



love island

INTEGRATIONEN IM SPÄTSOMMER 2023

ABOUT LOVE ISLAND

- # Die Datingshow, bei der es auf allen Kanälen knistert
- # Echte Charaktere, fesseldes Storytelling & digitaler Extracontent
- # 2023 das große TV-Comeback mit Staffel 8 des Erfolgsformats

RTLZWEI | PORTFOLIO | CASES

CASE / PEPSI

WIR STARTEN WAS KRASSES – MIT PEPSI & LOVE ISLAND!



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.2; 11.09.2023-02.10.2023; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV; produktbezogen; Paketnummer: 12052 vom 10.10.2023
Eigene Erhebung Views: IG, Love Island App Zeitraum: 21.03.-11.04.2022 (Stand 02.05.2022),

5,2 % MA

**E 14-49 JAHRE
FOLGE 10**

13,1 % MA

**F 14-29 JAHRE
FOLGE 10**

485 Tsd.

**Ø VIDEOVIEWS
PRO TAG (RTL+)**

1.854

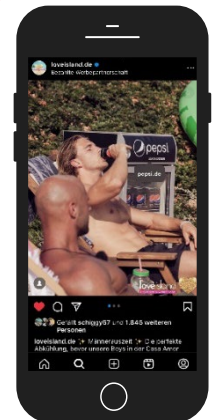
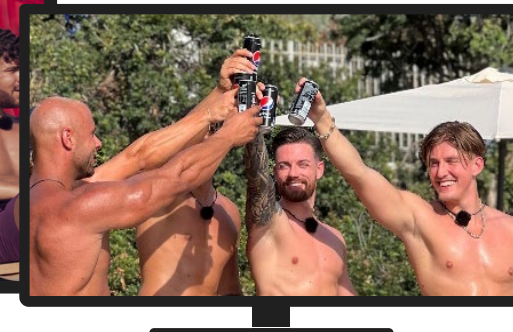
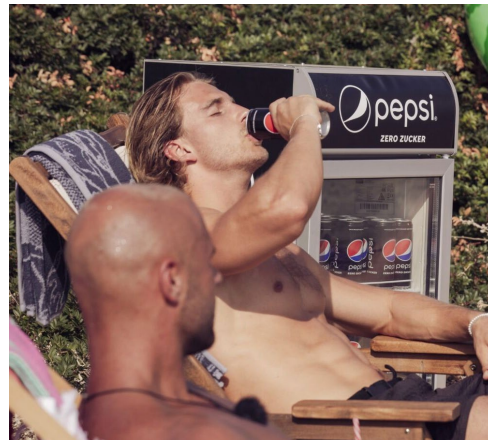
**LIKES
INSTAGRAM POST**

CROSSMEDIA

Ganz nach dem Pepsi Zero Claim "Starte was krasses!" haben wir die Pepsi Dose mit maximal Geschmack und zero Zucker aufmerksamkeitsstark und über die gesamte Staffel hinweg in Szene gesetzt. Egal ob als Erfrischung nach dem Einzug unserer heißen Singles in die brandneue Love Island Villa, beim Party machen am Abend oder um einen kühlen Kopf im Einzelgespräch zu bewahren – Pepsi Zero Zucker und unsere Islander*innen waren ab Sekunde 1 ein perfect match! Abgerundet wurde die Integration durch ein Product Placement bei einem Ausflug unserer Männer, welches wir auf Social Media verlängert haben.

September / Oktober 2023
Product Placement / Ausstattung / Sichtbarkeit
Instagram Post

Zeitraum
TV
Social Media



ABOUT LOVE ISLAND

- # Die Datingshow, bei der es auf allen Kanälen knistert
- # Echte Charaktere, fesseldes Storytelling & digitaler Extracontent
- # 2023 das große TV-Comeback mit Staffel 8 des Erfolgsformats

RTLZWEI | PORTFOLIO | CASES

CASE / MÜLLERMILCH

UNWIDERSTEHLICH, ODER?



