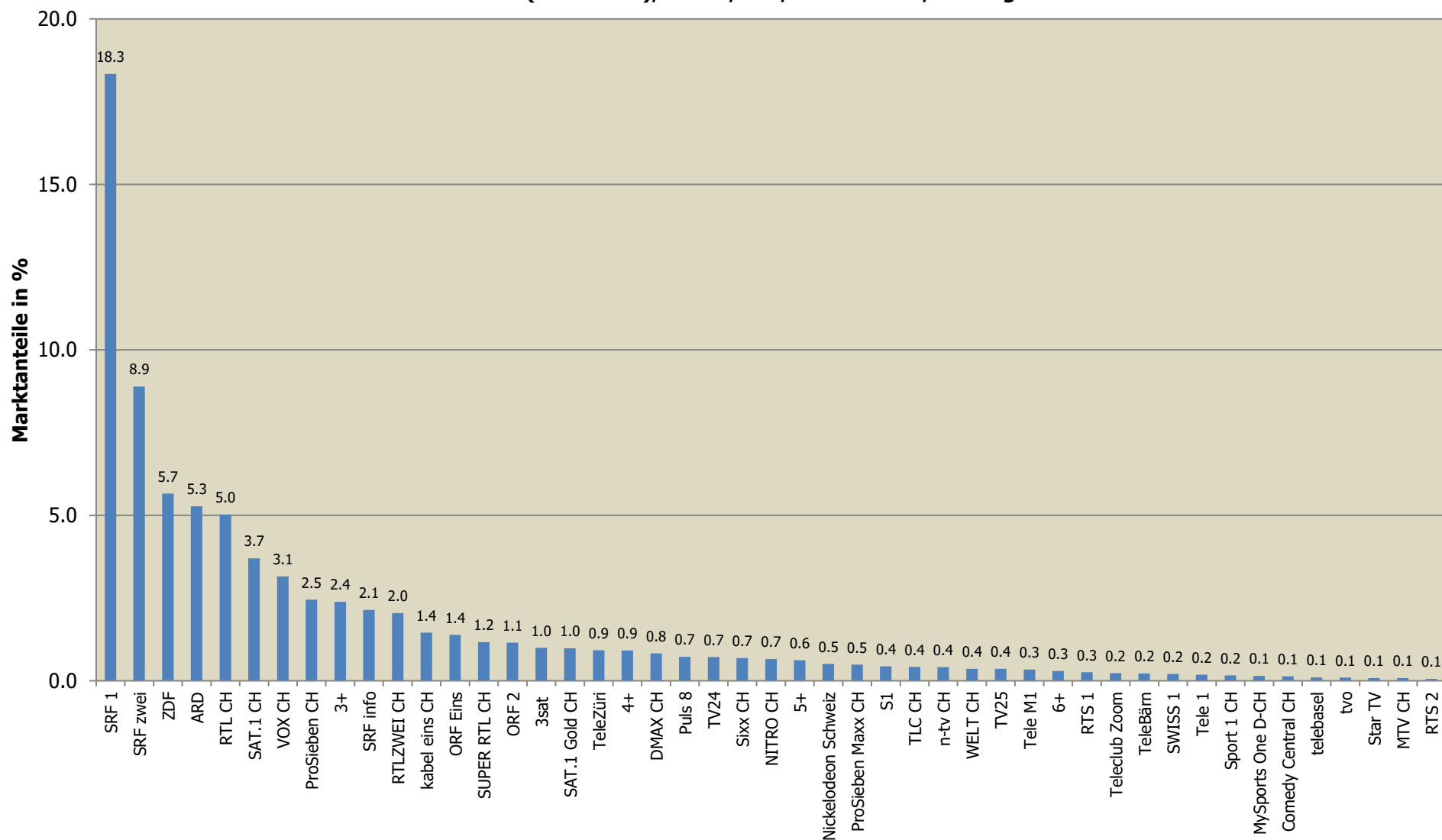


Marktanteile Deutsche Schweiz - 2. Semester 2019

Personen 3+ (inkl. Gäste), Mo-So, 