

# DMAX auf einen Blick.

## Die wichtigsten Facts

# DMAX

– **BLEIBT ECHT.** DMAX steht wie kein zweiter Sender in Deutschland für außergewöhnliches Fernsehen. Als Multimedia Marke ist DMAX auch digital bestens aufgestellt und bietet mit DMAX.de sowie den iOS und Android App und der Connected TV App auf HD+ replay das volle Programm auf Abruf: **ÜBERALL, IMMER AKTUELL UND JEDERZEIT VERFÜGBAR!**

## DMAX – On Air Profil

1,7%	Ø Marktanteil
2,569 Mio.	Ø Tägliche Seher (M14+)*
38 Min.	Ø Tägliche Verweildauer
74%	Strukturanteil (M14+)
83%	Markenbekanntheit (M20-49)

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, videoSCOPE 1.4, 01.10.-31.12.2020; Basis des Strukturanteils: Erwachsene ab 14 Markenbekanntheit: Dezember 2020, n=700 (M 20-49), gestützte Markenbekanntheit, Mindline GmbH;  
\*Sehkriterium: 1 Min konsekutiv

Mit dem einzigartigen Programmportfolio, bestehend aus den Genres Abenteuer & Gold, Motor, (Epic) Jobs, Lifestyle und Wissen, überrascht DMAX immer wieder aufs Neue mit einer ausgewogenen Vielfalt an deutschen und internationalen Non-Fiction-Programmen.

DMAX ist in seiner Zielgruppe einer der männlichsten TV-Sender. Mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 1,7 Prozent ist er der mit-führende Männersender bei den 20-49 jährigen Männern.

## DMAX – Mobile & Connected TV

- Ganze Folgen der Top Formate für unterwegs.
- Fullscreen Playerintegration.
- Nur „Click-2-Play“-Inhalte.
- TV Programm mit Reminderfunktion.



DMAX IM NETZ: [dmax.de](http://dmax.de) / [Facebook](https://www.facebook.com/dmax) / [Instagram](https://www.instagram.com/dmax) / [YouTube](https://www.youtube.com/dmax)

# DMAX auf einen Blick.

## Die wichtigsten Facts

### DMAX – Digital & Social

- Die digitale Entertainment-Plattform mit Premium-Content für Männer.
- Komplette Staffeln und ganze Episoden der DMAX TV-Shows plus exklusive Webisodes.
- Ausschließlich Premiuminhalte – Brand-Safety garantiert.
- Optimale Darstellung auf allen mobilen Endgeräten.
- Klar definierte Zielgruppe: Männer.
- Werbewirksame Umfelder: u.a. Motor, Abenteuer & Gold, Lifestyle & Wissen und (Epic) Jobs.
- Top-Formate: Steel Buddies – Stalharte Geschäfte, Cash für Chrom, Die Modellbauer – Das Miniatur Wunderland, Der Geiger – Boss of Big Blocks, Goldrausch: Dave Turin's Lost Mine, Goldrausch: Parkers Australien-Abenteuer u.v.m.

557.000	Ø Unique User
3,1 Mio.	Ø Page Impressions
1,3 Mio.	Ø Visits
1,4 Mio.	Ø Video Views
70%	Männer
71%	Erwachsene 16 - 49 Jahre
77%	Berufstätige
76%	Erwachsene HHNE 2.000+ €
1,4 Mio.	Facebook Fans
84 K	Instagram Follower
197 K	YouTube Abonennten

Quelle: Unique User, Page Impressions, Visits & Video Views: Adobe, 01.10.-31.12.2020, Mobile und Web zusammen betrachtet, Video Views inklusive Smart TV; Facebook Insights, Dezember 2020; Soziodemographie: AGOF Medienstrukturanalyse, Dezember 2020, Nutzer ab 16 Jahren

