



PRESSEMITTEILUNG

Ein spannendes und erfolgreiches TV-Jahr für den Disney Channel, National Geographic und National Geographic WILD

- **Starke Quoten überzeugen für den Disney Channel dank Eigenproduktionen, bekannten sowie neuen Animations-Highlights in der Daytime und vielen Film-Highlights in der Primetime**
- **Ab Februar 2023: Neues On Air Design für die Disney Channel Daytime**
- **Brandneue Serien-Highlights vor allem in der Daytime setzen Erfolgsstrategie im Disney Channel 2023 fort**
- **National Geographic und National Geographic WILD führend im Pay Factual Ranking**
- **Spannende Neuheiten bei National Geographic und National Geographic WILD halten 2023 den Kurs weiter hoch**

München, 02. Januar 2023 – Im vergangenen Jahr erreichte der Disney Channel durch die Kombination aus kindgerechten Animations-Highlights und Eigenproduktionen in der Daytime sowie Spielfilm- und Serien-Highlights für Erwachsene in der Primetime beachtliche Quoten. Rekordwerte gab es in der Daytime hauptsächlich in der Kernzielgruppe der 6- bis 9-Jährigen. Im Dezember verzeichnet der Disney Channel durchschnittlich 9,4 Prozent bei den 3- bis 13-Jährigen und 12,2 Prozent bei den 6- bis 9-Jährigen. Damit schließt der Münchner Sender das Kalenderjahr 2022 mit im Schnitt 11,2 Prozent bei den Kindern von 3 bis 13 Jahren und stolzen 14,1 Prozent in der Kernzielgruppe ab. Die Primetime überzeugt im Dezember mit guten 1,2 Prozent bei der Zielgruppe von 14 bis 49 Jahren und schließt so mit einem Jahresdurchschnitt von 1,1 Prozent in dieser Zielgruppe ab.

Die Daytime-Highlights beschenken dem Disney Channel erneut Traumquoten:

Der Erfolg der Animationsserien bricht auch im letzten Jahr nicht ab, Highlights waren u.a.:

- „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“
- „GhostForce“
- „Bluey“
- „Micky Maus: Spielhaus“
- „Big City Greens“
- „Die Beni Challenge“

Starke Quoten und aufregende Neustarts: Miraculous, Spidey, Molly McGee und Chip und Chap

Auch im letzten Jahr führte kein Weg am Animations-Hit „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ vorbei. 2022 startete die heißersehnte fünfte Staffel rund um das Superheldenduo und bescherte dem Disney Channel damit die Marktführerschaft in fast allen Zielgruppen des Kindermarktes. Mit einem Marktanteil von 18,7 Prozent bei den Kindern von 3 bis 13 Jahren und 27,9 Prozent in der Kernzielgruppe der 6- bis 9-jährigen Kinder sind Lady Bug und Cat Noir ein absoluter Quotengarant.



Neben den altbekannten Lieblingen gab es jedoch auch einige neue Gesichter mit neuen Abenteuern im Disney Channel. Für die kleinen Superhelden-Fans ging im Februar, April, Oktober und Dezember mit „Spidey und seine Super-Freunde“ eine neue Preschool-Serie jeweils mit neuen Folgen an den Start. Die Erstaustrahlungen der Geschichten rund um Peter Parker, Miles Morales und Gwen Stacy verfolgten im Schnitt 20,3 Prozent aller Zuschauerinnen und Zuschauer von 6 bis 9 Jahren und 15,8 Prozent der 3- bis 5-Jährigen. Auch für die etwas älteren Kinder hatte der Disney Channel Neuheiten im Programm: Im April sorgten die ungleichen Freunde „Der Geist und Molly McGee“ für viele Lacher und verbuchten 19,8 Prozent Marktanteil bei den 6- bis 9-jährigen Kindern und 17,7 Prozent bei den 3- bis 13-Jährigen. Außerdem fanden im Sommer Chip und Chap mit ihrer jüngsten Animationsserie „Chip und Chap: Das Leben im Park“ ein Zuhause im Disney Channel. Durchschnittlich verfolgten 13,7 Prozent der 3- bis 13-jährigen Kinder die Erstaustrahlungen der Geschichten der beiden Streifenhörnchen. In der Kernzielgruppe der 6- bis 9-Jährigen erreichte der Disney Channel 13,0 Prozent Marktanteil.

