

15.09.2021 - 12:07 Uhr

"Love Island": Zeitversetzte Nutzung und digitale Erfolgszahlen sorgen für gelungene sechste Staffel

love island

Heiße Flirts & wahre Liebe

München (ots) -

- **Datingshow überzeugt mit nachgewichteten Quoten und digitaler Reichweite**
- **Erfolgreiche Multi-Channel-Strategie führt zu hohem Interesse on demand wie digital**
- **Marktanteile: 7,1 % MA (14-49 Jahre), 16,9 % MA (14-29 Jahre)**

Die RTLZWEI-Datingshow "Love Island" bleibt ein Erfolg: Seit 30. August suchen Singles in einer Traumvilla auf Mallorca nach der großen Liebe - und werden dabei auch in der sechsten Staffel von einem großen Publikum begleitet. Insbesondere die zeitversetzte Nutzung sorgt für Erfolge bei der werberelevanten Zielgruppe. Auch digital kann die Show überzeugen - und tritt auf allen relevanten Kanälen prominent in Erscheinung.

"Love Island" verlängert auch 2021 den Sommer und lässt mit Sylvie Meis die Herzen der Singles und des Publikums höherschlagen. Die nunmehr sechste Staffel der Datingshow erzielt einmal mehr Marktanteile, die deutlich über dem Senderschnitt liegen. Bis einschließlich zur Ausstrahlung am 10. September 2021 erzielte das von ITV Germany produzierte Format 7,1 % Marktanteil in der klassischen Zielgruppe der 14-49-Jährigen. Auch in diesem Jahr ist "Love Island" ein perfect Match mit der jungen Zielgruppe (14-29 Jahre): Hier erreichte die Datingshow im Schnitt 16,9 % MA - und überzeugt insbesondere on demand und auf allen digitalen Kanälen.

Zwischenfazit: Weiterhin hohes Interesse on demand

Auch in der aktuellen Staffel überzeugt die crossmediale Strategie: So erreicht "Love Island" die Zielgruppe an allen wesentlichen Touchpoints mit maßgeschneidertem Content. On demand bleibt auch im Spätsommer 2021 die Nachfrage weiter ein Eckpfeiler des Formates und steigert Reichweite und Marktanteile insbesondere bei den endgültig gewichteten Quoten. Hier konnten in der laufenden Ausstrahlung durch die Reichweiten an den Folgetagen Steigerungen von durchschnittlich 25 % erzielt werden.

Digitale Reichweite: Über 51 Mio. Videoviews

In den sozialen Netzwerken bleibt das Interesse an den Couples in der Villa hoch: Über alle digitalen Kanäle hinweg konnten nach der zweiten Woche bereits 51 Mio. Videoviews erzielt werden. Insgesamt folgen mittlerweile über 760.000 Abonnentinnen und Abonnenten den deutschen Social-Media-Kanälen der Sendung - ein Plus von 27.000 im Vergleich zur Frühjahrsstaffel. Auch die beiden neu gestarteten Social-Media-Kanäle auf Snapchat und TikTok laufen erfolgreich an: Allein auf Snapchat konnten seit Start des Kanals 6,9 Mio. Videoviews erzielt werden.

RTLZWEI verlängert den Sommer noch bis Anfang Oktober von Sonntag bis Freitag in der linearen Ausstrahlung und digital wie on demand rund um die Uhr.

*TV-Daten © AGF in Zusammenarbeit mit GfK; VideoScope, Marktstandard TV, eigene Berechnungen mit endgültig

gewichteten Daten: 30.08.-10.09.; Anteil Reichweite Folgetag 1-3 an endgültiger Gesamtreichweite

**Quelle: Facebook-, Instagram-, TikTok-, Snapchat- und YouTube Analytics: Zeitraum: 23.08.-12.09.2021; Google-Analytics, Zeitraum 23.08.-12.09.2021.; RTLi, Zeitraum 30.08.-12.09.2021

Pressekontakt:

RTLZWEI

Corporate Communications & B2B Marketing

089 - 641850

kommunikation@rtl2.de

unternehmen.rtl2.de

Medieninhalte



Die RTLZWEI-Datingshow "Love Island" bleibt ein Erfolg: Seit 30. August suchen Singles in einer Traumvilla auf Mallorca nach er großen Liebe - und werden dabei auch in der sechsten Staffel von einem großen Publikum begleitet. Insbesondere die zeitversetzte Nutzung sorgt für Erfolge bei der werberelevanten Zielgruppe. Auch digital kann die Show überzeugen - und tritt auf allen relevanten Kanälen prominent in Erscheinung. / "Love Island": Zeitversetzte Nutzung und digitale Erfolgszahlen sorgen für gelungene sechste Staffel / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/6605 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001974/100877636> abgerufen werden.