24h, all Platforms, Overnight +7



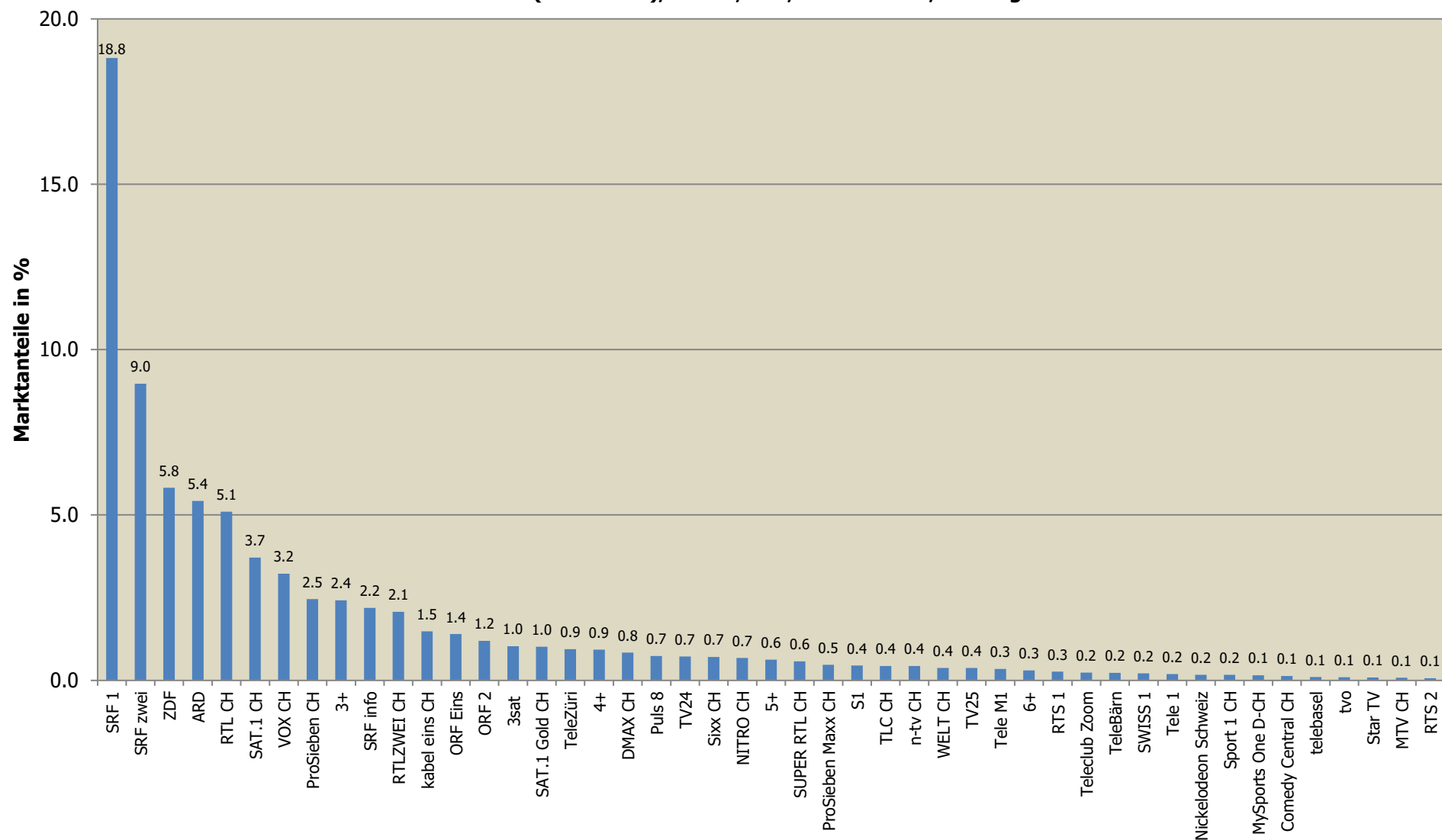
Stichprobe: 2'380

Zielgruppe: Personen 3+ (inkl. Gäste)

nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 22.3

Marktanteile Deutsche Schweiz - 2. Semester 2019

Personen 15+ (inkl. Gäste), Mo-So, 24h, all Platforms, Overnight +7



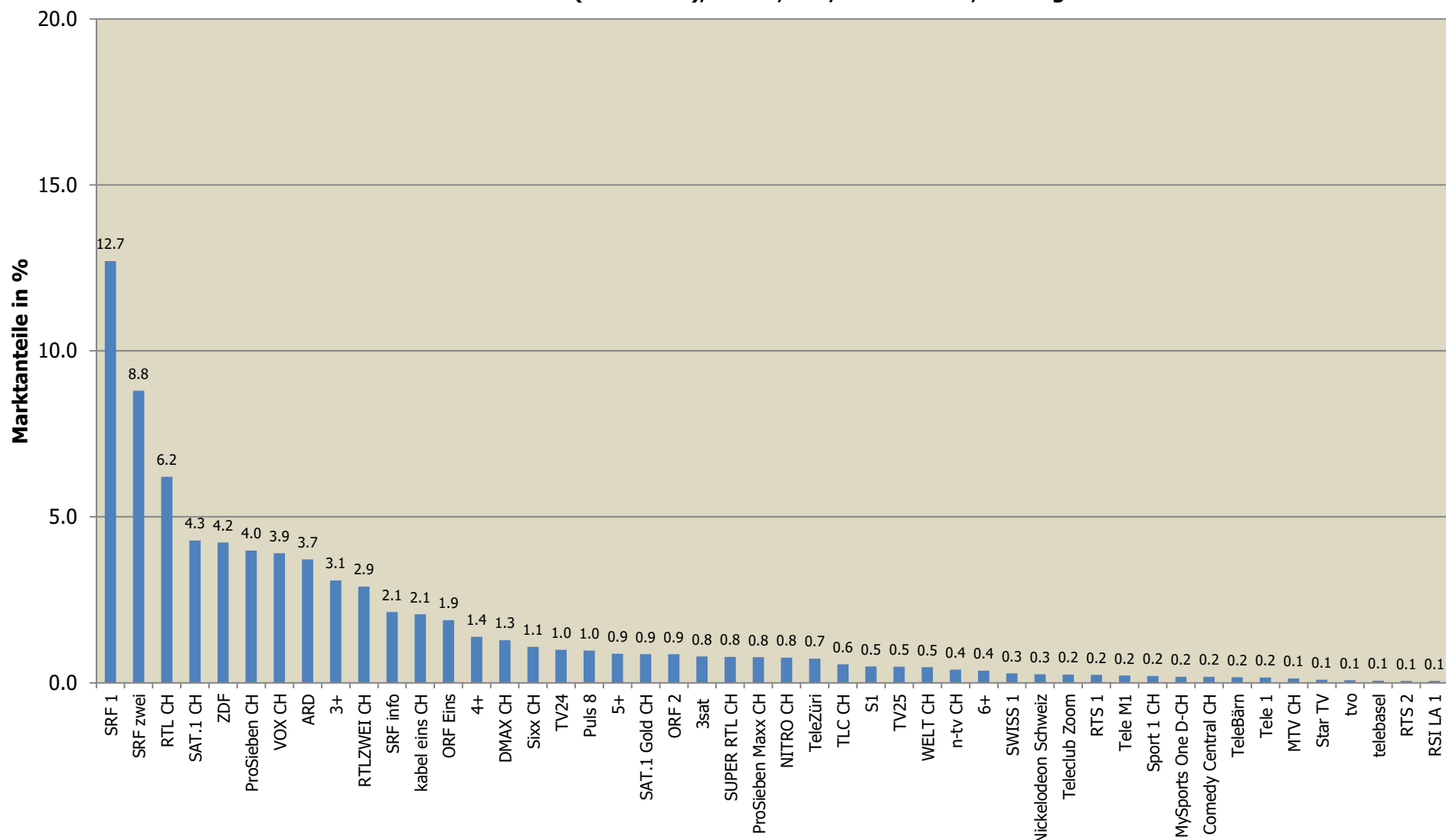
Stichprobe: 2'024

Zielgruppe: Personen 15+ (inkl. Gäste)

nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 21.7

Marktanteile Deutsche Schweiz - 2. Semester 2019

Personen 15-59 Jahre (inkl. Gäste), Mo-So, 24h, all Platforms, Overnight +7



Stichprobe: 1'259

Zielgruppe: Personen 15-59 Jahre (inkl. Gäste)

