

## Die abenteuerliche Reality-Show Discovering Canary Islands, ein Rakuten TV Original, wird auf dem San Sebastian International Filmfestival präsentiert

- Die Sendung wurde von Turism de Canarias unterstützt und ist eine Zusammenarbeit mit Initiative und Atlantia.
- Die Show wird von Pilar Rubio moderiert und am 13. Oktober exklusiv auf Rakuten TV in 42 europäischen Ländern zu sehen sein.
- Zum ersten Mal findet auf dem Filmfestival von San Sebastian die Premiere einer Abenteuer-Reality-Show statt.
- Die Identität der acht Kandidaten, die aus acht verschiedenen europäischen Ländern stammen, wurde jetzt enthüllt. Tom Belz wird Deutschland vertreten.



Pressematerial: [Stills](#) & [Trailer](#)

**Frankfurt, 6. September 2022** – Die Abenteuer-Reality-Show **Discovering Canary Islands**, ein Originalinhalt von **Rakuten TV** mit der Unterstützung von Turismo de Canarias und der Zusammenarbeit von Initiative und Atlantia, wird am 19. September auf dem **San Sebastian International Filmfestival** präsentiert. Das Format, das von Pilar Rubio moderiert wird, ist Teil der 70. Ausgabe dieser Veranstaltung, die mit dem ersten Jahrestag des Vulkanausbruchs auf der Insel La Palma zusammenfällt.

Im **Victoria Eugenia Theater** in San Sebastián wird in einer besonderen Gala die Premiere von **Discovering Canary Islands** stattfinden. Dies ist die erste Abenteuer-Reality-Show, die im Rahmen des Internationalen Filmfestivals der Stadt gezeigt wird.

In der von Pilar Rubio moderierten Show werden die unglaublichsten und überraschendsten Mythen der Kanarischen Inseln erforscht. Die acht Teilnehmer aus acht verschiedenen europäischen Ländern lernen mehr über die lokale Kultur und Traditionen. Eine Entdeckungsreise, die von Atlantia Media und Initiative/Mediabrands Content Studio - strategische Partner von Turismo de Canarias - konzipiert und koproduziert wurde. In 6 Episoden müssen sich die Teilnehmer Tests und Rätseln stellen, die den Zuschauern die Reize der Region näher bringen sollen.

Die Profile der Teilnehmer wurden bereits enthüllt, allesamt bekannte Influencer, die um den Titel des besten Entdeckers in Europa kämpfen werden:

[Tom Belz](#), 34 Jahre alt und in Deutschland geboren, ist ein Beispiel für Lebensmut. Er verlor ein Bein durch Knochenkrebs, als er gerade 8 Jahre alt war. Aber das hat ihn zu einem Kämpfer gemacht, der keine Grenzen kennt. Er hat den Kilimandscharo bestiegen und stellt sich ständig neuen Herausforderungen.



- [Nathan Nuyts](#), 23, repräsentiert Frankreich und ist ein ehemaliger Erstligafußballer. Er spielt seit seinem 12. Lebensjahr Profifußball. Vor etwas mehr als einem Jahr hat er seine Fußballschuhe an den Nagel gehängt, um sich zu 100 % seiner Karriere als Model und Influencer mit rund 400k Followern zu widmen.
- [Jill Cooper](#), 54, ist als die italienische "Jane Fonda" bekannt und arbeitet seit mehr als 30 Jahren in der Fitnesswelt. Jill hat als Promi-Trainerin auch bereits bei verschiedenen Fernsehsendungen mitgewirkt.
- [Evan Edinger](#), 31, ist gebürtiger Brite und US-Amerikaner. Evan lebt für Social Media und hat einen YouTube-Kanal, auf dem er über seine Reisen berichtet und mehr als 700.000 Follower hat.
- [Julie Vanderzijl](#), 35, eine Mode-Influencerin aus Belgien und eine Supermutter von 3 Kindern. Sie hat an der belgischen und holländischen *Big Brother* Ausgabe teilgenommen und wurde

dort Finalistin. Inzwischen arbeitet sie regelmäßig für verschiedene TV-Sender und Produktionen.

- [John Sharpson](#), 35, aus Irland, ist Moderator und Kinderlehrer. John ist sehr stolz auf seine Wurzeln und möchte, die irische Geschichte und Folklore in der ganzen Welt bekannt machen.
- [Eilish Flesch](#), 24, die Niederländerin ist ein ehemaliges Model, hat Erfahrung in Reality-Shows wie *Love Island* und vertreibt ihre eigene Kosmetikmarke. Eijsch ist in den sozialen Medien sehr aktiv und dafür bekannt, sehr wettbewerbsorientiert zu sein.
- [Sara Chafak](#), 31, geboren in Finnland, ist eine internationale Pokerlegende. Sie war 2012 Miss Finnland und nahm anschließend an Reality-Shows wie *The Masked Singer*, *Dancing on Ice* und *Survivor* teil, wo sie es sogar bis ins Finale schaffte.

Am 13. Oktober reiht sich die erste Ausgabe von *Discovering Canary Islands* in die Rakuten Originals-Kollektion ein. In insgesamt 42 europäischen Ländern spiegeln exklusive und kostenlose [Rakuten Originals](#)-Inhalte mit Geschichten über Optimismus, Empowerment und Vielfalt, die DNA des Unternehmens wider.

