



PRESSEMITTEILUNG

Disney Channel Monatsmarktanteile: Neuer Serienhit „GhostForce“ startet stark in der Daytime und die Disney Channel Lieblingsfilme sorgen für gute Quoten in der Primetime

- **Mit 16,0 Prozent Marktanteil bei den 6- bis 9-Jährigen in der Daytime bleibt der Disney Channel auch im September unter den führenden werberelevanten Kindersendern**
- **Neue Serie „GhostForce“ begeistert mit durchschnittlich 29,7 Prozent bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern in der Daytime; „Bluey“ überzeugt in der Preschool-Schiene am Morgen**
- **Der „Phineas & Ferb Tag“ holt Traumquoten und beschert dem Disney Channel die Marktführung bei den 10- bis 13-Jährigen**
- **Disney Channel Lieblingsfilme sorgen für solide Quoten mit Klassikern in der Primetime**

München, 1. Oktober 2021 – Auch im September bleibt der Disney Channel im Vergleich mit den konkurrierenden Kindersendern solide: Während in der Zielgruppe der 3- bis 13-jährigen Kinder im Durchschnitt 12,9 Prozent Marktanteil erreicht wurden, waren es 16,0 Prozent Marktanteil bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern. In der Daytime konnte der Sender mit dem neu gestarteten Titel „GhostForce“ weitere Zuschauer in den relevanten Zielgruppen gewinnen. Die Preschool-Serie „Bluey“ ist am Morgen stark. Beachtliche Quoten brachte auch die Eventprogrammierung „Phineas & Ferb Tag“ am 04. September 2021. In der Primetime konnte der Sender besonders mit den Lieblingsfilmen überzeugen.

In der Daytime stach insbesondere der Start der ersten Staffel von „GhostForce“ hervor: Die ersten Episoden, die seit dem 20. September im Programm sind, kamen so gut bei den 3- bis 13-Jährigen und 6- bis 9-Jährigen an, dass die Erstaussstrahlungen jeweils 25,1 Prozent und 29,7 Prozent Marktanteil in den genannten Zielgruppen erreichten. Der Disney Channel ist während der Ausstrahlung in den meisten relevanten Kinderzielgruppen Marktführer auf dem Kindermarkt (Kinder 3-13, Kinder 3-5, Kinder 6-9, Mädchen 3-13 und Jungen 3-13). Reichweitenstärkste Ausstrahlung war bei den 3- bis 13-Jährigen die Episode am 28. September um 15:35 Uhr; diese erreichte in dieser Zielgruppe einen Marktanteil von 37,2 Prozent. In der Kernzielgruppe der 6- bis 9-jährigen Zuschauer überzeugte die Episode am 22. September um 15:35 Uhr mit einem Marktanteil von sogar 48,1 Prozent. Zusammen mit „Miraculous“, dem Dauerbrenner im Disney Channel, kann sich der Münchner Sender mit diesen Serien den ersten Platz in der Zielgruppe der 3- bis 13-Jährigen auf dem kommerziellen Kindermarkt sichern. Durchschnittlich erreicht „Miraculous“ in der Access Primetime 15,8 Prozent bzw. 19,3 Prozent bei den 3- bis 13-Jährigen bzw. bei den 6- bis 9-Jährigen. Im Nachmittagsprogramm kommt „Miraculous“ in den besagten Zielgruppen auf 25,3 Prozent bzw. 24,9 Prozent.



Am frühen Morgen sorgt Hundemädchen „Bluey“ in der gleichnamigen Serie für beachtliche Quoten. Das Emmy®-prämierte Vorschul-Format erreichte im Durchschnitt im September einen Marktanteil von 21,7 Prozent bei den Kindern von 3 bis 13 Jahren, bei den 6- bis 9-Jährigen sind es 41,3 Prozent Marktanteil. Damit sichert sich der Disney Channel die Marktführerschaft in der Zielgruppe 6 bis 9 Jahre und bei den Mädchen von 3 bis 13 Jahren. In der Spitze erreichte „Bluey“ Marktanteile bis zu 52,9 Prozent bei den 3- bis 13-jährigen Kindern und grandiose 80,1 Prozent bei den 6- bis 9-Jährigen.

Im Bereich der Eventprogrammierung konnte der Disney Channel ebenfalls wieder punkten: Der „Phineas & Ferb Tag“ sorgte für Traumquoten beim Sender, denn die Einzelepisoden erreichten am 04. September bis zu 39,4 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13 Jährigen und sagenhafte 57,4 Prozent bei den 6- bis 9-jährigen Zuschauern. In der Zielgruppe der 10- bis 13-Jährigen konnte sich der Disney Channel mit 17,4 Prozent an diesem Tag die Marktführung sichern.

Die Disney Channel Lieblingsfilme sorgten im September für ein Filmhighlight nach dem anderen in der Primetime. Der reichweitenstärkste Film mit einer Sehbeteiligung von 0,162 Millionen ist ein richtiger Klassiker: „Der König der Löwen“ konnte einen Marktanteil von 2,6 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen verbuchen. Doch auch die weiteren Highlights konnten mit den starken Quoten mithalten: Der Animationshit „Cars 2“ konnte mit 2,4 Prozent überzeugen und „Bolt – Ein Hund für alle Fälle“ schaffte es auf 1,9 Prozent Marktanteil, beides bezogen auf die Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Bei den Spielfilmen unter der Woche überzeugte sowohl „Sister Act - Eine himmlische Karriere“ als auch „Sister Act 2 – In göttlicher Mission“ mit Whoopi Goldberg mit jeweils einem Marktanteil von 1,9 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Der durchschnittliche Marktanteil in dieser Zielgruppe liegt im September bei 0,9 Prozent.

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