



WEB-TV: ONLINE TV CONTENT

Deze brochure heeft als doel inzicht te geven in het SKO WEB-TV project anno 2011 aan de hand van de belangrijkste resultaten. Vanaf september 2008 rapporteert SKO dagelijks over opgevraagde streams van televisie-programma's. Sinds 2009 bestaat er een samenwerking tussen SKO en STIR om inzicht te krijgen in het bereik en doelgroeprofielen van WEB-TV.

Inleiding

Vanwege het groeiend gebruik van online TV-content vindt Stichting KijkOnderzoek (SKO) het belangrijk inzicht te geven in de ontwikkelingen binnen deze markt. Hiervoor maakt SKO gebruik van een online video-tracking tool, met als doelstelling het TV kijken via internet te meten. SKO WEB-TV rapporteert het aantal streamstarts tot en met zes dagen na de uitzenddag. Dit is in lijn met de huidige methodiek die SKO hanteert voor het meten en rapporteren van uitgesteld kijken naar televisie. De cijfers van SKO WEB-TV worden gepresenteerd naast de gangbare kijkcijfers van SKO op de website.

SKO WEB-TV CIJFERS MAKEN GEEN DEEL UIT VAN HET KIJKTOTAAL

FIGUUR 1



WEB-TV cijfers maken geen deel uit van het KijkTotaal, zij geven alleen een vollediger beeld van de populariteit van programma's en het kijkgedrag van het Nederlandse publiek. Het KijkTotaal en het aantal opgevraagde streams mogen daarom nooit bij elkaar worden opgeteld. De werkdefinities van bijvoorbeeld 'Bereik' zijn bij de reguliere en WEB-TV kijkcijfers namelijk verschillend.

Naast SKO meet ook Stichting Internet Reclame (JIC STIR) het surfgedrag van de Nederlanders. JIC STIR bewerkstelligt internet bereikonderzoek ten behoeve van de advertentiemarkt, de zenders en hun 'programma gemist'-websites.

Sinds het eerste kwartaal van 2009 bestaat er een samenwerking tussen SKO en JIC STIR om inzicht te krijgen in het bereik van WEB-TV in verschillende doelgroepen. De gegevens over het aantal streamstarts van SKO en de data uit de online webmeter van JIC STIR geven inzicht in de ontwikkeling van het televisiekijkgedrag op internet. In deze brochure worden de resultaten van SKO WEB-TV en de unieke samenwerking met STIR gepresenteerd.

SKO WEB-TV

SKO WEB-TV project is gestart in 2008 om kijkgedrag naar online TV content in kaart te brengen. Hieronder wordt het project kort beschreven.

Hoe werkt de SKO WEB-TV meting?

Er bestaan verschillende typen streams. Op dit moment wordt er alleen gerapporteerd over complete uitzendingen die eerder op televisie te zien waren en die op websites zoals www.uitzendinggemist.nl, www.rtl.nl/xl of via programma gemist van SBS6, NET5 en Veronica te bekijken zijn. In eerste instantie betrof het alleen streams van de Nederlandse Publieke Omroep en van de RTL zenders. Sinds 1 februari 2010 worden ook de streams van de SBS Groep gerapporteerd. Het aantal gestarte streams wordt met Stream Sense™ gemeten. Nedstat ComScore verzamelt voor SKO informatie over het gedrag tijdens het afspelen van een stream. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een pixelmethode, waarbij aanbieders een code toevoegen in hun webpagina's. Telkens als deze door een bezoeker wordt geopend haalt de Nedstat server een pixel op. Programma-informatie, zoals 'programmanaam', 'program identifier' en dergelijke, worden door de zenders meegeleverd in de labels van de streams van de verschillende programma-uitzendingen. Met deze uitzendgegevens, die in het reguliere onderzoek worden geregistreerd door The Nielsen Company, combineert Intomart GfK vervolgens het aantal opgevraagde streams

met de reguliere kijkcijfers van de programma's in een rapportage aan SKO. Deze rapportage is dagelijks voor iedereen beschikbaar op de website van SKO. SKO en partners hebben beschikking tot een WEB-TV Analyse Tool, waarin de gewenste data kunnen worden opgevraagd.

SKO WEB-TV in 2009 - 2010

In tabel 1 wordt een overzicht gepresenteerd van het aantal uitzendingen, programma's en aantal streams opgevraagd in februari 2009 en 2010. WEB-TV titels betreffen gehele uitzendingen van programma's die eerder op televisie zijn uitgezonden. Opvallend is dat voor de zenders NPO en RTL in 2009 meer verschillende uitzendingen beschikbaar zijn dan in 2010. Het aantal programmatitels dat één keer online gestart is en het aantal keer dat de uitzendingen van deze programma's zijn opgevraagd ligt in 2010 echter wel aanzienlijk hoger (tabel 1).

