oog op Morgen	5.389.550	12.708
15	Parool Misdaadpodcast	5.000.684	41.752
16	AD Voetbalpodcast	4.755.491	21.022
17	De zaak ontleed	4.624.191	79.988
18	Aaf en Lies lossen het wel weer op	4.591.300	100.405
19	FD Dagkoers	4.578.083	13.648
20	Chantal & Tina	4.550.412	68.294

	Titel	Downloads	Per aflevering
21	De Stemming van Vullings en De Rooy	4.496.703	140.663
22	Jacob, dood in Qatar	4.436.542	270.926
23	Het HLN-nieuws	4.303.742	4.214
24	BNR Nieuwsupdate	3.602.481	211
25	Geschiedenis Inside	3.597.156	163.219
26	Amerika in 15 minuten	3.394.481	33.080
27	Bo & Pauline: Genoeg over ons	3.296.773	86.577
28	Beurs	3.188.171	8.599
29	Nooit meer slapen	3.140.042	10.134
30	Fred en Ries	3.065.990	95.902
31	NRC Haagse Zaken	3.052.321	43.458
32	Kick-off met Valentijn Driessen	3.044.817	18.819
33	De Spindoctors	3.000.083	55.082
34	Het Misdaadbureau	2.982.173	30.705
35	De Ongelooflijke Podcast	2.968.524	44.581
36	Zo, Opgelost	2.903.718	43.103
37	BNR De Wereld	2.862.711	15.361
38	Amerika Podcast	2.784.427	20.474
39	In De Waaier	2.721.302	10.079
40	AD Media Podcast	2.718.764	25.395



De podcastdownloads top 100 van 2025 per aflevering

Eerste aflevering van Op zoek naar Marlotte meest gedownloade podcastaflevering van 2025

	Aflevering	Titel	Downloads
1	Op zoek naar Marlotte (1) – Het verhaal van Annika	Zembla podcast	1.000.668
2	Op zoek naar Marlotte (5) - Roos	Zembla podcast	954.470
3	Op zoek naar Marlotte (3) – Mare	Zembla podcast	818.188
4	Op zoek naar Marlotte (2) – Het meisje op de foto	Zembla podcast	810.998
5	Op zoek naar Marlotte (4) – Het ziekenhuis	Zembla podcast	804.330
6	"Niets van dit verhaal klopt. En dan ook helemaal niets"	Jacob, dood in Qatar	611.286
7	Emotionele achtbaan	Geuze & Gorgels	288.335
8	Gelukkig gescheiden	Geuze & Gorgels	270.920
9	Huilen na de seks	Geuze & Gorgels	268.439
10	Texel	De Wadden, een andere oorlog	265.465
11	Hét verlovingsverhaal	Geuze & Gorgels	263.256
12	Peukie blaffen	Geuze & Gorgels	256.261
13	Go with the cashflow	Geuze & Gorgels	254.735
14	Rich bitch	Geuze & Gorgels	250.253
15	Vreetschaamte	Geuze & Gorgels	247.696
16	Geile stiefzus	Geuze & Gorgels	247.092
17	Mo een affaire?	Geuze & Gorgels	246.405
18	#146: Poging verkrachting in een supermarkt	Napleiten	246.158
19	Zoek mijn iPhone niet	Geuze & Gorgels	245.195
20	Juicy aflevering	Geuze & Gorgels	244.508



De podcastdownloads top 100 van 2025 per aflevering

Afleveringen van Napleiten komen met 38 posities in de top 100 het meest voor

	Aflevering	Titel	Downloads
21	Richards mislukte klysma	Fred en Ries	240.261
22	#138: De jongen die naar de gevangenis wilde	Napleiten	239.836
23	Shotje van de zaak	Geuze & Gorgels	238.809
24	Harig poesje	Geuze & Gorgels	238.373
25	'Er is nog één druppel bloed'	Jacob, dood in Qatar	238.345
26	Op Ibiza is alles nat	Geuze & Gorgels	237.657
27	Ik lul niet	Geuze & Gorgels	237.450
28	Afgelikt bammetje	Geuze & Gorgels	233.935
29	Wat niet weet, wat niet deert	Geuze & Gorgels	233.914
30	#147: Vader met baby op zijn arm schiet man neer	Napleiten	233.557
31	#148: Man in pick-up truck rijdt vier mensen dood	Napleiten	229.898
32	Papakaj	Geuze & Gorgels	227.891
33	Poenie op poenie	Geuze & Gorgels	227.196
34	#140: Verkeersongeval met twee jonge dodelijke slachtoffers	Napleiten	224.191
35	Spaanse bloedworst	Geuze & Gorgels	223.653
36	#145: Martelcontainers in Wouwse Plantage	Napleiten	222.348
37	#136: Undercover tussen jihadistische terroristen	Napleiten	218.265
38	#139: Pedofiel opgepakt na kinderverhoren	Napleiten	217.912
39	'Ik heb me niet kunnen voorbereiden en...ehm..ja...wat wilde je vragen?'	Jacob, dood in Qatar	216.906
40	Kale lip	Geuze & Gorgels	216.605



De podcastdownloads top 100 van 2025 per aflevering

De top 100 afleveringen bestaan uit 15 titels

	Aflevering	Titel	Downloads
41	#128: Albanese maffia in Amsterdam	Napleiten	216.243
42	'Het is wel een doodenge gedachte, letterlijk doodeng'	Jacob, dood in Qatar	215.472
43	#142: Moord zonder lichaam: de verdwijning van Sumanta Bansi	Napleiten	213.409
44	#130: Orale seks met dodelijke afloop	Napleiten	212.931
45	#125: Geheugenverlies na doden pasgeboren baby	Napleiten	211.538
46	#149: De zaak Gino	Napleiten	209.979
47	Een knoop erin	Geuze & Gorgels	209.765
48	#132: De jacht op de moordenaar van Nicky Verstappen	Napleiten	208.635
49	Wat een ellende	Geuze & Gorgels	208.090
50	#155: De moord op de Zeeuwse Ichelle van de Velde	Napleiten	207.090
51	#135: Onschuldig veroordeeld voor verkrachting	Napleiten	207.029
52	Modern Family	Geuze & Gorgels	206.463
53	'Luister, Lex, het is toch logisch dat de woede zich ook op Jacob richtte?'	Jacob, dood in Qatar	206.314
54	#150: 26Koper, de strafzaak waardoor Taghi in beeld kwam	Napleiten	206.215
55	#127: Valse biljetten op het dark web	Napleiten	205.943
56	#144: Vuilniszakken als doorslaggevend bewijs in moordzaak	Napleiten	205.378
57	'Tangier, okay, but to whom it belonged?'	Jacob, dood in Qatar	205.093
58	'Hello, Claudio?'	Jacob, dood in Qatar	203.064
59	#129: Catastrofale confrontatie in een caravan	Napleiten	202.448
60	#141: Syrische executievideo leidt naar het Zeeuwse Kapelle	Napleiten	201.836



