

PERSMEDEDELING

31 augustus 2011

KanaalZ populairder dan Eén en Canvas

Het marktonderzoeksbureau Profacts bevroeg een representatief staal van 200 Vlaamse KMO-leiders - uitsluitend zaakvoerders en financieel verantwoordelijken - naar de populariteit van Z-Ondernemen. Dit is een wekelijks programma met praktische info en nuttige tips over het dagelijks leiden van een onderneming.

Uit het onderzoek bleek dat 1 op 3 ondervraagden Z-Ondernemen kent en ook effectief bekijkt. Dit is een hoge score voor een programma dat pas sinds enkele maanden op het scherm verschijnt.

Dezelfde enquête wees uit dat liefst 6 op 10 KMO-leiders naar KanaalZ kijken en bijna 9 op 10 de zender kennen. Zeer opmerkelijk is dat de ondervraagden KanaalZ als de tv-zender met de meest waardevolle informatie beschouwen. 27 % van de ondervraagden noemt namelijk KanaalZ het informatief meest waardevolle tv-station. De VRT-zenders Eén en Canvas komen op ruime afstand op de tweede en derde plaats met scores van 19 en 17 %. Voor alle duidelijkheid: bij de bevraging door Profacts werd op geen enkel ogenblik vermeld of geïnsinueerd dat het onderzoek liep in opdracht van KanaalZ.

Z-Ondernemen wordt elke week uitgezonden in de programmalus van maandag 19.45 tot dinsdag 18 uur op Kanaal Z en start terug op 5 september. De partners van het programma zijn: AXA, Groep S, KPMG, SAP en Electrabel. Het Oost-Vlaamse studiebureau Profacts voert onder andere onderzoeken uit naar klantbeleving, advertising, communicatie, brand building en innovatie. KanaalZ is de zakenzender van Roularta Media Group. Het TV-station heeft een weekbereik van 583.000 kijkers en haalt maandelijks 1.430.000 kijkers. Samen met het Franstalige CanalZ is dit wekelijks 1.070.000 en maandelijks 2.738.000 kijkers (Bron: CIM Kleine Audimetrie juli 2011).

Ook te bekijken dus op www.KanaalZ.be en www.CanalZ.be en via een link op de website van de partners.

Contactpersoon

Alex Coene
Netmanager Kanaal Z
+32 2 467 57 17
alex.coene@roularta.be
www.kanaalz.be

Tel. :
e-mail :
URL :