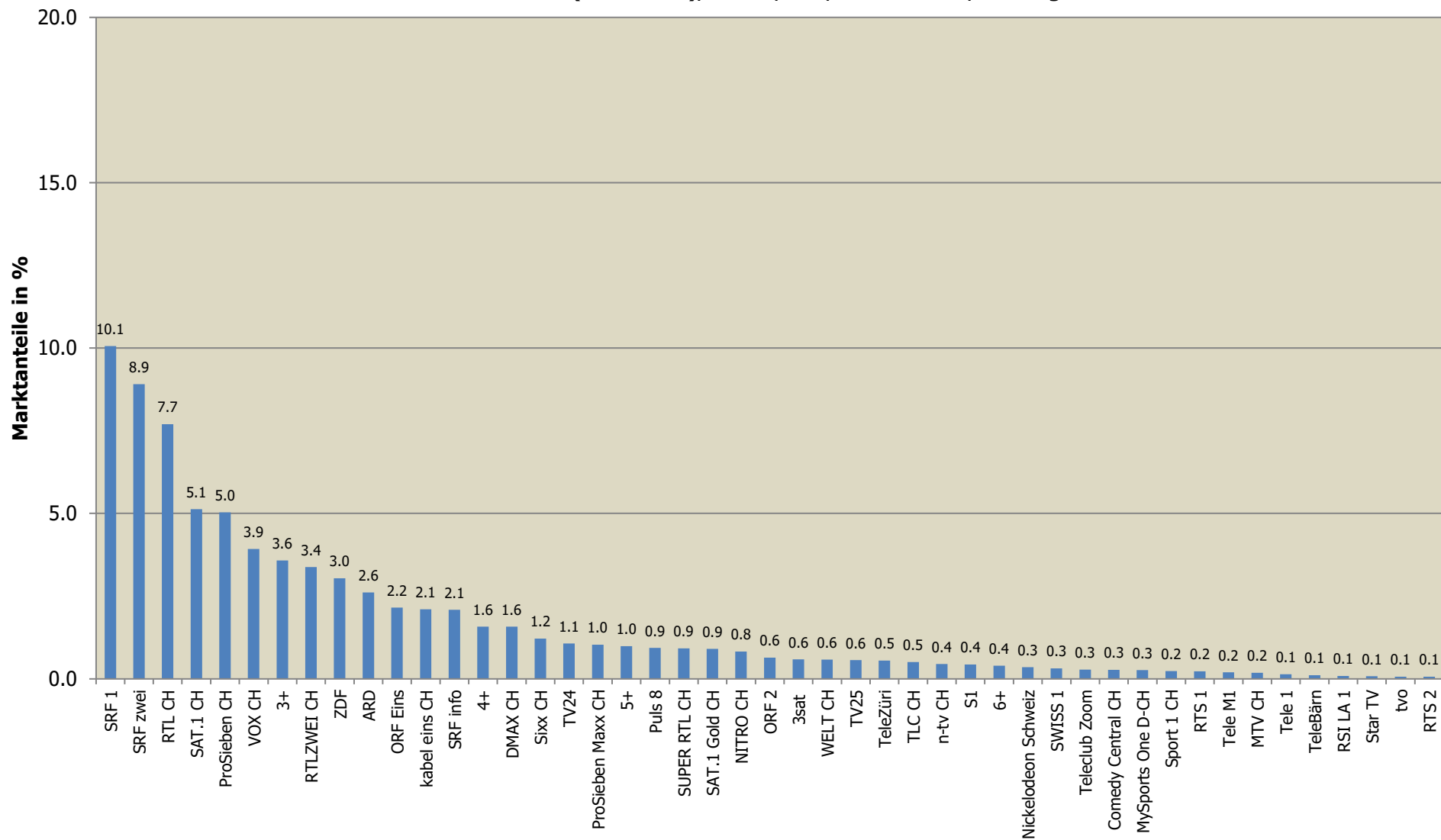
nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 22.7

Universum: 3'260'000 Personen 15-59

Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics)

