



ALPRO ist offizieller Partner von „Germany’s Next Topmodel“

Frankfurt am Main, 06.03.2026 – Ab sofort wird es in der Modelvilla pflantastisch lecker! Alpro, Pionier für pflanzliche Ernährung, ist offizieller Partner der 21. Staffel von „Germany’s Next Topmodel“ und begleitet damit eines der reichweitenstärksten Entertainment Formate Deutschlands. Alpro ist als erste Marke für pflanzliche Lebensmittel Sponsoring und Placement Partner der beliebten Show und möchte mit der Zusammenarbeit die dynamische, trendaffine Zielgruppe von „Germany’s Next Topmodel“ erreichen.



Die "Germany's Next Topmodel" Models beim pflantastisch leckeren Frühstück mit Alpro © ProSieben/Andre Kowalski

Die Partnerschaft verbindet zwei Welten, die perfekt zueinander passen: Alpro steht seit über 40 Jahren für pflanzliche Ernährung, die nicht nur gut schmeckt, sondern Menschen zu einem bewussteren, gesünderen Lebensstil inspiriert. Es ist die Mission der Marke Menschen zu zeigen, wie einfach und lecker man pflanzenbasierte Produkte in die tägliche Routine einbauen und damit zu einem gesünderen Lebensstil beitragen kann. „Germany’s Next Topmodel“ zeigt Nachwuchsmodels, die viel unterwegs sind und Wert auf Wohlbefinden, Energie und moderne Ernährung legen. So starten die Model-Anwärter*innen durch die Partnerschaft pflantastisch lecker in den Tag und frühstücken zum Beispiel pflanzliche Joghurtalternativen mit Früchten und Granola.

Genau hier knüpft Alpro mit seinen pflanzlichen Produkten an – allen voran der jüngst eingeführten Innovation Alpro Meal To Go, der ersten trinkfertigen Mahlzeit der Marke.

Die neue Range auf Soja-Hafer-Basis ist deutschlandweit in vier cremigen Sorten erhältlich – Schoko & Banane, Mango & Passionsfrucht, Kaffee Karamell und Vanille – und liefert pro 500ml Flasche 20



g pflanzliches Protein, 26 Vitamine und Mineralstoffe, Ballaststoffe, Omega3 sowie keine künstlichen Süßstoffe.

Die Integration in der 21. Staffel ermöglicht es Alpro, sein Angebot innerhalb eines kulturell relevanten Formats erlebbar zu machen, das jung, vielfältig und mitten im Zeitgeist ist. *„Germany’s Next Topmodel“ steht für Vielfalt, Individualität und einen aktiven Lebensstil – Werte, für die auch Alpro steht und die unsere Partnerschaft naheliegend machen: Sie zeigt, wie selbstverständlich pflanzliche Ernährung heute in das Leben einer jungen, aktiven Generation gehört. Wir möchten Menschen darin bestärken, bewusste Entscheidungen zu treffen, die nicht nur gut schmecken, sondern auch gut tun. Diese Botschaft in einem der relevantesten Entertainment-Formate Deutschlands präsentieren zu können, freut uns besonders*“, erklärt Monica Rauch, Marketing VP Danone DACH.

Die Partnerschaft mit „Germany’s Next Topmodel“ wird von einer breit angelegten Media-Aktivierung begleitet, die über 300 Millionen Bruttokontakte erzielt. Auf zahlreichen Touchpoints – von Social Media über Online Videos bis hin zu Connected TV – erreicht Alpro gezielt Gen Z und junge Millennials, unter anderem über ihre Lieblings-Influencer. Ergänzt wird dies durch eine starke Präsenz am Point of Sale mit aufmerksamkeitsstarken Displays, Standees, digitalen Screens und großformatigen Außenflächen.

Über Alpro

Alpro ist Pionier für pflanzliche Nahrungsmittel sowie Getränke und stellt seit über 40 Jahren pflanzliche Drinks, Joghurtalternativen, Kochcrèmes und Desserts her – auf Basis von zum Beispiel Sojabohnen, Mandeln oder Hafer. Alpro gehört zum Lebensmittelhersteller Danone und hat drei Produktionsanlagen in Belgien, Frankreich und dem Vereinigten Königreich.

Seit 1980 leistet Alpro Pionierarbeit mit dem Ziel, eine ausgewogenere Ernährung und einen nachhaltigeren Lebensstil voranzutreiben. Alpro ist aufgrund seiner Bemühungen, soziale und ökologische Ziele mit finanziellem Erfolg zu kombinieren, seit 2018 B Corp-zertifiziert.

Pressekontakt:

Linda Schumacher
Danone Deutschland GmbH
linda.schumacher@danone.com
+49 162 245 9284