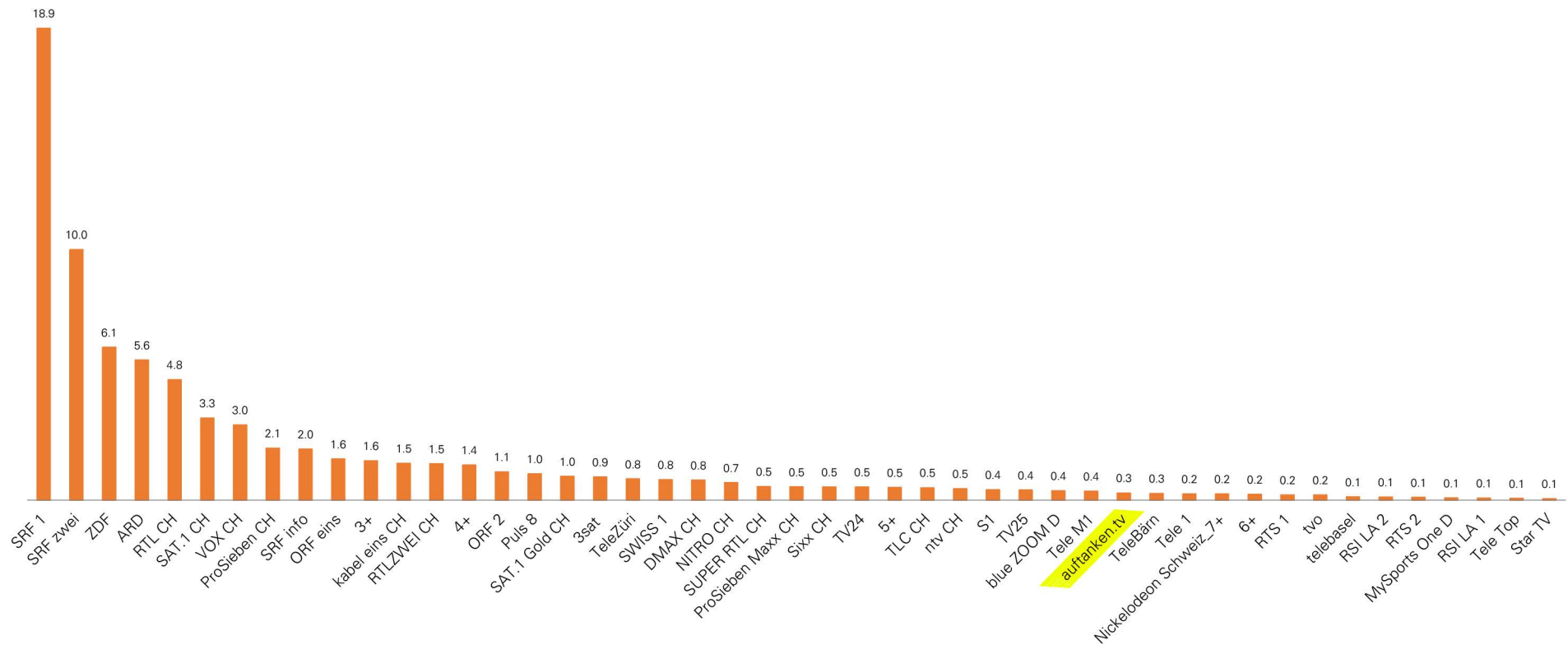




Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.7.2024-31.12.2024
Universum: 5'416'000 Personen
Stichprobe (Base Sample): 2'382, Mo-So, all Platforms, Overnight +7
Nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 21.9

