

PRESSEMITTEILUNG

Screenforce Days

Disney Media Sales & Partnerships präsentiert Disney Channel Programm-Highlights der TV-Saison 2019/20

- Wachstum und Rekord-Quoten für den Disney Channel in der aktuellen TV-Saison
- Daytime: Fokus auf neue lokale Eigenproduktionen und hochwertige Animationsserien
- Primetime: Mehr als 300 Spielfilme im Jahr und reichweitenstarke Sonderprogrammierungen in einer hohen Umfeldqualität

München, 26. Juni 2019. Am 26. und 27. Juni ist das Coloneum in Köln DER Ort für die Medien- und Vermarktungsbranche, wenn dort die Gattungsinitiative Screenforce gemeinsam mit 10 Vermarktern in 10 Screenings die Programm-Highlights von über 50 Sendern und Plattformen vorstellt. Am ersten Veranstaltungstag präsentierte u. a. Disney Media Sales & Partnerships GSA die starken Ergebnisse des Disney Channels in der aktuellen TV-Saison sowie die Programm-Highlights der TV-Saison 2019/20.

Dank der Etablierung der strategischen Daytime-Ausrichtung mit noch mehr hochwertiger Animation konnte der Disney Channel in der aktuellen TV-Saison starkes Wachstum erreichen und neue Rekorde setzen. So wurde der Monatsmarktanteilrekord bei den 3- bis 13-jährigen Kindern im Februar auf 14,0 Prozent und der Tagesmarktanteilrekord mittels einer Sonderprogrammierung zu „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ auf 24,8 Prozent gesteigert. Im Kalenderjahr 2019 steht der Disney Channel in der Zielgruppe insgesamt bei durchschnittlich sehr guten 13,1 Prozent Marktanteil. In der Kernzielgruppe der 6- bis 9-Jährigen konnte der Münchner Sender sogar um 24 Prozent (vgl. mit 01.01.-15.06.2018) auf im Schnitt 15,6 Prozent Marktanteil in diesem Jahr wachsen und im Februar einen Monatsmarktanteilrekord von 17,0 Prozent erreichen. Ebenso standen bei den Erwachsenen starke Ergebnisse zu Buche: Über den ganzen Tag konnten in diesem Jahr bei den 14- bis 49-jährigen Haushaltsführenden 1,4 Prozent Marktanteil erzielt werden, bei den 14- bis 49-jährigen Frauen sogar 1,8 Prozent.

„Wir freuen uns sehr über die großartigen Ergebnisse und das erfolgreichste Jahr unseres Bestehens. Mit neuen lokalen Eigenproduktionen und noch mehr erstklassiger Animation werden wir den Wachstumstrend sowohl bei den Marktanteilen als auch den Reichweiten weiter fortsetzen. Wir genießen einen hohen Vertrauensbonus bei den Eltern, der uns im Markt einzigartig macht, und sind die Zielgruppenprofis bei den Kindern. Auch bei den Erwachsenen erreichen wir mit unseren hochkarätigen Spielfilmen, den etablierten Sonderprogrammierungen und unseren Sitcom-Klassikern ein breites Publikum“, so Julia Schörner, Head of Sales, Disney Media Sales & Partnerships GSA. „Wir sind für die neue TV-Saison bestens aufgestellt und in der Primetime werden wir die Erstaussstrahlungen dieses Jahr verdoppeln und präsentieren insgesamt mehr als 300 Spielfilme pro Jahr – alle passend zum *Disney Gütesiegel*, das unsere Kernwerte widerspiegelt und eine einzigartige Umfeldqualität und Brand-Safety garantiert.“

Die Highlight-Formate des Disney Channels in der Übersicht

Besonderen Fokus legt der Disney Channel in der TV-Saison 2019/20 in der Daytime auf neue lokale Eigenproduktionen und noch mehr qualitativ hochwertige Animationsserien. Ab September geht die erste Staffel der Eigenproduktion „Tierduell“ auf Sendung. In der Show treten die beiden Moderatoren Jonathan Beck und Patricia Strasburger gegeneinander an, um knifflige Tierrätsel zu lösen. Immer abwechselnd stellen sie sich gegenseitig die Aufgabe, ein Tier anhand von drei charakteristischen Eigenschaften zu finden. Die Moderatoren reisen dabei durch Europa und Afrika und begegnen den verschiedensten heimischen Tieren und Exoten. Bei der neuen Eigenproduktion „Gag Attack“ heißt es Kinder an die Macht und Erwachsene spielen nur die Nebenrollen, denn Kinder sind die Stars dieser im deutschen TV-Markt einzigartigen Sendung. In dem innovativen Sketch-Comedy Format stellen insgesamt sechs Kids ihr komödiantisches Talent unter Beweis und führen durch ein buntes Programm bestehend aus lustigen Sketchen, die extra auf die junge Zielgruppe ausgerichtet sind. Die Zuschauer haben außerdem die Möglichkeit, eigene Ideen für Sketche einzureichen und so die Show aktiv mitzugestalten. Disney Channel Sendergesicht Benedikt Weber präsentiert die neue Show „Beni’s Wunschprogramm“ (Arbeitstitel) und wird im Advent Kindern ihre größten Wünsche erfüllen. Diesmal geht es aber nicht um Programmwünsche, sondern um die Lebensträume der Kinder. Sie wollten z.B. schon immer mal ihren großen Star treffen oder wie Superheld Spiderman auf ein Haus klettern? Beni macht’s möglich! Im Bereich Animation kommt mit „Taffy“ eine brandneue Slapstick-Comedyserie, die von den klassischen Hanna Barbera Cartoons inspiriert ist. Taffy ist ein cleverer Waschbär, der sich als süße Katze ausgibt, um es sich bei Mrs. Muchmore gemütlich machen zu können. Dabei hat er allerdings die Rechnung ohne den eifersüchtigen Hund Bentley gemacht, der Taffy durchschaut und schnellstens wieder loswerden möchte. Bei der Animationsserie „Gilbert und Sadie“ erleben die Zuschauer, was beim unüberlegten Zaubern als Lehrling so alles schiefgehen kann.