De podcastdownloads top 100 van 2025 per aflevering

De top 100 afleveringen zijn in totaal 24.420.058 keer gedownload

	Aflevering	Titel	Downloads
61	Imposter alert	Geuze & Gorgels	201.695
62	#143: Islamitische zorginstelling verdacht van miljoenenfraude	Napleiten	199.117
63	Aflevering 5: De schaduw van Frits op Jumbo	FD Achter Gesloten Deuren	198.012
64	#131: Veroordeelde pedofiel keert terug in de maatschappij	Napleiten	197.237
65	Zo intens wat ik doe	Geuze & Gorgels	197.102
66	2. Padova Mino's Imperium	Mino's Imperium	197.074
67	Aflevering 6: Een snoeihard vonnis	FD Achter Gesloten Deuren	196.602
68	3. Praag Mino's Imperium	Mino's Imperium	195.623
69	Aflevering 2: Cash in de koelkast	FD Achter Gesloten Deuren	194.757
70	#126: Illegale keizersnedes bij koeien	Napleiten	189.595
71	Een laatste kans Olaf zit vast	Olaf zit vast	187.414
72	Luister de Zembla Podcast: 'Op zoek naar Marlotte'	Zembla podcast	187.179
73	Het 538-nieuws van 05 uur	538 Nieuws	186.294
74	Aflevering 1: Gewoon Frits	FD Achter Gesloten Deuren	184.367
75	#153: Politieagent schiet op tractor tijdens boerenprotest	Napleiten	183.188
76	#134: Gewelddadige verkrachtingen door een oud-kickbokskampioen	Napleiten	180.109
77	#154: Gedetineerde overlijdt na brand in de gevangenis	Napleiten	179.471
78	#156: Een deal sluiten met een kroongetuige	Napleiten	178.514
79	Het 538-nieuws van 18 uur	538 Nieuws	177.589
80	#151: Geheugenverlies na fatale brand	Napleiten	177.328



De podcastdownloads top 100 van 2025 per aflevering

De top 100 afleveringen zijn gemiddeld 244.201 keer gedownload

	Aflevering	Titel	Downloads
81	#160: Roofmoord in scène gezet	Napleiten	177.291
82	Sugardaddy	Geuze & Gorgels	175.080
83	#162: Lichaamsdelen gevonden in de grachten van Amsterdam	Napleiten	173.604
84	4. Turijn Mino's Imperium	Mino's Imperium	173.496
85	Een leuke zoektocht	Onaantastbaar	168.288
86	Aflevering 7: Alles verloren	FD Achter Gesloten Deuren	168.243
87	'Code zwart' in de gevangenis	Napleiten	167.556
88	Onzeker over ons uiterlijk	Fred en Ries	166.454
89	Een neutraal papiertje	Het Verhaal van de Schaal	166.205
90	#161: Baby uit huis geplaatst	Napleiten	162.851
91	Hoe de vermissing van drie Nederlanders in Turkije met de dag mysterieuzer werd	Verhaal van je Leven	162.607
92	#159: Syrisch meisje verdronken tijdens zwemles	Napleiten	162.342
93	#133: Vervolgd voor Jodenhaat in een Amsterdams studentenblad	Napleiten	162.173
94	#157: Hoe de Hoge Raad oordeelt over een levenslange gevangenisstraf	Napleiten	160.833
95	#158: De Groninger HIV-zaak	Napleiten	158.030
96	De schatten van Letwory	Het Verhaal van de Schaal	157.387
97	Het witte goud van Rotterdam	Fred en Ries	156.093
98	Niemand wist dat Christin van B. (20) hoogzwanger was: 'Meisje met een masker'	De zaak ontleed	153.925
99	#152: Kruidvat bedrijfsuitje eindigt in een nachtmerrie	Napleiten	153.170
100	Aflevering 1: Pleisters	Niemandsland	151.568



Audify

Deelnemers aan de NMO Podcast Standaard

Er zijn totaal 4.588 podcasts van 9 mediabedrijven gemeten



nederlandse
publieke
omroep



podimo



talpa
media



MEDIAHUIS
NRC



Audioboom

ALL THINGS COMEDY

Hoofdstuk 7

Nieuwslezers aan het woord



Audify



Hannelore Zwitterlood
Radio 10



Anne-Marie Rozing
Qmusic



Liesbeth Staats
BNR Nieuwsradio



Marjolein Heijen
Radio M Utrecht



Carmen Verheul
NPO Radio 2 (foto: Emma Pot)



Wat maakt het vak als nieuwslezer zo leuk?



Eigenlijk krijg je van iedereen die blij is met zijn/haar/hun vak hetzelfde antwoord, dus of het nu gaat om een bakker of boekhouder... Elke dag is anders! Dat geldt zeker ook voor nieuwslezers, want elke dag is er weer nieuw nieuws of zijn er nieuwe ontwikkelingen in het nieuws.

Verder vind ik het erg leuk om met mijn stem te werken, want als klein meisje speelde ik de hele dag luisterverhalen af op mijn cassette-recordertje, magisch vond ik dat en ik probeerde ze na te doen. Ook had ik als zesjarige al mijn eigen radiozender: Radio Tosti! Zogenaamd natuurlijk, want ik nam met mijn cassette-recorder stukjes radio op en ging dan zelf muziek afkondigen, hele verhalen vertellen en praten met luisteraars. Ook vond ik als kind schrijven heel leuk en als je al die ingrediënten bij elkaar gooit word je.... radionieuwslezer!

Op mijn zeventiende begon ik bij de lokale radio en tijdens en na mijn studie Communicatiewetenschap heb ik mij verder ontwikkeld in verschillende gebieden, maar nieuwslezen op de radio blijft mijn eerste grote liefde. Ik vind het oprecht een nobele taak om mensen op een prettige en juiste manier te informeren, zodat ze weten wat er speelt, maar ook om ze te entertainen, dus het nieuws mag ook af en toe grappig en luchtig zijn.



Wat maakt het vak als nieuwslezer zo leuk?



Als nieuwslezer heb je de (bevoorrechte) positie om mensen te informeren. In mijn geval doe ik dat via de radio. Het vak als nieuwslezer is ontzettend dynamisch om een aantal redenen:

Ik vind het ten eerste heel erg leuk en belangrijk om mensen in de ochtend snel bij te praten over het nieuws dat voor hen relevant is.

Ten tweede is het heel uitdagend om sommige complexe berichten toch behapbaar en begrijpelijk te maken voor de luisteraar en daarbij ook een vorm van infotainment te kunnen bieden zodat de mensen zelf ook nog iets te vertellen hebben bij het welbekende koffieapparaat op werk.

Tegelijkertijd is het zo dat mensen ook via nieuwsapps, pushmeldingen en social media zelf al veel nieuws consumeren. Vaak al voordat ze de tv of radio hebben aangezet. De uitdaging is dan toch om het nieuws op een andere manier nog aan te bieden, met extra duiding - audio of een gesprek met de presentatoren.