Eventprogrammierungen: Beachtliche Quoten dank Specials

Am weltweiten *Star Wars* Tag (4. Mai) begab sich auch der Disney Channel in eine weit, weit entfernte Galaxis und feierte die Abenteuer der Jedi auf dem Sender. Die Eventprogrammierung konnte mit galaktischen Quoten an diesem Tag die Marktführerschaft auf dem Kindermarkt für den Münchner Sender gewinnen. Während der Programmierung erreichte der Disney Channel stolze 53,6 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe der 6- bis 9-jährigen Kinder. Auch die weiteren Eventprogrammierungen konnten auf ganzer Linie überzeugen:

- „Miraculous-Tage“ im Februar und November
- „GhostForce-Tag“ im März
- „Beni Challenge-Tag“ im Juni
- „Superhelden Tag“ im Juli
- „Milo Murphy-Tag“ im April

Eigenproduktionen – Gute Quoten dank beliebter Sendergesichter

Im vergangenen Jahr gab es ebenfalls neue Folgen der stets beliebten Eigenproduktionen „Die Beni Challenge“ und „Tierduell“. Gleich zwei Staffeln der erfolgreichen Disney Channel Serie rund um Benedikt „Beni“ Weber gingen 2022 an den Start und begeisterten die Zuschauerinnen und Zuschauer. Im März erreichten die neuen Folgen der 5. Staffel 14,3 Prozent Marktanteil bei den Kindern von 3 bis 13. Auch die 6. Staffel sorgte im September für ordentliche Einschaltquoten im Disney Channel: 16,7 Prozent der 3- bis 13-jährigen Kinder sahen die neuen Folgen der „Beni Challenge“, während es bei den 6- bis 9-Jährigen sogar 20,5 Prozent waren. Der Disney Channel war damit während der Ausstrahlung in fast allen relevanten Kinderzielgruppen Marktführer auf dem Kindermarkt. Den Start der 4. Staffel von „Tierduell“ verfolgten ab Ende Oktober 10,3 Prozent der 3- bis 13-Jährigen sowie 14,5 Prozent der 6- bis 9-Jährigen.

In der Primetime konnte der Münchner Sender ebenfalls großartige Quotenerfolge verzeichnen: Am Donnerstag, den 6. Oktober, erreichte beispielsweise „Mein Filmabend“ mit „Der Teufel trägt Prada“ 654.000 Zuschauerinnen und Zuschauer in der Gesamtzielgruppe ab 3 Jahren, bei stolzen 4,0 Prozent Marktanteil bei den Erwachsenen von 14 bis 49 Jahren. Ebenfalls in der „Mein Filmabend“-Programmierung am Donnerstag punktete „Das Vermächtnis des geheimen Buches“ am 13. Januar mit einer Sehbeteiligung von 587.000 in der Gesamtzielgruppe, bei 3,3 Prozent Marktanteil bei den Erwachsenen. Im „Disney Channel Weihnachtszauber“ überzeugten unter anderem „Königliche Weihnachten“ (07.12.) und „Disneys Eine Weihnachtsgeschichte“ (22.12.) mit jeweils 576.000 und



563.000 Sehbeteiligung ab 3 Jahren und dazu 1,7 beziehungsweise 2,6 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen. Unter den „Disney Channel Lieblingsfilmen“ am Freitag und Samstag erreichten „Rapunzel – Neu verföhnt“ (8.10.) stolze 530.000 Zuschauerinnen und Zuschauer in der Gesamtzielgruppe ab 3 Jahren mit 3,6 Prozent Marktanteil bei den Erwachsenen von 14 bis 49 Jahren; und auch „Zoomania“ (19.03.) verzeichnete eine großartige Sehbeteiligung von 491.000 ab 3 Jahren mit ebenfalls 3,6 Prozent Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe.

Pay-TV-Sender mit starken Formaten

Ebenso konnten im letzten Jahr National Geographic und National Geographic WILD mit tollen Formaten überzeugen. Der auf Wissensthemen und Abenteuer spezialisierte Channel National Geographic begeistert die Zuschauerinnen und Zuschauer vor allem mit Docutainment-Inhalten aus den Bereichen Abenteuer, Technik, Archäologie und Geschichte, während National Geographic WILD den Fokus auf die faszinierende Welt der Tiere legt. In der Zielgruppe ab 3 Jahren war in 11 Monaten des vergangenen Jahres entweder National Geographic oder National Geographic WILD führend im Ranking der Factual Pay-TV-Sender nach Sehbeteiligung. In ganzen 8 Monaten davon belegten sie gemeinsam jeweils Rang 1 und 2 des Rankings.

Geballte Dokumentations-Power überzeugten auf National Geographic im vergangenen Jahr. Allen voran konnte die lokale Eigenproduktion „Die Geheimnisse von Neuschwanstein“ überzeugen und wurde direkt zur am höchsten bewerteten Premiere des Jahres 2022 und dadurch zur erfolgreichsten Eigenproduktion.

