

PRESSEMITTEILUNG

Marktanteile 2016: Disney Channel bestätigt mit großem Abstand 2. Platz im privaten Kinder-TV-Markt

- **Telenovelas und Animationsserien begeistern Kids in Daytime**
- **Vor allem „Disney Channel Lieblingsfilme“ mit Top-Werten in der Primetime**
- **Monatsmarktanteile im Dezember: Disney Channel erzielt mit 1,5 Prozent neuen Primetime-Rekord**

München, 05. Januar 2017. Der Disney Channel konnte die guten Ergebnisse des Vorjahres trotz Fußball-EM und Olympia bestätigen und sich nachhaltig etablieren. Mit großem Abstand verteidigte der Münchner Sender den zweiten Platz bei den 3- bis 13-jährigen Kindern im kommerziellen Kinder-TV-Markt, wobei sich im Vergleich zu 2015 die Differenz auf den Verfolger Nickelodeon von 0,3 auf 1,6 Prozentpunkte vergrößerte. Insgesamt erzielte der Disney Channel in der Daytime 2016 bei den 3- bis 13-Jährigen einen Marktanteil von guten 9,5 Prozent. Gleichzeitig konnte der Disney Channel mit 17,3 Prozent Marktanteil die TV-Marktführerschaft bei den 9- bis 13-jährigen Mädchen in der Vorabendzeit von 17:00 bis 20:15 Uhr verteidigen.

In der Primetime standen 2016 bei den 14- bis 49-Jährigen sehr gute 1,2 Prozent zu Buche, was im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung um 8,8 Prozent bedeutet, die vor allem auf einem sehr starken vierten Quartal beruht. In der Core-Primetime von 20:00 bis 23:00 Uhr lag der Zuwachs sogar bei 11,3 Prozent. Bei den 14- bis 49-jährigen Frauen konnte in der gesamten Primetime 2016 eine Steigerung um 7,8 Prozent auf 1,5 Prozent Marktanteil erreicht werden, bei den jüngeren Frauen im Alter von 14 bis 29 Jahren betrug der Marktanteil starke 1,7 Prozent.

Lars Wagner, VP & General Manager Disney Channels, The Walt Disney Company GSA: „Wir freuen uns in diesem Jahr über die großartigen Werte in der Primetime und den zweiten Platz im Kinder-TV-Markt, den wir mit sehr deutlichem Abstand vor Nickelodeon erreicht haben. Am wichtigen Vorabend haben wir außerdem wieder die Marktführerschaft bei den 9- bis 13-jährigen Mädchen gewonnen. Auf diesem Erfolg wollen wir im neuen Jahr mit unserem für Jungen und Mädchen breit aufgestellten Programm weiter aufbauen und haben dazu hochqualitative Formate wie z.B. „Star Wars: Die Abenteuer der Freemaker“, „Elena von Avalor“ oder auch die lokale Eigenproduktion „An die Töpfe, fertig, lecker!“ in der Content-Pipeline. Auch in der Primetime ist mit unserer Klassiker-Reihe „Hollywood Legenden“ oder den brandneuen Serien „Die Musketiere“ und „Galavant“ für erstklassigen Nachschub gesorgt. Darüber hinaus bietet der 2017 geplante Relaunch der Disney Channel App mit mehr Inhalten und erweiterten Interaktionsmöglichkeiten großes Potenzial, um die non-lineare Nutzung mit Live-Stream und Mediathek weiter zu steigern.“

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, endgültig gewichtete Daten
Daytime: 06:00-20:15 Uhr, Primetime: 20:00-01:00 Uhr
Jahrestrend 2016: 01.01.2016-31.12.2016
Vorjahresbetrachtung: 01.01.2015-31.12.2015
Quelle Online-Nutzung: Adobe Analytics



Primetime mit Top-Werten

Weihnachtszeit ist Disney Channel Zeit: Im Monat Dezember erzielt der Disney Channel vor allem mit den Disney Spielfilmen und lokalen Eigenproduktionen durchschnittlich sehr starke 1,5 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern in der Primetime und feiert damit den höchsten Monatsmarktanteil seit Bestehen. Bei den Frauen in dieser Altersgruppe erreicht der Sender im Dezember im Schnitt sogar 2,0 Prozent.

