

ONDERWERP: PERSBERICHT KIJKCIJFERS TV ZENDERTOTAAL (FEBRUARI 2026)

DATUM: 09-03-2026

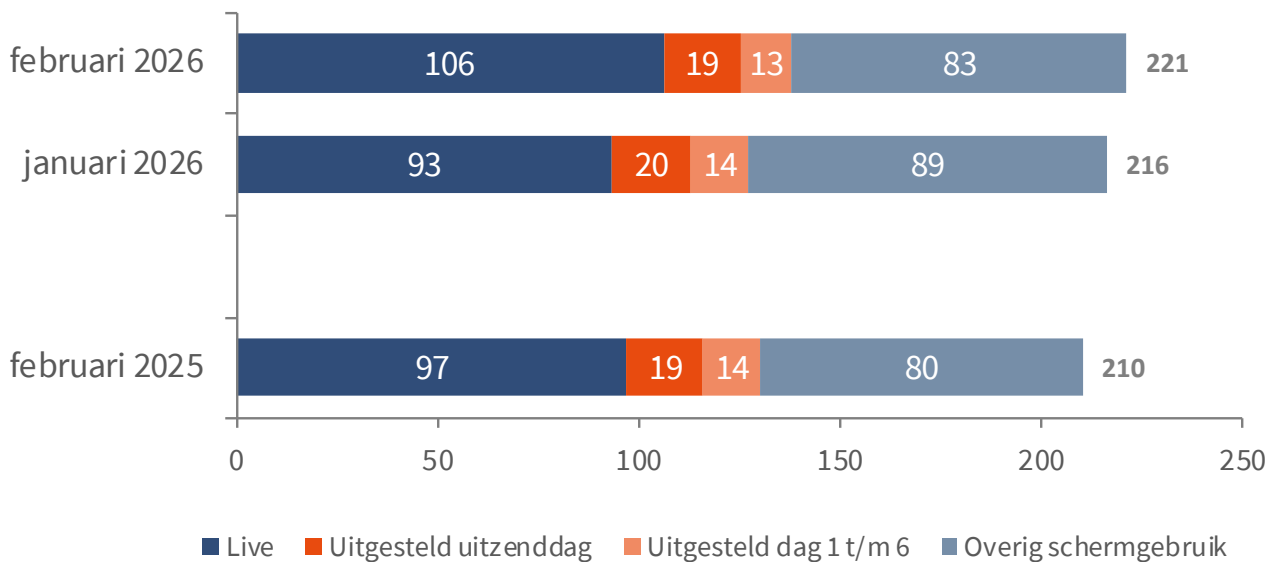
VOLGNUMMER: 2

KIJKTijd EN MARKTAANDELEN

Onderstaande kijkcijfers gaan over het kijkgedrag naar televisiezoekers tijdens uitzending (live) en uitgesteld kijken tot en met zes dagen na uitzenddag.

De totale tijd die voor het televisiescherm wordt doorgebracht was 221 minuten over de gehele dag in februari 2026. Daarin zit naast de kijktijd (inclusief live en uitgesteld kijken), ook de tijd aan het bekijken van bijvoorbeeld overige video on demand via het televisiescherm. In februari 2026 bedroeg de gemiddelde kijktijd naar televisiezoekers over de gehele dag 138 minuten. In februari 2025 was dit 130 minuten.

