



Historisch aantal kijkers voetbalweekend op Discovery Channel

Amsterdam, 1 december 2008 – Discovery Channel, dé mannenzender van Nederland, werd het afgelopen weekend (vrijdag t/m zondag) door maar liefst 6,1 miljoen personen bekeken. Hiermee vestigt de zender een historisch record. Het gemiddelde marktaandeel tijdens het weekend waarbij eenmalig Eredivisie voetbal op Discovery Channel te zien was, bedroeg 13,0% in de doelgroep Man 20-49. Nooit eerder keken er zoveel mensen naar de factual entertainment zender.

De Eredivisiewedstrijd Fc Groningen – AZ trok op vrijdagavond 28 november gemiddeld 513.000 kijkers. Hiermee scoorde Discovery Channel een marktaandeel van 7,9% in de doelgroep Man 20-49. sc Heerenveen – PSV op zaterdagavond 29 november werd bekeken door 633.000 kijkers en was daarmee goed voor een marktaandeel van 12,3%. Het themaweekend werd afgesloten met Ajax – FC Utrecht op zondagmiddag met een record aantal kijkers van 805.000 en een marktaandeel van maar liefst 40,6%. Discovery Channel was gedurende de wedstrijd marktleider, waarbij het gemiddeld aantal kijkers piekte naar 1,1 miljoen.

Ook Discovery Channel's andere programma's scoorden goed. Zo behaalde Ultimate Survival op zondagmiddag 133.000 kijkers en had Dirty Jobs op zaterdagavond een marktaandeel van 8,8% (Man 20-49).

Jochem de Jong, algemeen directeur Discovery Networks Benelux: "Wij hebben gedurende het afgelopen weekend kunnen laten zien hoe een mannenzender eruit moet zien: inspirerend, uitdagend en blikverruimend. Tijdens de Eredivisie-wedstrijden hebben honderdduizenden mannen hun passie gedeeld en naar Discovery Channel gekeken, maar ook voor en na de wedstrijden wisten veel mannen ons te vinden. Voor mij wederom een bevestiging dat wij niet alleen de meest selectieve mannenzender zijn, maar ook weten wat mannen willen."

Het gemiddeld marktaandeel van Discovery Channel in de maand november bedroeg 4,2% (Man 20-49).

Bron: SKO

0-0-0-0

Aanvullende informatie voor de redactie:

Discovery Networks Benelux maakt deel uit van Discovery Communications, (NASDAQ: DISAD, DISBD, DISCK) 's wereld grootste non-fictie mediabedrijf, met ruim 1,5 miljard gecumuleerde abonnees in meer dan 170 landen. Discovery Networks Benelux voert zes zenders in Nederland, waarvan Discovery Channel en Animal Planet overal te ontvangen zijn, en Discovery World, Discovery Science, Discovery HD en Discovery Travel & Living digitaal. Internationaal voert Discovery ook diensten zoals howstuffworks.com en treehugger.com. In Nederland bereikt Discovery Channel maandelijks 10 miljoen kijkers en heeft het de hoogste selectiviteit op mannen. Discovery Channel lanceerde onlangs 'SPECIES: een blauwdruk van jonge mannen', de grootste studie naar de Europese man ooit. Het onderzoek bevestigt Discovery Channel's rol als expert op het gebied van jonge mannen. Discovery Channel sponsort Team Delta Lloyd in de Volvo Ocean race 2008/2009 als onderdeel van haar merkcampagne 'Tot hier en verder'.

Voor meer informatie:

DISCOVERY NETWORKS BENELUX
Hesther Jolly – Pers & communicatie
Tel: +31.20.713.8925 // 06.5793.6905
Email: hesther_jolly@discovery-europe.com

TOT HIER EN VERDER