Eun-Kyung Park, General Manager Media, The Walt Disney Company GSA: „Wir freuen uns sehr über die Erfolge unserer TV-Sender und blicken zufrieden auf 2022 zurück. In 2023 – im Jahr unseres 100-jährigen Bestehens – werden wir weiter in unsere Sender und unser Programm investieren und die Vernetzung unserer Plattformen vorantreiben. Für den Disney Channel bedeutet das, im Kerngeschäft der Daytime – ab Februar in neuem Senderdesign – auf eine Kombination von kindgerechten Animations-Inhalten und hochwertigen Eigenproduktionen zu setzen und die erfolgreiche Primetime-Strategie weiter auszubauen. Im Pay-TV-Bereich sehen wir bestätigt, dass National Geographic und National Geographic WILD als herausragende Player im Factual Entertainment stark gefragt sind. Auch im kommenden Jahr präsentieren wir einzigartigen Content auf unseren Plattformen; unsere TV-Sender werden weiterhin für besondere und hochwertige Unterhaltung in ihren Programmumfeldern und für ihre Zielgruppen stehen. Dank der bestehenden vielseitigen Distributionswege unserer TV-Sender werden wir auch im kommenden Jahr für unser Publikum und unsere Werbepartner beste Unterhaltung und Ergebnisse erzielen.“



Ausblick 2023: Primetime Highlights und neue Daytime-Formate im Disney Channel sowie hochkarätige Dokumentation bei National Geographic und National Geographic WILD

Ab Februar 2023: Neues On Air Design für die Daytime

Neben den einzigartigen Programm-Highlights wartet der Disney Channel ab Februar mit einer weiteren Neuheit auf und zeigt sich in der Daytime im neuen Look: Der Sender investiert in ein Re-Design der On-Air-Elemente in der Daytime, das klar inspiriert ist von Walt Disneys ikonischer Unterschrift. Satte Farben mit knalligen Akzenten und viel Schwung begleiten die Kids durch den Tag und lassen viel Raum zur



Präsentation der Lieblings-Heldinnen und -Helden. Hier gibt es einen ersten Ausblick zur Umsetzung in der Preschool-Schiene am Morgen und den Animationsserien der Daytime ab Februar:

- Disney Channel Preschool: <https://youtu.be/ebBhrSfFhxs>
- Disney Channel Animation: <https://youtu.be/fopkitNM-Mo>

Besondere Programm-Highlights im Disney Channel 2023

2023 feiern wir 100 Jahre Disney. Am 16. Oktober 1923 haben Walt Disney und sein Bruder Roy die Disney Magie in das Leben von Menschen auf der ganzen Welt gebracht. Die The Walt Disney Company wird im nächsten Jahr die beliebten Charaktere und Geschichten aus diesen ersten 100 Jahren in einer Vielzahl an Aktivitäten feiern. Auch im Disney Channel erwarten die Zuschauerinnen und Zuschauer und Fans besondere Programmierungen und Highlights rund um das 100-jährige Bestehen der The Walt Disney Company.

Zudem wird der Münchner Sender im kommenden Jahr zu besonderen Anlässen ausgewählte Programm-Highlights als Free-TV-Premieren präsentieren, die es ansonsten nur auf dem Streaming-Service Disney+ zu sehen gibt: Gleich Ende Januar zeigt der Disney Channel „Phineas und Ferb – Der Film: Candace gegen das Universum“ anlässlich des „Schnabeltier-Tags“, im Februar zum Valentinstag zeigt der Sender die Realverfilmung von „Susi und Strolch“ und im März folgt der jüngste Film aus dem Ice Age Universum „Ice Age – Die Abenteuer von Buck Wild“.

Disney Channel Daytime-Highlights in 2023

In der Daytime im Disney Channel geht 2023 sowohl für die Jüngsten als auch für die Kernzielgruppe der 6-bis 9-jährigen Jungen und Mädchen jede Menge neuer Content an den Start. Dabei warten auf die Zuschauerinnen und Zuschauer nicht nur neue Abenteuer ihrer liebsten Animationshelden und der überaus erfolgreichen Eigenproduktionen des Münchner Senders, sondern auch eine ganze Reihe neuer Serien werden dieses Jahr starten. Auf folgende Formate können sich die kleinen und großen Zuschauerinnen und Zuschauer im Disney Channel freuen:

