

**ONDERWERP:** PERSBERICHT KIJKCIJFERS TV ZENDERTOTAAL (MAART 2026)

**DATUM:** 07-04-2026

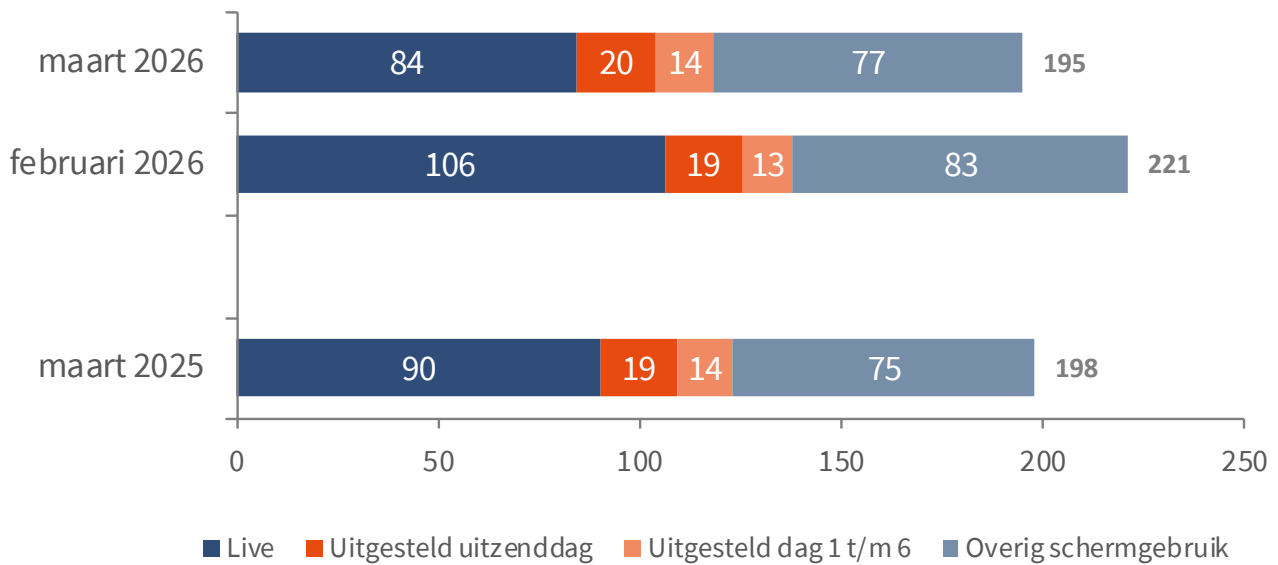
**VOLGNUMMER:** 3

## KIJKTIJD EN MARKTAANDELEN

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

De totale tijd die voor het televisiescherm wordt doorgebracht was 195 minuten over de gehele dag in maart 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 maart 2026 bedroeg de gemiddelde kijktijd naar televisiezenders over de gehele dag 118 minuten. In maart 2025 was dit 123 minuten.

