

Werben bei
LOVOO

smart. mobile.
effective.

LOVOO Media Kit 2026

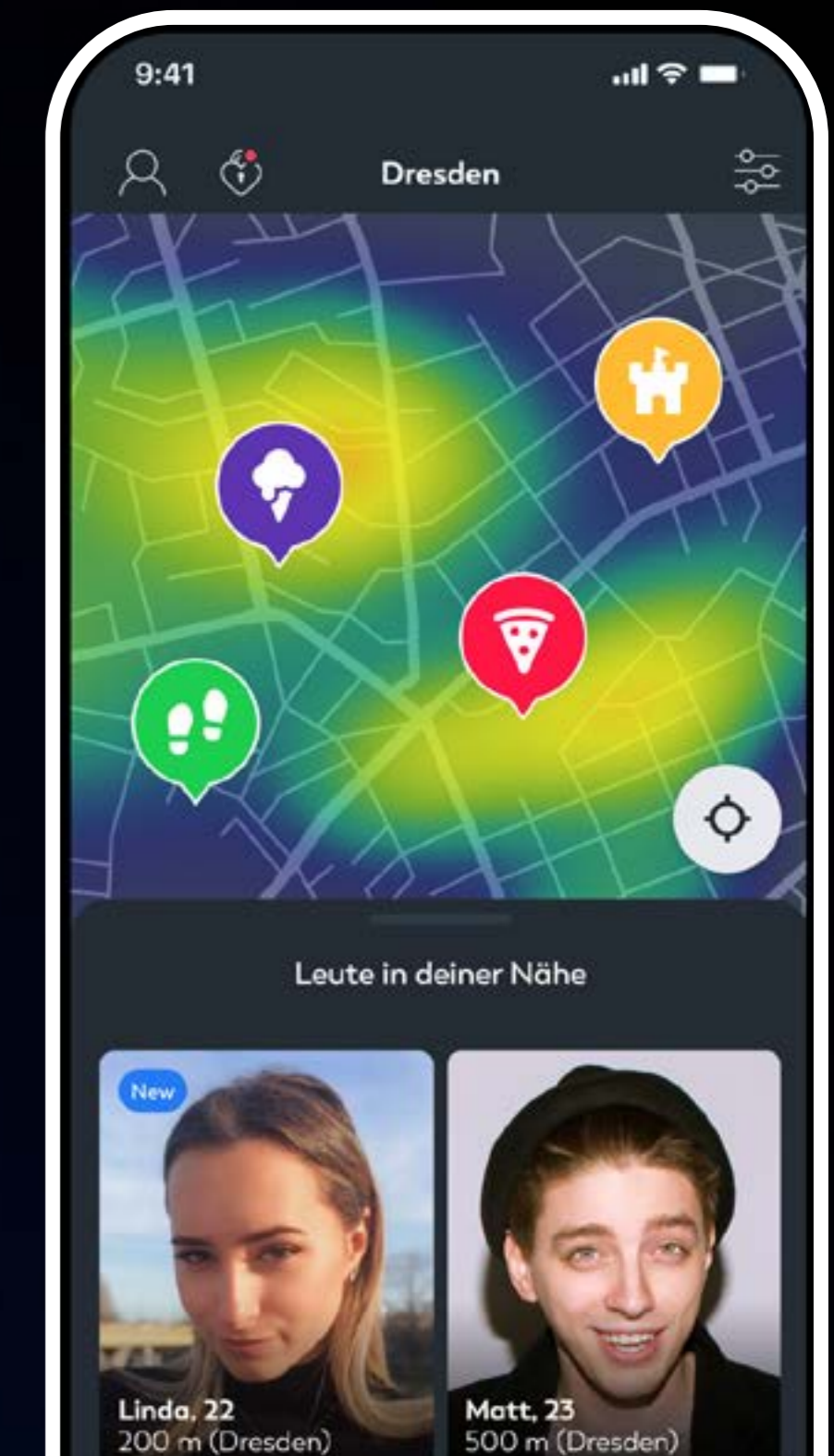
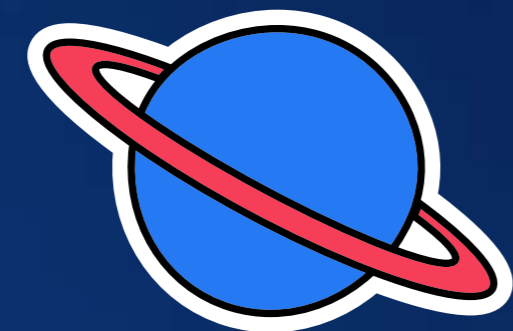
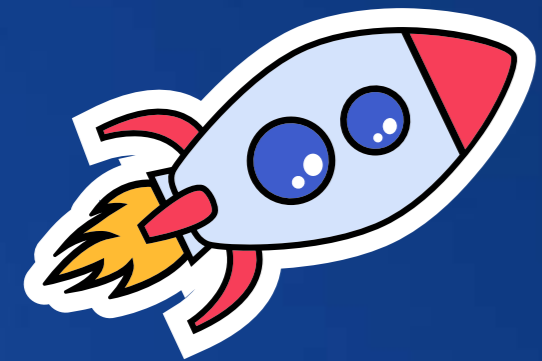


Agenda

1. LOVOO als Medienpartner
2. LOVOO auf einen Blick
3. Werbeformate
4. Targeting

1. LOVOO als Medienpartner

LOVOO als Medienpartner



REACH

Millionen junge Erwachsene sind auf der Suche nach neuen Kontakten.

GLOBAL PLAYER

2011: Gründung LOVOO
2017: Übernahme durch „**The Meet Group**“
2020: Übernahme durch **ProSiebenSat.1 Media** / Teil der „ParshipMeet Group“



BRAND SAFETY

Unsere Mitarbeiter:innen arbeiten stetig daran, dass die Sicherheit der User:innen und Marken in der App immer gewährleistet ist.

DIVERSITY

Nahezu für jedes Marketingziel gibt es die passende Platzierung.

INNOVATION

Die LOVOO App wird ständig weiterentwickelt und bietet regelmäßig neue Features, zum Beispiel die Date Map.