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

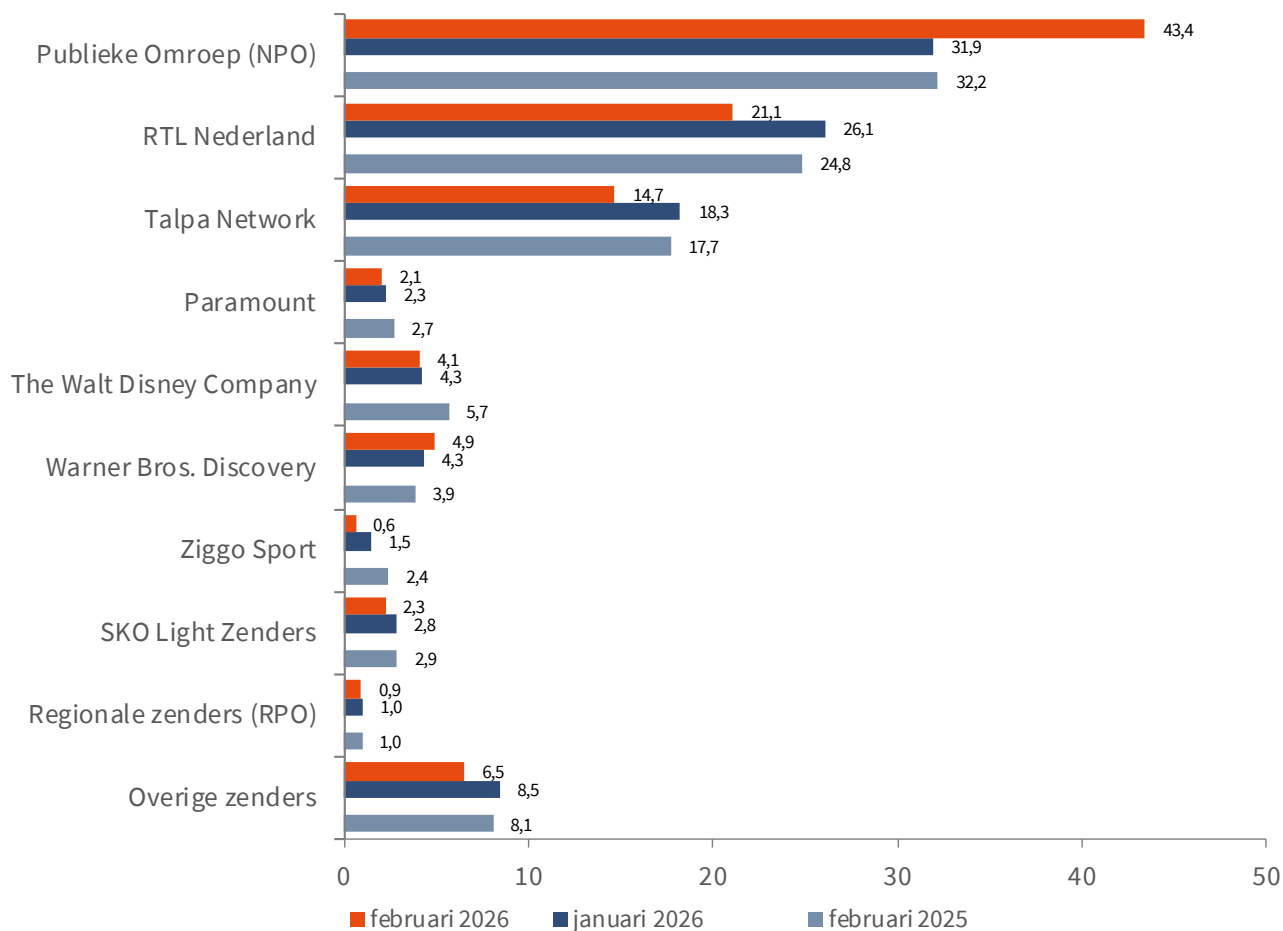


De NPO behaalde in februari 2026 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 43,4%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze maand een marktaandeel van 21,1% en de Talpa Network zenders 14,7%. In het avondtijdvak behaalde de NPO een marktaandeel van 40,9%, de zenders van RTL Nederland 27,3% en de Talpa Network zenders 17,9%.

