

BERLIN – TAG & NACHT

2025

SALES@ELCARTEL.DE

SEIT 2010

BEI RTLZWEI ON AIR

RTLZWEI

19:05 UHR

MO-FR | Ganzjährig

ACCESS PRIME
DAILY SOAP

NÄHER DRAN



BERLIN
TAG & NACHT

BERLIN - TAG & NACHT

DAILY-SOAP

FACTS

„Berlin - Tag & Nacht“ zählt zu den erfolgreichsten Daily-Soaps im deutschen Fernsehen. Seit 2010 ist die Serie im Vorabendprogramm bei RTLZWEI zu sehen und erreicht täglich eine stetig wachsende Fangemeinde.

Keine andere deutsche Soap ist näher dran:

Der Zuschauer begleitet die Protagonisten durch ihr aufregendes Leben in der angesagten Berliner WG und erlebt alle Höhen und Tiefen des Alltags hautnah mit. Das einzigartige crossmediale Erzählkonzept macht die Serie für die Zielgruppe noch erlebbarer.

THEMEN 2025

WG-Leben | # Nightlife | # Lifestyle & Beauty
Familie | # Berufswelt | # Schule
Body Positivity | # Diversity | # Toleranz

STARKES UMFELD

TV & DIGITAL

LINEAR MEETS DIGITAL

Die **Mobile-App**, **BTN-Influencer** und formateigene **Social-Media-Kanäle** bieten die ideale Plattform, um neben dem TV-Kontakt die Zielgruppe zusätzlich digital und extrem reichweitenstark zu aktivieren.

- # RTL+
- # RTLZWEI.de
- # YouTube-Channel
- # Social-Media-Channels
- # BTN-Influencer



Die Daily-Soap „**Berlin – Tag & Nacht**“ bietet in der TV-Welt unzählige Möglichkeiten zur Markenintegration. Alle Werbemaßnahmen können eng verzahnt mit einer digitalen Ansprache einhergehen – aber auch völlig unabhängig ihre Wirkung entfalten!

- # TV-Spots
- # Exclusive Positions
- # Special Creations
- # Sponsorings
- # Product Placements
- # Gewinnspiele
- # Kooperationen
- # Connected TV
- # Addressable TV

BERLIN
TAG & NACHT



IN TOUCH

CHANNEL & CONTENT STRATEGIE

INFLUENCER

- # BTN-Darsteller als Botschafter
- # Facebook, Instagram, TikTok, etc.

INSTAGRAM & FACEBOOK

- # Exkl. Content
- # Stories & Trailer
- # Behind the Scenes
- # Sendungsausschnitte



YouTube

- # Sendungs-Ausschnitte
- # Sendungs-Zusammenschnitte

TIKTOK

- # Exkl. Content
- # Videos
- # Challenges

NEXT GENERATION

Snapchat

- # Sendungsausschnitte

BRAND & COMMUNITY



RTL+

- # Ganze Folgen
- # Als Catch-Up & Preview

RTLZWEI.DE

- # Alle Infos zur Sendung
- # Exkl. Videomaterial
- # Sendungs-Ausschnitte
- # Interviews
- # Hot News
- # Gewinnspiele
- # u.v.m.

