

PRESSEMITTEILUNG

Starkes Marken-Line-up: Seven.One Media gewinnt für „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ erstmals Unilever, FIAT, Alpro, die LEGO Gruppe und Dyson – sowie erneut bettl.de

Unterföhring, 11. Februar 2026. Heute startet die 21. Staffel von „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ auf ProSieben und Joyn – und schon jetzt steht fest: Das Format überzeugt in diesem Jahr nicht nur wieder modisch und die Zuschauer:innen, sondern auch den Werbemarkt. Mit **Unilever, FIAT, Alpro, der LEGO Gruppe** und **Dyson** gewinnt Seven.One Media gleich fünf neue, namhafte Sponsoring-Partner, die die vielen Vorteile des Premium-Werbeumfelds rund um die Show für sich nutzen. Komplettiert wird das Sponsorenportfolio durch **bettl.de**: Bereits zum zweiten Mal ist die Matratzenmarke als Joyn-Sponsor mit an Bord. Das zeigt die Attraktivität des Formats für neue wie auch etablierte Werbepartner.

Lennart Harendza, Chief Revenue Officer und Geschäftsführer Seven.One Media: „„Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ gehört bei Zuschauer:innen wie auch bei Werbekunden seit Jahren zu unseren gefragtesten Formaten. Das spiegelt sich auch im diesjährigen Sponsorenensemble wider: Mit der LEGO Gruppe, Alpro, Dyson und bettl.de haben wir Marken aus ganz unterschiedlichen Branchen vertreten – sowohl mit klassischen Sponsorings als auch mit aufmerksamkeitsstarken Inszenierungen innerhalb des Formats. Und mit Unilever und Fiat kommen zudem gleich zwei neue TV-Sponsoren hinzu, die von der hohen Reichweite und Strahlkraft des Formats profitieren.“

So integriert die Seven.One Media die Sponsoren im TV und digital

Unilever und die italienische Automobilmarke **Fiat** feiern 2026 ihr Debüt bei #GNTM: Unilever begleitet die Staffel im März erstmals als TV-Sponsor, um seine Marke Dove zu bewerben. Ab April übernimmt Fiat das TV-Sponsoring und rückt auch mit zusätzlichen TV-Cut-Ins das ikonische Fiat-500-Modell in den Fokus – und verbreitet damit ein Gefühl von Dolce Vita. **Alpro** setzt erstmals auf das vielfältige Digitalinventar von „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ und begleitet die Show ab Staffelstart mit einem Joyn-Sponsoring. Zusätzlich setzt die Marke auf ein Social- und Studio71-Sponsoring, Produktplatzierungen, TV-Cut-Ins sowie eine Lizenzpromotion. Auch **Dyson** ist als Neuzugang dabei und setzt auf eine Joyn- und Social-Media-Partnerschaft sowie auf aufmerksamkeitsstarke Placements – zusätzlich unterstützt die

Technologie-Marke mit ihren Beauty-Produkten die Produktion als Ausstatter. Die **LEGO Gruppe** ist bereits zum zweiten Mal Teil des Formats und rückt in diesem Jahr die LEGO Botanicals durch aufmerksamkeitsstarke Product Placements, TV-Cut-Ins, eine Lizenzpromotion sowie erstmals durch ein Joyn-Sponsoring stärker in den Fokus. Auch **bett.1.de** setzt erneut auf #GNTM und begleitet die diesjährige Staffel als Joyn- und Social-Sponsor.

Pressekontakt:

Kristina Schreiber
Senior PR Managerin / Business Communications
Seven.One Entertainment Group
Tel. +49 (0) 89 95 07 2410
E-Mail: Kristina.Schreiber@seven.one
Medienallee 7 · 85774 Unterföhring
www.seven.one

Seven.One Media

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.