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

ZENDER	GEHELE DAG (2-26)		AVOND (18-24)	
	KDH	MADL	KDH	MADL
NPO1	3,2	33,6	6,9	28,7
NPO2	0,7	7,2	2,1	8,9
NPO3	0,3	2,6	0,8	3,2
NPO	4,1	43,4	9,8	40,9
RTL4	1,3	13,6	4,3	18,0
RTL5	0,3	2,9	1,0	4,2
RTL7	0,1	1,5	0,4	1,6
RTL8	0,1	1,5	0,5	2,2
RTL Crime	0,0	0,5	0,1	0,4
RTL Lounge	0,0	0,1	0,0	0,1
RTL Z	0,1	0,9	0,2	0,7
RTL Nederland	2,0	21,1	6,5	27,3
SBS 6	1,1	11,2	3,1	13,2
Net5	0,2	1,6	0,5	2,1
Veronica	0,1	1,3	0,5	1,9
SBS9	0,1	0,6	0,2	0,7
Talpa Network	1,4	14,7	4,3	17,9
MTV	0,0	0,2	0,0	0,2
Comedy Central	0,1	0,7	0,1	0,5
Nickelodeon	0,0	0,2	0,0	0,1
Paramount Network	0,1	0,9	0,1	0,6
Paramount	0,2	2,1	0,3	1,4
Disney Channel	0,0	0,1	0,0	0,0
Disney XD	0,0	0,2	0,0	0,0
NGC	0,1	0,6	0,1	0,3
24Kitchen	0,0	0,2	0,0	0,1
STAR Channel	0,1	0,6	0,2	0,7
ESPN	0,1	1,2	0,3	1,2
ESPN2	0,1	0,8	0,1	0,5
ESPN3	0,0	0,4	0,0	0,1
ESPN4	0,0	0,0	0,0	0,0
The Walt Disney Company	0,4	4,1	0,7	3,1
Discovery	0,1	1,4	0,2	0,8
TLC	0,1	0,8	0,1	0,6
ID	0,1	0,6	0,1	0,3
Eurosport	0,2	2,0	0,2	1,0
HGTV	0,0	0,2	0,0	0,1
Warner Bros. Discovery	0,5	4,9	0,7	2,8
Ziggo Sport	0,0	0,5	0,1	0,6
Ziggo Sport 2	0,0	0,0	0,0	0,0
Ziggo Sport 3	0,0	0,0	0,0	0,0
Ziggo Sport 4	0,0	0,1	0,0	0,1
Ziggo Sport	0,1	0,6	0,2	0,7
History	0,0	0,5	0,1	0,2
BBC First Holland	0,2	2,2	0,4	1,9
XITE	0,0	0,1	0,0	0,0
Viaplay TV	0,0	0,2	0,0	0,2
Viaplay TV+	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	0,2	2,3	0,3	1,4
Overig	0,3	3,5	0,5	1,9
Totaal	9,6	100,0	23,9	100,0

GRAFIEK 2: MARKTAANDELEN 2023 EN 2024, GEHELE DAG (02-26 UUR), 6 JAAR EN OUDER



MEEST BEKEKEN PROGRAMMA'S EN BEREIK

De top-25 van meest bekeken programma's (inclusief uitgesteld kijken t/m 6 dagen na de uitzenddag) wordt aangevoerd door Schaatsen os 1000m heren op NPO 1 van 11 februari. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 4.113.000 kijkers. Het totaal aantal kijkers dat het programma bereikte was 5,0 miljoen.

TABEL 2: TOP-25 MEEST BEKEKEN PROGRAMMA'S, 6 JAAR EN OUDER, GEHELE DAG (02-26 UUR)

