

DIGITAL #YOUTUBE

1 / YOUTUBE-UNIVERSUM

2 / YOUTUBE OVERVIEW

3 / YOUTUBE PERFORMANCE

4 / FORMAT-CHANNELS

ÜBER YOUTUBE

- # Vermarktungsuniversum mit vier starken Partnern
- # Gebündelte Vermarktung über EL CARTEL
- # Diverser Zielgruppenmix aus allen relevanten Bereichen

YOUTUBE-UNIVERSUM

RTLZWEI & PARTNER

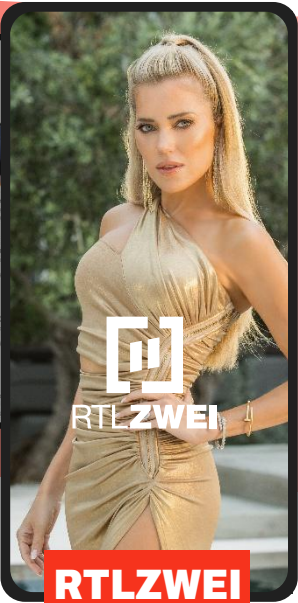
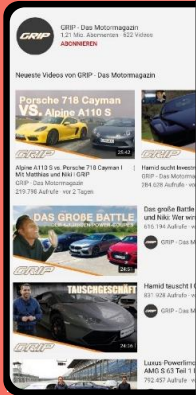
YOUTUBE OVERVIEW

Quelle: YouTube Creator Studio / Eigene Erhebung, Stand: Jan 25
* Youtube Studio, Videoviews Partnerchannel monatl. Wert Ø 01.10.2024-31.12.2024
** Youtube Studio, Videoviews exkl. Partnerchannel und Claimed, inkl. El Cartel Music, monatl. Wert Ø 01.10.2024-31.12.2024

26x
YOUTUBE
POWER

X

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



21

RTLZWEI YOUTUBE
KANÄLE

über 51 Mio.

RTLZWEI YOUTUBE
VIDEOVIEWS**

5

PARTNER YOUTUBE
KANÄLE

über 544 Tsd.

PARTNER YOUTUBE
VIDEOVIEWS*

ÜBER YOUTUBE

- # Extrem hohes Maß an Interaktion durch Fan-Community
- # Exklusiver YouTube-Content (z. B. „GRIP Originals“) verlängert TV-Formate auch digital
- # 24/7-Begleitung der Zielgruppe durch zahlreiche Hintergrund- und Zusatzinfos

YOUTUBE / RTLZWEI

OVERVIEW

SNACKABLE CONTENT FÜR ALLE

über 8,4 Mio.

YOUTUBE
ABONNENTEN

21

YOUTUBE
KANÄLE

über 51 Mio.

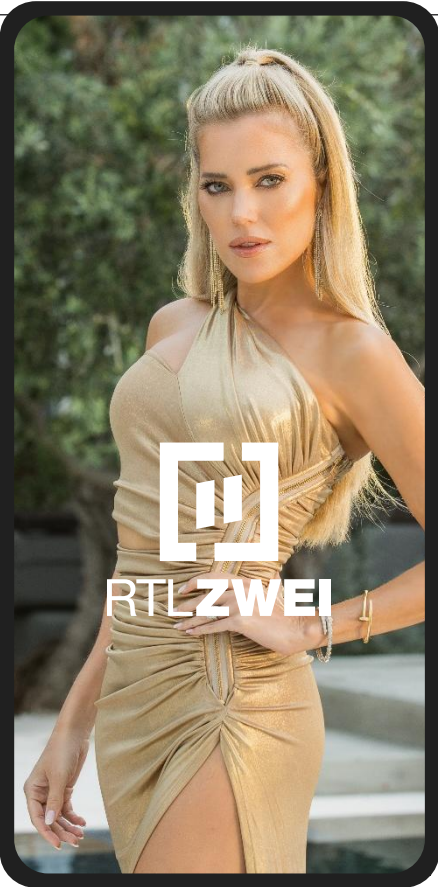
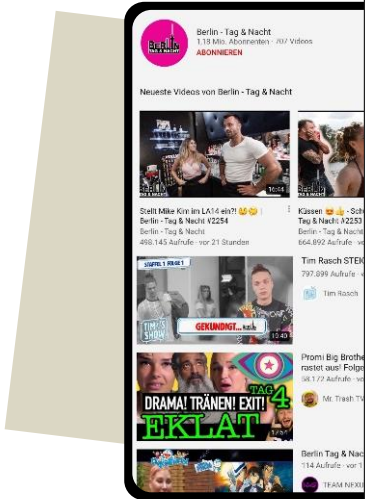
YOUTUBE
VIDEOVIEWS

INFORMATIONEN

Die RTLZWEI-YouTube-Kanäle zu beliebten Formaten sind eine ideale Möglichkeit, Marken und Produkte über das TV hinaus zu verlängern. Die wirkungsvolle Integration von umfangreichen Werbemitteln hat eine extrem hohe Sichtbarkeit innerhalb der Channels.

RTLZWEI-/YOUTUBE-CHANNELS

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| # 01 RTLZWEI | # 09 Die Straßencops |
| # 02 RTLZWEI DOKUS | # 10 Family Stories |
| # 03 GRIP Originals | # 11 RTLZWEI Home / Der Trödeltrupp |
| # 04 Berlin – Tag & Nacht | # 12 Die Wollnys |
| # 05 Krass Schule | # 13 Die Kochprofis |
| # 06 Kampf der Realitystars | # 14 Traumfrau gesucht |
| # 07 Love Island VIP | # 15 Traumfrau gesucht |
| # 08 Hilf mir! | # 16 Privatdetektive im Einsatz |
| | u.v.m. |



Quelle
YouTube Creator Studio / Eigene Erhebung, Stand: Jan 25
Videoviews exkl. Partnerchannel und Claimed, inkl. El Cartel Music, monatl. Wert Ø 01.10.2024-31.12.2024











ÜBER YOUTUBE

- # Extrem hohes Maß an Interaktion durch Fan-Community
- # Exklusiver YouTube-Content (z. B. „GRIP Originals“) verlängert TV-Formate auch digital
- # 24/7-Begleitung der Zielgruppe durch zahlreiche Hintergrund- und Zusatzinfos

YOUTUBE / PERFORMANCE

ÜBERBLICK | YOUTUBE ZUSCHAUERSTRUKTUR

Quelle
YouTube Creator Studio: Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024; bei Love Island und KDRS liegen Staffelzeiträume zugrunde

