



STICHTING KIJKONDERZOEK

ONDERWERP: PERSBERICHT KIJKCIJFERS TV ZENDERTOTAAL (WEEK 33 2022) EN UITZENDDAG (WEEK 34 2022)

DATUM: 29-08-2022

VOLGNUMMER: 33

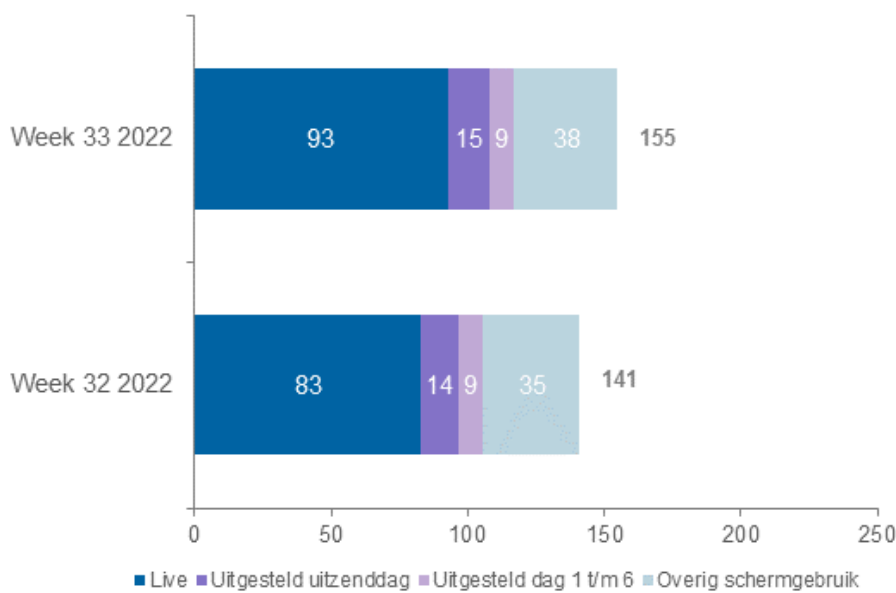
WEEK 33 (15 T/M 21 AUGUSTUS)

KIJKTIJD EN MARKTAANDELEN

Onderstaande kijkcijfers gaan over het kijkgedrag naar televisiezenders tijdens uitzending (live) en uitgesteld kijken tot en met zes dagen na uitzenddag.

In week 33 bedroeg de totale tijd die voor het televisiescherm werd doorgebracht (TV Schermtijd) gemiddeld 155 minuten per dag. De gemiddelde kijktijd naar televisiezenders over de gehele dag was 117 minuten. Hiervan werd 93 minuten live en 24 minuten uitgesteld gekeken.

GRAFIEK 1: KIJKTIJD NAAR KIJKMOMENT, GEHELE DAG (02-26 UUR), 6 JAAR EN OUDER



De publieke omroepen behaalden in week 33 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 37,5%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze week een marktaandeel van 24,9% en de Talpa TV zenders 15,1%. In het avondtijdvak behaalden de publieke omroepen een marktaandeel van 41,0%, de zenders van RTL Nederland 29,2% en de Talpa TV zenders 16,0%.

