

PRESSEMITTEILUNG

Seite 1 von 2

Fühlen wie ein Top-Model: Die „GNTM Experience“ Das große Live-Event mit Beauty, Fashion, Influencern und Brands

Unterföhring, 27. März 2019. Erstmals können die Fans von „Germany's next Topmodel“ die Beauty- und Fashion-Welt bei einem Live-Event erleben. Mit der „GNTM Experience“ findet am Tag des #GNTM-Finales im Mai ein neuartiges Happening statt. In einer Art Brand-Village in Düsseldorf können sich große Marken und Produkte mit individuellen und interaktiven Shop- und Präsentationsflächen inszenieren und eine Erlebniswelt für ihre Zielgruppen schaffen. Die „#GNTMX“ verbindet dabei alles an einem Ort, was junge Frauen heute begeistert: Beauty, Fashion, Influencer, Food, Brands, Musik und vieles mehr.

Das Konzept: Brands zum Anfassen

Konzipiert und umgesetzt wird die „GNTM Experience“ von der SevenOne AdFactory, dem Kreativ-Vermarkter von ProSiebenSat.1. Das Konzept ermöglicht Lifestyle-Branchen, ihre Community live zu treffen, die Fans auf einzigartige Weise zu aktivieren und somit starke Markenerlebnisse zu schaffen. Zu den ersten Partnern des Live-Events in Düsseldorf gehören die französische Beauty-Marke SEPHORA - zugleich Co-Sponsor der 14. Staffel von „Germany's next Topmodel“, Canon Deutschland, Weltmarktführer und globaler Anbieter von Imaging Technologien, die Lifestyle-Sneaker-Marke SKECHERS sowie BurdaStyle mit seinem Luxury-Titel HARPER'S BAZAAR.

Ein Unternehmen der
ProSiebenSat.1 Media SE

Ansprechpartner:

Dr. Carola C. Hesse
Kommunikation Sales & Digital
ProSiebenSat.1 Media SE
Tel. +49 [0] 89/9507-2410
Fax +49 [0] 89/9507-8923
carola.hesse@prosiebensat1.com

Stefanie Prinz
Leiterin Kommunikation
Sales & Digital
ProSiebenSat.1 Media SE
Tel. +49 [89] 95 07 - 1199
Fax +49 [89] 95 07 - 98920
Stefanie.Prinz@prosiebensat1.com

Medienallee 7
D-85774 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.sevenonemedia.de

Das Programm: Red Carpet Show, Fotoshootings, Live Music Acts, Beauty-Tipps und viele weitere Highlights

„GNTM“ erlebbar machen heißt natürlich auch, sich wie ein Model zu fühlen. Der BurdaStyleTitel HARPER'S BAZAAR macht es mit dem großen „Cover Fotoshooting“ möglich. Die BesucherInnen können sich auf dem Cover des Magazins ablichten lassen und die Bilder direkt über Social Media teilen. Models der vergangenen GNTM-Staffeln geben Posingtipps und am Schluss wartet die persönliche Sedcard zum Mitnehmen. An exklusiven Beauty-Stationen können die neuesten Produkte der Branche getestet werden. Professionelle Make-Up Artists von SEPHORA geben dazu exklusive Schmink- und Styling-Tipps. Auf der Bühne gibt es neben musikalischen Live-Acts eine Expertenrunde aus Influencern und ehemaligen GNTM-Kandidatinnen auf einem spannenden Panel Talk zu sehen.

Seite 2 von 2

Katharina Frömsdorf, Geschäftsführung SevenOne Adfactory: „Die GNTM Experience ist ein einzigartiges Live-Event und zugleich ein Reichweiten-Multiplikator. Wir erweitern die TV- und Digitalwelt um die Ebenen Fans, Brands, Influencer und Social Media und schaffen somit eine erlebbare 360-Welt - für Werbekunden und die Fans von GNTM.“

Tickets für die „GNTM Experience“ sind ab Anfang April unter www.gntm-experience.de erhältlich.