



30. Oktober 2020

Discovery und Team Deutschland erweitern Medienpartnerschaft bis zu den Olympischen Spielen Paris 2024

Frankfurt am Main/ München. Ausbau der erfolgreichen Partnerschaft: Discovery Deutschland und Team Deutschland erweitern ihre umfassende Medienpartnerschaft bis einschließlich der Olympischen Spiele Paris 2024. Darauf einigte sich der Sender mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) sowie der Deutschen Sport Marketing (DSM) als dessen Vermarktungsagentur.

Mit dem langfristigen Ausbau der Zusammenarbeit setzen die Kooperationspartner ein starkes Signal zur Intensivierung der Berichterstattung über das Team Deutschland und geben den Partnern und Förderern der olympischen Bewegung in diesen besonderen Zeiten Sicherheit und Stabilität für die Planbarkeit ihrer Markenkommunikation.

Das Ziel der Medienpartnerschaft ist es, nicht nur während der Olympischen Spiele in Tokio im kommenden Jahr, der Olympischen Winterspiele in Peking 2022 sowie der Sommerausgabe in Paris 2024 die Berichterstattung und Faszination über das Team Deutschland zu intensivieren, sondern jeweils auch die Aktivierung auf dem Weg dorthin zu gestalten. Gleichzeitig wird es darum gehen, in diesem Zusammenhang für und mit den Partnern von Team Deutschland neue Formen der Einbindungsmöglichkeiten zu entwickeln, die individuell und bedarfsgerecht auf die Marken zugeschnitten sind.

Bereits im Vorfeld sowie während der Olympischen Winterspiele in PyeongChang 2018 haben DOSB, DSM und Discovery in Zusammenarbeit auf den linearen und digitalen Plattformen von Discovery und Eurosport neue Storytelling-Formate rund um Team Deutschland geschaffen und maßgeschneiderte Content-Lösungen und -Integrationen für die Partner kreiert. Diese Ansätze sollen sowohl inhaltlich ausgebaut als auch in Bezug auf die Kreation ganzer Kommunikationsstrecken erweitert werden.

Claudia Wagner, Geschäftsführerin der Deutschen Sport Marketing: „Wir freuen uns sehr, die 2018 begonnene, spannende Reise mit Discovery Deutschland fortzusetzen. Gerade in diesen Zeiten braucht es die richtigen Plattformen und Multiplikatoren für eine intelligente, moderne Markenkommunikation. Bereits zu PyeongChang haben wir gezeigt, was gemeinsam mit Blick auf Content-Generierung und -Vernetzung, individueller Gestaltung von Storytelling-Ansätzen und nicht zuletzt was im Bereich der Steigerung von Visibilität für Team Deutschland und seine Wirtschaftspartner möglich ist. Den eingeschlagenen Weg möchten wir weiter ausbauen und damit den Partnern von Team Deutschland zukünftig noch mehr Möglichkeiten bieten, diese Bühnen zu bespielen.“

Werner Starz, Director Product Development bei Discovery: „Es ist für uns sehr wichtig den Blick nach vorne zu richten und wir freuen uns, dass wir die Partnerschaft rund um das Team Deutschland bis Paris 2024 ausbauen können. Damit unterstreichen wir als ‚Home of the Olympics‘ zum einen unser langfristiges Commitment zum olympischen Sport in Deutschland und bieten zugleich den Partnern des Team Deutschland über eine lange Periode Sicherheit und Planbarkeit, um Markenkommunikationsaktivitäten mit uns erfolgreich und individuell zu gestalten und umzusetzen.“

„Gerade in diesen herausfordernden Zeiten sind olympische Werte wichtiger denn je und insbesondere Olympische Spiele haben die Kraft und die Möglichkeit, die Menschen zu berühren, zu inspirieren und zu vereinen. In Tokio erwarten uns im kommenden Jahr nicht nur besondere Spiele, sondern mit Peking 2022 und Paris 2024 folgen direkt die nächsten

Olympiahöhepunkte. Wir wollen hautnah am Team Deutschland sein und diese besonderen Momente und Erlebnisse der deutschen Athletinnen und Athleten für Fans und Partner auf einzigartige Art und Weise erlebbar machen, mit emotionalen Storytelling und dank Einsatz modernster Technologie“, so **Werner Starz** weiter.

Olympische Spiele bei Discovery/Eurosport dem „Home of the Olympics“

Discovery/Eurosport sind in Europa als offizieller Rechteinhaber sämtlicher TV- und Multiplattform-Übertragungsrechte der Olympischen Spiele 2018 bis 2024 das neue „Home of the Olympics“ in Europa* für alle Sportfans. Ziel des Unternehmens ist es, die Olympischen Spiele einem breiteren und vor allem jüngeren Publikum zugänglich zu machen, und dank einer umfassenden Multi-Plattform-Strategie die Athleten und den Sport in den Mittelpunkt zu rücken. Bei PyeongChang 2018 haben Discovery und Eurosport ihr Versprechen erfüllt und mehr Menschen, über mehr Bildschirme als je zuvor für Olympia begeistert, neue Innovationen wie den Eurosport Cube eingeführt und über alle Plattformen, insbesondere über die Eurosport-Digital-Kanäle, ein umfassendes Olympia-Erlebnis mit Rekordzahlen geboten.

*außer in Frankreich und Russland

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

Eurosport/Discovery Presse

Dominik Mackevicius

Manager Communications & PR

Mobil: +49 (0) 173 / 6832060

Email: dominik_mackevicius@discovery.com

Deutsche Sport Marketing GmbH

Nadine Lehr

Media & Communication

Mobil: +49 (0) 171 / 30 31 880

Email: nadine.lehr@dsm-olympia.de

Über Eurosport - A Discovery Brand

Eurosport ist die führende Sportplattform in Europa und bietet Sporthighlights wie Tennis Grand Slams, die großen Radsport-Highlights, internationale Spitzenevents aus den olympischen Sommer- und Wintersportarten sowie Motorsport der Extraklasse. Als Teil von Discovery Communications bietet Eurosport so das umfangreichste Live-Sporterlebnis durch überzeugende Inhalte, technische Innovationen und spannendes Storytelling. Zudem ist der Sender „Home of the Olympic Games in Europe“ und überträgt die Olympischen Spiele 2018 –2024. Insgesamt erreicht Eurosport mit seinen TV-Sendern –darunter in Deutschland der Free-TV-Sender Eurosport 1 und der Pay-TV-Sender Eurosport 2 –246 Mio. kumulierte Abonnenten in 75 Märkten in Europa, Asien-Pazifik, Afrika und dem Nahen Osten. Eurosport.com hat sich mit im Schnitt 30 Mio. Unique User pro Monat als Sportportal Nr. 1 in Europa etabliert und bietet online und mobil gemeinsam mit der Eurosport App (verfügbar über iOS und Android) jederzeit und überall Zugang zu den Eurosport Bewegtbildinhalten. Eurosport Events ist spezialisiert auf die Organisation und Vermarktung von internationalen Weltklasse-Sportevents.

Über die Deutsche Sport Marketing (DSM)

Als Wirtschaftstochter der Stiftung Deutscher Sport, gegründet vom Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB), vermarktet die DSM das Olympia Team Deutschland und die Deutsche Paralympische Mannschaft. Zudem verantwortet sie die strategische und konzeptionelle Koordination sowie die Umsetzungen der Maßnahmen in der Vermarktung im Bereich „Sport für Alle“.