

Discovery Inc. und Snap Inc. schließen Partnerschaft, um jüngere Generationen für die Olympischen Spiele zu begeistern

- *Neue Partnerschaft umfasst die Olympischen Spiele Tokyo 2020 in diesem Sommer sowie die Olympischen Winterspiele in Peking 2022*
- *Millionen von Snapchatter in ganz Europa bekommen Zugriff auf Original Video-Content von discovery+ und Eurosport*
- *Einzigartige Gelegenheit für Marken, mit einem jungen Publikum rund um das größte Sportereignis der Welt in Kontakt zu treten*

LONDON, 11. FEBRUAR 2021: Discovery Inc. und Snap Inc. haben eine neue Content- und Werbepartnerschaft rund um das größte Sportereignis der Welt geschlossen, um die Olympischen Spiele einer neuen Generation von Fans näher zu bringen. Dank der Zusammenarbeit werden in einer täglichen Eurosport Olympia-Show auf der Discover-Plattform von Snapchat die Content-Highlights aus der Olympiaberichterstattung von Eurosport und discovery+ ins Rampenlicht gerückt.

Als „Home of the Olympics“ in Europa* wird dank der preisgekrönten Sportberichterstattung von Eurosport das Storytelling während der Olympische Spiele erweitert, um Snapchatter auf dem ganzen Kontinent zu erreichen.** Nachdem die Olympischen Winterspiele in Peking 2022 weniger als sechs Monate nach Tokyo 2020 folgen, zielt die Partnerschaft auch darauf ab, die Interaktion nicht nur zu steigern, sondern auch während des gesamten olympischen Kalenders aufrechtzuerhalten sowie neue Zuschauer mit den innovativen Sportinhalten von discovery+ und Eurosport zu erreichen.

Die Snapchatter können dank der von Eurosport erstellten Show auf Snapchat Discover bei beiden Spielen tiefer ins Olympiageschehen eintauchen und die bedeutenden Olympiageschichten erleben. Die Partnerschaft beinhaltet folgendes:

- **Täglich zwei Folgen während der Olympischen Spiele für Snapchatter in Europa**** mit den Highlights der besten und bedeutendsten Momente.
- **In Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und Großbritannien täglich zwei Episoden in der jeweiligen Landessprache während der Olympischen Spiele** auf Französisch***, Deutsch, Italienisch, Spanisch und Englisch mit den besten Momenten und Highlights der jeweiligen nationalen Olympia-Teams und Athleten*innen.
- **'Road to Tokyo' und 'Road to Beijing' Inhalte** im Vorfeld der Spiele, um Nationen, Teams und Athleten aus aller Welt zu begleiten.
- **Produzierte Inhalte von Athleten*innen und Influencern**, kombiniert mit dem Fokus von Discovery auf lokale Inhalte, Stars und Geschichten

Für Marken bietet die Zusammenarbeit eine einmalige Gelegenheit, das größte globale Ereignis der Welt zu nutzen, um eine jüngere Generation anzusprechen, die die Olympischen Spiele durch ein neues Mobile-First-Erlebnis erleben wird. Discovery und Snap haben hierfür maßgeschneiderte Marketinglösungen entwickelt.

Andrew Georgiou, Präsident, Eurosport, Global Sports Rights & Sports Marketing Solutions, sagt: "Man kann sagen, dass Olympische Spiele für die Welt noch nie von so großer Bedeutung waren wie in der aktuellen Zeit. Sie können diesen seltenen Moment der globalen Zusammengehörigkeit kreieren, der für jede Generation einzigartig und inspirierend sein wird. Zusätzlich zur Einführung unserer Sport-Streaming-Inhalte für ein breites Publikum durch discovery+, bietet die Zusammenarbeit mit Snap die Möglichkeit, eine jüngere Generation mit den Eurosport-Inhalten zu erreichen und ihnen die bedeutenden und großen Geschichten sowie das Olympia-Erlebnis näher zu bringen, auf und abseits der Sportbühne."

“Als einziger Ort in Europa, an dem man jede Minute der Spiele miterleben kann, können die Zuschauer die umfangreiche Berichterstattung, das digitale Storytelling und die Expertenanalysen zu der Zeit und an dem Ort, an dem sie es möchten, erleben. Discovery verfolgt das Ziel, das größte und vielfältigste Publikum mit auf die Reise zu den Olympischen Spielen zu nehmen, und Snap wird eine wichtige Rolle dabei spielen, diese Ambition zu erreichen“, so **Georgiou** weiter.

Ben Schwerin, SVP of Content and Partnerships bei Snap, fügt an: "Wir sind begeistert, dass wir unsere Partnerschaft mit Discovery im Hinblick auf die nächsten beiden Olympische Spiele in Tokio und Peking ausbauen können. Sport verbindet uns auf wunderbare Weise und wir sind dankbar, dass wir unserer Community auf Snapchat so inspirierende Inhalte präsentieren können, die sie bequem von ihrem Handy aus in das Zentrum der Spiele bringen."