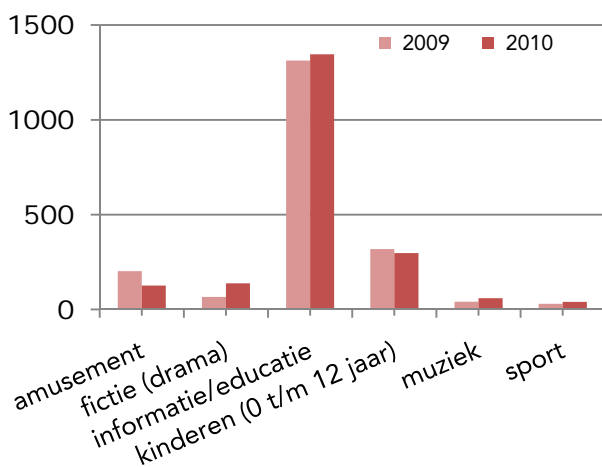
Resultaten aantal uitzendingen, programma's en streams WEB-TV in februari 2009 en 2010

TABEL 1

Jaar	Zender groep	Aantal uitzendingen	Aantal programma's	Aantal opgestarte streams
Feb 2009	NPO + RTL	1974	320	9.518.510
Feb 2010	NPO + RTL	1768	367	11.968.344
Feb 2010	NPO + RTL + SBS	2006	406	12.847.126

AANTAL UITZENDINGEN NPO, RTL EN SBS IN FEBRUARI 2009 EN 2010

GRAFIEK 1



Definities

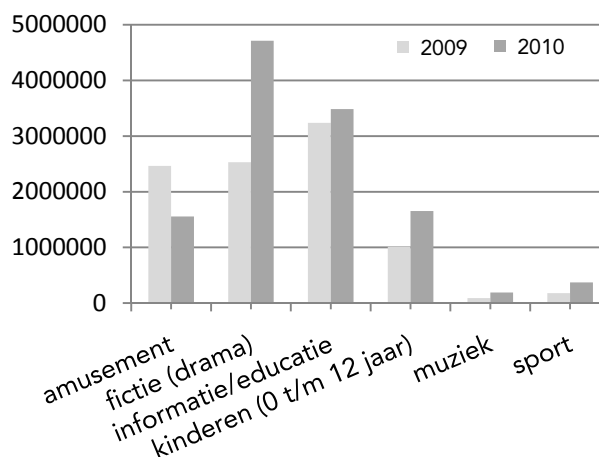
Programma: Een televisieprogramma, bijvoorbeeld *Goede Tijden Slechte Tijden*

Uitzending: Een specifieke aflevering van een televisieprogramma, bijvoorbeeld *Goede Tijden Slechte Tijden aflevering 4002*

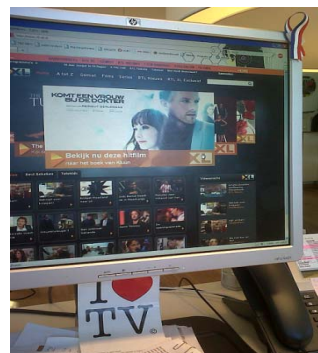
Als we kijken naar het aantal gestarte streams in februari 2009 en 2010 kan geconstateerd worden dat er meer streams werden opgevraagd in 2010. Ook waren er meer titels beschikbaar in 2010 dan in het voorgaande jaar (grafiek 1 en 2). Uitzondering hierop vormt het genre amusement. In februari 2009 was het aantal gestarte streams van amusement hoger dan in 2010. Het aandeel fictie is in 2010 sterk gestegen in vergelijking met 2009. Het aantal opgevraagde streams in dit genre is in 2010 met 49,8% gestegen naar 5.043.929 opgevraagde streams. Populaire programma's in dit genre die wel in 2010 maar niet in 2009 beschikbaar waren, en daarmee deels een verklaring kunnen geven voor het verschil, zijn: *As the World Turns* (RTL 8), *Style by Jury* (RTL 8), *Flikken Maastricht* (NL 1), *71 Graden Noord* (NL 3), *Gehaktdag* (NL 3), *Ranking the Stars* (NL 3) en *Loverboys* (NL 3). De verklaring voor de stijging in het gebruik van fictie is vooral te vinden in populaire programma's van NPO en RTL.

