

Monatsmarktanteile im April:

Osterzeit ist Disney Zeit: Brillante Film-Highlights in der Primetime

- **Gute 1,1 Prozent Primetime-Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen im April**
- **Bei den Spielfilmen am Dienstagabend fiebern durchschnittlich 1,6 Prozent der Erwachsenen mit**
- **Erfolgreicher Start der neuen Comedy-Kochshow „An die Töpfe, fertig, lecker!“ in der Daytime**

München, 28. April 2017. Im Ostermonat April legte der Disney Channel seinen Zuschauern große Highlights ins Programm-Nest und begeisterte mit fantastischen Filmen und spannenden Live-Action-Formaten. In der Primetime erreichte der Münchner Sender einen guten Marktanteil von 1,1 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Erwachsenen. Das Programm überzeugte besonders die jungen Frauen (14-29 Jahre) mit durchschnittlich 1,9 Prozent, bei den Frauen (14-49 Jahre) wurden sehr gute 1,4 Prozent erreicht. Die Daytime schloss bei den 3- bis 13-jährigen Kindern mit 8,0 Prozent ab.

„An die Töpfe, fertig, lecker!“ tischte exzellente Quoten auf!

In der Daytime begeisterte ganz besonders der Start der brandneuen, lokalen Eigenproduktion „An die Töpfe, fertig, lecker!“. Die Comedy-Kochshow erreichte in den Erstaussstrahlungen bei den 3- bis 13-jährigen Kindern einen sehr starken durchschnittlichen Marktanteil von 15,2 Prozent und verbuchte zudem einen Co-Viewing Anteil von 25 Prozent. Die Mischung aus leckeren Rezepten und humorvoller Zubereitung fand gleichermaßen großen Anklang bei den 6- bis 9-Jährigen (13,1 Prozent) als auch bei den 10- bis 13-Jährigen (23,7 Prozent).

Zusätzlich brillierten die neuen Disney Live-Action-Formate: Während „Schreck Attack“ bei den 10- bis 13-jährigen Jungs gute 10,1 Prozent einfuhr, erfreute sich die Sitcom „Mittendrin und kein Entkommen“ bei den jüngeren Mädchen (6-9 Jahre) über starke 11,5 Prozent. Auch „Soy Luna“ rollte im April mit der zweiten Staffel wieder ins Rampenlicht: Im Schnitt erzielte die Vorabend-Serie bei den 3- bis 13-Jährigen 11,1 Prozent und sogar 19,9 Prozent bei den 3- bis 13-jährigen Mädchen.

Die Disney Serien sind auch jenseits des TVs äußerst gefragt: Spitzenreiter in der Mediathek war im April die Agenten-Sitcom „K.C. Undercover“ mit insgesamt rund 1,3 Millionen Views. „Mittendrin und kein Entkommen“ verbuchte zusätzlich mehr als 630.000 Video Views und auch „Soy Luna“ konnte in der kurzen Zeit seit dem Start der zweiten Staffel am 24. April insgesamt mehr als eine halbe Million Views generieren.

In der Primetime glänzten die Spielfilme

Die Primetime erreichte im Ostermonat April durchschnittlich gute 1,1 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen und überzeugte mit starken Spielfilm-Abenden. Der beliebteste Film war der Disney Klassiker „Der König der Löwen“, der am Ostersonntag neben den Erwachsenen (2,6 Prozent) besonders die 14- bis 49-jährigen Haushaltsführenden mit Kind (3-13 Jahre) verzauberte (3,3 Prozent). Insgesamt faszinierte die Programmierung rund um das Osterwochenende: Bei den Erwachsenen schalteten durchschnittlich 1,4 Prozent ein und insbesondere die jungen Frauen (14-29 Jahre) erfreuten sich an dem Programm (2,5 Prozent).

Sehr erfolgreich war im April zudem der Spielfilm-Slot am Dienstagabend, der durchschnittlich 1,6 Prozent der Erwachsenen (14-49 Jahre) und sogar großartige 2,0 Prozent der Haushaltsführenden (14-49 Jahre) mit Kind (3-13 Jahre) in seinen Bann zog. In dieser Zielgruppe punkteten ebenfalls die „Disney Channel Lieblingsfilme“ am Freitag- und Samstagabend (1,8 Prozent). Der allseits beliebte Comedy-Mittwoch war auch weiterhin sehr erfolgreich bei den 14- bis 49-jährigen Erwachsenen (1,2 Prozent), ebenso wie bei den Frauen (1,6 Prozent).