



Köln, November 2024

Bertelsmann Content Alliance

# Woche der Vielfalt

Teaser 2025

**Vielfalt  
verbindet**

Eine Initiative von **R T L**



# “ Uns verbindet mehr, als uns trennt.

Im Rahmen der vierten „Woche der Vielfalt“ feiert RTL Deutschland vom 10. bis 16. März 2024 die Kraft unserer bunten Gesellschaft. Unter dem Motto „uns verbindet mehr als uns trennt“ teilen wir **Geschichten, die Mut machen, inspirieren und beweisen, dass Empathie und Zusammenhalt in Deutschland gelebt und geschätzt werden.**

Die Themenwoche ist Teil der Initiative „**Vielfalt verbindet**“ von RTL Deutschland, die **Aufmerksamkeit für Diversity-Themen schafft und crossmedial für Gemeinschaft, Toleranz und Gleichberechtigung eintritt.**

**Zeitraum: 10. – 16. März 2025**

**Betrailerung ab einer Woche vorab.**

**Vielfalt verbindet**

Eine Initiative von

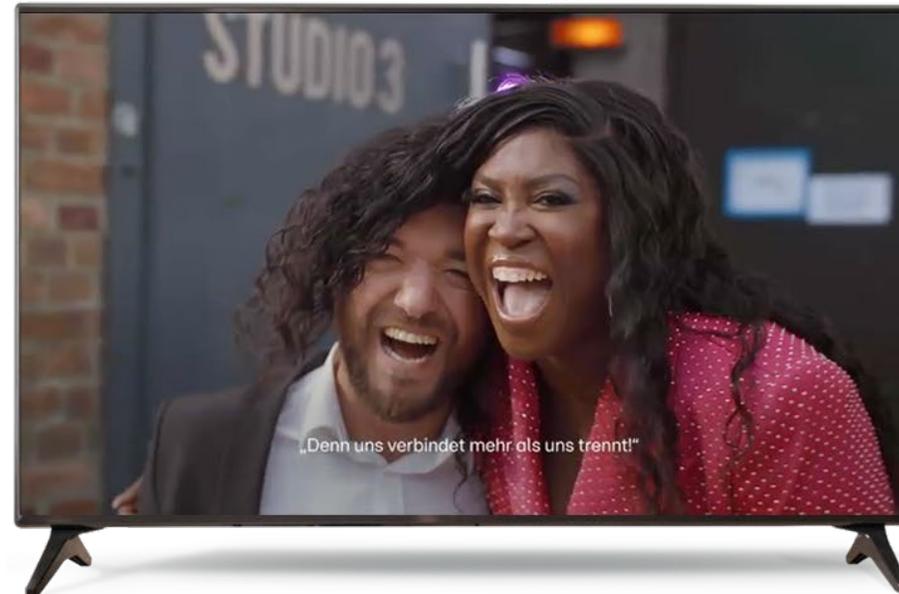


## Unsere Themenwochen begeistern durch starke Bilder und journalistische Kompetenz.



— Per Klick abspielen!

Unser RTL Deutschland Haltungs-Trailer.



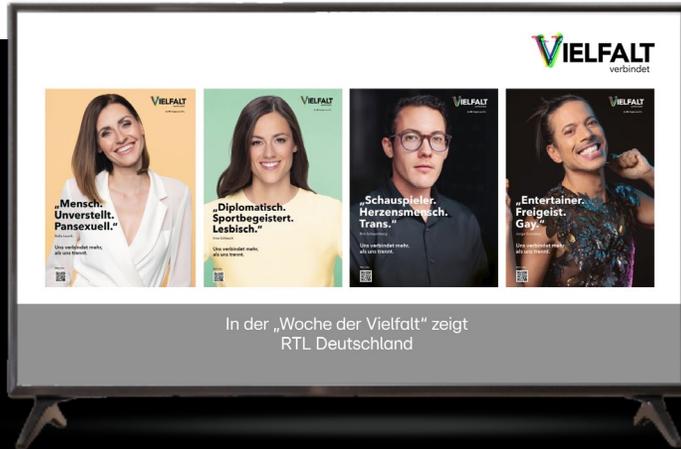
— Per Klick abspielen!

Trailer aus der Woche der Vielfalt 2023 zum Thema Inklusion.

# Auch Forschungswerte bestätigen die Wirksamkeit unserer Themenwochen!

Quellen:

- Die Woche der Vielfalt 2022 || \*Bevölkerungsrepräsentative FORSA Online Befragung, Basis n= 1.506 Personen ab 14 Jahre, || \*\*Online-repräsentative Panel-Befragung, Basis n= 1004 Personen ab 16 Jahre.
- Die Woche der Vielfalt 2023 || \*Repräsentative FORSA Online Befragung, n= 1.505 Personen ab 14 Jahre || \*\*Online-repräsentative Panel-Befragung, Basis n= 1000 Personen ab 16 Jahre.
- RTL Data | FORSA Online Befragung zur Woche der Vielfalt „Generationen verbinden“ Mai 2024, Personen, die etwas von der Woche der Vielfalt mitbekommen haben n=270, Frage: Im Folgenden finden Sie einige Aussagen zu dieser „Woche der Vielfalt“ zum Thema „Generationen“. Bitte geben Sie an, ob Sie der Aussage zustimmen oder nicht.