Auch die erfolgreichsten „Disney Channel Lieblingsfilme“ des Jahres 2016, der Disney Klassiker „Schneewittchen und die sieben Zwerge“ und das Animations-Highlight „Rapunzel – Neu Verhöhnt“, waren in der Vorweihnachtszeit zu sehen. „Schneewittchen und die sieben Zwerge“ konnte insgesamt 0,80 Mio. Zuschauer ab drei Jahren und einen Marktanteil von 2,6 Prozent erreichen, „Rapunzel – Neu Verhöhnt“ 0,76 Mio. und 2,5 Prozent Marktanteil. Bei den 14- bis 49-Jährigen erzielten beide Filme eine Reichweite von 0,40 Mio. und „Rapunzel – Neu Verhöhnt“ damit einen Marktanteil von 4,1 Prozent, „Schneewittchen und die sieben Zwerge“ erreichte 4,0 Prozent. Noch besser lief nur der Kurzfilm „Rapunzel – Verhöhnt, Verlobt, Verheiratet“ mit 0,48 Mio. Zuschauern und 4,9 Prozent Marktanteil sowie bei den Zuschauern ab drei Jahren mit einer Reichweite von 0,83 Mio. und 3,0 Prozent. Durchschnittlich hatten die „Disney Channel Lieblingsfilme“ 2016 am Freitag- und Samstagabend in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen eine Reichweite von 0,17 Mio. und 1,8 Prozent Marktanteil. Ebenso konnten 2016 die Spielfilmslots am Dienstag- und Donnerstagabend überzeugen: Für den Dienstag standen durchschnittlich 0,14 Mio. und 1,3 Prozent zu Buche und für den Donnerstag 0,12 Mio. und 1,1 Prozent. Der Comedy-Mittwoch konnte sich gleichfalls als beliebter TV-Slot etablieren und erreichte durchschnittlich 0,08 Mio. Zuschauer und 1,1 Prozent Marktanteil. Ein weiteres Highlight des Jahres war die dritte Staffel der lokalen Eigenproduktion „Disney Magic Moments“ mit Moderator Steven Gätjen, die in ihrem Premierenslot am Montagabend bei den 14- bis 49-Jährigen im Schnitt 0,13 Mio. Zuschauer und 1,1 Prozent Marktanteil erzielte. Die Wiederholung am späten Freitagabend hatte durchschnittlich sogar Werte von 0,17 Mio. und 2,0 Prozent Marktanteil. Die zweite Ausgabe des Themenmonats „Monstober“ fand wie im Vorjahr großen Anklang und erreichte bei den 14- bis 49-Jährigen im Schnitt 0,19 Mio. Zuschauer und 1,8 Prozent Marktanteil. Beim Publikum ab drei Jahren schalteten durchschnittlich 0,36 Mio. ein, was einem Marktanteil von 1,2 Prozent entspricht.

Serienerfolge in der Daytime sichern mit großem Abstand 2. Platz im privaten Kinder-TV-Markt

2016 präsentierte der Disney Channel in der Daytime insgesamt 15 neue Serien als TV- oder Free-TV-Premiere sowie eine Vielzahl brandneuer Episoden beliebter Serien. Absolute Highlights bei den Kids waren dabei die Telenovelas „Violetta“ und „Soy Luna“. So begeisterte das Tweens-Phänomen „Violetta“ am Vorabend die 3- bis 13-Jährigen und erzielte im Schnitt einen Marktanteil von 12,9 Prozent, bei den 9- bis 13-jährigen Mädchen waren es sogar 31,2 Prozent. Die brandneue Serie „Soy Luna“ punktete gleichfalls in der Zeitschiene und erreichte im Schnitt 10,9 Prozent Marktanteil, bei den 9- bis 13-jährigen Mädchen

