



PRESSEMITTEILUNG

2021: 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 und altbekannten sowie neuen Animationshighlights in der Daytime**
- **Brandneue Programm-Highlights vor allem in der Daytime setzen Erfolgsstrategie im Disney Channel 2022 fort**
- **National Geographic und National Geographic WILD führend im Pay Factual Ranking**
- **Spannende Neuheiten bei National Geographic und National Geographic Wild halten 2022 den Kurs weiter hoch**

München, 03. Januar 2022. Auch in diesem Jahr erreichte der Disney Channel durch seine einzigartige Mischung aus kindgerechten Animationshighlights sowie Eigenproduktionen in der Daytime und Spielfilm- und Serienhighlights für Erwachsene in der Primetime beachtliche Quoten und Rekordwerte, wieder vor allem in der Kernzielgruppe der 6- bis 9-Jährigen. Im Dezember verzeichnet der Disney Channel durchschnittlich 11,3 Prozent bei den 3- bis 13-Jährigen und starke 14,8 Prozent bei den 6- bis 9-Jährigen. Damit schließt der Münchner Sender das Jahr 2021 mit im Schnitt 12,0 Prozent bei den Kindern von 3 bis 13 Jahren und stolzen 16,1 Prozent in der Kernzielgruppe ab. Die Primetime überzeugt im Dezember mit guten 1,1 Prozent bei der Zielgruppe von 14 bis 49 Jahren und schließt so mit einem Jahresdurchschnitt von 0,9 Prozent in dieser Zielgruppe ab.

Die Daytime-Highlights bescheren dem Disney Channel erneut Traumquoten:

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

- „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“
- „GhostForce“
- „Bluey“
- „Boss Baby – Wieder im Geschäft“
- „Big City Greens“
- „Willkommen im Haus der Eulen“

Traumquoten und tolle Starts: „Miraculous“, „GhostForce“ und „Bluey“

Auch in diesem Jahr sticht besonders der Animations-Hit „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ hervor, denn in 2021 startete nicht nur die 4. Staffel des Erfolgsformats im Mai, welche im November / Dezember fortgesetzt wurde, sondern auch das Special „Miraculous World: Shanghai, Die Legende von Ladydragon“. Das Special feierte am 23. Mai TV-Premiere mit sensationellen 41,5 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-Jährigen und 39,1 Prozent in der Zielgruppe der 6- bis 9-jährigen Kinder.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; videoScope 1.3, vollständig gewichtete Daten: 01.12.-29.12.2021, vorläufig gewichtete Daten: 30.12.-31.12.2021

Daytime: 06.00-20.15 Uhr, Primetime: 20.15-01.00 Uhr

Jahrestrend 2021: 01.01.2021-31.12.2021



Dieser Erfolg wurde noch innerhalb der Zielgruppe der 10- bis 13-jährigen Zuschauern getopt mit einem fantastischem Marktanteil von 59,3 Prozent. Doch auch die vierte Staffel stand dem Event-Erfolg in nichts nach, denn die Auftaktfolge am 25. Mai erreichte einen beeindruckenden Marktanteil von 46,1 Prozent bei den 3- bis 13-Jährigen mit einer Sehbeteiligung von 0,385 Millionen Zuschauern. Durchschnittlich erzielten alle neuen Folgen des Miraculous-Duos im Mai, November und Dezember 30,1 Prozent bei den 3- bis 13-Jährigen und 21,2 Prozent bei den 6- bis 9-Jährigen. Abgesehen von den Kleinsten von 3 bis 5 Jahren, ist hier der Disney Channel Marktführer in allen übrigen Kinderzielgruppen.

Im Bereich der Animationsserien sind auch zwei neue Formate stark gestartet: das Hitformat „GhostForce“ und die starke Pre-School-Serie „Bluey“. In der Daytime stach insbesondere der Start der ersten Staffel von „GhostForce“ hervor: Die ersten Episoden, die am 20. September starteten, 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 für sich gewann. Der Disney Channel war 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). Im Bereich der Pre-School-Formate konnte vor allem das Hundemädchen „Bluey“ und seine Familie überzeugen, welche am frühen Morgen bereits für beachtliche Quoten sorgte: Das Emmy®-prämierte Vorschul-Format brachte es im Durchschnitt auf einen Marktanteil von 15,8 Prozent bei den Kindern von 3 bis 13 Jahren, bei den 6- bis 9-Jährigen sind es 25,2 Prozent Marktanteil. In der Spitze erzielte „Bluey“ Marktanteile bis zu 59,7 Prozent bei den 3- bis 13-jährigen Kindern und grandiose 98,9 Prozent bei den 6- bis 9-Jährigen.