- ENDE -

#### Über Rakuten TV

**Rakuten TV ist eine der führenden Video-on-Demand-Plattformen in Europa, die TVOD (Transactional Video-on-Demand), AVOD (Advertising Video-on-Demand), FAST-Kanäle (Free Ad-Supported Streaming TV) und SVOD (Subscription Video-on-Demand) kombiniert.**

Der TVOD-Dienst bietet ein authentisches Kinoerlebnis mit den neuesten Veröffentlichungen zum Kauf oder zur Miete in hoher Audio- und Videoqualität. Der SVOD-Dienst ermöglicht ein Abonnement für den Premium-Dienst Starzplay. Das werbefinanzierte Angebot umfasst die Dienste AVOD und FAST. Der AVOD-Dienst bietet mehr als 10.000 Titel auf Abruf, darunter Filme, Dokumentationen und Serien aus Hollywood und lokalen Studios sowie den Rakuten Stories-Katalog mit Original- und Exklusivhalten. Der FAST-Service besteht aus einem umfangreichen Angebot von über 250 kostenlosen linearen Kanälen von globalen Netzwerken, europäischen Top-Sendern und Mediengruppen sowie den plattformeigenen thematischen Kanälen mit kuratierten Inhalten. Rakuten TV ist in 43 europäischen Ländern verfügbar und erreicht derzeit mehr als 110 Millionen Haushalte über seine Marken-Fernbedienungstaste und die auf Smart-TV-Geräten vorinstallierte App. Rakuten TV ist Teil der Rakuten Group, Inc. einem der weltweit führenden Internetdienstleister mit den Schwerpunkten E-Commerce, Fintech, digitale Inhalte und Kommunikation. Rakuten ist offizieller Partner der Golden State Warriors aus der NBA, des Davis Cups und des Spartan Race.

[www.rakuten.tv](http://www.rakuten.tv)

#### Über Turismo de Canarias

Das öffentliche Unternehmen Promotur Turismo de Islas Canarias, das dem Ministerium für Tourismus, Industrie und Handel der Kanarischen Regierung untersteht, hat sich zum Ziel gesetzt, die Region zu fördern und das Tourismusmodell der Kanarischen Inseln umzugestalten, um seine Widerstandsfähigkeit zu verbessern, sein Engagement für Klimaneutralität zu verstärken und seine Fähigkeit zur Wertschöpfung für die Wirtschaft und die Bürger der Kanarischen Inseln zu erhöhen.

Das Unternehmen, das über ein Team von mehr als 50 Fachleuten mit Sitz auf Gran Canaria und Teneriffa verfügt, arbeitet daran, die führende Position der Marke Kanarische Inseln bei Reisenden aus ganz Europa mit innovativen und stark segmentierten Werbekampagnen und Aktionen mit Hilfe digitaler Technologie zu festigen.

### **Über Initiative und Mediabrands Content Studio**

Initiative ist eine globale Medienagentur, die Marken durch Kultur wachsen lässt. In einer Welt, in der sich Kultur, Daten und Technologie schneller denn je bewegen, liefert die Agentur ihren Kunden radikale und transformative Veränderungen durch "Cultural Velocity": eine strategische Arbeitsmethode zur Entwicklung umfassender Kommunikationspläne, die präziser, vernetzter und sensibler für die Kultur der Gesellschaft sind als je zuvor.

Bei der Generierung von Inhalten und Kundenerfahrungen für Werbetreibende stützt sich Initiative auf das Mediabrands Content Studio (MBCS), eine Einheit, die ebenfalls zu IPG Mediabrands gehört und die darauf abzielt, Marken zu transformieren, indem sie Projekte kreiert und erneuert, die Geschäftsziele mit den Wünschen der Gesellschaft vereinen.

Initiative leitet die umfassende Medienstrategie für Kunden wie Amazon, Prime Video, ONCE, Warner Bros., Nike, DIA, Renfe, NBA, Porcelanosa, LaLiga, Caser Seguros, Wallapop und Lego, unter anderem, in Spanien.

### **Über Atlantia Media**

Audiovisuelles Produktionsunternehmen, das sich der Schaffung und Produktion von Inhalten widmet und sich auf die Entwicklung von Unterhaltungs-, Spiel- und Dokumentarformaten spezialisiert hat.

Es wurde 2017 auf der Grundlage seiner früheren Marke (NEW ATLANTIS) gegründet und besteht aus Fachleuten mit umfassender Erfahrung und einem ständigen kreativen Geist, der immer im Dienste der Inhalte steht.

Zu unseren Produktionen gehören Sequía (TVE1, RTP) Promesas de arena (TVE1 und Amazon - nominiert für die IRIS Awards), Titanes sin fronteras (TVE1 - Sonderpreis der Jury der Akademie der Wissenschaften und Künste des Fernsehens), La movida 80-20 (Telemadrid), El proxeneta (Dkiss), Víctimas del misterio (TVE1), Madrid oculto (Telemadrid), Eighteam (RakutenTV), Mi cámara y yo (Telemadrid), Burning noches de Rock and Roll (#0), Clásicos y reverentes (La2 -Sonderpreis der Jury der Akademie der Wissenschaften und Künste des Fernsehens und Iris Award), Los gigantes no existen (Filmin), u. a.

### **Pressekontakt:**

**Hatem El-Tawil** - Press Office & PR - [hatem@friendshipmedia.de](mailto:hatem@friendshipmedia.de) - +49 176 41 702 700

### **International PR:**

**Simona Pedroli** – Press Office & PR – [simona@fusioncommunications.com](mailto:simona@fusioncommunications.com) - + 39 333-6076773

### **Rakuten TV contacts:**

**Fabiana Cumia** – Communications & PR Director, Rakuten TV – [fabiana.cumia@rakuten.com](mailto:fabiana.cumia@rakuten.com)

**Antía Blanco** – PR Manager, Rakuten TV – [antia.blanco@rakuten.com](mailto:antia.blanco@rakuten.com)

### **Initiative contacts:**

**Elisa Trigo** – PR Manager – [elisa.trigo@mbww.com](mailto:elisa.trigo@mbww.com)