

**ONDERWERP:** PERSBERICHT KIJKCIJFERS TV ZENDERTOTAAL (WEEK 1 2025)

**DATUM:** 13-01-2025

**VOLGNUMMER:** 1

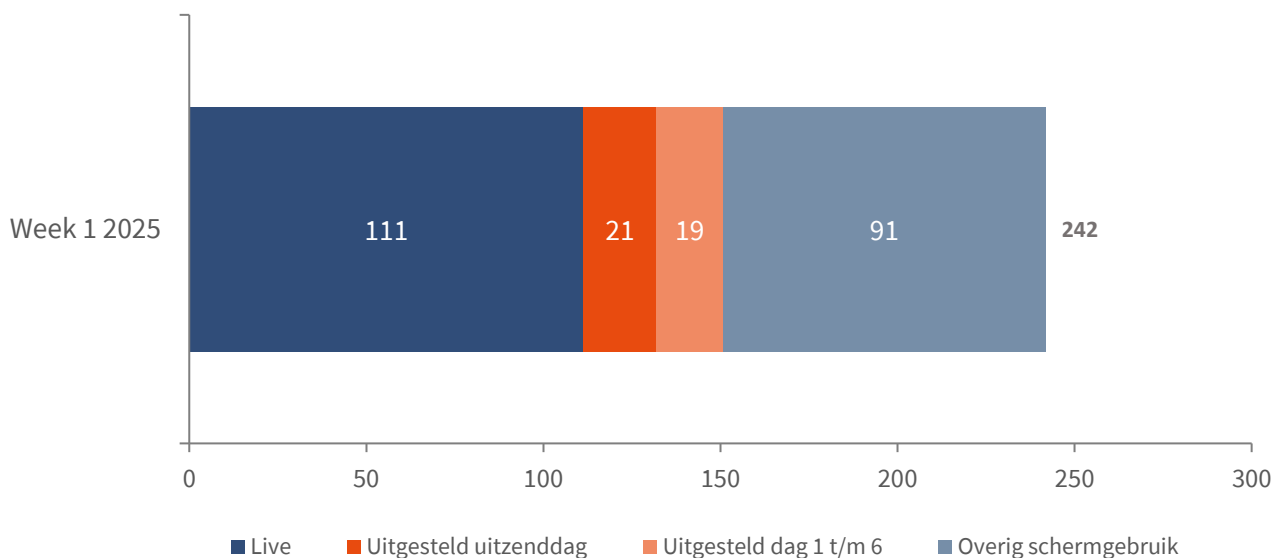
## WEEK 1 (30 DECEMBER T/M 5 JANUARI)

### 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 1 bedroeg de totale tijd die voor het televisiescherm werd doorgebracht (TV Schermtijd) gemiddeld 242 minuten per dag. De gemiddelde kijktijd naar televisiezenders over de gehele dag was 151 minuten. Hiervan werd 111 minuten live en 39 minuten uitgesteld gekeken.

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



De NPO behaalde in week 1 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 32,5%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze week een marktaandeel van 27,5% en de Talpa Network zenders 15,0%. In het avondtijdvak behaalde de NPO een marktaandeel van 35,5%, de zenders van RTL Nederland 33,5% en de Talpa Network zenders 16,3%.

**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	2,3	21,6	6,4	24,2
NPO2	0,7	6,2	1,8	6,8
NPO3	0,5	4,7	1,2	4,5
<b>NPO</b>	<b>3,4</b>	<b>32,5</b>	<b>9,4</b>	<b>35,5</b>
RTL4	1,9	17,9	6,0	22,8
RTL5	0,4	3,5	1,2	4,5
RTL7	0,3	2,9	0,8	2,9
RTL8	0,2	1,5	0,6	2,1
RTL Crime	0,1	0,5	0,1	0,4
RTL Lounge	0,0	0,2	0,0	0,1
RTL Z	0,1	1,1	0,2	0,7
<b>RTL Nederland</b>	<b>2,9</b>	<b>27,5</b>	<b>8,9</b>	<b>33,5</b>
SBS 6	1,2	11,1	3,1	11,6
Net5	0,2	1,7	0,5	1,7
Veronica	0,2	1,6	0,6	2,2
Viaplay TV	0,1	0,7	0,2	0,7
<b>Talpa Network</b>	<b>1,6</b>	<b>15,0</b>	<b>4,3</b>	<b>16,3</b>
MTV	0,0	0,2	0,0	0,1
Comedy Central	0,1	0,8	0,1	0,5
Nickelodeon	0,0	0,3	0,1	0,2
Paramount Network	0,1	1,0	0,2	0,7
<b>Paramount</b>	<b>0,2</b>	<b>2,2</b>	<b>0,4</b>	<b>1,5</b>
Disney Channel	0,0	0,1	0,0	0,0
Disney XD	0,0	0,2	0,0	0,0
NGC	0,1	1,0	0,1	0,5
24Kitchen	0,0	0,3	0,0	0,1
STAR Channel	0,1	0,9	0,2	0,8
ESPN	0,0	0,3	0,0	0,1
ESPN2	0,0	0,0	0,0	0,0
ESPN3	0,0	0,0	0,0	0,0
ESPN4	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>The Walt Disney Company</b>	<b>0,3</b>	<b>2,9</b>	<b>0,4</b>	<b>1,6</b>
Discovery	0,2	1,6	0,2	0,9
TLC	0,1	0,8	0,1	0,5
ID	0,1	0,5	0,1	0,2
Eurosport	0,1	0,6	0,0	0,2
HGTV	0,0	0,4	0,0	0,1
<b>Warner Bros. Discovery</b>	<b>0,4</b>	<b>3,9</b>	<b>0,5</b>	<b>1,9</b>
Ziggo Sport	0,0	0,2	0,1	0,2
Ziggo Sport 2	0,0	0,0	0,0	0,0
Ziggo Sport 3	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Ziggo Sport</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>
History	0,1	0,5	0,1	0,2
BBC First Holland	0,2	2,0	0,3	1,2
XITE	0,0	0,1	0,0	0,1
AT5	0,0	0,0	0,0	0,0
RPO TV	0,1	0,9	0,1	0,5
SKO Light	0,9	8,4	1,3	5,0
Overig	0,5	4,9	0,7	2,8
<b>Totaal</b>	<b>10,5</b>	<b>100,0</b>	<b>26,5</b>	<b>100,0</b>

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 4 januari. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 3.476.000 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	04-01-2025	za	Wie is de mol	NPO 1	20,9	3.476	41,0	4.095
2	04-01-2025	za	Masked singer	RTL 4	18,3	3.046	39,9	4.056
3	31-12-2024	di	Nu even niet	NPO 1	15,6	2.592	35,1	3.798
4	31-12-2024	di	Nationaal aftelmoment	NPO 1	14,8	2.452	35,4	3.923
5	30-12-2024	ma	Slimste mens	NPO 1	12,4	2.065	38,0	2.562
6	05-01-2025	zo	Journal 20 uur	NPO 1	10,9	1.805	34,7	2.169
7	04-01-2025	za	Ranking the stars	RTL 4	9,6	1.602	31,9	2.466
8	31-12-2024	di	Make up your mind	RTL 4	9,5	1.587	22,3	2.438
9	05-01-2025	zo	Tussen kunst en kitsch	NPO 1	9,0	1.502	28,6	2.043
10	01-01-2025	wo	Kerst met de bauers	NPO 1	8,5	1.416	26,4	1.825

**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](mailto: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 Scherm totaal (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.