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.2; 11.09.2023-02.10.2023; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV; produktbezogen; Paketnummer: 12052 vom 10.10.2023

5,5 % MA

E 14-49 JAHRE
FOLGE 9

18,2 % MA

F 14-29 JAHRE
FOLGE 9

15,1 % MA

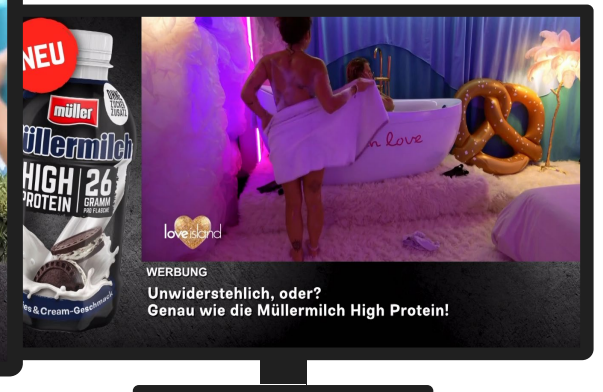
E14-29 JAHRE
FOLGE 9

CROSSMEDIA

Naaaaaaachricht: Müllermilch ist fester Bestandteil der 8. Staffel von Love Island und sticht mit situativ platzierten Framesplits mit 4 unterschiedlichen Motiven ins Auge. Im Fokus stehen dabei die 4 neuen Sorten der Müllermilch High Protein in den Sorten Himbeer, Mango, Kaffee und Cookies & Cream. Denn keiner weiß besser als unsere sportlichen und durchtrainierten Islander: Nach dem Pumpen ist vor der Gönnung! Verständlich, dass Man(n) sich da mal durchprobieren will... Fazit: Wir lieben Müllermilch und können dank der 19 Framesplit-Integrationen auch nach Staffel 8 nicht genug davon bekommen!

September / Oktober 2023
Situative Framesplits

Zeitraum
TV



ABOUT LOVE ISLAND

- # Die Datingshow, bei der es auf allen Kanälen knistert
- # Echte Charaktere, fesseldes Storytelling & digitaler Extracontent
- # 2023 das große TV-Comeback mit Staffel 8 des Erfolgsformats

RTLZWEI | PORTFOLIO | CASES

CASE / REVIEW

ALWAYS MATCHING

love island
Heiße Flirts & wahre Liebe

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.2; 11.09.2023-02.10.2023; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV; produktbezogen; Paketnummer: 12052 vom 10.10.2023
Eigene Erhebung Views: IG, Love Island App Zeitraum: 21.03.-11.04.2022 (Stand 02.05.2022),

11,4 % MA

E 14-29 JAHRE
FOLGE 11

9,0 % MA

F 14-29 JAHRE
FOLGE 11

191 Tsd.

ERREICHTE KONTEN
INSTA REEL RAY

2,3 Tsd.

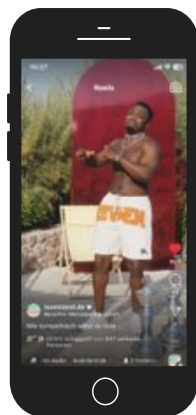
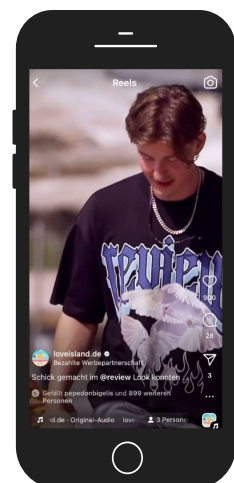
STICKER CLICKS
INSTA STORY LAURA

CROSSMEDIA

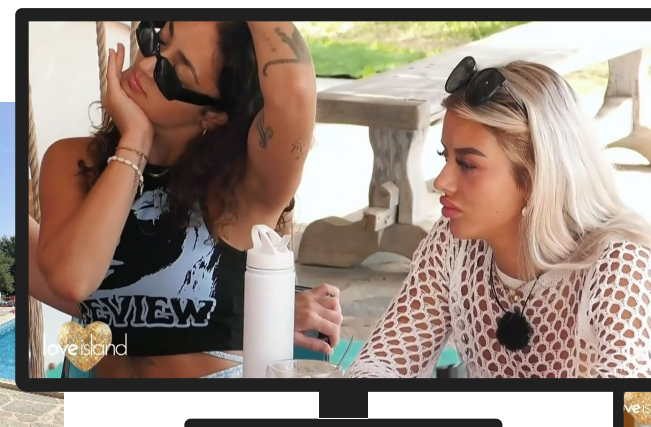
Love Island ist jung, wild, vielfältig & außergewöhnlich – genau wie die Streetwear Kollektion von Review! Ob lässige Shirts, wilden Muster oder auffällig, knallige Prints – unseren Islandern steht jeder Look. Das bewies Staffel 8, in der die Modemarke unsere Islander mit Tops, Shorts & Shirts ausgestattet hat und die Looks dabei authentisch in das Format integriert wurden. Abgerundet wurde die Integration mit Posts, Storys und Reels auf unseren Social Media Kanälen Instagram und TikTok, sodass die Follower die Möglichkeit hatten, die Looks der Islander direkt im Onlineshop von Review nachzukaufen.