Het is vooral de dynamiek: 's ochtends vroeg het nieuws selecteren, herschrijven, brengen en vooral vertellen - zodat mensen ook echt iets meekrijgen. Ieder half uur toch net op een andere manier. Dat is een uitdaging live en de tijd is kort. Soms is er zelfs ruimte voor interactie met de luisteraar.

Dit alles doe ik vier uur achter elkaar, maar als de show voorbij is heb ik soms het idee dat ik pas een uur bezig ben omdat alles zo snel gaat en je "zo in het moment bent".

Wat maakt het vak als nieuwslezer zo leuk?



Als presentator van De Avondspits bij BNR sta ik altijd vooraan bij het nieuws. Grote geopolitieke veranderingen of nieuws uit ons eigen land: ik heb het gevoel dat ik erbij ben! Bovendien kan ik alle betrokkenen meteen live spreken en precies uitzoeken hoe het zit.



Radio is een ontzettend leuk en snel medium. Als nieuwslezer bij Radio M Utrecht werk je heel zelfstandig, dus als ik in de ochtend om 6.00 uur begin dan scan ik de mails, sociale media, ANP en andere bronnen voor nieuws en ik begin te tikken voor het bulletin. Een uur later lees ik dan m'n eigen berichten voor. Bij een calamiteit kun je als nieuwslezer snel schakelen en op zender inbreken om updates te geven. Om de bulletins wat dynamischer te maken voeg ik ook graag audio toe. Dat kan bijvoorbeeld uit een item van een verslaggever komen die op pad is geweest. Snel een tekst schrijven, een quote knippen en hup het is op zender. Bij echt groot nieuws kan een verslaggever ook live in het bulletin om het nieuws toe te lichten. Deze dynamiek is heerlijk.



Het vak als nieuwslezer is dynamisch. Je brengt vaak als één van de eersten een belangrijke gebeurtenis naar buiten. Het is eervol om mensen in een paar krachtige zinnen te informeren over wat er speelt in de wereld; ver weg, maar ook dichtbij. Je bent in feite een venster naar de wereld.



Waar moet de stem en intonatie van een nieuwslezer aan voldoen?



Het is een beetje tragisch, maar als je een echt goede nieuwslezer bent en de tekst goed hebt geschreven en op de juiste manier voorleest... val je helemaal niet op! Dan let je als luisteraar alleen op de inhoud en niet op wie het vertelt en hoe. Daar zijn veel verschillende technieken voor, maar de kern is dat je hoofd- en bijzaken moet scheiden en zo min mogelijk klemtonen moet leggen en de klemtonen die je wel legt moet je op verschillende manieren doen. Zes manieren om precies te zijn, maar dat wordt een lang verhaal. Kern van het verhaal: je stem en intonatie moeten de inhoud ondersteunen en mogen niet afleiden.



Lastig om te zeggen waar een stem precies aan moet voldoen, want iedere stem is zo anders en eigen. In mijn optiek moet je als nieuwslezer vooral een bepaalde vorm van vooral rust in je stem hebben. Dat betekent ook: goed geaard zijn en een goede voorbereiding, ook al is dat laatste soms onmogelijk bij breaking nieuws. Maar dan nog is het van belang dat er rust is in het bulletin en dat je de feiten kent. Intonatie is daarbij ook ontzettend belangrijk omdat je daarmee aangeeft wat het nieuws precies is in het bericht. Welke woorden en zinsdelen hebben de aandacht nodig? En welke kun je *weglezen*? Als nieuwslezer moet je goed weten waar het bericht over gaat en wat de luisteraar moet meekrijgen (het nieuws)'. Dat laatste kun je bereiken middels de juiste intonatie. Het is hierbij oppassen dat je niet op ieder woord de nadruk legt, dat leidt enorm af. Bovendien is een luisteraar ondertussen vaak nog met iets anders bezig en hoort hij of zij niet alles even goed.



Waar moet de stem en intonatie van een nieuwslezer aan voldoen?



Luisteraars krijgen enorm veel informatie op zich af. Door jouw intonatie moet je de tekst zo toegankelijk mogelijk brengen. Laat horen dat je begrijpt wat je leest, dan begrijpt de luisteraar je boodschap ook sneller. Dat is mijn advies altijd.



Volgens mij moet een stem niet al te veel afleiden. Het is fijn als de nieuwslezer rustig klinkt en duidelijk. Goed articuleren, maar ook niet té, dat is ook weer vervelend om naar te luisteren. Snappen wat je leest is, denk ik het allerbelangrijkste. Je hoort het als iemand een tekst voorleest en niet vertelt. Bij Radio M Utrecht past daar een betrokken en nabije tone of voice bij: als vriend van de luisteraar vertel je het nieuws rustig, persoonlijk en met aandacht.



Het helpt enorm als een radiostem helder, zuiver en warm is, vind ik. Met een vleugje vriendelijkheid. Mensen moeten het gevoel krijgen dat je naast ze op de bank zit. Niet kil of koud, maar wel met autoriteit en geloofwaardigheid. Intonatie bij het nieuwslezen is cruciaal. Door woorden wel of niet te benadrukken, stukken tekst sneller of juist langzamer te lezen, of door korte stiltes te laten vallen, kun je een boodschap op allerlei manieren overbrengen. Het moet vloeiend klinken, met een zekere cadans of melodie.



Hoe zorg je er als nieuwslezer voor dat heftig nieuws met een menselijk gevoel wordt gebracht?



Als je precies weet wat je voorleest zal dit geen probleem zijn. ;-) Ik zal altijd oog blijven houden voor details (alleen de juiste inhoudelijke details brengen en dus geen gruwelijke details over een bepaalde moordzaak als ze er verder niet toe doen), gevoel (je 'kleurt' qua toon naar de inhoud van het bericht, dus een sportbericht lees je anders dan nieuws dat iemand is overleden) en wat bepaald nieuws kan betekenen voor de luisteraar. Ik ben eerder té betrokken bij het meeste nieuws, dan te weinig betrokken, dus ik heb het echt vaak moeilijk met het verbergen van mijn eigen emoties als iets mij persoonlijk aangrijpt. Sportnieuws daarentegen interesseert mij vrijwel nooit en ook dat is soms moeilijk te verhullen, haha!



Het is belangrijk om de juiste toon te vinden; serieus, geïnformeerd en rustig. En ik denk dat in het geval van radio er ook ruimte mag zijn voor de emotie door de presentatoren te betrekken bij het nieuws. Zij zijn degene die hun (eerste) gevoel over een heftig onderwerp kunnen uiten en daarin eigenlijk de luisteraar vertegenwoordigen. Als nieuwslezer heb je hier ook een rol in en faciliteer je soms het nieuwsgesprek. Stilstaan bij heftige gebeurtenissen is heel menselijk, als nieuwslezer is het vooral van belang dat je de juiste feiten levert - niet op de zaken vooruit loopt en met gepaste emotie het verhaal brengt. Maar niets menselijks is de nieuwslezer vreemd!

