

PRESSEMITTEILUNG

Disney Channel erzielt 2018 neue Rekordwerte und ist einziger Sender mit Wachstum im Kinder-TV-Markt

- **Neue Tages- und Monatsmarktanteil-Rekorde in der Daytime**
- **Daytime-Reichweitenrekord für Sonderprogrammierung zu Mickys 90. Jubiläum**
- **Disney Channel 2018 Wachstums-Sieger im Kinder-TV-Markt**
- **Lokale Daytime-Eigenproduktion „Die Beni Challenge“ mit starken Quoten und hohem Engagement bei den Kindern**

München, 31. Dezember 2018. Der Disney Channel konnte 2018 mit der konsequenten Umsetzung des Ausbaus der Animationsstrecken in der Daytime einen Sprung nach vorne machen und neue Rekordwerte verzeichnen. Insgesamt erreichte der Münchner Sender nach einem Monatsmarktanteil von sehr guten 11,0 Prozent bei den 3- bis 13-jährigen Kindern im Dezember einen Jahresmarktanteil von sehr starken 11,2 Prozent für das Jahr 2018. Im Vergleich zu 2017 erzielte der Disney Channel damit ein Marktanteilswachstum von 23 Prozent. Unter allen Kindersendern schafft es der Disney Channel als einziger in der Zielgruppe 3-13 zu wachsen, sowohl insgesamt als auch bezogen auf die Werbeblockreichweiten. Darüber hinaus erreichte der Disney Channel Anfang April bei den 3- bis 13-Jährigen einen neuen Tagesmarktanteilsrekord von herausragenden 18,8 Prozent und gleichzeitig schloss der Monat April mit einem neuen Bestwert für die Monatsmarktanteile in der Zielgruppe von 13,2 Prozent ab. Ebenso konnte im November mit der Sonderprogrammierung zu Mickys 90. Jubiläum ein neuer Reichweitenrekord in der Daytime von 0,1 Mio. bei den 3-bis 13-jährigen Zuschauern erzielt werden. Der Münchner Sender stand bei den Tagesmarktanteilen im Jahr 2018 insgesamt 10 mal vor SUPER RTL und bei den Marktanteilen in der Primetime konnte der Disney Channel SUPER RTL bei den 14- bis 49-Jährigen insgesamt 52x auf die Plätze verweisen! Nach einem Monatsmarktanteil von sehr guten 1,2 Prozent im Dezember konnte in der Primetime bei den 14- bis 49-Jährigen ein Jahresmarktanteil von ebenfalls sehr guten 1,2 Prozent erreicht werden.

„Küss den Frosch“ mit über 710.000 Zuschauern erfolgreichster Film des Jahres

In der Primetime präsentierte der Disney Channel 2018 ein Filmfeuerwerk von 330 Spielfilmen, wobei „Küss den Frosch“ im März die besten Quoten verzeichnete und zum erfolgreichsten Film des Jahres wurde! Unter allen Zuschauern ab drei Jahren erzielte das Disney Highlight eine hervorragende Reichweite von 0,71 Mio. und 2,3 Prozent Marktanteil, bei den 14- bis 49-Jährigen konnte eine Reichweite von 0,40 Mio. und großartige 4,1 Prozent Marktanteil gewonnen werden. Auch Sonderprogrammierungen waren im vergangenen Jahr ein wichtiger und erfolgreicher Programmbestandteil auf dem Sender und vor allem die jährliche MONSTOBER-Programmierung zu Halloween hat die Zuschauer 2018 begeistert. Dabei präsentierte der Disney Channel über 35 schaurig-schöne Spielfilme, die mit beeindruckenden Quoten glänzten: Im Durchschnitt erreichten die MONSTOBER-Filme 0,25 Mio. Zuschauer ab drei Jahren und einen Marktanteil von 1,0 Prozent sowie bei den 14- bis 49-Jährigen 0,13 Mio. Zuschauer und 1,5 Prozent Marktanteil.