ON DEMAND



BERLIN
TAG & NACHT

ABSOLUT CROSSMEDIAL



LEISTUNGSWERTE

TV & DIGITAL



TV

8,6 % MA F 14-29
3,8 % MA M 14-29
4,3 % MA E 14-49


RTLZWEI FERSEHEN

SOCIAL MEDIA




 **715 TSD.** Abonnenten

INSTA

 **2,4 MIO.** Fans

FACEBOOK

 **10,5 MIO.** Videoviews / Monat **1,5 MIO.** Abonnenten

Youtube

 **785 TSD.** Abonnenten  **159 TSD.** Abonnenten

TIKTOK &
SNAPCHAT

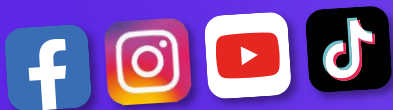
ENORME
FANGEMEINDE
BEI YOUTUBE, INSTA, FACEBOOK, TIKTOK & SNAPCHAT



2025

INTEGRATIONSIDEEN

SALES@ELCARTEL.DE

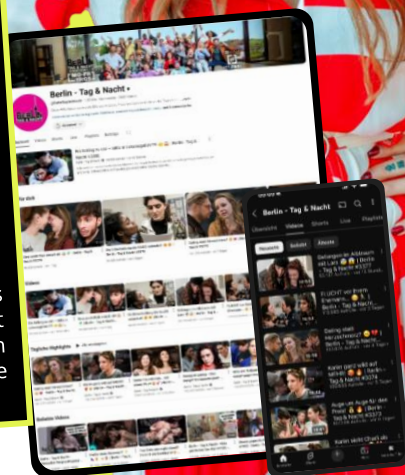


BTN-KANÄLE

CROSSPOSTING AUF DEN FORMAT-KANÄLEN MAXIMALE PRÄSENZ

Zur Bewerbung Ihres Produktes wird kreativer, nativer **TikTok Branded Content** konzipiert, welcher eigens auf Ihr Produkt und auf die Berlin - Tag & Nacht (BTN) Fan-Community zugeschnitten ist.

Wir spiegeln den Content plattformübergreifend auf unsere BTN - Social Media Kanäle Instagram, Facebook und YouTube Shorts und erreichen so ein noch größeres Publikum auf allen Ebenen. Mit einem zusätzlichen Media-Push bringen wir Traffic auf Ihre Kampagne.



CROSSMEDIA KAMPAGNE



Individuelles TikTok
Branded Content Video

powered by
BERLIN - TAG & NACHT

BTN-ACCOUNT

IHR CO-AUTOR POST MIT DEM BTN-ACCOUNT GEMEINSAME SACHE MACHEN

Ein beliebtes Add-On zu Ihrer Kampagne ist der **Co-Autor Post**. Über die Co-Autor/Collab-Funktion bieten die Plattformen **Instagram, Facebook und TikTok** die Möglichkeit, **Posts und Reels** über mehrere Accounts zu veröffentlichen. Der Post sammelt so gemeinsam Reichweite, Likes und Kommentare und kann die Präsenz des Partner-Accounts deutlich erhöhen.

BTN-VIP

IHR CO-AUTOR POST MIT DEM BTN-VIP DER BOOST FÜR IHRE KAMPAGNE

Bringen Sie noch mehr Awareness und Strahlkraft auf Ihre Kampagne. Die **Co-Autor/Collab-Funktion** der Kanäle **TikTok und Instagram** macht's möglich, Ihre Kampagne zusätzlich über den Account Ihres Kampagnengesichts/BTN-Sendergesicht* zu teilen.



INTEGRATION / BEVERAGE

GRILLPARTY

GRILLPARTY? GEHT IMMER!

DIE GRILLPARTY

Bei BTN wird gegrillt. Um allen Gästen chillige Sitzmöglichkeiten in der Sonne und gekühlte Getränke zu bieten, helfen Piet vom Matrix und sein Getränkelieferant aus.

Crossmediale Kampagne

Eine begleitende Werbekampagne, die auf den vielfältigen RTLZWEI-Kanälen bespielt wird, baut dabei auf die Handlung der täglichen Serie auf. So wird durch die enge Verzahnung der Ansprache im TV als auch in den digitalen Medien eine hohe Aufmerksamkeit bei der „Berlin – Tag & Nacht“ Fangemeinde erzielt.

Mögliche Kampagnenelemente

Die Cliquen bei BTN feiern, verbringen Zeit zusammen und lassen es sich gut gehen. Eine große Grillparty wird zur perfekten Bühne:

01 Produkt- / Markeninszenierung

Die Clique hat nicht genügend Sitzmöglichkeiten und „Deko“ für die private Grillparty. Piet aus dem Matrix fragt bei seinem Getränke-Lieferanten an, ob dieser aushelfen kann und bekommt Liegestühle, Sonnenschirme und natürlich Getränke zu einem Special-Preis.

02 Special Ads

Rund um die Integration werden Special Ads sowohl im TV als auch in den digitalen Kanälen geschaltet.

03 Social Media

Die Story wird in den Social Media Kanälen weiter erzählt und zusätzliches Bildmaterial veröffentlicht.