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

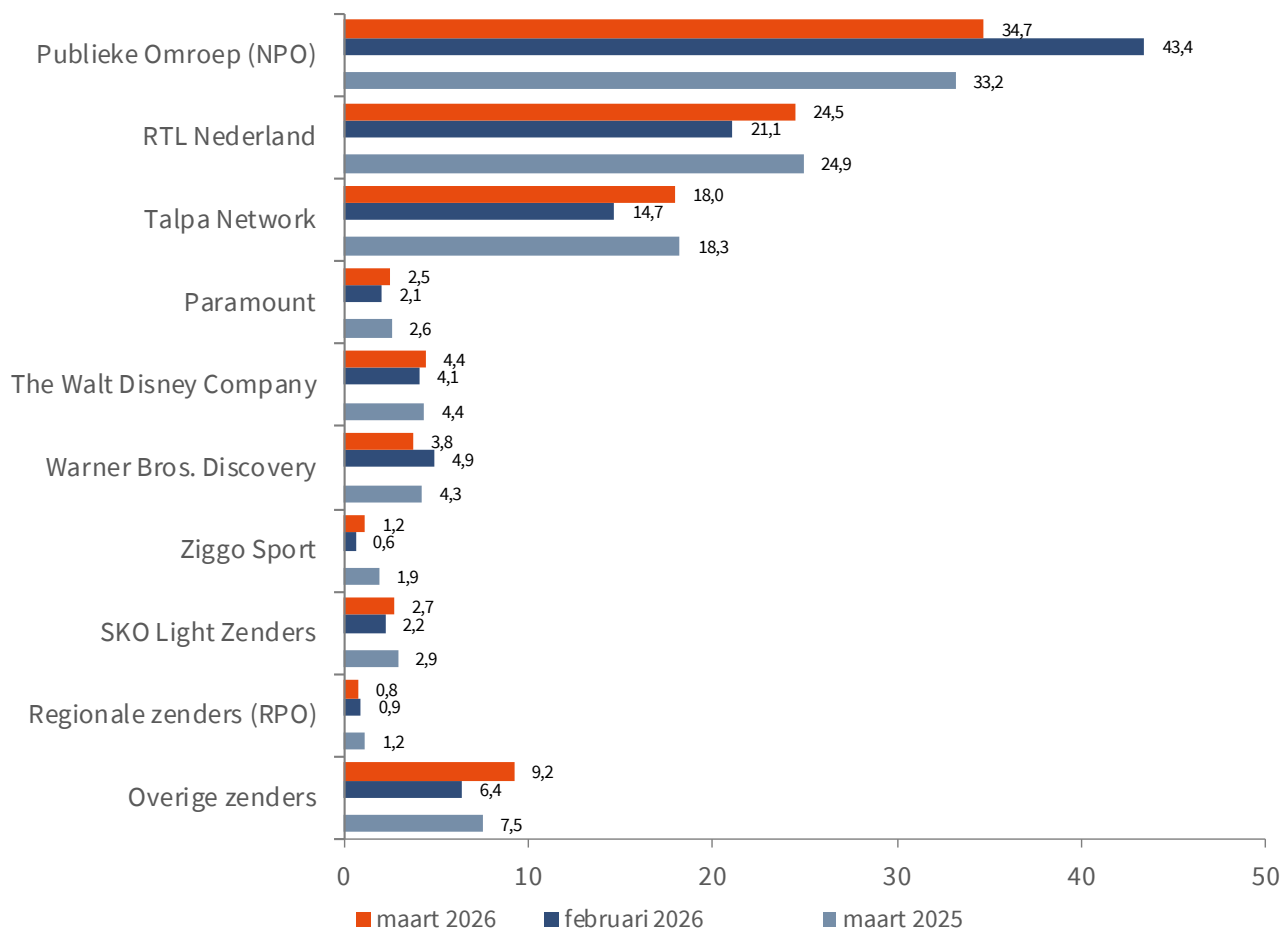


De NPO behaalde in maart 2026 over de gehele dag gezamenlijk een gemiddeld marktaandeel van 34,7%. De zenders van RTL Nederland behaalden in deze maand een marktaandeel van 24,5% en de Talpa Network zenders 18,0%. In het avondtijdstip behaalde de NPO een marktaandeel van 37,6%, de zenders van RTL Nederland 28,8% en de Talpa Network zenders 20,0%.

**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	1,9	23,2	5,4	23,9
NPO2	0,5	6,6	1,7	7,6
NPO3	0,4	5,0	1,4	6,1
<b>NPO</b>	<b>2,8</b>	<b>34,7</b>	<b>8,4</b>	<b>37,6</b>
RTL4	1,3	15,7	4,3	19,0
RTL5	0,3	3,4	1,0	4,4
RTL7	0,1	1,7	0,4	1,7
RTL8	0,1	1,8	0,5	2,4
RTL Crime	0,0	0,5	0,1	0,3
RTL Lounge	0,0	0,2	0,0	0,1
RTL Z	0,1	1,1	0,2	0,8
<b>RTL Nederland</b>	<b>2,0</b>	<b>24,5</b>	<b>6,4</b>	<b>28,8</b>
SBS 6	1,1	13,4	3,2	14,5
Net5	0,2	2,3	0,6	2,6
Veronica	0,1	1,6	0,5	2,1
SBS9	0,1	0,7	0,2	0,8
<b>Talpa Network</b>	<b>1,5</b>	<b>18,0</b>	<b>4,5</b>	<b>20,0</b>
MTV	0,0	0,3	0,0	0,2
Comedy Central	0,1	0,8	0,1	0,5
Nickelodeon	0,0	0,2	0,0	0,1
Paramount Network	0,1	1,2	0,2	0,7
<b>Paramount</b>	<b>0,2</b>	<b>2,5</b>	<b>0,3</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	0,8	0,1	0,3
24Kitchen	0,0	0,2	0,0	0,1
STAR Channel	0,1	0,7	0,2	0,7
ESPN	0,1	1,2	0,2	0,9
ESPN2	0,1	0,9	0,1	0,5
ESPN3	0,0	0,2	0,0	0,1
ESPN4	0,0	0,1	0,0	0,0
<b>The Walt Disney Company</b>	<b>0,4</b>	<b>4,4</b>	<b>0,6</b>	<b>2,7</b>
Discovery	0,1	1,4	0,2	0,7
TLC	0,1	0,8	0,1	0,6
ID	0,1	0,7	0,1	0,3
Eurosport	0,1	0,6	0,0	0,1
HGTV	0,0	0,2	0,0	0,1
<b>Warner Bros. Discovery</b>	<b>0,3</b>	<b>3,8</b>	<b>0,4</b>	<b>1,8</b>
Ziggo Sport	0,1	1,0	0,3	1,2
Ziggo Sport 2	0,0	0,1	0,0	0,0
Ziggo Sport 3	0,0	0,1	0,0	0,1
Ziggo Sport 4	0,0	0,1	0,0	0,1
<b>Ziggo Sport</b>	<b>0,1</b>	<b>1,2</b>	<b>0,3</b>	<b>1,4</b>
History	0,0	0,5	0,1	0,2
BBC First Holland	0,2	2,4	0,4	1,6
XITE	0,0	0,1	0,0	0,1
Viaplay TV	0,0	0,3	0,1	0,3
AT5	0,0	0,0	0,0	0,0
RPO TV	0,1	0,8	0,1	0,5
SKO Light	0,2	2,7	0,3	1,5
Overig	0,5	5,9	0,5	2,3
<b>Totaal</b>	<b>8,2</b>	<b>100,0</b>	<b>22,4</b>	<b>100,0</b>