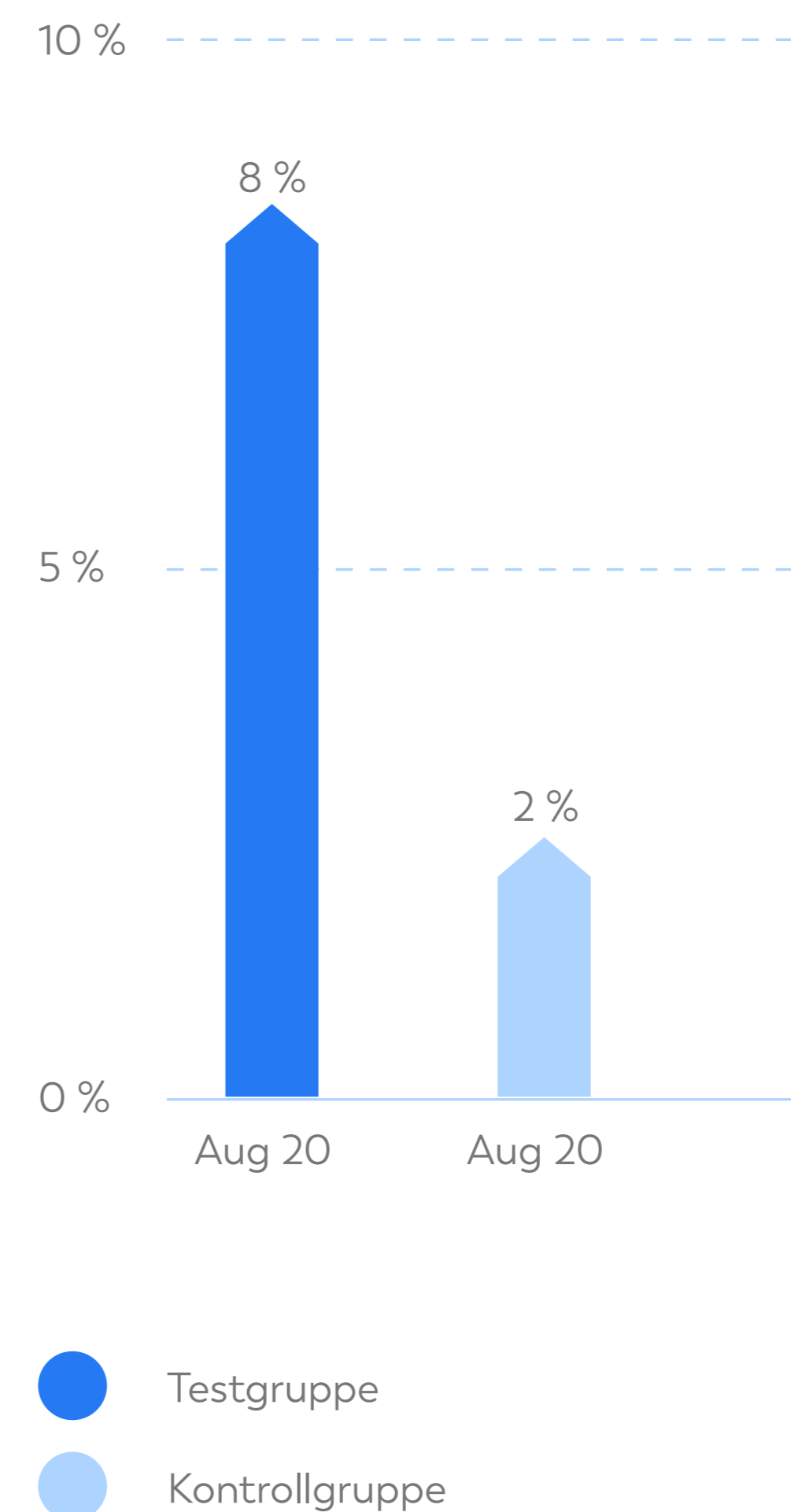
WIR BIETEN EINEN UMFANGREICHEN SERVICE

- Individuelle Beratung via Video-Call
- End-to-End-Prozesse: schnelle und unkomplizierte Kampagnenumsetzung, komplett In-House
- Persönliche:r Ansprechpartner:in während des gesamten Kampagnenprozesses
- Kampagnenerstellung mit modernster Ad-Technologie
- Erfolgsmessung möglich: Markenbekanntheit, -interesse und -erinnerung
- Reporting während und/oder nach Kampagnenende

Ad Recall

„Erinnern Sie sich, in den letzten 3 Tagen Online-Werbung für IHRE MARKE gesehen zu haben?“

