



Televisiezender ONS

cijfers & profiel

A woman with short dark hair, wearing a vibrant blue dress and dark tights, is seated on a white chair at a wooden dining table. She is focused on reading a newspaper. The table is set with a glass of orange juice, a green mug, and some fruit. The background shows a bright, modern kitchen with large windows, a potted plant, and a silver lamp. The overall atmosphere is warm and domestic.

PIJLERS VAN ONS

**NOSTALGIE
GESCHIEDENIS
HUMAN INTEREST**



CIJFERS VAN ONS

- ONS IS TE ONTVANGEN IN **BIJNA 5 MILJOEN** HUISHOUDENS EN IS OPGENOMEN IN DE PAKKETTEN VAN VRIJWEL ALLE NEDERLANDSE TELEVISIEAANBIEDERS.
- ONS TREKT OP DOORDEWEEKSE DAGEN GEMIDDELD **250.000** KIJKERS PER DAG. IN HET WEEKEND ZIJN DAT ER GEMIDDELD **400.000**.
- WEKELIJKS BEREIKEN WIJ CA. **1 tot 1,4 MILJOEN** UNIEKE KIJKERS.
- VIA ONZE FACEBOOK-PAGINA & ONZE NIEUWSBRIEF BEREIKEN WIJ RUIM **26.000** FANS.

PROGRAMMERING VAN ONS

Bij ONS zie je wat je bij andere zenders niet (meer) ziet. Dat doen wij heel bewust: een doelgroep bedienen die zich bij de reguliere zenders niet thuisvoelt. De programmering van ONS is gebaseerd op drie pijlers: **nostalgie, geschiedenis en human interest.**

Bij ONS zie je **klassieke films en series.** Maar ook (historische) **documentaires, natuurprogramma's, muziek en reality** komen aan bod.

Onze programma's zijn niet per definitie 'oud'. Ook nieuwe content met een nostalgisch of historisch tintje krijgt bij ONS een plek. **En we hebben ambities:** al dan niet in samenwerking met externe partijen, brengen we nieuwe formats op televisie. Formats die aansluiten bij onze doelgroep.



JE BLIJFT
NAAR ONS
KIJKEN

DOELGROEP VAN ONS



50% VROUW
50% MAN

DOELGROEP VAN ONS

Lol hebben. Dat is kenmerkend voor de kijker van ONS. Een vrouw uit een **middelgrote stad**, ze staat midden in het leven, de kinderen zijn het huis uit, ze heeft **kleinkinderen**. Maar veel tijd om daarvan te **genieten** is er niet, want ze heeft het druk.

Ze werkt, zorgt voor haar schoonmoeder, regelt **dagjes uit**, houdt van **fietsen, lezen, musea en winkelen**. Als het tijd is voor **vakantie**, neemt ze het er van. Ze is gek op **korte vakanties** in Nederland, maar ook van een of twee weken naar de **populaire vakantie landen**. Een **Libelle** in de ene hand, een **wijntje** in de andere.

Is ze weer thuis, dan gaat ze vol frisse moed weer aan het werk in de **zorg**. En daarna op de bank met **haar man**, lekker een avondje samen **zappen en lachen**.





DOELGROEP VAN ONS

Bezig blijven. Dat is ook belangrijk voor de mannelijke kijker van ONS. Hij woont in een **middelgrote stad**, is met pensioen, maar doet graag **vrijwilligerswerk**. De kinderen zijn het huis uit, hij klust graag in hun nieuwe huizen.

Hij gaat graag met zijn vrouw op pad. Naar de kleinkinderen, een **dagje uit**, een stukje **fietsen**. Ze zijn gek op **vakanties**. Even een paar dagen weg **in eigen land**, maar ook af en toe een week of twee **naar de zon**.

Lekker een **biertje** drinken met de mannen in het café of de club. En 's avonds met zijn vrouw op de bank, heerlijk een avondje samen **zappen** en **lachen**.

FACTS VAN ONS

LEEFTIJD

15% 21-44 jaar
48% 45-64 jaar
37% 65+ jaar

OPLEIDING

36% laag
40% midden
24% hoog

WERK

45% werkt
36% is met pensioen

85%

van de kijkers is

45+





**LINEARE
KIJKERS**

GEDRAG VAN ONS

- Lineaire kijker
- Kijkt gedurende de dag (piek tussen 12-24 uur)
- Is digitaal ingesteld
- Is actief op social media
- Kijkt graag naar nostalgische programmering

INTERESSES

TV kijken

Muziek luisteren

Wandelen

Boeken lezen

Dagjes uit (musea, winkelen)

Fietsen

Op vakantie

gaan Koken

Sporten

Huisdieren

[HOME](#)[PROGRAMMA'S](#)[TVGIDS](#)[WAAR TE ZIEN](#)[NIEUWS](#)[VEELGESTELDE VRAGEN](#)

TV, PR,
ONLINE

Home » Programma's » Ouwe Jongens Smørrebrød

OUWE JONGENS SMØRREBRØD

Ouwe Jongens Smørrebrød is een reality reisprogramma waarin tv-coryfeeën en goede vrienden Ernst Daniël Smid, Ron Brandsteder en Marco Bakker op de motor een roadtrip door Denemarken maken. De mannen doorkruisen het land van zuid naar noord. Van Seeland tot Jutland. Onderweg genieten zij van het prachtige landschap, maken zij kennis met typisch Deense gebruiken en hebben zij goede gesprekken over het leven en hun vriendschap. Zo leren zij Denemarken op een andere manier kennen: geen Kopenhagen met haar bekende highlights, maar een trip door alle minder bekende, maar minstens zo aantrekkelijke regio's van het land. De serie Ouwe Jongens Smørrebrød past perfect in de slow-tv trend die de laatste tijd gaande is. Rustige televisie met mooie vergezichten en goede gesprekken. En vooral ook heel veel humor.