TABEL 1: KIJKCIJFERS PER ZENDER, GEHELE DAG (02-26 UUR) EN AVOND (18-24 UUR), 6 JAAR EN OUDER

| ZENDER | GEHELE DAG (2-26) | | AVOND (18-24) | |
|--------------------------------|-------------------|--------------|---------------|--------------|
| | KDH | MAD L | KDH | MAD L |
| NPO1 | 1,7 | 21,0 | 4,7 | 21,1 |
| NPO2 | 0,8 | 10,1 | 2,6 | 11,9 |
| NPO3 | 0,5 | 6,5 | 1,8 | 8,1 |
| Publieke Omroep | 3,0 | 37,5 | 9,1 | 41,0 |
| RTL4 | 1,1 | 14,1 | 3,7 | 16,5 |
| RTL5 | 0,2 | 2,9 | 0,9 | 3,9 |
| RTL7 | 0,3 | 3,6 | 0,9 | 4,2 |
| RTL8 | 0,2 | 2,8 | 0,8 | 3,4 |
| RTL Crime | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| RTL Lounge | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| RTL Z | 0,1 | 1,3 | 0,2 | 1,0 |
| RTL Nederland | 2,0 | 24,9 | 6,5 | 29,2 |
| SBS 6 | 0,7 | 9,2 | 2,0 | 9,2 |
| Net5 | 0,2 | 2,8 | 0,6 | 2,8 |
| Veronica | 0,2 | 2,6 | 0,8 | 3,4 |
| SBS9 | 0,0 | 0,5 | 0,1 | 0,5 |
| Talpa TV | 1,2 | 15,1 | 3,5 | 16,0 |
| MTV | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| Comedy Central | 0,1 | 0,8 | 0,1 | 0,5 |
| Nickelodeon | 0,0 | 0,4 | 0,0 | 0,2 |
| Paramount Network | 0,1 | 1,1 | 0,2 | 1,0 |
| Paramount | 0,2 | 2,5 | 0,4 | 1,9 |
| Disney Channel | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| Disney XD | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,0 |
| NGC | 0,1 | 0,8 | 0,1 | 0,5 |
| 24Kitchen | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,2 |
| FOX | 0,1 | 1,1 | 0,2 | 0,8 |
| ESPN | 0,1 | 1,4 | 0,2 | 1,0 |
| ESPN2 | 0,0 | 0,6 | 0,1 | 0,3 |
| ESPN3 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| ESPN4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| The Walt Disney Company | 0,4 | 4,5 | 0,7 | 3,0 |
| Discovery | 0,1 | 1,6 | 0,2 | 0,9 |
| TLC | 0,1 | 1,4 | 0,2 | 0,9 |
| ID | 0,1 | 0,8 | 0,1 | 0,2 |
| Euro sport | 0,1 | 1,0 | 0,1 | 0,3 |
| Discovery Networks | 0,4 | 4,8 | 0,5 | 2,2 |
| Ziggo Sport | 0,0 | 0,4 | 0,1 | 0,3 |
| Ziggo Sport Select | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| History | 0,0 | 0,4 | 0,1 | 0,2 |
| BBC FirstHolland | 0,1 | 1,3 | 0,2 | 0,8 |
| XITE | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| AT5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| ORN TV | 0,1 | 1,4 | 0,2 | 0,9 |
| SKO Light | 0,2 | 3,0 | 0,4 | 1,7 |
| Overig | 0,3 | 3,7 | 0,5 | 2,4 |
| Totaal | 8,1 | 100,0 | 22,2 | 100,0 |

MEEST BEKEKEN PROGRAMMA'S EN BEREIK

De top-10 van meest bekeken programma's (inclusief uitgesteld kijken t/m 6 dagen na de uitzenddag) wordt aangevoerd door de Slimste mens op NPO2 van 15 augustus. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 1.812.000 kijkers. Het totaal aantal kijkers dat het programma bereikte was 2,1 miljoen.

TABEL 2: TOP-10 MEEST BEKEKEN PROGRAMMA'S, 6 JAAR EN OUDER, GEHELE DAG (02-26 UUR)

| | DATUM | DAG | PROGRAMMA | ZENDER | KDH | GEM *1000 | MADL | TOT *1000 |
|----|------------|-----|-----------------------------------|--------|------|-----------|------|-----------|
| 1 | 15-08-2022 | ma | SLIMSTE MENS | NPO2 | 11,2 | 1.812 | 33,6 | 2.134 |
| 2 | 21-08-2022 | zo | JOURNAAL 20 UUR | NPO1 | 10,9 | 1.767 | 41,7 | 2.204 |
| 3 | 21-08-2022 | zo | STUDIO SPORT EREDIVISIE | NPO1 | 9,4 | 1.523 | 44,1 | 2.192 |
| 4 | 18-08-2022 | do | DENKEND AAN HOLLAND | NPO1 | 9,3 | 1.498 | 29,1 | 2.015 |
| 5 | 16-08-2022 | di | WE ZIJN ER BIJNA | NPO1 | 9,0 | 1.461 | 26,3 | 1.956 |
| 6 | 18-08-2022 | do | BESTE ZANGERS | NPO1 | 7,3 | 1.182 | 21,8 | 2.039 |
| 7 | 16-08-2022 | di | VOETBAL CL PO GLASGOW RANGERS PSV | RTL7 | 6,9 | 1.110 | 22,1 | 2.196 |
| 8 | 15-08-2022 | ma | HALF ACHT NIEUWS | RTL4 | 6,9 | 1.110 | 35,2 | 1.403 |
| 9 | 19-08-2022 | vr | JOURNAAL 18 UUR | NPO1 | 6,4 | 1.039 | 45,9 | 1.299 |
| 10 | 19-08-2022 | vr | B EN B VOL LIEFDE | RTL4 | 6,4 | 1.037 | 19,6 | 1.686 |

