

PRESSEMITTEILUNG

Nachgefragtes Premiumumfeld: MAC Cosmetics und Intimissimi glänzen in der 18. Staffel von „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ als Sponsoring-Partner auf dem Catwalk um die Wette

Unterföhring, 7. Februar 2023. Mit Spannung erwartet die Fangemeinde den Start der mittlerweile 18. Staffel von „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“. Viel ist über die Kandidatinnen, die Heidi ab dem 16. Februar um 20.15 Uhr auf ProSieben und Joyn über die Laufstege schicken wird, noch nicht bekannt. Dafür weiß man schon einiges über die Werbepartner, die auch in diesem Jahr wieder die vielfältigen Werbemöglichkeiten und das Premium-Umfeld rund um die Show für sich nutzen. Mit MAC Cosmetics und Intimissimi konnten gleich zwei namhafte Sponsoring-Partner für die neue Staffel gewonnen werden.

Lennart Harendza, Geschäftsführer Seven.One Media: „„Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ ist bei Zuschauer:innen wie Werbekunden eines unserer nachgefragtesten Formate. So sind auch in der neuesten Staffel wieder namhafte Marken dabei, die von den vielen Vorteilen unseres Premium-Umfelds profitieren – so etwa die diesjährigen Hauptsponsoren MAC Cosmetics und Intimissimi. Darüber hinaus nutzen zahlreiche weitere Marken die Strahlkraft des Formats und machen mit kreativen Integrationen im Live-TV und On-Demand auf Joyn auf sich aufmerksam!“

Nach der Premiere im letzten Jahr ist MAC Cosmetics nun bereits zum zweiten Mal mit von der Partie. Die Kosmetikbrand nutzt erneut das perfekte Match von Show und Marke und wird auch die 18. Staffel als Programm-Sponsor begleiten. Dabei baut MAC Cosmetics seine Partnerschaft in diesem Jahr weiter aus und wird in der neuen Staffel nicht nur mit dem Programm-Sponsoring über die gesamte Staffel hinweg glänzen, sondern auch mit TV-Advertorials im Show-Umfeld und kreativen Placements. Darüber hinaus wird MAC Cosmetics als digitaler Programm-Sponsor auf der VoD-Plattform Joyn und auf ProSieben.de mit Spots im Umfeld der Model-Show vertreten sein. Außerdem hat MAC Cosmetics eine Promotionlizenz von Seven.One Licensing erworben, die die 360-Grad-Kampagne abrundet.

Vera Angerbauer, Managing Director von MAC Cosmetics: „Mit ‚Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum‘ haben wir das ideale Programmumfeld für unsere Marke gefunden. Genau wie in der ProSieben-Show sind auch bei uns Diversity und Vielfalt feste Bestandteile unserer DNA. Daher setzen wir dieses Jahr erneut auf das perfekte Match von ‚Beauty meets Fashion‘ – und freuen

uns schon sehr, die Models auch mit unseren Kosmetikprodukten strahlen zu lassen.“

Wenn sich in der kommenden Staffel die #GNTM-Kandidatinnen dem berüchtigten Umstyling sowie vielen weiteren Challenges stellen, ist neben MAC Cosmetics auch Intimissimi erstmals mit dabei. Der italienische Wäschespezialist begleitet die Show im TV sowie digital als Programm-Sponsor und wird darüber hinaus mit Product Placements, situativen Cut-Ins und einer Promotionlizenz prominent vertreten sein. Genau wie MAC Cosmetics setzt Intimissimi zudem auf die Verknüpfung von TV, Digital und Streaming und wird nicht nur im TV, sondern auch auf der Senderwebseite sowie auf Joyn im Umfeld der Show mit Spots auf sich aufmerksam machen.

Matteo Veronesi, Global CEO bei Intimissimi: „Einen besseren Fit können wir uns nicht wünschen: Mit Heidi und Leni Klum als Brand-Testimonials unserer aktuellen Kollektion ist die Zusammenarbeit mit ‚Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum‘ ein perfekter weiterer Baustein unserer Kommunikationsstrategie. Damit gelingt es uns nicht nur, unsere Marke und unsere Unterwäsche in einem qualitativen Umfeld in Szene zu setzen – wir erreichen damit auch unzählige Menschen und maximale Reichweite. Außerdem freuen wir uns, den Kandidatinnen durch unser Engagement rund um das Format eine Bühne zu geben, sie aufzubauen und in den nächsten Schritten ihrer Karriere zu unterstützen.“

Daneben sind in der diesjährigen ProSieben-Show viele weitere namhafte Werbetreibende mit kreativen Vermarktungsaktivitäten vertreten, die die Seven.One Media gemeinsam mit der Seven.One AdFactory umgesetzt hat.

Pressekontakt:

Kristina Schreiber

PR Manager Communications & PR / Strategy, Digital & Sales

Seven.One Entertainment Group

Mobile: + 491511 898 7012

email: Kristina.schreiber@seven.one

Medienallee 7 / 85774 Unterföhring

www.seven.one

Seven.One Media GmbH

Ein Unternehmen der



Die Seven.One Entertainment Group ist eine 100-prozentige Tochter der ProSiebenSat.1 Media SE. Seit Oktober 2020 vereint die smarte Entertainment-Company alle Sendermarken der Gruppe sowie das Content-, Digital-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft unter einem Dach. Die Seven.One Entertainment Group gilt als Innovationstreiber im AdTech-Bereich und steht für starke Content-Marken über die die Nation spricht – und das auf allen Plattformen.