										
FRAUEN	<div><div>55 %</div><div>F13+ Jahre</div></div> <div><div>13%</div><div>F18-24 Jahre</div></div> <div><div>8%</div><div>F_25-34 Jahre</div></div> <div><div>8%</div><div>F35-44 Jahre</div></div>		<div><div>55%</div><div>F13+ Jahre</div></div> <div><div>26 %</div><div>F18-24 Jahre</div></div> <div><div>10%</div><div>F25-34 Jahre</div></div> <div><div>8%</div><div>F35-44 Jahre</div></div>	<div><div>51 %</div><div>F13+ Jahre</div></div> <div><div>18 %</div><div>F18-24 Jahre</div></div> <div><div>8%</div><div>F25-34 Jahre</div></div> <div><div>13 %</div><div>F35-44 Jahre</div></div>	<div><div>67%</div><div>F13+ Jahre</div></div> <div><div>22%</div><div>F18-24 Jahre</div></div> <div><div>18%</div><div>F25-34 Jahre</div></div> <div><div>12%</div><div>F35-44 Jahre</div></div>	<div><div>49 %</div><div>F13+ Jahre</div></div> <div><div>12 %</div><div>F18-24 Jahre</div></div> <div><div>12 %</div><div>F25-34 Jahre</div></div> <div><div>9 %</div><div>F35-44 Jahre</div></div>	<div><div>74 %</div><div>F13+ Jahre</div></div> <div><div>23 %</div><div>F18-24 Jahre</div></div> <div><div>15 %</div><div>F25-34 Jahre</div></div> <div><div>12 %</div><div>F35-44 Jahre</div></div>	<div><div>58 %</div><div>F13+ Jahre</div></div> <div><div>25 %</div><div>F18-24 Jahre</div></div> <div><div>10 %</div><div>F25-34 Jahre</div></div> <div><div>11 %</div><div>F35-44 Jahre</div></div>	<div><div>55 %</div><div>F13+ Jahre</div></div> <div><div>21 %</div><div>F18-24 Jahre</div></div> <div><div>12 %</div><div>F25-34 Jahre</div></div> <div><div>10 %</div><div>F35-44 Jahre</div></div>	<div><div>25 %</div><div>F13+ Jahre</div></div> <div><div>7 %</div><div>F18-24 Jahre</div></div> <div><div>5 %</div><div>F25-34 Jahre</div></div> <div><div>6 %</div><div>F35-44 Jahre</div></div>
MÄNNER	<div><div>45 %</div><div>M13+ Jahre</div></div> <div><div>11 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div> <div><div>9 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div> <div><div>7 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div>	<div><div>95 %</div><div>M13+ Jahre</div></div> <div><div>22 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div> <div><div>27 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div> <div><div>20 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div>	<div><div>45 %</div><div>M13+ Jahre</div></div> <div><div>20 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div> <div><div>11 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div> <div><div>6 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div>	<div><div>49 %</div><div>M13+ Jahre</div></div> <div><div>20 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div> <div><div>8%</div><div>M25-34 Jahre</div></div> <div><div>9 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div>	<div><div>40 %</div><div>M13+ Jahre</div></div> <div><div>13 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div> <div><div>10 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div> <td><div><div>51 %</div><div>M13+ Jahre</div></div><div><div>10 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div><div><div>16 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div><div><div>12 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div></td> <td><div><div>26 %</div><div>M13+ Jahre</div></div><div><div>8 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div><div><div>6 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div><div><div>5 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div></td> <td><div><div>42 %</div><div>M13+ Jahre</div></div><div><div>15 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div><div><div>8 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div><div><div>7 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div></td> <td><div><div>45 %</div><div>M13+ Jahre</div></div><div><div>16 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div><div><div>12 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div><div><div>8 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div></td> <td><div><div>75 %</div><div>M13+ Jahre</div></div><div><div>22 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div><div><div>19 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div><div><div>13 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div></td>	<div><div>51 %</div><div>M13+ Jahre</div></div> <div><div>10 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div> <div><div>16 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div> <div><div>12 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div>	<div><div>26 %</div><div>M13+ Jahre</div></div> <div><div>8 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div> <div><div>6 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div> <div><div>5 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div>	<div><div>42 %</div><div>M13+ Jahre</div></div> <div><div>15 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div> <div><div>8 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div> <div><div>7 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div>	<div><div>45 %</div><div>M13+ Jahre</div></div> <div><div>16 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div> <div><div>12 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div> <div><div>8 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div>	<div><div>75 %</div><div>M13+ Jahre</div></div> <div><div>22 %</div><div>M18-24 Jahre</div></div> <div><div>19 %</div><div>M25-34 Jahre</div></div> <div><div>13 %</div><div>M35-44 Jahre</div></div>

RTLZWEI
YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

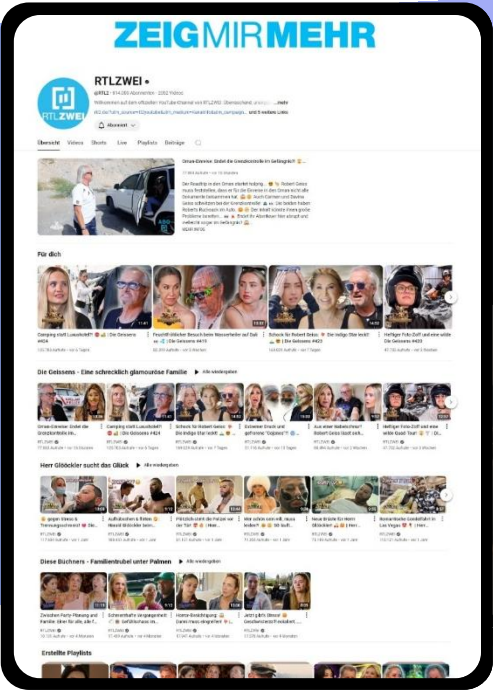
über 814 Tsd. YOUTUBE ABONNENTEN

3,2 Mio. YOUTUBE VIDEOVIEWS

13 % FRAUEN 18 – 24 J.

11 % MÄNNER 18 – 24 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



RTLZWEI DOKUS

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

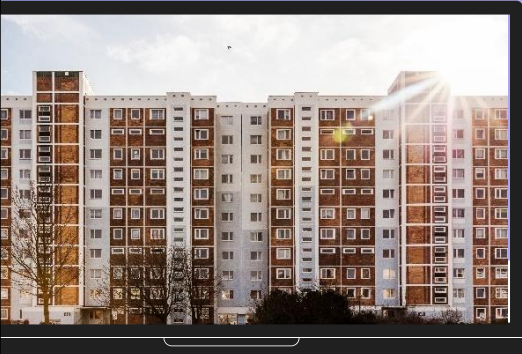
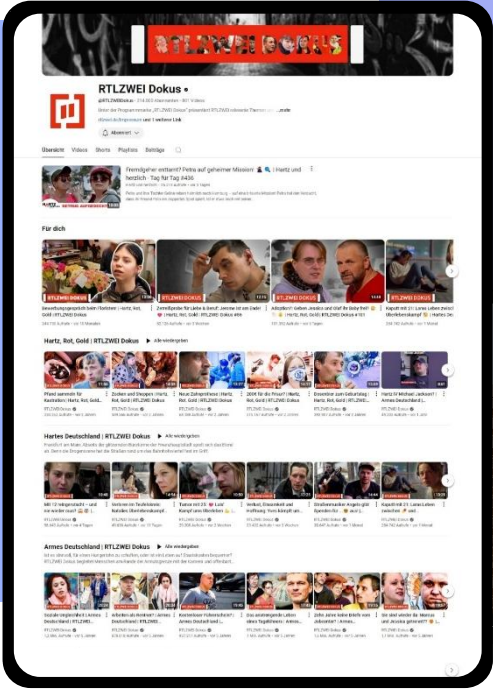
 über **214 Tsd.** YOUTUBE ABONNENTEN

3,4 Mio. YOUTUBE VIDEOVIEWS

14 % MÄNNER 18 – 24 J.