Marktanteile Deutsche Schweiz

Personen 3+ (inkl. Gästen), in Prozent

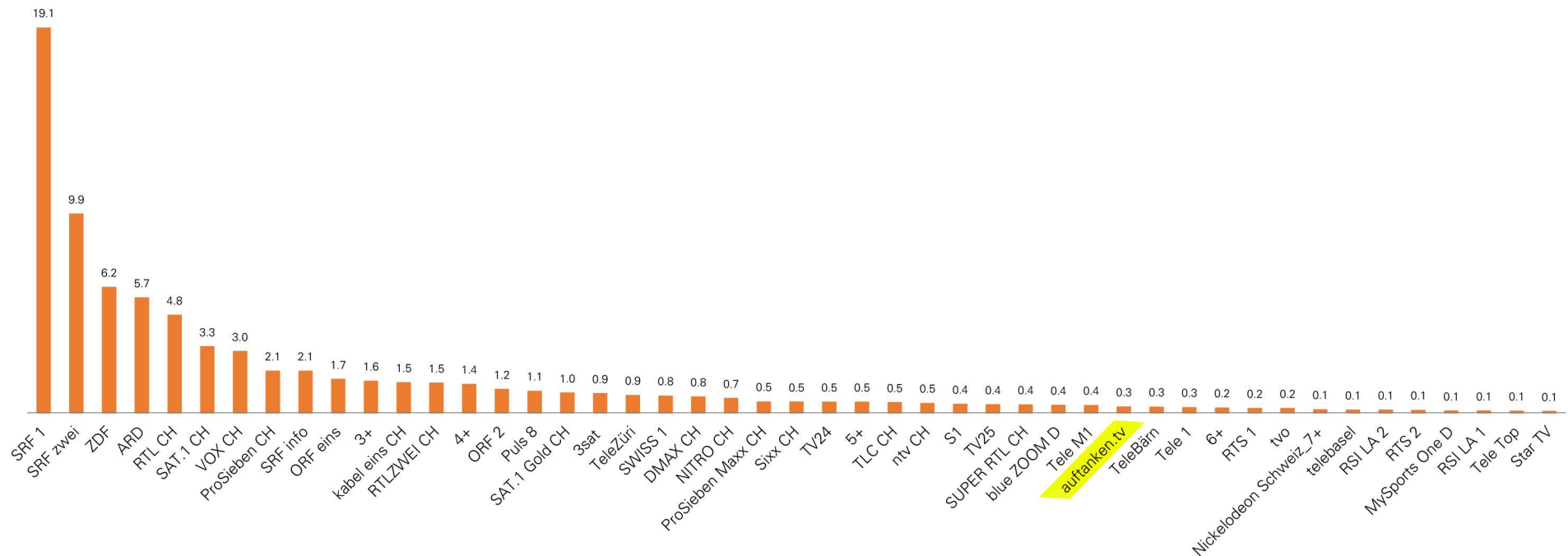




Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.7.2024-31.12.2024
Universum: 4'750'000 Personen
Stichprobe (Base Sample): 2'061, Mo-So, all Platforms, Overnight +7
Nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 21.6

