

Best Case 2025

ROLLER x Das Sommerhaus der Stars

ROLLER

DAS SOMMERHAUS
DER
STARS





Ein Traum-Bett im Sommerhaus

Gibt's doch gar nicht? – Doch, mit ROLLER!

Challenge

Authentische und Native Einbindung der Marke ROLLER und eines ihrer Hero-Produkte in *Das Sommerhaus der Stars*. Einbindung der Marke/ Produkt auf humorvolle Art und Weise sowie in einem nachvollziehbaren Handlungsrahmen. Bewerbung des Produktes über verschiedene Kanäle bis hin zum POS in den ROLLER-Filialen.

Solution

Das Hero-Produkt (Boxspringbett) wird als Product Placement bei *Das Sommerhaus der Stars* prominent in den Handlungsrahmen eingebunden. Die TV und RTL+ Integration bildet den Ausgangspunkt für eine crossmediale Markenpräsenz – von TV, Social Media über digitale Plattformen bis hin zum Handel. Über Kanäle von ROLLER und RTL.

Success

Die gemeinsame Zielgruppe wurde umfangreich kontaktiert. Das Bett wurde authentisch und harmonisch in den Handlungsrahmen der Sendung eingebunden. Nach diesem ersten Impuls wurde die Zielgruppe erfolgreich an mehreren Touch-Points mit der Produktkommunikation bespielt. Kombination der starken Streaming- und TV-Reichweite, ergänzt durch Social Media, Print und POS.





01 Challenge

02 Solution

03 Success

Agenda

01 Awareness

Aufmerksamkeit für den Kunden ROLLER und seine Produktkommunikation schaffen.



02 Alltagsnah

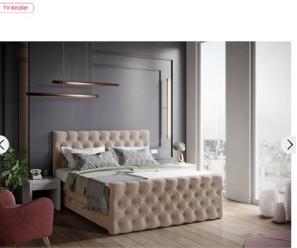
Authentische und nachvollziehbare Platzierung von ROLLER und einem Produkt im Format und einer passenden Situation.

03 Zielgruppe

Verbinden der gemeinsamen Zielgruppen und deren Ansprache über verschiedene Verkaufskanäle.

Challenge





Mehr als ein Bett

- Product Placement im Format
- Platzierung des ROLLER Bettes inkl. Branding Elementen

Authentisch

- Integration des Bettes in den bekannten Handlungsrahmen der Bettenauswahl in Folge 1
- AdSpecial in situativ passender Szene

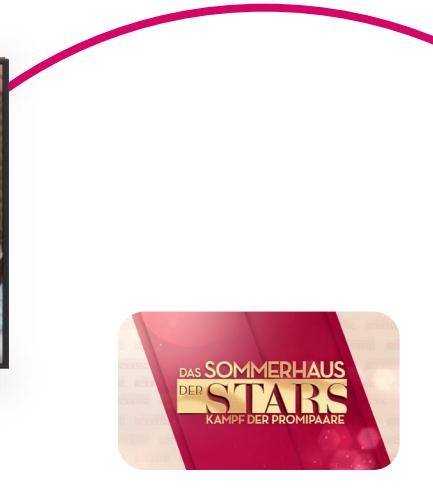
Kontakte

- Gemeinsame Zielgruppenansprache über TV, Streaming, Print, Social, POS

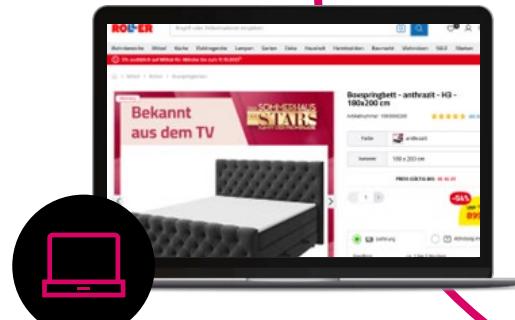
Solution



Zielgruppenansprache über alle Kanäle



Solution



Product Placement



Folge 1

- Integration im TV und bei RTL+
 - Ab 09.09.2025
- TV Reichweite:
 - **1.42 Mio.** ZuschauerInnen
 - MA 13,4% (ZG E14-49) // **Staffel-Bestwert**
- Streaming Reichweite:
 - **> 3.7 Mio** ZuschauerInnen **Staffel-Bestwert**

