



Der Disney Channel im Free TV

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.

Der Disney Channel bietet Entertainment immer mit besonderem Augenmerk auf großartiges Storytelling, Qualität und Innovation- mit Herz, Lebensfreude und Optimismus, das gerne über Generationen hinweg gemeinsam genossen wird.

Disney Channel steht für ein vertrautes und dabei qualitativ hochwertiges Programmgefüge aus lokalen Eigenproduktionen, erstklassigen Animationsserien und Spielfilmen für die ganze Familie.



Überblick Daytime

Der Disney Channel bietet Kindern bzw. Eltern mit vertrauten und spannenden neuen Inhalten ein verlässliches, engagiertes und positives Programmumfeld. Micky führt die Vorschul-Kids durch das Morgenprogramm ‚Mickys Mitmachmorgen‘ und bietet Orientierung, Wiedererkennung mit interaktiven Spiel- und Spaß-Elementen am frühen Morgen.

Highlight-Programme sind Serien wie „**Micky Maus: Kunterbunte Abenteuer**“, „**PJ Masks – Pyjamahelden**“ und auch die Emmy®-prämierte Animationsserie „Bluey“, die die kleinen Zuschauer begeistern.

Ein weiterer wichtiger Baustein im Kinder-Programm sind zugekaufte Kids-Serien wie „Boss Baby – Wieder im Geschäft“, eine der Highlight-Serien des Content-Deals mit DreamWorks.

Im TV ist der Disney Channel bewährte Heimat für das Erfolgsformat „Miraculous – Geschichten von Ladybug und Cat Noir“, das seit Mai in der 4. Staffel läuft. Eine weitere Staffel der französischen Hit-Serie ist bereits in Planung. Zudem ist das nächste vielversprechende Animationsformat der „Miraculous“-Macher gesichert: ein wichtiger Neustart im Herbst 2021 im Disney Channel wird „GhostForce“ sein. Zuschauer begleiten dabei drei High-School-Schüler, die neben ihrem Schulalltag auf Geisterjagd gehen.



Lokale Eigenproduktionen Daytime



Absolute Highlights der Daytime sind die lokalen Eigenproduktionen des Disney Channel. Mit lokalen Talents wie Benedikt Weber hat der Sender eine langjährige Verbindung. Die Moderatoren und Sendergesichter sind für die Kids vertraute und beliebte Begleiter, mit denen sie sich identifizieren können. Darüber hinaus können die Zuschauer über Einsendungen und Feedback die lokalen Formate mitgestalten und interagieren.



Alle **lokalen Eigenproduktionen des Disney Channels** wurden dieses Jahr in neue Staffeln verlängert - 2022 ist mindestens das gleiche Volumen in Planung und es sind bereits neue Staffeln bestätigt



- **Die Beni Challenge (4 Staffeln)**
5. Staffel ab September 2021
- **Gag Attack (2 Staffeln)**
3. Staffel ab Frühjahr 2022
- **Tierduell**
3. Staffel ab Herbst 2021
- **An die Töpfe, fertig, lecker!**
5. Staffel seit 30. Mai 2021



Überblick Primetime

Das Disney Channel Programmangebot ab 20:15 Uhr richtet sich an eine erwachsene Zielgruppe und wird der Erwartungshaltung an die Marke Disney hierbei jederzeit gerecht. So sind die **Disney Channel Lieblingsfilme** für den Fernsehabend am Freitag und Samstag mit der ganzen Familie fest etabliert.

Mit Serienhighlights wie „Desperate Housewives“, oder „Once Upon A Time“ spricht der Disney Channel auch die jüngeren Erwachsenen an. Dazu sind Sitcoms wie „Die Nanny“ oder auch „Golden Girls“ Dauerbrenner, die regelmäßig für gute Quoten sorgen. Ausgestrahlt werden die Serien und Sitcoms immer in Doppel- oder sogar Dreifachfolgen, um auch im TV den Binge-Watching-Bedarf der Serien-Fans zu bedienen.





