

Spartennutzung nach Zielgruppen 2023¹⁾

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

	Infor- mation	Sport	Unter- haltung	Fiction	Werbung	Sonstiges
Angebotsanteil	46	2	12	30	7	3
Nutzungsanteil für ...						
Zuschauer ab 3 J.	37	5	17	31	7	3
Frauen ab 14 J.	37	4	17	32	7	3
Männer ab 14 J.	37	7	16	31	6	3
3- bis 13-Jährige	28	7	24	27	10	4
14- bis 29-Jährige	30	7	23	24	11	4
30- bis 49-Jährige	34	5	18	29	10	4
50- bis 64-Jährige	36	4	16	33	8	3
ab 65-Jährige	40	6	16	32	4	2
Pers. mit Volks-/Hauptschule o. Lehre	36	4	18	31	8	3
Pers. mit Volks-/Hauptschule m. Lehre	37	5	17	32	6	3
Pers. mit weiterf. Schule o. Abitur	37	5	16	32	7	3
Pers. mit Abitur/Hochsch./Studium	38	7	16	30	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 Videoforschung; AGF SCOPE 1.8, Marktstandard: TV. SWR Medienforschung und Analytics, eigene Berechnungen