Hitgaranten im Disney Channel: Die Eigenproduktionen

Auch die neuen Starts und Staffeln der lokalen Disney Channel Eigenproduktionen konnten die Zuschauer begeistern. Vor allem für Benedikt Weber ist das Jahr 2021 sensationell gelaufen. Denn nicht nur die 5. Staffel des Dauerbrenners „Die Beni Challenge“ konnte auf ganzer Linie überzeugen, sondern auch das einmalige Special „Beni und die schwarze Pfote“. Das Special-Format feierte am 30. Oktober seine TV-Premiere und landete grandiose 31,7 Prozent Marktanteil bei den 6- bis 9-jährigen Kindern und starke 23,6 Prozent bei den 3- bis 13-Jährigen. Des Weiteren trumpfte im Daytime Programm seit September die brandneue, fünfte Staffel der überaus erfolgreichen Eigenproduktion „Die Beni Challenge“ auf, in der Sendergesicht Benedikt Weber die jungen Zuschauer wieder zu seinen unglaublichen Herausforderungen mitnimmt. Durchschnittlich erreichte das Format 16,6 Prozent bei den Kindern von 3 bis 13 Jahren und 21,2 Prozent bei den 6- bis 9-Jährigen. Außerdem ist der Start der zweiten Staffel der Sketch-Comedy-Show „Gag Attack“ im Februar zu nennen, welche ebenfalls die kleinen Zuschauer für sich gewann und erneut die Lachmuskeln trainierte. Auch die 5. Staffel von „An die Töpfe, fertig, lecker“ startete mit neuem Konzept erfolgreich im Jahr 2021.

Eventprogrammierungen: solide Quoten mit Specials

Super-Quoten konnten mit und passend zur Eventprogrammierung „Superhelden-Tag“, die am 28. April von 6.00 Uhr bis 15.30 Uhr stattfand, erreicht werden. Während der Programmierung war der Disney Channel mit durchschnittlich 32,1 Prozent Marktanteil Marktführer in der Zielgruppe der 6- bis 9-jährigen Kinder. Auch die weiteren Eventprogrammierungen konnten auf ganzer Linie überzeugen:

- „Miraculous“-Tage im März und Oktober
- „Ich bin dein Vater-Tag“ im Mai

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; videoScope 1.3, vollständig gewichtete Daten: 01.12.-29.12.2021, vorläufig gewichtete Daten: 30.12.-31.12.2021

Daytime: 06.00-20.15 Uhr, Primetime: 20.15-01.00 Uhr

Jahrestrend 2021: 01.01.2021-31.12.2021



- „Milo Murphy-Tag“ im Juli
- „Phineas & Ferb Tag“ im September
- „Big City Greens“ Tage im Februar und Dezember
- „The Boss Baby“ im November
- Das Disney Channel Wunschprogramm an den Adventssonntagen

Neue Primetime – solide Quoten

Um 20.15 Uhr ist Primetime im Disney Channel und die Erwachsenen können sich zurücklehnen und sind eingeladen, in die verschiedenen Programmwelten einzutauchen: Animationshighlights für die ganze Familie, Serien- und Filmabende für die erwachsenen Zuschauer. Auch in 2021 konnten die „Disney Channel Lieblingsfilme“ wieder überzeugen, doch auch im Serien-Bereich gibt es einen Dauerbrenner: Die „Desperate Housewives“ haben die Primetime für sich beansprucht und können durchschnittlich 1,1 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen und bis zu 4,3 Prozent Marktanteilen in der Spitze für sich verbuchen. Die Intrigen und Affären in der Wisteria Lane sind noch immer Garanten für solide Quoten. Die „Disney Channel Lieblingsfilme“ hielten viele großartige Filme zum Lachen, Weinen und miteinander Anschauen bereit. Vor allem folgende Filme bannten die Kernzielgruppe der 14- bis 49-jährigen Zuschauern vor die heimischen Bildschirme:

- Die oscarprämierten Animationshighlight „Alles steht Kopf“ mit einem Marktanteil von 3,8 Prozent und „Oben“ mit einem Marktanteil von 4,1 Prozent, überzeugten die Zuschauer.
- Der Klassiker „Arielle, die Meerjungfrau“ sorgte für einen Marktanteil von 3,3 Prozent.
- „Ralph reichts“ konnte 3,7 Prozent Marktanteil in der Kernzielgruppe erreichen.