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, endgültig gewichtete Daten
Daytime: 06:00-20:15 Uhr, Primetime: 20:00-01:00 Uhr
Jahrestrend 2016: 01.01.2016-31.12.2016
Vorjahresbetrachtung: 01.01.2015-31.12.2015
Quelle Online-Nutzung: Adobe Analytics



konnten starke 28,1 Prozent erzielt werden. Am Nachmittag überzeugte die bildgewaltige Animationsserie „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“ die 3 bis 13-Jährigen mit im Schnitt 12,3 Prozent Marktanteil. Das Disney Animations-Highlight „Die Garde der Löwen“ begeisterte in seinem Slot am Wochenende ebenfalls die Kids und konnte durchschnittlich einen Marktanteil von 10,9 Prozent erreichen. Auch die Sonderprogrammierungen und Thementage kamen bei den 3- bis 13-jährigen Kindern hervorragend an: Zu den Highlights gehörten die Sonderprogrammierung am Karfreitag, bei der vor allem „Willkommen in Gravity Falls“ im Fokus stand, mit im Schnitt 10,3 Prozent Marktanteil sowie der „Phineas und Ferb“-Tag im September mit einem Marktanteil von 14,6 Prozent.

Starke Nutzung der Online-Angebote

Die Disney Channel Mediathek und der kostenlose Livestream erfreuten sich 2016 großer Beliebtheit und verzeichneten hervorragende Abrufzahlen. Insgesamt konnten in diesem Jahr knapp 150 Mio. Views generiert werden, wobei davon knapp 40 Mio. auf die Top-Formate „Violetta“, „Soy Luna“ und „Liv und Maddie“ entfielen. Die kostenlose Disney Channel App für Smartphones und Tablets mit integriertem Livestream und Zugang zur Online-Mediathek des Senders entwickelte sich zu einem großen Erfolg und verzeichnet seit Launch insgesamt 2,7 Mio. Downloads. Auch die Social-Media-Angebote des Disney Channel erfreuten sich 2016 großer Beliebtheit und erlebten einen starken Anstieg der Nutzungszahlen. So konnte der Disney Channel auf Facebook eine Steigerung der Anzahl der Fans um rund 9 Prozent auf über 550.000 erzielen, der Instagram-Auftritt des Senders verzeichnete sogar einen Zuwachs um rund 600 Prozent auf ca. 120.000 Fans. Der Disney Channel YouTube Kanal erreicht mit 155.000 neuen Abonnenten mehr als 320.000 Fans und konnte 2016 mehr als doppelt so viele neue Abonnenten gewinnen wie 2015. Spitzenreiter war dort die „Soy Luna Song Competition“ mit 10 Mio. Views in nur 6 Monaten.

Programm-Informationen und druckfähiges Bildmaterial: www.disney-content.de

Mehr Infos auf der Website: www.DisneyChannel.de

Facebook: <http://www.facebook.com/DisneyChannelDeutschland>

Instagram: www.instagram.com/disneychannelde

Twitter: www.twitter.com/DisneyChannelDE

Disney Channel

Der Disney Channel ist im Free-TV seit Januar 2014 überall frei empfangbar. Der Sender konzentriert das Programmangebot tagsüber auf Kinder und Familien, am Abend stehen Erwachsene, vor allem Frauen im Fokus. Im Internet stehen den deutschen TV-Zuschauern unter www.DisneyChannel.de ein Live-Stream und Catch Up Service zur Verfügung, sowie eine kostenlose Disney Channel App für Smartphones und Tablets.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, endgültig gewichtete Daten
Daytime: 06:00-20:15 Uhr, Primetime: 20:00-01:00 Uhr
Jahrestrend 2016: 01.01.2016-31.12.2016
Vorjahresbetrachtung: 01.01.2015-31.12.2015
Quelle Online-Nutzung: Adobe Analytics



Pressekontakt:

Uli Müller

The Walt Disney Company GSA

T: +49 (0) 89 99 340 804

uli.mueller@disney.com

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, endgültig gewichtete Daten
Daytime: 06:00-20:15 Uhr, Primetime: 20:00-01:00 Uhr
Jahrestrend 2016: 01.01.2016-31.12.2016
Vorjahresbetrachtung: 01.01.2015-31.12.2015
Quelle Online-Nutzung: Adobe Analytics