AANTAL STREAMS NPO, RTL EN SBS IN FEBRUARI 2009 EN 2010

GRAFIEK 2



Zowel in februari 2009 als in februari 2010 bestaat de top 5 meest opgevraagde streams voor het grootste deel uit amusement. Dit wordt gevolgd door fictie (tabel 2 en 3). Daarnaast bestaat er een grote overlap tussen de topprogramma's in de verschillende jaren. *Goede Tijden Slechte Tijden* (RTL4), *X Factor* (RTL4) en *Wie is de Mol?* (NL1) behoren zowel in 2009 als in 2010 tot de top 5 van meest aangevraagde streams.



TOPLIJST WEB-TV NPO EN RTL FEBRUARI 2009

TABEL 2

	Datum	Dag	Programma	Zender	KDH	NStreams
1	24-02-2009	Di	Goede Tijden Slechte Tijden	RTL4	8,6	141.368
2	08-02-2009	Zo	Bananasplit	NL1	21,4	137.089
3	13-02-2009	Vrij	X Factor	RTL4	10,5	131.786
4	26-02-2009	Do	Wie is de Mol?	NL1	8,2	124.326
5	27-02-2009	Vrij	Dik voor mekaar show	NL1	17	89.587

TOPLIJST WEB-TV NPO EN RTL FEBRUARI 2010

TABEL 3

	Datum	Dag	Programma	Zender	KDH	NStreams
1	26-02-2010	Vrij	Goede Tijden Slechte Tijden	RTL4	8	191.869
2	04-02-2010	Do	Wie is de Mol?	NL1	11,2	156.502
3	26-02-2010	Vrij	X Factor	RTL4	9,7	127.933
4	05-02-2010	Vrij	Flikken Maastricht	NL1	10,1	104.715
5	05-02-2010	vrij	Ranking the Stars	NL3	4,5	71.272

We kunnen stellen dat er eigenlijk twee vormen bestaan van uitgesteld kijken:

- Via het Web op een computerscherm.
- Via de TV, bijvoorbeeld door middel van een harddisk recorder of een settop-box.

Uitgesteld kijken in 2009- 2010

Het is interessant om deze twee vormen van uitgesteld kijken te vergelijken. Tabel 4 laat zien hoe de Top 5 uitgesteld kijken op televisie voor de WEB-TV titels er uit ziet. Dit zijn de titels die ook online beschikbaar zijn. *Goede Tijden Slechte Tijden* (RTL4) is bij WEB-TV het meest opgevraagde programma, Bij het uitgestelde televisiekijken komt op de zesde plaats. Via televisie wordt er ook veel uitgesteld naar *Spoorloos* (NL1) gekeken, het programma staat op de 4^{de} plek. Bij de toplist van uitgesteld kijken via WEB-TV komt dit programma pas op de 25^e plek naar voren. Het verschil in de positie van dit programma is waarschijnlijk toe te schrijven aan de doelgroepen en hun afwijkende kijkgedrag.

TOPLIJST UITGESTELD KIJKEN VIA TELEVISIE OP TV NAAR UITZENDINGEN VAN NPO, RTL EN SBS DIE ONLINE OPGESTART ZIJN IN FEBRUARI 2010

TABEL 4

	Datum	Dag	Programma	Zender	KDH	Kijkers * 1000	UGKA
1	04-02-2010	Do	Wie is de Mol?	NL1	1,5	229	13,5
2	05-02-2010	Vrij	Flikken Maastricht	NL1	1,1	165	10,8
3	05-02-2010	Vrij	X Factor	RTL4	0,8	18	7,7
4	01-02-2010	Ma	Spoorloos	NL1	0,7	110	4,6
5	15-02-2010	ma	71 Graden noord	NL3	0,6	98	13,2

hetzelfde patroon. Dit heeft te maken met het feit dat deze serie dagelijks op televisie uitgezonden wordt.

TOPLIJST UITGESTELD KIJKEN VIA TELEVISIE NAAR ALLE TV UITZENDINGEN VAN NPO, RTL EN SBS FEBRUARI 2010
TABEL 5

	Datum	Dag	Programma	Zender	KDH	Kijkers * 1000	UGKA
1	04-02-2010	Vrij	Wie is de Mol?	NL1	1,5	229	13,5
2	05-02-2010	Ma	Flikken Maastricht	NL1	1,1	165	10,8
3	05-02-2010	Do	X Factor	RTL4	1	149	9,1
4	18-02-2010	Do	Mentalist	SBS6	0,8	126	14,4
5	15-02-2010	vrij	Goede Tijden Slechte Tijden	RTL4	0,7	112	8,5

