Tinder Newsroom

Tinder und Tiktok kündigen eine wegweisende Partnerschaft an, um Reality-Dating-Serie "Double Date Island" einem jungen erwachsenen Publikum zugänglich zu machen

Berlin, 22. Juni 2026 – Tinder und TikTok geben heute eine wegweisende strategische Partnerschaft bekannt, die einen neuen Meilenstein für die Entertainment- und Datingbranche markiert. Double Date Island, Tinders erste eigene Reality-Dating-Show, feiert in diesem Sommer ihre erste Staffel exklusiv auf TikTok und macht die Plattform damit zur zentralen Anlaufstelle für Zuschauer:innen, zum kulturellen Mittelpunkt und zur wichtigsten Plattform des Formats.

Mit TikTok arbeitet Tinder in Europa erstmals mit einer Plattform dieser Größe und kulturellen Relevanz zusammen. Gemeinsam mit Studio 55, einem Unternehmen von ITV Studios, sowie den Digital-Content-Experten Cowshed Studios (*Sidemen XIX Inside*, *Foot Asylum presents Locked In*), wird eine vollständige Reality-Dating-Serie zum Leben zu erweckt. Diese Partnerschaft setzt einen neuen Maßstab dafür, wie Dating-Plattformen, Medienmarken und Social-Entertainment-Plattformen zusammenarbeiten können, um junge Erwachsene dort zu erreichen, wo sie ihre Zeit verbringen.

Was ist Double Date Island?
Double Date Island ist Tinders Reality-Dating-Show, bei der Paare von besten Freundinnen und Freunden aus der ganzen Welt (USA, Brasilien, Australien, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien und Deutschland) als Teilnehmer ausgewählt und zusammengebracht werden. Sie gehen auf Doppel-Dates, lernen andere internationale Duos kennen und erleben einen sonnigen Urlaub voller spontaner, ungezwungener Begegnungen – alles begleitet von Kameras.

Basierend auf Tinders Double-Date-Funktion verwandelt Double Date Island moderne Romantik in ein gemeinsames Abenteuer: mehr Lachen, unerwartete Momente und eine wirklich unterhaltsame Art, neue Menschen kennenzulernen. In diesem Sommer führt die Show nach Portugal, feiert ihre Premiere auf TikTok und wird ausschließlich volljährige Teilnehmerinnen und Teilnehmer begleiten. Auch die Inhalte werden auf TikTok ausschließlich für Personen ab 18 Jahren verfügbar sein. Neben den realen Teilnehmerinnen und Teilnehmern werden ausgewählte Talente als Hosts auf der Insel dabei sein, um mit ihrer eigenen Energie zum Abenteuer beizutragen.

Ein neues Format für eine neue Generation
Double Date Island entstand aus dem Erfolg einer der innovativsten Produkteinführungen von Tinder: Double Date, einer Funktion, mit der man sich gemeinsam mit einer Freundin oder einem Freund zusammenschließen und mit anderen Duos matchen kann. Dadurch wird das klassische Tinder-Erlebnis zu einem kollaborativen, gemeinschaftsorientierten Abenteuer, das auf die Art und Weise zugeschnitten ist, wie junge Erwachsene heute daten möchten. Double Date Island stellt einen bedeutenden Entwicklungsschritt dar, wie Dating-Plattformen über die App hinausgehen und kulturell relevante Erlebnisse sowie Inhalte schaffen.

Wer steckt hinter der Produktion?
Produziert wird die Serie von Cowshed Studios, gemeinsam entwickelt mit Studio 55 und vertrieben von Zoo 55, einem Unternehmen von ITV Studios. Unterstützt wird das Projekt von OMD, Tinders Agentur für Medienstrategie, Planung und Einkauf in der EMEA-Region.