22 % MÄNNER 25 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



GRIP – DAS MOTORMAGAZIN

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

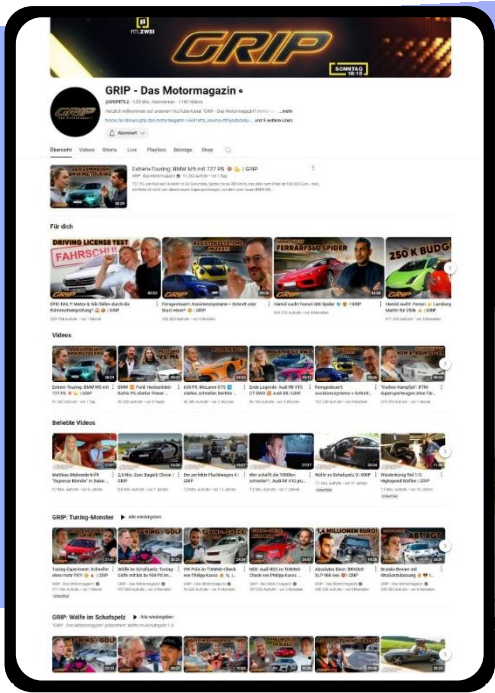
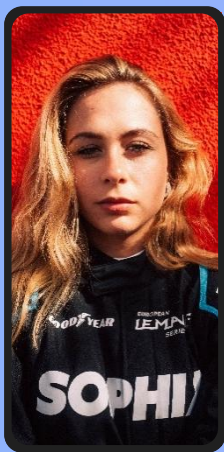
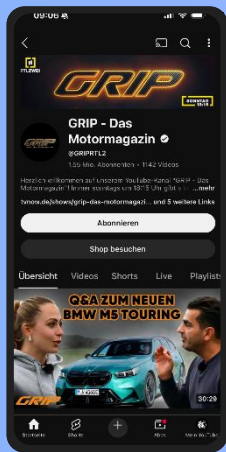
 über **1,5** Mio. **YOUTUBE** ABONNENTEN

6,6 Mio. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

22 % **MÄNNER** 18 – 24 J.

27 % **MÄNNER** 25 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



BERLIN – TAG & NACHT

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

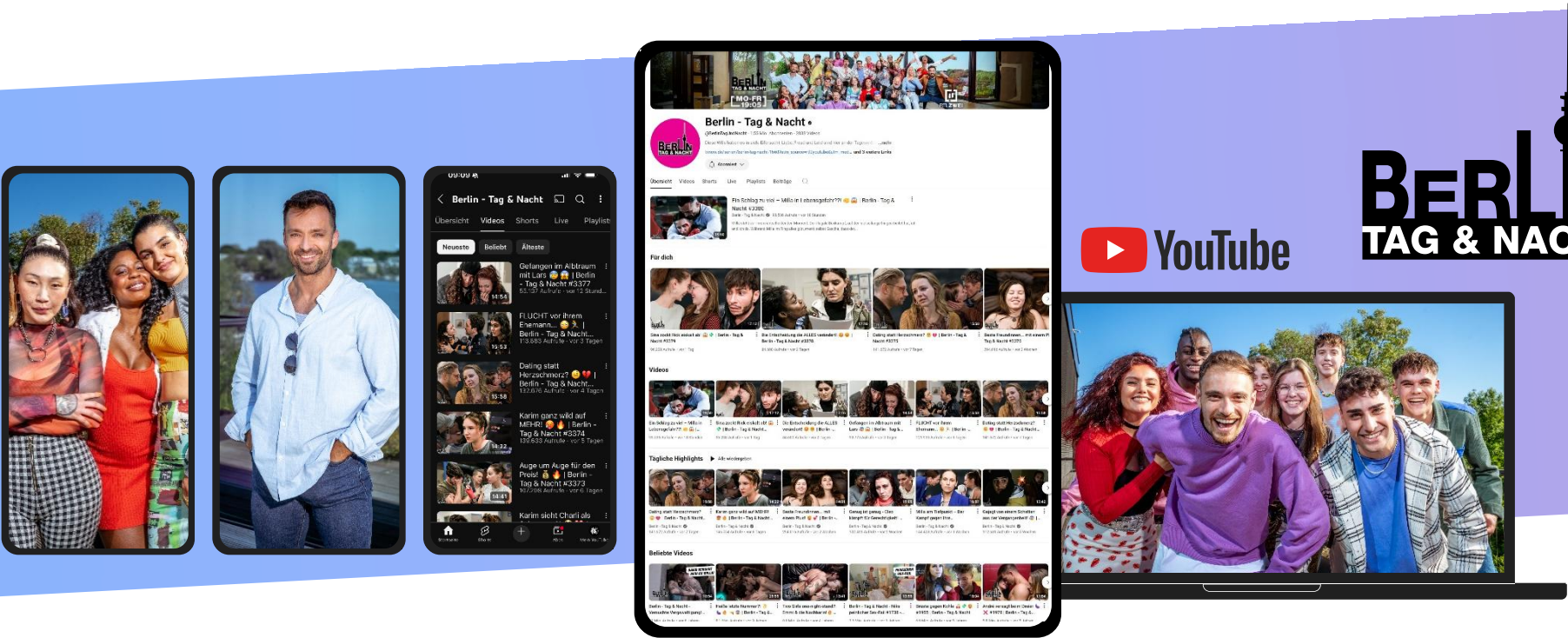
 über **1,5** Mio. **YOUTUBE** ABONNENTEN

10,5 Mio. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

26 % **FRAUEN** 18 – 24 J.

27 % **MÄNNER** 18 – 24 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



LOVE ISLAND VIP

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

 über **273** Tsd.

YOUTUBE
ABONNENTEN

2,7 Mio.

