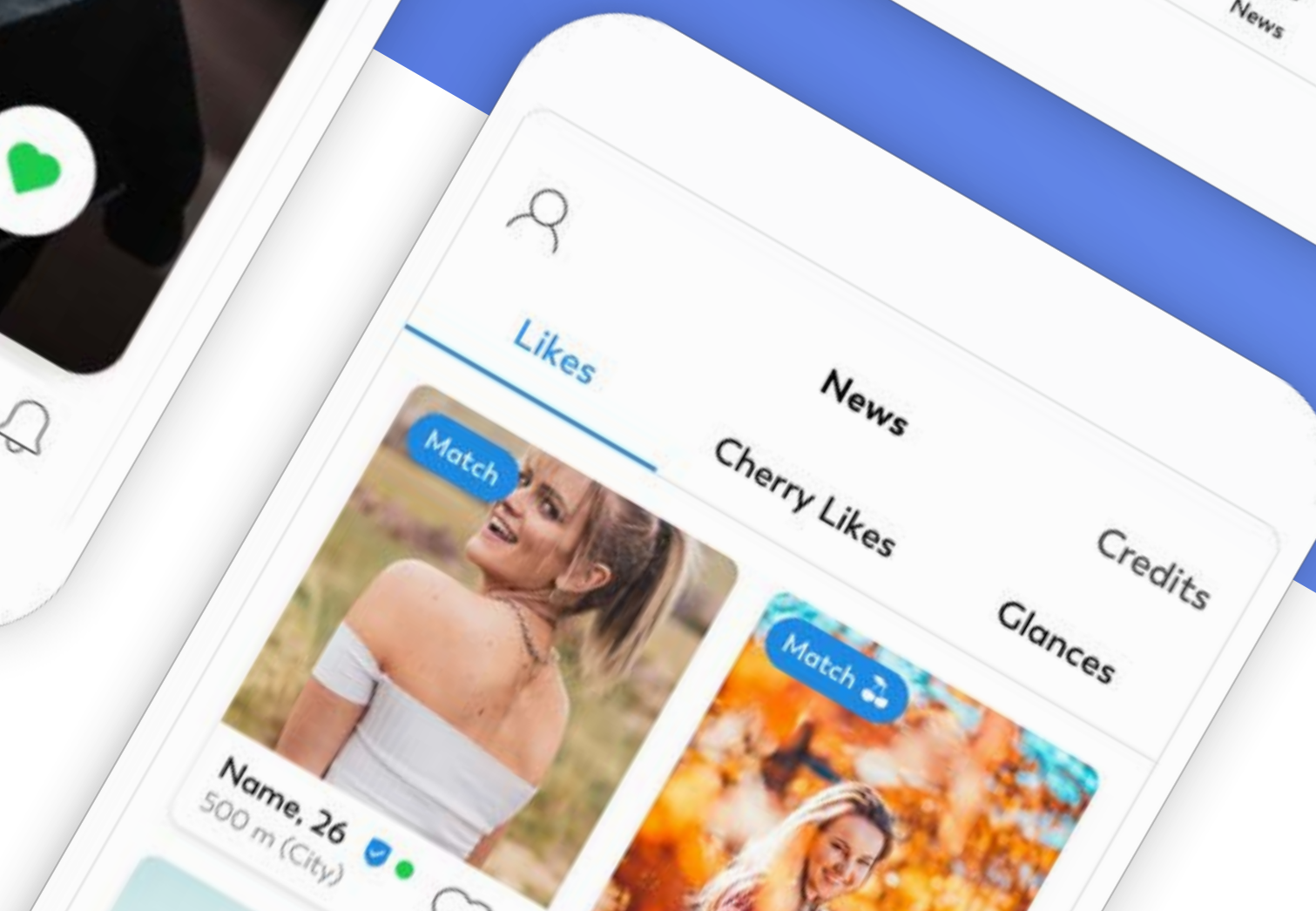
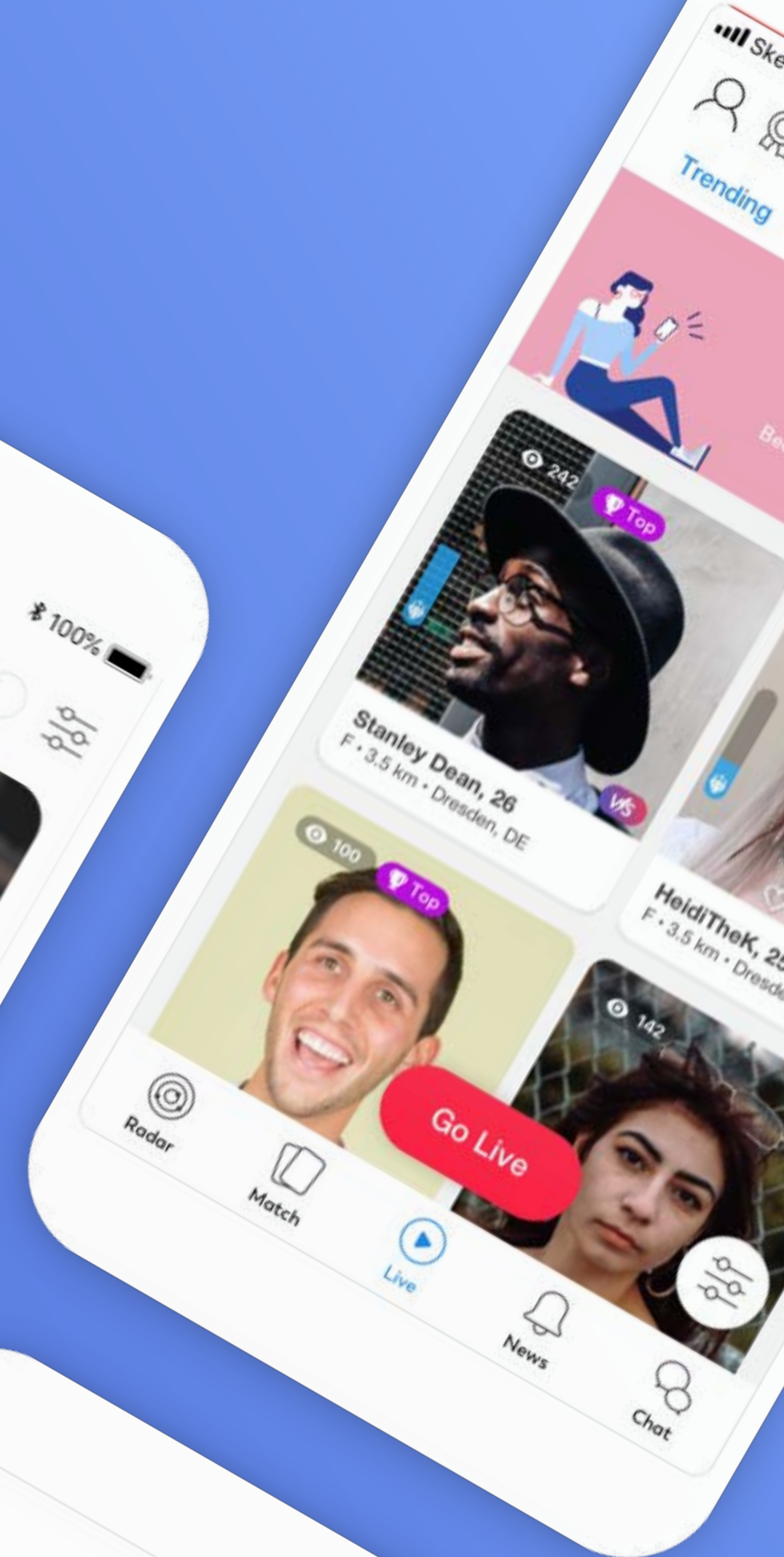




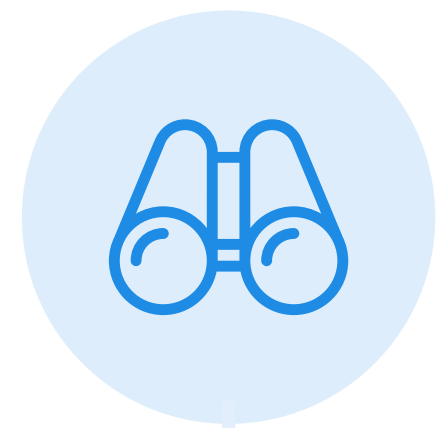
THE OPPOSITE OF LONELINESS

Media Kit 2021



1. LOVOO als Mediapartner
2. LOVOO auf einen Blick
3. Werbeformate
4. Specials
5. Targeting

1. LOVOO als Mediapartner
2. LOVOO auf einen Blick
3. Werbeformate
4. Specials
5. Targeting



REACH

Millionen junge erwachsene Singles auf der Suche nach neuen Kontakten



GLOBAL PLAYER

2011: Gründung LOVOO
2017: Übernahme durch **„The Meet Group“**
2020: Übernahme durch **ProSiebenSat1** / Teil der „ParshipMeet Group“



BRAND SAFETY

Über 40% unserer Mitarbeiter arbeiten daran, dass die Sicherheit der User und Marken in der App stets gewährleistet ist



DIVERSITY

nahezu für jedes Marketingziel eine Lösung (z.B. exklusive Werbeformate im Live-Video-Bereich)



INNOVATION

neue Maßstäbe mit Live-Streaming Plattform im Social-Dating-Entertainment

WIR BIETEN DEN KOMPLETTEN SERVICE EINER KAMPAGNE:

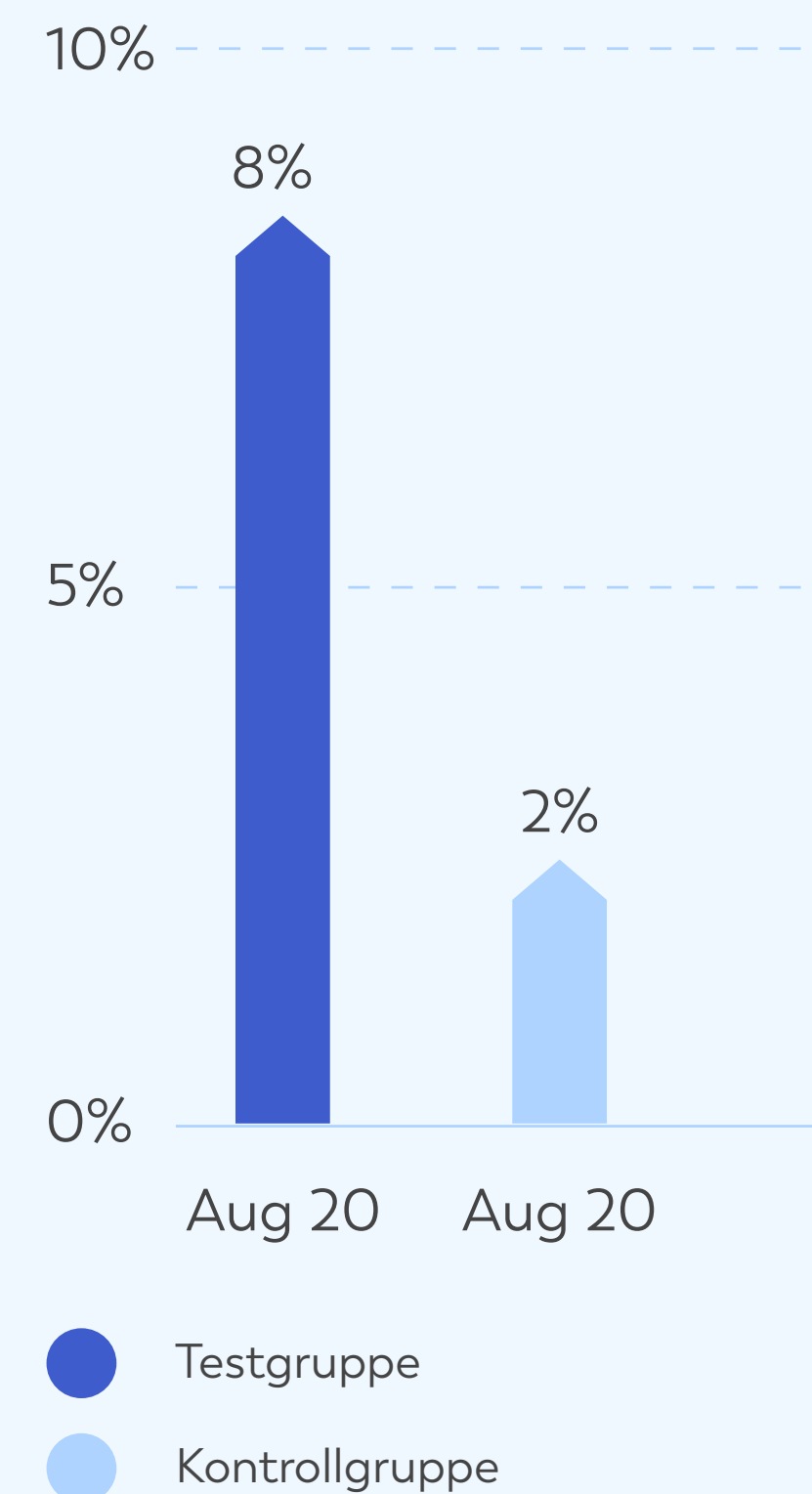
- End-to-End-Prozesse: schnelle und unkomplizierte Kampagnenumsetzung (komplett In-House)
- Persönlicher Ansprechpartner vor und während der Kampagne
- Kampagnenerstellung mit modernster Ad-Technologie
- Erfolgsmessung möglich: Markenbekanntheit, -interesse und -erinnerung (s. Übersicht)
- Erstellung von Designs und Visuals kann übernommen werden

Ad Recall

„Erinnerst du dich, in den letzten 3 Tagen Online-Werbung für IHRE MARKE gesehen zu haben?“

