

5. januar 2019

## Discovery og Ekstra Bladet indgår samarbejde

**Ekstra Bladet kommer fremover til at bringe klip fra underholdningsprogrammer og sportsbegivenheder fra Discovery Networks Danmarks kanaler som Kanal 4, Kanal 5 og 6'eren. Samarbejdet løfter Ekstra Bladets videoudbud og styrker Discovery Networks Danmarks tilstedeværelse i markedet.**

Samarbejdet betyder, at Ekstra Bladet fremover kan vise sportsklip fra fx landsholdets EM-kvalifikation, Superligaen, engelsk fodbold og Europa League samt klip fra underholdningsprogrammer som Ex On the Beach og Voice Junior.

I Discovery Networks Danmark er Søren Clausen, Head of Partnerships and Sales PVN, glad for det nye samarbejde:

*"Gennem samarbejdet med Ekstra Bladet kan vi bringe forskelligartet kvalitetsindhold ud til en bred skare af læsere. Det styrker vores tilstedeværelse i flere af vores vigtigste målgrupper. Ekstra Bladets brugere er et rigtig godt match til vores sportsrettigheder og egenproduktioner. Så der er virkelig tale om en rigtig god aftale for begge parter,"* udtaler Søren Clausen.

Ekstra Bladet kommer til at bringe klip om både sport, herunder Premier League, landsholdets kvalifikationskampe, tennis og cykling samt underholdning, og her ser digital direktør Anders Refnov frem til at give brugerne endnu mere at vælge imellem:

*"Discovery har mange store sportsrettigheder og en lang række solide underholdningsprogrammer. Så med denne aftale løfter vi vores videoprodukt markant. Samarbejdet giver os endnu mere stærkt og relevant videomateriale at brede ud til vores mange brugere"* lyder det fra Anders Refnov.

Ekstra Bladet har i forvejen en stærk position på video med mere end 10 mio. månedlige videovisninger. Samarbejdet med Discovery vil styrke denne position yderligere.

*"Vi ser frem til at kunne tilbyde vores annoncører adgang til endnu mere kvalitetsvideo på ekstrabladet.dk. Samarbejdet med Discovery rummer et stort potentiale, og når vi i løbet af første halvår 2019 lancerer vores nye videostrategi, der sikrer at brugerne kun mødes af reklamer af seks sekunders længde, ser vi frem til at skabe endnu flere eksponeringsmuligheder for annoncererne,"* fortæller director of digital ad sales and ad tech, Signe Skarequist.

Det bliver JP/Politikens Hus, som kommer til at stå for selve annoncesalget op af videoerne, mens videotrafik fra JP/Politikens Hus samtidig vil blive gjort tilgængelig på annonceindkøb i Discoverys digitale videonetværk Premium Video Network.

### **Kontakt:**

Discovery Networks Danmark  
Casper Felt, Communications Manager  
[Casper.felt@discovery.com](mailto:Casper.felt@discovery.com) / +45 31 10 63 84

Ekstra Bladet  
Anders Refnov  
[Anders.refnov@eb.dk](mailto:Anders.refnov@eb.dk) / +45 21 62 13 13

JP/Politikens Hus – Fælles Digitalt Salg  
Signe Skarequist  
[sis@jpool.dk](mailto:sis@jpool.dk) / +45 30 10 33 21