

Eurosport bestätigt Bridgestone als ersten Presenting Partner der Olympischen Spiele Tokyo 2020

- Eurosports Marketing- und Kreativ-Team wird gemeinsam mit Bridgestone an Programmen und Inhalten bis Tokyo 2020 arbeiten
- Sponsoring der neuen Reihe “*Essential Olympic Stories*” über Olympiasieger verstärkt Bridgestones Werte und Verbindung zu den Spielen
- Markenkampagne mit dem Ziel Bridgestone mit der „Road to Tokyo“ und der Live- und On-demand-Berichterstattung von Eurosport bei Tokyo 2020 zu verknüpfen

19. Dezember 2019 – Eurosport hat Bridgestone als *Presenting Partner* für seine europaweite Multiplattform-Berichterstattung der Olympischen Spiele in Tokyo 2020 bekannt gegeben*. Bridgestone wird somit der erste Partner von Eurosport, dem Home of the Olympics bis einschließlich Paris 2024.

Eurosport und Bridgestone, das führende Unternehmen der Reifen- und Gummibranche und stolzer weltweiter Partner der Olympischen und Paralympischen Spiele, werden im Zuge der Partnerschaft gemeinsam das sportbegeisterte Publikum in 50 europäischen Märkten ansprechen.

Eurosports Marketing- und Kreativ-Team wird gemeinsam mit Bridgestone an einer ganzen Reihe von Programm- und Content-Verknüpfungen arbeiten, mit dem Ziel die Kampagnenbotschaft „Verfolge Deinen Traum. Egal was kommt“ zu festigen. Mithilfe der Botschaft möchte Bridgestone Menschen inspirieren, ihre Träume zu verfolgen – trotz aller Hindernisse auf ihrem Lebensweg

Ein Kernstück der Partnerschaft ist das Sponsoring der neuen Serie: „*Essential Olympic Stories*“. Eurosport verfügt über ein einzigartiges Fachwissen, großartiges Storytelling Know-how und Zugang zum olympischen Archiv. Als *Presenting Partner* verstärkt Bridgestone seine Markenwerte und Bindung zu den Olympischen Spielen mit den größten Helden und denkwürdigsten Sportmomenten der olympischen Geschichte.

Mike Rich, Head of Sports Marketing Solutions von Eurosport, sagt über die Zusammenarbeit: „Wir freuen uns über die Partnerschaft mit Bridgestone, um ihr Engagement für die Olympischen Spiele auf dem Weg und bei Tokyo 2020 zu stärken. Bridgestone, das die Inspiration der Olympischen Spiele und der Athleten in ‚Verfolge Deinen Traum. Egal was kommt‘ unterstützt und Eurosport mit seiner tiefen Verknüpfung zu den Sportfans, wollen gemeinsam die Leidenschaft der Menschen für die Olympischen Spiele wecken - eine perfekte Kooperation.“

„Die Reichweite und das Engagement von Eurosport rund um die Olympische Spiele bis Paris 2024 sind unübertroffen und verbindet Millionen von Fans in ganz Europa. Gepaart mit der tiefgreifenden Fähigkeit, die wir intern aufgebaut haben, sind wir europaweit der einzige Partner, der Marken dabei helfen kann, dieses Publikum in größerem Maßstab auf eine sinnvolle Weise zu binden“, ergänzt **Rich**.

Thierry Juspín, Brands Marketing Director at Bridgestone EMEA sagt: „Als stolzer weltweiter Partner der Olympischen und Paralympischen Spiele, freuen wir uns mit Eurosport bei den Olympischen Spielen in Tokyo 2020, in unserer Heimatstadt zusammenarbeiten zu können. Diese Partnerschaft ist eine einmalige Gelegenheit, die bevorstehenden Spiele und unsere gemeinsamen Werte zu feiern und Menschen jeden Alters und jeder Fähigkeit zu inspirieren ihren Traum zu verfolgen - trotz aller Hindernisse auf ihrem Lebensweg.“

Als „Home of the Olympics“ in Europa wird Eurosport mit Bridgestone zusammenarbeiten, um seine Marke im Rahmen der monatlichen „Road to Tokyo“-Programme und Inhalte im Vorfeld von Tokyo 2020 im nächsten Sommer zu verknüpfen. Die Inhalte sind auf allen Eurosport-Plattformen verfügbar, beginnend mit der Serie „Against All Odds“, die Teil der Olympic-Channel-Partnerschaft von Eurosport ist.

