



## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Monatsmarktanteile im November: Starke Quoten Dank der Disney Channel Lieblingsfilme sowie des Weihnachtszaubers im Abendprogramm; „Miraculous“ überzeugt erneut in der Daytime**

- **Disney Channel tagsüber Marktführer mit neuen Folgen von „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“**
- **Animationshit „Ralph reißt's“ verzeichnet sensationelle 3,7 Prozent Marktanteil bei erwachsenen Zuschauern**
- **Weihnachtszauber mit soliden Quoten gestartet – „Santa Claus – Eine schöne Bescherung“ und „Santa Claus 2 – Eine noch schönere Bescherung“ punkten in der Vorweihnachtszeit**

*München, 01. Dezember 2021* – Der November im Disney Channel konnte vor allem durch Dauerbrenner wie den neuen Folgen von „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ in der Daytime sowie beliebten Animations-Highlights für die ganze Familie und den ersten Ausstrahlungen im Rahmen des „Weihnachtszaubers“ in der Primetime überzeugen. In den Kinderzielgruppen erreichte der Disney Channel tagsüber solide Werte: Während in der Zielgruppe der 3- bis 13-jährigen Kinder im Durchschnitt 12,7 Prozent Marktanteil erzielt wurden, verbuchte der Sender 15,0 Prozent Marktanteil bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern. In der Primetime erreichte der Sender durchschnittlich 1,1 Prozent innerhalb der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.

„Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ kann auch im November mit neuen Folgen mehr als überzeugen. Der Quotengarant im Disney Channel sorgt stetig für grandiose Marktanteile. Ab 8. November wurden sechs neue Folgen ab 18.45 Uhr Montag bis Samstag ausgestrahlt, danach wurde jeweils eine bekannte Folge gezeigt. Die reichweitenstärkste Einzelausstrahlung war die neue Folge zum Auftakt am Montag, den 8. November mit einem fantastischen Marktanteil von 31,0 Prozent bei der Kernzielgruppe der 3- bis 13-Jährigen. Durchschnittlich erzielten die neuen Folgen von „Miraculous“ einen Marktanteil von 25,5 Prozent bei den 3- bis 13-jährigen Kindern und von 26,3 Prozent bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern sowie 24,3 Prozent bei den 10- bis 13-Jährigen; auch bei den 3- bis 13-jährigen Jungen konnte der Disney Channel mit 24,6 Prozent punkten, wodurch der Sender in all diesen Zielgruppen als Marktführer auf dem Kindermarkt hervorgeht. In der gesamten Woche konnten die neuen Folgen der französischen Hit-Show in Kombination mit einer alten Folge im Anschluss einen durchschnittlichen Marktanteil von 26,5 Prozent bei den 3- bis 13-jährigen Kindern und fantastische 28,9 Prozent bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern verbuchen und sicherte hiermit dem Münchner Sender die Marktführung in allen relevanten Kinderzielgruppen.

Eine weitere Eventprogrammierung konnte im November überzeugen: Der „Boss Baby Tag“ am 20. November war vollumfänglich den kleinen Chefs und Chefinnen gewidmet. Der Tagesmarktanteil



des Münchner Senders lag bei soliden 12,6 Prozent bei Kindern von 3 bis 13 Jahren und bei 15,3 Prozent bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern. Die reichweitenstärkste Ausstrahlung lief um 18.45 Uhr und erzielte solide 14,4 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-Jährigen. In der Zielgruppe der 3- bis 13-Jährigen erreichten alle „Boss Baby“-Folgen einen durchschnittlichen Marktanteil von 13,6 Prozent und liegen damit über dem Senderschnitt. Bei den 6- bis 9-Jährigen kommt der Disney Channel auf einen Marktanteil von 16,6 Prozent.

Das Abendprogramm erreicht einen Monatsschnitt von 1,1 Prozent innerhalb der Kernzielgruppe der 14- bis 49-Jährigen. In dieser Zeitschiene sind weiterhin die familienfreundlichen Disney Channel Lieblingsfilme ein absoluter Renner und insbesondere vier Filme haben bei den Erwachsenen überdurchschnittlich gut performt: Nicht nur die reichweitenstärkste Ausstrahlung gewann der quirlige Animations-Hit „Ralph reißt’s“ für sich, sondern konnte bei den 14- bis 49-Jährigen ganze 3,7 Prozent Marktanteil verzeichnen. Die Disney Klassiker „Robin Hood“ und „Das Dschungelbuch“ freuten sich über 1,8 Prozent bzw. 2,3 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Auch der niedliche Animations-Film „Gans im Glück“ konnte mit 2,3 Prozent Marktanteil der 14- bis 49-jährigen Disney Channel Fans vor den heimischen Bildschirm ziehen. Weiter konnte im Spielfilm am Donnerstag Vin Diesel mit „Der Babynator“ 1,9 Prozent Marktanteil der 14- bis 49-Jährigen für sich verbuchen.

Im November startete der Disney Channel mit der Sonderprogrammierung „Weihnachtszauber“ die Vorweihnachtszeit mit beliebten Klassikern und neuen Verfilmungen rundum die besinnlichste Zeit des Jahres. Seit dem 18. November werden „Weihnachtszauber“-Filme ausgestrahlt und haben bisher in der Primetime durchschnittlich einen Marktanteil von 1,6 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen erzielen können. Ausstrahlungshighlights sind die beiden Klassiker mit Tim Allen: „Santa Claus – Eine schöne Bescherung“ und „Santa Claus 2 – Eine noch schönere Bescherung“. „Santa Claus 2“ konnte stolze 3,1 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen Zuschauern für den Münchner Sender verbuchen. Doch auch „Santa Claus“ kam auf gute 1,9 Prozent Marktanteil in der gleichen Zielgruppe.

**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:**

Carla Herzog

The Walt Disney Company GSA

T: +49 (0) 89 99 340 0

[carla.herzog@disney.com](mailto:carla.herzog@disney.com)