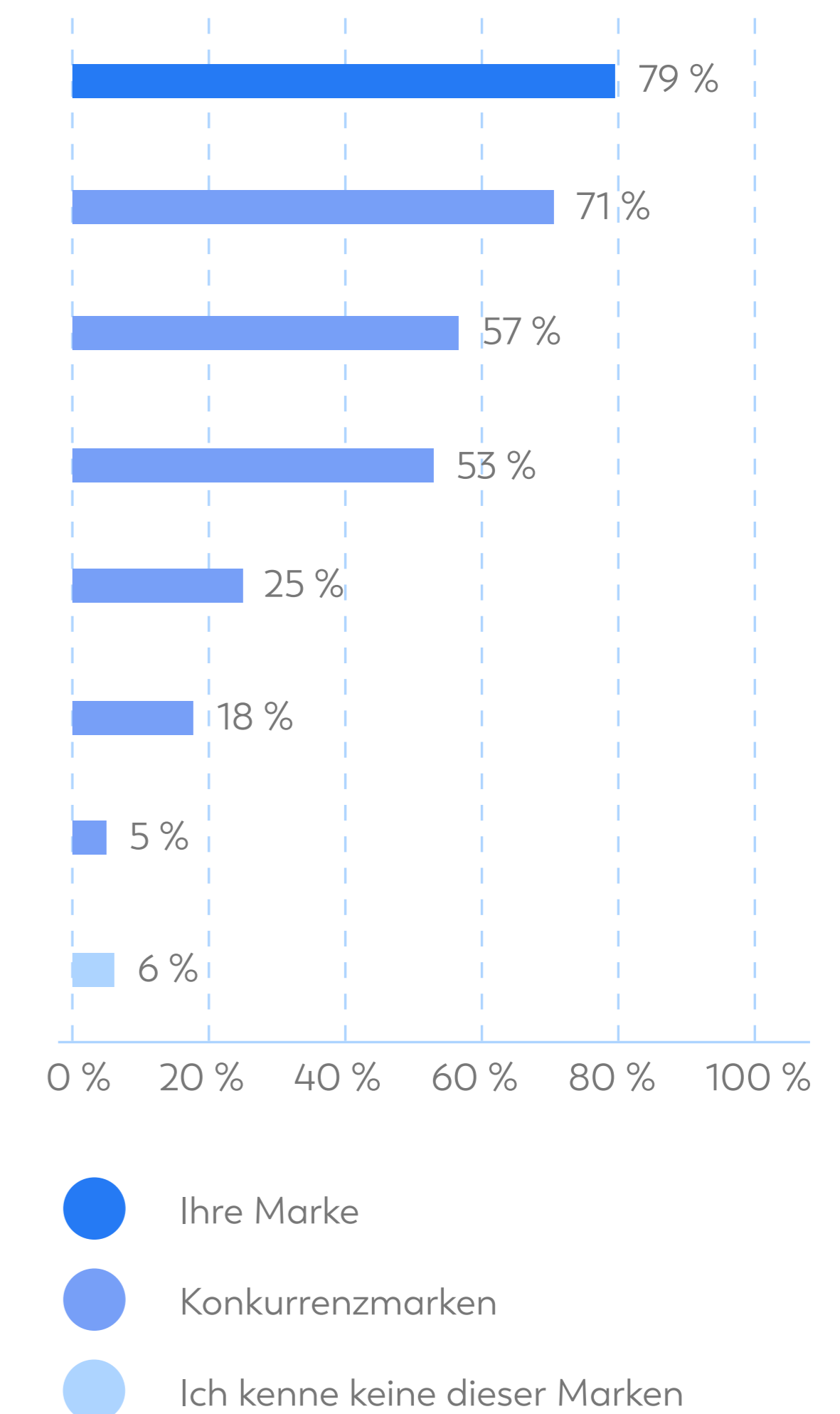
Antwort >>JA<< / t0-t1 DELTA



Aided Brand Awareness

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

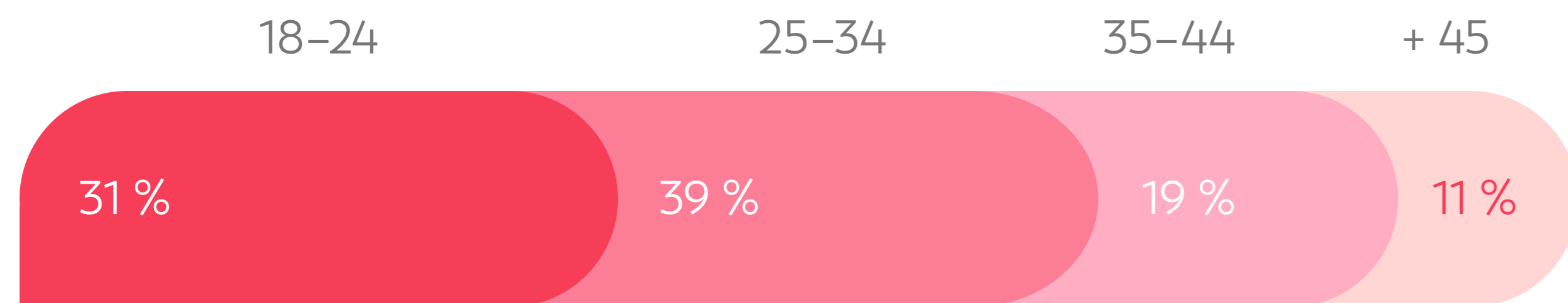
