



STICHTING KIJKONDERZOEK

ONDERWERP: PERSBERICHT KIJKCIJFERS TV ZENDERTOTAAL (WEEK 34 2022) EN UITZENDDAG (WEEK 35 2022)

DATUM: 05-09-2022

VOLGNUMMER: 34

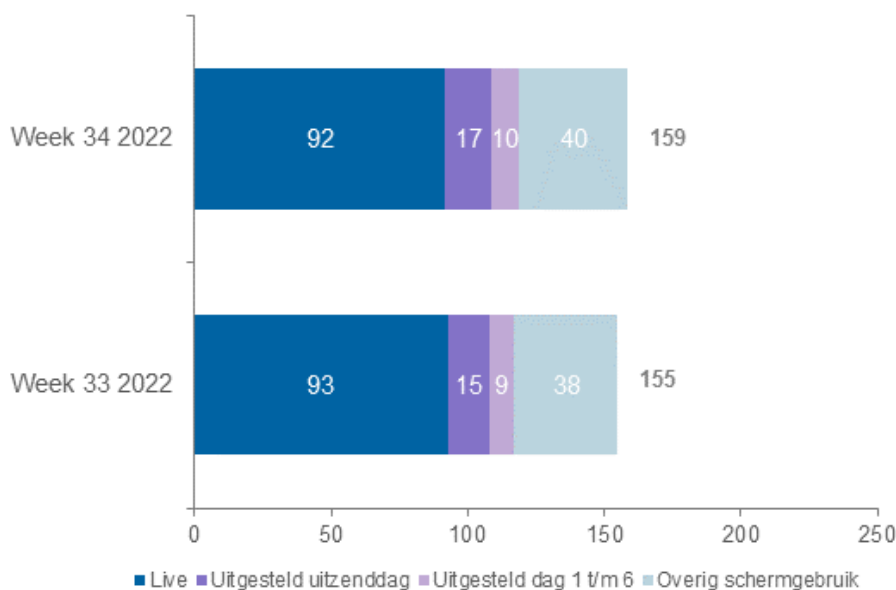
WEEK 34 (22 T/M 28 AUGUSTUS)

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 34 bedroeg de totale tijd die voor het televisiescherm werd doorgebracht (TV Schermtijd) gemiddeld 159 minuten per dag. De gemiddelde kijktijd naar televisiezenders over de gehele dag was 119 minuten. Hiervan werd 92 minuten live en 27 minuten uitgesteld gekeken.

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



De publieke omroepen behaalden in week 34 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 34,3%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze week een marktaandeel van 26,3% en de Talpa TV zenders 15,3%. In het avondtijdvak behaalden de publieke omroepen een marktaandeel van 37,8%, de zenders van RTL Nederland 31,5% en de Talpa TV zenders 16,4%.

TABEL 1: KIJKCIJFERS 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	MAD L	KDH	MAD L
NPO1	1,7	21,1	5,0	22,4
NPO2	0,8	10,0	2,7	11,9
NPO3	0,3	3,2	0,8	3,5
Publieke Omroep	2,8	34,3	8,5	37,8
RTL4	1,2	14,7	4,0	17,6
RTL5	0,2	3,0	0,9	4,0
RTL7	0,4	4,5	1,2	5,5
RTL8	0,2	2,7	0,7	3,3
RTL Crime	0,0	0,2	0,0	0,1
RTL Lounge	0,0	0,1	0,0	0,1
RTL Z	0,1	1,1	0,2	0,7
RTL Nederland	2,2	26,3	7,1	31,5
SBS 6	0,8	9,7	2,2	9,8
Net5	0,2	2,6	0,6	2,8
Veronica	0,2	2,6	0,8	3,4
SBS9	0,0	0,4	0,1	0,4
Talpa TV	1,3	15,3	3,7	16,4
MTV	0,0	0,2	0,0	0,1
Comedy Central	0,1	1,0	0,2	0,7
Nickelodeon	0,0	0,5	0,0	0,2
Paramount Network	0,1	1,0	0,2	0,9
Paramount	0,2	2,6	0,4	1,9
Disney Channel	0,0	0,2	0,0	0,1
Disney XD	0,0	0,2	0,0	0,0
NGC	0,1	0,9	0,1	0,5
24Kitchen	0,0	0,2	0,0	0,1
FOX	0,1	1,0	0,2	0,9
ESPN	0,1	1,2	0,3	1,1
ESPN2	0,1	0,8	0,1	0,3
ESPN3	0,0	0,2	0,0	0,1
ESPN4	0,0	0,0	0,0	0,0
The Walt Disney Company	0,4	4,6	0,7	3,2
Discovery	0,1	1,5	0,2	1,0
TLC	0,1	1,3	0,2	0,9
ID	0,1	0,8	0,1	0,3
Euro sport	0,1	1,7	0,1	0,2
Discovery Networks	0,4	5,3	0,5	2,4
Ziggo Sport	0,1	0,8	0,2	0,7
Ziggo Sport Select	0,0	0,1	0,0	0,1
History	0,0	0,3	0,0	0,2
BBC FirstHolland	0,1	1,2	0,2	0,8
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	3,6	0,4	1,7
Overig	0,3	4,1	0,5	2,3
Totaal	8,2	100,0	22,5	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 de Slimste mens op NPO2 van 26 augustus. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 2.306.000 kijkers. Het totaal aantal kijkers dat het programma bereikte was 2,7 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	26-08-2022	vr	SLIMSTE MENS	NPO2	14,2	2.306	37,1	2.702
2	28-08-2022	zo	JOURNAAL 20 UUR	NPO1	13,3	2.147	45,4	2.465
3	23-08-2022	di	WE ZIJN ER BIJNA	NPO1	10,0	1.625	30,8	2.195
4	28-08-2022	zo	STUDIO SPORT EREDIVISIE	NPO1	10,0	1.619	42,6	2.336
5	25-08-2022	do	DENKEND AAN HOLLAND	NPO1	9,3	1.505	29,1	2.121
6	27-08-2022	za	IK VERTREK XL	NPO1	8,7	1.409	25,7	2.050
7	24-08-2022	wo	VOETBAL CL PO PSV GLASGOW RANGERS	RTL7	8,5	1.368	27,2	2.595
8	26-08-2022	vr	FLIKKEN ROTTERDAM	NPO1	7,5	1.217	19,9	1.697
9	26-08-2022	vr	BEN B VOL LIEFDE	RTL4	7,3	1.188	21,0	1.757
10	23-08-2022	di	HALF ACHT NIEUWS	RTL4	7,1	1.144	35,5	1.380

