

Discovery sorgt mit Olympischen Spielen für digitale Rekordzahlen und steigert Reichweite in Europa

- **Mehr als 372 Millionen Menschen in Europa sehen die Olympischen Spiele Tokyo 2020 im TV und digital - mehr als zehn Prozent mehr als bei den Olympischen Winterspielen PyeongChang 2018**
- **discovery+ sorgt für Rekordstreaming und fast dreimal so viele Neu-Abonnenten wie bei PyeongChang 2018**

12. August 2021 - Mit seinem Ansatz, einen breiten Zugang im frei empfangbaren Fernsehen sowie im Pay-TV zu bieten und gleichzeitig die gesamte Action im digitalen Bereich zu liefern, hat Discovery das Zuschauerinteresse an den Olympischen Spielen in Europa weiter gesteigert. Die Olympischen Spiele Tokyo 2020, bei denen die Zuschauer jeden einzelnen Moment miterleben konnten, sorgten für ein Rekordergebnis beim digitalen Engagement. Im Vergleich zu den Olympischen Winterspielen PyeongChang 2018 meldeten sich fast zudem dreimal so viele Menschen bei den Abonnementdiensten von Discovery an.

Mehr als 372 Millionen Menschen in Europa sahen Tokyo 2020 - das entspricht einer Steigerung von zehn Prozent gegenüber den Olympischen Winterspielen PyeongChang 2018. Mehr als 175 Millionen davon sahen die Berichterstattung von Discovery im TV und digital, 13 Mal mehr als während PyeongChang 2018. Fast 200 Millionen Menschen sahen die Spiele darüber hinaus über Partnersender, mit denen Discovery Sublizenzvereinbarungen abgeschlossen hat - darunter 45 frei empfangbare nationale Sender in ganz Europa.

Bereits als die ersten Streaming-Spiele bezeichnet, wurde bei Tokyo 2020 über die digitalen Plattformen von Discovery, allen voran discovery+ und die Eurosport Streaming-Dienste, olympische Inhalte in einer Dauer von 1,3 Milliarden Minuten konsumiert. Im Vergleich zu PyeongChang 2018 ist dies eine Steigerung um das 21-Fache. Im Durchschnitt haben die Nutzer:innen rund 60 Prozent mehr Minuten vor den Bildschirmen verbracht als bei den Olympischen Winterspielen PyeongChang 2018. Die ersten Olympischen Sommerspiele von Discovery als Rechteinhaber unterstreichen das ungebrochene Interesse in ganz Europa an der größten Sportveranstaltung der Welt sowie den starken Wunsch der Zuschauer:innen, ihr eigenes persönliches Olympia-Erlebnis zu schaffen, indem sie aus allen Wettbewerben, selbst auswählen, was sie sehen möchten.

Jean-Briac Perrette, Präsident & CEO Discovery International, sagte: "Seit Beginn unserer Partnerschaft mit dem Internationalen Olympischen Komitee im Jahr 2015 hat sich Discovery verpflichtet, das Publikum der Olympischen Spiele in Europa zu vergrößern und ein neues Publikum für die Spiele zu begeistern. Trotz der erheblichen Herausforderungen, die die Pandemie mit sich brachte, haben wir dieses Ziel erreicht. Wir haben eine Rekordreichweite erzielt und neue Zuschauer für die Olympischen Winter- und Sommerspiele gewonnen - und zwar gemeinsam mit über 45 Sublizenz-Partnern, die Discovery mit ins Boot geholt hat. Mein besonderer Dank gilt unserem großartigen Team, das unter noch nie dagewesenen Bedingungen unermüdlich gearbeitet hat, und unseren

wunderbaren Partnern, dem IOC und OBS, für die erfolgreiche Übertragung dieser Spiele an unsere Zuschauer:innen in ganz Europa."

Andrew Georgiou, President of Sports, Discovery, sagte: "Tokyo 2020 waren wirklich einzigartige Olympische Spiele, und es war ein Privileg für Discovery, die Spiele zu den Menschen in ganz Europa zu bringen und eine Rekordzahl von Zuschauern auf digitalen Plattformen zu erreichen. Die einzigartige Fähigkeit von Discovery, Sportgeschichten auf und abseits des Spielfelds zu erzählen, hat die Zuschauer auf allen unseren Plattformen unterhalten und begeistert. Die Steigerung der Zuschauerzahlen und des Interesses durch Sport ist unsere Stärke, vor allem, weil wir sehen, wie erfolgreich discovery+ als Plattform, die eine riesige Zielgruppe anspricht, ist, um neue und andere Konsumenten zu gewinnen. Wir sind bereits mitten in den Planungen für Peking 2022, das keine sechs Monate entfernt ist. Die Übergabe an Paris während der Abschlusszeremonie hat uns vor Augen geführt, welch großartige Gelegenheit uns die Spiele vor unserer Haustür bieten werden."

Die Website Eurosport.com verzeichnete mit ihren lokalen Versionen während der Spiele erneut tägliche Nutzerrekorde und erzielte eine dreimal höhere Reichweite als bei PyeongChang 2018. Mehr als 47 Millionen Unique Visitors verfolgten die Olympia-Berichterstattung von Eurosport während der 17 Tage der Olympischen Spiele, wobei sich die Seitenaufrufe und Videostarts im Vergleich zu den vorherigen Olympischen Winterspielen mehr als verdoppelt haben.

Discovery präsentierte die Olympischen Spiele Tokyo 2020 in 50 Märkten in Europa mit elf nationalen Produktionen und Berichten in 19 Sprachen. Mit Blick auf die Olympischen Winterspiele Peking 2022 und die Rückkehr nach Europa für die Olympischen Spiele in Paris 2024 bleiben discovery+ und die digitalen Dienste von Eurosport** der Ort in Europa, an dem jeder einzelne Moment der Olympischen Spiele zu sehen ist.

Hinweise für die Redaktion

Der erfasste Zeitraum erstreckt sich von Mittwoch, 21. Juli, bis Sonntag, 8. August 2021.

*Ausgenommen Russland. Discovery ist Official Broadcaster in Frankreich und Großbritannien für Tokyo 2020.

**Die Olympischen Spiele Tokyo 2020 waren auf discovery+ in Dänemark, Finnland, Italien, den Niederlanden, Norwegen, Schweden und dem Vereinigten Königreich zu sehen. In allen anderen europäischen Märkten, mit Ausnahme von Russland, waren die Olympischen Spiele Tokyo 2020 über die digitalen Dienste von Eurosport zu sehen.

Medienkontakte:

Fiona McLachlan

E: Fiona_McLachlan@discovery.com

M: +44 7741 727 092



James Hillier

E: James_Hillier@Discovery.com

M: +44 7778 129 413

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 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 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 that reaches more than 50 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.