Die Partnerschaft
Die Partnerschaft zwischen Tinder und TikTok ist eine vollständig integrierte Zusammenarbeit, die von Grund auf dafür konzipiert wurde, sich nahtlos in die Art und Weise einzufügen, wie die TikTok-Community Inhalte konsumiert, teilt und weiterverbreitet. Im Rahmen dieser Kooperation bringt TikTok seine unvergleichliche Reichweite, ein erstklassiges Creator-Ökosystem und hochwertige Platzierungen ein, ergänzt durch eine Community-orientierte Storytelling-Strategie, die kulturelle Gespräche weit über den Bildschirm hinaus anstoßen soll.

Für TikTok unterstreicht dies seine Position als Heimat bedeutender Entertainment-Momente – nicht nur als Entdeckungsplattform, sondern als kulturelle Bühne. Für Tinder markiert sie einen entscheidenden Schritt in der eigenen

Weiterentwicklung hin zu sozialeren und dynamischeren Räumen, in denen Verbindungen mühelos und mit Spaß entstehen können.

Die Partnerschaft wurde offiziell beim Cannes Lions International Festival of Creativity vorgestellt und positioniert Double Date Island bereits jetzt als eines der spannendsten Entertainment- und Marketingprojekte des Sommers 2026.

Parallel zur heutigen Ankündigung hat Tinder in mehreren Ländern einen internationalen Casting-Aufruf gestartet und lädt Single-Duos aus besten Freundinnen und Freunden dazu ein, sich für die Chance zu bewerben, diesen Sommer nach Double Date Island zu reisen und eine einmalige Dating-Erfahrung zu erleben.

„Diese Partnerschaft ist ein echter Meilenstein. Double Date Island auf TikTok ist weit mehr als ein Vertriebsabkommen. Es ist ein gemeinsames Statement dafür, wie zwei Plattformen, die für authentische und sozial geprägte Erlebnisse stehen, verantwortungsvoll zusammenarbeiten können, um Kultur weiterzuentwickeln. Für uns ist dies der nächste logische Schritt, um unseren Communities noch interaktivere Unterhaltung zu bieten." – **Paolo Lorenzoni, VP Marketing EMEA, Tinder**

„Creator:innen stehen im Mittelpunkt dessen, wie Unterhaltung auf TikTok entdeckt, geteilt und diskutiert wird, und Double Date Island bringt diese Dynamik auf eine frische neue Weise zum Leben. Wir freuen uns, die Heimat dieser Staffel zu sein und jungen Erwachsenen in ganz Europa ein neues Creator-getriebenes Entertainment-Format zu bieten. Es ist ein spannender nächster Schritt dafür, wie neue Formate ihr Publikum dort erreichen können, wo es heute Inhalte konsumiert, mitgestaltet und Kultur erlebt." – **Kris Boger, Regional General Manager UK, Ireland & Benelux – Business Solutions, TikTok**

„Double Date Island ist genau die Art von Format, für die Studio 55 geschaffen wurde: authentische Menschen, echte Verbindungen und ein Produktionsmodell, das für die Plattformen entwickelt wurde, auf denen sich junge Erwachsene ganz natürlich vernetzen. Wir sind stolz darauf, dieses Projekt gemeinsam mit Tinder und TikTok umzusetzen." – **Will Scougal, EVP Brand and Commercial Partnerships, ITV Studios**

„Neben der kürzlich gestarteten Kampagne Say Goodbye to Hellos ist Double Date Island ein weiteres hervorragendes Beispiel dafür, wie kulturell relevante Markenkommunikation aussehen kann. Wir freuen uns, erneut mit Tinder zusammenzuarbeiten. Tinder hat stets den Anspruch, die Zukunft moderner Dating-Kultur aktiv mitzugestalten, und als ihre Agentur für Medienplanung und Medieneinkauf in der EMEA-Region haben wir gemeinsam daran gearbeitet, neu zu definieren, wie die Marke über Medien und Partnerschaften mit ihrem Publikum in Kontakt tritt." – **Natalie Bell, CEO EMEA, OMD**

Für nähere Informationen: Tinder Medienbüro | Schröder + Schömbs PR GmbH | Torstraße 107 | 10119 Berlin | tinder@schroederschoembs.com | 030 349964-50

Additional assets available online: **Fotos** (1)

https://de.tinderpressroom.com/doubledateisland-tinderxtiktok