Wanneer we de lijst van meest opgestarte streams in februari 2010 (tabel 3), de lijst van uitgesteld gekeken programma's van uitzendingen die ook gestart zijn op internet (tabel 4) en de lijst van uitgesteld gekeken programma's van alle televisie-uitzendingen (tabel 5) naast elkaar leggen zien we echter weinig verschillen. Vier van de vijf programma's komen overeen, namelijk: *Wie is de Mol?* (NL1), *Flikken Maastricht* (NL1), *XFactor* (RTL4) en *Goede Tijden Slechte Tijden* (RTL4). Het vijfde programma dat via de televisie uitgesteld wordt gekeken is een programma dat niet online te zien is, namelijk *Mentalist* (SBS6). De conclusie die we hieruit kunnen trekken is dat het uitgesteld kijken via de verschillende mogelijkheden weinig van elkaar verschilt.

Long tail

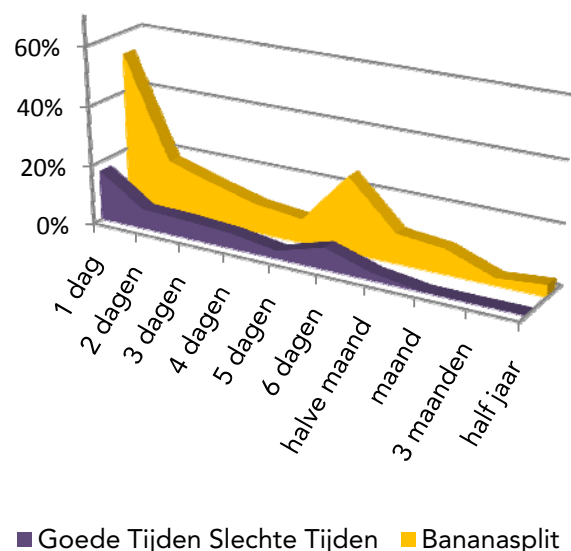
De *long tail* is een begrip dat wordt gebruikt om aan te geven hoeveel aanvragen er nog worden gedaan na de gangbare 7 dagen die SKO WEB-TV hanteert. Een programmastream blijft namelijk langer dan 7 dagen online staan, en kan nog maanden na de uitzenddag worden bekeken. Om dit vorm van uitgesteld kijken aan te duiden spreekt men van een longtail. De meest opgevraagde streams van WEB-TV in februari 2009 waren *Goede Tijden Slechte Tijden* (RTL4), een dagelijkse serie en *Bananasplit* (NL1), een wekelijks programma (tabel 2). Aan de hand van deze topprogramma's wordt het verschil in aantal opgestarte streams in een longtail getoond. Het gaat om een periode van een jaar, beginnend in februari 2009 en eindigend in februari 2010 (grafiek 3).

In grafiek 3 is te zien dat de stream van *Goede Tijden Slechte Tijden* (aflevering 18-02-2009) met name de eerste dag en zes dagen na de uitzending op televisie wordt gestart. Andere afleveringen van deze serie volgen

Kijkers die de soapserie volgen, zullen binnen een dag de gemiste aflevering bekijken, zodat ze diezelfde avond het verhaal weer op de buis kunnen volgen. Nadat men weer op de hoogte is van de gebeurtenissen zal er weinig aandacht meer voor de aflevering zijn. De uitzending van *Bananasplit* van 15 februari 2009 wordt in de eerste dagen het vaakst gestart. Na een week is er een toename te zien in het aantal starts. *Bananasplit* is namelijk een wekelijks programma. Omdat de uitzendingen van *Bananasplit* niet gebonden zijn aan elkaar ligt de amusementswaarde ook na deze week nog hoog.

LONG TAIL WEB-TV: % AANTAL GESTAARTE STREAMS PER DAG. GOEDE TIJDEN SLECHTE TIJDEN (RTL4) EN BANANASPLIT (NL1) FEBRUARI 2009

GRAFIEK 3



SKO WEB-TV IN HET STIR-PANEL

Sinds het eerste kwartaal van 2009 bestaat er een samenwerking tussen SKO en JIC STIR om inzicht te krijgen in het bereik van WEB-TV in doelgroepen. Hieronder wordt het project kort beschreven.

