



IM FRÜHJAHR &  
SPÄTSOMMER

2x 2022

# love island

Heiße Flirts & wahre Liebe

♥ Wir sind wieder zu haben!

## INSIGHTS

- # Eigene Format-App versorgt Fans rund um die Uhr mit Content
- # Durch Votings bestimmen Zuschauer aktiv den Verlauf der Show mit
- # Staffel 7 trifft mit komplett neuem Konzept ins Herz der Zielgruppe

RTLZWEI | FORMAT-FACTS

# LOVE ISLAND

HEISSE FLIRTS & WAHRE LIEBE

## ► EINE GRUPPE SINGLES. EINE INSEL. EIN GEWINN.

Quelle  
AGF in Zusammenarbeit mit GfK; videoScope 1.4; 30.08.2021-27.09.2021; Ausstrahlungen Mo-Fr & So 20-01 Uhr

**20:15** MO-FR & SO

**TÄGLICH**  
März 2022

**6,5 % MA**

**14-49 Jahre**  
Erwachsene

**17,8 % MA**

**14-29 Jahre**  
Frauen

**11,9 % MA**

**14-29 Jahre**  
Männer

**DATING-SHOW**

Attraktive Singles ziehen auf der Suche nach der großen Liebe in eine Villa auf einer paradiesischen Insel. Wer keinen Partner findet, läuft Gefahr, die Insel verlassen zu müssen. Von den Zuschauern gesteuerte Ein- und Auszüge, diverse Challenges und sich ändernde Spielregeln sorgen für Spannung und Dramatik. Im Finale küren die Zuschauer das Traumpaar, das sich dann entscheiden muss: Geld oder Liebe! Love Island ist Reality pur! In England war das crossmediale Event-Format eines der TV-Highlights des vergangenen Sommers. Love Island spricht speziell die junge Zielgruppe an und bietet darüber hinaus etliche Integrationsmöglichkeiten – von Fitness und Mode bis Beauty und Technik.

### 2021 GIBT'S NOCH MEHR LIEBE!

Was ist besser als 1 Mal „Love Island“? Richtig, 2 Mal „Love Island“. Aus diesem Grund eröffnet RTLZWEI 2021 die „Liebesspiele“ bereits im Frühjahr – mit vielen neuen Möglichkeiten für Ihre Marke!



## ÜBER LOVE ISLAND

- # Die Datingshow, bei der es auf allen Kanälen knistert
- # Echte Charaktere, fesselndes Storytelling & digitaler Extracontent
- # 2022 zeigt RTLZWEI bereits die 7. und 8. Staffel des Erfolgsformats

# CASE / WRIGLEY'S

#GET YOUR DING BACK!



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.4, 30.08.2021-27.09.2021, Marktstandard: TV; Eigene Erhebung Views: IG, YT, Crowdtangle, TikTok, Love Island App & RTLZWEI.de, Zeitraum: 23.08.2021-27.09.2021 (Stand 30.09.2021), TVNOW RTLi Zeitraum: 08.03.2021-04.10.2021, FB Insights, 23.08.-04.10.21

**6,7 % MA**

**E 14-49 Jahre**  
Folge 11

**20,4 % MA**

**F 14-29 Jahre**  
Folge 11

**76,6 Tsd.**

**App Voting**  
Aufrufe

**2,7 Mio.**

**Video-Views**  
TVNOW

**CROSSMEDIA**

Was ist neben dem perfekten Outfit das Wichtigste beim ersten Date? Richtig – ein frischer Atem. Denn damit küsst es sich ja bekanntlich viel besser. Zum Glück standen den Islandern Wrigley's Extra immer griffbereit. Ob in der Villa, vor der All-White-Party am Abend oder dem romantischen Date zu zweit in der private Suite – Wrigley's Extra sorgte in Staffel 6 jederzeit für einen frischen Atem, einen kühlen Kopf und einen aufmerksamkeitsstarken Markenauftritt auf allen Kanälen.