Hoe zorg je er als nieuwslezer voor dat heftig nieuws met een menselijk gevoel wordt gebracht?



Voor nieuwslezers is het anders, maar als presentator kun je ook je eigen ervaring gebruiken. Je kunt benoemen dat iets 'een afschuwelijk ongeluk' is, of 'een tragische samenloop van omstandigheden'. Daarmee geef je een beetje duiding, en je verwoordt ook wat de luisteraar op dat moment denkt of voelt misschien.



Dat gaat vrij automatisch. Bij heftige onderwerpen, zoals een explosie of een schietpartij, dan pas je de toon aan waarop je het bericht leest. Je brengt het nieuws dan serieus en leest een bericht wat vlakker. Tegelijkertijd blijft betrouwbaarheid altijd leidend: je laat voelen dat iets je raakt, maar zonder te overdrijven of af te doen aan de feiten. Na het bulletin volgt er soms een kort gesprekje met de presentator die er zit. Dan kun je natuurlijk meer je gevoel bij een bericht laten blijken. Een paar jaar geleden hadden we in Utrecht de tramaanslag. Dat is zo afschuwelijk en dat benoem je dan ook. Dan laat je je emoties automatisch blijken, dat was zo'n vreselijk drama.



Voordat ik begin aan een bulletin, laat ik een tekst echt goed tot me doordringen. Vaak gaat heftig nieuws over menselijk leed, dat ons allemaal raakt. Ik probeer zo'n bericht altijd met respect te lezen; mee te voelen, zonder daarin door te schieten. Want als nieuwslezer hou je ook altijd een bepaalde, zakelijke afstand. Die balans vinden, is de kracht van een goede nieuwslezer, vind ik.



Wie kiest de onderwerpen van een nieuwsbericht?



Bij Talpa hebben we een combinatie van het ANP-nieuws en onze eigen redacties. We krijgen de berichten vlak van tevoren aangeleverd door de radioredactie van het ANP en dan kunnen de lezers van de verschillende radiozenders zelf kiezen welke berichten ze wel of niet meenemen en de volgorde. Daarnaast schrijven we zelf ook nieuwsberichten, naar aanleiding van berichten van andere nieuwsmedia, de ANP-feed en we werken natuurlijk ook samen met onder andere de redactie van Hart van Nederland.



Dat doet de nieuwslezer in overleg met de schrijvende nieuwsredacteuren. We focussen ons met name op binnenlands nieuws. Bepaalde onderwerpen die spelen bij luisteraars en presentatoren worden ook besproken voorafgaand aan de uitzending, en ook die onderwerpen kunnen worden meegenomen in een nieuwsbulletin. Deze onderwerpen moeten natuurlijk wel op een of andere manier relevant en actueel zijn.



Onze uitzending wordt samengesteld door een redactie die met eindredactie en presentatoren vergadert over de selectie van de dag en de invalshoeken bij het nieuws. De redactie zoekt vervolgens de sprekers bij de onderwerpen (de gasten) en toetst onze invalshoeken bij deskundigen.

Wie kiest de onderwerpen van een nieuwsbericht?



We zijn als nieuwslezers heel zelfstandig. We kijken natuurlijk naar onze berichten op de eigen website en proberen een goede mix te maken van serieuze, informatieve onderwerpen gecombineerd met een luchtiger bericht. De samenstelling doen we zelf. Ik sluit een bulletin wel graag af met iets luchtigs of een grappige uitsmijter. Die nodigt dan ook uit om nog even door te kletsen met de presentator. Zo ben je echt onderdeel van het programma.



Achter alle verhalen die de NOS brengt, zit een grote nieuwsredactie die wordt aangestuurd door eind- en hoofdredacteuren. Zij bepalen over het algemeen welke gebeurtenissen belangrijk zijn om mee te nemen. Als vaste nieuwslezer bij NPO Radio 2 maken wij uit het grote NOS-nieuws-aanbod een verdere selectie. Dat zijn onderwerpen die mensen moeten weten en onderwerpen die goed bij de doelgroep van de zender horen. Zo krijgt een nieuwtje over een artiest in ons nieuws bij muziekgroep NPO Radio 2 een hogere prioriteit dan waarschijnlijk op een andere zender, met een andere doelgroep. Bovendien kies ik, als ik zeker weet dat het klopt, ook wel eens zelf onderwerpen uit.



Wie maakt de teksten van een nieuwsbericht?



De teksten worden geschreven door de radioredactie van het ANP, maar ook door de nieuwslezers van de verschillende radiozenders. We delen ook berichten onderling, dus als mijn collega van Sky Radio een bericht heeft gemaakt met daarin bijvoorbeeld een audiofragment dat is aangeleverd door Hart van Nederland, dan kan ik dat ook meteen meenemen op Radio 10. Elke Talpa-radiozender heeft eigen nieuwslezers die de bulletins en berichten toespitsen op de doelgroep van die zender. Dus een nieuwsbericht op Radio 538 is anders qua inhoud, toon en details dan hetzelfde nieuwsbericht op Sky Radio.



We krijgen een basis aangeleverd van persbureau ANP, maar we maken ons de tekst eigen - we herschrijven de teksten zodat ze passen bij de doelgroep van de zender. Dus we spreken de luisteraar soms direct aan ("Je moet even opletten als er een parkeerboete op de mat valt ..") en we passen regelmatig ook informeel taalgebruik toe. En met "we" bedoel ik de nieuwslezer en met name ook de nieuwsredacteur. We proberen zo vaak mogelijk relevante quotes toe te voegen aan een bericht, zodat het bulletin dynamischer wordt.



De redactie maakt de opzet van de gesprekken en berichten, presentatoren kunnen die tekst aanpassen.

Wie maakt de teksten van een nieuwsbericht?



Bij Radio M Utrecht werken twee nieuwslezers op een dag en we schrijven vrijwel alle berichten zelf. Als het heel erg druk is dan schrijven onze online collega's weleens mee. Hun online stukken kunnen we natuurlijk altijd als basis gebruiken en inkorten, dat is heel fijn. We werken op de redactie letterlijk dicht bij elkaar en dus horen we gelukkig waar collega's mee bezig zijn, wie ze bellen en wat interessant is voor radio. In de avond – als de nieuwslezers naar huis zijn – dan schrijven de online collega's ook radioberichten die ze klaarzetten voor de ochtend.



De nieuwsberichten die we voorlezen op NPO Radio 2 schrijven wijzelf. Dat zijn de nieuwslezers en een redacteur, die ook de bijpassende geluidsfragmenten monteren. We maken van de nieuwsverhalen op de site van de NOS korte en bondige radioteksten.

Wie checkt de feiten voordat een nieuwsbericht wordt gecommuniceerd?