*Antwort << JA >>

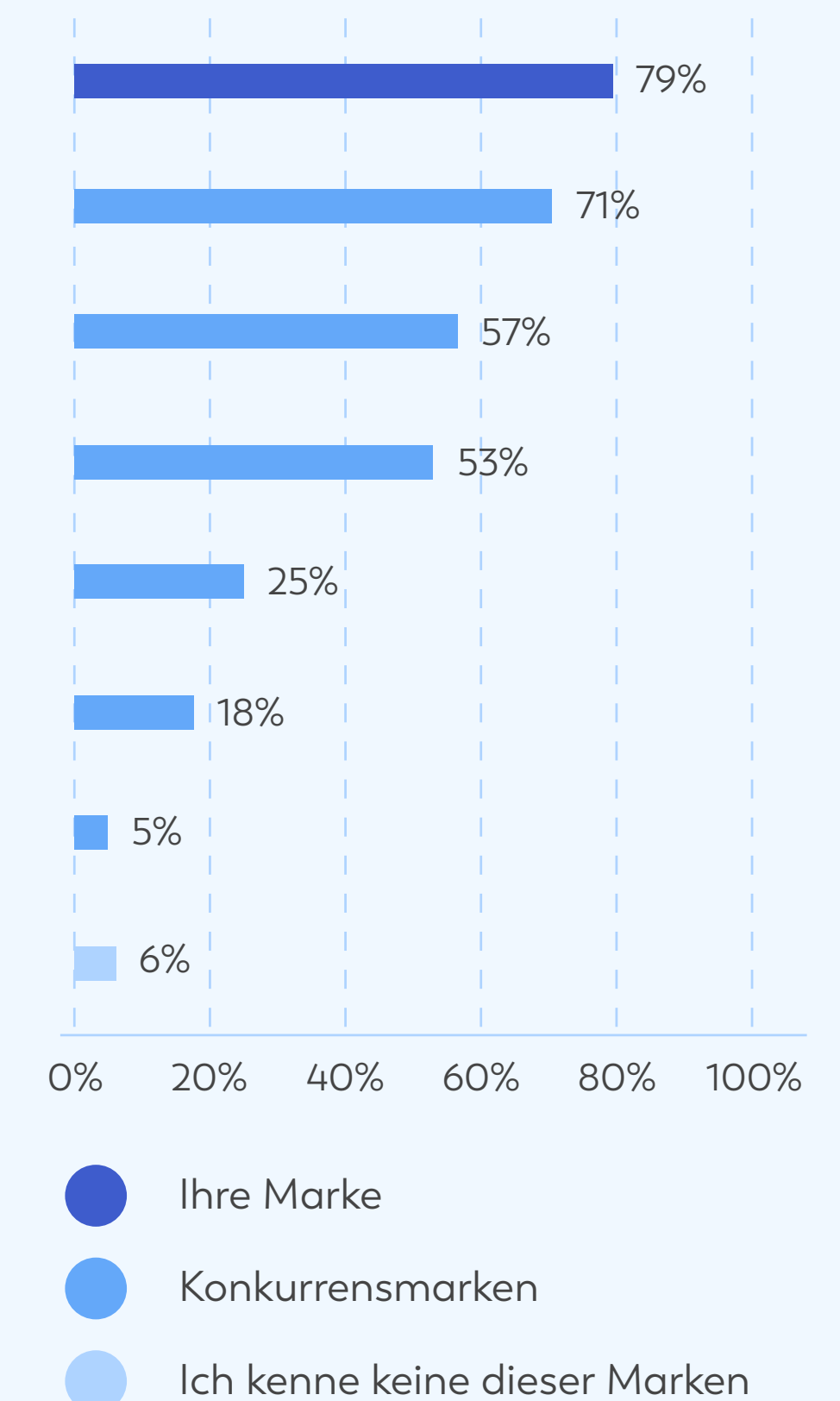
t0-t1 DELTA



Aided Brand Awareness

„Welche dieser Marken kennst du (wenn auch nur dem Namen nach)“

n=12.345

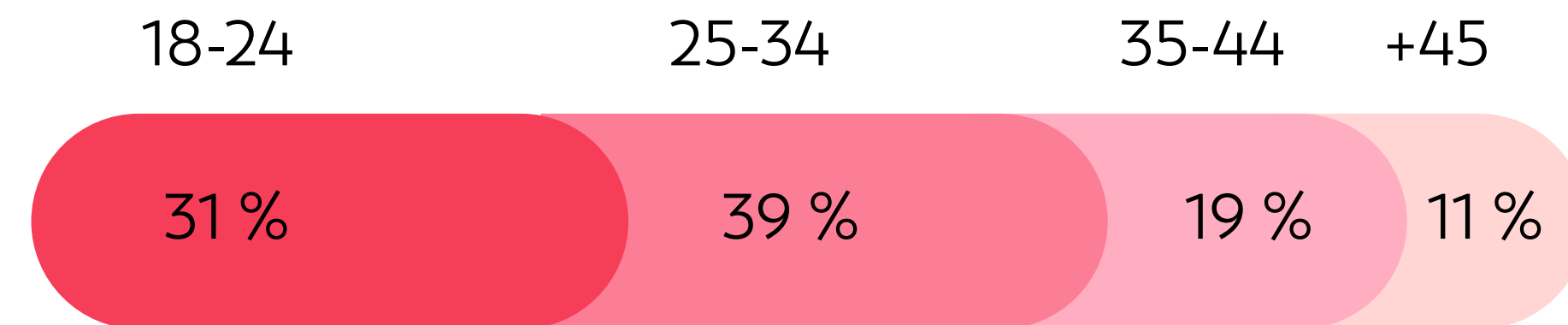


Agenda

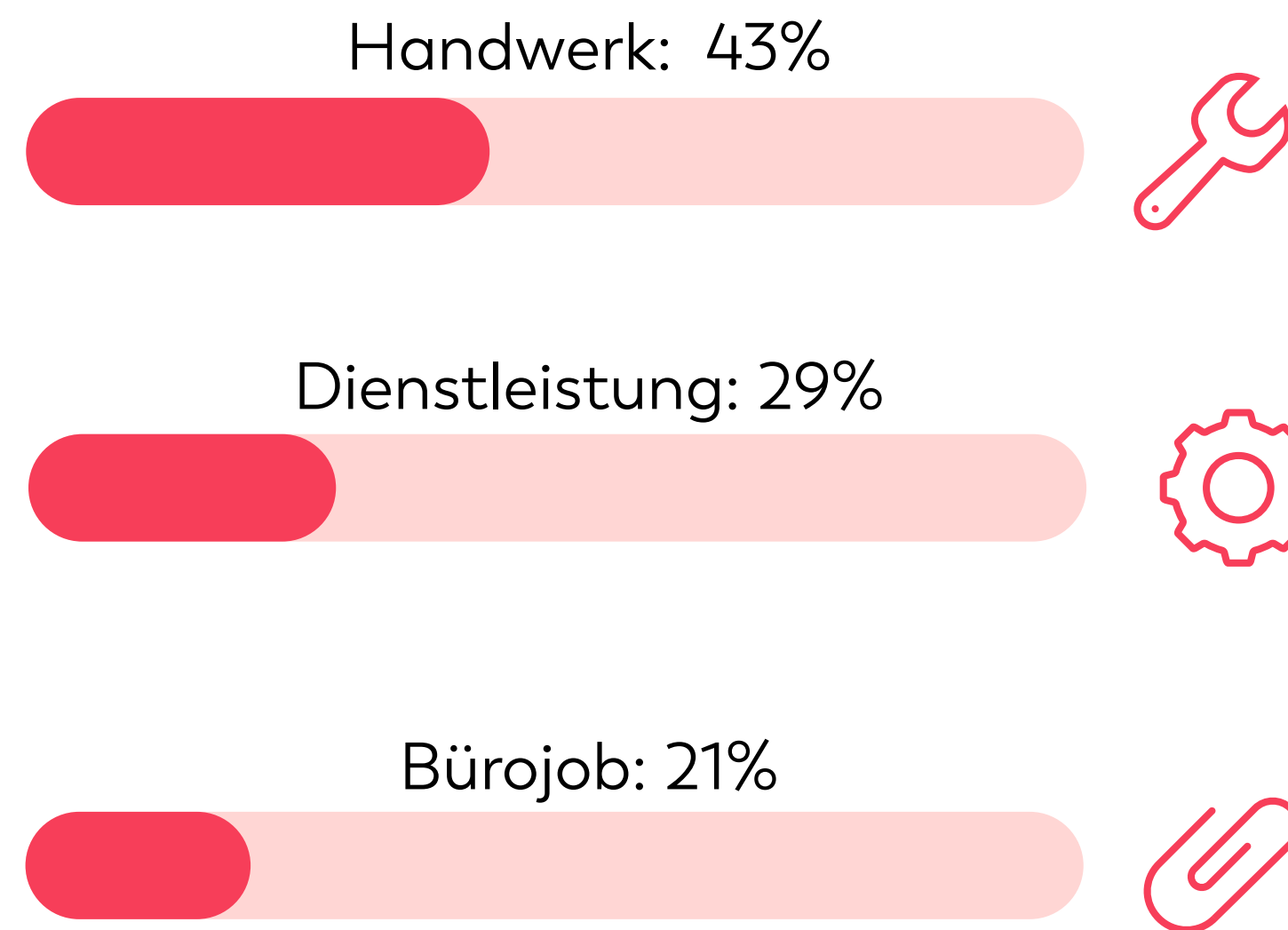
1. LOVOO als Mediapartner
2. LOVOO auf einen Blick
3. Werbeformate
4. Specials
5. Targeting

LOVOO auf einen Blick

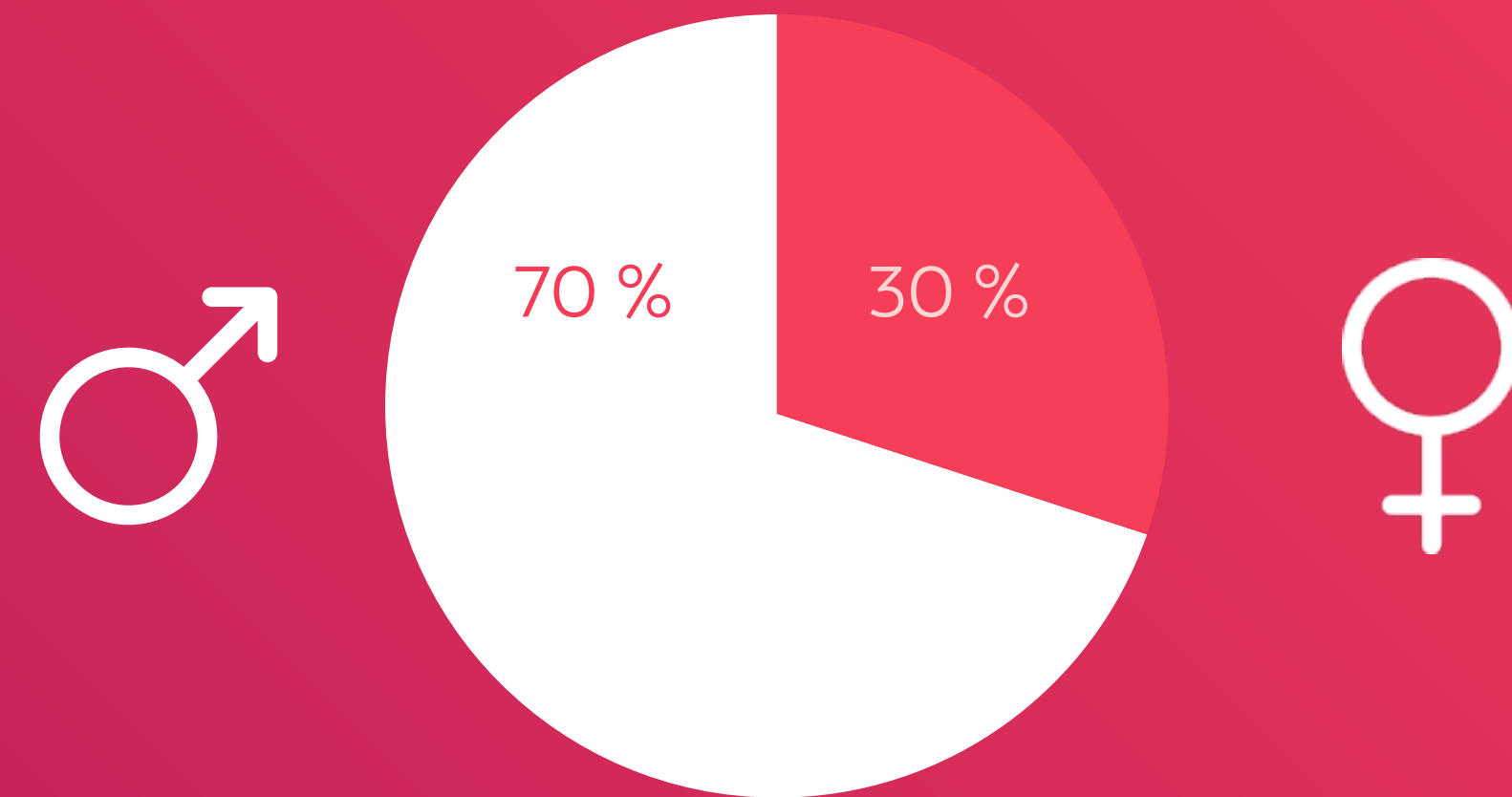
ALTERSSTRUKTUR



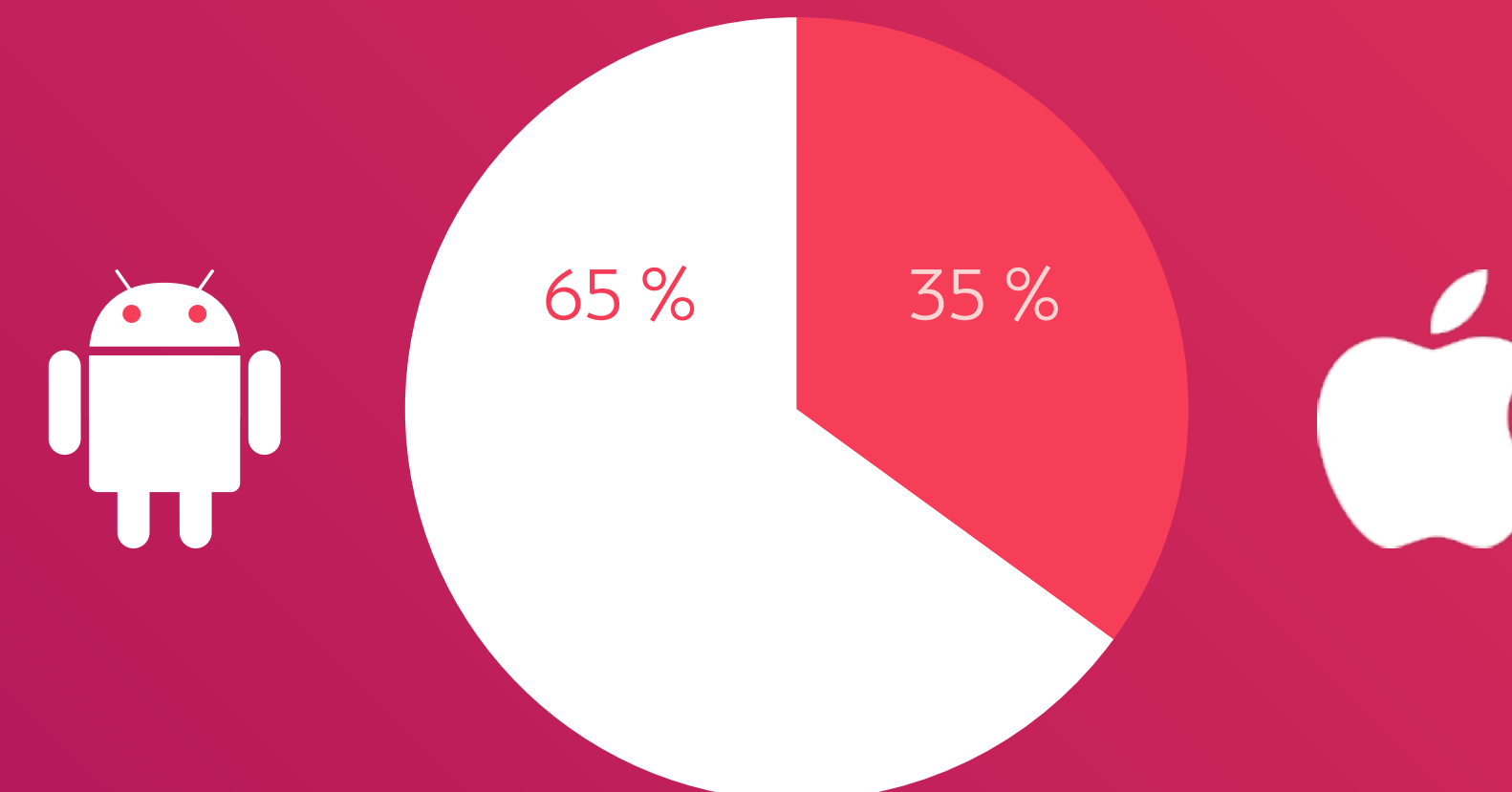
BERUFLICHES



GESCHLECHT



PLATTFORM SPLIT



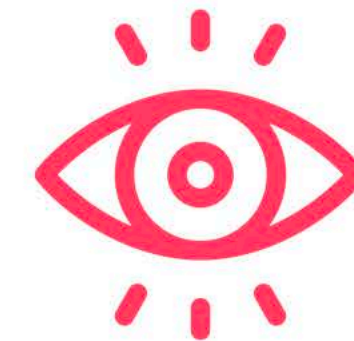
REACH



Monthly Active User:
MEHRERE MILLIONEN



Ad Requests pro Monat:
ÜBER 3 MRD



mögliche Impressionen pro Kampagne:
• **DACH (DE, AT, CH) 500 Mio**
• **FRITES (FR, IT, ES) 300 Mio**

