

**ONDERWERP:** PERSBERICHT KIJKCIJFERS TV ZENDERTOTAAL (WEEK 9 2024)

**DATUM:** 11-03-2024

**VOLGNUMMER:** 9

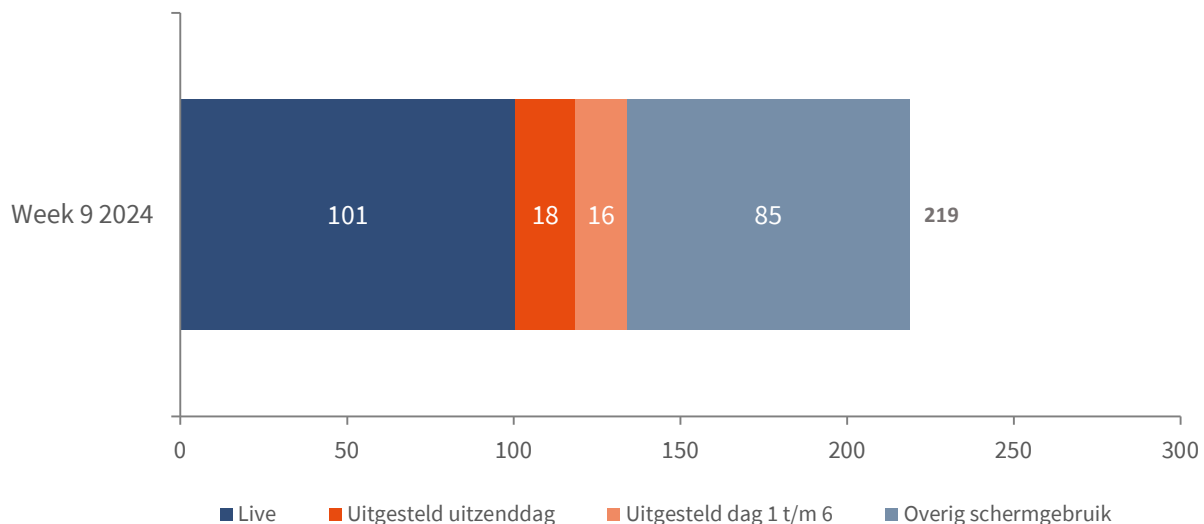
## **WEEK 9 (26 FEBRUARI T/M 3 MAART)**

### **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 9 bedroeg de totale tijd die voor het televisiescherm werd doorgebracht (TV Schermtijd) gemiddeld 219 minuten per dag. De gemiddelde kijktijd naar televisiezenders over de gehele dag was 134 minuten. Hiervan werd 101 minuten live en 34 minuten uitgesteld gekeken.

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



De NPO behaalde in week 9 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 34,5%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze week een marktaandeel van 23,9% en de Talpa Network zenders 16,9%. In het avondtijdvak behaalde de NPO een marktaandeel van 38,4%, de zenders van RTL Nederland 27,8% en de Talpa Network zenders 18,6%.

TABEL 1: KIKKIJFERS 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	22,6	6,1	24,3
NPO2	0,6	6,8	1,9	7,7
NPO3	0,5	5,2	1,6	6,4
<b>NPO</b>	<b>3,2</b>	<b>34,5</b>	<b>9,6</b>	<b>38,4</b>
RTL4	1,4	15,1	4,4	17,7
RTL5	0,3	3,2	1,1	4,3
RTL7	0,2	2,7	0,7	2,8
RTL8	0,1	1,5	0,5	1,9
RTL Crime	0,0	0,4	0,1	0,3
RTL Lounge	0,0	0,2	0,0	0,1
RTL Z	0,1	0,9	0,2	0,6
<b>RTL Nederland</b>	<b>2,2</b>	<b>23,9</b>	<b>7,0</b>	<b>27,8</b>
SBS 6	1,1	11,8	3,2	12,7
Net5	0,2	2,4	0,6	2,4
Veronica	0,2	2,1	0,7	2,9
SBS9	0,1	0,6	0,2	0,6
<b>Talpa Network</b>	<b>1,6</b>	<b>16,9</b>	<b>4,7</b>	<b>18,6</b>
MTV	0,0	0,3	0,0	0,2
Comedy Central	0,1	0,9	0,1	0,5
Nickelodeon	0,0	0,2	0,0	0,1
Paramount Network	0,1	1,3	0,2	0,9
<b>Paramount</b>	<b>0,3</b>	<b>2,7</b>	<b>0,4</b>	<b>1,8</b>
Disney Channel	0,0	0,1	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
STAR Channel	0,2	1,6	0,5	1,8
ESPN	0,2	1,8	0,5	2,1
ESPN2	0,1	0,7	0,1	0,2
ESPN3	0,1	0,6	0,1	0,2
ESPN4	0,0	0,1	0,0	0,1
<b>The Walt Disney Company</b>	<b>0,6</b>	<b>6,0</b>	<b>1,3</b>	<b>5,0</b>
Discovery	0,2	1,9	0,3	1,1
TLC	0,1	1,0	0,2	0,8
ID	0,1	0,6	0,1	0,2
Eurosport	0,1	0,7	0,0	0,1
HGTV	0,1	0,7	0,1	0,3
<b>Warner Bros. Discovery</b>	<b>0,4</b>	<b>4,8</b>	<b>0,6</b>	<b>2,5</b>
Ziggo Sport	0,0	0,5	0,1	0,4
Ziggo Sport Select	0,0	0,3	0,1	0,2
History	0,0	0,4	0,1	0,3
BBC First Holland	0,2	2,0	0,3	1,2
XITE	0,0	0,1	0,0	0,0
AT5	0,0	0,0	0,0	0,0
ORN TV	0,1	0,8	0,1	0,4
SKO Light	0,3	2,9	0,3	1,3
Overig	0,4	4,8	0,6	2,4
<b>Totaal</b>	<b>9,3</b>	<b>100,0</b>	<b>25,1</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 Wie is de mol op NPO 1 van 2 maart. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 2.983.000 kijkers. Het totaal aantal kijkers dat het programma bereikte was 3,4 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	02-03-2024	za	Wie is de mol	NPO 1	18,1	2.983	43,5	3.442
2	03-03-2024	zo	Heel holland bakt	NPO 1	15,9	2.627	39,4	3.221
3	03-03-2024	zo	Journaal 20 uur	NPO 1	10,6	1.754	34,2	2.126
4	01-03-2024	vr	Flikken maastricht	NPO 1	10,4	1.723	28,1	2.169
5	27-02-2024	di	Over mijn lijk	NPO 1	10,4	1.710	30,0	2.271
6	01-03-2024	vr	Huis vol emigreert	NPO 1	10,0	1.645	30,1	2.140
7	03-03-2024	zo	Studio sport eredivisie	NPO 1	9,8	1.611	36,1	2.323
8	27-02-2024	di	Ik vertrek	NPO 1	9,2	1.526	25,8	2.060
9	28-02-2024	wo	Verhaal van nederland	NPO 1	8,5	1.405	24,5	1.928
10	26-02-2024	ma	Chateau meiland vips	SBS 6	8,1	1.335	20,5	1.862

**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.