De ANP-feed wordt natuurlijk uitgebreid gecheckt door die redactie zelf, onze nieuwsredacties van Talpa controleren ook berichten en als we berichten van andere nieuwsmedia gebruiken zullen we de bron erbij vermelden, zodat de herkomst duidelijk is. Ook kiezen veel radioprogramma's ervoor om live interviews te houden naar aanleiding van een nieuwsbericht, dus dat is eigenlijk ook een grondige feitencheck.



Dat gebeurt door persbureau ANP dat ons voorziet van een nieuwsfeed, daaruit kiezen wij zelf relevante berichten. Onze nieuwsredacteuren zijn ook scherp op de feiten en dubbelchecken berichten regelmatig. Een bericht wordt altijd door twee personen gelezen.



De redactie, onder verantwoordelijkheid van de eindredacteur.

Wie checkt de feiten voordat een nieuwsbericht wordt gecommuniceerd?



Alle berichten worden gecheckt, maar het wisselt hoe dat gaat. Eigen verhalen van ons zijn uiteraard goed uitgezocht, dus als ik die voor radio overneem dan ga ik ervan uit dat de inhoud klopt. Bij ongelukken of andere 112 berichten zijn de woordvoerders van de politie of de VRU onze bron. Het wisselt wie met ze belt, we hebben een nieuwsgager die heel veel checkt wat binnenkomt, en het is fijn om daarop te vertrouwen.



De feiten worden gecontroleerd door een grote groep vakkundige journalisten en redacteurs van de NOS. Zaken worden eerst uitgezocht of nagebeld, om er zeker van te zijn dat de feiten kloppen. Juist in tijden van veel desinformatie is dat uiterst belangrijk.



Vervult AI een rol in het maken van een nieuwsbericht?



Bij mij persoonlijk niet, nee. Soms google ik vlak voor het nieuws nog wat achtergrond informatie over een bepaald onderwerp, maar de info via AI kun je nog steeds niet echt vertrouwen.



Bij de productie van onze nieuwsbulletins nog niet heel erg, wel gebruiken we AI om langere nieuwsteksten samen te vatten, of om suggesties te doen voor nieuwsteasers. Waar we wel steeds vaker gesprekken over voeren is de rol van AI in het produceren van online (nep)nieuws. Denk aan door AI geproduceerde beelden of audio-opnamen die niet echt zijn. Maar denk ook aan AI modellen die bepalen welk nieuws we voorbij zien komen online, dus in welke nieuwsbubbel we blijven hangen. We moeten ongelofelijk scherp zijn op nepnieuws en dat ook blijven benoemen.



In de inhoud van onze uitzending niet. Bij het online zetten van de podcast wordt AI wel gebruikt, als technisch instrument.



Audify

Vervult AI een rol in het maken van een nieuwsbericht?



Voor de nieuwslezers bij Radio M Utrecht speelt het nu geen rol. Ik gebruik AI niet voor mijn teksten.



Nee. Nieuws maken is mensenwerk. Uit internationaal onderzoek is gebleken dat bijna de helft van de antwoorden die AI-assistenten geven op nieuwsvragen onvolledig of onbetrouwbaar is. Dit benadrukt hoe belangrijk het is om altijd bronnen te checken en de achtergrond van de informatie te onderzoeken.



Wat is je idee of mening over een AI stem als nieuwslezer?



Tsja, het is net als het verschil tussen een slechte en een goede nieuwslezer: het verschil valt je niet zo op, totdat je merkt dat de inhoud van het nieuws helemaal niet bij je binnenkomt. Reden is vaak dat er verkeerde klemtonen worden gebruikt door AI en slechte nieuwslezers, waardoor de inhoud gewoon niet goed bij je binnenkomt. Die stem kan dan nog zo goed klinken; je helpt je luisteraar er niet echt mee. Ook mis je de laatste inhoudelijke check. Ik vind echt dat je met een AI-nieuwslezer je luisteraar niet serieus neemt. Mijn grootste nachtmerrie wat AI betreft is trouwens dat mijn stem wordt gekloond en dan automatisch berichten gaat voorlezen... En dat klinkt dan zó slecht dat ik ineens een slechte nieuwslezer lijk! Brrr.



Ik denk dat het afhangt van het medium. Wie naar onze zender luistert, kent de nieuwslezer ook als persoon. Deze voegt ook net iets meer toe dan alleen het voorlezen van een bulletin. Een nieuwslezer in de ochtendshow van Mattie en Marieke bijvoorbeeld is ook onderdeel van de interactie, duidt het nieuws en is zelfs op sommige momenten buiten het nieuws om ook persoonlijk. Deze waarden heeft een AI stem duidelijk niet. En daarbij ben ik ervan overtuigd dat je met je stem, dictie en tone of voice veel kunt toevoegen aan een bulletin. Een luisteraar raakt daarmee vertrouwd, dat maakt dat er een bepaalde band en verwachting ontstaat. In andere gevallen is een AI nieuwslezer mogelijk passender, denk aan het voorlezen van online nieuwsteksten als mensen een bericht aanklikken en graag luisteren of het inspreken van de belangrijkste nieuwsheadlines met als doel om mensen heel kort en snel te informeren. Betrouwbaarheid en het gebruik van de juiste bronnen die gecheckt worden blijven hierbij wel essentieel.



Wat is je idee of mening over een AI stem als nieuwslezer?



Ik vind het aspect menselijkheid een belangrijke factor bij het presenteren van een uitzending of bulletin. Een kuchje, een grapje of een reactie op het nieuws vergroot de betrokkenheid en luisterduur van de luisteraar.



Persoonlijk moet ik er niet aan denken dat AI de rol van de nieuwslezer overneemt. Ik weet dat het hier en daar al gebeurt, maar ik vind het een slechte ontwikkeling. Ik ben m'n baan kwijt als het overal wordt ingevoerd natuurlijk, maar een nieuwslezer heeft ook echt een meerwaarde. AI kan niet de emotie overbrengen die een nieuwslezer wel voelt. Als er een grote explosie is en er is onzekerheid over vermisten of gewonden, dan kan AI dat foutloos lezen, maar het gevoel wordt niet overgebracht. Wie weet wat de toekomst ons brengt, maar ik zie het voorlopig niet voor me.



Mensen moeten weten met wie ze te maken hebben. Het gaat om geloofwaardigheid. Hoe slim en scherpzinnig AI-stemmen tegenwoordig zijn, ons nieuws is en blijft het werk van mensen.

Wat doe je als de eigen zender in het nieuws is?



Als nieuwslezers zijn we echt wel onafhankelijk, dus als het echt nieuws is zal ik het gewoon brengen. Met wellicht wel een extra check of het écht klopt. ;-)



Indien het relevant is, meenemen in het nieuwsbulletin en/of bespreken met de presentatoren.



Daar doen we verslag van, net als in andere gevallen.



Dat is een enkele keer gebeurd en dat is best lastig. Normaal ben je natuurlijk kritisch als er iets aan de hand is bij een bedrijf of een organisatie. Als er dan bij je eigen zender of omroep iets aan de hand is, dan wil je dat ook op een objectieve manier berichten, dus dan proberen we dat ook te doen.



