



PRESSEMITTEILUNG

Disney Channel Monatsmarktanteile: Starke Werte in der Daytime

- In der Kernzielgruppe der 6-9 Jährigen verzeichnet der Disney Channel mit 18,0 Prozent Monatsmarktanteil im Juni den drittbesten Monat seit Senderstart
- Die „Die Milo Murphy“-Sonderprogrammierung, der „Schlimmer geht’s immer-Tag“, erzielt in der Spitze bis zu 32,8 Prozent Marktanteil bei den 3-13-Jährigen

München, 1. Juli 2020 – Mit einem durchschnittlichen Monatsmarktanteil von 12,9 Prozent führt der Disney Channel seinen Erfolgskurs in der Daytime fort: Insbesondere in der Kernzielgruppe der 6-9-jährigen Kinder verbuchte der Disney Channel mit 18,0 Prozent Monatsmarktanteil grandiose Werte. Damit war der Juni nicht nur der drittstärkste Monat seit Sendebeginn, der Disney Channel konnte sich in der Kernzielgruppe in den Zeitschienen zwischen 13-17 Uhr und 17-20.15 Uhr auch als Marktführer unter allen Kindersendern behaupten.

Zu diesen Top-Ergebnissen haben vor allem beliebte Animationsserien, wie „Star gegen die Mächte des Bösen“, „Schlimmer geht’s immer mit Milo Murphy“, „Gravity Falls“ oder der Dauerbrenner „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ beigetragen. Die vierte Staffel der quietschbunten Fantasy-Serie „Star gegen die Mächte des Bösen“ verbuchte im Juni einen sehr guten Monatsmarktanteil von 16,9 Prozent, während die Sonderprogrammierung am 27. Juni zu „Schlimmer geht’s immer mit Milo Murphy“ am „Schlimmer geht’s immer-Tag“ Spitzenwerte von bis zu 32,8 Prozent Tagesmarktanteil in der Zielgruppe der 3-13 Jährigen erzielte. Über die komplette Daytime des Eventtags hinweg standen sehr gute 16,2 Prozent Tagesmarktanteil im Durchschnitt zu buche. Rekordverdächtige Quoten gab es für den Disney Channel auch am Brückentag nach Fronleichnam: Dank Publikumsbeliebten wie z.B. „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“, „Phineas und Ferb“ oder „Kung Fu Panda: Die Tatzen des Schicksals“ verzeichnete der Sender mit satten 18 Prozent Marktanteil in der Daytime bei den 3-13-jährigen Kindern den besten Tag des Monats.

In der Primetime konnten im Schnitt 1,2 Prozent Monatsmarktanteil bei den Zuschauern zwischen 14 und 49 Jahren erreicht werden. Das Highlight war die Ausstrahlung von „Die Schöne und das Biest“, die 3,2 Prozent Marktanteil bei Erwachsenen zwischen 14 und 49 Jahren erzielte. Insgesamt sahen rund 0,582 Mio. Zuschauer ab 3 Jahren das zauberhafte Disney Meisterwerk aus dem Jahr 1991.

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

Mehr Infos auf der Website: www.DisneyChannel.de

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



Über den Disney Channel

Der frei empfangbare Disney Channel konzentriert das Programmangebot – darunter TV-Premieren, Serien, Filmklassiker und lokal eigenproduzierte Formate – tagsüber auf Kinder, am Abend stehen Familien und insbesondere Erwachsene im Fokus. Weitere Infos unter www.DisneyChannel.de.

Pressekontakt:

Cornelia Runkel

The Walt Disney Company GSA

T: +49 (0) 89 99 340 0

cornelia.runkel@disney.com