

Spartennutzung nach Zielgruppen 2022¹⁾

Mo-So, 3.00 bis 3.00 Uhr, BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., in %

	Infor- mation	Sport	Unter- haltung	Fiction	Werbung	Sonstiges
Angebotsanteil	47	2	12	29	7	3
Nutzungsanteil für ...						
Zuschauer ab 3 J.	38	6	16	30	7	3
Frauen ab 14 J.	39	5	17	30	7	3
Männer ab 14 J.	38	8	15	29	7	3
3- bis 13-Jährige	29	10	23	25	10	4
14- bis 29-Jährige	31	8	22	23	12	4
30- bis 49-Jährige	35	6	18	28	10	4
50- bis 64-Jährige	37	5	16	32	8	3
ab 65-Jährige	41	7	15	30	4	2
Pers. mit Volks-/Hauptschule o. Lehre	37	5	18	29	8	3
Pers. mit Volks-/Hauptschule m. Lehre	39	6	16	30	6	3
Pers. mit weiterf. Schule o. Abitur	38	6	16	31	7	3
Pers. mit Abitur/Hochsch./Studium	39	8	15	29	6	3

1) Basis: Gesamtbevölkerung einschließlich Nichtseher.

Basis: 15 Programme: Das Erste, ZDF, 7 Dritte Programme, RTL, Sat.1, ProSieben, Kabel Eins, RTL ZWEI, VOX (seit 1.1.2020: VOXoriginär)

Quelle: AGF/GfK; videoSCOPE 1.4, Marktstandard: TV. SWR Medienforschung und Analytics, eigene Berechnungen.