Dan zullen we dat nieuws brengen. Als er iets speelt wat mensen moeten weten, dan overstijgt dat het belang van de zender. Tenslotte hebben wij een journalistieke verantwoordelijkheid.



Wat is je meest memorabele nieuwsbericht van 2025?



Het overlijden van Loretta Schrijver. Ik hoef gelukkig nog maar zelden te huilen om een bericht dat ik zelf voorlees, maar bij dit nieuws heb ik tussendoor echt heel hard moeten huilen. Door Loretta wist ik als meisje ineens dat ik nieuwslezer wilde worden, omdat ik haar het nieuws op zo'n fijne manier zag vertellen bij RTL Veronique. Jaren later heb ik regelmatig samen met haar het RTL Nieuws gepresenteerd (zij in beeld en ik zat ernaast voor de live voice-over) en ik mocht mee-presenteren bij RTL Live en Koffietijd. Ze was een geweldige lieve vakvrouw, we hebben enorm gelachen en ik heb veel van haar geleerd. Zij was destijds de eerste nieuwslezer die echt 'kleurde' naar de inhoud van nieuwsberichten en die het nieuws voorzag van een dikke laag menselijkheid. Ontzettend jammer dat zij er niet meer is.



Het trieste verhaal van de dood van de 17-jarige Lisa. Het bracht veel teweeg bij luisteraars en presentatoren, het ging dieper dan alleen dit bericht. Het ging bijvoorbeeld ook over de positie van meisjes en vrouwen in onze maatschappij.



Wij hebben een NieuwsTop200 uitgezonden in december 2025. Luisteraars konden stemmen op hun meest memorabele nieuwsfeit uit 2025. Als absolute nummer 1 kwam daar de schoffering van president Zelensky in The Oval Office uit, door Donald Trump en JD Vance. En daar sluit ik me van harte bij aan. Daar werd duidelijk dat de internationale regels en omgangsvormen niet langer gelden onder de regering Trump, en dat dat grote gevolgen zou hebben.



Wat is je meest memorabele nieuwsbericht van 2025?



Het zijn vaak de nare berichten die je het meeste bijblijven. Dat was vorig jaar de dood van Sohani, een meisje van nog maar 11 jaar die in Nieuwegein op straat zomaar ineens werd doodgestoken. Ze was op een zaterdag in februari met vriendjes op straat aan het spelen en werd willekeurig slachtoffer van een verwarde man over wie buurtbewoners al eerder meldingen hadden gedaan. Echt een drama natuurlijk. Helaas is nieuws vaak helemaal niet zo leuk, maar we proberen in de bulletins toch een goede mix te maken om inwoners van de provincie Utrecht op de hoogte te houden van wat er speelt. Dat is serieus nieuws, maar gelukkig zijn er ook veel positieve berichten te vertellen.



Uit reacties van luisteraars maak ik op dat de vrijspraak van Marco Borsato een belangrijke nieuwsgebeurtenis was. Met zijn muziek zijn de luisteraars opgegroeid. De ontknoping van die lange juridische strijd was groot nieuws.

