



STICHTING KIJKONDERZOEK

ONDERWERP: **PERSBERICHT KIJKCIJFERS TV ZENDERTOTAAL (WEEK 9 2023) EN UITZENDDAG (WEEK 10 2023)**

DATUM: 13-03-2023

VOLGNUMMER: 9

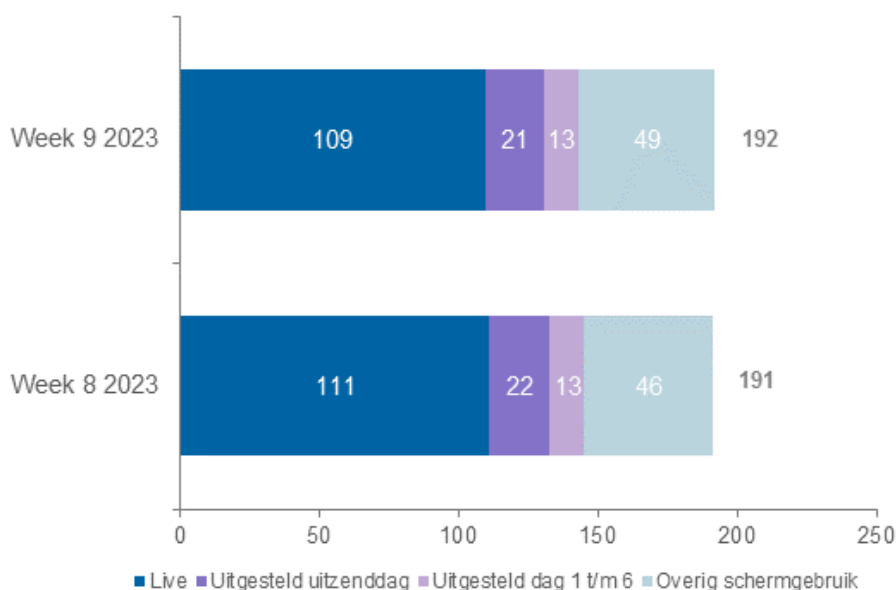
WEEK 9 (27 FEBRUARI T/M 5 MAART)

KIJKTIJD EN MARKTAANDELEN

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

In week 9 bedroeg de totale tijd die voor het televisiescherm werd doorgebracht (TV Schermtijd) gemiddeld 192 minuten per dag. De gemiddelde kijktijd naar televisiezoekers over de gehele dag was 143 minuten. Hiervan werd 109 minuten live en 34 minuten uitgesteld gekeken.

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



De publieke omroepen behaalden in week 9 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 37,4%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze week een marktaandeel van 23,1% en de Talpa Network zenders 16,3%. In het avondtijdvak behaalden de publieke omroepen een marktaandeel van 37,9%, de zenders van RTL Nederland 26,5% en de Talpa Network zenders 18,2%.