NIEUWS

BEKIJK ARCHIEF

KIJKTIPS



On the Buses



Top 40 Hitdossier



CASE 1

Ouwe Jongens Smørrebrød

Het Deense verkeersbureau Visit Denmark wilde aan een nieuw 50+ publiek laten zien wat een veelzijdig land Denemarken is. Dé oplossing: een tv-format.

In Ouwe Jongens Smørrebrød stappen Ron Brandsteder, Ernst Daniël Smid en Marco Bakker op elektrische motoren voor een tour door Denemarken.

De mannen doorkruisen het hele land, van Seeland tot Jutland. Onderweg genieten zij van het prachtige landschap, maken zij kennis met typisch Deense gebruiken en hebben zij goede gesprekken over het leven en hun vriendschap.

KEY FACTS

- Gemiddeld 500.000 kijkers per aflevering



Hou je van kamperen en ben je benieuwd naar kampeerland Denemarken?

Kijk dan vanaf 10 oktober 2019 naar het nieuwe kampeerprogramma Love for the Campsite bij de zender ONS! Ron Brandsteder en Patrick Martens gaan samen met acht reizigers op kampeerreis door Denemarken.

550.000 views per aflevering



Love for the Campsite - aflevering 5 | Overwint reisleader Patrick Martens zijn angsten?



Love for the Campsite - aflevering 6 | Yoga tussen de koeien!



Love for the Campsite aflevering 2 deel 1/2 | Klaar? Bakken maar!



Love for the Campsite - aflevering 3 | Op zoek naar oesters!



Love for the Campsite - aflevering 4 | Voor alles een eerste keer: paardrijden en surfen!

CASE 2 - Love for the Campsite

TV, PR,
ONLINE

Na de succesvolle reeks **Ouwe Jongens Smørrebrød**, produceerde Bureauvijftig voor Visit Denmark een nieuw format.

Ron Brandsteder en Patrick Martens kropen in Love for the Campsite in de rol van reisleader en trokken met acht leuke 50plussers naar Denemarken om de highlights van het land te bezoeken. Het programma bestond uit acht afleveringen, uitgezonden door ONS, mede-gefinancierd door ANWB Campings.

KEY FACTS LOVE FOR THE CAMPSITE

- Gemiddeld 550.000 kijkers per aflevering
- Extra verworven Free Publicity voor partner €160.000

OPTIONELE
FORMATS
RONS HONEYMOONERS



TERUG
BLIKKEN



RONS
HONEYMOONERS
DE LEUKSTE STELLEN UIT DE
LEGENDARTISCHE QUIZ:
HOE GAAT HET NU MET ZE?



OPTIONELE FORMATS

TROOST

In **Troost** worden 10 weduwen en weduwnaars geïnterviewd over hun rouw. Jong, oud, homo, hetero, een single die een zus achterliet – allerlei variaties.

We spreken met hen over de dood, de rare dagen meteen na het overlijden en alle beslissingen die je dan moet nemen, de toeloop aan mensen en geïnteresseerden en de stilte die je naar een paar weken overvalt. We laten de mensen zien in hun huidige leven en laten hen terugblikken op hun verleden.



TROOST

10 WEDUWNAREN

10 PRACHTIGEVERHALEN

OPTIONELE FORMATS HOE GAAT HET MET...?

Vroeger waren ze continu met hun hoofden op televisie, maar tegenwoordig zien we ze nauwelijks meer. Hoe gaat het toch met al die BN-ers van toen?

In **Hoe Gaat het Met...?** zoeken we deze 'vergeten' sterren op en laten we zien wat hen tegenwoordig bezighoudt.



HOE GAAT HET MET...?

BN'ERS WAAR WE AL LANG NIETS
MEER VAN GEHOORD HEBBEN.
WAT DOEN ZE NU?



TARIEVEN 2024

PAKKET 1

Billboard - 112 stuks

Nieuwsbrief - 1x advertorial

Aanbiedingsprijs **€2.950,- ex btw**

PAKKET 2

Commercial max 30 sec. - 1 maand lang 8x per dag
Aanbiedingsprijs **€5.000,- ex btw**

Optioneel: 1x advertorial in nieuwsbrief
Aanbiedingsprijs **€4.000,- ex btw**

PAKKET 3

Infomercial max 60 sec. - 1 maand lang 8x per dag
Aanbiedingsprijs **€6.000,- ex btw**

Optioneel: 1x advertorial in nieuwsbrief
Aanbiedingsprijs **€7.000,- ex btw**



Partnerships

ONS beschikt over meerdere kanalen via welke we een samenwerking vorm kunnen geven. Denk hierbij bijvoorbeeld aan:

- Branded content/Sponsored
- partnerships Billboarding (-> [voorbeeld](#))
- Commercials op zender
- Advertorial in
- nieuwsbrief Facebook-
- post
- Dedicated nieuwsbrief
- Vrienden van ONS Community
- Advertorial op website www.kijkbijons.nl

Ook in onze toekomstplannen liggen diverse mogelijkheden voor een vruchtbare samenwerking. **Welkom bij ONS!**

Voor meer informatie:

Jurre van Noord

jurre.van.noord@kompaspublishing.nl

