

PRESSEMITTEILUNG

Opel und flaconi sind die Co-Sponsoren und offiziellen Partner der aktuellen Staffel von „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“

Unterföhring, 22. Januar 2021. Top-Umfeld für zwei Top-Marken: flaconi und Opel präsentieren ab 4. Februar 2021 auf ProSieben die 16. Staffel von „Germany’s Next Topmodel“. Opel ist als offizieller Partner erneut dabei, während flaconi in diesem Jahr erstmals offizieller Partner von #GNTM ist. Gemeinsam mit Kreativvermarkter Seven.One AdFactory haben flaconi und Opel umfangreiche 360 Grad-Kampagnen für TV, digital und Social Media entwickelt und setzen diese im Laufe der gesamten Staffel in Szene.

Tom Schwarz, Geschäftsführer Seven.One AdFactory: „Wir könnten nicht besser in das Vermarktungsjahr 2021 starten als mit #GNTM und den tollen Co-Sponsoren flaconi und Opel. Diese beiden Kooperationspartner für die 16. Staffel des ProSieben-Formats zeigen erneut auf: Unsere TV-Formate bieten das ideale Fundament für starke Marken, um sie über alle Plattformen hinweg kreativ in Szene zu setzen und bestmöglich wirken zu lassen. Zusätzlich bietet das Storytelling der kommenden Staffel Gelegenheit, die Marken und Produkte aktiv zu integrieren.“

flaconi

Neben Placement und Sponsoring im TV umfasst die Partnerschaft von flaconi, dem Online Pure Player für Beauty Produkte, diverse Digitalbausteine. Dazu gehören Programm- und Trailersponsorings sowie sponsored Stories und Posts auf TikTok, Instagram und Facebook. Zudem können sich die Fans und Kandidatinnen der Show über tolle Überraschungen und innovative Integrationen von flaconi bei #GNTM freuen. So viel sei schon verraten: Es geht natürlich um Beauty, ein Casting sowie Live-Erlebnisse - und das auch für den Zuschauer.

Benjamin Ludigs, Chief Revenue Officer flaconi: „Die Partnerschaft mit ‚Germany’s Next Topmodel‘ ist ein wichtiger Moment für unsere Marke. Genau wie das Erfolgsformat steht flaconi für Persönlichkeit, Einzigartigkeit und Vielfalt. Die trendbewusste und beauty-begeisterte Zielgruppe des Formats ist für uns sehr attraktiv und ich bin überzeugt, wir können unsere Kund*innen mit ‚Germany’s Next Topmodel‘ noch mehr dazu inspirieren, ihre individuelle

Schönheit zu entdecken! Die neue Staffel wird auf jeden Fall spannend und wir freuen uns sehr, Teil davon zu sein."

Opel

Opel führt in der aktuellen Staffel seine langjährige Partnerschaft mit „Germany’s Next Topmodel“ mit einer umfangreichen 360-Grad-Kampagne in TV, digital und in den sozialen Medien fort. Im Mittelpunkt stehen der neue Opel Mokka und der Opel Corsa. Neben Programm-Sponsoring im TV wird es einige native Product-Placements geben. Autos, Models sowie ein Casting mit bekannten Gesichtern werden eine Rolle spielen. Digital umfasst die Opel-Kampagne diverse Bausteine u.a. mit Pre-Rolls, sponsored Stories und Posts auf Social Media sowie der Einbindung in die digitale Fanwelt. Darüber hinaus wird es eine Social-Media-Präsenz u.a. auf den Instagram-Accounts der Models geben.

Albrecht Schäfer, Direktor Marketing Opel Deutschland: „Mutig, klar und außergewöhnlich – ‚Germany’s Next Topmodel‘ und Opel setzen ihre erfolgreiche Kooperation fort. Seit vielen Jahren zeigen wir immer wieder, wie gut die jungen, individuellen Modelle von Opel zum unkonventionell-selbstbewussten Auftritt der erfolgreichen ProSieben-Sendung passen. In dieser Staffel starten wir voller Energie und Emotionen durch. Dafür steht der neue Mokka genauso wie der Corsa.“

„Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ – die 16. Staffel ab 4. Februar 2021, immer donnerstags, um 20:15 Uhr auf ProSieben und auf Joyn

Weitere News der Seven.One Entertainment Group finden Sie unter www.presse.seven.one

Pressekontakt:

Dr. Carola C. Hesse
Senior PR Manager
Communications & PR Strategy, Digital & Sales
Seven.One Entertainment Group

Mobile: +49 154 4165397
email: carola.hesse@seven.one
Medienallee 7 · 85774 Unterföhring
www.seven.one

Seven.One AdFactory GmbH
Ein Unternehmen der