Die Comedy-Serie um die 14-jährige Sadie und ihren Zaubermeister, das mürrischen Kaninchen Gilbert, besticht durch eine einzigartige Mischung von 3D CGI-Animation in der realen Welt, gemischt mit nostalgischem 2D-Zeichentrick in der magischen Welt. Neben neuen Formaten stehen auch Free-TV-Premieren von Staffeln und Episoden bereits bekannter und beliebter Serien auf dem Programm wie die aktuelle Hit-Serie „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“, „Die Beni Challenge“, „DuckTales“, „Das Haus der 101 Dalmatiner“, „Schlimmer geht's immer mit Milo Murphy“, „Big City Greens“ sowie und für die jüngsten Zuschauer „Elena von Avalor“, „Welpen Freunde“, „Vampirina“, „Micky und die flinken Flitzer“, „PJ Masks – Pyjamahelden“, „Muppet Babies“ und viele mehr.

Die Primetime für die ganze Familie und Erwachsene steht ganz im Zeichen großer Spielfilme und der Disney Channel investiert noch mehr in aktuellen Content. An fünf Abenden in der Woche steht zur besten Sendezeit ein bunter Mix aus Filmen auf dem Programm, die alle zum Markenversprechen von Disney passen. Im Jahr werden insgesamt mehr als 300 Filme präsentiert, wobei die Zahl der deutschen Erstaussstrahlungen in diesem Jahr verdoppelt wird. Um nur einige Highlights zu nennen: „Die Schneekönigin: Im Spiegelland“, „Mary und die Blume der Hexen“, „Urfin, der Zauberer von Oz“, „Christmas & Co.“, „Atelier Fontana“, „Victoria, die junge Königin“, „The Music of Silence: Die einzigartige Lebensgeschichte von Andrea Bocelli“, „Charles Dickens: Der Mann, der Weihnachten erfand“, „After the Ball“, „Die unglaubliche Reise des Fakirs, der in einem Kleiderschrank feststeckte“, „Terminal“, „Down with Love – Zum Teufel mit der Liebe!“, „Gans im Glück“, „Operation Nussknacker 2: Voll auf die Nüsse“, „Luis und die Aliens“ und viel andere Highlights.

Sowohl in der Day- als auch in der Primetime baut der Disney Channel darüber hinaus auch in der kommenden TV-Saison auf Sonder- und Eventprogrammierungen, wie beispielsweise den MARVEL SUPERHELDEN SOMMER für die Kinder oder die bereits sehr erfolgreich eingeführten Themenmonate MONSTOBER zu Halloween oder DISNEY CHANNEL WEIHNACHTSZAUBER ab Ende November für die ganze Familie.

Disney Media Sales & Partnerships

Disney Media Sales & Partnerships ist die Vermarktungsorganisation der Walt Disney Company und bündelt die gesamten Ad Sales Aktivitäten über alle relevanten Plattformen hinweg. Werbetreibende profitieren von individuellen, medienübergreifenden Marketing-Konzepten aus einer Hand und können die Stärke der Marken Disney, Disney•Pixar, Marvel und Lucasfilm für ihre eigene Kommunikation nutzen. Disney Media Sales & Partnerships greift dafür auf eine breite Palette zurück: Neben der klassischen TV-Vermarktung stehen im Rahmen des Disney Digital Network eine Vielzahl von digitalen Möglichkeiten – von der Website über Apps bis hin zu YouTube – zur Verfügung.

Zusätzlich ergänzen Kino-Promotions und Live-Events das vielfältige Portfolio. Somit werden über alle Kanäle hinweg einzigartige emotionale Bindungen erschaffen.

Pressekontakt:

Uli Müller

The Walt Disney Company GSA

T: +49 (0) 89 99 340 804

uli.mueller@disney.com