



## PRESSEMITTEILUNG

### Disney Channel Monatsmarktanteile: Neue Rekorde im August

- **Grandiose 18,6 Prozent Marktanteil bei den 6- bis 9-Jährigen machen den Münchner Sender mit Abstand zum Marktführer in der Zielgruppe**
- **„Die Beni Challenge“ und „An die Töpfe, fertig, lecker!“ erreichen mit den stärksten Episoden seit Ausstrahlungsbeginn jeweils über 40 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-jährigen Kindern**
- **Herausragende Quoten für Eventprogrammierung „Der große Phineas und Ferb Tag“: Disney Channel in allen Kinderzielgruppen Tagessieger im gesamten TV-Markt in der Daytime**

*München, 1. September 2020* – Im August jagte im Disney Channel ein Rekord den nächsten: Erfolgreiche Eigenproduktionen, beliebte Animationsinhalte und eine Sonderprogrammierung sorgten für fulminante Quoten! Mit einem Monatsmarktanteil von 14,3 Prozent bei den 3- bis 13-Jährigen war der August in der Zielgruppe der viertbeste Monat seit Senderbestehen und bereits der dritte Monat in diesem Jahr, der die 14 Prozent-Marke knackte. Bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern wurde sogar zum zweiten Mal in diesem Jahr ein Rekordwert von 18,6 Prozent Monats-Marktanteil erreicht. Die Primetime bei den Erwachsenen zwischen 14 und 49 Jahren kam im Schnitt auf 1,1 Prozent Marktanteil.

In der Daytime konnten unter anderem die Eigenproduktionen neue Bestwerte setzen: Sowohl „Die Beni Challenge“ als auch „An die Töpfe, fertig, lecker!“ verzeichneten mit den Sendungen am 16. August ihre jeweils erfolgreichsten Ausstrahlungen bei den 3- bis 13-Jährigen seit dem Sendebeginn der Shows. Die Episode von „Die Beni Challenge“ erreichte zum Ausstrahlungszeitpunkt ganze 42,7 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-jährigen Kindern, während die Folge von „An die Töpfe, fertig, lecker!“ grandiose 41,2 Prozent in der selben Zielgruppe erzielte. Damit beweist der Disney Channel einmal mehr, wie erfolgreich und gefragt die lokal produzierten Formate rund um den abenteuerlustigen Moderator Benedikt Weber und die beiden Kinderköche Amalia und Marwin beim jungen Publikum sind. Grund genug für „Die Beni Challenge“ in die nächste Runde zu gehen: Ab dem 5. September stellt sich der sympathische Draufgänger in der vierten Staffel seiner Show wieder neuen, nahezu unmöglichen Aufgaben und schreckt vor keiner Herausforderung zurück!

Weiterhin großer Beliebtheit erfreuen sich auch die anderen Animationsinhalte in der Daytime: Die Premieren der neuen Episoden von „Kung Fu Panda: Die Tatzen des Schicksals“ verzeichneten grandiose Werte in der Access Prime – bei den 3- bis 13-jährigen Kindern konnten bis zu 21,4 Prozent Marktanteil verbucht werden und in der Zielgruppe der 6- bis 9-Jährigen standen sogar stolze 32,0 Prozent Marktanteil zu Buche! Gewohnt stark lief im Vorabendprogramm auch die französische Animationsserie „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“, die im Schnitt 17,4 Prozent



Marktanteil bei den 3- bis 13-Jährigen und 22,0 Prozent Marktanteil bei den 6- bis 9-jährigen Jungen und Mädchen verzeichnen konnte.

### **„Der große Phineas und Ferb Tag“ im Disney Channel**

Als weiteres Highlight des sommerlichen Programms stach die Eventprogrammierung zur beliebten Animationsserie „Phineas und Ferb“ hervor, die sensationelle Quoten erzielte: „Der große Phineas und Ferb Tag“ am 29. August verbuchte in allen Kinderzielgruppen Bestwerte und machte den Disney Channel damit zum Tagessieger im gesamten TV-Markt in der Daytime! Im Einzelnen lagen die Tagesmarktanteile bei den 3- bis 13-Jährigen bei 18,0 Prozent, bei den 6- bis 9-Jährigen waren es 21,5 Prozent und bei den Kindern zwischen 10 und 13 Jahren 18,0 Prozent. Auch die neue Strategie, die Eventprogrammierung bis in den Abend hinein zu verlängern, zeigte Wirkung und wurde von tollen Quoten in der Primetime belohnt: Ein besonderes Highlight war die fünfminütige Preview des Disney+ Originals „Phineas und Ferb – der Film: Candace gegen das Universum“, das einen Tag zuvor Premiere auf dem Streaming-Service feierte. Die Vorschau des neuen Abenteuers kam sehr gut an und erreichte neben starken Werten bei den Kindern auch bei den 14- bis 49-jährigen Erwachsenen ganze 3,1 Prozent Marktanteil und lockte im Schnitt 0,177 Millionen Zuschauer vor den Fernseher. Im Anschluss wurde der Spielfilm „Phineas und Ferb: Quer durch die zweite Dimension“ gesendet, der sehr gute 2,8 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen sowie 0,175 Millionen Zuschauer verzeichnen konnte und damit die erfolgreichste Film-Ausstrahlung des Monats war. Insgesamt haben somit fast 3 Millionen Zuschauer ab 3 Jahren während der „Phineas und Ferb“ Sonderprogrammierung den Disney Channel eingeschaltet. Im Zuge des Event-Tags zum Disney+ Start von „Phineas und Ferb – Der Film: Candace gegen das Universum“ konnten kleine und größere Fans noch einmal die witzigsten und verrücktesten Momente des Serienhits um die beiden Stiefbrüder Revue passieren lassen. Begleitet wurde der Tag im Disney Channel durch die Einspielung von eigens für die Programmierung produzierten Sonder-Assets.

**Programm-Informationen und druckfähiges Bildmaterial:** [www.disney-content.de](http://www.disney-content.de)

**Mehr Infos auf der Website:** [www.DisneyChannel.de](http://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](http://www.DisneyChannel.de).*

### **Pressekontakt:**

Cornelia Runkel

The Walt Disney Company GSA

T: +49 (0) 89 99 340 0

[cornelia.runkel@disney.com](mailto:cornelia.runkel@disney.com)