DATING



>120 Mio.
Registrierungen
(all-time)



>11,5 Mrd.
Versendete Nachrichten
seit 2017



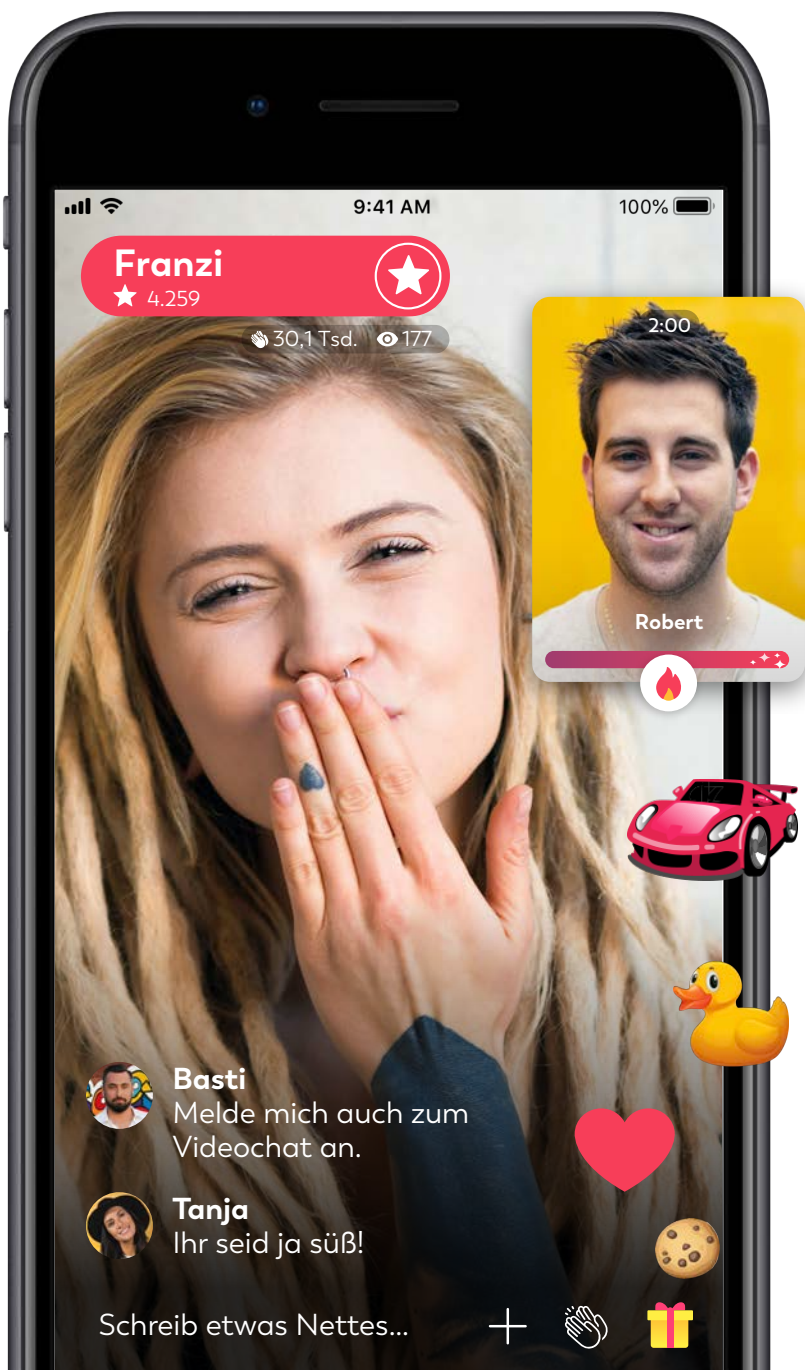
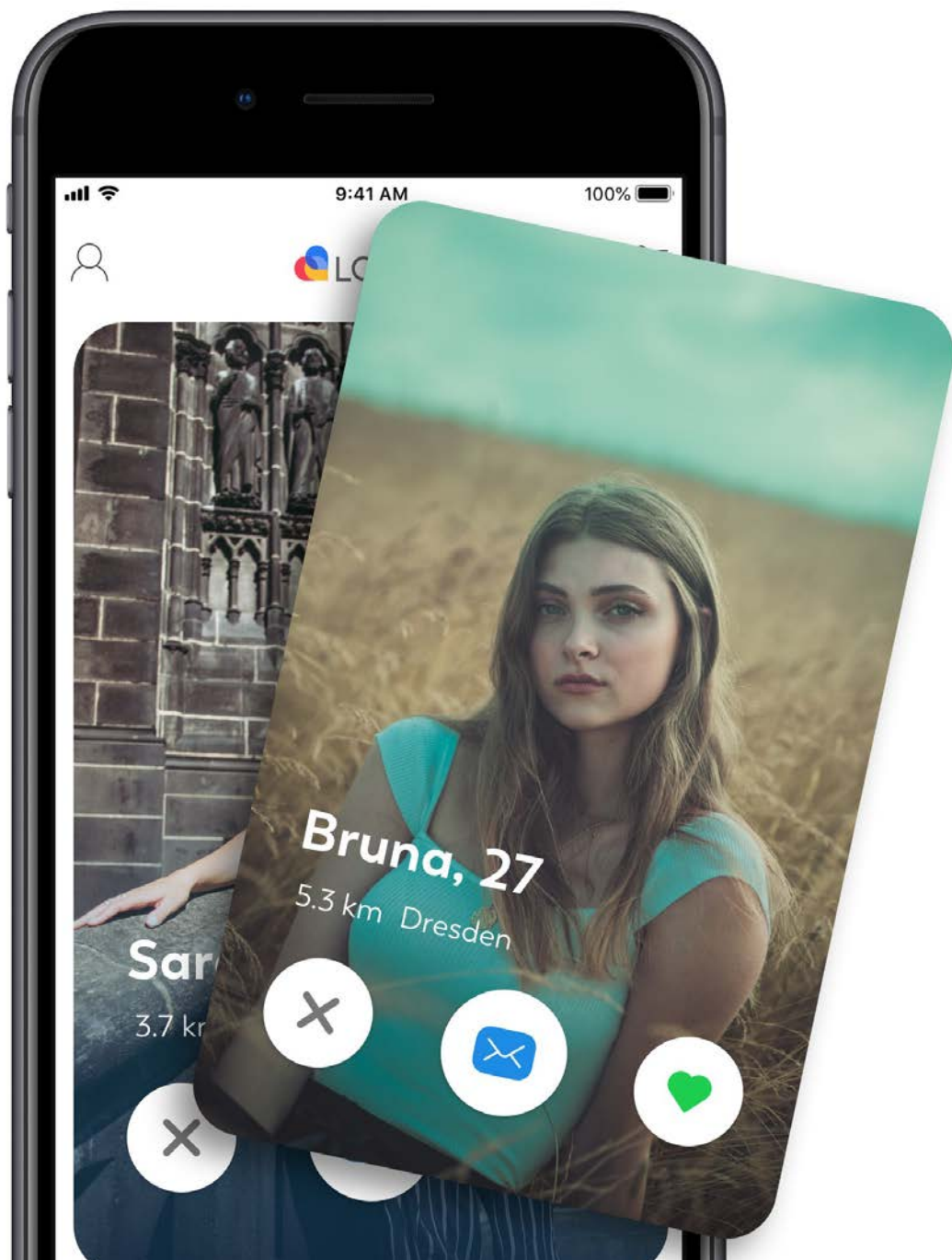
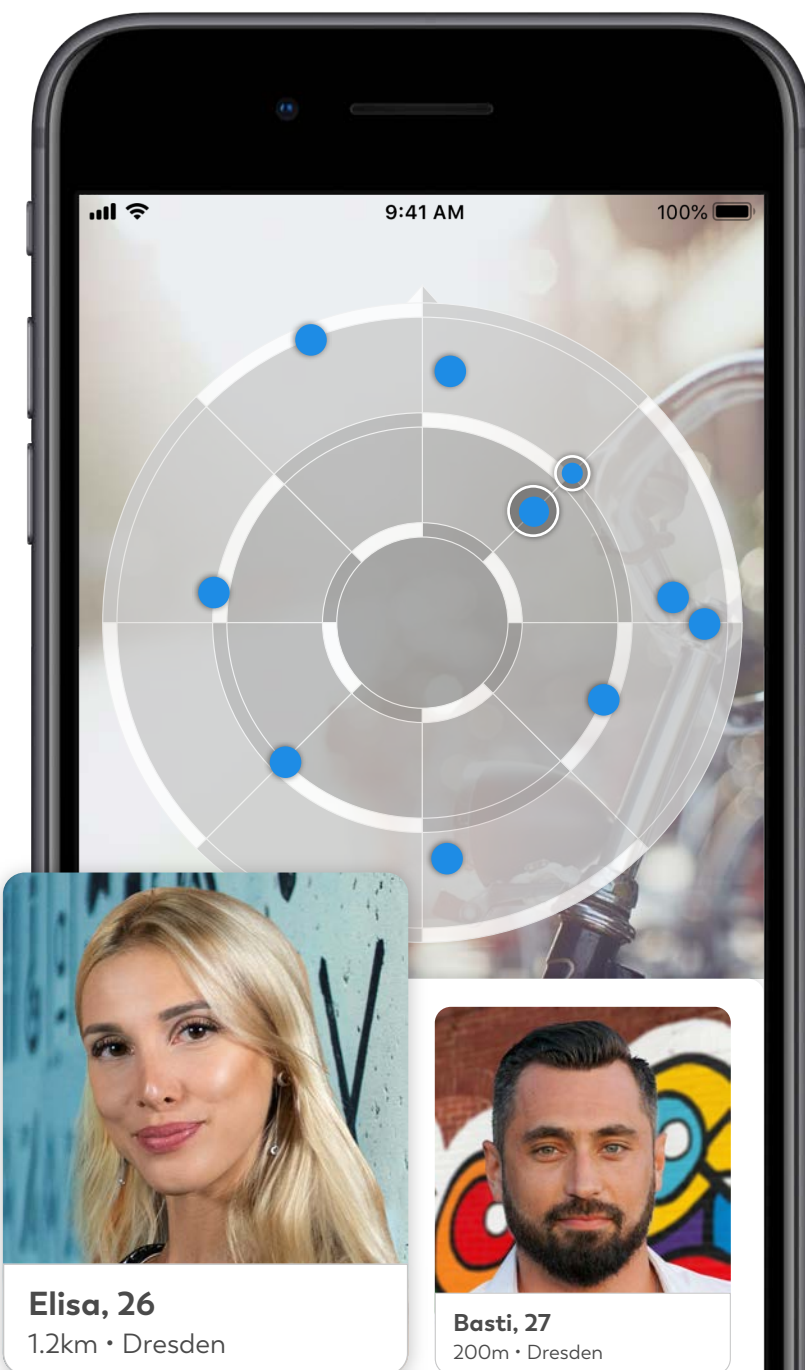
>1,35 Mrd.
Matches seit 2017



