

MEDIENMITTEILUNG

DMAX Austria startet mit Zuschauerrekord und neuen Erfolgsserien ins neue Jahr

- **Letztes Quartal 2015 beschert DMAX Austria Marktanteilsrekord (plus 74% im Vergleich zum Vorjahr in der Kern-Zielgruppe 12-49) – Tendenz weiter steigend!**
- **Top-Serien im unverwechselbaren DMAX-Charakter versprechen Fortsetzung des Höhenflugs**
- **Highlight im Frühjahr: Sogar Präsident Barack Obama ist ein DMAX Austria Fan und begibt sich mit Abenteurer Bear Grylls in die Wildnis**

Wien, am 03. Februar 2016. DMAX ist seit 1. Oktober 2014 mit eigenem Österreich-Ableger präsent und zieht stetig immer mehr Zuschauer in seinen Bann. Kein Wunder, verspricht das Programm rund um die Welten Abenteuer, Motor, Entertainment, Lifestyle und Wissen doch einzigartige Erlebnisse.

Lag der Marktanteil bei den 18-39-jährigen Österreichern im 4. Quartal 2014 noch bei 0,7%, so kratzt der Wert im Vergleichszeitraum des Jahres 2015 bereits an der 1% Grenze und kann diese im Januar 2016 mit 1,1% aktuell schon hinter sich lassen.¹

In der Zielgruppe der 12-49-Jährigen konnte sogar eine Steigerung um 74% erreicht werden. Die Durchschnittsreichweite bei den 18-39-Jährigen konnte sich im gleichen Zeitraum um 49% von 0,8% auf 1,2% steigern und somit die 1% Marke locker knacken. In der Altersgruppe M 12-49 ist die Steigerung mit 62% auf 2,8% noch eklatanter.²

„Wir freuen uns über die positive Entwicklung aber ruhen uns natürlich nicht auf diesen schönen Zahlen aus. Auch das neue Jahr hat spannende, einzigartige Programme, ganz im DMAX-Style im Gepäck, die vor allem das Männer-Herz höherschlagen lassen“, verspricht Josef Almer, Managing Director von Goldbach Media Austria.

¹ Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting 25.10.2014-31.01.2016; personengewichtet; Standard

² Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting 25.10.-31.12.2014, 25.10.-31.12.2015; personengewichtet; Standard

Die DMAX Austria Serienhighlights im Frühjahr

Ab Sonntag, den 06.03., erhält die Survival-Koryphäe Bear Grylls um 23:15 Uhr wieder prominente Unterstützung bei seinen herausfordernden Abenteuern in unwegsamer und ungemütlicher Wildnis. Zum Auftakt der neuen Staffel wird Bear von keinem Geringeren als dem amtierenden Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika begleitet: Barack Obama. Weitere Survival-Mitstreiter sind in den darauffolgenden Wochen unter anderem die Hollywood-Stars Kate Winslet („Titanic“), Michelle Rodriguez („Fast & Furious“) und Ed Helms („Hangover“).

Einen aufregenden Samstagabend verspricht künftig das am Ende Februar startende, neue Format „Big Fish Man“ mit Abenteurer Jakub Vagner. Der Tscheche begibt sich auf extreme Expeditionen zu den abgelegensten Orten der Welt, um Flossentiere aufzuspüren, die noch nie zuvor in freier Natur gefilmt wurden.

Ebenfalls Ende Februar beginnt die 2. Staffel der erst Anfang des Monats gestarteten Serie „Die Abalonen-Taucher“. Nach der Winterpause geht es am Montag, den 29.02., um 20:15 Uhr dann auch mit neuen Folgen der 3. Staffel von „Fast N’Loud“ los. Zu den Schmuckstücken auf vier Rädern, mit denen es Richard Rawlings und Aaron diesmal zu tun bekommen, zählen unter anderem ein 32er Ford und ein 67er Dodge Dart.

Ein Wiedersehen gibt es am selben Abend um 23:15 Uhr mit „Overhaulin‘ – Aufgemotzt und abgefahren“. Vier neue Episoden plus ein Top-10-Special um professionelle „Autoverschönerung“ erwarten die Zuschauer.