Marktanteile Deutsche Schweiz

Personen 15+ (inkl. Gästen), in Prozent



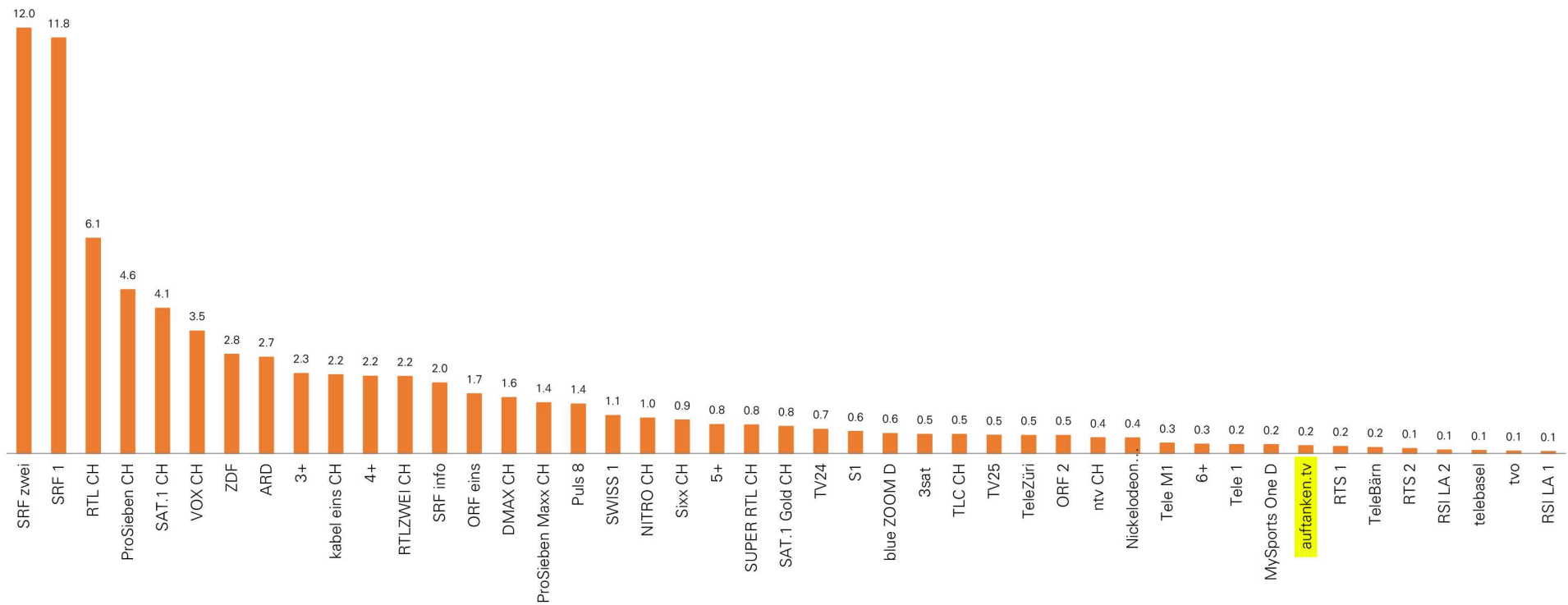


Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.7.2024-31.12.2024
Universum: 2'442'000 Personen
Stichprobe (Base Sample): 770, Mo-So, all Platforms, Overnight +7
Nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 22.7



Marktanteile Deutsche Schweiz

Personen 15-49 (inkl. Gästen), in Prozent

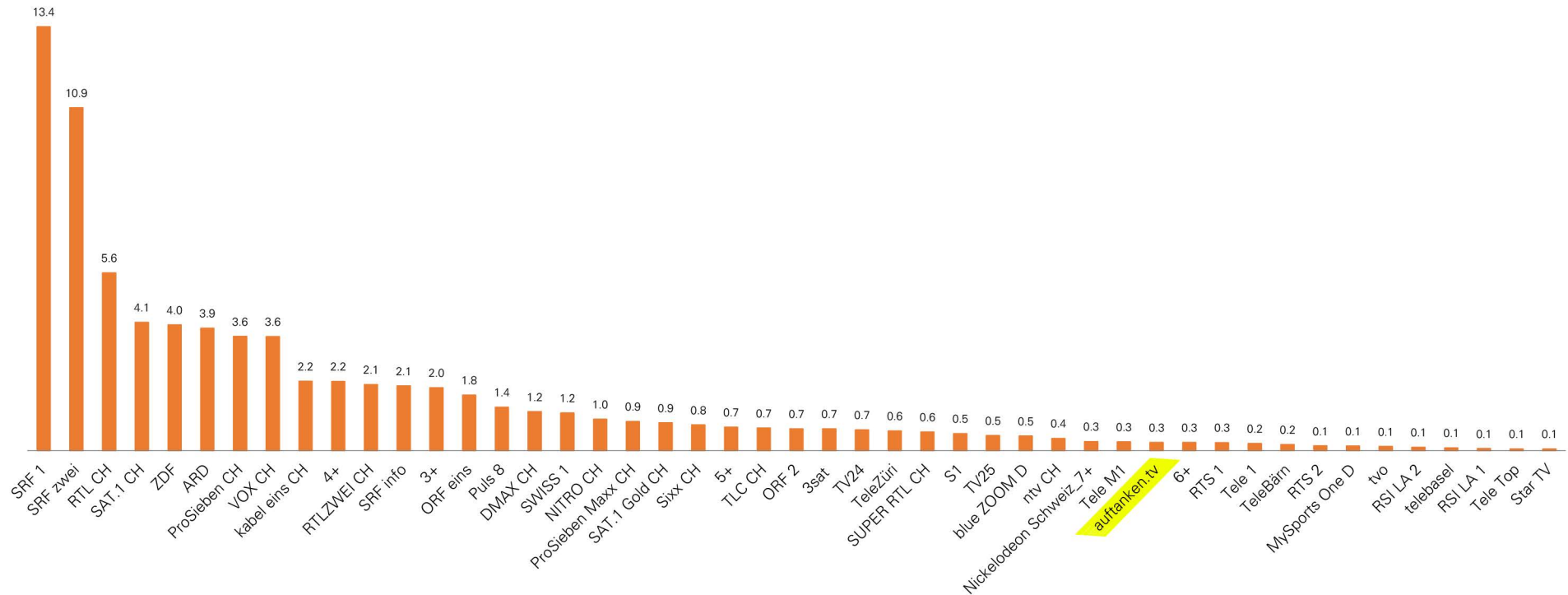




Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.7.2024-31.12.2024
Universum: 3'272'000 Personen
Stichprobe (Base Sample): 1'169, Mo-So, all Platforms, Overnight +7
Nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 22.2

Marktanteile Deutsche Schweiz

Personen 15-59 (inkl. Gästen), in Prozent





Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.7.2024-31.12.2024
Universum: 901'000 Personen
Stichprobe (Base Sample): 323, Mo-So, all Platforms, Overnight +7
Nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 29.2



Marktanteile Deutsche Schweiz

Personen 15-29 (inkl. Gästen), in Prozent