ONLINE TV & VIDEO

Tot en met 30 juni publiceerde SKO de Online TV & Video (OTV) cijfers. In deze rapportages werden onder andere het aantal gestarte streams en de gemiddelde afspeelduur van de streams vermeld voor de NPO, RTL Nederland, Talpa en ESPN. De rapportages waren gebaseerd op gestarte streams via computers, tablets, smartphones, Smart TV apps (inclusief streams gecast naar televisieschermen) en overige devices.

In (de aanloop naar) de nieuwe kijkmeting, in het kader van het Nationaal Media Onderzoek, wordt een nieuwe methodiek gebruikt. Dit houdt in dat de OTV-cijfers niet langer afzonderlijk gerapporteerd worden. Online streamcijfers zullen echter samen met het TV kijkgedrag deel uitmaken van het nieuwe reguliere kijkonderzoek, waarvan de cijfers later dit jaar gepubliceerd zullen worden.

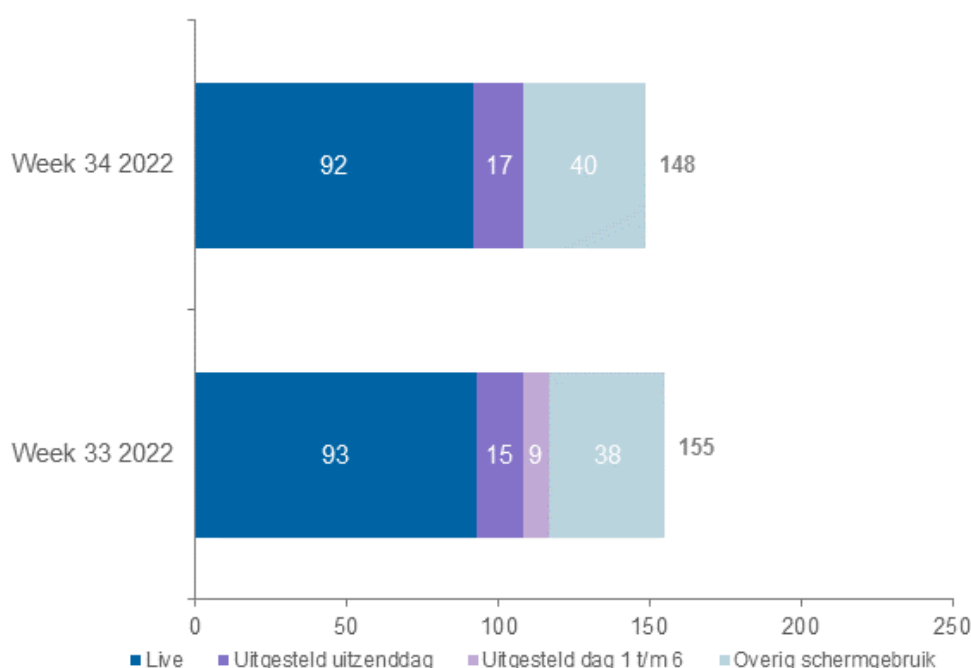
WEEK 34 (22 T/M 28 AUGUSTUS)

KIJKTIJD EN MARKTAANDELEN

Onderstaande kijkcijfers gaan over het kijkgedrag naar televisiezenders tijdens uitzending (live) en uitgesteld kijken op de uitzenddag.

In week 34 bedroeg de totale tijd die voor het televisiescherm werd doorgebracht (TV Schermtijd) gemiddeld 148 minuten per dag. De gemiddelde kijktijd naar televisiezenders over de gehele dag was 108 minuten. Hiervan werd 92 minuten live en 17 minuten uitgesteld op de uitzenddag gekeken. De uitgestelde kijktijd in de overige 6 dagen wordt vermeld in het volgende weekoverzicht.