n = 12345



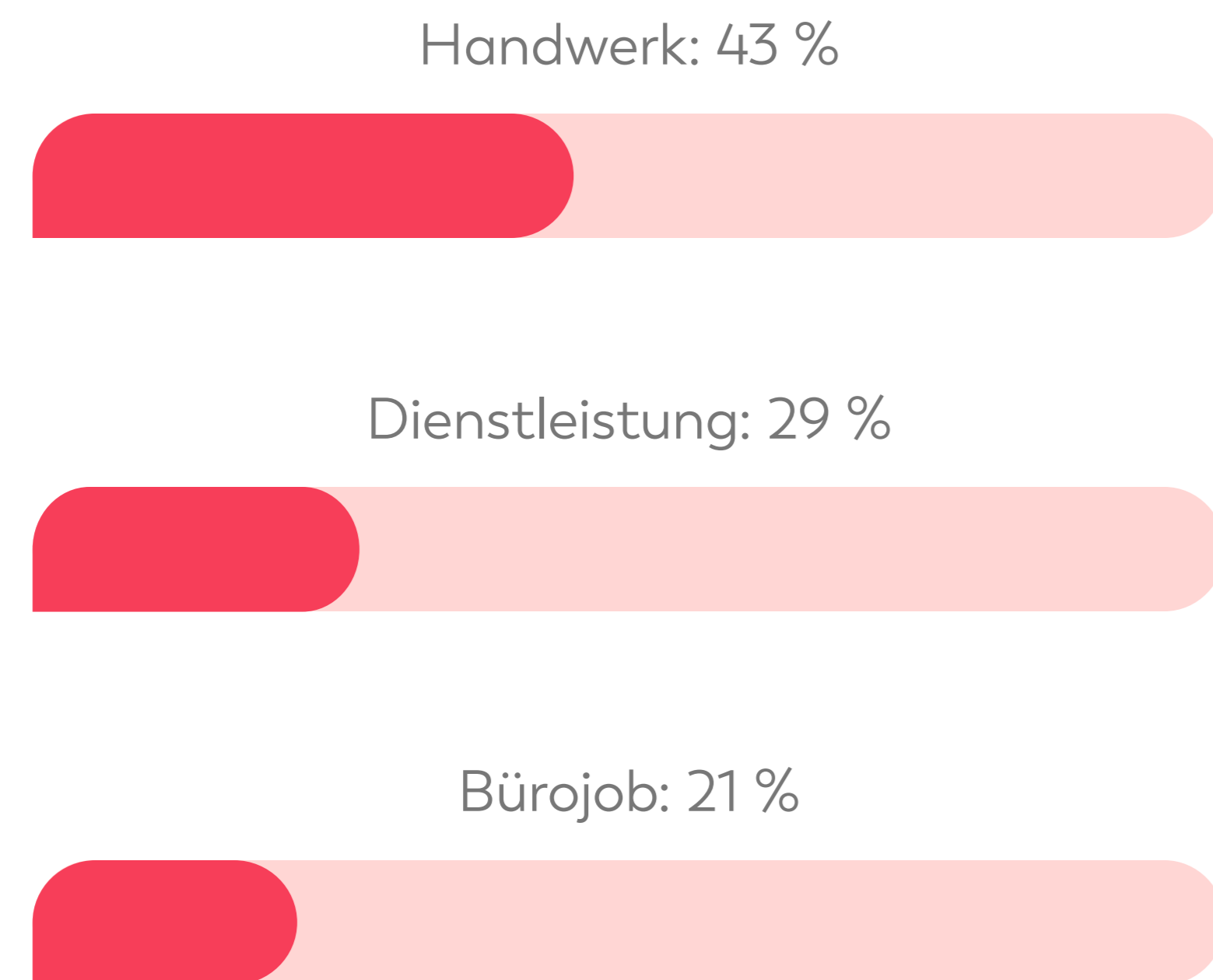
2. LOVOO auf einen Blick

LOVOO auf einen Blick

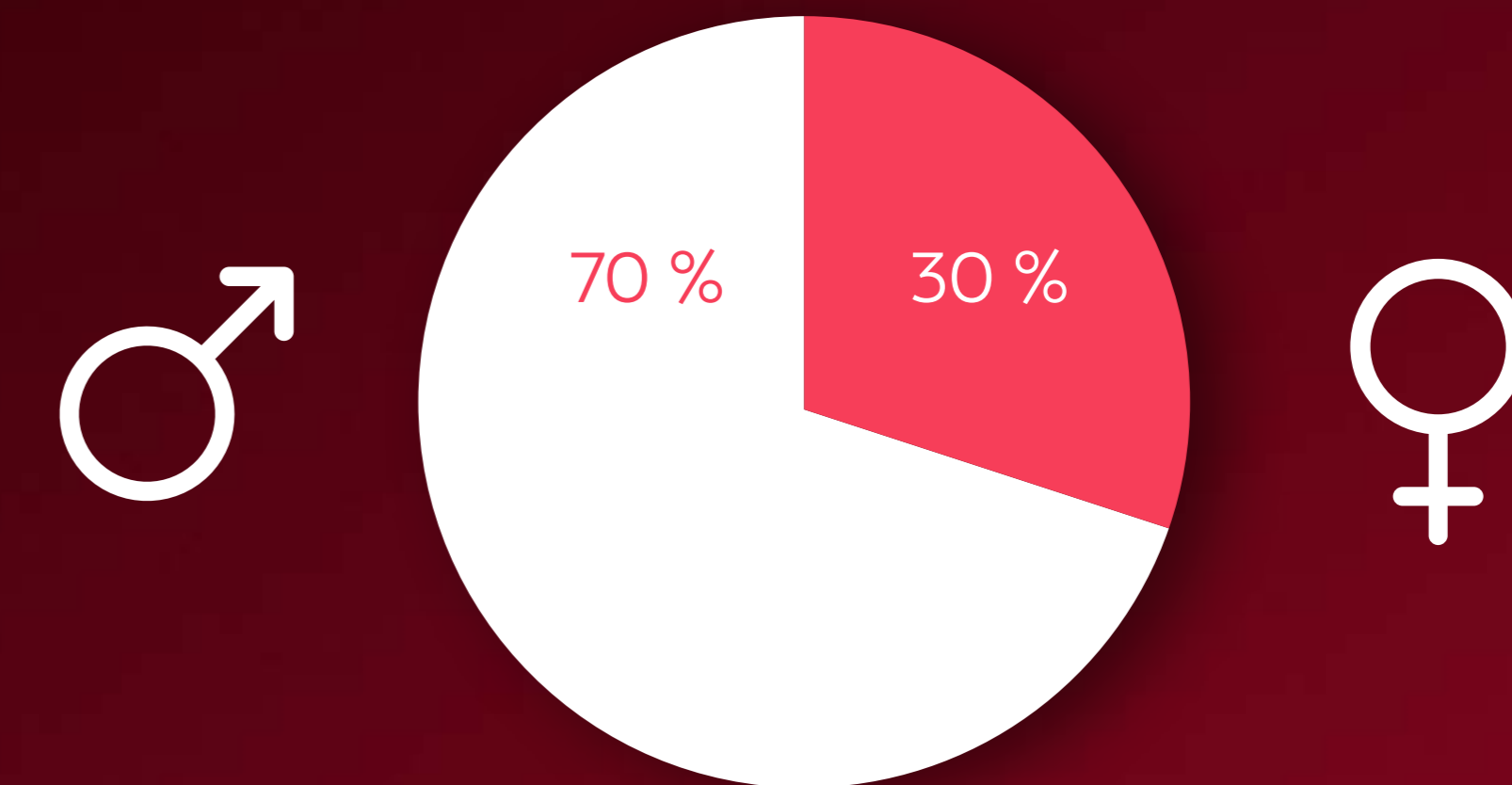
ALTERSSTRUKTUR