## Woche der Vielfalt 2022: LGBTQ+

**44% der Deutschen** haben laut FORSA von der Vielfaltswocbe etwas mitbekommen.

**65%** hat die 'Woche der Vielfalt' gezeigt, wie viele Vorurteile in Deutschland gegenüber LGBTQ+ bzw. queeren Personen bestehen.



## Woche der Vielfalt 2023: Inklusion

**36% der Deutschen** haben laut FORSA von der Vielfaltswocbe etwas mitbekommen.

**51%** wurden motiviert, toleranter gegenüber Menschen mit Behinderung zu sein.



## Woche der Vielfalt 2024: Generationen

**50% der Zuschauer:innen** gaben an, dass die Beiträge der Woche der Vielfalt ihnen aufzeigen konnten, wie viele Aspekte das Thema Generationen umfasst.

**39%** der Zuschauer:innen der Woche der Vielfalt wurden durch die Inhalte motiviert, gegenüber Menschen anderer Generationen toleranter zu sein.

# Umfelder zu der Woche der Vielfalt März 2025

Unsere Marken für breite und zielgruppen-  
übergreifende Integrationsmöglichkeiten

## On-air Kampagne



## Berichterstattung



Unterhaltungs-  
Umfelder\* mit  
Diversity im Kern:



\*Stand heute geplant auf Themenwochen-  
zeitraum. Änderungen vorbehalten.

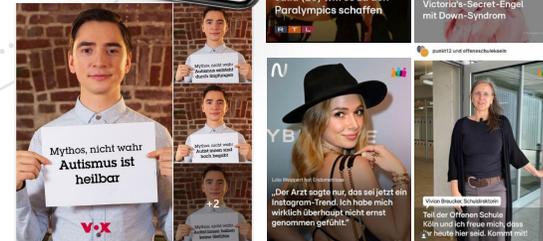
# Vielfalt verbindet

Eine Initiative von RTL

Zeitraum: 10. – 16. März 2025

Print & Digitalumfelder

„Uns verbindet mehr als uns trennt.“



Social-Wochen: „Wir feiern unsere bunte Gesellschaft!“



Print

Digital

Social

Bsp. Visualisierungen.  
Aktueller Planungsstand.  
Änderungen vorbehalten.





# Und so könnte Ihre Kampagne aussehen!

## Inspirationspaket xMedia: Co-Sponsoring + Team Talk

### Imagetrailer Sponsoring + ATV Switch In



### „Team Talk“ Social Storytelling



### „Team Talk“ Micro Content Special



### „Team Talk“ Expertorial

# Vielfalt verbindet

Eine Initiative von **RTL**

- Im Zeitraum der Themenwoche hoch-frequent präsent
- Crossmedial im gesamten Ad Alliance Kosmos gespielt, ist Ihre Marke ganz nah am hochwertigen Content
- Positives Image: Positionieren Sie Ihre Marke als Unterstützer dieser guten Sache!

### Family Channel Mid-Roll Bundle



Wir erstellen individuelle Konzepte über alle Marken des Ad Alliance Portfolios!  
Gerne beraten wir Sie bei der Auswahl passender Partner-Marken.



# FEIERN SIE MIT UNS ALLE FACETTEN UNSERER BUNTEN GESELLSCHAFT!

- Genre- und Plattform-übergreifend beleuchten unsere starken Marken das Thema Diversity
- Vielfältige Themenauswahl mit inhaltlichem Tiefgang,
- Kreative individuelle Kampagnenlösungen im Full-Service
- Skalierbare Angebotsgestaltung



# Kontakt

**Luisa Büllsbach**

Conception Manager  
TV Brands Concepts

[luisa.buellesbach@ad-alliance.de](mailto:luisa.buellesbach@ad-alliance.de)



# Wichtige Hinweise

Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

## **Nutzungsrechte**

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Sofern Teile des durch Ad Alliance geschuldeten Leistungsumfanges auch die technische Veranstaltung eines Gewinnspiels oder die Durchführung eines Events ist, ist der Vertragspartner dazu berechtigt, diesen Teil der Leistung unter Beachtung der Vertragsbedingungen Gewinnspiele der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb)) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb)).

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.



# AdAlliance

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH, abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb).

Für die Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG sowie BAUER ADVANCE KG handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister: Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG, für BAUER ADVANCE im Namen und für Rechnung der BAUER ADVANCE KG.

Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der betreffenden Gesellschaft, abrufbar unter: [www.mediaimpact.de/de/agb](http://www.mediaimpact.de/de/agb) respektive [www.baueradvance.com/agb/](http://www.baueradvance.com/agb/), es sei denn es ist anders gekennzeichnet.