

**ONDERWERP:** PERSBERICHT KIJKCIJFERS TV ZENDERTOTAAL (WEEK 13 2024)

**DATUM:** 08-04-2024

**VOLGNUMMER:** 13

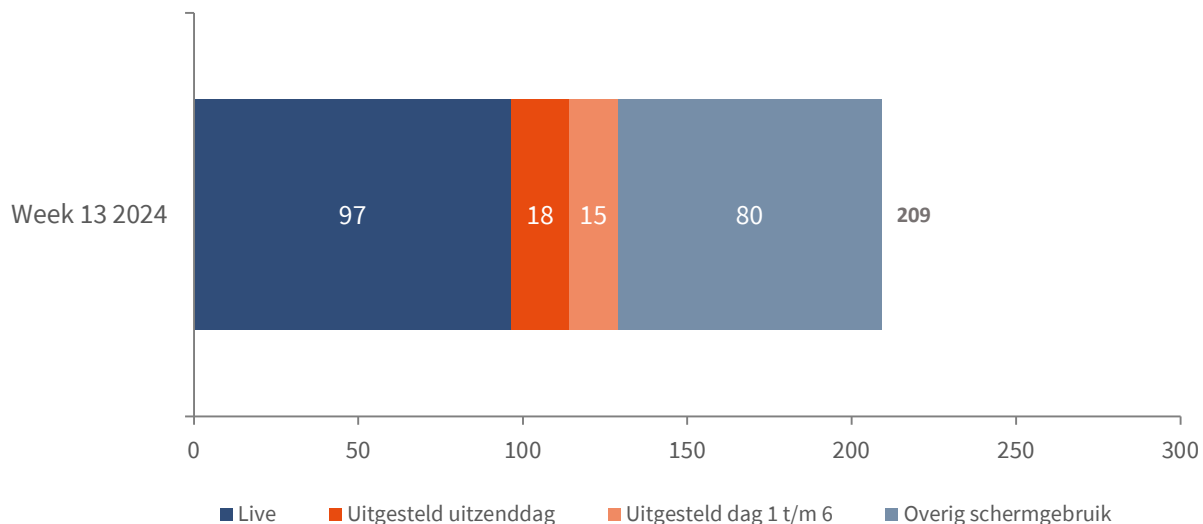
## **WEEK 13 (25 T/M 31 MAART)**

### **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 13 bedroeg de totale tijd die voor het televisiescherm werd doorgebracht (TV Schermtijd) gemiddeld 209 minuten per dag. De gemiddelde kijktijd naar televisiezenders over de gehele dag was 129 minuten. Hiervan werd 97 minuten live en 32 minuten uitgesteld gekeken.

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



De NPO behaalde in week 13 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 33,5%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze week een marktaandeel van 25,6% en de Talpa Network zenders 18,2%. In het avondtijdvak behaalde de NPO een marktaandeel van 36,5%, de zenders van RTL Nederland 29,9% en de Talpa Network zenders 20,4%.