Marktanteile Deutsche Schweiz - 2. Semester 2019

Personen 15-49 Jahre (inkl. Gäste), Mo-So, 24h, all Platforms, Overnight +7



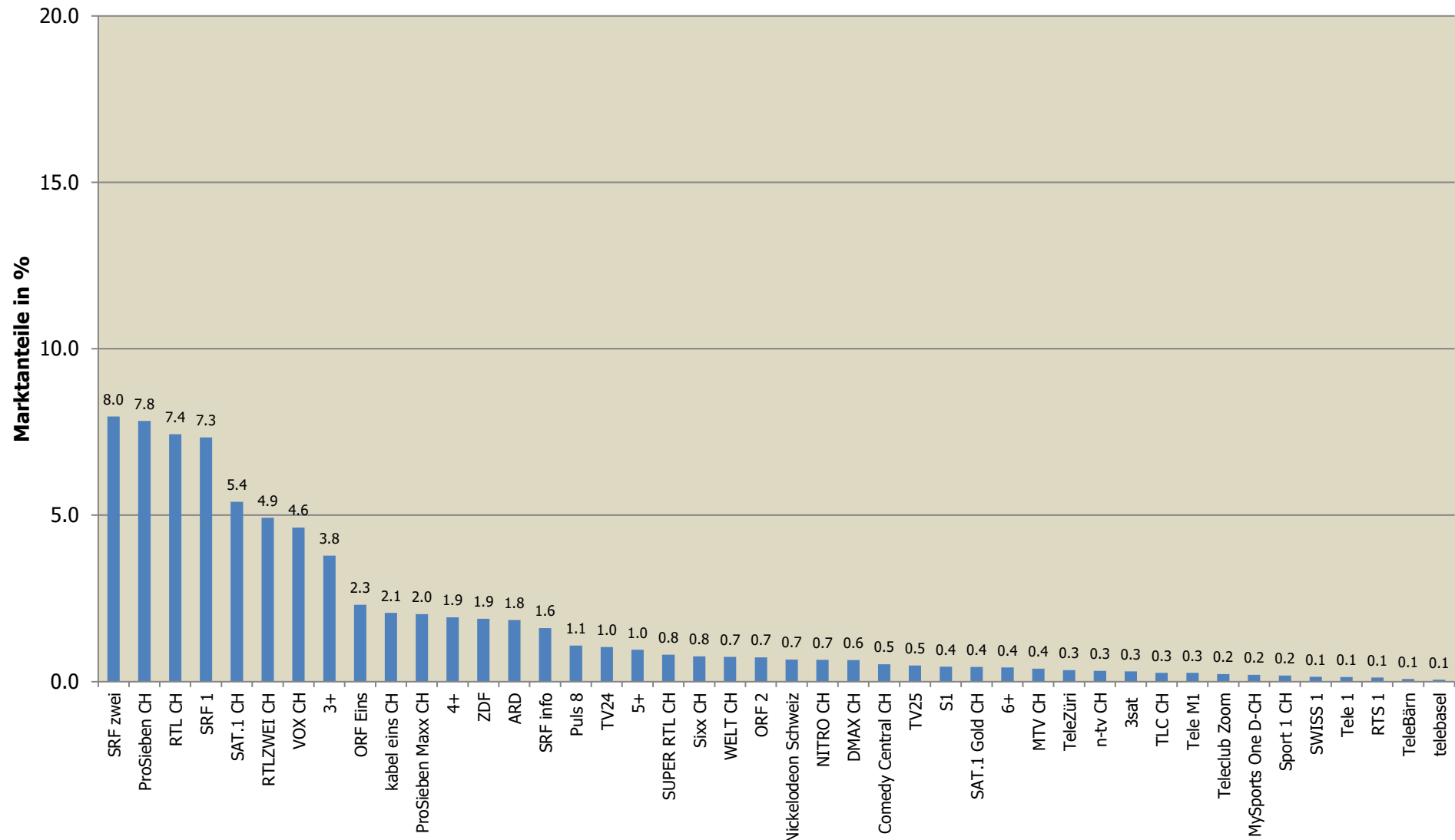
Stichprobe: 837

Zielgruppe: Personen 15-49 Jahre (inkl. Gäste)

nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 21.8

Marktanteile Deutsche Schweiz - 2. Semester 2019

Personen 15-29 Jahre (inkl. Gäste), Mo-So, 24h, all Platforms, Overnight +7



Stichprobe: 296

Zielgruppe: Personen 15-29 Jahre (inkl. Gäste)
nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 23.7

Universum: 935'000 Personen 15-29

Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics)