



„Special auch ohne Effects. Bleibt echt.“: DMAX mit neuer Imagekampagne

- Ab 25. November deutschlandweit auf allen Plattformen
- Über sämtliche Mediakanäle: Online, OoH, TV, Print und Radio
- DMAX verspricht: Wir bleiben echt.

München, 25.11.2019 DMAX unterstützt die zahlreichen Programmhightlights im Dezember mit einer umfangreichen Imagekampagne. Unter dem Claim „Bleibt echt. DMAX“ ist die Marke ab 25. November aufmerksamkeitsstark auf allen relevanten Mediakanälen vertreten. Die Motive nehmen dabei humoristisch die Auswüchse des aktuellen Zeitgeistes aufs Korn und liefern gleichzeitig ein Versprechen ab: Bleibt echt. DMAX.

Die kreative Ausgestaltung wird neben den drei eigens produzierten TV-Spots und Online-Videos durch umfeldbezogene und markante Statement-Ads geprägt. So werden für jeden Kontext passende Aussagen und Themen angesprochen, immer mit der Auflösung: Bleibt echt. DMAX. Der Mediamix setzt stark auf digitale Werbekanäle. Hier kommen Online-Videos, animierte Display- und Social Media-Ads zum Einsatz. Darüber hinaus wird die Kampagne auch auf Digital Out-Of-Home, im TV, Radio sowie in ausgewählten Printpublikationen platziert.

„Wir leben in einer von Beauty-Filtern, Hashtag-Lawinen und Scheinvorstellungen geprägten Epoche. In dieser Welt aus Plastik bildet DMAX eine Insel aus Stahl: Verlässlich, beständig, echt.“, so Eike Immisch, Sr. Director Marketing & Communications bei Discovery Deutschland. „Diesen Grundgedanken haben wir mit unserer neuen Imagekampagne perfekt umgesetzt und gehen dabei auf Haltung anstatt auf männliche Klischees. Die Motive und Headlines sind bewusst überspitzt und provokativ gewählt. Wir halten der Gesellschaft augenzwinkernd den Spiegel vor, und versprechen gleichzeitig, als Gegenpol die nötige Portion Realität und Bodenhaftung zu liefern. Ein Versprechen, das sich in letzter Konsequenz auch inhaltlich auf DMAX fortsetzt. Wir bleiben echt.“

Für die inhaltliche Umsetzung zeichnet die Hamburger Kreativagentur Kolle Rebbe verantwortlich, als Mediaagentur ist Essence aus Düsseldorf im Einsatz. Bei Discovery Deutschland verantworten neben Immisch Stefan Ladwig, Sr. Manager Marketing, Jan Leitz, Manager On-Air-Promotion und Patricia Peter, Marketing Executive, die Realisierung und Mediaplanung.

[Der Kampagnenspot inkl. Embed-Code ist HIER zu finden.](#)

[Weitere Kampagnenmotive stehen HIER zum Download bereit.](#)

Pressekontakt DMAX:

Timo Ditschkowski

Manager Communications & PR

Discovery Deutschland

Sternstraße 5 | 80538 München | Germany

+49-(0)89 206 099-203

Timo_Ditschkowski@discovery.com

discovery-networks.de/presse



Über DMAX

DMAX steht wie kein zweiter Sender im deutschsprachigen Raum für echte Männerwelten. Der erste Free TV-Kanal von Discovery weltweit, hat sich seit dem Start 2006 zu einem der führenden Sender der dritten Generation entwickelt. Provokant, anders und lautstark: Mit dem einzigartigen Programmportfolio, bestehend aus den Genres Abenteuer, Motor, Entertainment, Lifestyle und Wissen, überrascht DMAX immer wieder aufs Neue mit einer ausgewogenen Vielfalt an deutschen und internationalen Non-Fiction-Programmen. Authentische, begeisternde Charaktere und außergewöhnliche Lebensweisen prägen die Inhalte des Senders. DMAX ist via Kabel, Satellit, Web TV und IPTV im gesamten deutschsprachigen Raum frei empfangbar.

Weitere Infos auf dmax.de