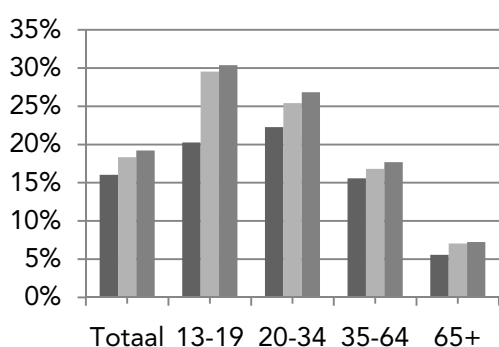
Hoe werkt de SKO WEB-TV meting in het STIR panel?

JIC STIR is opdrachtgever van het internet bereiksonderzoek. De Webmeter van JIC STIR brengt het internetgedrag van 10.000 panelleden van 13 jaar en ouder in kaart. Wanneer een website is aangesloten bij JIC STIR wordt het bereik of het aantal bezoeken van de panelleden gemeten. In 2010 gaat het om ruim 450 websites van ongeveer 50 participanten, waaronder ook die van de zenders van NPO, RTL Nederland en de SBS groep.

Panelleden loggen in op de Webmeter website alvorens ze op internet gaan surfen. De websites die worden gemeten, plaatsen cookies met informatie die Nedstat in staat stelt om het panellid te herkennen. Men noemt deze methode ook wel 'Tracking through Portal'. Deze methode maakt het mogelijk om ook internetgedrag buitenshuis te meten, zoals op school of op het werk.

BEREIK WEB-TV NAAR DOELGROEP FEBRUARI 2009 EN 2010

GRAFIEK 4



■ 2009 ■ 2010 (excl SBS) ■ 2010 (incl SBS)



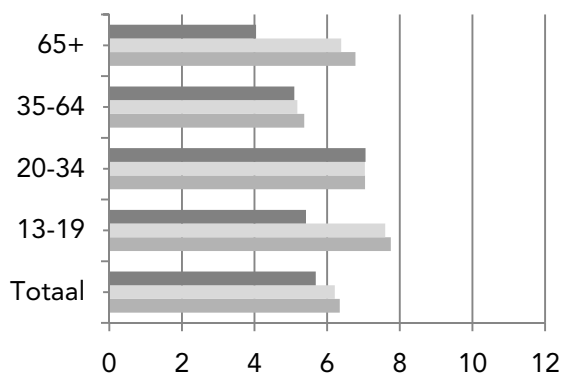
Doelgroepen

STIR werkt met een panelmeting waarin de kenmerken van alle personen geregistreerd staan. Hiermee ontstaat de mogelijkheid om inzicht te krijgen in de profielen van WEB-TV kijkers.

In grafiek 4 wordt het bereik weergegeven en in grafiek 5 de gemiddelde gebruiksfrequentie. Het percentage bereikte personen verschilt veel per doelgroep. 30% van de jongeren tussen 13 en 19 jaar wordt in een maand bereikt met WEB-TV, terwijl van de 65+'ers slechts 7% wordt bereikt. Hieruit blijkt wederom dat jongeren veel meer gebruik maken van online video. Ook blijken de jongeren de streams vaker te starten (zie grafiek 5). De 35 tot 64 jarigen hebben een relatief lagere gebruiksfrequentie.

GEMIDDELDE GEBRUIKSFREQUENTIE WEB-TV NAAR DOELGROEP FEBRUARI 2009 EN 2010

GRAFIEK 5



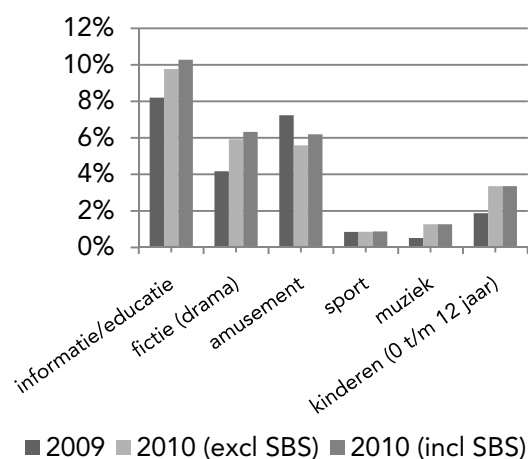
■ 2009 ■ 2010 (excl SBS) ■ 2010 (incl SBS)

Programmagenres

Informatie/educatie is het genre met het grootste bereik in februari 2010. In WEB-TV heeft dit genre een bereik van 10,3%. Vervolgens bereiken fictie en amusement respectievelijk 6,3 en 6,2 % van de WEB-TV kijkers. Kinderen (3,4%), muziek (1,3%) en sport (0,9%) hebben het laagste bereik onder de kijkers op internet (grafiek 6). De gebruikersfrequentie is juist onder fictie het hoogst. Een kijker gebruikt daar gemiddeld zeven keer streams in de maand februari.

