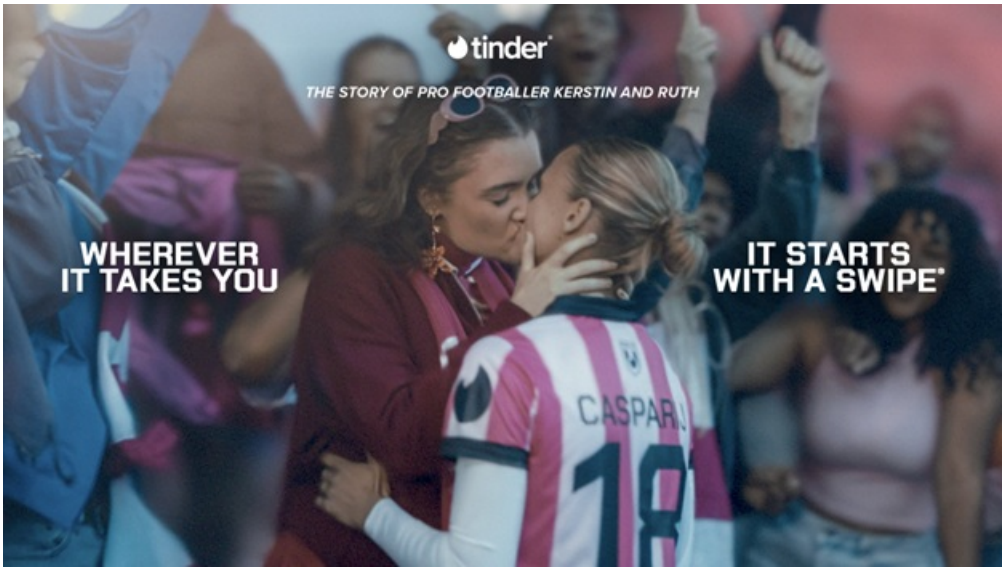
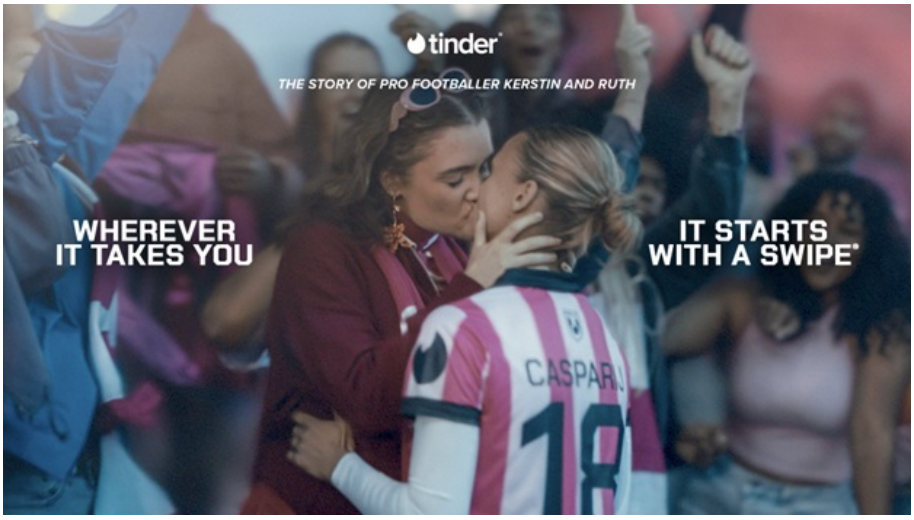
Tinder Newsroom

Tinder lanza su nuevo spot europeo protagonizado por Kerstin Casparij, jugadora del Manchester City, y su pareja Ruth Brown

La campaña se lanza en Reino Unido, Francia, España y Alemania y celebra las conexiones reales a través de VOD, exterior, audio y redes sociales.



Madrid, 2 de julio 2025.- Tinder lanza su nuevo spot europeo ‘***Wherever it Takes You’***. Una pieza que celebra las conexiones que pueden surgir con un simple gesto como un 'Like' en Tinder. Este spot narra la historia real de la futbolista **Kerstin Casparij** y su pareja **Ruth Brown**, quienes se conocieron en Tinder hace dos años. Su relación no solo encendió el amor, sino que también avivó la pasión de Ruth por el fútbol, un deporte que ya definía la vida de Kerstin.



El spot se estrena el 2 de julio, coincidiendo con el inicio de la estación de verano del fútbol femenino en Europa. Kerstin, jugadora del Manchester City y de la selección nacional de Países Bajos, y Ruth son **la primera pareja de Reino Unido en protagonizar esta serie que da visibilidad a historias reales de personas como ellas que conectaron gracias a Tinder**. Anteriormente, en otros spots de la serie, Tinder contó con el dúo berlinés Brutalismus 3000 y los youtubers franceses Charles y Melanie.

