



# love island

INTEGRATIONEN IM FRÜHJAHR 2022



## 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 2022

# CASE / WEG.DE

DEINE PERFEKTE TRAUMREISE BEI WEG.DE



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.4, 21.03.-11.04.2022, Marktstandard: TV; Eigene Erhebung Views: IG, Love Island App Zeitraum: 21.03.-11.04.2022 (Stand 02.05.2022).

**6,3 % MA**

**E 14-49 JAHRE  
FOLGE 19**

**19,2 % MA**

**F 14-29 JAHRE  
FOLGE 19**

**1,2 Mio.**

**IMPRESSIONS  
APP SPONSORING**

**34 Tsd.**

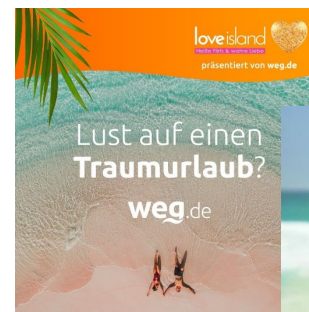
**CLICKS  
SPONS. APP VOTINGS**

**CROSSMEDIA**

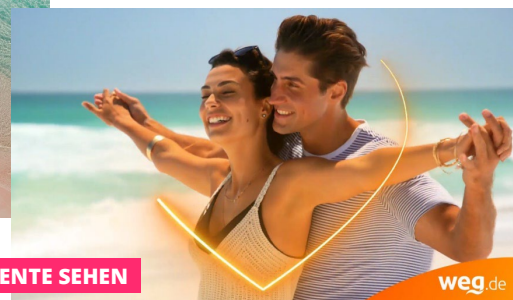
Was haben Love Island und weg.de gemeinsam? Richtig - türkisblaues Wasser im Pool, traumhafte Strandlocations & entspannte Summervibes in paradiesischer Kulisse! Kein Wunder, dass das Erfolgsformat und der Reiseanbieter das „perfect match“ der 7. Staffel sind. Mit Werbemotiven, die Lust auf den nächsten Sommerurlaub wecken und situativ platzierten Framesplits sorgt weg.de für einen aufmerksamkeitsstarken Markenauftritt im TV. Auch in der formateigenen App ist weg.de ein wahrer Eyecatcher und sorgt durch die gesponsorten User-Votings für eine Interaktion innerhalb der Love Island Community. Als Highlight darf sich das Siegerpärchen über einen Reisegutschein für eine traumhaft schöne Reise freuen – ein voller Erfolg!

März / April 2022  
Product Placement / Sponsoring / Trailersponsoring / sit. Framesplits  
Instagram Post / Instagram Story  
App Sponsoring / Sponsored App Voting  
Logo- und CI Nutzung (Social Media / Web) / Social Media Clippings

**Zeitraum**  
**TV**  
**Social Media**  
**Format App**  
**Lizenz**



**weg.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 2022

# CASE / PEPSI MAX

FOLGE DEINEM GESCHMACK

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.4, 21.03.-11.04.2022, Marktstandard:  
TV; Eigene Erhebung Views: IG, Love Island App Zeitraum: 21.03.-11.04.2022 (Stand 02.05.2022),

**5,6 % MA**

**E 14-49 JAHRE**  
Ø STAFFELWERT

**13,9 % MA**

**F 14-29 JAHRE**  
Ø STAFFELWERT

**4,9 Mio.**

**VIDEO VIEWS**  
RTL+

**36 Tsd.**

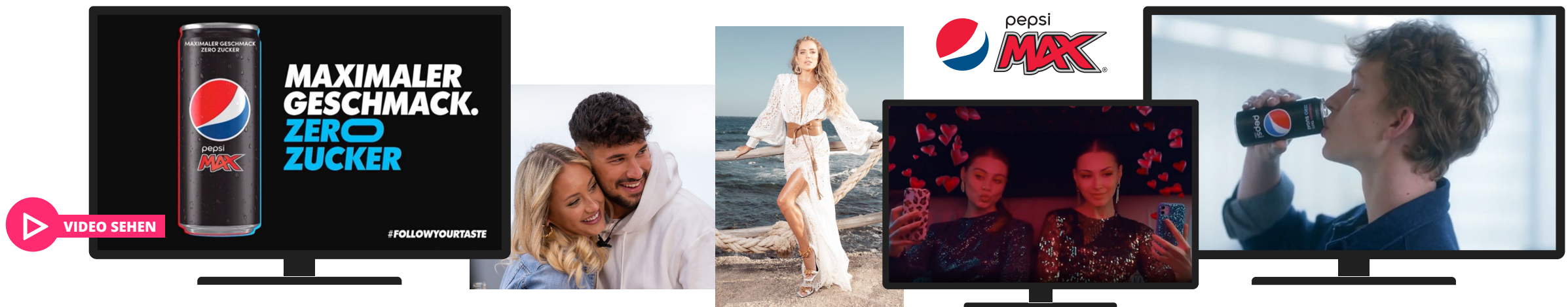
**CLICKS RTL+**  
Ø STAFFELWERT

**CROSSMEDIA**

Folge deinem Geschmack! Dieses Motto gilt nicht nur für Love Island, sondern bildet auch den Claim des Pepsi Max Sponsorings. Über die gesamte 7. Staffel hinweg begleitet PepsiCo mit dem Produkt Pepsi Max mit drei unterschiedlichen Sponsoring-Elementen das Erfolgsformat als Co-Sponsor im TV sowie als Hauptsponsor auf der VOD-Plattform RTL+ und sorgt damit für einen starken Markenauftritt und eine täglich wiederkehrende Integration des Lebensmittelkonzerns. Linear und digital sorgt die Integration für heiße Flirts bei den Islandern und zero Langeweile bei den Zuschauern.

März / April 2022  
Product Placement / Sponsoring / Trailersponsoring / sit. Framesplits  
Instagram Post / Instagram Story  
App Sponsoring / Sponsored App Voting  
Logo- und CI Nutzung (Social Media / Web) / Social Media Clippings

**Zeitraum**  
**TV**  
**Social Media**  
**Format App**  
**Lizenz**



---

## FRAGEN?

EINFACH MELDEN

---



### JOHANNA LOSKE

**Crossmedia & Kooperationen**  
Crossmedia-Managerin

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