

PRESSEMITTEILUNG

Disney Channel Monatsmarktanteile: Neuer Rekord von 15,4 Prozent bei den 3- bis 5-jährigen Kindern

- **Mit 14,3 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 9-Jährigen drittbester Monat seit Sendestart**
- **3. Staffel der lokalen Eigenproduktion „An die Töpfe, fertig, lecker!“ ein voller Erfolg**

München, 1. Juli 2019. Der Disney Channel schwimmt weiterhin auf einer Erfolgswelle und konnte im Juni die guten Quoten der Vormonate nicht nur bestätigen, sondern bei den 3- bis 5-Jährigen mit 15,4 Prozent auch einen neuen Monatsmarktanteilrekord aufstellen. In der Zielgruppe der 3- bis 9-jährigen Kinder lief es ähnlich gut und mit 14,3 Prozent Marktanteil wurde das drittbeste Monatsergebnis seit Sendestart erreicht. Bei den 3- bis 13-Jährigen war der Juni mit einem Monatsmarktanteil von 12,6 Prozent ebenfalls ein voller Erfolg und der Disney Channel erreichte damit ein Wachstum von 33,2 Prozent im Vergleich zum Juni 2018.

Besonders erfolgreich war der Dauerbrenner „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ die bei den 3- bis 13-Jährigen durchschnittlich sehr starke 17,9 Prozent Marktanteil erzielte. Die neue Animationsserie „Käfer-City“ konnte ebenfalls überzeugen und erreichte durchschnittlich 14,6 Prozent Marktanteil. Ebenso lief die Animationsserie „PJ Masks – Pyjamahelden“ sehr gut, die bei den 3- bis 13-Jährigen durchschnittlich sehr starke 13,0 Prozent Marktanteil erzielte. In der Zielgruppe der 3- bis 5-Jährigen wurden sogar 17,3 Prozent erreicht. Sehr erfreulich lief die 3. Staffel der lokalen Eigenproduktion „An die Töpfe, fertig, lecker“, die Anfang April auf Sendung ging. Über alle Erstaussstrahlungen hinweg erzielte die Comedy-Kochshow bei den 3- bis 13-Jährigen im Schnitt sehr starke 18,2 Prozent.

In der Primetime erreichte der Disney Channel bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern im Juni sehr gute 1,4 Prozent Marktanteil und konnte damit sowohl im Vergleich zum Vormonat als auch zum Vorjahr ein Wachstum verbuchen. Bester Filme des Monats unter allen Zuschauern ab drei Jahren war der Disney Klassiker „Aristocats“ mit einer Reichweite von 0,373 Mio. Zuschauern und 1,6 Prozent Marktanteil. Unter den 14- bis 49-Jährigen konnten 0,151 Mio. und ein Marktanteil von guten 2,5 Prozent erreicht werden. In der gleichen Zielgruppe lief nur „Arielle, die Meerjungfrau 2 – Sehnsucht nach dem Meer“ mit 0,185 Mio. Zuschauer und einem Marktanteil von 2,7 Prozent noch erfolgreicher.

Unter allen Zuschauern ab drei Jahren erreichte das Highlight 0,329 Mio. Zuschauer und einen Marktanteil von 1,3 Prozent. Im Juni konnte gleichfalls die Late Prime punkten und erzielte bei den 14- bis 49-Jährigen ebenfalls im Schnitt 1,4 Prozent Marktanteil. Dabei war vor allem Tim Allens „Hör mal, wer da hämmert“ sehr gefragt und brachte es in dieser Zielgruppe auf durchschnittlich starke 2,5 Prozent Marktanteil. In der Spitze waren es sogar eine beeindruckende Reichweite von 0,169 Mio. Zuschauern und 4,4 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