El nuevo spot de Tinder sigue el viaje real de Kerstin y Ruth, una historia de amor construida sobre la ambición compartida y el fútbol. Con un telón de fondo de estadios iluminados y entrenamientos intensos, la pieza retrata cómo florece la carrera de Kerstin mientras crece la pasión de Ruth por el juego, un fuego que se prendió tras hacer match en Tinder hace dos años.

Desde las primeras citas hasta contratos profesionales y goles de campeonato, su historia se cuenta a través de instantáneas que rebobinan hasta ese primer encuentro, ese ‘Like’ que lo cambió todo. La narrativa se mueve entre los triunfos actuales y los descubrimientos del inicio, capturando el ritmo único de una relación forjada en el deporte, el apoyo mutuo... y una conexión tan inesperada como poderosa.

Dirigido por el cineasta británico Rawtape, originario del norte de Inglaterra y conocido por combinar realismo social con una estética contemporánea, el spot fue rodado íntegramente en Manchester, anclando la historia de Kerstin y Ruth en el lugar que ambas llaman hogar. Con una sensibilidad natural para retratar la persecución de los grandes sueños y la energía única del norte, Rawtape logra capturar la magia cotidiana de su relación con una mirada que resulta tan cercana como cinematográfica.

“Esta campaña ha sido bastante surrealista para nosotras. ¿Cuánta gente tiene la oportunidad de vestirse y revivir su primera cita? Toda la experiencia fue muy nostálgica. Mucha gente nos pregunta cómo nos conocimos, así que nos hace muchísima ilusión poder responder con una producción de este nivel”, **comentan Kerstin y Ruth.**

“En Tinder creemos que cada conexión, incluso las más inesperadas, puede dar lugar a un viaje significativo”, afirma **Paolo Lorenzoni, VP de Marketing EMEA**. “La historia de Kerstin y Ruth muestra todo lo que puede surgir cuando dos personas se encuentran: desde una primera cita hasta una vida compartida basada en la pasión y el compañerismo. Su historia refleja cómo Tinder permite a las nuevas generaciones redefinir el amor y las conexiones en sus propios términos”.

“Con ‘*Wherever it Takes You’*, Tinder busca reflejar la intimidad de una historia real desde un punto de vista cinematográfico. La historia de Kerstin y Ruth nos ofreció una narrativa llena de emoción, ambición y conexión. Es una celebración del amor moderno, contada con honestidad, y quisimos honrarlo con una pieza que inspira y conecta”, **dice Bruno Bertelli, Global CEO de LePub y CCO de LePub Worldwide.**

La campaña se lanza en plataformas VOD, exterior, audio y redes sociales para ofrecer una experiencia inmersiva. El spot ha sido ideado y co-creado junto a la agencia creativa de Tinder en Europa, LePub, y representa toda la autenticidad y emoción de las conexiones contemporáneas.

Sobre Tinder

Lanzada en 2012, Tinder revolucionó la forma de conocer gente, pasando de 1 match a mil millones en tan solo dos años. Este crecimiento meteórico refleja su capacidad para satisfacer una necesidad humana fundamental: la conexión real. Hoy en día, la app ha sido descargada más de 630 millones de veces, ha generado más de 100.000 millones de matches y conecta a aproximadamente 50 millones de personas al mes en 190 países y más de 45 idiomas, una escala sin comparación en su categoría. En 2024, Tinder ganó cuatro premios Effie por su primera campaña global de marca, *It Starts with a Swipe™*.

Tinder es una marca registrada de Tinder LLC y *It Starts with a Swipe* es una marca registrada de Tinder LLC.

Sobre LePub

LePub, impulsada por Publicis Groupe, combina excelencia creativa con lo mejor en datos, medios y tecnología. Nace con el propósito de ir más allá de la comunicación tradicional, ayudando a las marcas a integrarse en la vida cotidiana de las personas mediante experiencias culturalmente relevantes alimentadas por datos globales y creatividad de primer nivel. Reconocida como “Agencia Creativa del Año” por WARC en 2022 y 2023, y destacada en el ranking Contagious Pioneers en 2022, LePub es el lugar donde las marcas se encuentran con la cultura. Desde su creación, se ha expandido como una red global y, en 2025, continúa fortaleciendo su presencia internacional con el objetivo de alcanzar 10 hubs en todo el mundo.

---

https://es.tinderpressroom.com/news?item=122632