ONLINE TV & VIDEO

Tot en met 30 juni publiceerde SKO de Online TV & Video (OTV) cijfers. In deze rapportages werden onder andere het aantal gestarte streams en de gemiddelde afspeelduur van de streams vermeld voor de NPO, RTL Nederland, Talpa en ESPN. De rapportages waren gebaseerd op gestarte streams via computers, tablets, smartphones, Smart TV apps (inclusief streams gecast naar televisieschermen) en overige devices.

In (de aanloop naar) de nieuwe kijkmeting, in het kader van het Nationaal Media Onderzoek, wordt een nieuwe methodiek gebruikt. Dit houdt in dat de OTV-cijfers niet langer afzonderlijk gerapporteerd worden. Online streamcijfers zullen echter samen met het TV kijkgedrag deel uitmaken van het nieuwe reguliere kijkonderzoek, waarvan de cijfers later dit jaar gepubliceerd zullen worden.

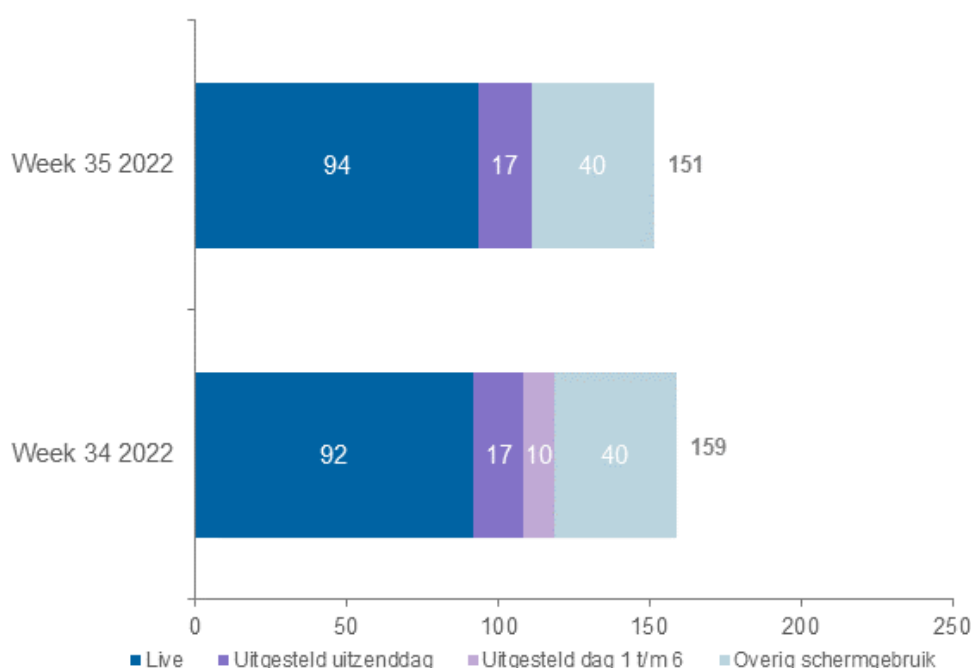
WEEK 35 (29 AUGUSTUS T/M 4 SEPTEMBER)

KIJKTIJD EN MARKTAANDELEN

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

In week 35 bedroeg de totale tijd die voor het televisiescherm werd doorgebracht (TV Schermtijd) gemiddeld 151 minuten per dag. De gemiddelde kijktijd naar televisiezenders over de gehele dag was 111 minuten. Hiervan werd 94 minuten live en 17 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 35 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 33,0%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze week een marktaandeel van 25,9% en de Talpa TV zenders 16,5%. In het avondtijdvak behaalden de publieke omroepen een marktaandeel van 33,7%, de zenders van RTL Nederland 30,4% en de Talpa TV zenders 19,2%.