Lokale Eigenproduktion „Die Beni Challenge“ sorgt für hohes Engagement der Kinder

2018 präsentierte der Disney Channel in der Daytime neue, lokale Eigenproduktionen, eine Vielzahl an Serien in Erstaussstrahlung sowie brandneue Episoden bereits beliebter Serien. Ein großes Highlight waren die zwei Staffeln der lokalen Eigenproduktion „Die Beni Challenge“ mit Disney Heimkehrer Benedikt Weber, bei denen er sich scheinbar unlösbaren Herausforderungen stellte. Das Action-Format erzielte bei den 3- bis 13-Jährigen im Schnitt sehr gute 15,0 Prozent Marktanteil und in der Spitze errichte es bis zu 0,17 Mio. Zuschauer und 29,6 Prozent Marktanteil. Gleichzeitig sorgte das Highlight für ein großes Engagement in der Zielgruppe und es wurden rund 1700 Vorschläge für neue Aufgaben eingeschickt. Die erfolgreichste Serie bei den 3- bis 13-Jährigen in der Daytime ist die französische Animationsserie „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“. Mit den neuen Episoden der vor kurzem beendeten zweiten Staffel wurden im Schnitt sehr starke 23,3 Prozent Marktanteil erzielt, in der Spitze sogar bis zu 32,7 Prozent. Die reichweitenstärkste Folge von „Miraculous“ begeisterte 0,38 Mio. 3- bis 13-Jährige und die Serie war in ihrer Zeitschiene am Vorabend auch regelmäßig Marktführer unter den privaten Kindersendern.

Starke Nutzung der Online-Angebote

Die kostenlose Disney Channel App mit Mediathek und Livestream wurde intensiv von den Fans genutzt und verzeichnet große Zuwachsraten. So kommt die Mediathek, in der vor allem auch Live-Action-Serien angeboten werden, im Jahr 2018 insgesamt auf über 120,3 Mio. Abrufe bei einer durchschnittlichen Nutzungsdauer von 27,4 Minuten. Bisher verzeichnet die Disney Channel App mehr als 3,9 Mio. Downloads und kommt auf durchschnittlich 400.000 Unique User pro Monat. Ein besonderes Highlight war 2018 die exklusive Ausstrahlung der 3. Staffel von „Soy Luna“, die über 20,1 Mio. Video Views generieren konnte. Die Disney Channel App ist eine der erfolgreichsten TV-Apps in Deutschland und mit großem Abstand die weitverbreitetste App im Kinder-TV-Markt. Auch die Social-Media-Angebote des Disney Channels erfreuten sich 2018 großer Beliebtheit und erlebten einen starken Anstieg der Nutzungszahlen. Aktuell verzeichnet der Disney Channel auf YouTube mehr als 770.000 und auf Instagram über 500.000 Fans.

Thorsten Braun, Vice President & General Manager Disney Channels / Disney Media Sales & Partnerships, The Walt Disney Company GSA: „Wir freuen uns über ein sehr erfolgreiches Jahr, und dass der Ausbau der Animationsstrecken in der Daytime und Disney Heimkehrer Benedikt Weber voll eingeschlagen hat. Wir haben das uns selbst gesteckte Daytime-Ziel von 10 Prozent weit übertroffen und sind 2018 der einzige Sender mit Wachstum im Kinder-TV-Markt. Ebenso konnten wir 2018 mit 330 ausgestrahlten Spielfilmen in der Primetime punkten und das sehr gute Ergebnis des letzten Jahres bestätigen. Auch die starken Zahlen der Disney Channel App und unserer Social Media Plattformen sprechen für sich und belegen die große Attraktivität unseres Online-Angebots. Für das nächste Jahr haben wir für unsere Zuschauer wieder qualitativ hochwertiges Programm in der Content-Pipeline, mit dem wir auf der hervorragenden Performance dieses Jahres weiter aufbauen und neue Rekordwerte erreichen wollen.“

Programm-Informationen und druckfähiges Bildmaterial: www.disney-content.de

Mehr Infos auf der Website: www.DisneyChannel.de

Facebook: <https://www.facebook.com/disneydeutschland>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/DisneyChannelGermany>

Instagram: <http://www.instagram.com/disneychannelDE>

Disney Channel

Der frei empfangbare Disney Channel konzentriert das Programmangebot tagsüber auf Kinder, am Abend stehen Familien und insbesondere Erwachsene im Fokus. Im Internet stehen den deutschen TV-Zuschauern unter www.DisneyChannel.de kostenlos ein Live-Stream und eine Mediathek zur Verfügung. Diese Funktionen sind auch in der ebenfalls kostenfreien **Disney Channel App** nutzbar, mit der alle User die Serien und Shows aber auch Clips, Games, Votings sowie aktuelle Gifs & Memes überall von unterwegs aus abrufen können.

Pressekontakt:

Uli Müller

The Walt Disney Company GSA

T: +49 (0) 89 99 340 804

uli.mueller@disney.com