App Annie State of
Mobile Report 2021
**TOP3 Consumer
Spending Ranking**



Einer der Gewinner des
**App Growth
Awards 2020**



LIVE VIDEO

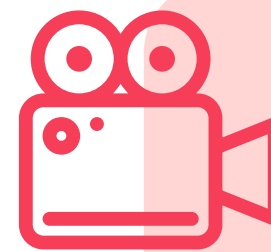
Statt einfach nur Bilder hochzuladen, können die User bei LOVOO Live-Videos von sich machen. Sie starten einen Stream, erzählen von sich und interagieren mit Zuschauern. So können die User mehr von sich zeigen und mehr von anderen sehen, ohne Icebreaker oder Credits.



Anzahl gespendete Gifts 2020:

76.853.166

Stand Ende Juli



Live-Zeit aller Streamer in 2020:

8.243.604 h

Stand Ende Juli



Watch Time aller User in 2020

19.259.422 h

Stand Ende Juli

Top-Streamerin

SelinaFox_Official:

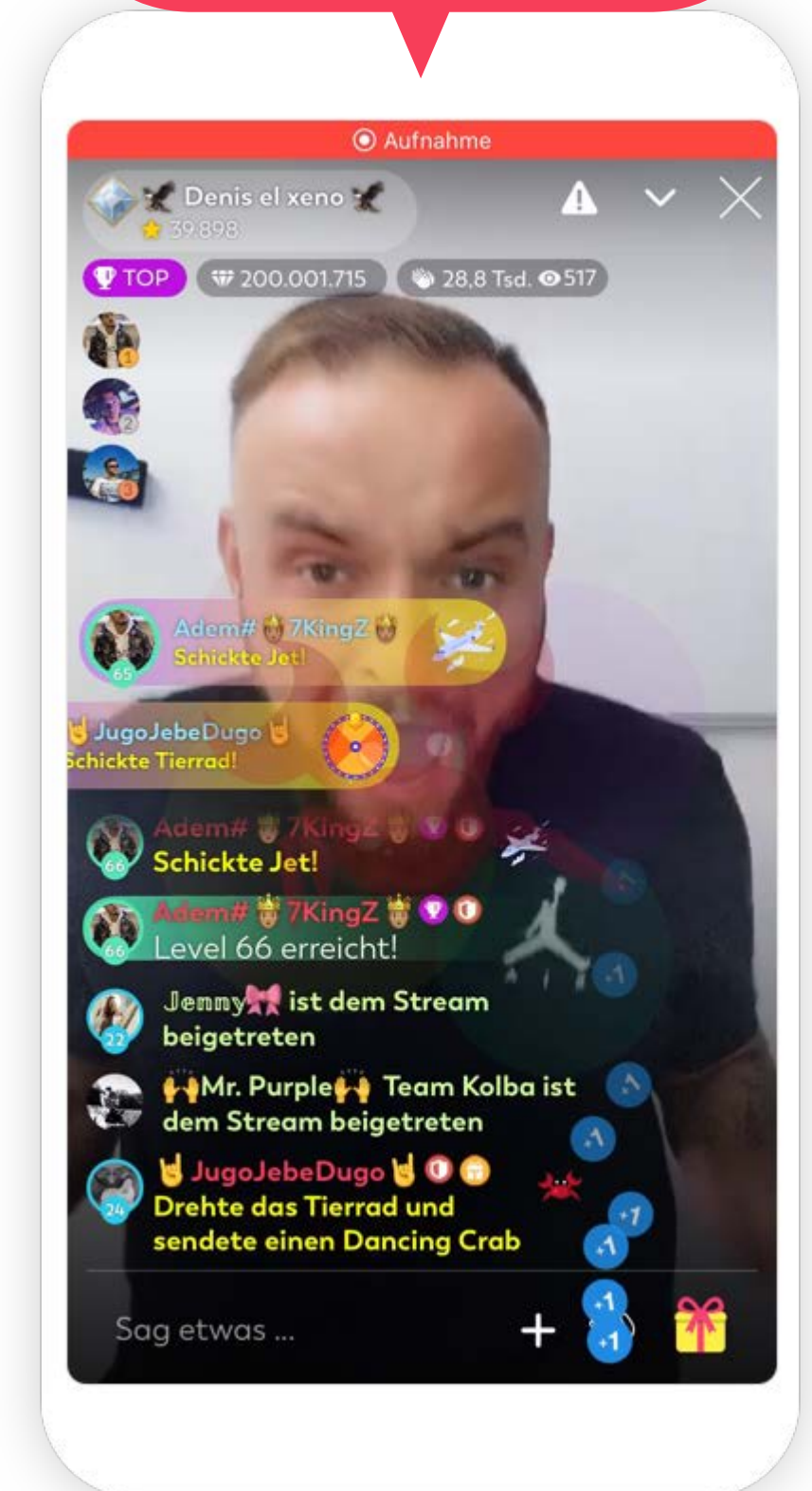
54.125 Fans



Top-Streamer

Denis el xeno:

41.714 Fans



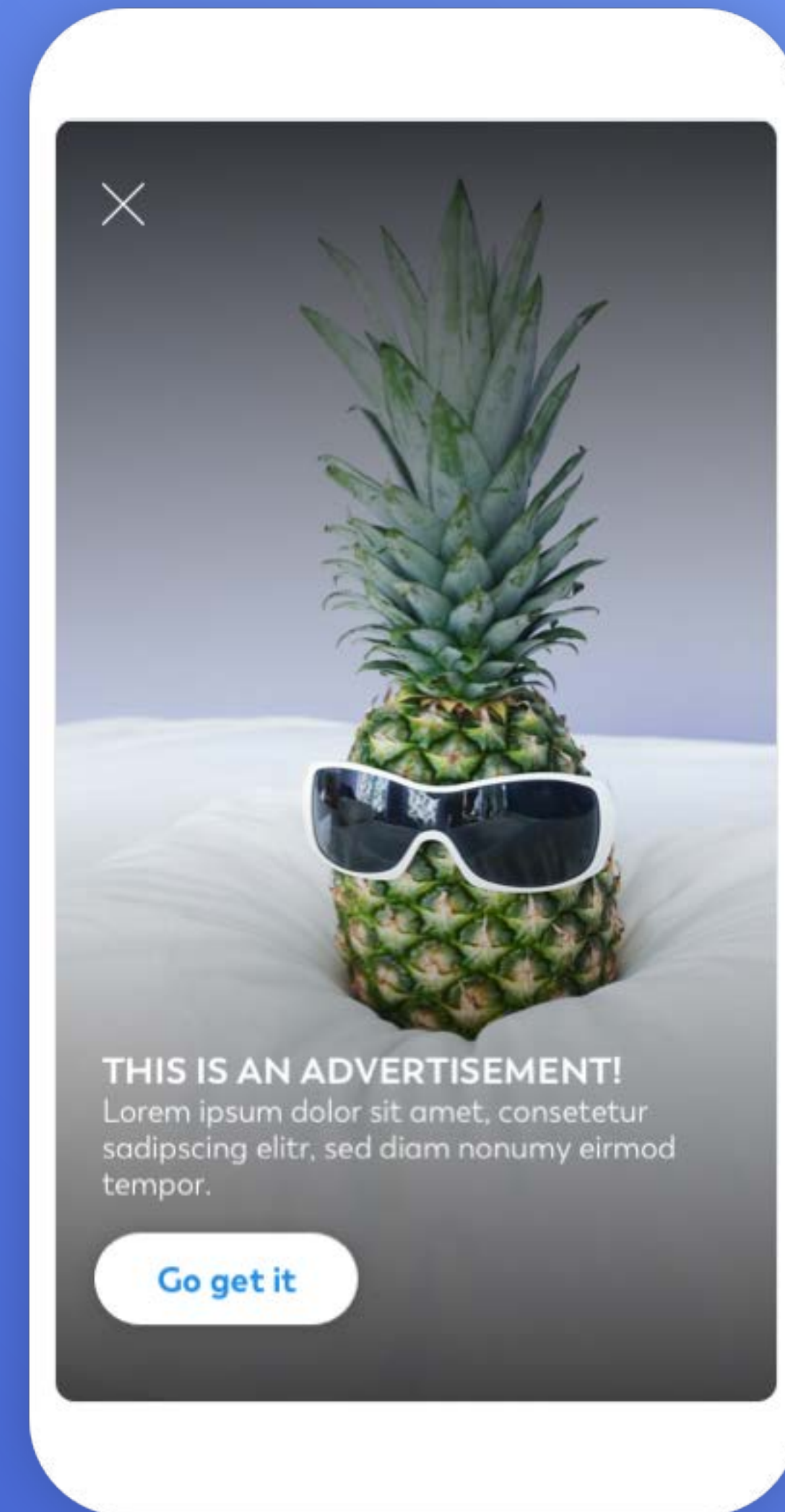
Agenda

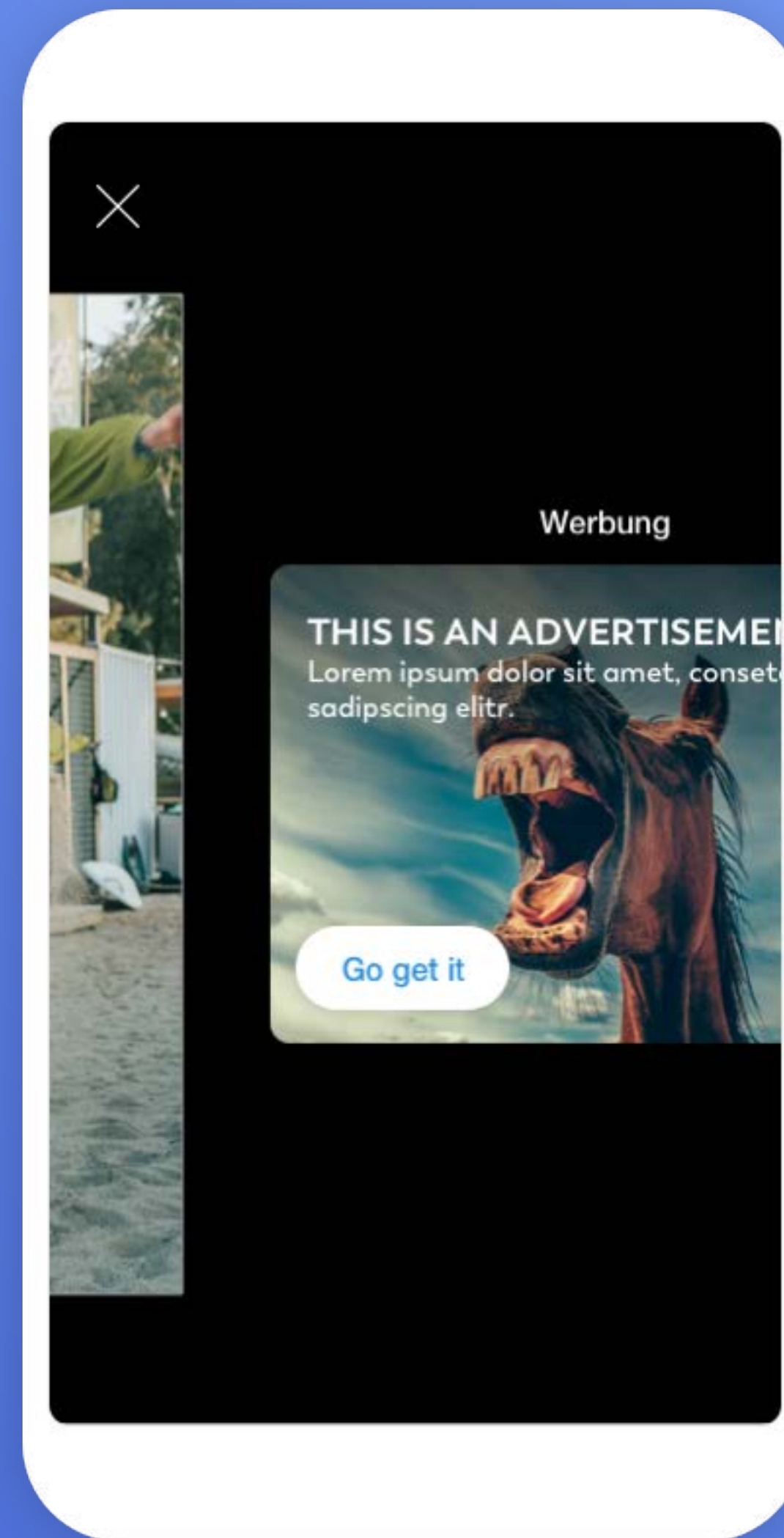
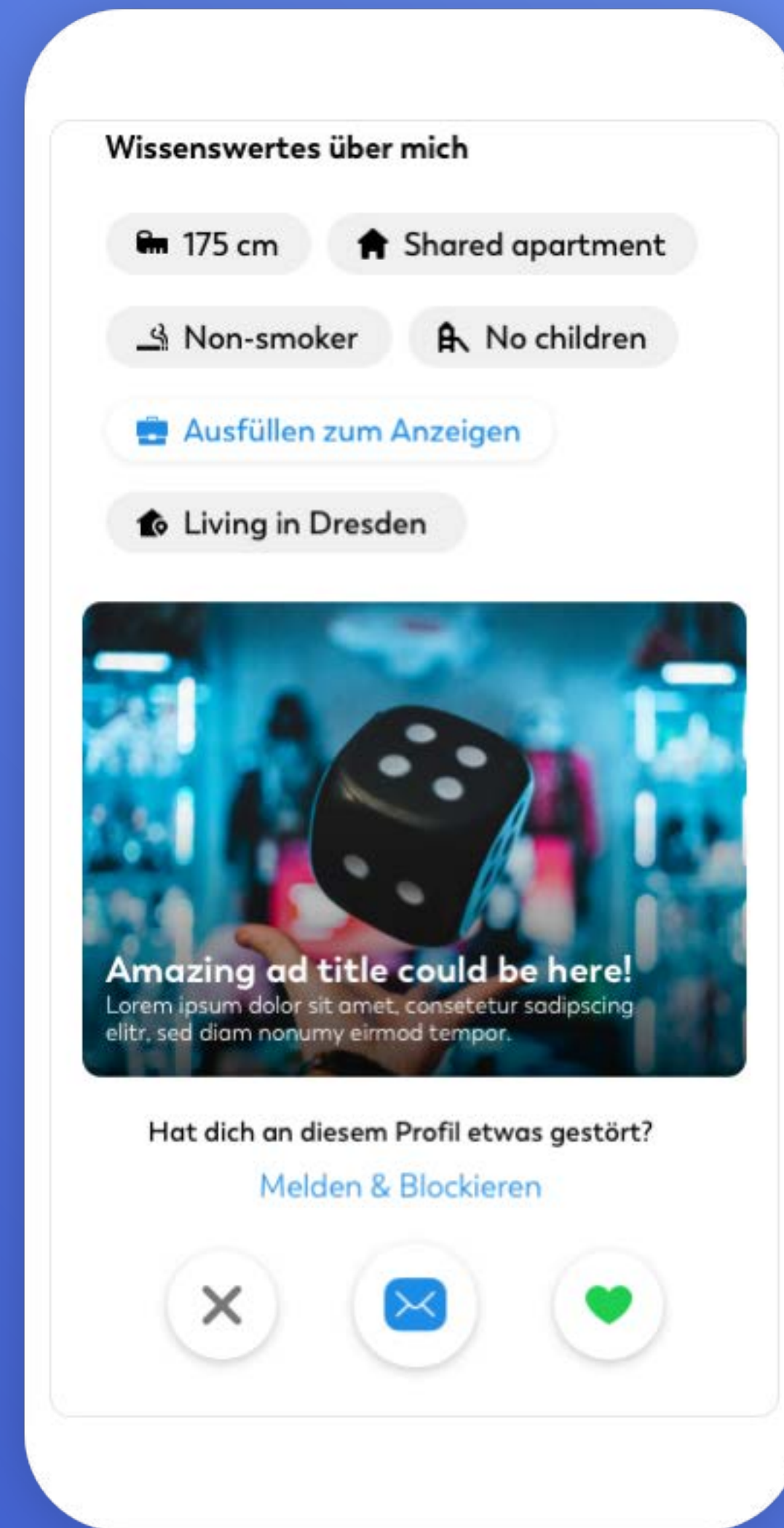
1. LOVOO als Mediapartner
2. LOVOO auf einen Blick
3. Werbeformate
4. Specials
5. Targeting

FULLSCREEN INTERSTITIAL

Wird im zentralen Bereich der App im “Match-Game” ausgespielt und erreicht eine hohe Brand Awareness

- höchste Klickrate aller Werbeformate
- auch im Videoformat möglich
- Full Screen (für alle Geräte skalierbar z.B. 640x960px)
- PNG, JPG, GIF, HTML5-Script, mp4 (max. 3,5 MB)





MEDIUM RECTANGLE

Der Klassiker unter den Bannern wird sowohl im Profil als auch in der Bildergalerie angezeigt

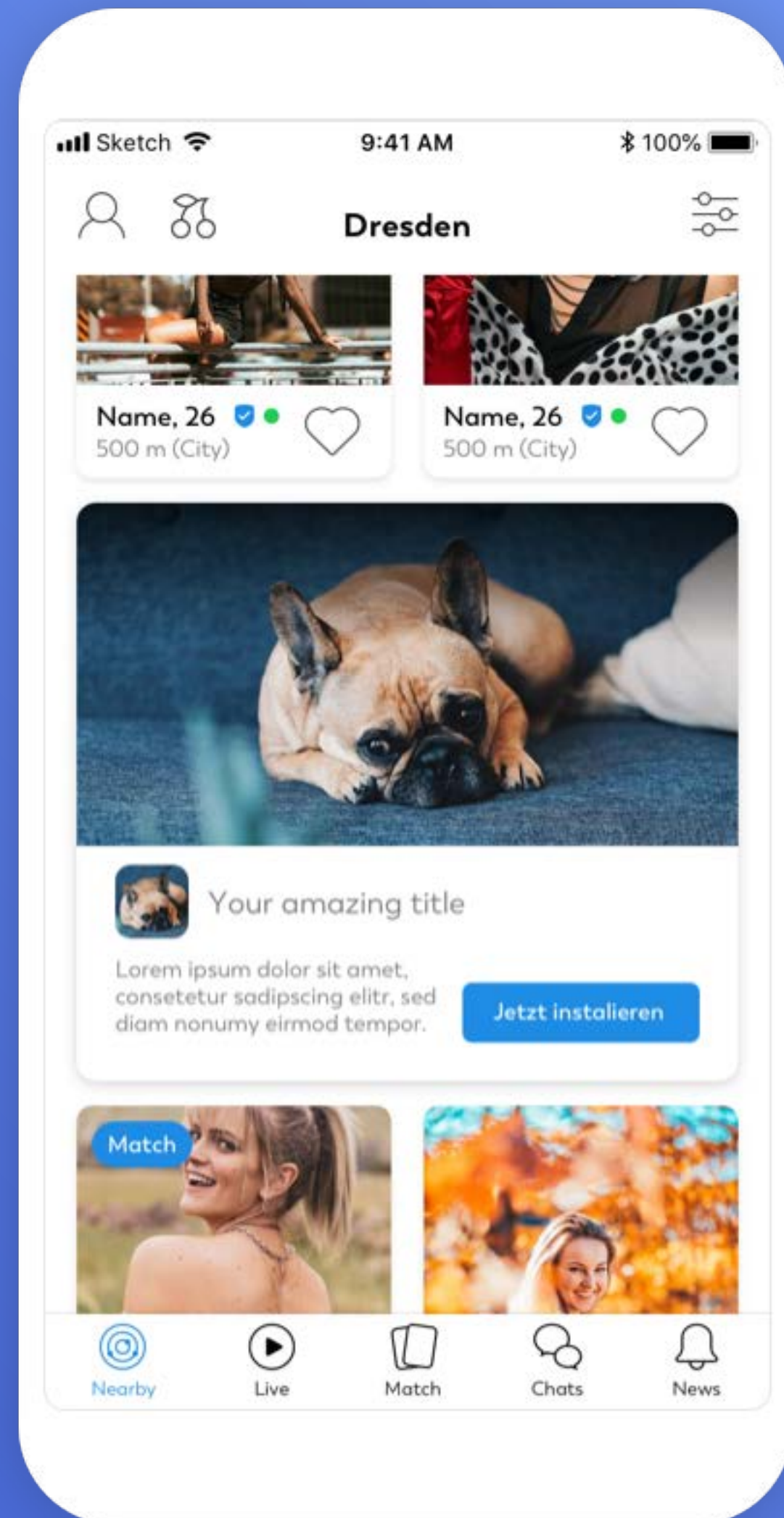
- sowohl für Web als auch in-App verfügbar
- 300x250px
- PNG, JPG, GIF