TABEL 4: KIJKCIJFERS 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	MAD L	KDH	MAD L
NPO1	1,8	23,3	4,7	23,0
NPO2	0,5	6,7	1,5	7,3
NPO3	0,2	3,0	0,7	3,3
Publieke Omroep	2,5	33,0	6,9	33,7
RTL4	1,3	16,8	4,1	19,9
RTL5	0,2	2,8	0,8	3,8
RTL7	0,2	2,5	0,5	2,5
RTL8	0,2	2,5	0,6	3,1
RTL Crime	0,0	0,2	0,0	0,2
RTL Lounge	0,0	0,1	0,0	0,0
RTL Z	0,1	1,1	0,2	0,8
RTL Nederland	2,0	25,9	6,3	30,4
SBS 6	0,8	11,0	2,6	12,5
Net5	0,2	2,6	0,6	2,9
Veronica	0,2	2,5	0,7	3,4
SBS9	0,0	0,4	0,1	0,4
Talpa TV	1,3	16,5	4,0	19,2
MTV	0,0	0,2	0,0	0,1
Comedy Central	0,1	0,9	0,1	0,6
Nickelodeon	0,0	0,3	0,0	0,2
Paramount Network	0,1	0,9	0,2	0,8
Paramount	0,2	2,2	0,3	1,7
Disney Channel	0,0	0,1	0,0	0,1
Disney XD	0,0	0,2	0,0	0,0
NGC	0,1	0,8	0,1	0,6
24Kitchen	0,0	0,2	0,0	0,1
FOX	0,1	0,8	0,1	0,7
ESPN	0,1	1,8	0,4	1,8
ESPN2	0,1	0,9	0,2	1,1
ESPN3	0,0	0,2	0,0	0,2
ESPN4	0,0	0,0	0,0	0,0
The Walt Disney Company	0,4	4,9	1,0	4,6
Discovery	0,1	1,3	0,2	0,8
TLC	0,1	1,3	0,2	0,8
ID	0,1	0,8	0,1	0,3
Euro sport	0,2	3,1	0,4	1,7
Discovery Networks	0,5	6,5	0,8	3,6
Ziggo Sport	0,1	1,1	0,2	0,7
Ziggo Sport Select	0,0	0,2	0,0	0,2
History	0,0	0,3	0,0	0,2
BBC FirstHolland	0,1	1,2	0,2	0,8
XITE	0,0	0,2	0,0	0,1
AT5	0,0	0,0	0,0	0,0
ORN TV	0,1	1,1	0,2	0,8
SKO Light	0,2	3,2	0,4	1,8
Overig	0,3	3,5	0,5	2,2
Totaal	7,7	100,0	20,6	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 Autosport F1 GP NLD op NPO1 van 4 september. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 2.115.000 kijkers. Het totaal aantal kijkers dat het programma bereikte was 3,9 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	04-09-2022	zo	AUTOSPORT F1 GP NLD	NPO1	13,1	2.115	78,2	3.897
2	04-09-2022	zo	JOURNAAL 20 UUR	NPO1	10,8	1.746	39,5	2.114
3	30-08-2022	di	WE ZIJN ER BIJNA	NPO1	8,6	1.388	30,6	2.107
4	04-09-2022	zo	STUDIO SPORT EREDIVISIE	NPO1	8,0	1.294	41,8	1.904
5	29-08-2022	ma	KASSA	NPO1	7,9	1.273	25,4	2.032
6	29-08-2022	ma	HALF ACHT NIEUWS	RTL4	7,8	1.270	35,4	1.517
7	04-09-2022	zo	AUTOSPORT F1 GP	NPO1	7,1	1.144	42,6	1.545
8	04-09-2022	zo	POSTCODE LOTERIJ MILJOENEN JACHT	SBS 6	6,9	1.120	26,9	1.942
9	02-09-2022	vr	FLIKKEN ROTTERDAM	NPO1	6,8	1.102	23,5	1.553
10	29-08-2022	ma	EXPEDITIE ROBINSON	RTL4	6,8	1.101	22,3	2.011

Bij gebruik van deze gegevens dient vermeld te worden:

Bron: Stichting KijkOnderzoek.

Noot voor de redactie

Nadere informatie/ Further information:

Sjoerd Pennekamp

+31 (0)20 6414333

+31 (0)6 23445589

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 Scherm totaal (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