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 Wie is de mol op NPO 1 van 21 maart. Gemiddeld over de gehele uitzending waren er 2.604.000 kijkers. Het totaal aantal kijkers dat het programma bereikte was 3,0 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	21-03-2026	za	Wie is de mol	NPO 1	15,6	2.604	42,4	3.000
2	01-03-2026	zo	Journal 20 uur	NPO 1	13,6	2.272	42,6	2.941
3	01-03-2026	zo	Boer zoekt vrouw	NPO 1	12,5	2.095	40,4	2.879
4	08-03-2026	zo	Rust en vreugd	NPO 1	12,5	2.087	37,8	2.289
5	13-03-2026	vr	Voice of holland the battle	RTL 4	10,6	1.765	31,0	2.664
6	25-03-2026	wo	Verhaal van nederland	NPO 1	10,5	1.754	34,0	2.233
7	06-03-2026	vr	Voice of holland the blind auditions	RTL 4	10,2	1.698	26,0	2.553
8	06-03-2026	vr	Flikken maastricht	NPO 1	9,9	1.653	23,7	1.861
9	19-03-2026	do	Dit was het nieuws	NPO 1	9,3	1.553	29,8	2.097
10	05-03-2026	do	Winter vol liefde	RTL 4	9,3	1.545	26,1	2.106
11	22-03-2026	zo	Studio sport voetbal	NPO 1	9,2	1.538	37,2	2.286
12	09-03-2026	ma	Kopen zonder kijken	RTL 4	9,1	1.515	27,6	2.089
13	11-03-2026	wo	Slimste mens	NPO 1	9,0	1.506	30,3	1.920
14	29-03-2026	zo	Postcode loterij miljoenen jacht	SBS 6	8,9	1.493	28,8	2.246
15	07-03-2026	za	Only joling	RTL 4	8,9	1.493	24,5	2.083
16	06-03-2026	vr	Schaatsen wk sprint	NPO 3	8,2	1.373	32,1	2.237
17	11-03-2026	wo	Ik vertrek	NPO 1	8,0	1.331	26,3	2.040
18	06-03-2026	vr	Schaatsen wk sprint 1000m dames	NPO 3	7,9	1.315	19,1	1.978
19	24-03-2026	di	Vergetelijk mooie reis	NPO 1	7,7	1.283	25,6	1.878
20	06-03-2026	vr	Schaatsen wk sprint 1000m heren	NPO 3	7,7	1.282	25,1	2.385
21	08-03-2026	zo	Tussen kunst en kitsch	NPO 1	7,6	1.273	28,4	1.829
22	31-03-2026	di	Voetbal vr nld ecu	NPO 3	7,6	1.265	23,6	2.689
23	10-03-2026	di	Verraders	RTL 4	7,4	1.235	23,2	1.592
24	02-03-2026	ma	Eva	NPO 1	7,3	1.227	30,1	1.885
25	04-03-2026	wo	Half acht nieuws	RTL 4	7,3	1.214	29,5	1.477

## UITGESTELD KIJKEN

Er werd in maart 2026 gemiddeld 34 minuten per dag uitgesteld gekeken. In maart 2025 was dit 33 minuten. Wie is de mol van 7 maart op NPO 1 had met 1.683.000 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	07-03-2026	za	Wie is de mol	NPO 1	10,1	1.683	63,3	1.889
2	06-03-2026	vr	Flikken maastricht	NPO 1	6,7	1.122	63,6	1.192
3	06-03-2026	vr	Voice of holland the blind auditions	RTL 4	6,6	1.100	62,9	1.476
4	27-03-2026	vr	Voice of holland the battle	RTL 4	6,4	1.075	66,1	1.370
5	08-03-2026	zo	Rust en vreugd	NPO 1	6,4	1.064	44,1	1.154
6	07-03-2026	za	Only joling	RTL 4	5,5	915	53,8	1.087
7	05-03-2026	do	Winter vol liefde	RTL 4	5,5	914	57	1.254
8	25-03-2026	wo	Verhaal van nederland	NPO 1	5,4	907	46,1	1.020
9	06-03-2026	vr	Slimste mens	NPO 1	5,1	852	63	995
10	01-03-2026	zo	Boer zoekt vrouw	NPO 1	5,1	850	38,8	1.137

**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 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

