



PRESSEMITTEILUNG

Disney Channel toppt eigenen Vormonat und erzielt neuen Daytime-Rekord in der Kernzielgruppe

- **Der Disney Channel verbucht im Juni einen neuen Bestwert seit Sendestart in der Daytime bei den 6- bis 9-jährigen Kindern**
- **Sonderprogrammierungen bescheren Marktführerpositionen in der Daytime**
- **Zweistellige Spitzenwerte in der Late Primetime mit „Immer wieder Jim“ und „Micky Maus“ Short**

München, 3. Juli 2023 – Im Juni sicherten zahlreiche Eventprogrammierungen mit beliebten Formaten dem Disney Channel in der Daytime erneut starke Werte. So konnte der Kindersender die bisher höchsten Monatsmarktanteile und damit die Bestwerte seit Sendestart in der Daytime bei den 6- bis 9-Jährigen erzielen und seinen Vormonat überbieten. Insgesamt erreichte der Sender tagsüber in der Kinderzielgruppe einen durchschnittlichen Monatsmarktanteil von sehr guten 14,5 Prozent bei den 3- bis 13-jährigen Kindern sowie sensationellen 22,7 Prozent Marktanteil in der Kernzielgruppe der Kinder zwischen 6 und 9 Jahren. In der Primetime bleibt der Disney Channel auf einem konstant guten Niveau mit einem Marktanteil von 1,3 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Erwachsenen sowie bei den Haushaltsführenden 14- bis 49-Jährigen.

Vor allem die Feiertags-Sonderprogrammierungen am 8. (Fronleichnam) und 9. Juni (Brückentag) garantierten durchschlagende Erfolgsquoten im Disney Channel: Mit einem Folgen-Mix aus Vorschulformaten, Hit-Animationsserien – wie „Phineas und Ferb“ oder „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ – sowie aus den Disney Channel Eigenproduktionen „Tierduell“ und „Die Beni Challenge“ verbuchte der Münchener Sender 24,4 Prozent bzw. 20,5 Prozent bei Kindern zwischen 3 und 13 Jahren sowie stolze 36,4 Prozent bzw. sehr gute 42,9 Prozent in der Kernzielgruppe der 6- bis 9-Jährigen. Mit diesen Werten sicherte sich der Sender die Marktführerschaft bei den 6- bis 9-jährigen Kindern sowie bei Jungen zwischen 3 und 13 Jahren. Gerade die beliebten, sendereigenen Shows generierten bei den 6- bis 9-Jährigen starke Peaks an beiden Tagen von bis zu 72,1 Prozent für das „Tierduell“ am 8. Juni sowie ganze 76,2 Prozent für „Die Beni Challenge“ am 9. Juni.

Ein weiteres Highlight war der „Entenhausen Tag“ am 10. Juni: Hier konnten die ikonischen Abenteuer der Brüder Tick, Trick und Track sowie ihres reichen Großonkels Dagobert Duck in Folgen von den „DuckTales“ sowie im Film „DuckTales: Der Film – Jäger der verlorenen Lampe“ mit 14,7 Prozent bei den 3- bis 13-Jährigen und 19,1 Prozent bei den 6- bis 9-Jährigen beeindrucken. Der Tag in Entenhausen sicherte dem Kindersender zusätzlich die Marktführerschaft in beiden Zielgruppen.

Wasser, Feuer, Erde und Luft waren ein durchgängig bestimmendes Thema der Eventprogrammierung „Macht der Elemente“ am 18. Juni: Bis in den Nachmittag zeigte der Disney Channel „elementare“ Folgen der populären Serien „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“, „GhostForce“ sowie „Die Beni Challenge“. Auch der Animationsfilm „TinkerBell und die Legende vom Nimmerbiest“ war mit von der Partie. Diese thematische Programmierung konnte die Zielgruppe der 3- bis 13-Jährigen mit 16,4 Prozent und die 6- bis 9-Jährigen mit 21,1 Prozent Marktanteil erreichen und begeistern. Die Marktführung in den genannten Kinderzielgruppen konnte mit diesen Ergebnissen ebenfalls gesichert werden.

Quelle: AGF-Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.06.2023-30.06.2023;
Vollständig gewichtete Daten: 01.06.2023 bis 28.06.2023; vorläufig gewichtete Daten: 01.06.2023 bis 30.06.2023
Daytime: 06.00-20.15 Uhr, Primetime: 20.15-01.00 Uhr, Late Prime: 22.00-01.00 Uhr



Die beliebten Disney Channel Primetime-Spielfilme für die ganze Familie haben auch im Juni erneut für beachtliche Quoten bei den Erwachsenen zwischen 14 und 49 Jahren gesorgt: Jeweils 2,4 Prozent Marktanteil erzielten zum einen der populäre Klassiker „Peter Pan“ am 2. Juni sowie die Actionkomödie „New York Taxi“ am 15. Juni. Das Animationsabenteuer „Gnomo und Julia“ konnte zum Monatsende am 30. Juni ganze 2,7 Prozent verbuchen. Ein absolutes Highlight war außerdem der Animationshit „Die Monster AG“ am 24. Juni, der einen Marktanteil von stolzen 3,0 Prozent unter den 14- bis 49-jährigen Erwachsenen verzeichnete. Der 2000er-Jahre-Hit „Immer wieder Jim“ sowie die beliebten „Micky Maus“ Shorts erzielten am 19. Juni zweistellige Spitzenwerte in der Late Primetime: Mit starken 10,1 Prozent bzw. 10,9 Prozent konnte der Disney Channel in dieser Zeitschiene neue Rekorde feiern.

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 & Anna Kirnberger
The Walt Disney Company GSA
T: +49 (0) 89 99 340 0
carla.herzog@disney.com
anna.kirnberger@disney.com