Weltweit nutzen durchschnittlich 265 Millionen Menschen täglich Snapchat****. Sie sind sehr engagiert, besuchen Snapchat mehr als 30 Mal pro Tag und verbringen durchschnittlich mehr als 30 Minuten täglich mit der App*****. Snapchat erreicht 90 % der 13- bis 34-Jährigen in Großbritannien, 80 % der 18- bis 34-Jährigen in Frankreich und 70 % der 13- bis 34-Jährigen in Deutschland*****

-ENDS-

* Die Sportinhalte von Eurosport werden 2021 auf **discovery+** in **Dänemark, Finnland, Italien, den Niederlanden, Norwegen und Schweden** eingeführt. In internationalen Märkten, in denen discovery+ noch nicht gestartet ist oder Eurosport noch integriert ist, können Fans weiterhin Live-Sport über die Eurosport App streamen.

** Eurosport hält die Rechte an den Olympischen Spielen in 50 Märkten und Territorien (außer Russland). Eurosport ist offizieller Broadcaster in Frankreich und Großbritannien für Tokyo 2020). Die Partnerschaft von Eurosport und Snap umfasst Belgien, Dänemark, Deutschland, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Schweden, Schweiz, Spanien, Tschechien und Ungarn.

*** Eurosport und Snap's Partnerschaft umfasst Frankreich für Peking 2022.

**** Snap Inc. öffentliche Einreichungen bei der SEC

***** Snap Inc. interne Daten Q2 2020, Snap Inc. interne Daten Q1 2020

***** Snap Inc. interne Daten Q3 2020. Prozentsätze berechnet durch Division der adressierbaren Reichweite durch relevante Zensuszahlen.

NOTES TO EDITORS

The collaboration builds on Snap's first European multi-language partnership around the Olympic Games, which was delivered together as part of Eurosport's record breaking Olympic Winter Games PyeongChang 2018.

Discovery's long-term partnership with the International Olympic Committee (IOC), which was announced in June 2015, included exclusive multimedia rights in Europe*. Its award-winning first Olympic Games production for PyeongChang 2018 delivered on its commitment to [engage more people, on more screens than ever before across Europe](#).

Media Contacts:

Fiona McLachlan, Discovery, Sport Communications:
Fiona_McLachlan@Discovery.com
+44 7741 727 092

James Hillier, Discovery, Sport Communications:
James_Hillier@Discovery.com
+44 7778 129 413

Snap Press Team
press@snapchat.com

About Discovery:

Discovery, Inc. (Nasdaq: DISCA, DISCB, DISCK) is a global leader in real life entertainment, serving a passionate audience of superfans around the world with content that inspires, informs and entertains. Discovery delivers over 8,000 hours of original programming each year and has category leadership across deeply loved content genres around the world. Available in 220 countries and territories and nearly 50 languages, Discovery is a platform innovator, reaching viewers on all screens, including TV Everywhere products such as the GO portfolio of apps; direct-to-consumer streaming services such as discovery+, Food Network Kitchen and MotorTrend OnDemand; digital-first and social content from Group Nine Media; a landmark natural history and factual content partnership with the BBC; and a strategic alliance with PGA TOUR to create the international home of golf. Discovery's portfolio of premium brands includes Discovery Channel, HGTV, Food Network, TLC, Investigation Discovery, Travel Channel, MotorTrend, Animal Planet, Science Channel, and the forthcoming multi-platform JV with Chip and Joanna Gaines, Magnolia Network, as well as OWN: Oprah Winfrey Network in the U.S., Discovery Kids in Latin America, and Eurosport, the leading provider of locally relevant, premium sports and Home of the Olympic Games across Europe. For more information, please visit corporate.discovery.com and follow @DiscoveryIncTV across social platforms.

About Snap:

Snap Inc. is a camera company. We believe that reinventing the camera represents our greatest opportunity to improve the way people live and communicate. We contribute to human progress by empowering people to express themselves, live in the moment, learn about the world, and have fun together. For more information, visit snap.com.

About discovery+:

discovery+ is the definitive non-fiction, real-life subscription streaming service. discovery+ will launch with a landmark partnership with Verizon that gives their customers with select plans up to 12 months of discovery+ on Verizon. At launch in the United States, discovery+ will have the largest-ever content offering of any new streaming service, featuring a wide range of exclusive, original series across popular, passion verticals in which Discovery brands have a strong leadership position, including lifestyle and relationships; home and food; true crime; paranormal; adventure and natural history; as well as science, tech and the environment and a slate of high-quality documentaries. For more, visit discoveryplus.com.

About Eurosport

Eurosport is the number one sport destination in Europe, unlocking the power of sport through localised content from the world's greatest sporting events. As the Home of the Olympic Games in Europe, Discovery is bringing Eurosport to discovery+, the real-life direct-to-consumer streaming service, starting in a range of international markets during 2021. Firmly established as the Home of Cycling, Grand Slam Tennis and Winter Sport, Eurosport channels – Eurosport 1, Eurosport 2 – reach 246 million cumulative subscribers across 75 countries in Europe, Asia, Africa and the Middle East. Eurosport.com is Europe's No 1 online sports news website with an average of 30 million unique users per month. Eurosport Events specializes in the management and promotion of international sporting events. More information is available by visiting corporate.eurosport.com.