



Kein Fake, sondern ehrliches Fernsehen! DMAX bleibt (weiterhin) ECHT

- Imagekampagne im Herbst 2020
- Startschuss für den starken Programmherbst auf DMAX
- Auf sämtlichen Mediakanälen: TV, Online, OoH, Print und Radio

München, 15.09.2020 Die reichweitenstarke DMAX-Kampagne „Bleibt echt“ aus dem Vorjahr findet in diesem Herbst ihre Fortsetzung. Mit einer umfangreichen Marketing-Offensive startet der Sender in die neue Saison und begleitet unter dem Claim „DMAX bleibt echt“ seine Highlight-Formate. Mit unterschiedlichen Spots und Print-Anzeigen wird die Kampagne multimedial auf allen relevanten Kanälen, im TV, in Autokinos, sowie in Radio und Printmedien vertreten sein.

Neben einer Vielzahl an eigens produzierten TV-Trailern und Online-Videos (erstes wichtiger als Print, deswegen umgestellt) sowie zahlreichen Printmotiven werden auch Autokino- und Radiospots zu sehen und zu hören sein. Die gesamte Kampagne wird zudem auch auf den Social-Media-Kanälen des Senders begleitet. Hierbei werden verschiedene DMAX-Top-Highlights in den Fokus gestellt, darunter zahlreiche Eigenproduktionen wie: die neue Staffel „Steel Buddies“, „Der Geiger – Boss of Big Blocks“ Staffel 5, „Abenteuer Autobahn: Brennpunkte“, „Deutschland 24/7 – Ohne uns läuft nichts!“ sowie die heiß ersehnte zweite Staffel von „Sidneys Welt“ – welche allesamt den Kampagnen-Claim „DMAX bleibt echt“ perfekt repräsentieren. So ist auf den Statement-Ads unter anderem DMAX-Urgestein Michael Manousakis zu sehen, der sich selbstbewusst mit dem Spruch „Keine Schraube locker. Nur ein loses Mundwerk“ mit einer guten Portion Humor in Szene setzt. Und „Abenteuer Autobahn“ wird augenzwinkernd mit „Auf unserem Catwalk: Elefantenrennen“ beworben.

„Mit der zweiten Runde unserer „Bleibt Echt“-Kampagne machen wir auf den starken Programmherbst auf DMAX aufmerksam. Während wir im ersten Flight der Kampagne damit gespielt haben, was DMAX nicht ist, konzentrieren wir uns in der Weiterentwicklung auf das, was DMAX so besonders macht: Kein Fake. Sondern ehrliches Fernsehen. Immer im charmanten und selbstironischen DMAX-Style. Damit geben wir allen eine verlässliche Anlaufstelle, die Realität, starken Content und authentische Protagonisten schätzen.“ so Eike Immisch, Sr. Director Marketing & Communications bei Discovery Deutschland.

Seitens Discovery zeichnen neben Eike Immisch, Sr. Director Marketing & Communications, Stefan Ladwig, Sr. Manager Marketing, Jan Leitz, Manager On-Air-Promotion und Patricia Peter, Marketing Executive für die Realisierung und Mediaplanung verantwortlich. Entwickelt und produziert wurde die Kampagne von den Agenturen Kolle Rebbe aus Hamburg und Seeblick Media aus München. Als Mediaagenturen sind Essence aus Düsseldorf und ALL ABOUT VIDEO aus München im Einsatz.

[Der Kampagnenspot ist hier zu finden.](#)

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

Pressekontakt:

Olivia Dittmar

Communications & PR Executive

Discovery Deutschland

Sternstraße 5 | 80538 München | Germany

+49-(0)89 206 099-111

Timo_Ditschkowski@discovery.com

presse.discovery.de



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