August/September 2021  
Product Placement / sit. Framesplits  
Placement Verlängerungen (Instagram, Facebook, YouTube)  
Sponsored App Voting / Newsfeed Ads  
Verlängerung Product Placement (Shuffle Rolls)

Zeitraum  
TV  
Social Media  
Format App  
TVNOW/RTL2.de



## ÜBER LOVE ISLAND

- # Die Datingshow, bei der es auf allen Kanälen knistert
- # Echte Charaktere, fesselndes Storytelling & digitaler Extracontent
- # 2022 zeigt RTLZWEI bereits die 7. und 8. Staffel des Erfolgsformats

RTLZWEI | PORTFOLIO | CASES 2021

# CASE / EXPEDIA

#LOVE ISLAND #PRÄSENTIERT VON #EXPEDIA

love island  
Heiße Flirts & wahre Liebe

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.4, 30.08.2021-27.09.2021, Marktstandard: TV; TVNOW RTLi Zeitraum: 08.03.2021-04.10.2021

6,5 % MA

14-49 Jahre  
Erwachsene

17,8 % MA

14-29 Jahre  
Frauen

53 Tsd.

Clicks  
RTL+

9,6 Mio.

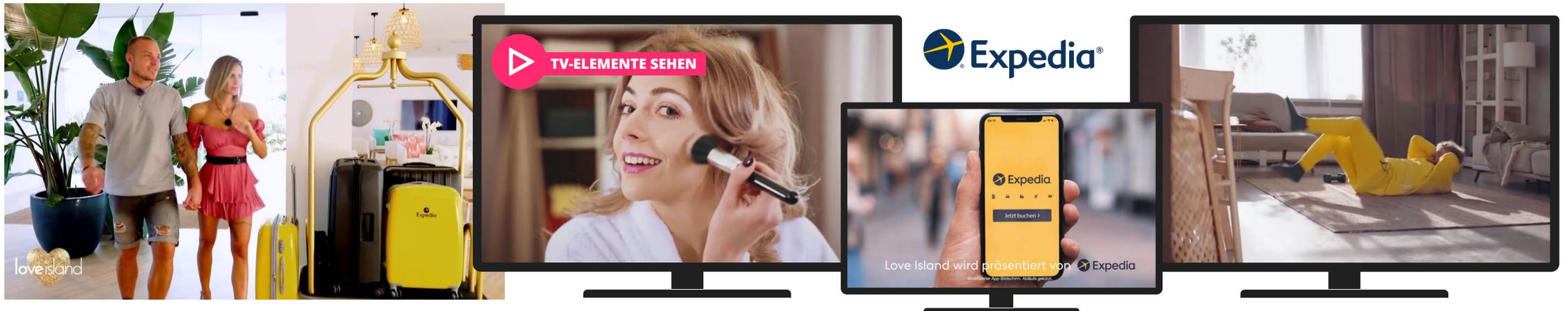
Video-Views  
RTL+

TV / DIGITAL

Bei Love Island musst du ohne Lover früher abreisen, beim Urlaub mit Expedia nicht. Über die gesamte 6. Staffel hinweg begleitet Expedia mit sechs unterschiedlichen Sponsoring-Elementen das Format als Hauptsponsor und sorgt damit für einen starken Markenauftritt und eine täglich wiederkehrende Integration des Reiseanbieters. Neben dem Auftritt als Hauptsponsor wird die Kampagne durch ein aufmerksamkeitsstarkes Product Placement in Form von gelben, Expedia-gebrandeten Koffern, unterstützt.

August/September 2021  
Product Placement / Sponsoring  
VOD Sponsoring (TVNOW)

Zeitraum  
TV  
Digital



**ÜBER LOVE ISLAND**

- # Die Datingshow, bei der es auf allen Kanälen knistert
- # Echte Charaktere, fesselndes Storytelling & digitaler Extracontent
- # 2022 zeigt RTLZWEI bereits die 7. und 8. Staffel des Erfolgsformats

# CASE / SIMON MOBILE

#EHRENWASCHBÄR #SIMON #DENIMPARTY



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.4, 30.08.2021-27.09.2021, Marktstandard: TV; Eigene Erhebung Views: IG, YT, Crowdangle, TikTok, Love Island App & RTLZWEI.de, Zeitraum: 23.08.2021-27.09.2021 (Stand 30.09.2021), TVNOW RTLi Zeitraum: 08.03.2021-04.10.2021, FB Insights, 23.08.-04.10.21 App-Installationen: iOS: App Store Connect, App-Einheiten /Android: Google Play Console, Installationen (Stand: 06.10.2021); Abonnenten: IG & FB Insights & YT & Snapchat & TikTok (Stand: 06.10.2021)

