



PRESSEMITTEILUNG

Disney Channel Monatsmarktanteile: Starke Quoten in der Daytime durch fantastische Serien-Highlights und Specials

- **„Miraculous“ startet fulminant in die neue Staffel; Miraculous Special „Miraculous World: Shanghai, Die Legende von Ladydragon“ beschert dem Sender Traumquoten**
- **Starke Daytime mit der „Beni Challenge“, „Mira – Die Meisterdetektivin“, der dritten Staffel der „DuckTales“**
- **Sonderprogrammierung „Ich bin dein Vater-Tag“ überzeugt mit erfolgreichen Quoten**
- **Disney-Klassiker „Arielle, die Meerjungfrau“ verzeichnet solide 3,3 Prozent Marktanteil bei erwachsenen Zuschauern**

München, 01. Juni 2021 – Eine große Programmvietfalt und die Sonderprogrammierung von Event-Tagen sowie Lieblingsfilme in der Primetime zeichnen den Disney Channel auch im Mai aus und sorgen für gute Quoten. Auch diesen Monat behauptet sich der Münchner Sender in den Kinderzielgruppen tagsüber mit überzeugenden Werten: In der Zielgruppe der 3- bis 13-jährigen Kinder legt der Sender im Vergleich zum Vormonat zu und erreicht im Durchschnitt einen Marktanteil von 13,9 Prozent. Mit im Durchschnitt 20,5 Prozent bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern liegt der Disney Channel im Mai innerhalb der Kernzielgruppe wieder vorne.

Am 23. Mai erreichte der Disney Channel mit dem Special „Miraculous World: Shanghai, Die Legende von Ladydragon“ als Premiere sensationelle 41,5 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-Jährigen und sagenhafte 39,1 Prozent bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern. An diesem Tag wurden insgesamt 15 „Miraculous“-Folgen ausgestrahlt, die im Durchschnitt, zusammen mit dem Special, auf einen Marktanteil von 22,6 Prozent bei den 3- bis 13-jährigen und auf 24,9 Prozent bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern kamen. Dank dieser hervorragenden Quoten war der Disney Channel während der Ausstrahlungen Marktführer in allen relevanten Kinderzielgruppen. Insgesamt konnte sich der Disney Channel am 23. Mai als Marktführer in fast allen Kinderzielgruppen durchsetzen. Auch die neuen Folgen von „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ konnten einen sehr starken Auftakt für sich verbuchen: Am 25. Mai erreichte der Disney Channel bei 3- bis 13-Jährigen mit im Durchschnitt 0,385 Millionen Zuschauern einen phänomenalen Marktanteil von 46,1 Prozent. Generell erzielten die neuen Folgen im Schnitt 32,9 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-jährigen Zuschauern und 41,1 Prozent bei den 6- bis 9-Jährigen.

Doch nicht nur Ladybug und Cat Noir können überzeugen, denn der Mai hatte einige Highlights im Programm. Auch die „Beni Challenge“ verzeichnet weiterhin Top-Quoten im Disney Channel. Im Mai konnte die Sendung mit 14,0 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-Jährigen und großartigen 22,0 Prozent bei den 6- bis 9-Jährigen die jungen Zuschauer begeistern. Die gesamte vierte Staffel erreichte bisher 16,6 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-jährigen Zuschauern und 22,7 Prozent bei



den 6- bis 9-Jährigen, wodurch der Disney Channel für die Episoden im Mai und für die gesamte vierte Staffel der „Beni Challenge“ Marktführer bei der Zielgruppe der 6- bis 9-Jährigen bleibt. Weiter unterhielt „Mira – Die Meisterdetektivin“ in der Kernzielgruppe die 6- bis 9-jährigen Zuschauer mit einem guten Start von 19,2 Prozent Marktanteil und in der Spitze bis zu 37,9 Prozent Marktanteil in dieser Zielgruppe.

Ein Garant für gute Unterhaltung und solide Werte sind die „DuckTales“. Die dritte Staffel der „DuckTales“ erreichte bei der Zielgruppe der 3- bis 13-Jährigen im Mai durchschnittlich 10,5 Prozent Marktanteil und bei den 6- bis 9-Jährigen 13,8 Prozent. Hervorzuheben ist die reichweitenstärkste Ausstrahlung am 25. Mai mit 0,074 Millionen Zuschauern und großartigen 25,4 Prozent Marktanteil im Durchschnitt innerhalb der Zielgruppe der 3- bis 13-Jährigen. Das Special „DuckTales: Das letzte Abenteuer“ konnte am 13. Mai in fast allen Zielgruppen ebenfalls die Marktführung erzielen mit 19,5 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-Jährigen und 24,9 Prozent bei den 6- bis 9-Jährigen.

Im Mai jagte ein Highlight das nächste, so wurde auch die Vatertags-Sonderprogrammierung am 13. Mai, „Ich bin dein Vater-Tag“, zum Erfolg und führte zu beachtlichen Werten. Insgesamt verbuchte die Sonderprogrammierung bei den 3- bis 13-jährigen Zuschauern einen durchschnittlichen Marktanteil von 12,6 Prozent und in der Kernzielgruppe der 6- bis 9-Jährigen überzeugende 20,5 Prozent und auch bei den Jungs in der Zielgruppe der 3- bis 13-Jährigen hat er mit 17,5 Prozent Marktanteil sehr gut performt, wodurch der Disney Channel an diesem Tag in diesen beiden Zielgruppen Marktführer war. Die stärksten Quoten erreichte Episode 10 von „Star Wars: Die Abenteuer der Freemaker“ bei den 3-bis 13-Jährigen. Die Ausstrahlung kam auf einen durchschnittlichen Marktanteil von 21,5 Prozent. Auch auf Programmebene überzeugte „Star Wars: Die Abenteuer der Freemaker“ in den relevanten Zielgruppen.

In der Primetime verbuchte der Disney Channel seine Quoten dank der Disney Channel Lieblingsfilme und erreichte einen Monatschnitt von 0,9 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern, was unter den Vormonatswerten liegt. Der Münchener Sender punktete vor allem mit dem Disney Klassiker „Arielle, die Meerjungfrau“, der einen Marktanteil von sehr guten 3,3 Prozent bei den Erwachsenen von 14-49 Jahren erlangte. „Das Dschungelbuch“ verzeichnete 0,197 Mio. Zuschauer im Schnitt und einen Marktanteil von 2,8 Prozent bei den Erwachsenen von 14-49 Jahren. „Cars“ erreichte am vergangenen Samstag einen Marktanteil von 2,5 Prozent – ebenfalls bei den Erwachsenen von 14-49 Jahren. Die Ausstrahlung des Film-Highlights „Das große Krabbeln“ machte in der gleichen Zielgruppe erfolgreiche 2,1 Prozent Marktanteil.

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:

Carla Herzog

The Walt Disney Company GSA

T: +49 (0) 89 99 340 0

carla.herzog@disney.com