

PICK UP! MEETS LOVE ISLAND **#CROSSMEDIA**

# NIMM'S KNACKIG



#### INSIGHTS ZUM FORMAT

- # Eigene Format-App versorgt Fans rund um die Uhr mit Content
- # Durch Votings bestimmen Zuschauer aktiv den Verlauf der Show mit
- # 2019 zeigt RTLZWEI bereits die 3. Staffel des Erfolgsformats

BAHLEN MEETS LOVE ISLAND | FORMAT-FACTS

# LOVE ISLAND

HEISSE FLIRTS & WAHRE LIEBE

▶ EINE GRUPPE SINGLES. EINE INSEL. EIN GEWINN.

Quelle  
AGF in Zusammenarbeit mit GfK; videoScope; 09.09.2019-07.10.2019; Ausstrahlungen Mo-Fr & So, 20-01 Uhr

**22:15** AB **TÄGLICH**  
09.09.-07.10.2019

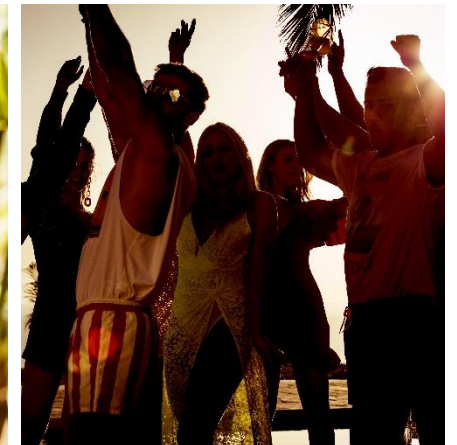
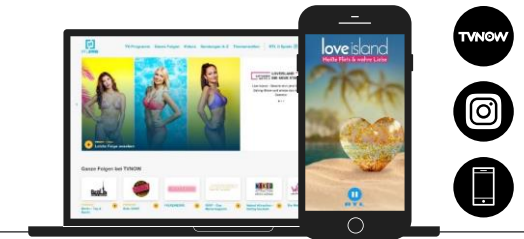
**8,2** % MA **14-49 Jahre**  
Erwachsene

**22,6** % MA **14-29 Jahre**  
Frauen

**11,4** % 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.



## ÜBER PICK UP! & LOVE ISLAND

- # Ausstrahlung von acht situativen Wechselsplits bei „Love Island“ – tagesaktuell produziert
- # Crossmediale Verlängerung der Kampagne bei RTLZWEI.de, TVNOW und in der App zum Format
- # Placement in der YouTube-Talkshow „Love Island Aftersun“

BAHLEN MEETS LOVE ISLAND | CASES

# CASE / PICK UP!

NIMM'S KNACKIG – MIT PICK UP! UND LOVE ISLAND

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; TV Control 6.3, 01.12.2018-31.12.2019, Marktstandard: TV (Systemdefault), Datenpaket 1372 vom 21.10.2019, DAP Paket 288 vom 21.10.2019  
Eigene Datenerhebung (RTL, Adserver-Reportings, Social Media Accounts, Stand vom 21.10.2019)

**3,6** MIO. (NRW)

ERWACHSENE  
AB 14 JAHRE

**11,0** % (NRW)

FRAUEN  
14-29 JAHRE

**Ø 5,3** % (CTR)

ZWEITSTIMMEN-  
VOTING FORMAT-APP

**96** % (VTR)

SHUFFLE-ROLLS RTLZWEI  
DIGITAL-CHANNELS

TV / DIGITAL /  
YOUTUBE

Knackig, aktuell und immer im richtigen Moment: In tagesaktuell produzierten, situativen Wechselsplits kommentiert die Bahlsen-Marke PICK UP! das Geschehen 2 Mal pro Woche in der „Love Island“-Villa. Die Umsetzung inkl. Text und Spotproduktion erfolgte in enger Abstimmung zwischen Bahlsen und dem EL CARTEL MEDIA AD LAB, sodass innerhalb weniger Stunden einzigartige Spots kreiert wurden. Die Kampagne wurde crossmedial mit Shuffle-Rolls und der „Spot ansehen & 2. Stimme erhalten“-Option“ bei Votings in der „Love Island“-App verlängert. Für noch mehr Biss sorgte PICK UP! mit Visibility und Product Placements im Talk-Format „Aftersun“ auf dem eigenen „Love Island“-YouTube-Channel.