YOUTUBE
VIDEOVIEWS

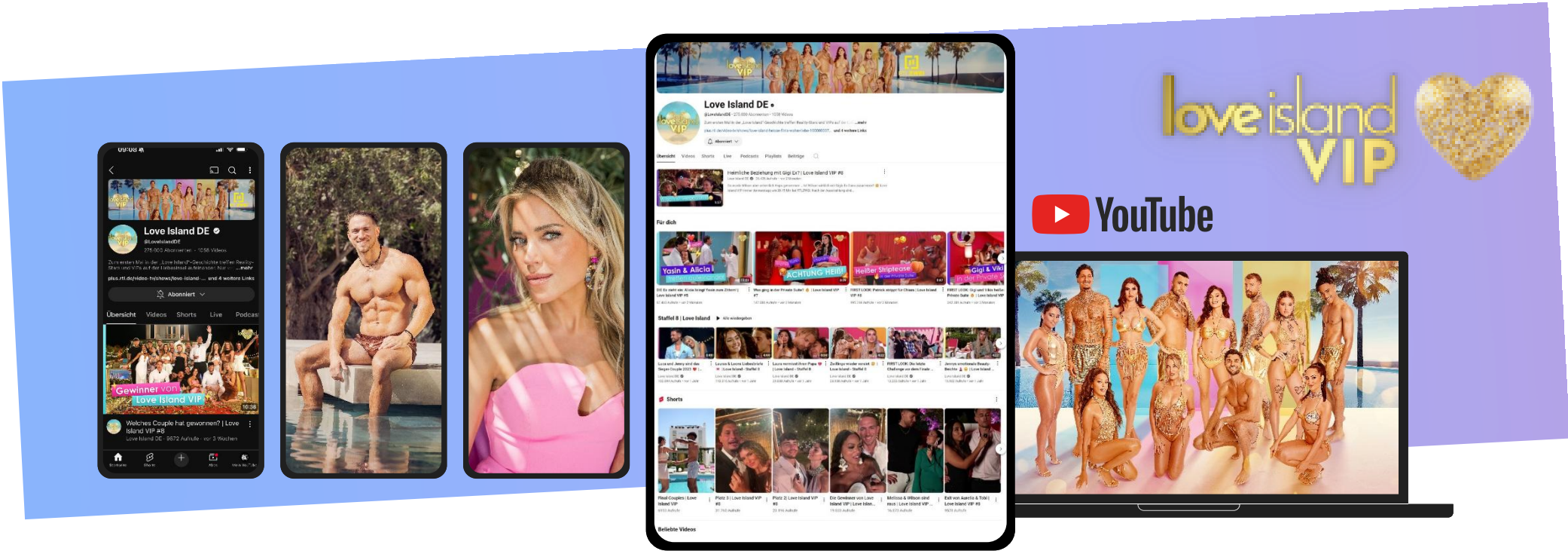
22 %

FRAUEN
18 – 24 J.

13 %

MÄNNER
18 – 24 J.

Quelle
Youtube Studio, S9: 17.10.-19.12.2024 (inkl. 7DCU); Abonnenten: Stand 16.01.2025;
Strukturanteil ø 01.10.2024-31.14.2024



KAMPF DER REALITYSTARS

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

 über **27** Tsd.

YOUTUBE
ABONNENTEN

1,5 Mio.

YOUTUBE
VIDEOVIEWS

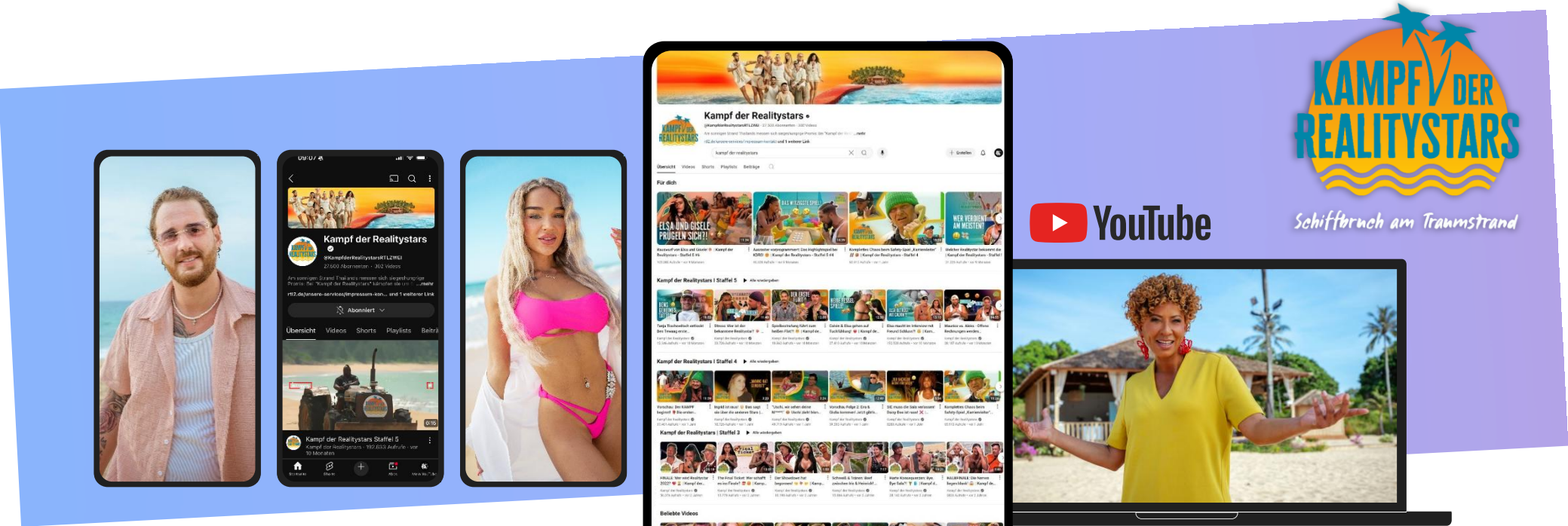
24 %

FRAUEN
18–34 J.

26 %

MÄNNER
18–34 J.

Quelle
Youtube Studio, SS: 18.03.-19.06.2024; Stand Abonnenten: 04.07.2024;
Strukturanteil 01.03.2024-30.06.2024



HILF MIR!

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

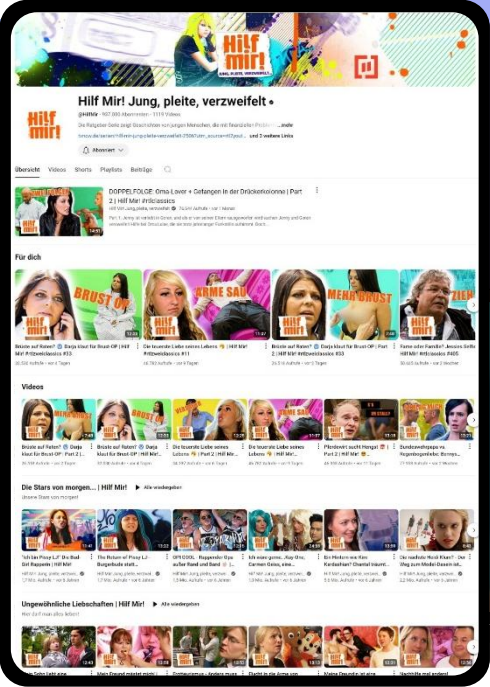
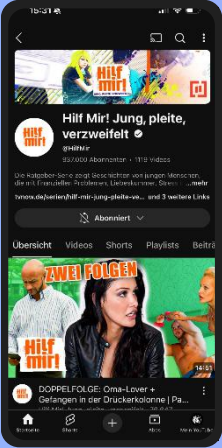
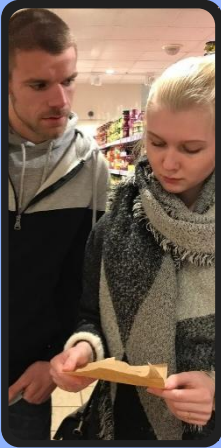
 über **937 Tsd.** YOUTUBE ABONNENTEN

6,2 Mio. YOUTUBE VIDEOVIEWS

25 % FRAUEN 18 – 24 J.