BOTTOM BANNER

Diese Standard-Ad wird am unteren Displayrand in nahezu allen Bereichen der App angezeigt

- glänzt mit großer Reichweite
- auch für performanceorientierte Kampagnen geeignet
- 320x50px
- PNG, JPG, GIF

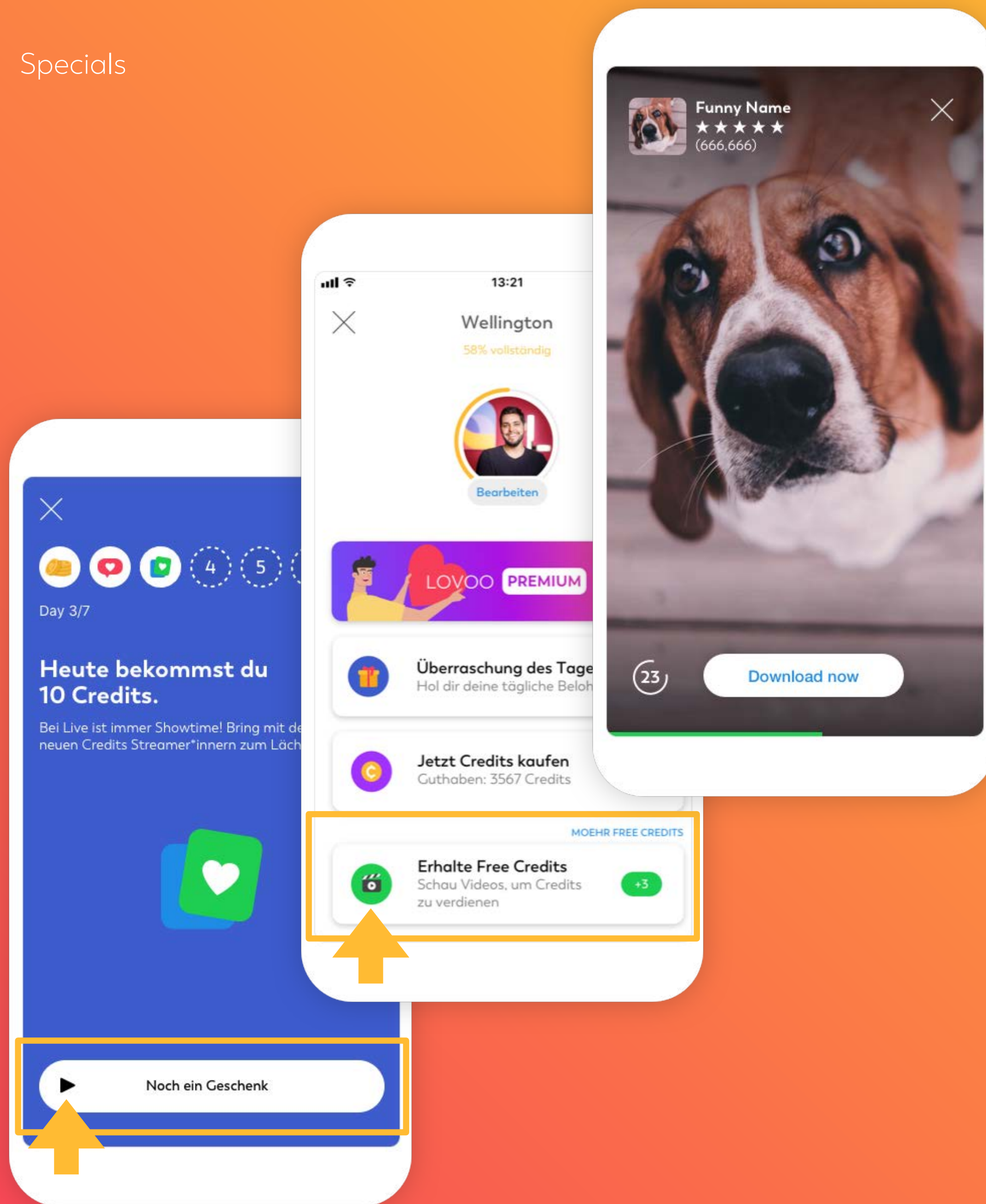




NATIVE FEED

Dieses Format ist in den User-Feeds eingebunden

- native Einbindung sorgt für vertrauenswürdigen Eindruck
- Ad wird aus Bild, Text, Überschrift, Logo und CTA-Button zusammengefügt
- Mainpicture PNG, JPG (1.200x617px)



REWARDED VIDEO

Der User wird mit Credits belohnt, wenn er sich ein Werbevideo in voller Länge ansieht. Mit den Credits ist eine Interaktion in mehreren Bereichen der LOVOO-App möglich. Das Video lässt sich nicht überspringen. Damit wird eine besonders starke Video-View Trough Rate erzielt. Durch die Ausspielung im Fullscreen Format ist zudem eine hohe Aufmerksamkeit garantiert.

Unabhängigen Auswertungen zufolge, bieten Rewarded Videos die beste User Experience. Da sich die User bewusst dafür entschieden haben, ist das Videoerlebnis für sie eher mit positiven Emotionen verbunden.

- höhere Nutzerakzeptanz sorgt für bessere Brand-Awareness
- Videoanzeige bis 30sec möglich
- mehrere Entry Points innerhalb der App

