

PRESSEMITTEILUNG

Disney Channel Monatsmarktanteile: Weiter auf Rekordkurs!

- **Bester Monat seit Sendestart mit starken 15,0 Prozent Monatsmarktanteil bei den 3- bis 13-jährigen Kindern**
- **Neuer Monatsmarktanteilsrekord von 18,6 Prozent in der Kernzielgruppe der 6- bis 9-jährigen Kinder**
- **Neuer Reichweiten-Rekord: Stärkste Miraculous-Folge erreicht am 14. November 0,411 Mio. Kinder, mehr als jedes andere Format 2019 bei einem kommerziellen Kindersender**

München, 2. Dezember 2019. Der Disney Channel baut sein Rekordhoch nach einem starken Fiskaljahresstart im Oktober noch weiter aus: Im November wurde mit 15,0 Prozent der bisher beste Monatsmarktanteil bei den 3- bis 13-jährigen Zuschauern erreicht! Trotz des starken Konkurrenzumfeldes konnten im Vergleich zum Vorjahres-November 40 Prozent Wachstum erzielt werden. Hier zeigt der Münchner Sender, dass auch in Zeiten rückläufiger Zuschauerzahlen im linearen Fernsehgeschäft ein signifikantes Wachstum möglich ist. Mit ausschlaggebend hierfür ist unter anderem eine sehr starke Programmierung am Vorabend. Zwischen 17.00 Uhr und 20.15 Uhr wird mittlerweile vollständig auf Live Action Sitcoms verzichtet und vor allem auf Animations-Formate gesetzt. Hinsichtlich der Kernzielgruppe der 6- bis 9-jährigen Kinder konnte im November ebenfalls ein neuer Rekord von 18,6 Prozent Marktanteil eingefahren werden. Größtes Zugpferd dieses Erfolgs ist die französische Animations-Serie „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“. Nach dem Einstart der neuen Folgen und einer stetigen Reichweitensteigerung brachte die Episode am 14. November es zur reichweitenstärksten Programm-Ausstrahlung bei Kindern zwischen 3 und 13 Jahren auf einem kommerziellen Kindersender im Jahr 2019: Mit 0,411 Mio. jungen Zuschauern sahen so viele Kinder eine Episode der Hit-Serie wie noch nie zuvor. In der Zeitschiene der Miraculous-Ausstrahlungen ist der Disney Channel aktuell Marktführer über alle Kindersender hinweg in der Zielgruppe der 3 bis 13-Jährigen.

Doch auch die weiteren Highlights des Daytime Programms wie „Taffy“ und „DuckTales“ sorgen für starke Quoten: Der Start der zweiten Staffel mit Donald Duck und Co. konnte ebenfalls in der Kernzielgruppe erfolgreich punkten. Fantastische 20,9 Prozent Marktanteil bei den 6- bis 9-Jährigen standen hier im Schnitt der Erstausstrahlungen zu Buche. Die Slapstick-Comedyserie „Taffy“ machte

den Disney Channel sogar zum Marktführer in der vorabendlichen Zeitschiene und erreicht durchschnittlich 23,6 Prozent der Kinder zwischen 6 und 9 Jahren.

Roger Crotti, Country Manager The Walt Disney Company GSA, freut sich: „Wir sind wirklich stolz auf die Erfolge des Disney Channels in den letzten Monaten. Dieses Wachstum resultiert aus unserer konsequenten strategischen Fokussierung auf Animation von Disney, lokalem Programmeinkauf sowie dem Ausbau unserer innovativen, lokalen Eigenproduktionen. Besonders mit Letzteren treffen wir den Zeitgeist der Kids: So erreichte das „Tierduell“ mit den Erstaussstrahlungen im November einen neuen Marktanteilshöchstwert von 22,3 Prozent in der Zielgruppe der 3- bis 13-Jährigen und auch „Die Beni Challenge“ kommt aktuell mit den Erstaussstrahlungen der dritten Staffel auf starke 25,6 Prozent Marktanteil in unserer Kernzielgruppe der 6- bis 9-jährigen Kinder. Das nächste Format steht schon in den Startlöchern, denn mit GAG ATTACK wird bereits Anfang Januar eine Sketch-Comedy-Show von Kindern für Kinder im Disney Channel zu sehen sein. Wir sind uns der Wichtigkeit unseres TV-Senders sehr bewusst und verfügen über ein großartiges, neues Programm Line-up in der Zukunft.“

In der Primetime konnte der Disney Channel seine soliden Erfolge fortsetzen und erreichte einen Monatsschnitt von 1,5 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern, was eine Steigerung von 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Am 1. November stieß vor allem der Film „Atlantis – Das Geheimnis der verlorenen Stadt“ in dieser Zielgruppe auf Begeisterung und erreichte sehr gute 2,9 Prozent Marktanteil bzw. 0,247 Millionen Zuschauer. Seit dem 20. November sind außerdem im Disney Channel Weihnachtszauber täglich magische Weihnachtsfilme zu sehen, unter anderem zahlreiche Deutsche Erstaussstrahlungen und Free-TV-Premieren. Besonders stark zeigten sich die Free-TV-Premiere des Animationsfilms „The Stolen Princess“ am vergangenen Samstag mit 2,5 Prozent Marktanteil und 0,204 Mio. Zuschauern in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sowie die Free-TV-Premiere „Liebesbriefe zu Weihnachten“ am letzten Donnerstag mit 2,2 Prozent Marktanteil und 0,200 Mio. Zuschauern. Noch bis einschließlich 26. Dezember zeigt der Disney Channel die schönsten Weihnachtsfilme.

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:

Cornelia Runkel

The Walt Disney Company GSA

T: +49 (0) 89 99 340 772

cornelia.runkel@disney.com