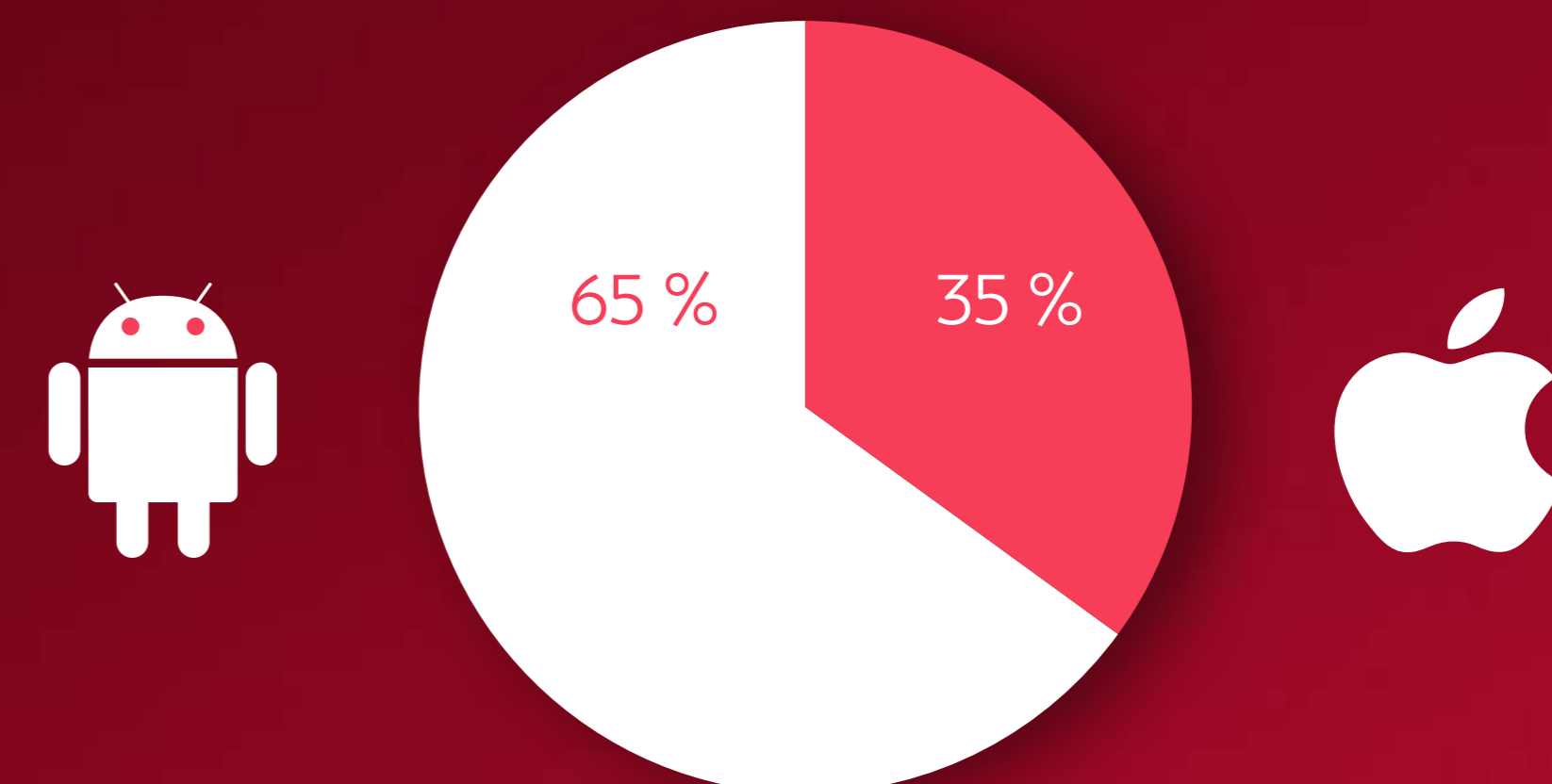
BERUFLICHES



GESCHLECHT



PLATTFORM-SPLIT



REACH



Monthly active user:
MEHRERE MILLIONEN



Ad Requests pro Monat:
ÜBER 3 MRD.