Die Kampagne soll Bridgestone ab Juli 2020 mit der Live- und On-Demand-Berichterstattung von Eurosport über die Olympischen Spiele verbinden. Als Presenting Partner präsentiert Bridgestone europaweit das Morgenprogramm von Eurosport sowie die Video-on-Demand-Highlights. Beide Formate sind sehr beliebt, da die Fans jederzeit auf dem Laufenden sind, über die gesamten 17 Tage der Olympischen Spiele – live und bei den Highlights im TV sowie auf den Digitalkanälen.

Außerdem wird Bridgestone auf den digitalen Plattformen von Eurosport präsent sein. Dies sind die einzigen Orte, an denen die Fans im Rahmen der größten digitalen Olympischen Spiele alle 3.500 Stunden von Tokyo 2020 in Europa erleben können. Während den gesamten Spielen wird Bridgestone als eine Hauptmarke bei Eurosport.com und in der Eurosport-App präsent sein. In der Eurosport-App können die Fans jederzeit auf die aktuellsten News, Ergebnisse, Medaillenspiegel und die Berichterstattung zugreifen. Darüber hinaus werden Eurosport und Bridgestone spezielle Markenwelten rund um die Meilensteine kreieren, zum Beispiel für den 100 Tage Countdown sowie zur Eröffnungs- und Schlussfeier.

Bridgestone war bereits zuvor Partner von Discovery und somit auch von Eurosports Rekordberichterstattung über die Olympischen Winterspiele in PyeongChang 2018 im vergangenen Jahr. PyeongChang waren die ersten vollkommen digitalen Winterspiele in Europa. Die digitalen und sozialen Plattformen von Discovery und Eurosport erreichten einen Rekordwert von 76 Millionen Menschen. 63 % der Menschen aus den Bevölkerungen der „Top-Ten-Märkte“ von Discovery und Eurosport verfolgten die Spiele entweder direkt auf den beiden Sendern oder auf Kanälen der Partnersender.

Die im Juli 2015 bekannt gegebene Partnerschaft von Discovery mit dem Internationalen Olympischen Komitee (IOC) umfasst Multimedia-Rechte für 50 Länder und Gebiete in Europa. Sie begann mit den Olympischen Winterspielen in PyeongChang 2018 und läuft bis zu den Olympischen Spielen 2024 in Paris.

* Ausgeschlossen davon ist Russland. In Frankreich und Großbritannien ist Eurosport 2020 „Official Broadcaster“ .

NOTES TO EDITORS

The Bridgestone campaign will feature across Eurosport’s TV channels, Eurosport.com – the number one sports website in Europe – and the Eurosport app - the only place to watch Eurosport anytime online, on any device.

Press Contact: James Hillier
E: James.Hillier@Discovery.com
M: +44 7 778 129 413

About Eurosport:

Eurosport is the number one sport destination in Europe, fuelling the passion of fans and connecting them with the greatest sports events in the world. As the Home of the Olympic Games in Europe in 50 territories, Eurosport delivered the ultimate Games experience for PyeongChang 2018 reaching both record linear and digital viewership across localized Eurosport services. 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 Pacific, 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 and, along with the Eurosport app (available on iOS and Android), the only place to watch Eurosport anytime online, on mobile and on tablet devices. Eurosport Events specializes in the management and promotion of international sporting events. More information is available by visiting corporate.eurosport.com.