

PRESSEMITTEILUNG

Disney Channel Monatsmarktanteile: Deutsche Eigenproduktionen mit starken Quoten im April

- **Disney Channel Tagessieger am Ostersonntag bei Kindern im gesamten TV-Markt**
- **„Muppet Babies“ mit starken 28,6 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-Jährigen zum Serienstart**
- **„Hör mal, wer da hämmert“ ist Dauerbrenner in der Late Prime**

München, 6. Mai 2019. Wie in den Vormonaten glänzte der Disney Channel im April sowohl in der Day- als auch in der Primetime mit guten Quoten. Bei den 3- bis 13-Jährigen erreichte der Münchner Sender in der Daytime einen sehr guten Monatsmarktanteil von 12,1 Prozent und konnte darüber hinaus den stark umkämpften Ostersonntag als Tagessieger bei den Kindern abschließen. Der Disney Channel erzielte an dem Tag bei den 3- bis 13-Jährigen nicht nur einen sehr guten Daytime-Tagesmarktanteil von 13,8 Prozent und übertrumpfte damit alle anderen Sender im gesamten TV-Markt, sondern hatte auch in den Unterzielgruppen der 3- bis 13-jährigen Mädchen, der Kernzielgruppe der 6- bis 9-Jährigen sowie bei den 10- bis 13-jährigen Teens die Nase vorn.

Besonders erfolgreich verlief am 29. April der Serienstart der brandneuen Animationsserie „Muppet Babies“ im Rahmen des Vorschul-Programms „Mickys Mitmach-Morgen“. Die Auftaktepisode erreichte bei den 3- bis 13-jährigen Kindern einen großartigen Marktanteil von 28,6 Prozent und war damit die Nummer 1 in ihrer Zeitschiene vor allen anderen Sendern. Bei den 3-bis 5-Jährigen wurde sogar extrem starke 40,2 Prozent Marktanteil erzielt. Außerdem konnten im April besonders die lokalen Eigenproduktionen punkten. So erreichte die Anfang des Monats gestartete dritte Staffel der Comedy-Koch-Show „An die Töpfe, fertig, lecker!“ bei den 3- bis 13-Jährigen einen sehr starken durchschnittlichen Marktanteil von 15,9 Prozent. In der Kernzielgruppe der 6- bis 9-Jährigen wurden sehr gute 16,7 Prozent erzielt. In der gleichen Zielgruppe erreichten die neuen Folgen von „Die Beni Challenge“ im Schnitt sogar 20,2 Prozent Marktanteil und unter den 3- bis 13-Jährigen konnte die Action-Show 16,8 Prozent für sich verbuchen. Ebenso erfreute sich die von Disneys Zeichentrick-Meisterwerk inspirierte Serie „Das Haus der 101 Dalmatiner“ sehr großer Beliebtheit und erreichte bei den 3- bis 13-Jährigen durchschnittlich 14,0 Prozent Marktanteil und in der Spitze bis zu sehr guten 25,7 Prozent. Bei den 6- bis 9-Jährigen wurden starke 20,4 Prozent erzielt. Unangefochten an der Spitze steht die Hit-Serie „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“, die im April durchschnittlich 17,8 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-Jährigen mit einem Spitzenwert von 28,9

Prozent erreichte. Auch bei den 6- bis 9-Jährigen liegt die Serie nach wie vor voll im Trend und erzielte im Schnitt sehr starke 22,4 Prozent Marktanteil.

Bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern erzielte der Disney Channel in der Primetime im April sehr gute 1,3 Prozent Marktanteil und konnte damit sowohl im Vergleich zum Vormonat als auch zum Vorjahr ein Wachstum verbuchen. Beste Filme des Monats waren unter allen Zuschauern ab drei Jahren mit einer Sehbeteiligung von jeweils 0,53 Mio. Zuschauern und 1,8 Prozent Marktanteil die Highlights „Die drei Musketiere“ und „WALL-E – Der letzte räumt die Erde auf“. In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen kamen „Die drei Musketiere“ auf eine Reichweite von 0,23 Mio. und einen Marktanteil von 2,4 Prozent, „WALL-E“ sogar mit einer Reichweite von 0,22 Mio. Zuschauer auf einen Marktanteil von 2,5 Prozent. Außerdem erzielte bei den 14- bis 49-Jährigen das Highlight „Findet Nemo“ mit einer Reichweite von 0,24 Mio. Zuschauer einen starken Marktanteil von 2,6 Prozent. Im April konnte gleichfalls die Late Prime punkten und erreichte im Schnitt 1,3 Prozent Marktanteil. Dabei war vor allem Tim Allens „Hör mal, wer da hämmert“ sehr gefragt und erzielte bei den 14- bis 49-Jährigen durchschnittlich starke 1,8 Prozent Marktanteil. In der Spitze waren es sogar eine beeindruckende Reichweite von 0,2 Mio. Zuschauern und 3,5 Prozent Marktanteil.

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