September / Oktober 2023
Ausstattung / Sichtbarkeit
Instagram Reel, Story, Post & TikTok Video

Zeitraum
TV
Social Media



REVIEW



ABOUT LOVE ISLAND

- # Die Datingshow, bei der es auf allen Kanälen knistert
- # Echte Charaktere, fesseldes Storytelling & digitaler Extracontent
- # 2023 das große TV-Comeback mit Staffel 8 des Erfolgsformats

RTLZWEI | PORTFOLIO | CASES

CASE / STEVE MADDEN

ALLES FIT IM SCHRITT?!



Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.2; 11.09.2023-02.10.2023; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV; produktbezogen; Paketnummer: 12052 vom 10.10.2023
Eigene Erhebung Views: IG, Love Island App Zeitraum: 21.03.-11.04.2022 (Stand 02.05.2022),

296 Tsd.

VIDEOVIEWS
INSTAGRAM POST

13,1 % MA

F 14-29 JAHRE
FOLGE 21

485 Tsd.

Ø VIDEOVIEWS
PRO TAG (RTL+)

2.026

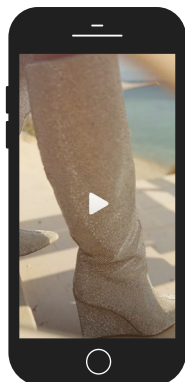
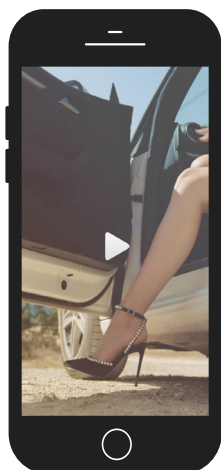
LIKES
INSTAGRAM POST

CROSSMEDIA

Bei Love Island geht es um echte Liebe und die ganz großen Gefühle. Kein Wunder also, dass sich unsere Islander*innen von ihrer besten Seite präsentieren möchten. Dank der großen Schuhwahl von Steve Madden werden sicherlich nicht nur unsere Damenherzen höher schlagen. Ob Highheel, Sneaker, Overknee – Hier ist garantiert für Jedermann das perfekte Paar dabei! Ausgerichtet auf eine junge, freshe Zielgruppe setzt Steve Madden auf totale Digital-Power und anhaltende Präsenz während der gesamten Staffel 8. Als fester Sponsor bei RTL+ kommt niemand an der Marke vorbei. Zusätzliche Aufmerksamkeit bekommt Steve Madden durch Branded Social Media Content bei Instagram.

September / Oktober 2023
VOD Sponsoring (Free-User-only)
Instagram Reel, Instagram Story

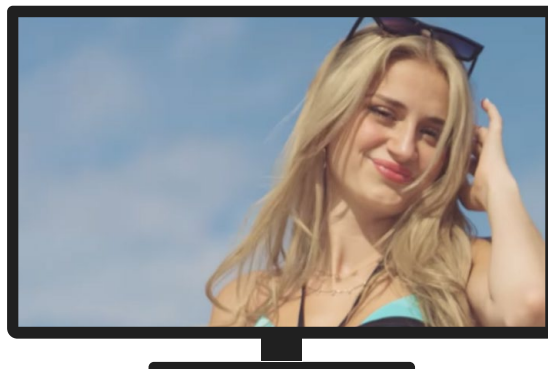
Zeitraum
RTL+
Social Media



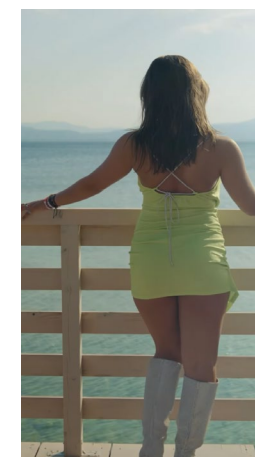
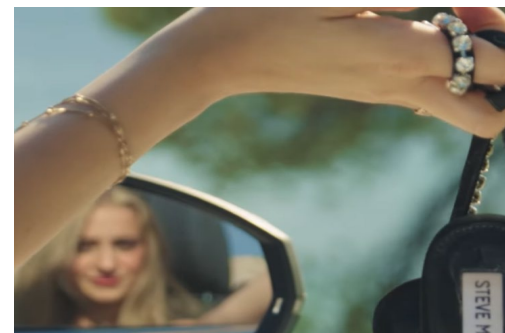
RTL+ SEHEN



SOCIALS SEHEN



STEVE MADDEN



FRAGEN? EINFACH MELDEN



JOHANNA LOSKE

Crossmedia & Kooperationen
Crossmedia-Managerin

johanna.loske@elcartelmedia.de
+49 (0)89 64185-7808