

MEDIENMITTEILUNG

DMAX AUSTRIA „LÄUFT“ SEIT EINEM JAHR

- **Männersender feiert einjähriges Bestehen mit Kampagne**
- **1 Jahr und schon so beliebt: Mit 0,8% Marktanteil bei den 18-39-jährigen Männern auf der Beliebtheitsskala ganz oben (01.01.2015 - 29.09.2015)**

Wien, am 1. Oktober 2015

DMAX ist am 1. Oktober exakt seit einem Jahr mit eigenem Österreich-Ableger präsent. Dieses Jubiläum feiert der Männersender mit einer umfassenden, integrierten B2B und B2C Kampagne. Österreichweit wird über einen Zeitraum von vier Wochen unter dem einfachen wie aussagekräftigen Claim „Läuft“ in Print, TV und Online Medien geworben. „Dass bei DMAX auch wirklich alles wunschgemäß „läuft“ zeigen die erfolgreichen Seherzahlen: Wir können nach nur einem Jahr seit Vermarktungsstart am 25.10.2014 auf 40% Zuwachs bei den E 12-49 im Vergleich zu 2014 verweisen. Bei den Männern 12-49 sind wir mit knapp 0,64 % der Sender Nummer 1 in dieser Zielgruppe. DMAX Austria ist aber nicht nur in der breiten Zielgruppe 12-49 erfolgreich, sondern auch bei den jungen Männern in der Zielgruppe 18-39: mit 0,8% Marktanteil liegen wir deutlich vor dem Wettbewerb!“, freut sich Josef Almer, hierzulande als Geschäftsführer von Goldbach Media verantwortlich für die Vermarktung des Senders.*

Unter der Leitung von Eike Immisch, Director Marketing, und Johanna Bickel, Marketing Executive bei Discovery Networks Deutschland, kreierte die Münchner Agentur Heye insgesamt fünf verschiedene Kampagnenmotive. Die Motive werden parallel, leicht modifiziert auch in Deutschland eingesetzt.

Insgesamt fünf erfolgreiche und neue DMAX-Highlights finden dabei Verwendung. Neben der erfolgreichen Eigenproduktion „Steel Buddies – Stahlharte Geschäfte“ sind auch die Programme „Der Schwertmeister“, „Adam Richman – Jäger des ultimativen Geschmacks“, „Fast N' Loud“ sowie die Programmschiene „Tool Time“ vertreten. Bei dem B2B Variante des Sujets stehen Sendereigenschaften an sich sowie das Jubiläum im Vordergrund. Mit Hilfe der unverwechselbaren Sendergesichter festigt DMAX seinen Platz als deutschsprachiger Männersender Nummer 1 und unterstreicht gleichzeitig die einzigartige Themenvielfalt im Programm.

Peter Wunner, VP Marketing & Communications Discovery Networks Deutschland: „Die Nähe zum Zuschauer sowie die Ansprache auf Augenhöhe hat für uns bei DMAX höchste Priorität und spiegelt sich in allem wider, was wir tun. Der symbolische ‚fist bump‘, welcher sich als zentrales Element in allen Werbemitteln wiederfindet, in Kombination mit dem kumpelhaften „Läuft“ transportiert diese Attribute perfekt. Pünktlich zum Start der neuen TV-Saison, können wir so unsere aktuellen Programmhights perfekt präsentieren.“



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.

Die Empfangsparameter von DMAX Austria über Satellit:

ServiceID: 73

ASTRA 1, 19,2° Ost

Tp1.087, 12148,50Mhz

DVB-S, QPSK, horizontal

27,5MSymb/s, FEC 3/4

ONID: 133 (0x0085)

TSID: 7 (0x0007)

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

Sternstraße 5 | 80538 München | Germany

+49-(0)89 206 099-203

timo_ditschkowski@discovery.com

dmax.de | discovery.de | animalplanet.de | tlc.de

press.discovery.com

Discovery Networks Deutschland

Discovery Networks Deutschland veranstaltet die Pay-TV-Sender DISCOVERY CHANNEL und ANIMAL PLANET sowie die Free-TV-Sender DMAX und TLC. Das Medienunternehmen, das 1996 gegründet wurde, hat seinen Sitz in München. DMAX startete am 1. September 2006 und ist der weltweit erste Free-TV-Kanal von Discovery Communications, der sich in erster Linie an Männer richtet. Mit attraktiven deutschen Eigenproduktionen und internationalen Programmen, erreicht der Sender 37.5 Millionen Haushalte und ist einer der führende Sender der dritten Sendergeneration. TLC, die weltweit größte Entertainmentmarke für Frauen, ging am 10. April 2014 an den Start. TLC steht für Real-Life-Entertainment mit innovativen Programmen und authentischen Protagonisten. DISCOVERY CHANNEL war 1996 der erste Sender von Discovery Networks Deutschland. Er zeigt die Vielfalt unserer Erde in faszinierenden Bildern. ANIMAL PLANET zeigt seit 2004 spannende Dokumentationen über Menschen in ihrem Umgang mit Tier und Natur. Hinter Discovery Networks Deutschland steht Discovery Communications, das weltweit führende Non-Fiction Medienunternehmen mit einer Reichweite von zwei Milliarden Zuschauern in rund 200 Ländern.

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 und Koordination von Marketingaktivitäten sowie die regelmäßige Publikation des *Goldbach Youngstar* und *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

*Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting 25.10.2014-29.09.2015;
personengewichtet; Standard