15 % MÄNNER 18 – 24 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



FAMILY STORIES

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

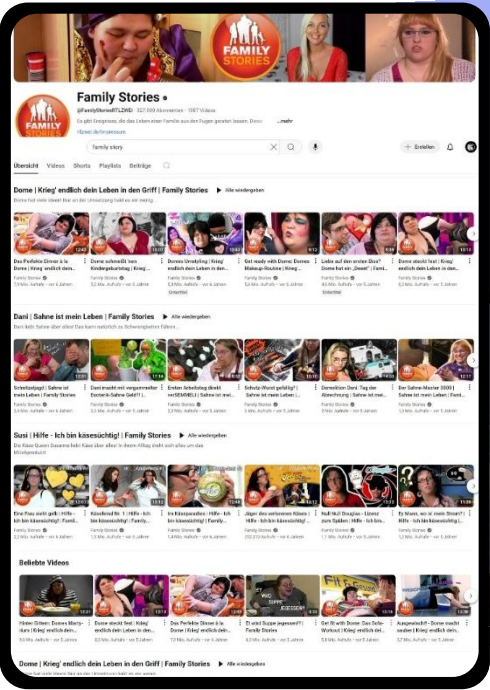
 über **937** Tsd. **YOUTUBE** ABONNENTEN

6,2 Mio. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

21 % **FRAUEN** 18 – 24 J.

16 % **MÄNNER** 18 – 24 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



DIE KOCHPROFIS

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

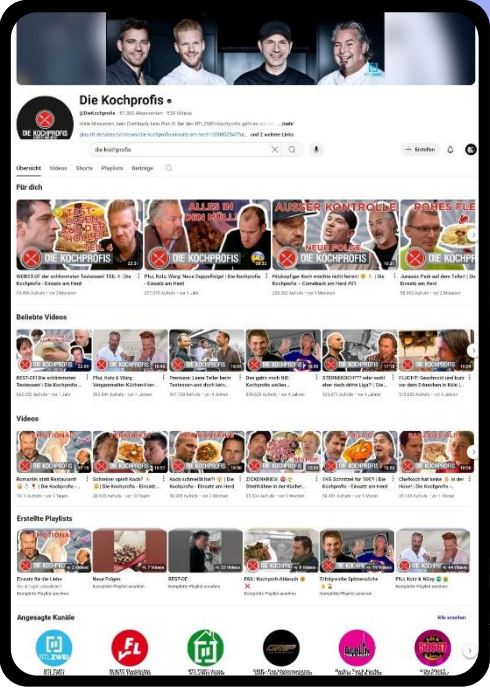
 über **57** Tsd. **YOUTUBE** ABONNENTEN

2,0 Mio. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

21 % **MÄNNER** 25 – 34 J.

27 % **MÄNNER** 35 – 44 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



DIE WOLLNYS

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

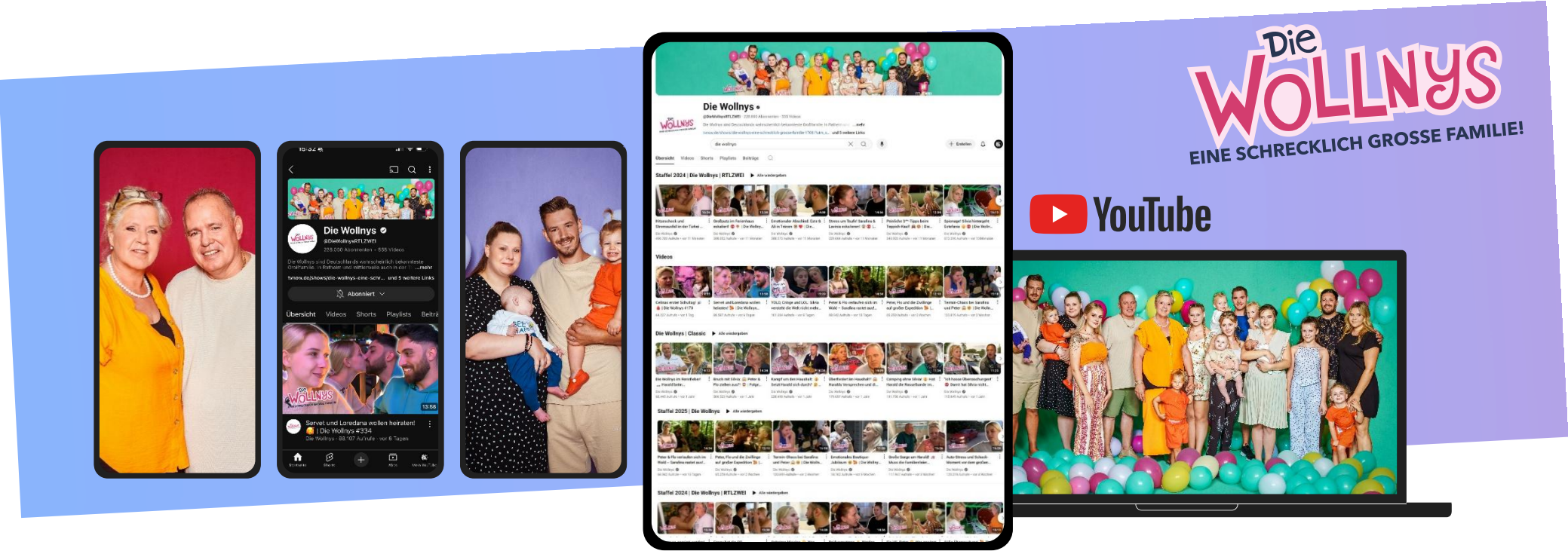
 über **227 Tsd.** **YOUTUBE** ABONNENTEN

3,0 Mio. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

23 % **FRAUEN** 18 – 24 J.

15 % **FRAUEN** 25 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



PRIVATDETEKTIVE IM EINSATZ

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

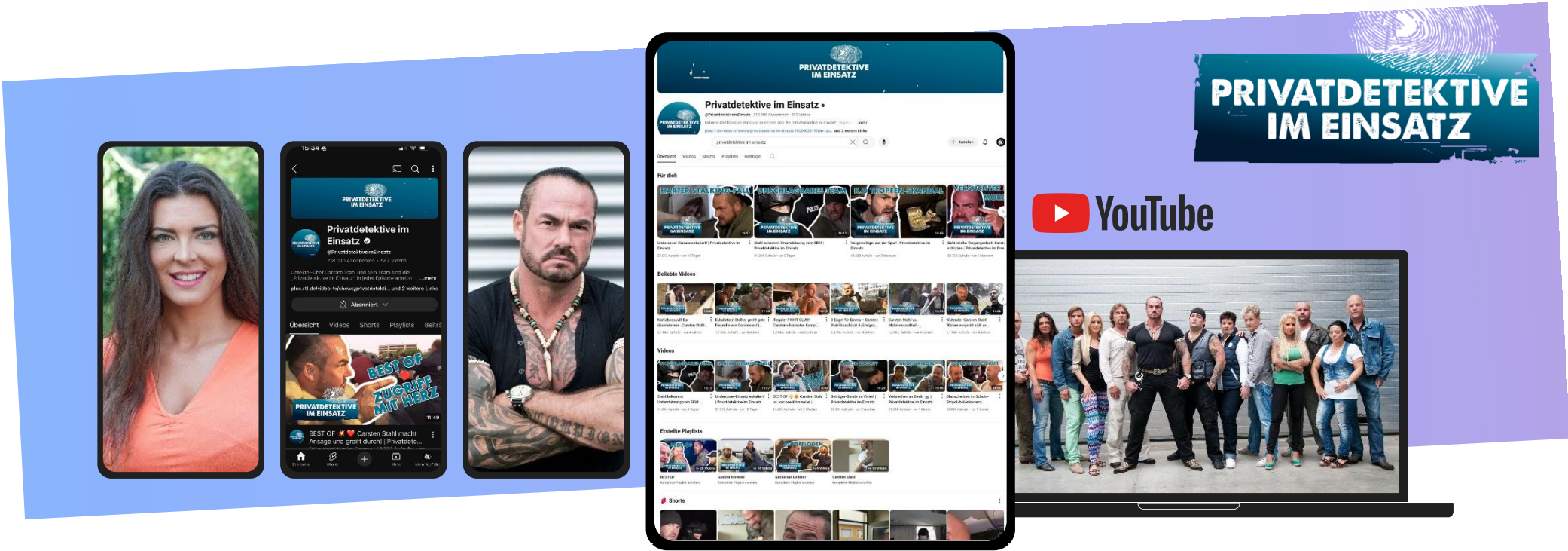
 über **218** Tsd. **YOUTUBE** ABONNENTEN

1,4 Mio. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

22 % **MÄNNER** 18 – 24 J.