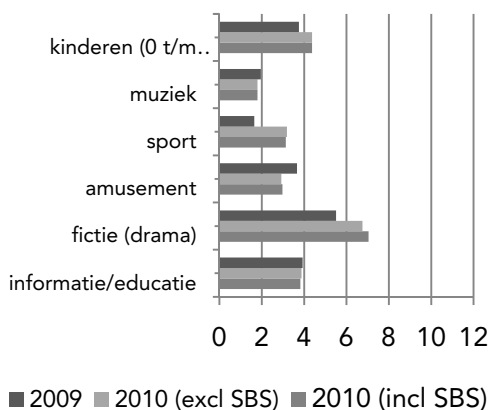
BEREIK WEB-TV NAAR GENRE FEBRUARI 2009 EN 2010

GRAFIEK 6



GEMIDDELDE GEBRUIKSFREQUENTIE NAAR GENRE FEBRUARI 2009 EN 2010

GRAFIEK 7



Bereik WEB-TV en uitgesteld kijken op televisie

Uitgesteld kijken is natuurlijk niet alleen mogelijk via internet. Mensen kunnen ook via de video, dvd-, harddiskrecorder of de settop-box uitgesteld naar programma's kijken. Het is interessant om deze twee vormen van uitgesteld kijken te vergelijken.

Uitgesteld kijken via het televisie scherm tot en met zes dagen, bijvoorbeeld via een harddisk, dvd- of videorecorder, wordt sinds 1 januari 2008 in het kijkonderzoek opgenomen. In grafiek 8 wordt het bereik van het kijken naar programma's op televisie, op het moment van uitzenden en uitgesteld kijken, vergeleken met het bereik van uitgesteld kijken via internet.

Definitie

WEB-TV = het kijken naar programma's op internet via de mogelijkheden die de sites van NPO, RTL en SBS bieden.

UGK-TV = het uitgesteld kijken naar programma's op de televisie via video, dvd-, harddiskrecorder en/of settop-box.

TV-TV = Het kijken naar programma's op televisie op

Verschillende bereikdefinities

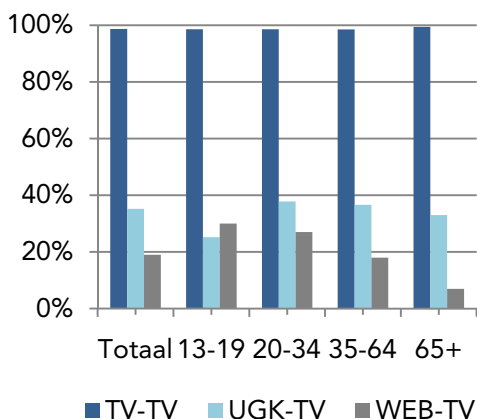
Bereik WEB-TV = het percentage mensen dat minimaal één keer een stream heeft gestart via de gemeten websites van NPO, RTL en/of SBS.

Bereik UGK-TV en TV-TV = het percentage kijkers dan minimal één keer 60 seconden aaneengesloten naar een programma op televisie hebben gekeken.

WEB-TV heeft in februari 2010 het uitgesteld kijken via de televisie nog niet ingehaald. Het herbekijken van gemiste programma's wordt met de toenemende technologieën, bijvoorbeeld de eerder genoemde settop-box, steeds makkelijker.

BEREIK TV-TV, UGK-TV EN WEB-TV NPO, RTL EN SBS FEBRUARI 2010

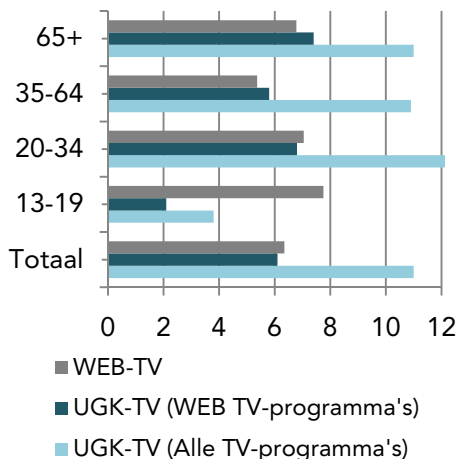
GRAFIEK 8



Bij jongeren is de gebruiksfrequentie van programma's op internet (WEB-TV) hoger dan de gebruiksfrequentie van dezelfde programma's op televisie, wanneer deze uitgesteld worden bekeken. De gebruiksfrequentie van televisie programma's is echter over het algemeen hoger bij uitgesteld kijken via televisie. Dit geldt voor alle andere doelgroepen.