GRAFIEK 2: KIJKTIJD NAAR KIJKMOMENT, GEHELE DAG (02-26 UUR), 6 JAAR EN OUDER



De publieke omroepen behaalden in week 34 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 34,6%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze week een marktaandeel van 26,2% en de Talpa TV zenders 15,1%. In het avondtijdvak behaalden de publieke omroepen een marktaandeel van 38,2%, de zenders van RTL Nederland 31,8% en de Talpa TV zenders 16,2%.

TABEL 4: KIJKCIJFERS PER ZENDER, GEHELE DAG (02-26 UUR) EN AVOND (18-24 UUR), 6 JAAR EN OUDER

| ZENDER | GEHELE DAG (2-26) | | AVOND (18-24) | |
|--------------------------------|-------------------|--------------|---------------|--------------|
| | KDH | MAD L | KDH | MAD L |
| NPO1 | 1,6 | 21,8 | 4,7 | 23,2 |
| NPO2 | 0,7 | 9,9 | 2,4 | 12,0 |
| NPO3 | 0,2 | 2,9 | 0,6 | 3,1 |
| Publieke Omroep | 2,6 | 34,6 | 7,8 | 38,2 |
| RTL4 | 1,1 | 14,6 | 3,6 | 17,7 |
| RTL5 | 0,2 | 3,0 | 0,8 | 4,1 |
| RTL7 | 0,4 | 4,8 | 1,2 | 6,0 |
| RTL8 | 0,2 | 2,4 | 0,6 | 3,1 |
| RTL Crime | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| RTL Lounge | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| RTL Z | 0,1 | 1,1 | 0,1 | 0,7 |
| RTL Nederland | 2,0 | 26,2 | 6,4 | 31,8 |
| SBS 6 | 0,7 | 9,9 | 2,0 | 10,0 |
| Net5 | 0,2 | 2,4 | 0,5 | 2,6 |
| Veronica | 0,2 | 2,4 | 0,7 | 3,2 |
| SBS9 | 0,0 | 0,4 | 0,1 | 0,4 |
| Talpa TV | 1,1 | 15,1 | 3,3 | 16,2 |
| MTV | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| Comedy Central | 0,1 | 1,0 | 0,1 | 0,7 |
| Nickelodeon | 0,0 | 0,4 | 0,0 | 0,1 |
| Paramount Network | 0,1 | 0,9 | 0,2 | 0,8 |
| Paramount | 0,2 | 2,5 | 0,4 | 1,8 |
| Disney Channel | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| Disney XD | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,0 |
| NGC | 0,1 | 0,8 | 0,1 | 0,5 |
| 24Kitchen | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,2 |
| FOX | 0,1 | 0,8 | 0,1 | 0,6 |
| ESPN | 0,1 | 1,3 | 0,3 | 1,3 |
| ESPN2 | 0,1 | 0,8 | 0,1 | 0,3 |
| ESPN3 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| ESPN4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| The Walt Disney Company | 0,3 | 4,6 | 0,6 | 3,1 |
| Discovery | 0,1 | 1,5 | 0,2 | 1,0 |
| TLC | 0,1 | 1,2 | 0,2 | 0,8 |
| ID | 0,1 | 0,8 | 0,0 | 0,2 |
| Euro sport | 0,1 | 1,8 | 0,0 | 0,2 |
| Discovery Networks | 0,4 | 5,4 | 0,5 | 2,3 |
| Ziggo Sport | 0,1 | 0,8 | 0,1 | 0,7 |
| Ziggo Sport Select | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| History | 0,0 | 0,3 | 0,0 | 0,2 |
| BBC FirstHolland | 0,1 | 1,2 | 0,2 | 0,8 |
| XITE | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| AT5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| ORN TV | 0,1 | 1,2 | 0,2 | 0,9 |
| SKO Light | 0,3 | 3,7 | 0,3 | 1,7 |
| Overig | 0,3 | 4,1 | 0,4 | 2,1 |
| Totaal | 7,5 | 100,0 | 20,3 | 100,0 |

MEEST BEKEKEN PROGRAMMA'S EN BEREIK

De top-10 van meest bekeken programma's (inclusief uitgesteld kijken op de uitzenddag) wordt aangevoerd door Journaal 20 uur op NPO1 van 28 augustus. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 2.139.000 kijkers. Het totaal aantal kijkers dat het programma bereikte was 2,5 miljoen.