19 % **MÄNNER** 25 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



HARTZ & HERZLICH

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

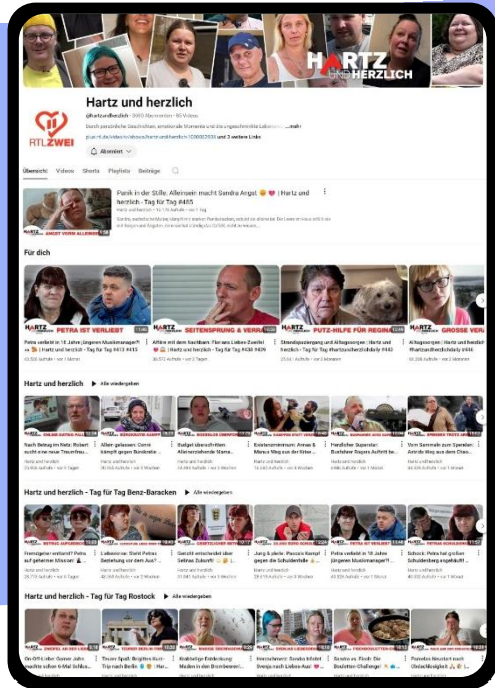
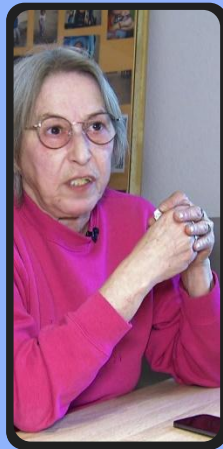
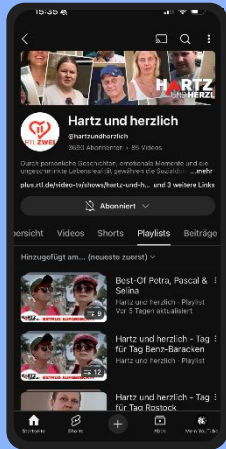
 über **3** Tsd. **YOUTUBE** ABONNENTEN

85 Tsd. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

24 % **FRAUEN** 18–34 J.

30 % **MÄNNER** 18–34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



RTLZWEI HOME

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

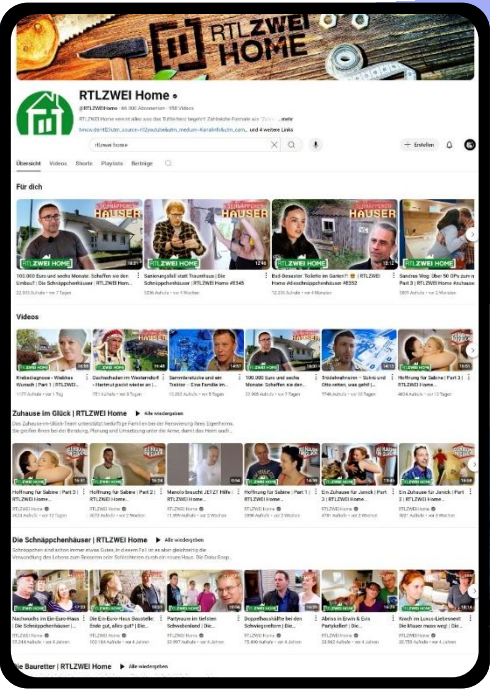
 über **66** Tsd. **YOUTUBE** ABONNENTEN

686 Tsd. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

12 % **FRAUEN** 18–34 J.

19 % **MÄNNER** 18–34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024





Jeder Cent zählt



RTLZWEI CLASSICS

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

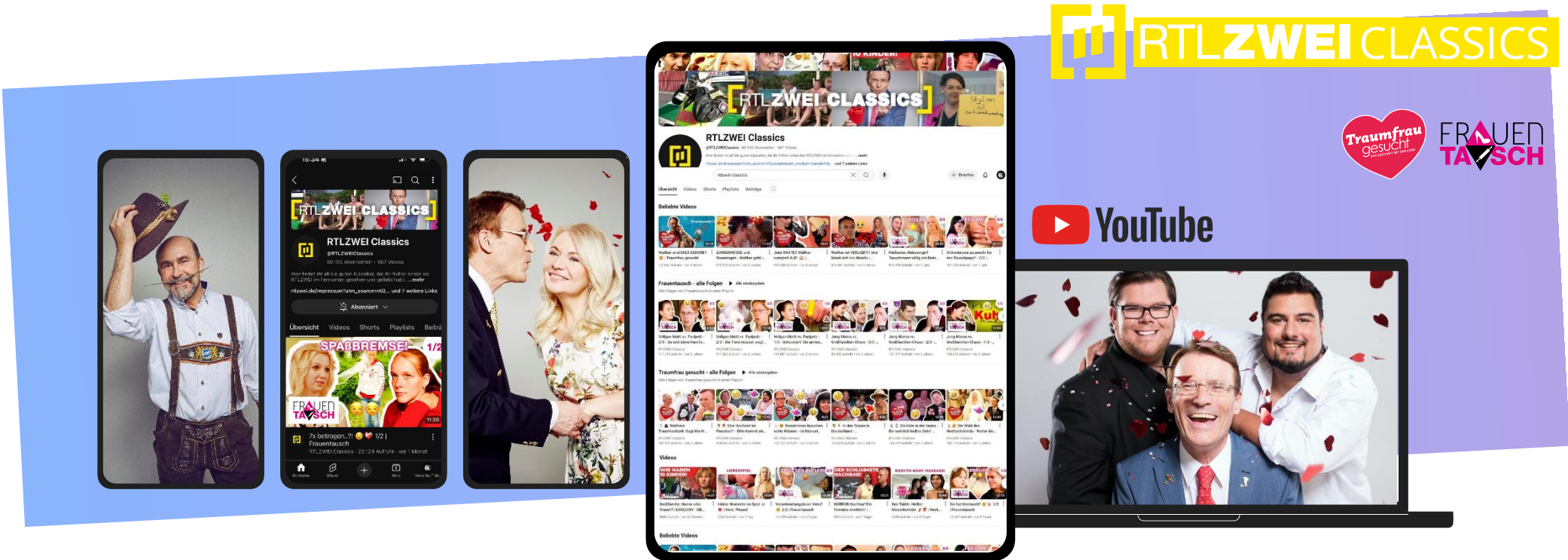
 über **60** Tsd. **YOUTUBE** ABONNENTEN

2,0 Mio. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

38 % **FRAUEN** 18–34 J.