GEMIDDELDE GEBRUIKSFREQUENTIE UGK-TV EN WEB-TV, NPO, RTL EN SBS FEBRUARI 2010

GRAFIEK 9

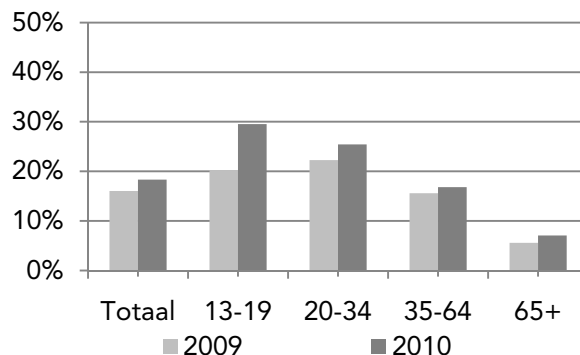


Ontwikkelingen in bereik WEB-TV en uitgesteld kijken op televisie

We zien uit de dagelijkse opvragingen dat WEB-TV steeds populairder wordt. Wanneer we kijken naar het bereik (grafiek 10) dan zien we dat dit daar ook het geval is. De totale stijging van het bereik van WEB-TV voor de NPO en RTL zenders bedraagt bijna 19% (van 16% naar 19%). De sterkste stijging is te zien bij de jongeren, met maar liefst 50% meer bereik in 2010 dan in 2009. In de grafiek is ook te zien dat het uitgesteld kijken via de televisie eveneens toeneemt. De totale toename van bereik via uitgesteld kijken op de televisie bedraagt voor de NPO en RTL zenders 43% (van 22% naar 31%) ten opzichte van 2009, mede veroorzaakt door de groei van het bezit van harddisk recorders. Dit laat zien dat het uitgesteld kijken via de televisie nog steeds het populairst is bij de kijkers. Belangrijk om op te merken is wel dat de jongeren de enige doelgroep zijn, waar WEB-TV zowel in 2009 als in 2010 een hoger bereik had dan de mogelijkheden via televisie.

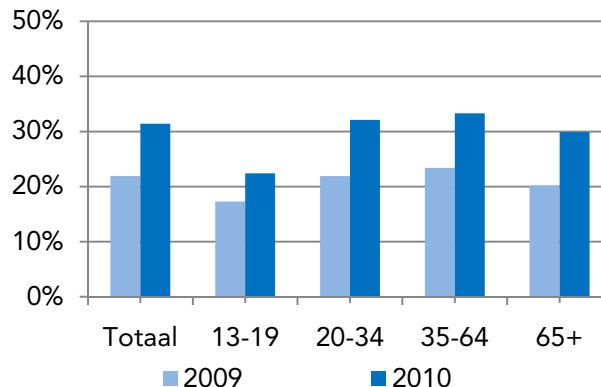
BEREIK WEB-TV NPO EN RTL FEBRUARI 2009 EN 2010

GRAFIEK10



BEREIK UGK-TV (ALLE TV-PROGRAMMA'S) NPO en RTL FEBRUARI 2009 EN 2010

GRAFIEK 11

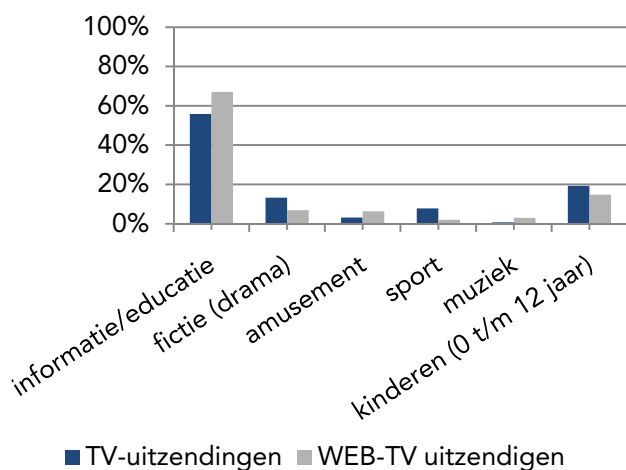


Programmagenre

Eerder werd al gesteld dat uitgesteld kijken via de tv populairder was dan kijken naar programma's op internet. Dit komt mede omdat de websites van de zenders niet alle uitgezonden programma's nogmaals op internet beschikbaar (kunnen) stellen. Om dit verschil aan te duiden maken we gebruik van de termen TV Uitzendingen en WEB-TV Uitzendingen. In Grafiek 12 is het verschil in aantal uitzendingen zichtbaar. Vooral bij de genres fictie, sport en kinderen zijn grote verschillen in het aantal uitzendingen te zien.