Mögliche Impressions
pro Kampagne:
DE, AT, CH 500 Mio.
FR, IT, ES 300 Mio.

LOVOO auf einen Blick

INTERESSEN UNSER USER



LOVOO auf einen Blick

MUSIKGESCHMACK UNSERER USER

Electronic / Dance

41 %

Rock, international

39 %

Pop, international

39 %

Rock, deutsch

34 %

Hip Hop, deutsch

34 %

Pop, deutsch

33 %

Metal

25 %

R&B

23 %

Schlager

22 %

Reggae

14 %



LOVOO auf einen Blick

PLATZ 2 IN DER UNABHÄNGIGEN BELIEBTHEITSUMFRAGE BESTÄTIGT: LOVOO GEHÖRT WEITERHIN ZU DEN TOP-DATING-ANBIETERN IN DEUTSCHLAND

Quelle:
Statista Consumer Insights
© Statista 2024



LOVOO auf einen Blick

DATING



>166 Mio.

Registrierungen
(all-time)



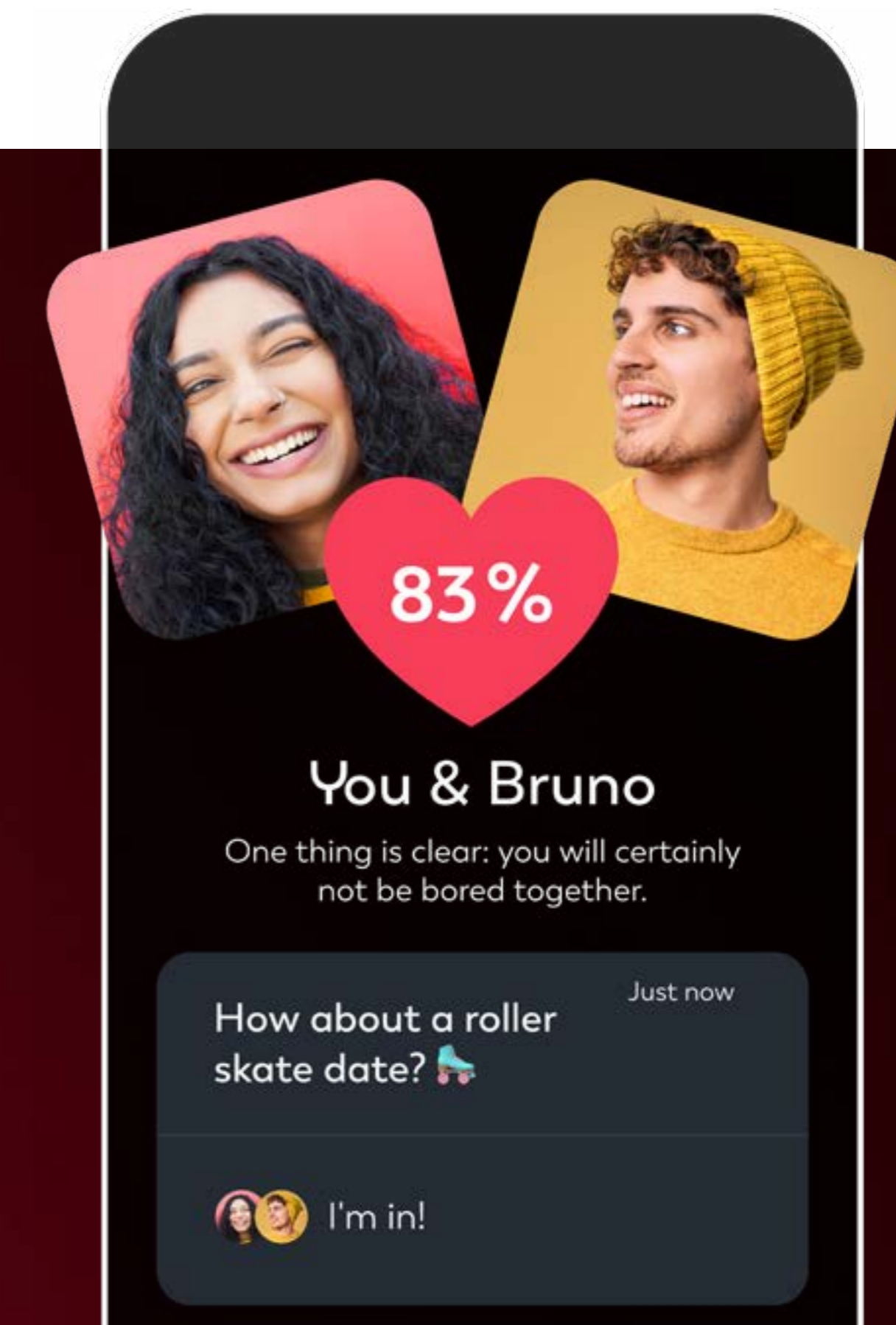
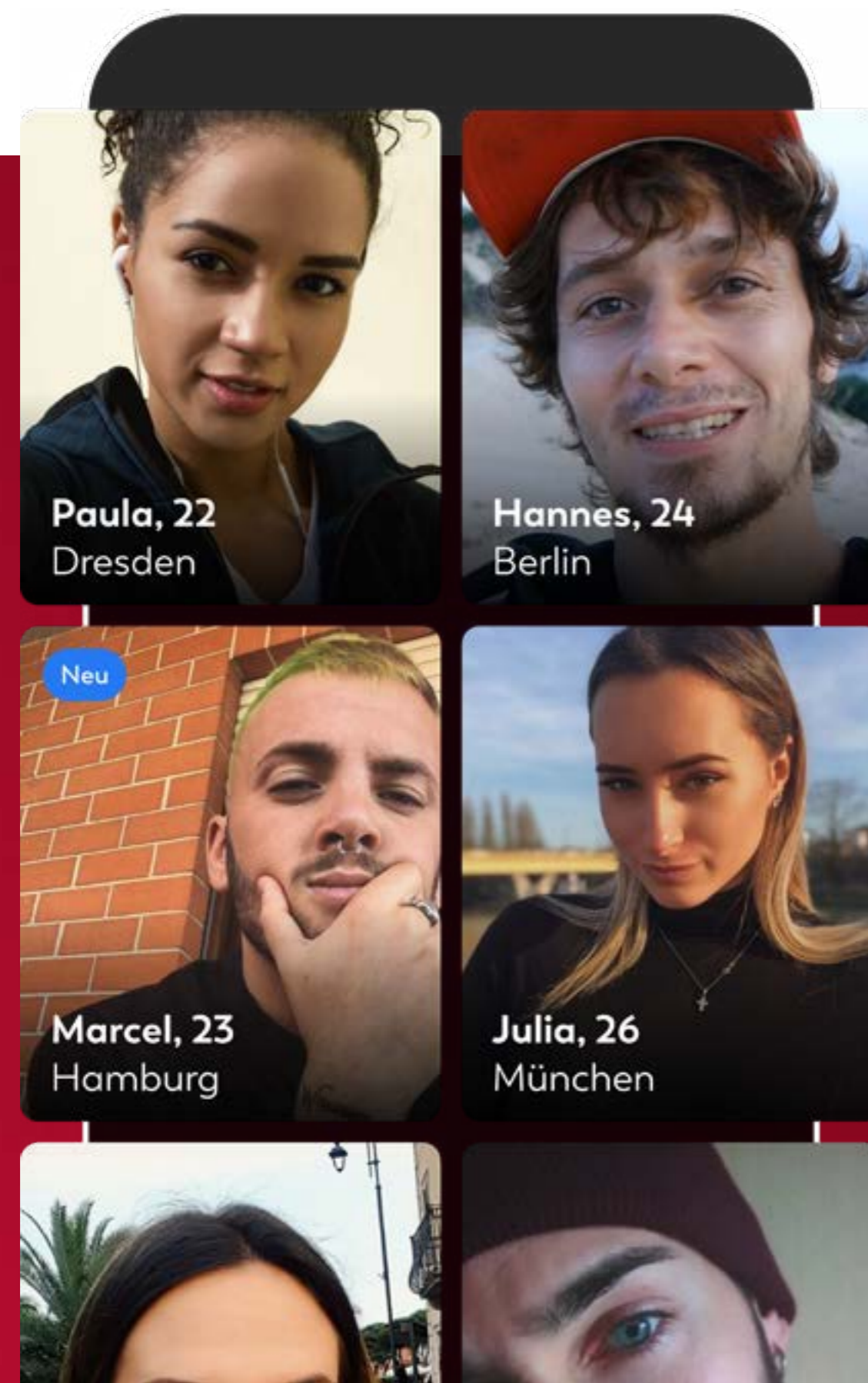
>24 Mrd.

Nachrichten
versendet
seit 2017



>4,2 Mrd.

Matches
seit 2017

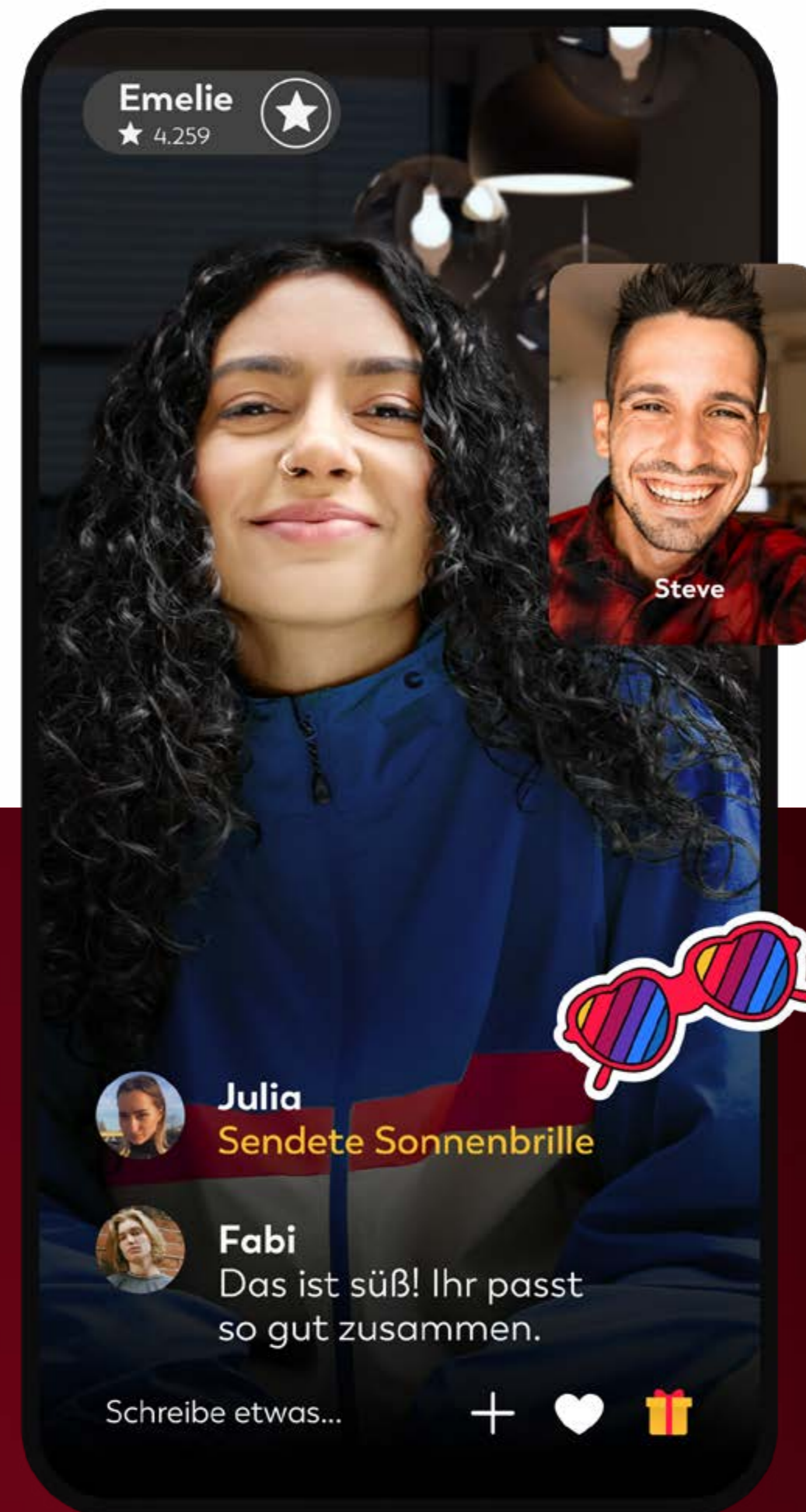


LOVOO auf einen Blick

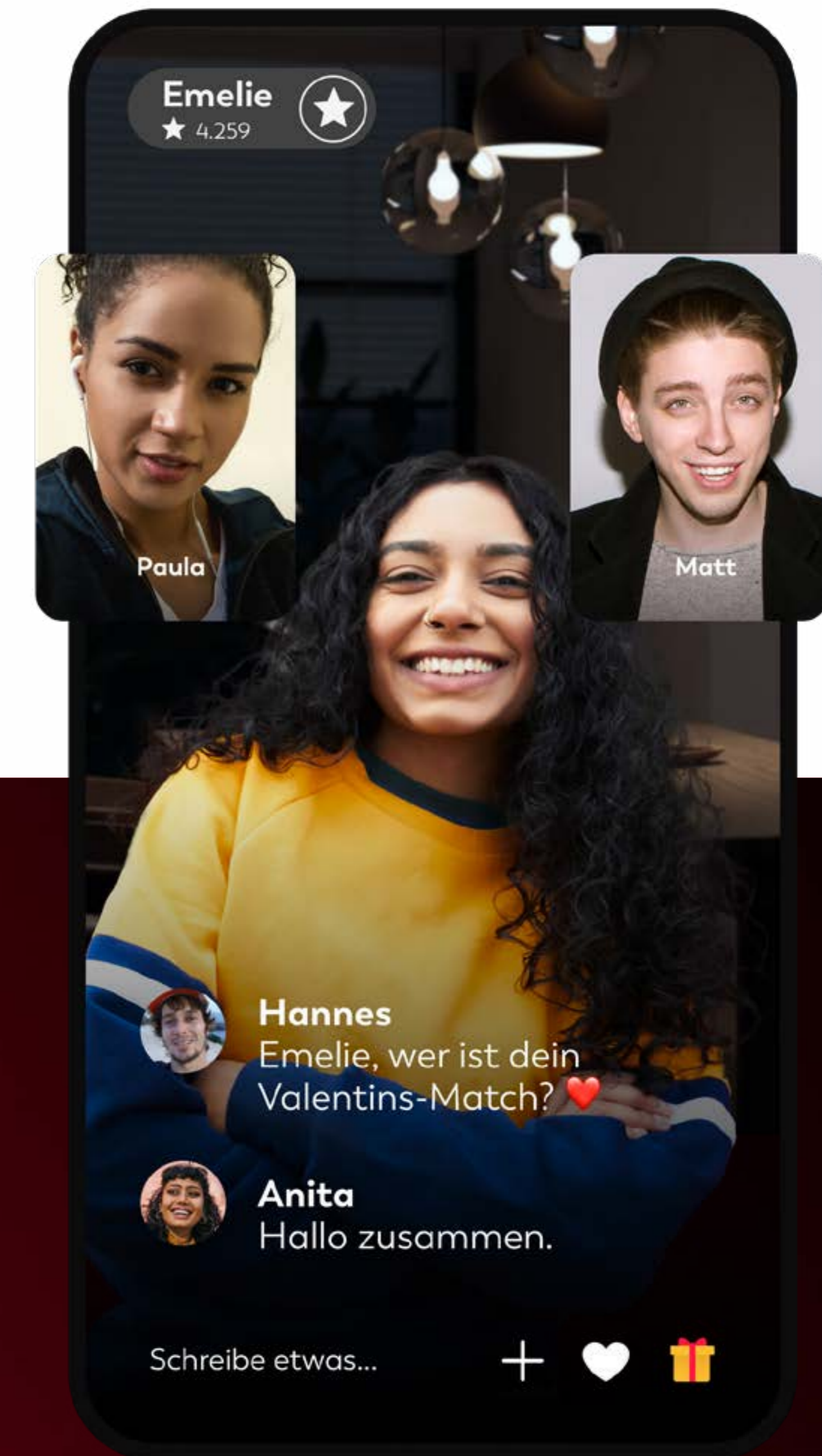
LIVE-VIDEO

Statt einfach nur Bilder hochzuladen, können die User:innen bei LOVOO Live-Videos von sich machen. Sie starten einen Stream, erzählen von sich und interagieren mit dem Publikum. So können die User:innen mehr von sich zeigen und mehr von anderen sehen.

Video-Chat



Multi Video-Chat



3. Werbeformate

Werbeformate

FULLSCREEN INTERSTITIAL

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

- Höchste Klickrate aller Werbeformate
- Auch im Videoformat möglich
- Full Screen (für alle Geräte skalierbar z. B. 320 x 480 px)
- PNG, JPG, GIF, HTML5-Script, MP4 (max. 3,5 MB)





REWARDED VIDEO

User:innen werden mit Credits belohnt, wenn sie sich ein Werbevideo in voller Länge ansehen. Mit den Credits ist eine Interaktion in mehreren Bereichen der LOVOO App möglich.

Das Video lässt sich nicht überspringen. Damit wird eine besonders starke View-Trough Rate erzielt. Durch die Ausspielung im Full-screen-Format ist zudem eine hohe Aufmerksamkeit garantiert.