24 % **MÄNNER** 18–34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert
Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.10.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024



DIGITAL #YOUTUBE PARTNER

1 / YOUTUBE PARTNER-CHANNELS / OVERVIEW

2 / PIETRO BASILE | 3 / JEJE LOPES | 4 / JUAN DANIEL

5 / ESTEFANIA | 6 / K-FLY | 7 / HBZ

ÜBER YOUTUBE

- # Extrem hohes Maß an Interaktion durch Fan-Community
- # Exklusiver YouTube-Content
- # 24/7-Begleitung der Zielgruppe durch Hintergrund-/Zusatzinfos

RTLZWEI | PORTFOLIO | DIGITAL | YOUTUBE

YOUTUBE / PARTNER

OVERVIEW

SEITE AN SEITE – MIT STARKEN PARTNERN

Quelle
YouTube Creator Studio: Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate, 01.10.2027-31.12.2024, Stand: Jan 25

über **543** Tsd.

YOUTUBE
ABONNENTEN

5

PARTNER
KANÄLE

über **350** Tsd.

YOUTUBE
VIDEOVIEWS

INFORMATIONEN

Mit der exklusiven Vermarktung von Partner-Channels erweitert EL CARTEL MEDIA gezielt sein Produktportfolio in den Bereichen Musik und People. So können Werbekampagnen auch über den RTLZWEI-Kosmos hinaus verlängert und je nach Zielsetzung, Marke oder Produkt auf den passenden Partner-Channels ausgespielt werden.

PARTNER/YOUTUBE-CHANNELS

- # 01 Pietro Basile
- # 02 Jeje Lopes
- # 03 Juan Daniel
- # 04 Estefania
- # 05 K-FLY
- # 06 HBz

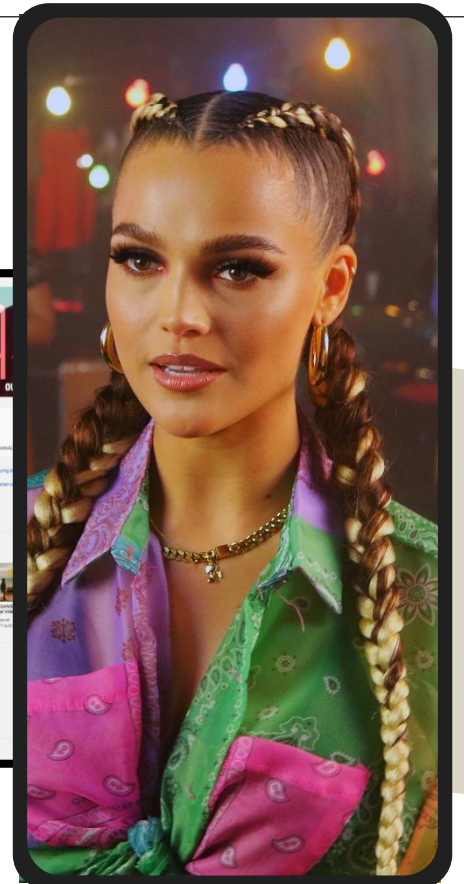
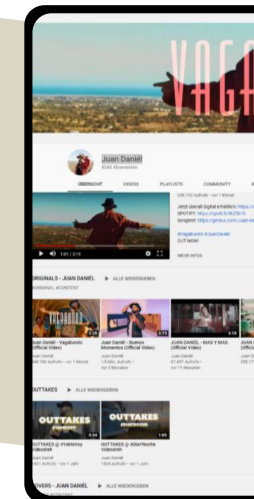


PIETRO BASILE

ESTEFANIA

misslopes

Juan Daniel



PIETRO BASILE

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

über **73** Tsd. **YOUTUBE** ABONNENTEN

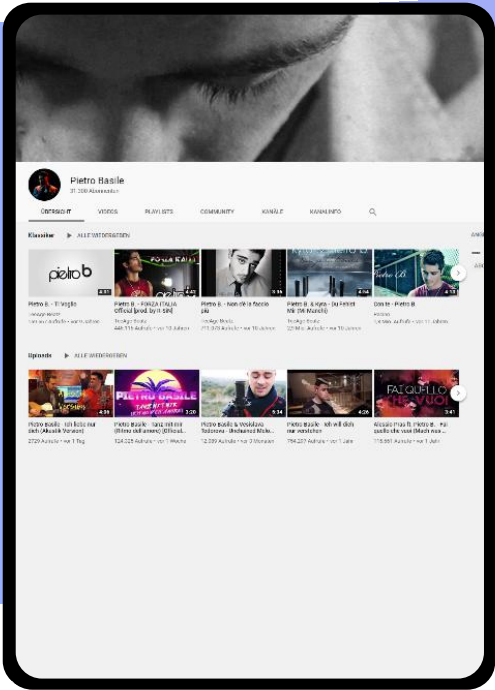
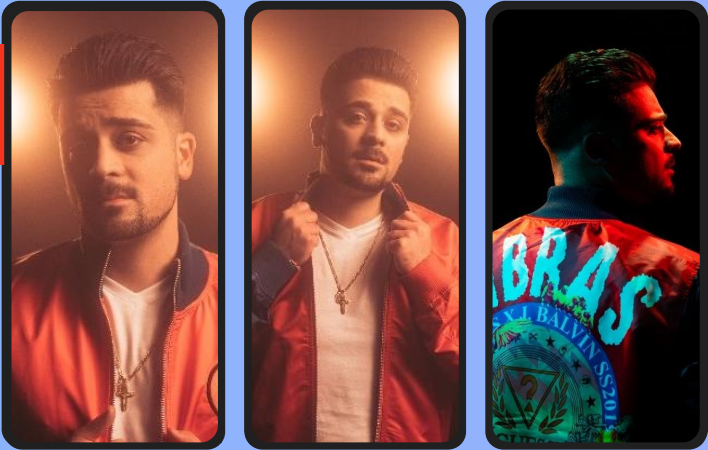
216 Tsd. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

69 % **FRAUEN**

46 % **FRAUEN** 25 – 44 J.