- 7. Januar: „Gag Attack“ – Staffel 4. Gleich Anfang Januar startet die lokale Eigenproduktion in die vierte Runde und lässt das Jahr mit jeder Menge Lacher beginnen.
- 9. Januar: „Alice in der Wunderland-Bäckerei“. In der neusten Preschool-Serie kehren alte Bekannte in den Disney Channel zurück. Denn die Nachfahren von Alice, dem Hutmacher und Co. nehmen die Zuschauerinnen und Zuschauer mit auf ihre eigenen kulinarischen Abenteuer.
- 16. Januar: „Halbe Helden“ und „Der fantastische Yellow Yeti“. Die neusten Animationsserien des Disney Channels zeigen, wie mit Freundschaft und Zusammenhalt alles erreicht werden kann, selbst wenn man sich dabei mit gelben Yetis und halben Superkräften rumschlagen muss.
- 25. Februar: „Miraculous Tag“. Auch 2023 kehrt die beliebte Eventprogrammierung zurück und zeigt einen ganzen Tag lang die aufregendsten Geschichten von Lady Bug und Cat Noir.
- 11. März: „Marvels Moon Girl und Devil Dinosaur“. Mit „Marvels Moon Girl und Devil Dinosaur“ startet eine neue Marvel Serie im Disney Channel und nimmt auch kleinere Fans mit auf fantastische Abenteuer.
- Frühjahr 2023: Neue Folgen von „Die Beni Challenge“ – Staffel 6. Auch 2023 muss sich Benedikt Weber wieder allerhand scheinbar unlösbaren Aufgaben seiner Zuschauerinnen und Zuschauer stellen.
- Frühjahr 2023: „Mystery Lane – Ein Fall für Clever und Bro“ (Neue Animationsserie)
- Frühjahr 2023: „Hamster & Gretel“ (Neue Animationsserie)



Bunte Vielfalt an Primetime-Highlights in 2023 im Disney Channel

2023 wird das Jahr der Disney Channel Premieren und die Zuschauerinnen und Zuschauer können sich auf ein Programm der Extraklasse freuen. Folgend finden Sie eine Übersicht der Filmhighlights der Primetime:

- „Zoomania“
- „Alles steht Kopf“
- „In 80 Tagen um die Welt“ (2021)
- „Findet Nemo“
- „Findet Dorie“
- „Rapunzel – Neu verhöhnt“
- „Ratatouille“
- „Der König der Löwen“
- „Cinderella“ (2015) – Disney Channel Premiere
- „The Jungle Book“ (2016) – Disney Channel Premiere
- „Die Coopers – Schlimmer geht immer“ (2014) – Disney Channel Premiere
- „Maleficent – Die dunkle Fee“
- „Plötzlich Prinzessin“
- „Plötzlich Prinzessin 2“

Außerdem können sich die Fans von Tim Allen und Jim Belushi freuen: Für sie gibt es ein Wiedersehen mit beiden Stars in den Serienhighlights „Hör mal, wer da hämmert“ und „Immer wieder Jim“.

Beste Unterhaltung mit neuen Programmen für Pay-TV-Abonnenten

Auch in diesem Jahr stehen bei National Geographic und National Geographic WILD bereits im Frühjahr wieder eine Reihe an Highlights auf dem Plan:

- Januar: „Alaska – Eisige Freiheit“ – Staffel 5
- Februar: „Schwarzmärkte hautnah mit Mariana von Zeller“ – Staffel 3
- Februar: „Mayday – Alarm im Cockpit“ – Staffel 21
- Februar: „Der unglaubliche Dr. Pol“ – Staffel 12
- „Spuren verlorener Städte mit Albert Lin“ – Staffel 2
- „Amerikas lustigste Tiervideos“ – Staffel 3

Verbreitung der Sender National Geographic und National Geographic WILD ab dem 1. Februar 2023

National Geographic nutzt die Kraft der Wissenschaft und Forschung, um fesselnde und unterhaltsame Geschichten aus der ganzen Welt zu erzählen, während National Geographic WILD Zuschauerinnen und Zuschauer auch weiterhin mit auf unvergessliche Reisen in die Wildnis nimmt. Fans dürfen sich auch im Jahr 2023 auf das umfangreiche Programm der beiden TV-Sender, unter anderem mit neuen Staffeln von „Mayday – Alarm im Cockpit“, „Schwarzmärkte hautnah mit Mariana van Zeller“ oder auch „Der unglaubliche Dr. Pol“ freuen. Im deutschsprachigen Raum sind „National Geographic“ und „National Geographic WILD“ ab 1. Februar auf den folgenden Plattformen abrufbar: Deutsche Telekom (MagentaTV), Vodafone Deutschland (GigaTV), 1&1, T-Mobile Austria (MagentaTV), A1 Telekom Austria, M7 Group (HD Austria), Swisscom (BlueTV, BlueMax), Sunrise UPC und DCG.

Programm-Informationen und druckfähiges Bildmaterial:

www.disney-content.de & <https://mediashare.foxchannel.de/>



Pressekontakt:

Carla Herzog

The Walt Disney Company GSA

T: +49 (0) 89 99 340 0

carla.herzog@disney.com

Bildredaktion Disney Channel

Karin Schlamp; E-Mail: disney-bildredaktion@interactive21.de

Bildredaktion National Geographic

Carolin Burrer; E-Mail: Carolin.X.Burrer.-ND@disney.com