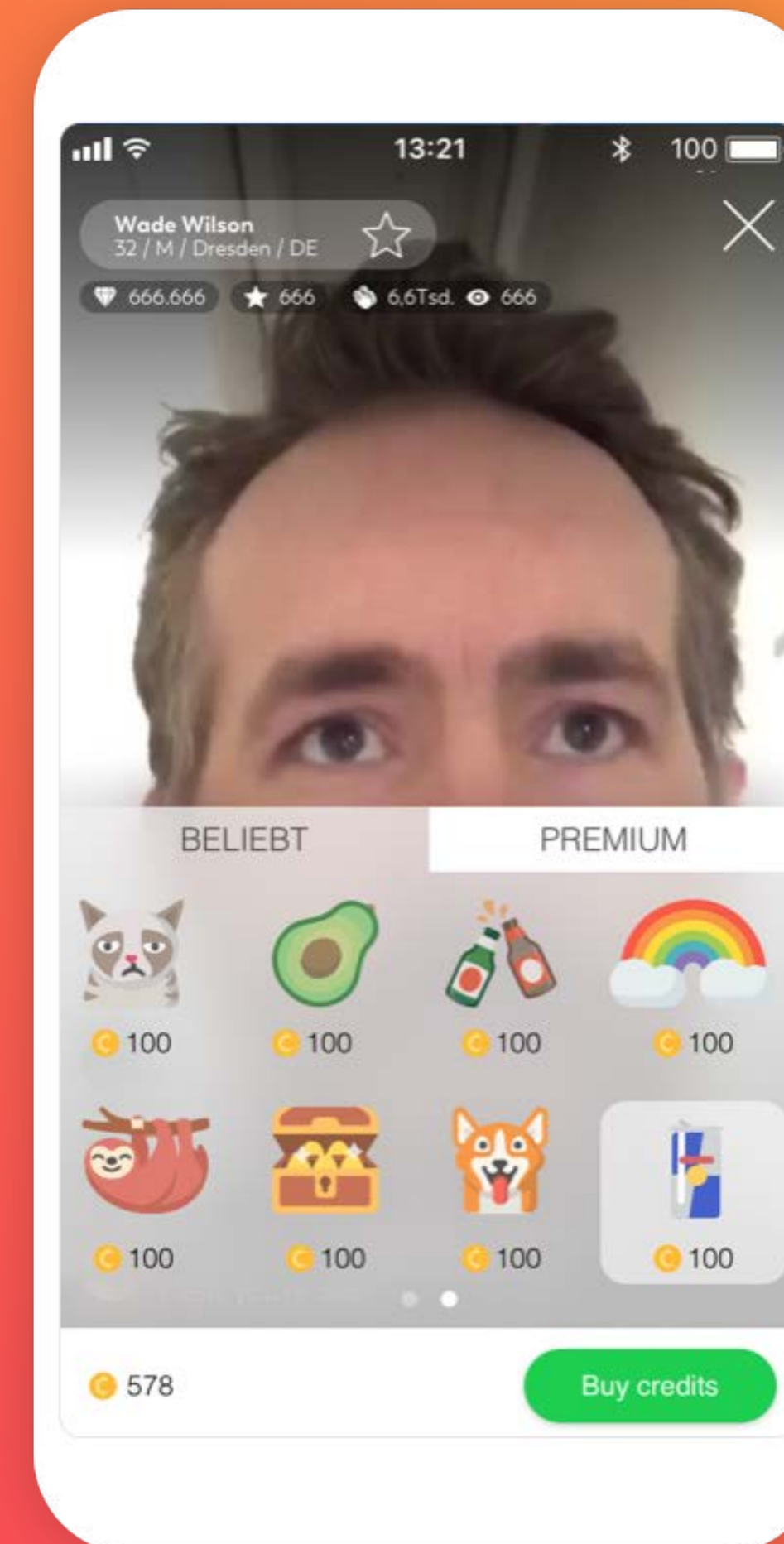
SPONSORED CONTEST

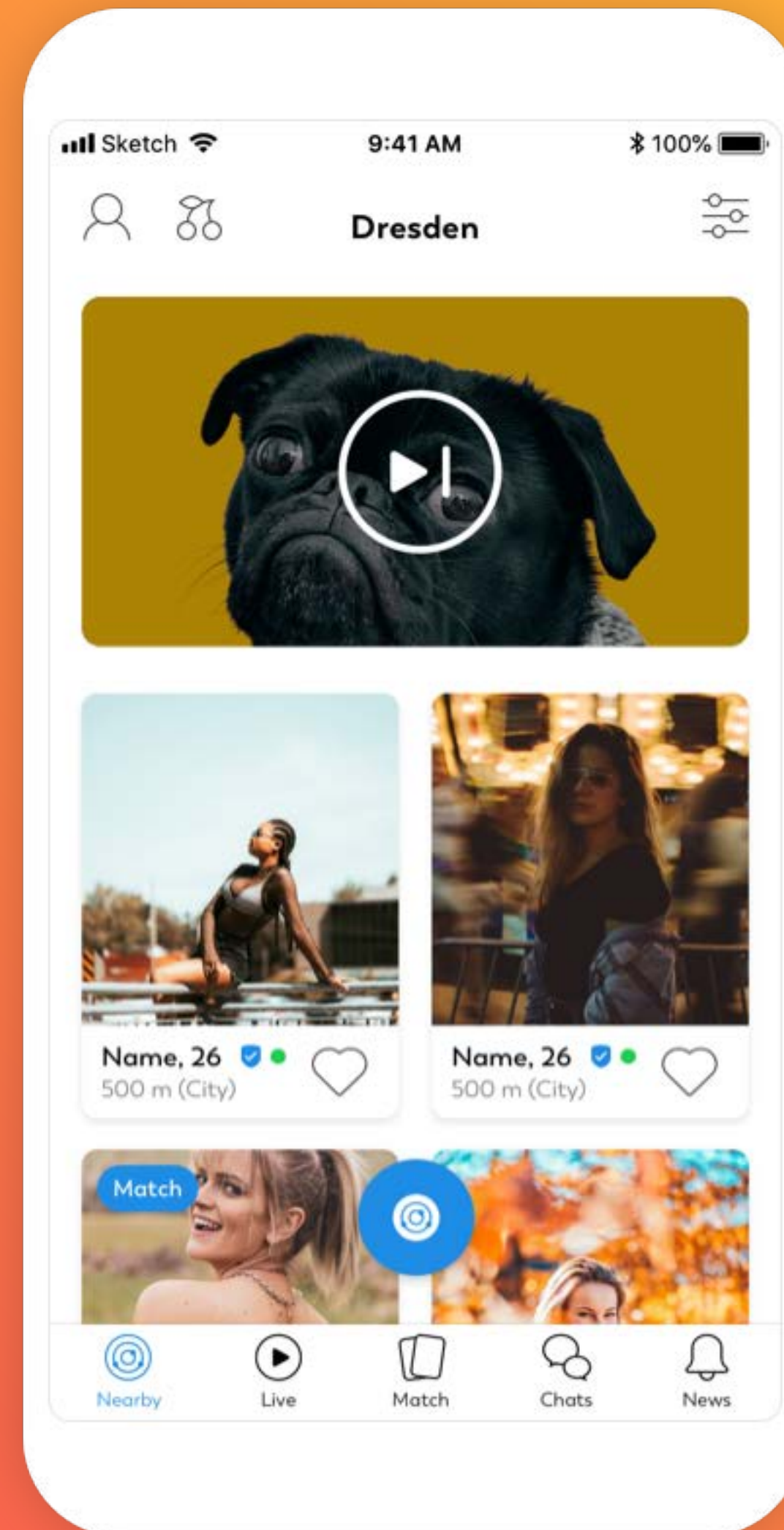
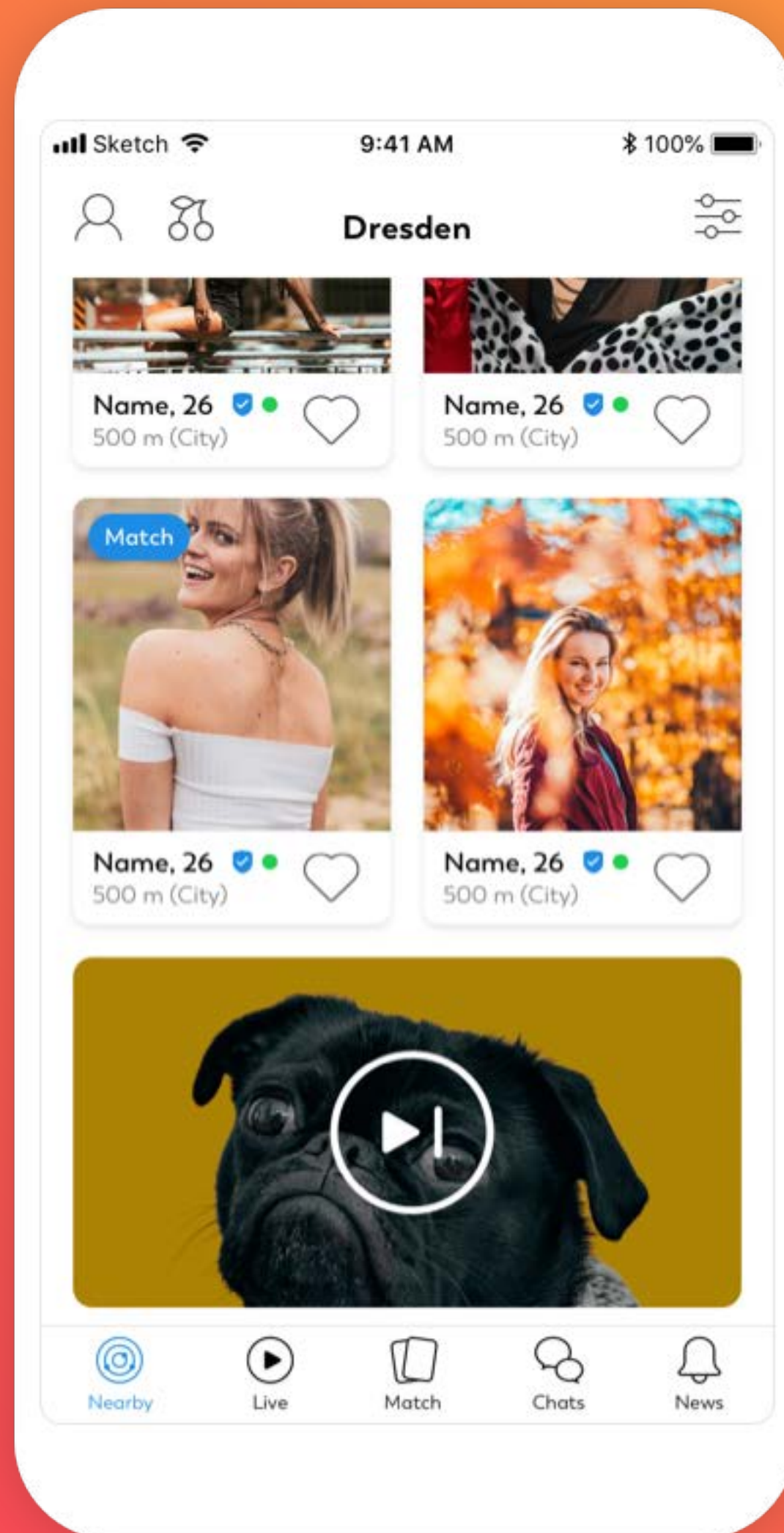
Unsere bisher erfolgreichste Feature-Innovation
“Live Video” ist besonders für moderne und
innovative Advertiser geeignet.

In der Live-Streaming-Sektion kommunizieren User entweder als Zuschauer oder Streamer in Echtzeit mit der LOVOO-Community. Dabei erhalten die Streamer als Zeichen der Wertschätzung virtuelle Geschenke (“Gifts”) von ihrem Publikum. Diese Gifts repräsentieren einen bestimmten monetären Wert. Beliebt sind vor allem regelmäßige Streamer- und Supporter-Contests, bei denen das “Gifting” im Mittelpunkt steht und die Gewinner hochwertige Preise erhalten.

Mit Sponsored Gifts und Sponsored Contests hast du die einmalige Chance, dich einer großen Masse in der LOVOO Live-Sektion zu präsentieren. Wir erstellen für den Werbepartner ein eigenes individualisiertes Gift (auch mit Firmenlogo) und können dieses Gift in einem dafür passenden Contest integrieren.

- Einzigartiges Placement für innovative Brands
- Kreative animierte Ad nach Wünschen des Kunden
- Weitere Möglichkeiten nach Absprache





OUTSTREAM VIDEO

Mitten in den User-Feeds wird das Outstream-Video nativ eingebunden und in einer Sequenz über mehrere Werbefenster ausgespielt. Somit wird die Ad auch fortgesetzt, wenn UserInnen weiterscrollen, was zu einer sehr hohen VTR-Quote (Viewthrough) führt.

- Starke Aufmerksamkeits- und Emotionalisierungsleistung
- Kosten werden nur berechnet, wenn das Video zu 100 % ausgespielt wurde (VTR100)

Agenda

1. LOVOO als Mediapartner
2. LOVOO auf einen Blick
3. Werbeformate
4. Specials
5. Targeting

Targeting



GEO-TARGETING

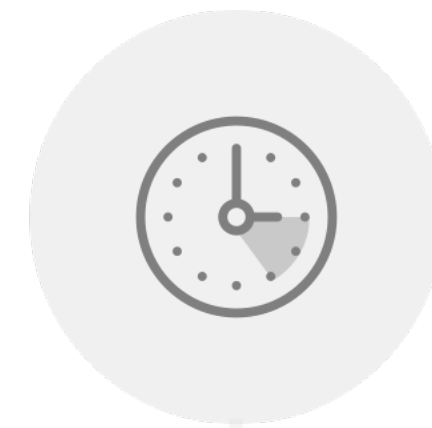
(Städte, Regionen,
Bundesländer, Staaten)



GESCHLECHT



**ALTER/
ALTERSGRUPPEN**



UHRZEIT



BETRIEBSSYSTEM

Android/ iOS



Jens Pappermann

Business Manager - Advertising, Brand & Agency

@ Jens.Pappermann@lovoo.com

 0172-3777771

Thomas Dittrich

Sr. Ad-Operations Manager

@ Thomas.Dittrich@lovoo.com