Hoofdstuk 8

Vijf jaar Audify Audiojaarrapport

De trends 2021-2025



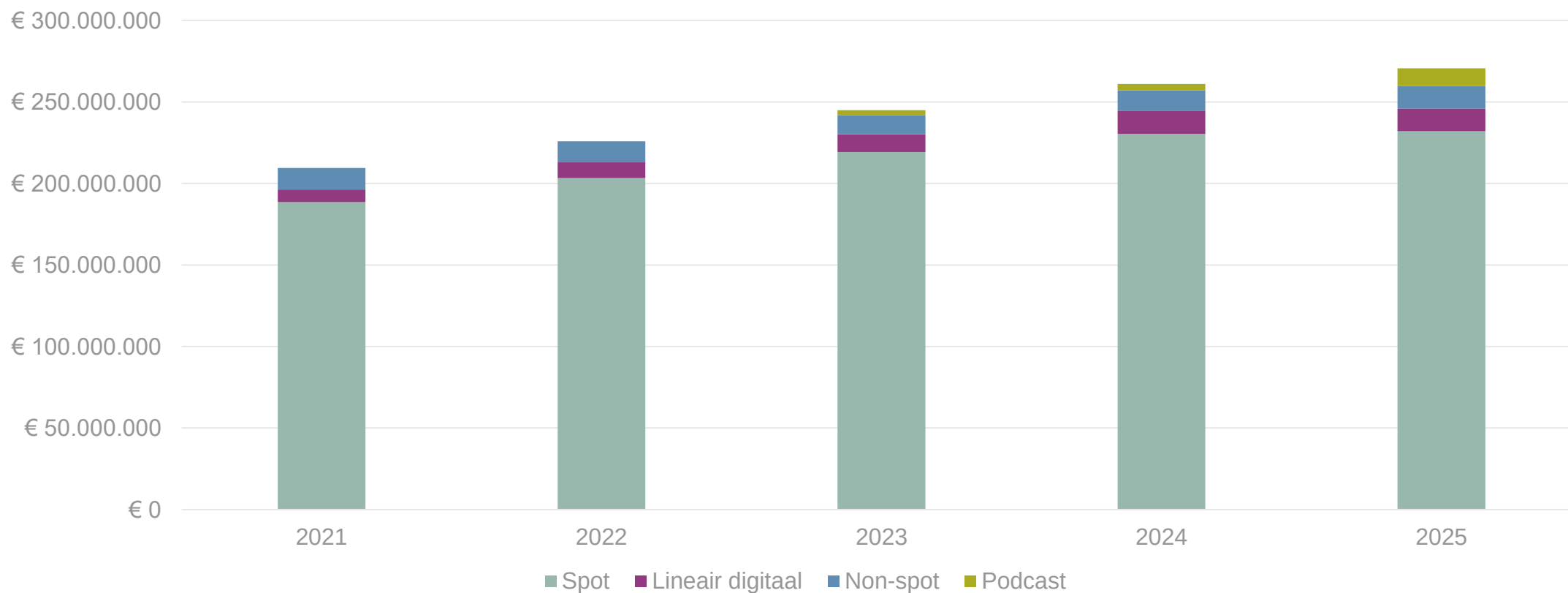
Audify



Investerings audioreclame per jaar

Investerings in audioreclame met 29,2% gestegen in de periode 2021-2025

Totale netto audioreclame-investering 2021-2025

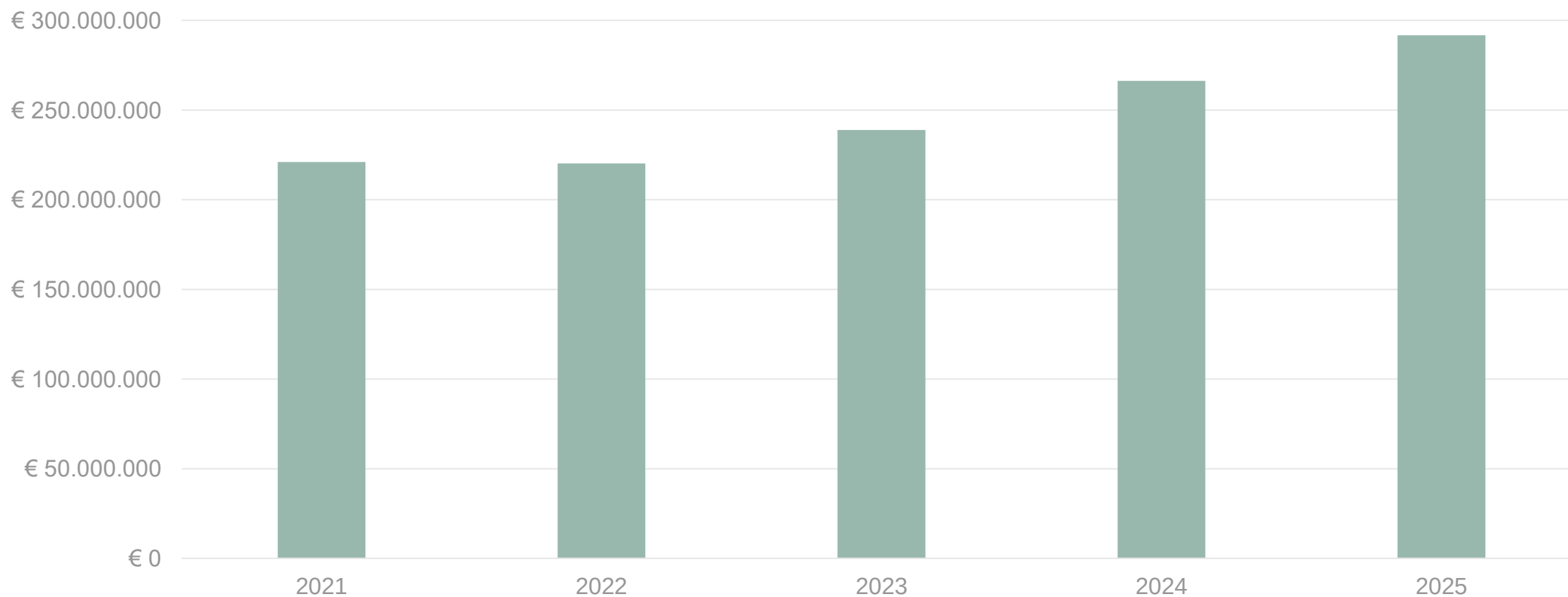




Investeringsen top 25 audioreclame merken per jaar

Investeringsen in audioreclame door top 25 merken met 32% gestegen in de periode 2021-2025

Totale netto audioreclame-investering 2021-2025





Audioreclame merken top 25 o.b.v. bruto investeringen

T-mobile/Odido en KPN ieder jaar in de top 5, twaalf merken ieder jaar in de top 25

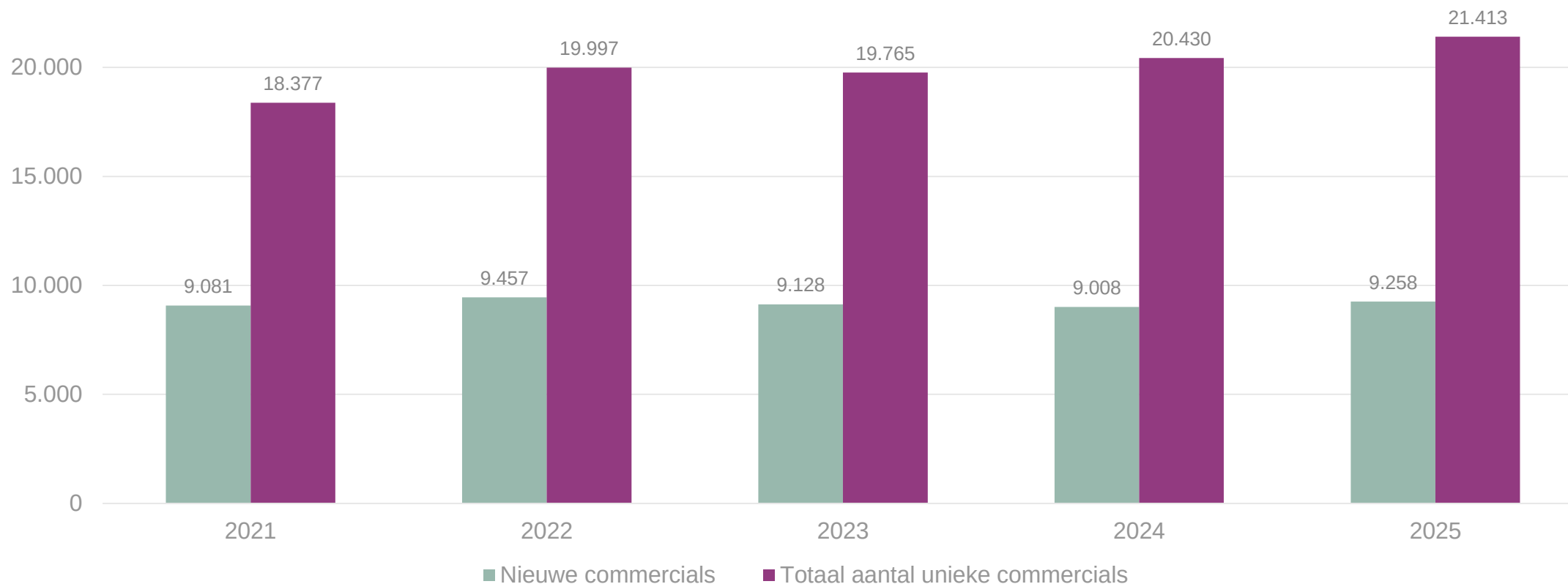
	2021	2022	2023	2024	2025
1	Ministerie van VWS	T-mobile	Odido	KPN	Lidl
2	ANWB	Kruidvat	KPN	Aldi	Aldi
3	T-Mobile	KPN	McDonald's	Lidl	KPN
4	KPN	Ministerie van VWS	Bol.	Odido	Albert Heijn
5	Kruidvat	ANWB	Kruidvat	McDonald's	Odido
6	Jumbo	Albert Heijn	Jumbo	Kruidvat	Jumbo
7	Lidl	Jumbo	Albert Heijn	Amazon	Kruidvat
8	Renault	Lidl	Lidl	Bol.	Amazon
9	McDonald's	McDonald's	Amazon	Jumbo	Vodafone
10	Bol.com	Bol.com	Coop	Rabobank	Ziggo
11	Promovendum	Ziggo	Vodafone	Albert Heijn	Plus
12	Albert Heijn	Promovendum	Toyota	Vodafone	Bol.
13	ABN AMRO	Hornbach	Essent	Ziggo	Trekpleister
14	ING Bank	Rabobank	Staatsloterij	Staatsloterij	Staatsloterij
15	Hema	NS	Rabobank	Plus	ANWB
16	Coolblue.nl	Staatsloterij	Ziggo	Promovendum	Rabobank
17	Rabobank	Renault	Hornbach	Toyota	McDonald's
18	Media Markt	Toyota	Renault	Hornbach	Eurojackpot
19	Staatsloterij	Karwei	Nationale Postcode Loterij	Nationale Postcode Loterij	Nationale Postcode Loterij
20	Mobiel.nl	Coolblue.nl	Aldi	Trekpleister	Promovendum
21	Greetz.nl	Ministerie van EZK	Ford	ANWB	IKEA
22	Trekpleister	Dirk	Ministerie van IenW	IKEA	OHRA
23	Hornbach	ING Bank	ANWB	Fiat	Indeedy
24	Ziggo	ABN AMRO	Socialdeal.nl	Besured	Renault
25	Toyota	Gamma	NS	TUI	Praxis