TABEL 5: TOP-10 MEEST BEKEKEN PROGRAMMA'S, 6 JAAR EN OUDER, GEHELE DAG (02-26 UUR)

| | DATUM | DAG | PROGRAMMA | ZENDER | KDH | GEM *1000 | M ADL | TOT *1000 |
|----|------------|-----|------------------------------------|--------|------|-----------|-------|-----------|
| 1 | 28-08-2022 | zo | JOURNAAL 20 UUR | NPO1 | 13,2 | 2.139 | 47,4 | 2.457 |
| 2 | 26-08-2022 | vr | SLIMSTE MENS | NPO2 | 12,9 | 2.087 | 40,3 | 2.490 |
| 3 | 28-08-2022 | zo | STUDIO SPORT EREDIVISIE | NPO1 | 9,9 | 1.610 | 43,8 | 2.309 |
| 4 | 24-08-2022 | wo | VOETBAL CL IPO PSV GLASGOW RANGERS | RTL7 | 8,4 | 1.367 | 31,2 | 2.581 |
| 5 | 25-08-2022 | do | DENKEND AAN HOLLAND | NPO1 | 7,6 | 1.225 | 27,9 | 1.819 |
| 6 | 23-08-2022 | di | WE ZIJN ER BIJNA | NPO1 | 7,4 | 1.199 | 27,8 | 1.825 |
| 7 | 27-08-2022 | za | IK VERTREK XL | NPO1 | 7,2 | 1.158 | 26,5 | 1.802 |
| 8 | 23-08-2022 | di | HALF ACHT NIEUWS | RTL4 | 7,0 | 1.132 | 37,0 | 1.369 |
| 9 | 24-08-2022 | wo | JOURNAAL 18 UUR | NPO1 | 6,0 | 964 | 45,2 | 1.150 |
| 10 | 28-08-2022 | zo | AUTOSPORT F1 GP | NPO1 | 5,9 | 954 | 37,6 | 1.588 |

Bij gebruik van deze gegevens dient vermeld te worden:

Bron: Stichting KijkOnderzoek.

Noot voor de redactie

Nadere informatie/ Further information:

Sjoerd Pennekamp

+31 (0)20 6414333

+31 (0)6 23445589

DEFINITIES

Resultaten TV

| | |
|-----------|---|
| KDH | Het percentage van de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder dat gemiddeld naar het programma of de zender heeft gekeken (kijkdichtheid in %) |
| MADL | Marktaandeel; het percentage kijkers naar het programma of de zender, als deel van het totaal aantal tv-kijkers op dat moment |
| GEM *1000 | Gemiddeld aantal kijkers; het gemiddeld aantal personen binnen de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder dat naar het programma of de zender heeft gekeken (kijkdichtheid in absolute aantallen) |
| TOT *1000 | Totaal aantal kijkers; het aantal personen binnen de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder dat minimaal 1 minuut aaneengesloten naar het programma heeft gekeken (bereik in absolute aantallen) |
| UGKA | Het aandeel (%) kijktijd dat uitgesteld gekeken is in de totale kijktijd naar een programma of zender |

Rapportagevormen TV

| | |
|---------------------|---|
| Live/lineair | Kijkgedrag op het moment van uitzending |
| Uitgesteld kijken | Kijkgedrag na het moment van uitzending. SKO meet en rapporteert uitgesteld kijken op de uitzenddag (dag 0) en op de 6 daaropvolgende dagen (dag 1 t/m 6) |
| Uitzenddag (1) | Live kijkgedrag + uitgesteld kijken op de uitzenddag (tot 2 uur 's nachts) |
| TV Zendertotaal (2) | Kijkgedrag op de uitzenddag + uitgesteld kijken op de 6 daaropvolgende dagen |
| TV Schermtotaal (3) | Kijkgedrag op de uitzenddag + uitgesteld kijken op de 6 daaropvolgende dagen + overig schermgebruik. Dit is de totale tijd die voor het televisiescherm wordt doorgebracht. Overig schermgebruik is kijken via een televisietoestel naar content die niet op een televisiezender is uitgezonden. Hieronder valt bijvoorbeeld het gebruik van video on demand diensten |