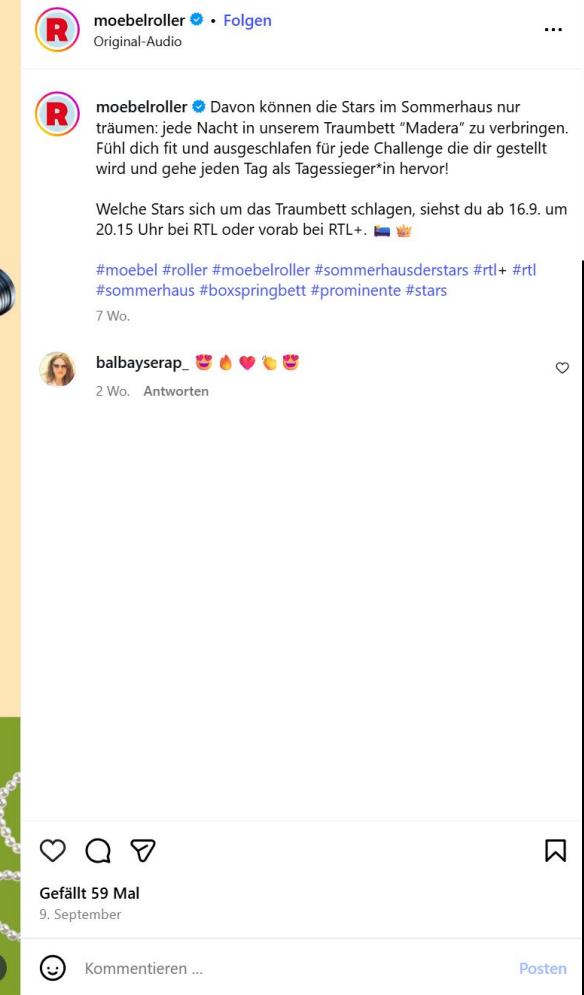
Situativer Framesplit



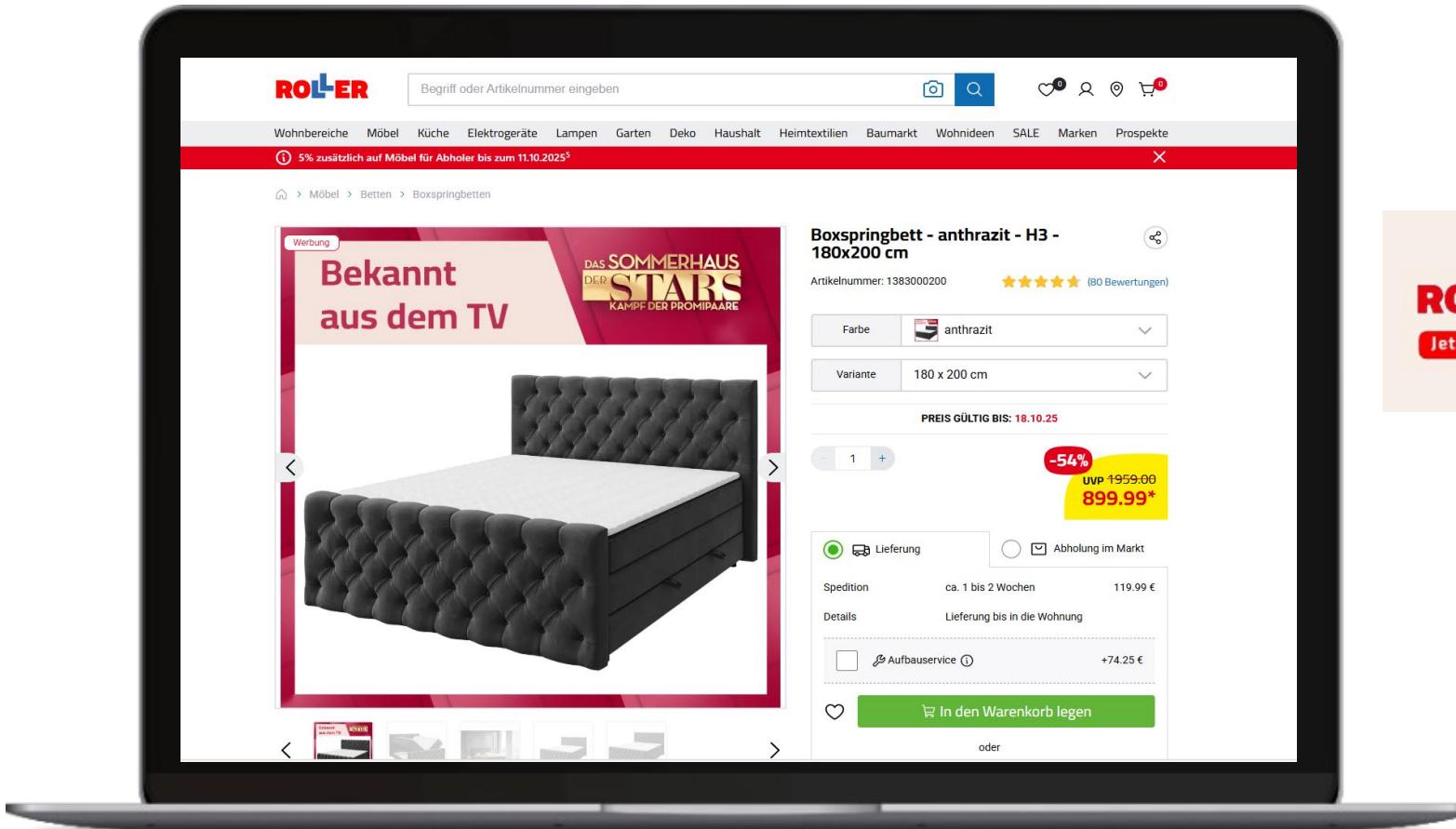
Folge 1

- Ausstrahlung im TV und bei RTL+

Social Media auf dem ROLLER Kanal



Werbemaßnahmen auf ROLLER.de



- Ca. 1,8 Mio. Impressions

Print Anzeige in ROLLER Prospekten



- Anzeige im ROLLER Prospekt im August und September
- Jeweils eine Auflage von 14 Mio.
 - 28 Mio. Gesamt

POS Aufsteller in ROLLER Filialen



- POS Aufsteller in 115 Märkten

Success



► Awareness

Das Placement und die passende Storyline sorgten in der ZG für den Aufmerksamkeits-KickOff und bildete eine erfolgreiche Basis für alle weiteren, gemeinsamen Maßnahmen.

► Format- & Brand-Fit

Durch die hohe Passung von Format und Marke, erweist sich „Das Sommerhaus der Stars“ als überaus geeignetes Umfeld, um ROLLER authentisch in Szene zu setzen & die zentralen Markenbotschaften zu stärken und gemeinsam zu kommunizieren.

► Umsetzung

Die formatindividuelle Umsetzung inszeniert ROLLER und das Bett kreativ sowie aufmerksamkeitsstark und fügt sich dabei harmonisch & nativ in das Sendungsumfeld ein, ohne aufdringlich zu wirken.





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) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter 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.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. 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.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar
unter: www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.