TABEL 1: KIJKIJFERS 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 | MADL | KDH | MADL |
| NPO1 | 2,5 | 25,5 | 6,7 | 24,4 |
| NPO2 | 0,8 | 8,0 | 2,5 | 9,2 |
| NPO3 | 0,4 | 3,8 | 1,2 | 4,3 |
| Publieke Omroep | 3,7 | 37,4 | 10,5 | 37,9 |
| RTL4 | 1,4 | 13,9 | 4,4 | 15,9 |
| RTL5 | 0,3 | 3,3 | 1,2 | 4,4 |
| RTL7 | 0,2 | 2,5 | 0,7 | 2,5 |
| RTL8 | 0,2 | 2,3 | 0,8 | 2,9 |
| RTL Crime | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| RTL Lounge | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| RTL Z | 0,1 | 0,7 | 0,1 | 0,5 |
| RTL Nederland | 2,3 | 23,1 | 7,3 | 26,5 |
| SBS 6 | 1,1 | 10,6 | 3,2 | 11,5 |
| Net5 | 0,3 | 3,0 | 0,9 | 3,3 |
| Veronica | 0,2 | 2,1 | 0,8 | 2,8 |
| SBS9 | 0,1 | 0,6 | 0,2 | 0,6 |
| Talpa Network | 1,6 | 16,3 | 5,0 | 18,2 |
| MTV | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| Comedy Central | 0,1 | 0,9 | 0,2 | 0,6 |
| Nickelodeon | 0,0 | 0,3 | 0,0 | 0,1 |
| Paramount Network | 0,1 | 1,2 | 0,3 | 0,9 |
| Paramount | 0,3 | 2,5 | 0,5 | 1,8 |
| Disney Channel | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| Disney XD | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 |
| NGC | 0,1 | 0,7 | 0,1 | 0,4 |
| 24Kitchen | 0,0 | 0,3 | 0,0 | 0,1 |
| FOX | 0,2 | 1,6 | 0,6 | 2,0 |
| ESPN | 0,2 | 2,1 | 0,7 | 2,4 |
| ESPN2 | 0,1 | 0,8 | 0,2 | 0,8 |
| ESPN3 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| ESPN4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| The Walt Disney Company | 0,6 | 6,0 | 1,7 | 6,0 |
| Discovery | 0,1 | 1,4 | 0,3 | 1,0 |
| TLC | 0,1 | 1,1 | 0,2 | 0,8 |
| ID | 0,1 | 0,6 | 0,1 | 0,2 |
| Eurosport | 0,1 | 0,5 | 0,0 | 0,1 |
| Warner Bros. Discovery | 0,4 | 3,6 | 0,6 | 2,1 |
| Ziggo Sport | 0,1 | 0,7 | 0,1 | 0,5 |
| Ziggo Sport Select | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| History | 0,0 | 0,3 | 0,0 | 0,2 |
| BBC First Holland | 0,2 | 2,0 | 0,4 | 1,4 |
| XITE | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 |
| AT5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| ORN TV | 0,1 | 1,0 | 0,2 | 0,7 |
| SKO Light | 0,3 | 2,9 | 0,5 | 1,7 |
| Overig | 0,4 | 4,0 | 0,8 | 2,9 |
| Totaal | 9,9 | 100,0 | 27,6 | 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 Wie is de mol op NPO1 van 4 maart. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 3.007.000 kijkers. Het totaal aantal kijkers dat het programma bereikte was 3,6 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 | 04-03-2023 | za | WIE IS DE MOL | NPO1 | 18,5 | 3.007 | 41,2 | 3.620 |
| 2 | 05-03-2023 | zo | JOURNAAL 20 UUR | NPO1 | 13,9 | 2.269 | 37,3 | 2.618 |
| 3 | 05-03-2023 | zo | STUDIO SPORT EREDIVISIE | NPO1 | 11,9 | 1.932 | 39,0 | 2.868 |
| 4 | 03-03-2023 | vr | FLIKKEN MAASTRICHT | NPO1 | 11,8 | 1.928 | 33,5 | 2.469 |
| 5 | 27-02-2023 | ma | VAN ONSCHATBARE WAARDE | NPO1 | 11,3 | 1.833 | 24,5 | 2.460 |
| 6 | 27-02-2023 | ma | BED EN BREAKFAST | NPO1 | 10,1 | 1.647 | 28,3 | 2.407 |
| 7 | 03-03-2023 | vr | VERRADERS | RTL4 | 9,9 | 1.614 | 25,2 | 2.489 |
| 8 | 05-03-2023 | zo | AUTOSPORT F1 GP | NPO1 | 9,3 | 1.513 | 35,2 | 1.975 |
| 9 | 03-03-2023 | vr | SCHAATSEN WK AFSTANDEN | NPO1 | 8,8 | 1.431 | 22,3 | 3.485 |
| 10 | 05-03-2023 | zo | POSTCODE LOTERIJ MILJOENEN JACHT | SBS 6 | 8,7 | 1.414 | 22,5 | 2.343 |