September & Oktober 2019  
Situative Wechselsplits  
Presplits  
Shuffle-Rolls bei RTLZWEI.de und TVNOW.de  
Zweitstimmen-Roll-Ad beim In-App-Voting  
Product Placement & Visibility

Zeitraum  
TV  
Special Ads  
Digital Ads  
Mobile Ads  
YouTube





#### ÜBER PICK UP! & LOVE ISLAND

- # Ausstrahlung von acht situativen Wechselsplits bei „Love Island“ – tagesaktuell produziert
- # Crossmediale Verlängerung der Kampagne bei RTLZWEI.de, TVNOW und in der App zum Format
- # Placement in der YouTube-Talkshow „Love Island Aftersun“

BAHLEN MEETS LOVE ISLAND | CASES

# CASE / PICK UP!

NIMM'S KNACKIG – MIT PICK UP! UND LOVE ISLAND

## ► SITUATIVE WECHSELSPLITS

### SITUATIVER WECHSELSPLIT



### MAKING OF – PICK UP! & LOVE ISLAND



### SITUATIVER WECHSELSPLIT



**8** X SITUATIVE  
WECHSELSPLITS

**2** X UMSETZUNGEN  
PRO WOCHE

**2,37** MIO. NETTOREICHWEITE  
(E14-49)

**1,14** MIO. NETTOREICHWEITE  
(E14-29)

**174** AFFINITÄT  
(E14-29)

## ÜBER PICK UP! & LOVE ISLAND

- # Ausstrahlung von acht situativen Wechselsplits bei „Love Island“ – tagesaktuell produziert
- # Crossmediale Verlängerung der Kampagne bei RTLZWEI.de, TVNOW und in der App zum Format
- # Placement in der YouTube-Talkshow „Love Island Aftersun“

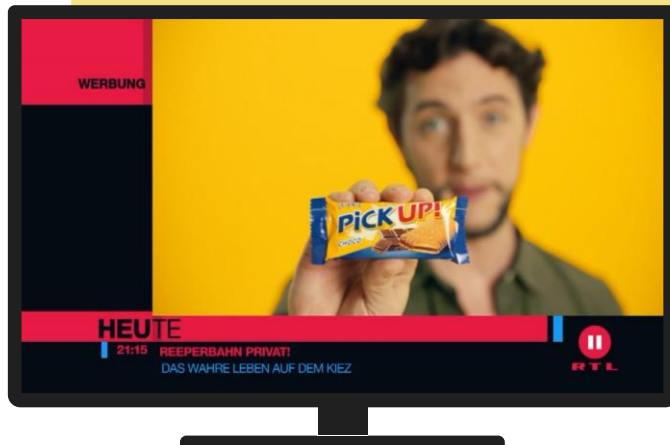
BAHLSN MEETS LOVE ISLAND | CASES

# CASE / PICK UP!

NIMM'S KNACKIG – MIT PICK UP! UND LOVE ISLAND

## WEITERE UMSETZUNGEN

### PRESPLIT (TV)



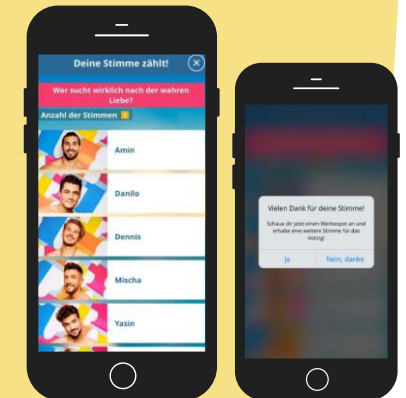
### PLACEMENT – AFTERSUN (YOUTUBE)



### SHUFFLE-ROLLS (TVNOW)



### BUMPER-ADS (FORMAT-APP)



über **300** VERSPEISTE  
PICK UP! RIEGEL

**1,6** MIO. AUFRUFE INSGESAMT  
AFTERSUN

**1,53** % KLIKKRATE  
ROLLS

**5,35** % KLIKKRATE  
BUMPER ADS

#### ÜBER UNSEREN SERVICE

# Unverbindliches Kampagnen-Angebot unter: [sales@elcartelmedia.de](mailto:sales@elcartelmedia.de)

# Anfrage Planungsdaten unter: [vertriebsmarketing@elcartelmedia.de](mailto:vertriebsmarketing@elcartelmedia.de)

EL CARTEL MEDIA

# ANSPRECHPARTNER

---

## INHALTLICHE FRAGEN



**BERIT  
HOLTKAMP**

Teamleiterin Kooperationen

[berit.holtkamp@elcartelmedia.de](mailto:berit.holtkamp@elcartelmedia.de)  
089 64185 – 7808

## INHALTLICHE FRAGEN



**JULIA  
BESCHONER**

Senior Produktmanagerin

[julia.beschoner@elcartelmedia.de](mailto:julia.beschoner@elcartelmedia.de)  
089 64185 – 7803

## BUCHUNGS FRAGEN



**MANUSCH  
SHAMSA**

Verkaufsgebietsleiter

[manusch.shamsa@elcartelmedia.de](mailto:manusch.shamsa@elcartelmedia.de)  
089 64185 – 7210