BERLIN
TAG & NACHT



INTEGRATION / FASHION

MODEKOLLEKTION

DER WG-STYLE FÜR ALLE

DIE MODEKOLLEKTION

Mit trendigen Styles, aufgepeppt durch typische Designelemente und Zitate der beliebten RTLZWEI Daily-Soap, bringen wir das „Berlin – Tag & Nacht“ Feeling an den Point of Sale, sprich in Ihre Modeläden.

Crossmediale Kampagne

Eine begleitende Werbekampagne, die auf den vielfältigen RTLZWEI-Kanälen bespielt wird, baut dabei auf die Handlung der täglichen Serie auf. So wird durch die enge Verzahnung der Ansprache im TV als auch in den digitalen Medien eine hohe Aufmerksamkeit bei der „Berlin – Tag & Nacht“ Fangemeinde erzielt.

FASHION-AFFINITÄT (IDX)

Berlin – Tag & Nacht

109

Mit 4,6 % MA in der Access Prime* ist BTN das ideale Format für Interessenten der Fashion-Branche
37,8 % der RTLZWEI-Zuschauer ab 14 Jahren zeigen Interesse an dem Thema Fashion
Mit einem Affinitätsindex von 109 ist BTN das optimale Format für Fashion-Interessierte

Mögliche Kampagnenelemente

Die Fashion-affinen BTN-Darsteller eignen sich ideal um als Kampagnen-Gesichter die perfekte Basis zur effektiven Zielgruppenansprache zu liefern:

- # 01 **Produkt-/Markeninszenierung**
Einer der BTN-Darsteller nimmt an einem Design-Wettbewerb eines Fashion-Herstellers teil. Die Entwürfe gefallen und werden Teil einer Kollektion.
- # 02 **PoS**
Kollektions-Launch mit einem Meet & Greet mit den BTN-Darstellern
- # 03 **TV-Spot & individuelle Special Creations**
zur Unterstützung der Markenwahrnehmung
- # 04 **Social-Media- & RTLZWEI-Kanäle**
Weiterführung des Handlungsstrangs
- # 05 **Bumper Ads**
auf den digitalen RTLZWEI-Kanälen

BERLIN
TAG & NACHT

MOODBOARD / FASHION

MODEKOLLEKTION

DER WG-STYLE FÜR ALLE



BERLIN
TAG & NACHT



INTEGRATION / FOOD

EIN NEUER JOB!

FOOD-DELIVERY FÜR DIE WG

EIN NEUER JOB!

Jung, lebensfroh, urban – das sind nicht nur die Darsteller von „Berlin – Tag & Nacht“, sondern auch die Kernzuschauer der Daily-Soap. Genau diese Zielgruppe ist überaus affin für den smarten Service jeglicher Food-Delivery-Angebote!

Crossmediale Kampagne

Eine begleitende Werbekampagne – die auf den vielfältigen RTLZWEI-Kanälen bespielt wird, baut dabei auf die Handlung der täglichen Serie auf. So wird durch die enge Verzahnung der Ansprache im TV als auch in den digitalen Medien eine hohe Aufmerksamkeit bei der „Berlin – Tag & Nacht“ Fangemeinde erzielt.

Mögliche Kampagnenelemente

Die hohe Food-Affinität sowohl bei den BTN-Stars als auch bei den Zuschauern, bieten den idealen Fit um das Thema wirkungsstark zu integrieren:

- # 01 **Produkt-/ Markeninszenierung**
Um sich etwas dazu zu verdienen, bewirbt sich ein BTN-Darsteller als Food-Kurier
- # 02 **Image-Kampagne am PoS**
Ein BTN-Darsteller liefert in Berlin ein Tag Bestellungen an Fans aus
- # 03 **Kampagnen-Spot & Exclusive Positions**
Aufmerksamkeitsstarke Kommunikation von Rabatt-Codes
- # 04 **Social-Media- & RTLZWEI-Kanäle**
Weiterführung des Handlungsstrangs
- # 05 **Bumper Ads**
auf den digitalen RTLZWEI-Kanälen (Bsp. Gewinnspiel)