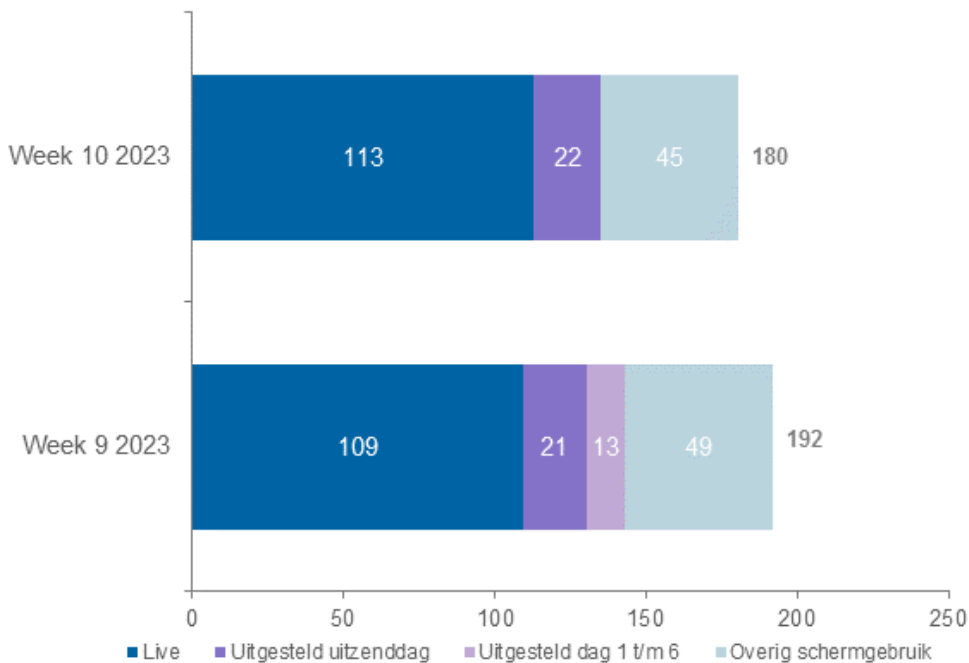
WEEK 10 (6 T/M 12 MAART)

KIJKTIJD EN MARKTAANDELEN

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

In week 10 bedroeg de totale tijd die voor het televisiescherm werd doorgebracht (TV Schermtijd) gemiddeld 180 minuten per dag. De gemiddelde kijktijd naar televisiezoekers over de gehele dag was 135 minuten. Hiervan werd 113 minuten live en 22 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 10 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 34,9%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze week een marktaandeel van 24,4% en de Talpa Network zenders 17,7%. In het avondtijdvak behaalden de publieke omroepen een marktaandeel van 36,7%, de zenders van RTL Nederland 27,8% en de Talpa Network zenders 20,4%.