Auch der diesjährige „Weihnachtszauber“ brachte dem Münchner Sender zauberhafte Quoten mit durchschnittlich 1,5 Prozent Marktanteil bei den Erwachsenen von 14 bis 49 Jahren. Als besonderes Highlight zeichnet sich hier „Santa Claus 2 – Eine noch schönere Bescherung“ (25.11.2021) mit durchschnittlich 0,697 Mio. Zuschauern in der Zielgruppe 3+, sowie 0,225 Mio. Zuschauern bei den Erwachsenen von 14 bis 49 Jahren und einem Marktanteil von 3,1 Prozent aus.

Pay TV-Sender mit starken Formaten

Auch in diesem Jahr können National Geographic und National Geographic WILD mit tollen Formaten überzeugen. Der auf Wissensthemen und Abenteuer spezialisierte Channel National Geographic begeistert die 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 im Pay-TV-Bereich sind beide Sender ganze elf Monate des vergangenen Jahres auf den Plätzen eins und zwei im Pay Factual Ranking führend. Ebenso sicherte sich National Geographic in der Zielgruppe von 14 bis 59 Jahren im Pay-TV-Bereich zehn Monate die Spitzenposition im Ranking. Betrachtet man das Jahr 2021 als Ganzes, sind beide Sender an der Spitze auf dem ersten und zweiten Platz in beiden genannten Zielgruppen im Pay Factual Ranking.

Geballte Dokumentations-Power überzeugten auf National Geographic im vergangenen Jahr. So konnten vor allem folgende Formate die Zuschauer fesseln/faszinieren:

- „Rettung für die Alpen – Unterwegs mit Felix Neureuther“
- „Tal der Könige: Ägyptens verlorene Schätze“

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; videoScope 1.3, vollständig gewichtete Daten: 01.12.-29.12.2021, vorläufig gewichtete Daten: 30.12.-31.12.2021

Daytime: 06.00-20.15 Uhr, Primetime: 20.15-01.00 Uhr

Jahrestrend 2021: 01.01.2021-31.12.2021



- „Hot Zone: Anthrax“, Staffel 2 des Erfolgsformats
- Staffel 1 der Inside Access-Dokumentation „Schwarzmärkte hautnah mit Mariana van Zeller“. Im Februar 2022 folgt Staffel 2 der erfolgreichen, je 10-teiligen Serie.
- Staffel 1 und 2 der Abenteuerserie „Alaska – Eisige Freiheit“. Staffel 3 steht im ersten Quartal 2022 in den Startlöchern.

National Geographic WILD bot ein Programm der Extraklasse mit Fokus auf das Reich der Tiere. Hier einige Highlights des vergangenen Jahres, die teilweise auch im kommenden Jahr wieder für Faszination sorgen werden:

- Staffel 10 von „Der unglaubliche Dr. Pol“, Staffel 11 kommt in 2022.
- Erfolgreiche Themenmonate, die auch 2022 wiederkehren werden:
 - Big Cat Februar – Februar
 - Hai Life – Juli
 - Mai mit Biss
 - Reich der Schlangen - März

Eun-Kyung Park, General Manager Media, The Walt Disney Company GSA: „Wir freuen uns über die Erfolge unserer TV-Sender Disney Channel, National Geographic sowie National Geographic WILD. Wir blicken sehr zufrieden auf 2021 zurück, das gezeigt hat, dass unsere Strategie für den Disney Channel, im Kerngeschäft der Daytime auf eine Kombination von kindgerechten Animations-Inhalten und hochwertigen Eigenproduktionen zu setzen, kontinuierlich aufgeht und werden hier weiter investieren. Im Pay-TV-Bereich sehen wir bestätigt, was für starke Player im Factual Entertainment wir mit den beiden Sendern National Geographic und National Geographic WILD in unserem Portfolio haben. 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 vielseitigen Distributionswege werden wir auch im kommenden Jahr alles daransetzen, für unsere Zuschauer und Werbepartner beste Unterhaltung und Ergebnisse zu erzielen.“



Ausblick 2022: Primetime Highlights und neue Daytime -Formate im Disney Channel sowie hochkarätige Dokumentation bei National Geographic und National Geographic WILD

Auch im kommenden Jahr bieten der Free-TV-Sender und die beiden Pay-TV-Sender Unterhaltung vom Feinsten.