	DATUM	DAG	PROGRAMMA	ZENDER	KDH	GEM *1000	MADL	TOT *1000
1	11-02-2026	wo	Schaatsen os 1000m heren	NPO 1	24,6	4.113	67,8	5.032
2	15-02-2026	zo	Schaatsen os 500m dames	NPO 1	23,8	3.973	83,0	5.311
3	09-02-2026	ma	Schaatsen os 1000m dames	NPO 1	23,8	3.971	71,3	4.955
4	19-02-2026	do	Schaatsen os 1500m heren	NPO 1	21,3	3.565	76,9	4.532
5	20-02-2026	vr	Schaatsen os 1500m dames	NPO 1	20,7	3.450	78,7	4.161
6	21-02-2026	za	Olympische winterspelen live	NPO 1	20,5	3.416	81,8	4.235
7	18-02-2026	wo	Shorttrack os	NPO 1	19,5	3.251	51,2	3.926
8	14-02-2026	za	Schaatsen os 500m heren	NPO 1	18,6	3.110	81,4	4.277
9	21-02-2026	za	Schaatsen os massastart heren f	NPO 1	17,8	2.973	86,0	3.513
10	13-02-2026	vr	Schaatsen os 10km heren	NPO 1	16,8	2.813	71,8	3.975
11	28-02-2026	za	Wie is de mol	NPO 1	16,7	2.785	45,6	3.467
12	12-02-2026	do	Schaatsen os 5km dames	NPO 1	16,4	2.741	72,1	3.640
13	15-02-2026	zo	Schaatsen os teamachtervolging heren kf	NPO 1	16,2	2.714	77,8	3.232
14	20-02-2026	vr	Shorttrack os estafette 5km heren	NPO 1	16,1	2.686	47,1	3.289
15	07-02-2026	za	Schaatsen os 3km dames	NPO 1	15,4	2.571	77,4	3.320
16	08-02-2026	zo	Schaatsen os 5km heren	NPO 1	15,2	2.540	67,1	3.516
17	11-02-2026	wo	Schaatsen os nb	NPO 1	14,5	2.422	40,3	3.407
18	21-02-2026	za	Schaatsen os massastart dames hf	NPO 1	14,3	2.391	84,5	2.995
19	01-02-2026	zo	Maestro	NPO 1	13,9	2.318	41,2	3.002
20	14-02-2026	za	Shorttrack os 1500m heren hf	NPO 1	13,7	2.292	47,1	3.169
21	14-02-2026	za	Shorttrack os 1500m heren f	NPO 1	13,3	2.221	55,3	3.343
22	14-02-2026	za	Schaatsen os teamachtervolging dames kf	NPO 1	13,3	2.218	78,4	2.833
23	18-02-2026	wo	Shorttrack os 500m heren kf	NPO 1	12,9	2.158	42,4	3.472
24	12-02-2026	do	Shorttrack os nb	NPO 1	12,4	2.069	40,9	2.978
25	06-02-2026	vr	Os openingsceremonie	NPO 1	12,3	2.054	40,1	4.828

UITGESTELD KIJKEN

Er werd in februari 2026 gemiddeld 32 minuten per dag uitgesteld gekeken. In februari 2025 was dit 33 minuten. Wie is de mol van 28 februari op NPO 1 had met 1.688.000 kijkers gemiddeld de meeste 'terugkijkers'.

TABEL 3: TOP-10 MEEST UITGESTELD BEKEKEN PROGRAMMA'S, 6 JAAR EN OUDER, GEHELE DAG (02-26 UUR)

	DATUM	DAG	PROGRAMMA	ZENDER	KDH	GEM *1000	UGKA	TOT *1000
1	28-02-2026	za	Wie is de mol	NPO 1	10,1	1.688	59,5	1.981
2	06-02-2026	vr	Voice of holland the blind auditions	RTL 4	7,8	1.295	67,9	1.661
3	27-02-2026	vr	Flikken maastricht	NPO 1	7,4	1.228	60,5	1.400
4	23-02-2026	ma	Slimste mens	NPO 1	5,8	961	53,9	1.116
5	23-02-2026	ma	Kopen zonder kijken	RTL 4	5,7	950	53,6	1.245
6	28-02-2026	za	Only joling	RTL 4	5,6	929	63,6	1.122
7	01-02-2026	zo	Maestro	NPO 1	5,3	880	37,7	1.082
8	26-02-2026	do	Dit was het nieuws	NPO 1	4,9	810	52,8	939
9	02-02-2026	ma	Lubach	RTL 4	4,6	763	70,8	925
10	05-02-2026	do	Winter vol liefde	RTL 4	4,4	734	51,5	997

**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

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