TABEL 4: KIJKIJFERS 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 | MADL | KDH | MADL |
| NPO1 | 2,3 | 24,0 | 6,2 | 24,2 |
| NPO2 | 0,7 | 7,6 | 2,2 | 8,6 |
| NPO3 | 0,3 | 3,3 | 1,0 | 3,9 |
| Publieke Omroep | 3,3 | 34,9 | 9,4 | 36,7 |
| RTL4 | 1,4 | 14,6 | 4,2 | 16,5 |
| RTL5 | 0,3 | 3,3 | 1,1 | 4,3 |
| RTL7 | 0,3 | 3,4 | 0,9 | 3,6 |
| RTL8 | 0,2 | 2,0 | 0,6 | 2,5 |
| RTL Crime | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| RTL Lounge | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,2 |
| RTL Z | 0,1 | 0,8 | 0,1 | 0,5 |
| RTL Nederland | 2,3 | 24,4 | 7,1 | 27,8 |
| SBS 6 | 1,0 | 11,1 | 3,2 | 12,3 |
| Net5 | 0,3 | 2,7 | 0,7 | 2,8 |
| Veronica | 0,3 | 3,4 | 1,2 | 4,6 |
| SBS9 | 0,1 | 0,5 | 0,2 | 0,6 |
| Talpa Network | 1,7 | 17,7 | 5,2 | 20,4 |
| MTV | 0,0 | 0,3 | 0,0 | 0,2 |
| Comedy Central | 0,1 | 1,1 | 0,2 | 0,6 |
| Nickelodeon | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,1 |
| Paramount Network | 0,1 | 1,2 | 0,3 | 1,1 |
| Paramount | 0,3 | 2,8 | 0,5 | 2,0 |
| Disney Channel | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 |
| Disney XD | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 |
| NGC | 0,1 | 0,8 | 0,1 | 0,5 |
| 24Kitchen | 0,0 | 0,4 | 0,0 | 0,2 |
| FOX | 0,1 | 0,8 | 0,2 | 0,7 |
| ESPN | 0,2 | 2,1 | 0,5 | 1,9 |
| ESPN2 | 0,1 | 0,9 | 0,2 | 0,7 |
| ESPN3 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,2 |
| ESPN4 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 |
| The Walt Disney Company | 0,5 | 5,4 | 1,1 | 4,2 |
| Discovery | 0,1 | 1,5 | 0,3 | 1,1 |
| TLC | 0,1 | 1,3 | 0,2 | 0,7 |
| ID | 0,1 | 0,6 | 0,1 | 0,2 |
| Eurosport | 0,1 | 1,2 | 0,1 | 0,2 |
| Warner Bros. Discovery | 0,4 | 4,5 | 0,6 | 2,3 |
| Ziggo Sport | 0,0 | 0,5 | 0,1 | 0,4 |
| Ziggo Sport Select | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| History | 0,0 | 0,3 | 0,0 | 0,2 |
| BBC First Holland | 0,2 | 1,9 | 0,3 | 1,3 |
| 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 | 0,8 |
| SKO Light | 0,3 | 2,7 | 0,4 | 1,5 |
| Overig | 0,3 | 3,4 | 0,6 | 2,4 |
| Totaal | 9,4 | 100,0 | 25,6 | 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 de finale van Wie is de mol op NPO1 van 11 maart. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 3.081.000 kijkers. Het totaal aantal kijkers dat het programma bereikte was 4,1 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 | MADL | TOT *1000 |
|----|------------|-----|----------------------------------|--------|------|-----------|------|-----------|
| 1 | 11-03-2023 | za | WIE IS DE MOL | NPO1 | 18,9 | 3.081 | 48,3 | 4.143 |
| 2 | 11-03-2023 | za | JOURNAAL 20 UUR | NPO1 | 13,8 | 2.254 | 41,3 | 2.805 |
| 3 | 12-03-2023 | zo | STUDIO SPORT EREDIVISIE | NPO1 | 11,6 | 1.895 | 41,2 | 2.731 |
| 4 | 06-03-2023 | ma | VAN ONSCHATBARE WAARDE | NPO1 | 9,5 | 1.556 | 25,3 | 2.256 |
| 5 | 10-03-2023 | vr | FLIKKEN MAASTRICHT | NPO1 | 9,3 | 1.520 | 26,6 | 2.180 |
| 6 | 12-03-2023 | zo | POSTCODE LOTERIJ MILJOENEN JACHT | SBS 6 | 8,7 | 1.422 | 24,2 | 2.352 |
| 7 | 06-03-2023 | ma | HALF ACHT NIEUWS | RTL4 | 8,2 | 1.328 | 29,6 | 1.600 |
| 8 | 06-03-2023 | ma | JOURNAAL 18 UUR | NPO1 | 8,1 | 1.314 | 39,9 | 1.558 |
| 9 | 10-03-2023 | vr | 2 VOOR 12 | NPO2 | 8,0 | 1.309 | 22,5 | 1.572 |
| 10 | 10-03-2023 | vr | BIJ VAN DUIN OP DE ACHTERBANK | NPO1 | 7,1 | 1.153 | 24,0 | 1.764 |

Bij gebruik van deze gegevens dient vermeld te worden:

Bron: Stichting KijkOnderzoek.

Noot voor de redactie

Nadere informatie/ Further information:

Patricia Sonius

+31 (0)20 6414333

+31 (0)6 81464895

patricia.sonius@nationaalmediaonderzoek.nl

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 |