**6,5 % MA**

**14-49 Jahre Erwachsene**

**17,8 % MA**

**14-29 Jahre Frauen**

**9,6 Mio.**

**Video-Views (Co)-Sponsoring RTL+**

**3 Mio.**

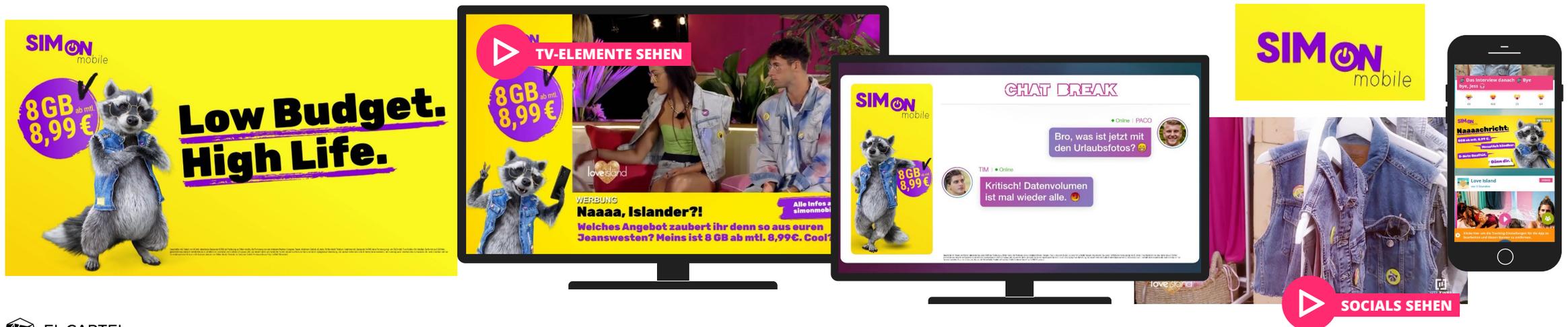
**Video-Views First Look - LI App**

**CROSSMEDIA**

Beautiful Denim for beautiful people! Das lassen sich unsere Islander nicht zwei Mal sagen und schwingen ihre in Jeansstoff gehüllten Hüften auf der diesjährigen Love Island Denim-Party. Besonderer Hingucker: Die Ansteckbuttons mit Simon, dem aufgeweckt frechen Vodafone Waschbär. Den findet der Zuschauer nicht nur auf der Party, sondern auch in zahlreichen Werbemaßnahmen rund um das beliebte TV-Format. So chattet Simon in unserer Ad Lab Creation, dem Chat-Break, mit unseren Influencern Paco und Tim, oder aber er präsentiert die kommende Folge auf RTL+.

August/September 2021  
 Product Placement / Chat-Break / Framesplits  
 Placement Verlängerungen (Instagram, YouTube)  
 App Voting Zusatzstimme, First Look Sponsoring, Newsfeed Ads  
 VOD (Co)-Sponsoring (TVNOW)

**Zeitraum**  
**TV**  
**Social Media**  
**Format App**  
**Digital**



## ÜBER LOVE ISLAND

- # Die Datingshow, bei der es auf allen Kanälen knistert
- # Echte Charaktere, fesselndes Storytelling & digitaler Extracontent
- # 2022 zeigt RTLZWEI bereits die 7. und 8. Staffel des Erfolgsformats

RTLZWEI | PORTFOLIO | CASES 2021

# CASE / 4711 REMIX

REMIX YOUR LIFE!

love island  
Heiße Flirts & wahre Liebe

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.4, 30.08.2021-27.09.2021, Marktstandard: TV;  
Eigene Erhebung Views: YT, Crowdtangle, Love Island App & RTLZWEI.de, Zeitraum: 23.08.2021-27.09.2021 (Stand 30.09.2021), TVNOW RTLi Zeitraum: 08.03.2021-04.10.2021,  
App-Installationen: iOS: App Store Connect, App-Einheiten /Android: Google Play Console, Installationen (Stand: 06.10.2021); Abonnenten YT (Stand: 06.10.2021)