% AANTAL UITZENDINGEN WEB-TV EN TV-TV NPO, RTL EN SBS NAAR GENRE FEBRUARI 2010

GRAFIEK 12



In grafiek 13 is het verschil tussen WEB-TV en UGK-TV te zien. Voor uitgesteld kijken via de televisie is onderscheid gemaakt tussen uitzendingen die beschikbaar zijn op WEB-TV en alle TV uitzendingen. Uit de grafiek blijkt dat vooral via de televisie uitgesteld wordt gekeken. Ook voor de uitzendingen die beschikbaar zijn op internet, blijft kijken via de televisie populairder. Een uitzondering hierop vormen de kinderprogramma's. Wanneer deze beschikbaar zijn op internet, worden ze ook vaker op deze manier uitgesteld bekeken dan via de televisie.

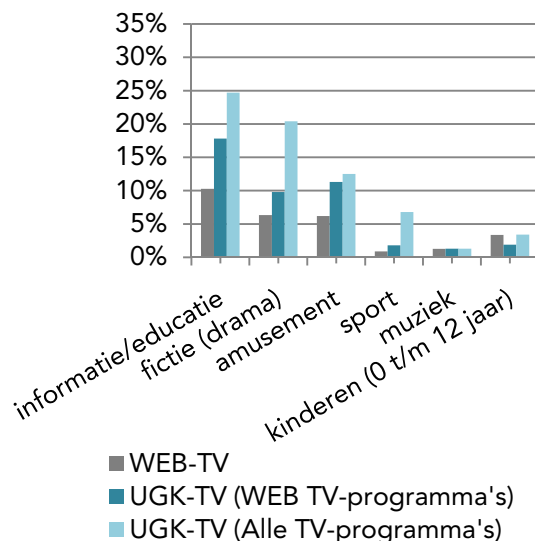
Definities

TV Uitzendingen = Het totale aanbod aan programma's dat wordt uitgezonden op televisie

WEB-TV Uitzendingen = Het aanbod aan programma's dat wordt aangeboden op de sites van de zenders. Dit zijn altijd minder uitzendingen dan er op de televisie wordt aangeboden.

BEREIK WEB-TV EN UGK-TV NPO, RTL EN SBS NAAR GENRE FEBRUARI 2010

GRAFIEK 13



De verwachting dat kijkers door het gemak van harddiscorderds en settop-boxen meer neigen naar de televisie dan naar het internet, wordt in de grafiek bevestigd (grafiek 13).

CONCLUSIES

De resultaten in deze brochure laten zien dat WEB-TV doorgroeit. Uit de analyses blijkt dat er steeds meer mensen gebruik maken van de mogelijkheid om programma's te kijken via internet, dat wil zeggen: er worden meer streams gestart. Het bereik van 'normale lineaire' televisie neigt naar de honderd procent (98,4%). Het uitgestelde kijken bereikt in februari 2010 35,2% van de kijkers en WEB-TV heeft ondertussen al een bereik van 19%. In februari 2009 bedroeg het bereik van kijken op internet nog 16%. Dit geldt echter niet voor de jongere generatie. Jongeren maken juist meer gebruik van WEB-TV (30%) dan van de mogelijkheden die de televisie biedt om op een ander tijdstip een programma te kijken (14%). Bij het vergelijken van WEB-TV met TV-TV en UGK-TV moeten we wel rekening houden met een verschil in definitie. Bereik bij WEB-TV is het percentage kijkers dat een stream heeft gestart. Bij UGK-TV en TV-TV is bereik het percentage kijkers dat minimaal 60 seconden aaneengesloten naar een programma heeft gekeken. Daarnaast zijn topprogramma's op televisie vergelijkbaar met populaire programma's die op internet worden gestart. Het gaat hierbij vooral om programma's van het genre fictie en amusement.

In de toekomst willen we graag nog specifiekere rapporteren. Dat betekent dat we willen weten wat de afspeelduur is van een stream die kijkers opvragen; willen ze enkel bepaalde segmenten zien van een stream? Of echt hele programma? Daarnaast is het ook interessant te zien wat de ontwikkeling is van formats die alleen te zien zijn op internet, en die niet eerder op televisie zijn uitgezonden. Dit zijn zaken waar SKO nu mee bezig is.



SBS 6
Meer
Programma
gemist SBS 6!



Veronica
Meer
Programma
gemist Veronica!



Net5
Programma
gemist Net5