

PRESSEMITTEILUNG

Monatsmarktanteile: Starke Serienneustarts und erfolgreiche neue Staffeln im Disney Channel

- „STAR WARS: Die Abenteuer der Freemaker“ mit bestem Start einer Animationsserie seit Senderlaunch
- „Liebesmonat Februar“ lässt Zuschauerherzen in der Primetime höher schlagen

München, 1. März 2017. Der Disney Channel punktete auch im Februar bei seinen Zuschauern und war im Kinder-TV-Markt der größte Gewinner im Vergleich zum Vormonat. Der Sender hat in der Februar-Daytime in allen Zeitschienen und in allen relevanten Zielgruppen dazugewonnen und erreichte bei den 3- bis 13-Jährigen einen Monatsmarktanteil von guten 9,4 Prozent.

Erfolgreiche Serienneustarts und neue Staffeln

Die Serienneustarts und die neuen Staffeln bereits beliebter Serien am Wochenende waren ein voller Erfolg. Durch die starken Formate konnten die Wochenenden insgesamt gestärkt werden und gewinnen 14,2 % im Vergleich zum Vormonat dazu. So überzeugte die Free-TV-Premiere des Highlights „STAR WARS: Die Abenteuer der Freemaker“ im Februar mit dem besten Start einer Animationsserie im Disney Channel seit Senderlaunch und erreichte 0,15 Mio. und 9,3 Prozent Marktanteil bei den 3- bis 13-jährigen Kindern in der Daytime. Vor allem die 3- bis 13-jährigen Jungen waren vom Serienstart begeistert und die Premierenepisode erreichte gegen starke Konkurrenz wie die „Sportschau“ einen Marktanteil von 10,5 Prozent, was auf dem Sendeplatz am Samstag um 19.45 Uhr die beste Ausstrahlung bei Jungs überhaupt bedeutet. Insgesamt erzielte „STAR WARS: Die Abenteuer der Freemaker“ bei den 3- bis 13-jährigen Jungs durchschnittlich starke 10,1 Prozent Marktanteil. Die brandneue Staffel von „Der ultimative Spider-Man“ konnte in der Jungen-Zielgruppe gleichfalls große Erfolge feiern und erreichte im Schnitt auf dem Sendeplatz am Samstagmittag sogar 15,6 Prozent Marktanteil, unter allen 3- bis 13-Jährigen standen durchschnittlich sehr starke 12,9 Prozent Marktanteil zu Buche. Ebenso konnte sich das neue Disney Animations-Highlight „Elena von Avalor“ bei den 3- bis 13-jährigen Kindern erfolgreich durchsetzen und die am 28. Januar gestartete Serie erreichte im Schnitt 13,6 Prozent Marktanteil. Auch die auf der Erfolgsserie „Phineas und Ferb“ basierende Sonderprogrammierung zum „Schnabeltiertag“ erfreute sich erneut sehr großer Beliebtheit und erreichte im Schnitt über alle Folgen einen Marktanteil von 10,5 Prozent bei den 3- bis 13-jährigen Zuschauern.

„Liebesmonat Februar“ lässt Zuschauerherzen höher schlagen

Die Februar-Primetime stand ganz im Zeichen der Liebe und erreichte durchschnittlich gute 1,1 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen. Das beliebteste Paar des Monats war dabei „Susi und Strolch“ mit 0,51 Mio. Zuschauern ab drei Jahren und einem Marktanteil von 1,6 Prozent. Bei den 14- bis 49-Jährigen konnte der Disney Klassiker 0,17 Mio. Zuschauer und einen Marktanteil von 1,7 Prozent erzielen. Daneben begeisterten auch die „101 Dalmatiner“, die 0,50 Mio. Zuschauer und einen Marktanteil von 1,5 Prozent in der Altersklasse ab drei Jahren erreichen konnten. In der werberelevanten Zielgruppe 14-49 standen sogar 0,22 Mio. und ein Marktanteil von 2,1 Prozent zu Buche. Ebenso konnte „Lilo & Stich 2: Stich völlig

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope 6.1, 01.02.2017-28.02.2017;
28.02.2017 vorläufig gewichtet
Daytime: 06.00-20.15 Uhr, Primetime: 20.15-01.00 Uhr



abgedreht“ mit 0,24 Mio. Zuschauern und einem Marktanteil von 2,4 Prozent einen sehr großen Erfolg bei den 14- bis 49-Jährigen feiern. Insgesamt schauten den Animationsfilm 0,40 Mio. Zuschauer ab drei Jahren bei einem Marktanteil von 1,3 Prozent. Über alle Ausstrahlungen am Freitag- und Samstagabend hinweg erreichten die „Disney Channel Lieblingsfilme“ im Februar durchschnittlich 0,42 Mio. Zuschauer ab drei Jahren und einen Marktanteil von 1,3 Prozent, bei den 14- bis 49-Jährigen sogar einen Marktanteil von 1,9 Prozent. Bester Live-Action-Film im Februar war die berühmte Liebesgeschichte von „Harry und Sally“ mit 0,16 Mio. Zuschauern und 1,4 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen. Nach der erfolgreichen Sonderprogrammierung zum „Liebesmonat Februar“ können sich die Zuschauer im März auf „Music and Dance Movies“ im Disney Channel freuen, mit Highlights wie „Footloose“, einer Neufassung von „The Sound of Music“, „Grease“ oder auch „Moulin Rouge“. Darüber hinaus nimmt die deutsche TV-Premiere der humorvollen Musical-Serie „Galavant“ den Zuschauer mit auf eine Reise ins Mittelalter, die kein Märchenklischee auslöst.

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

Mehr Infos auf der Website: www.DisneyChannel.de

Facebook: www.facebook.com/DisneyChannelDeutschland

Twitter: www.twitter.com/DisneyChannelDE

Instagram: <http://www.instagram.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.

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 6.1, 01.02.2017-28.02.2017;
28.02.2017 vorläufig gewichtet
Daytime: 06.00-20.15 Uhr, Primetime: 20.15-01.00 Uhr