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

ZENDER	GEHELE DAG (2-26)		AVOND (18-24)	
	KDH	MADL	KDH	MADL
NPO1	2,1	23,6	6,1	25,5
NPO2	0,6	6,3	1,6	6,9
NPO3	0,3	3,6	1,0	4,1
<b>NPO</b>	<b>3,0</b>	<b>33,5</b>	<b>8,8</b>	<b>36,5</b>
RTL4	1,5	16,7	4,7	19,7
RTL5	0,3	3,7	1,2	4,9
RTL7	0,2	2,2	0,5	2,1
RTL8	0,1	1,6	0,5	2,0
RTL Crime	0,0	0,3	0,1	0,2
RTL Lounge	0,0	0,2	0,0	0,1
RTL Z	0,1	1,0	0,2	0,7
<b>RTL Nederland</b>	<b>2,3</b>	<b>25,6</b>	<b>7,2</b>	<b>29,9</b>
SBS 6	1,2	13,1	3,5	14,7
Net5	0,2	2,4	0,6	2,4
Veronica	0,2	2,0	0,7	2,7
SBS9	0,1	0,6	0,2	0,6
<b>Talpa Network</b>	<b>1,6</b>	<b>18,2</b>	<b>4,9</b>	<b>20,4</b>
MTV	0,0	0,3	0,0	0,2
Comedy Central	0,1	1,0	0,1	0,6
Nickelodeon	0,0	0,1	0,0	0,1
Paramount Network	0,1	1,3	0,2	1,0
<b>Paramount</b>	<b>0,2</b>	<b>2,8</b>	<b>0,4</b>	<b>1,9</b>
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	0,4
24Kitchen	0,0	0,3	0,0	0,1
STAR Channel	0,1	0,8	0,2	0,7
ESPN	0,1	0,9	0,2	0,7
ESPN2	0,1	0,7	0,1	0,3
ESPN3	0,1	0,6	0,1	0,2
ESPN4	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>The Walt Disney Company</b>	<b>0,4</b>	<b>4,3</b>	<b>0,6</b>	<b>2,5</b>
Discovery	0,1	1,6	0,2	1,0
TLC	0,1	1,1	0,2	0,8
ID	0,0	0,6	0,1	0,2
Eurosport	0,1	0,6	0,0	0,2
HGTV	0,0	0,5	0,0	0,2
<b>Warner Bros. Discovery</b>	<b>0,4</b>	<b>4,3</b>	<b>0,6</b>	<b>2,3</b>
Ziggo Sport	0,0	0,3	0,1	0,3
Ziggo Sport Select	0,0	0,2	0,0	0,2
History	0,0	0,4	0,1	0,3
BBC First Holland	0,2	2,4	0,4	1,6
XITE	0,0	0,1	0,0	0,0
AT5	0,0	0,0	0,0	0,0
ORN TV	0,1	0,7	0,1	0,4
SKO Light	0,3	3,2	0,4	1,5
Overig	0,4	4,7	0,6	2,6
<b>Totaal</b>	<b>8,9</b>	<b>100,0</b>	<b>24,0</b>	<b>100,0</b>

## 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 Passion op NPO 1 van 28 maart. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 2.484.000 kijkers. Het totaal aantal kijkers dat het programma bereikte was 4,1 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	28-03-2024	do	Passion	NPO 1	15,1	2.484	40,3	4.111
2	26-03-2024	di	Voetbal vr deu nld	NPO 1	12,4	2.051	37,4	3.913
3	29-03-2024	vr	Huis vol emigreert	NPO 1	10,4	1.722	31,4	2.163
4	30-03-2024	za	Mindfck	NPO 1	10,4	1.719	28,6	2.175
5	29-03-2024	vr	Flikken maastricht	NPO 1	10,0	1.652	27,7	2.146
6	28-03-2024	do	Journaal 20 uur	NPO 1	10,0	1.649	34,3	2.279
7	30-03-2024	za	Make up your mind	RTL 4	9,4	1.550	26,2	2.207
8	25-03-2024	ma	Kopen zonder kijken	RTL 4	9,3	1.528	24,2	2.363
9	28-03-2024	do	Avondshow met arjen lubach	NPO 1	8,8	1.457	33,7	2.147
10	31-03-2024	zo	Postcode loterij miljoenen jacht	SBS 6	8,7	1.427	30,6	2.347

**Bij gebruik van deze gegevens dient vermeld te worden:  
Bron: Nationaal Media Onderzoek (NMO).**

*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

<b>KDH</b>	Het percentage van de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder dat gemiddeld naar het programma of de zender heeft gekeken (kijkdichtheid in %)
<b>MADL</b>	Marktaandeel; het percentage kijkers naar het programma of de zender, als deel van het totaal aantal tv-kijkers op dat moment
<b>GEM *1000</b>	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)
<b>TOT *1000</b>	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)
<b>UGKA</b>	Het aandeel (%) kijktijd dat uitgesteld gekeken is in de totale kijktijd naar een programma of zender

### Rapportagevormen TV

<b>Live/lineair</b>	Kijkgedrag op het moment van uitzending
<b>Uitgesteld kijken</b>	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)
<b>Uitzenddag (1)</b>	Live kijkgedrag + uitgesteld kijken op de uitzenddag (tot 2 uur 's nachts)
<b>TV Zendertotaal (2)</b>	Kijkgedrag op de uitzenddag + uitgesteld kijken op de 6 daaropvolgende dagen
<b>TV Schermtotaal (3)</b>	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
<b>Overig Schermgebruik</b>	Het kijken via randapparaten op het grote scherm, zoals kijken via een setup box, DVD kijken, apps, radio luisteren, uitgesteld kijken na 7 dagen, exclusief de game consoles.