6,5 % MA

14-49 Jahre  
Erwachsene

17,8 % MA

14-29 Jahre  
Frauen

76 Tsd.

Video-Views  
Mobile App Teaser

920 Tsd.

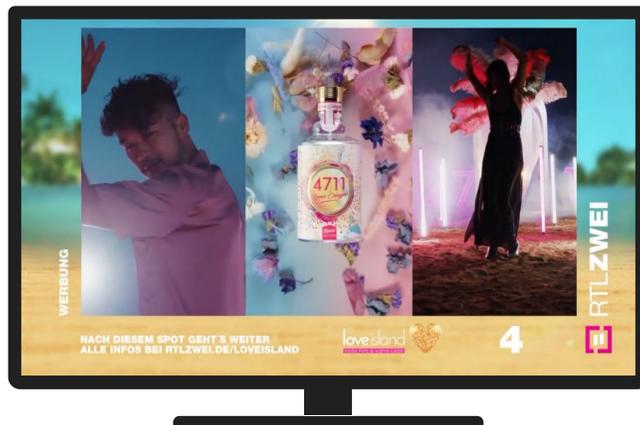
Video-Views  
Switch In XXL

CROSSMEDIA

Remix your life! Maurer & Wirtz bringt mit seinen drei neuen Düften „4711 Remix“ Farbe in die 6. Staffel Love Island. Der Kunde setzt nicht nur auf junge, wilde Motive, sondern auch auf kreative Sonderwerbeformen wie den Triple Cut In oder den Switch In XXL. Verlängert wird die On Air Integration durch verschiedene Ads auf TVNOW und YouTube sowie in der eigens entwickelten Format App. Abgerundet wird die 4711 Remix-Kampagne durch den Einsatz von Addressable TV-Spots. Eine runde Sache, die für Aufmerksamkeit in der jungen Zielgruppe sorgt.

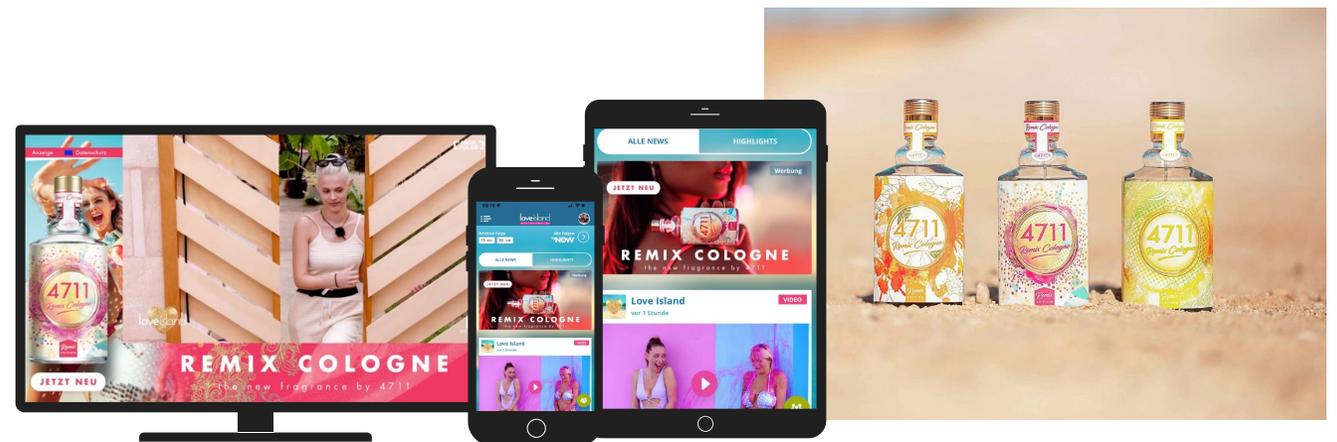
August/September 2021  
Triple Cut-Ins / Programmsplits  
Shuffle Roll Kampagne (TVNOW) / YouTube Ads  
Newsfeed Ad  
Switch In XXL

Zeitraum  
TV  
Digital  
Format App  
Addressable TV



MAURER & WIRTZ  
HOUSE OF PERFUMES

TV-ELEMENTE SEHEN



Und...? Willst du mich kennenlernen?

Ja unbedingt! Wie kann ich Dich erreichen? ❤️

Ganz einfach 😊 - am besten per Mail ...



**Johanna Loske**

Crossmedia Managerin



0 89 / 641 85 - 78 08



johanna.loske@elcartelmedia.de



**Nicole Gerber**

Crossmedia Managerin



0 89 / 641 85 - 78 04



nicole.gerber@elcartelmedia.de