Aantal nieuwe en unieke commercials per jaar

Het aantal unieke commercials stijgt ieder jaar, totaal 16,5% meer in de periode 2021-2025

Aantal nieuwe en unieke commercials per jaar

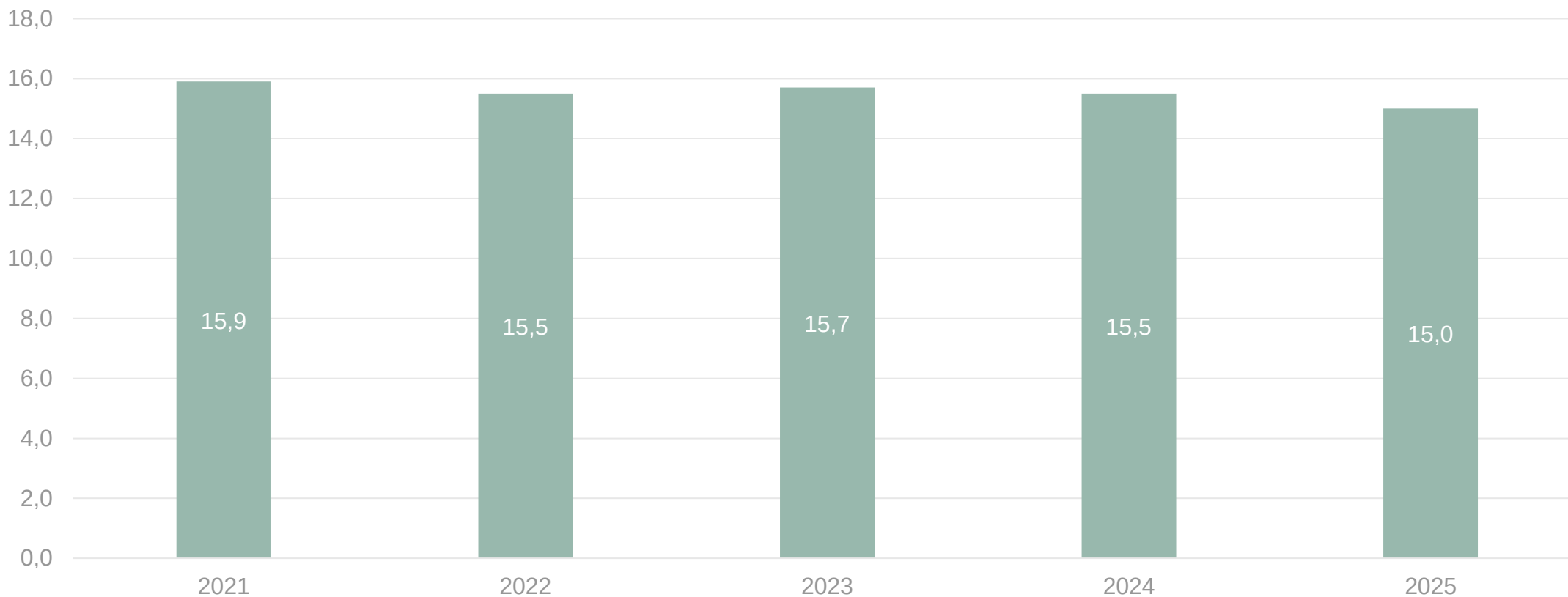




Gemiddelde spotlengte per jaar

Gemiddelde spotlengte in de periode 2021-2025 teruggelopen van 15,9 naar 15,0 seconden

Totale netto audioreclame-investering 2021-2025





Audify Academy

Benut je kansen in audio



Audify



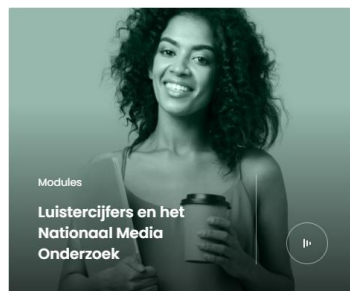
Audify

Word Soundmaster via de Audify Academy

Schrijf je nu in

De wereld van geluid is volop in ontwikkeling en levert volop kansen voor merken en communicatie. Audify wil bijdragen aan de professionalisering van het audiodomein en het gebruik van audio door professionals verder ontwikkelen. Na een succesvolle deelname ontvang je een Audify certificaat.

De training – ontwikkeld door de grootste **specialisten** uit het media- en audiovak – bestaat uit verschillende **modules** die worden aangeboden via een online **e-learning** platform. Je bepaalt zelf dus wanneer en in welk tempo je de module volgt. Je sluit iedere module af met een toets om een certificaat en **NIMA PE-punten** te verdienen. Naast de online training zijn er diverse bijeenkomsten waar je andere professionals uit het brede audioveld ontmoet en kennis en ervaring kunt uitwisselen.





Over het Audify Audiojaarrapport 2025





Audify

Over het Audify Audiojaarrapport 2025

Dit is het Audify Audiojaarrapport 2025. In het rapport worden de investeringen en het luistergedrag naar radio, streaming audio, podcasts en audio on demand in kaart gebracht. De netto investeringen worden door alle landelijke, regionale, publieke en commerciële radiostations aan Stichting Audify gerapporteerd. Alle bedragen zijn exclusief BTW.

Gebruikte bronnen:

- Nationaal Media Onderzoek (NMO)
- Nielsen
- Triton Digital
- Ipsos
- Adfact
- SoundAware
- Kantar
- GfK

Dit rapport is uitgebracht op 5 februari 2026 en in samenwerking met Audify gemaakt door mediabureau Featly Media en bovenstaande partijen. Voor vragen, opmerkingen of suggesties over het Audify Audiojaarrapport 2025 kun je contact opnemen met Audify (info@audify.nl).





Audify

Audify your brand

T +31 (0)20 3451596 / info@audify.nl / www.audify.nl