

21.09.2018 - 13:33 Uhr

Halbzeit Staffel 2 bei "Love Island": Die Dating-Show erobert alle Bildschirme

München (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/pm/6605/4068223> -

"Love Island - Heiße Flirts und wahre Liebe" ist das neue Kultformat bei jungen Zielgruppen. Sie schalten nicht nur in großer Zahl den Fernseher ein, sondern begleiten die Dating-Show auch intensiv auf allen anderen digitalen Kanälen.

Schon die erste Staffel von "Love Island" war 2017 ein großer Erfolg - im linearen TV und darüber hinaus. Zehn Tage vor dem Finale der zweiten Staffel steht bereits fest: Diesmal sind die crossmedialen Reichweiten noch weit höher.

Nach dem Start am 10. September zählt das Format nach zehn Tagen bereits 8,3 Millionen Videoviews bei TV NOW, auf rtl2.de, HbbTV und in der offiziellen "Love Island"-App. Das ist im Vergleich zu Staffel 1 eine Steigerung um das 3,4-fache im gleichen Zeitraum.

Bei Facebook und Instagram halten sich insgesamt über 233.000 Fans über das Inselgeschehen auf dem Laufenden. Deren Zahl hat sich damit nahezu verdoppelt. Die offizielle App zur Sendung für iOS und Android, über die u.a. die Votings über die Kandidatinnen und Kandidaten stattfinden, wurde seit Staffel 1 rund 377.000 Mal heruntergeladen. Über die Chat-Funktion wurden während der TV-Ausstrahlung pro Sekunde durchschnittlich zwei Nachrichten verschickt.

Auf dem neuen offiziellen "Love Island"-YouTube-Kanal wurden mit Clips aus der zweiten Staffel bisher über 5,5 Millionen Videoviews erzielt. Regelmäßig hat er es damit in die deutschen "YouTube-Trends" geschafft. Innerhalb von nur zehn Tagen konnten über 25.000 Abonnenten dazugewonnen werden, sodass es nun über 35.000 sind.

Erstmals zum Einsatz kommen in diesem Jahr zudem ein WhatsApp-Newsletter und "Love Island: The Game": Das "Spiel des Tages" im iOS Appstore kletterte dort auf Platz 1 der Download-Charts. Dreimal pro Woche erscheint der Podcast "Love Island - Der Morgen danach", der bei iTunes in der Kategorie TV/Film zeitweise ebenfalls auf Platz 1 stand. Und mit dem Live-Event "Love Island Aftersun - Der Love Island Talk mit Chethrin" wurden allein bei Facebook fast 210.000 Nutzer erreicht.

On air zieht es vor allem junge Zuschauerinnen und Zuschauer zu "Love Island": Bis zu 23,9 Prozent Marktanteil wurden in der Zielgruppe 14-29 bis dato erreicht - im Schnitt 17,7%. Bei den jungen Frauen (14-29) waren es sogar bis zu 29,6%. Die 14-49-Jährigen kommen auf bis zu 11,1% MA (durchschnittlich 9,1%). Das Format hat im Vergleich zum Vorjahr in all diesen Zielgruppen zugelegt.

Auch das Medienecho ist nochmals enorm gestiegen. Die Zahl der Online-Artikel hat den Wert der Vorjahresstaffel bereits in Woche zwei überholt - über 1.300 Beiträge befassten sich seit Ausstrahlungsstart mit der RTL II-Show. "Love Island" ist Thema in allen relevanten Medien - von Bild.de, Bunte.de und Gala.de über spiegel.de und stern.de bis zu Promiflash, GMX.de und der Online-Tagespresse.

Die Sendung wird von ITV Studios Germany produziert. "Love Island - Heiße Flirts und wahre Liebe": täglich um 22:15 Uhr bei RTL II
Mehr Informationen auf www.rtl2.de/loveisland

Stand TV-Daten und digitale Kanäle: 21. September 2018

TV-Daten © AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, BRD Gesamt 21.09.2018, vorläufig gewichtet. Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die Daten auf die 14-bis 49-Jährigen.

Über Love Island - Heiße Flirts und wahre Liebe:

Gelegenheit macht Liebe! RTL II entführt die Zuschauer mit "Love Island - Heiße Flirts und wahre Liebe" auf eine sonnige Insel. Moderatorin Jana Ina Zarrella begleitet eine Gruppe abenteuerlustiger Singles, die in einer luxuriösen Villa einen legendären Sommer voller aufregender Partys und prickelnder Flirts erleben. Wer findet sein Traum-Date oder sogar die wahre Liebe? Dabei haben nicht zuletzt die Zuschauer ein Wort mitzureden, denn sie können das Geschehen über die interaktive Love Island App maßgeblich beeinflussen. "Love Island - Heiße Flirts und wahre Liebe" wird von ITV Studios Deutschland produziert. Die Show basiert auf einem Eigenformat von ITV Studios und Motion Content Group und wird von ITV Studios Global Entertainment vertrieben.

Über RTL II:

Überraschend, unangepasst, optimistisch und ganz nah dran: Das ist RTL II. Der Münchener TV-Sender zeigt mit seinem Programm das Leben in all seinen Facetten. Das macht RTL II zum deutschsprachigen Reality-Sender Nr. 1. Die jungen TV-News setzen

Trends, Dokumentationen, Reportagen und Doku-Soaps zeigen faszinierende Menschen und bewegende Schicksale. Darüber hinaus unterhält RTL II mit den besten Serien und Spielfilmen. RTL II spricht die Zuschauer auf Augenhöhe an - überall, zu jeder Zeit und auf allen relevanten Plattformen und Endgeräten.

Kontakt:

Unternehmenskommunikation
Johanna Leinemann
089 - 64185 6903
johanna.leinemann@rtl2.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001974/100820125> abgerufen werden.