Quelle
YouTube Creator Studio:
Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.12.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



PIETRO BASILE



JEJE LOPES

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

 über **128** Tsd. **YOUTUBE** ABONNENTEN

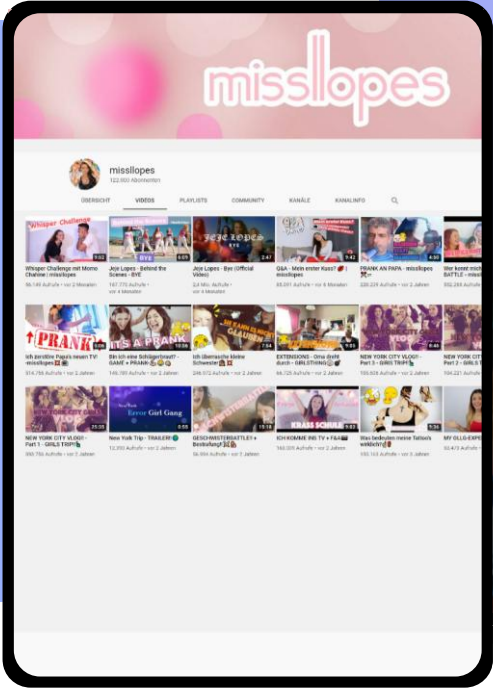
26 Tsd. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

73 % **FRAUEN**

46 % **FRAUEN** 18 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio:
Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate, 01.10.2024-31.12.2024,
Stand: Feb 25; Strukturanteil Ø 01.10.2024-31.12.2024

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



JUAN DANIEL

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

 über **26** Tsd. **YOUTUBE** ABONNENTEN

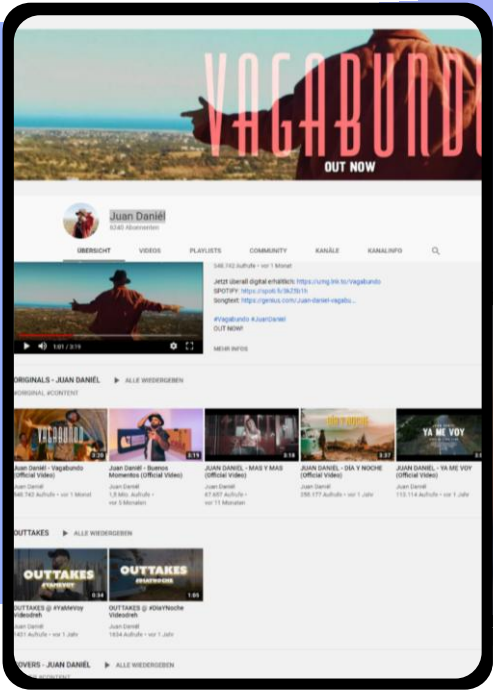
142 Tsd. **YOUTUBE** VIDEOVIEWS

57 % **FRAUEN**

33 % **FRAUEN** 25 – 44 J.

Quelle
YouTube Creator Studio:
Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate, 01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024 /
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



ESTEFANIA

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

 über **68** Tsd. **YOUTUBE**
ABONNENTEN

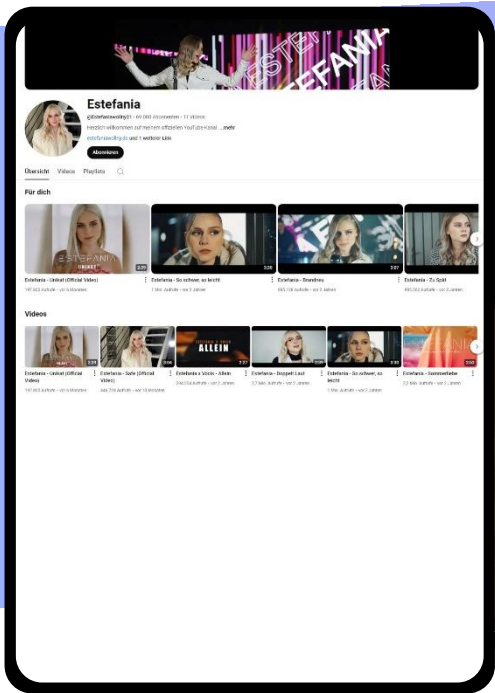
157 Tsd. **YOUTUBE**
VIDEOVIEWS

74 % **FRAUEN**

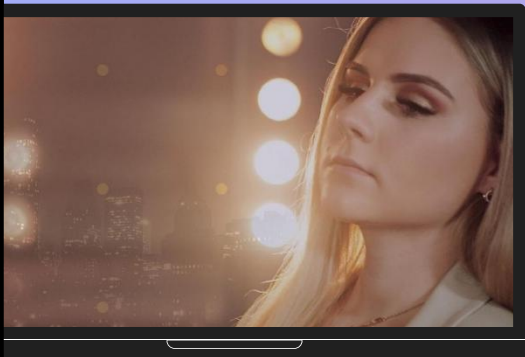
25 % **FRAUEN**
25 – 34 J.

Quelle
YouTube Creator Studio:
Videoviews monatl. Wert Ø letzte 3 Monate, 01.12.2023-29.02.2024, Stand: 26.03.2024 /
Strukturanteil Ø 01.12.2023-29.02.2024

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



ESTEFANIA



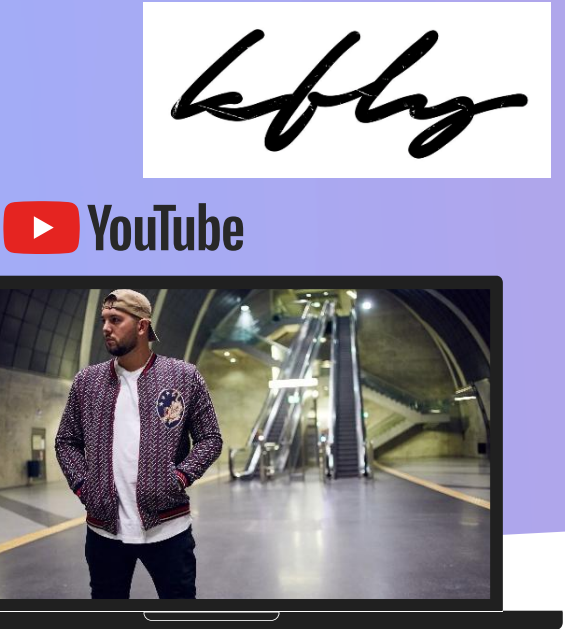
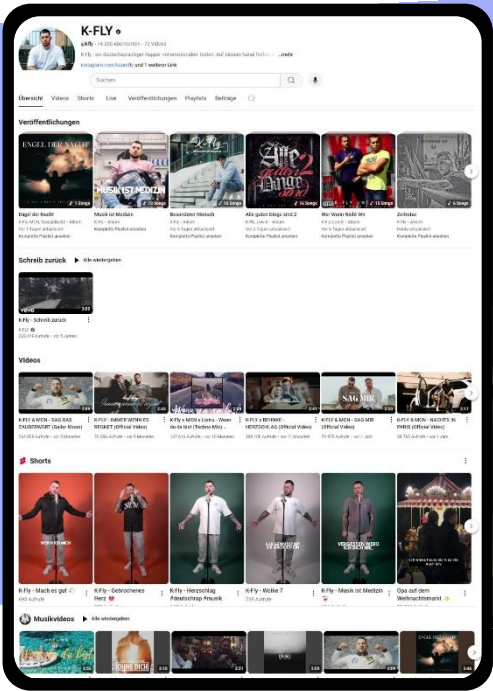
K-FLY

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

 über **74** Tsd. **YOUTUBE** ABONNENTEN

Quelle
YouTube Creator Studio: Abonnenten Stand: 25.02.25

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA



HIER KANÄLE SEHEN
YouTube

RTLZWEI | PORTFOLIO | DIGITAL | YOUTUBE | CHANNELS

HBz

YOUTUBE / RTLZWEI-CHANNEL

über **993** Tsd. **YOUTUBE**
ABONNENTEN

Quelle
YouTube Creator Studio: Abonnenten Stand: 25.02.25

EXKLUSIV!
VERMARKTUNG
EL CARTEL MEDIA