Disney Channel Daytime-Highlights in 2022

In der Daytime im Disney Channel geht 2022 sowohl für die Jüngsten als auch für die Kernzielgruppe der 6-9-jährigen Jungen und Mädchen jede Menge neuer Content an den Start. Dabei warten auf die Zuschauer nicht nur neue Abenteuer ihrer liebsten Animationshelden – auch die überaus erfolgreichen Eigenproduktionen des Münchner Senders kehren mit neuen Episoden auf den Bildschirm zurück. Auf folgende Formate können sich die kleinen und großen Zuschauern im Disney Channel freuen:

- Im Pre-School-Bereich gibt es nicht nur geballten Superhelden-Power, sondern auch ganz viele bezaubernde Pilzlinge: Im Januar startet die neue Animationsserie „Flipi und die Pilzlinge“, in der

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; videoScope 1.3, vollständig gewichtete Daten: 01.12.-29.12.2021, vorläufig gewichtete Daten: 30.12.-31.12.2021

Daytime: 06.00-20.15 Uhr, Primetime: 20.15-01.00 Uhr

Jahrestrend 2021: 01.01.2021-31.12.2021



Fliegenpilz Flipi und seinen Freunden die kleinen Zuschauer mit auf große Abenteuer nehmen wird. Im Februar werden dann „Spidey und seine Super-Freunde“ den Disney Channel mit ihrem Charme begeistern. Im März wiederum nimmt „Micky Maus: Spielhaus“ die kleinen Zuschauer mit auf die Reise.

- Für die ältere Zielgruppe der Schulkinder setzt der Sender weiterhin auf hochwertige Eigenproduktionen: Über das Jahr hinweg werden neue Episoden unter anderem von „Gag Attack“ (Start der 3. Staffel am 15. Januar) oder auch „Die Beni Challenge“ gezeigt.
- Neue Highlight-Formate stehen auch bereits in den Startlöchern: Voraussichtlich im zweiten Quartal startet „Der Geist und Molly McGee“ und im Herbst steht „Viking Skool“ (OT, deutscher Titel folgt) bereit.
- Ergänzt werden die neuen Programm-Highlights durch wiederkehrende Event-Sonderprogrammierungen, die jeweils ein Serien-Highlight wie beispielsweise „Miraculous“ oder „GhostForce“ einen ganzen Tag in den Fokus stellen.

Bunte Vielfalt an Primetime-Highlights in 2022 im Disney Channel

2022 wird das Jahr der Disney Channel Premierien und die Zuschauer können sich auf ein Programm der Extraklasse freuen. Die Primetime wird ab Januar 2022 nun auch montags Spielfilmhighlights beinhalten. Folgend finden Sie eine Übersicht der Film- und Serienhighlights in der kommenden Primetime:

- „Zoomania“
- „Ice Age 2: Jetzt taut's“
- „Ice Age 3: Die Dinosaurier sind los“
- „Gregs Tagebuch“
- „Gregs Tagebuch 2 – Gibt's Probleme?“
- „Gregs Tagebuch 3 – Ich war's nicht!“
- „The Descendants – Familie und andere Angelegenheiten“ (2011, mit George Clooney)
- „Wasser für die Elefanten“ (2011, mit Reese Witherspoon, Robert Pattison, Christoph Waltz)

Beste Unterhaltung mit neuen Programmen für Pay TV-Abonnenten

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

- Mit der zweiten Staffel der Doku-Serie „Schwarzmärkte hautnah mit Mariana van Zeller“ (ab 10. Februar) und die dritte und vierte Staffel von „Alaska – Eisige Freiheit“ nimmt National Geographic die Zuschauer erneut mit auf eine Reise in die Welt illegaler Handelsplätze und deren einzigartigen Charakteren sowie an einen der kältesten Orte der Welt und zu den Menschen, die sich der Herausforderung stellen, dort ein neues Leben zu beginnen.
- National Geographic WILD wird sich ab dem 01. Februar wieder den majestätischen Katzen dieser Welt widmen: Im „Big Cat Februar“ werden einen ganzen Monat lang die Krallen ausgefahren und viele packende Dokumentationen rund um die Großkatzen dieser Welt gezeigt. Und auch „Der unglaubliche Dr. Pol“ steht mit Staffel 11 in den Startlöchern.
- Außerdem können sich die Zuschauer auf zwei neue deutsche Eigenproduktionen freuen.



Weitere 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