BERLIN
TAG & NACHT



CASES

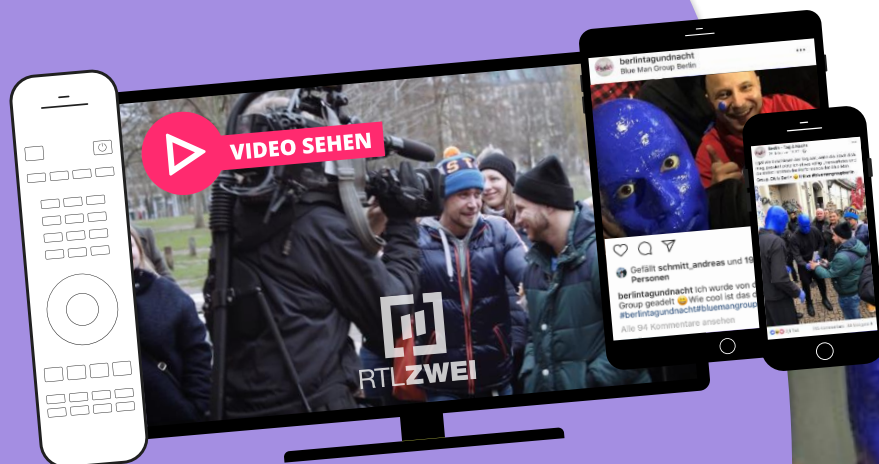
RTLZWEI



SALES@ELCARTEL.DE

CASE / BLUEMAN GROUP

ZWEI BERLINER BRANDS GEHEN EINEN GEMEINSAMEN WEG



PERFECT MATCH! KOOPERATION

PERFORMANCE

Ø **12,5 %** MA E 14-29

Ø **0,55 MIO.** E 14-29

309 TSD. Videoviews gesamt

22 TSD. Likes gesamt

FACEBOOK & INSTAGRAM

RTLZWEI TV

YouTube

Mit einer kreativen **Crossmedia-Kampagne** im März 2019 warb Stage Entertainment für das 15-jährige Jubiläum der **BLUE MAN GROUP Berlin** im **RTLZWEI-Erfolgsformat „Berlin - Tag & Nacht“**.

Die **Kooperation** ist in zwei Episoden zu sehen und beinhaltet neben Produktplatzierungen auch Social-Media-Elemente sowie Addressable-TV-Werbeformen.

Ziel der Crossmedia-Kampagne war die Steigerung der Markenbekanntheit & -akzeptanz sowie die Stärkung des Images – insbesondere bei der jungen, Live Entertainment affinen Zielgruppe. **Der perfekte Match** für Stage Entertainment und „Berlin - Tag & Nacht“!

ZEITRAUM | 25./26.03.2019
TV | Product Placement / ATV, Switch-In-XXL
DIGITAL | YouTube / Facebook / Instagram

**BLUE
MAN
GROUP**



CASE / STROMFREUNDE

EINE GEMEINSAME VERTRIEBSMARKE ENTSTEHT



SEI MEIN FREUND! KOOOPERATION



PERFORMANCE

117x TV-Spots gesamt
2,6 MIO. TV-Spot Kontakte
40x GWS-Spots gesamt
1,1 MIO. GWS-Spots-Kontakte gesamt

Im Rahmen einer umfassenden **Markenpartnerschaft** mit **sparstrom.de** und unter der gemeinsamen Vertriebsmarke „STROMFREUNDE“ werben beliebte Gesichter aus dem **RTLZWEI-Erfolgsformat „Berlin - Tag & Nacht“** bei jungen Zielgruppen für Energietarife.

„STROMFREUNDE“ bietet Ökostrom und Gas zu klaren und fairen Tarifen. Die Kunden profitieren dabei auch von attraktiven Extras aus den Bereichen Unterhaltungs- & Haushaltselektronik. Mit **einer Gewinnspiel-Kampagne und TV-Spots**, welche zusätzlich auf den digitalen RTLZWEI-Plattformen zum Einsatz kamen, konnte die Marke erfolgreich bei der jungen Zielgruppe eingeführt werden.

ZEITRAUM | Mai – November 2018
TV | TV-Spots / Gewinnspiel-Spots
DIGITAL | RTLZWEI.de & RTL+: Shuffel-Rolls
SPECIALS | Testimonials „Mandy und Basti“

sparstrom.de



KONTAKT



**EINFACH
MAL
MELDEN**

**sales@elcartel.de
crossmedia@elcartel.de**