Fakten zur Vermarktung

In der Vermarktung geht das Angebot des Disney Channel über Brand Safety hinaus: Er bietet zusätzlich Image Transfer für Partner dank seiner starken Brand Position und außerdem eine verlässliche und transparente Pricing-Strategie (sowohl für die Day- als auch für die Primetime).

Daytime

In der Kernzielgruppe ist lineares TV ist noch immer das meistgenutzte Medium.* Neben guten Reichweiten und verlässlichen Preisen, hat das Schalten von Werbung im Disney Channel noch einen anderen positiven Nebeneffekt für Werbepartner: Die Zuschauer mögen nämlich Werbung: 76,5% der Kinder, die den Disney Channel sehen, stehen Werbung positiv gegenüber. 72,9% der Kinder sagen, dass sie sich Produkte aus der Disney Channel-Werbung wünschen** Kontinuierliches Investment in den Sender sorgt stets für frischen Content.

Primetime

Der Wunsch nach Feelgood-TV am Abend ist groß: 86% der Disney Channel Primetime Seher geben an, dass sie im TV gut unterhalten werden und Spaß haben wollen. Die Disney Channel Primetime liefert Wohlfühl-Momente. Genau das bietet der Sender seinen erwachsenen Zuschauern am Abend mit einer Kombination aus Spielfilmen, Serien und Sitcoms. Kombiniert mit einer Erhöhung der Spielfilmqualität und durch die serielle Programmierung der Serien und Sitcoms in Doppel- und Dreifachfolgen steht dem Binge-Watching auch für den TV-Zuschauer nichts im Weg.



Disney Digital Network

Die Kunden von Disney Media Sales & Partnerships, die den Free TV-Sender und das umfassende Vermarktungsportfolio des Disney Digital Network als emotionale Werbeumfelder nutzen, profitieren davon, eine Fülle unterschiedlicher Zielgruppensegmente zu adressieren. Zugute kommt Werbepartnern dabei nicht nur, dass Marketing-Kampagnen ihre größte Wirkung im Kontext von TV-Inhalten entfalten: Das Disney Digital Network vereint auch das gesamte hauseigene Digitalportfolio, bestehend aus Websites, Social Media und YouTube-Angeboten mit den Marken Disney, Pixar, Star Wars, Marvel, Fox sowie ABC, ESPN und National Geographic. Das Alleinstellungsmerkmal, mit dem Disney Media Sales & Partnerships auch im letzten Jahr hervorragende Ergebnisse erzielen konnte, ist die Strategie, hochwertigen Disney Content auf YouTube nicht nur kanal- sondern auch video- und damit zielgruppenbasiert zu vermarkten. Neben dem qualitativen Vorteil der Platzierungsmöglichkeiten kommen Kunden außerdem in den Genuss einer phänomenalen Reichweite, denn neben über 600 owned und operated Kanälen der The Walt Disney Company liegen auch die Vermarktungsrechte für sämtliche Disney Inhalte, die über Drittkanäle hochgeladen werden, bei Disney Media Sales & Partnerships. Das bedeutet, dass Werbekunden monatlich von ca. 50 Millionen Ad Impressions profitieren können. Auch die Distribution über Youtube verzeichnete 2020 ein rasantes Wachstum: In 2020 konnte Disney 1,7 Mrd. Video Views auf eigens betriebenen YouTube Kanälen generieren, im aktuellen Kalenderjahr sind es bereits 554 Mio. Views.

*Quelle: Disney Channel Daytime Studie, iconkids & youth, September 2020, Frage: Was denkst du eigentlich über Werbung? Basis: Alle Kinder 6–13 Jahren (n = 410)

**Quelle: Disney Channel Daytime Studie, iconkids & youth, September 2020, Frage: Wie oft siehst du in der Werbung eigentlich Sachen, die dich interessieren und die du dir vielleicht auch kaufen oder wünschen würdest? Basis: Alle Kinder 6–13 Jahren, die den Disney Channel kennen (n = 368), Top 2