

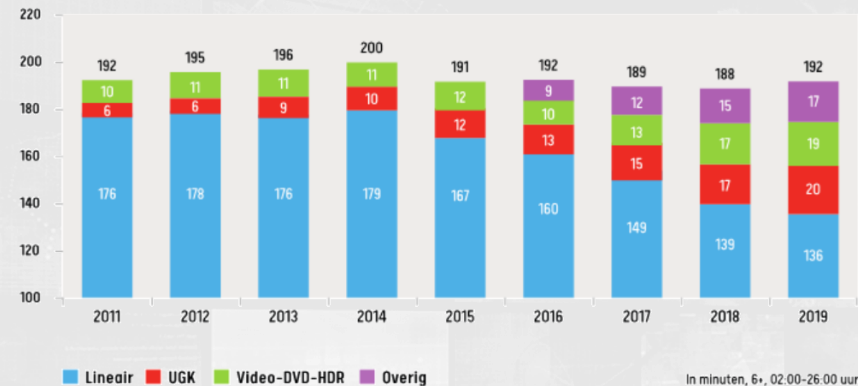
KIJKCIJFER TOP 10

BRON: SKO - OP UITZENDDAG GEKEKEN			25-54 JAAR		6 JAAR E.O.		
#	DAG & DATUM	PROGRAMMA	ZENDER	KDH %	# KDH ABS	KDH %	# KDH ABS
1	Zo 8-3-2020	BOER ZOEKT VROUW	NPO1	17,9	1.210.000	19,9	3.183.000
2	Za 7-3-2020	WIE IS DE MOL	NPO1	17,8	1.204.000	15,4	2.460.000
3	Zo 8-3-2020	JOURNAAL 20 UUR	NPO1	12,8	866.000	17,0	2.716.000
4	Zo 8-3-2020	ZONDAG MET LUBACH	NPO3	11,0	742.000	9,8	1.562.000
5	Za 7-3-2020	MOLTALK	NPO3	8,5	573.000	7,1	1.136.000
6	Zo 8-3-2020	STUDIO SPORT EREDIVISIE	NPO1	8,1	545.000	12,0	1.915.000
7	Vrij 6-3-2020	VOICE KIDS	RTL 4	7,5	508.000	7,8	1.246.000
8	Ma 2-3-2020	HALF ACHT NIEUWS	RTL 4	7,4	501.000	8,0	1.275.000
9	Vrij 6-3-2020	FLIKKEN MAASTRICHT	NPO1	7,1	476.000	8,7	1.383.000
10	Ma 2-3-2020	UITSTEL VAN EXECUTIE	RTL 4	6,9	469.000	6,5	1.041.000

WHAT'S UP / NEW

- Gisteren presenteerde Screenforce het TV jaarrapport 2019 voor de branche. Daar wilden met deze MAGNA AV Update even op wachten. TV-spotbestedingen stegen licht (0,8%) in 2019 t.o.v. 2018. Op basis van TV-zendertotaal - de combinatie lineair met uitgesteld kijken - bleef de kijktijd voor 6 jaar en ouder gelijk, al zien we de verhouding verschuiven naar een groeiend aandeel uitgesteld kijkgedrag (van 17 naar 20 min). De Retailbranche besteedde het meest en Procter & Gamble was de grootste adverteerder. Meer info over het rapport en het rapport vind u [hier](#).
- De NPO domineert de TOP10, zeker wat betreft de bovenste posities
- Het gaat bijvoorbeeld ook beter dan ooit met *Zondag met Lubach*. Na het absolute record van twee weken geleden, noteerde het programma vorige week zijn op een na meest bekeken aflevering ooit met 1,6 miljoen kijkers.

ZENDERTOTAAL 2019 GELIJK AAN 2018:



Bron: Screenforce TV Jaarrapport

MARKTAANDELEN

	NPO	RTL	talpa
WK 10	31,2% ↑	45,9% ↓	20,2% ↑
2019-YTD	30,2%	46,9%	20,1%