

Tinder präsentiert neuen europäischen Brand-Film, der zeigt, wie ein einziger “Like” das Leben des Berliner Dance-Duos Brutalismus 3000 verwandelte

Kampagnenstart am 26. Dezember 2024 zum Beginn der „Dating-Peak-Season“ mit Ausstrahlung über TV, VOD, OOH und Social Media



Tinder enthüllt heute seinen neuen europäischen Brand-Film „Wherever It Takes You“, der zeigt, welche unglaublichen Möglichkeiten ein einfacher „Like“ auf Tinder eröffnen kann. Im Mittelpunkt steht die wahre Geschichte des Berliner Dance-Duos [Brutalismus 3000](#) – Victoria Vassiliki Daldas und Theo Zeitner –, die sich auf Tinder kennengelernt haben und mittlerweile zu den angesagtesten neuen Künstler:innen der europäischen Dance-Szene zählen.

Der Film erzählt die Liebes- und Erfolgsgeschichte von Viktoria und Theo rückwärts: Von den großen Bühnen ihrer Europa-Tour und der Veröffentlichung ihres ersten Albums über ihr erstes Date bis hin zu dem Moment, der alles ins Rollen brachte – ihrem Match auf Tinder im Jahr 2018.

Die Kampagne startet pünktlich zur „Dating-Peak-Season“, die vom Ende Dezember bis zum Valentinstag am 14. Februar andauert. Während dieser Zeit werden auf Tinder durchschnittlich 2,1 Millionen Nachrichten mehr pro Tag verschickt und 298,4 Millionen zusätzliche „Likes“ vergeben als im Rest des Jahres.¹ Der Höhepunkt dieser Phase ist der „Dating Sunday“, der erste Sonntag im neuen Jahr und der aktivste Tag auf Tinder. Im Jahr 2025 fällt er auf den 5. Januar. Daten von Tinder zeigen, dass am Dating Sunday 2024 weltweit fast 20 % mehr Nachrichten versendet und 15 % mehr „Likes“ vergeben wurden als im Jahresdurchschnitt.²

„Bei Tinder geht es um mehr als nur ein klar definiertes Ziel – es geht um die unendlichen Möglichkeiten, die sich ergeben, wenn zwei Menschen miteinander verbunden werden“, sagt Paolo Lorenzoni, VP EMEA Marketing. „Die Geschichte von Viktoria und Theo von Brutalismus 3000 zeigt, wie Tinder es der neuen Generation von Datenden ermöglicht, bedeutungsvolle Verbindungen zu schaffen. Ihre Reise ist ein Beweis dafür, dass jedes Match – ganz egal, wohin es führt – das Leben auf eine Weise verändern kann, die man sich nie hätte vorstellen können. Alles beginnt mit einem Swipe.“

Die Geschichte von Brutalismus 3000 ist der Auftakt einer Serie von realen Erzählungen, die aufzeigen, wie talentierte Menschen in Europa dank Tinder zueinander gefunden haben. Die beeindruckenden Bilder, die energiegeladene Musik und die emotionalen Momente des Films unterstreichen Tinders Versprechen: It Starts With a Swipe. Die Kampagne wird ab dem 26. Dezember über TV und VOD (u. a. Amazon Prime Video, RTL+, Joyn), Social Media (Snapchat, Instagram, YouTube, TikTok) und Out-of-Home-Medien in Deutschland, Frankreich, Spanien und Großbritannien zu sehen sein. Im Jahr 2025 wird Tinder die Kampagne um weitere europäische Geschichten erweitern, die zeigen, welche außergewöhnlichen Möglichkeiten aus einem Match entstehen können. Der Film entstand in Zusammenarbeit mit Tinders europäischer Kreativagentur LePub.

[Creative Credits](#).

Links zum Film:

[Film \(30 sec.\)](#).

[Film \(15 Sec.\)](#).

--

Legende:

¹ Interne Tinder-Daten, die den Zeitraum vom 1. Januar bis 14. Februar 2024 mit jährlichen Durchschnittswerten vergleichen.

² Interne Tinder-Daten, die den 5. Januar 2024 mit jährlichen Durchschnittswerten vergleichen.

Für nähere Informationen: Tinder Medienbüro | Schröder + Schömbs PR GmbH | Törstraße 107 | 10119 Berlin | tinder@schroederschoembs.com | 030.349964-50

Additional assets available online:  [Fotos \(1\)](#)

<https://de.tinderpressroom.com/brandfilm2025-brutalismus3000>