Und: Endlich neue Episoden des Erfolgsformats „Baggage Battles – Die Koffer-Jäger“, ab 02.03.

„Für die Werbewirtschaft wird DMAX Austria durch diese positiven Entwicklungen immer interessanter. Das Umfeld ist unique und der TKP mehr als wettbewerbsfähig. Wir erwarten daher auch in der Vermarktung weiterhin schöne Aufwärtstendenzen“, freut sich auch Ralf Schalkhammer, Sales Director von Goldbach Media Austria.

DMAX Austria ist über Satellit sowie in allen großen österreichischen Kabelnetzen (UPC, Liwest, Salzburg AG, Kabelplus sowie A1 Telekom Austria und simpliTV (DVB-T2) empfangbar.

Pressekontakt:

Julia Köberl | Pr unit

Tel.: +43 699 111 00 593

Email: julia.koeberl@pr-unit.at

Pressekontakt DMAX:

Timo Ditschkowski
Consumer Communications
Discovery Networks Deutschland
+49-(0)89 206 099-203
timo_ditschkowski@discovery.com
dmax.de | discovery.de | animalplanet.de | tlc.de
press.discovery.com

DMAX

DMAX steht wie kein zweiter Sender im deutschsprachigen Raum für außergewöhnliches Fernsehen. Der erste Free-TV- Kanal von Discovery Networks weltweit, hat sich seit dem Start 2006 zum führenden Sender der dritten Generation in Deutschland entwickelt. Mit dem einzigartigen Programmportfolio, bestehend aus den Welten Abenteuer, Motor, Entertainment, Lifestyle und Wissen, bietet der Sender eine ausgewogene Vielfalt an hochqualitativ produzierten Non-Fiction-Programmen, die sowohl in Deutschland als auch international produziert werden. Über das Kabelnetz, via Satellit, und über die neuen Verbreitungswege wie IPTV, ist DMAX in 37,5 Millionen Haushalten zu empfangen. Seit dem 1.5.2012 ist DMAX Teil von HD+ und zusätzlich in HD auf den Plattformen von Vodafone, Unitymedia, KabelBW, A1 Telekom Austria und Swisscom zu sehen. Mit über 1.400.000 Facebook-Fans – davon rund 170.000 aus Österreich- und stetig steigenden Page-Impressions auf der Website DMAX.de ist der Sender zudem auch im Online-Bereich stark positioniert.

Weitere Infos auf dmax.de

Goldbach Austria GmbH mit Sitz in Wien ist eine Subholding der Schweizer Goldbach Group AG und umfasst mit Goldbach Audience und Goldbach Media zwei eigenständige *Online- und Offline-Vermarktungsgesellschaften* sowie mit Goldbach Interactive ein Unternehmen zur Umsetzung *digitaler Marketinglösungen*. Zum Aufgabenbereich der Goldbach Austria zählt die Steuerung der Gruppe in Österreich, die Bereitstellung administrativer Dienstleistungen für die operativen Tochtergesellschaften, die Planung, Koordination und Durchführung von Marketingaktivitäten sowie die regelmäßige Publikation des *Goldbach Youngstar* und des *Goldbach Electronic Media Index (GEMI Austria)*. www.goldbachaustria.at

Goldbach Media Austria GmbH vermarktet die TV-Sender VIVA Austria, Nickelodeon Austria, COMEDY CENTRAL Austria sowie seit Oktober 2014 DMAX Austria. Darüber hinaus hat das Unternehmen die Vermarktung des größten österreichischen digitalen out of Home Werbenetzwerkes mit mehr als 10.000 Screens inne. Goldbach Media bietet Werbekunden individuelle Brand Solution-Packages an, produziert eigene TV-Formate (VIVA PUR und VIVA Austria Top 20) und tritt als Co-Veranstalter von Musik- und Jugendevents auf (z.B. Nickelodeon Spieltag). www.goldbachmedia.at