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

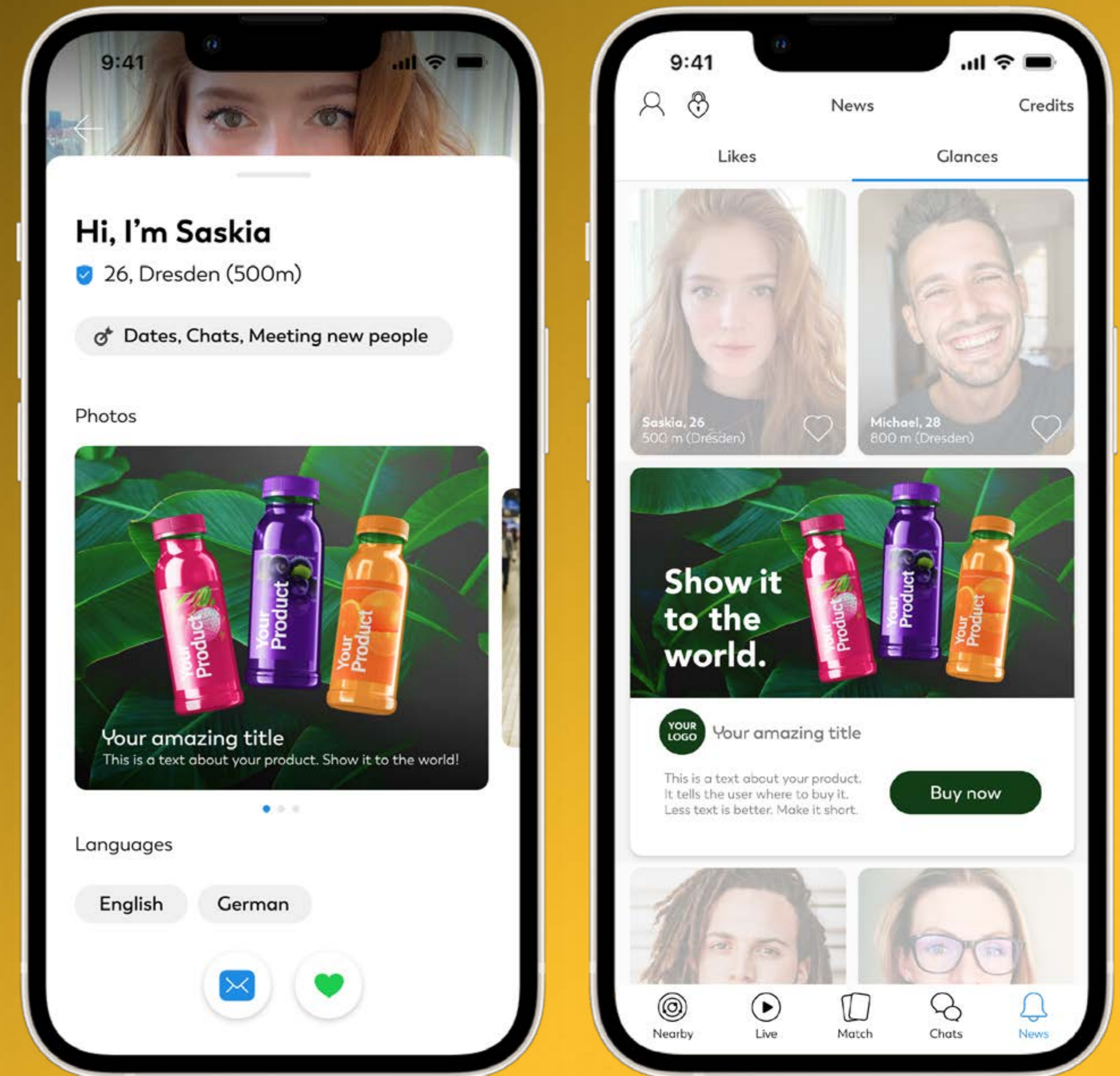
- Höhere Akzeptanz der Nutzenden sorgt für bessere Brand Awareness
- Videoanzeige bis 30 Sekunden möglich
- Mehrere Entry Points innerhalb der App
- **Kosten werden nur berechnet, wenn das Video zu 100 % ausgespielt wurde (VTR 100)**

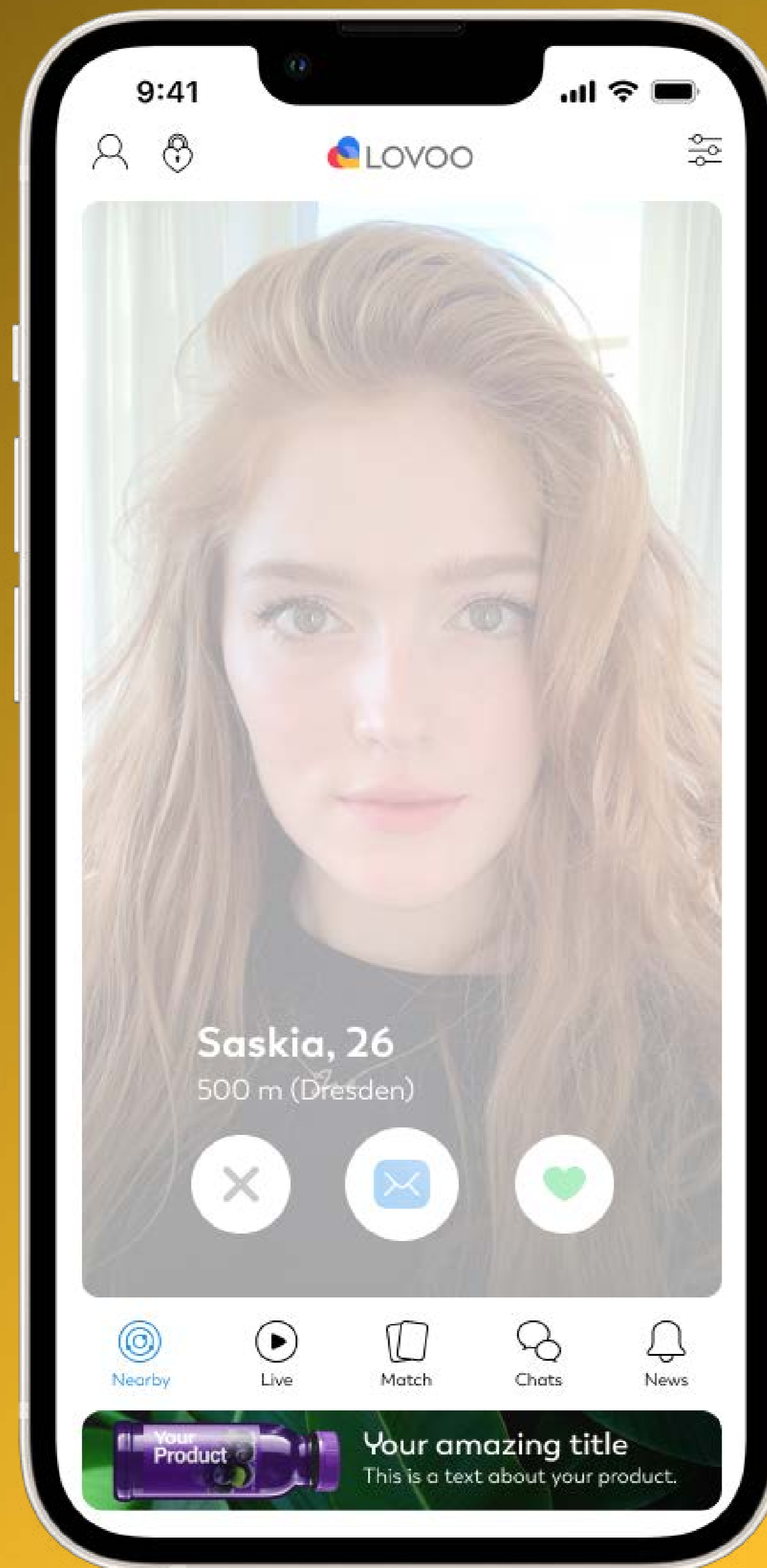
Werbeformate

MEDIUM RECTANGLE

Der Klassiker unter den Bannern wird im Profil, der Fotogalerie als auch im User Feed angezeigt

- Sowohl für Web als auch In-App verfügbar
- 300 x 250 px
- PNG, JPG, GIF, HTML5-Script





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
- 320 x 50 px
- PNG, JPG, GIF

4. 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

+49 172 37 77 77 1



Thomas Dittrich

Senior Ad-Operations Manager

thomas.dittrich@lovoo.com