



Media Information

30. November 2020

FrISChe Corporate Identity: Opel mit neuem Erscheinungsbild

- „New Opel“: Moderne Elemente unterstreichen Innovationskraft der Marke
- Neues Logo: Legendärer Opel-Blitz in frischem Design
- Neue Schrift: Die „Opel Next“ ist modern, kraftvoll und konsistent
- Neue Farbe: Leuchtendes Opel-Gelb sticht hervor und elektrisiert

Rüsselsheim. Opel präsentiert sich in einem neuen Erscheinungsbild. Das jetzt feiner gezeichnete Markenlogo, die neue Schrift „Opel Next“ und das leuchtende Opel-Gelb signalisieren die Innovationskraft der Marke. Das Ziel: im Auftritt noch moderner und mutiger sein. Denn Opel steht seit jeher für die Demokratisierung von Innovationen und Mobilität. Diesen Spirit drückt „New Opel“ jetzt auch mit der frischen Corporate Identity aus.

Los ging die Reise in die Zukunft mit dem [Opel GT X Experimental](#). Die Studie zeigte bereits den neuen Opel-Blitz als Emblem am Fahrzeug. Die markante Signaturlinie war in leuchtendem Neongelb lackiert – daraus wurde nun das Opel-Gelb der erneuerten Corporate Identity. Mit dem [Opel Mokka](#) präsentierte der Rüsselsheimer Hersteller dann das erste Serienauto mit dem neuen Opel-Gesicht – dem Vizor – und der neuen Cockpitgestaltung – dem Pure Panel.

Nun stellt Opel weitere Elemente seines neuen Erscheinungsbildes im Detail vor: neues Logo, neue Schrift, neue Farbe. Oder mit einem Begriff: „New Opel“. Das neue Erscheinungsbild wird in der ersten Jahreshälfte 2021 rund um den neuen [Opel Crossland](#) und den komplett neu entwickelten Opel Mokka für alle Menschen erlebbar. Sie werden die ersten Serienautos im neuen Design sein. Und mit ihrer Modernität passen sie perfekt in die Welt von heute und morgen.



„Wir sind selbstbewusst, aufgeschlossen und integrativ. Unser Motto für diese neue Ära ist ‚from cold to cool‘. Wir übertragen die progressive deutsche Kultur in unseren neuen modernen Markenauftritt bei Opel. Das neue Erscheinungsbild steht für unser aufregendes und rundum erneuertes Produktprogramm“, sagt Xavier Duchemin, Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Aftersales bei Opel.

Das neue Opel-Design konzentriert sich auf das Wesentliche, verzichtet auf Schnörkel und ablenkende Elemente. Mit dem Fokus auf den Blitz macht sich der Ring im neuen Markenlogo dementsprechend schlank. Und eine Wortmarke dient als starke Basis für das Logo. Leicht, zugleich kraftvoll, modern und klar ist auch die neue Schriftart mit dem Namen „Opel Next“. Sie beinhaltet drei verschiedene Varianten: „light“, „regular“ und „bold“. Diese Schriftformen harmonisieren perfekt und sorgen für eine konsistente Ansprache. Das neue Opel-Gelb symbolisiert den Strom, den neuen Kraftstoff im elektrischen Zeitalter. Die Farbe elektrisiert, prägt sich ein und stiftet somit eine unverwechselbare Identität.

„Eine neue Zeit braucht moderne Marken. Und moderne Marken brauchen ein klares Design. Mit den neuen Markenelementen drücken wir unseren Anspruch aus, unverwechselbar, progressiv, offen für das Neue und offen für die Zukunft zu sein“, erklärt der europäische Marketingchef Patrick Fourniol.

Das neue Erscheinungsbild wird sich in allen Bereichen widerspiegeln – von den Produkten über das Marketing bis zum Verkauf. Es wird über alle Kommunikationskanäle und Bereiche hinweg ausgerollt.

Entwickelt wurde das neue Erscheinungsbild gemeinsam mit der Agentur VELOCITY McCANN, die neue Schriftart „Opel Next“ zusammen mit Monotype.

Über Opel

Opel ist einer der größten europäischen Automobilhersteller. Das Unternehmen wurde 1862 in Rüsselsheim gegründet und begann 1899 mit der Automobilproduktion. Seit August 2017 gehört Opel zur Groupe PSA. Weltweit sind Opel und die Schwestermarke Vauxhall in mehr als 60 Ländern vertreten und verkauften 2019 rund eine Million Fahrzeuge. Gegenwärtig setzt Opel seine Strategie zur Elektrifizierung des Portfolios um. Damit wird sichergestellt, dass die zukünftigen Mobilitätsanforderungen der Kunden erfüllt werden – für einen nachhaltigen Erfolg. Bis 2024 wird es



für alle Opel-Modelle auch eine elektrifizierte Variante geben. Diese Strategie ist Teil des Unternehmensplans PACE!, mit dem Opel nachhaltig profitabel, global und elektrisch wird. Mehr unter: <https://de-media.opel.com/>
<https://twitter.com/opelnewsroom>

Kontakt:

Harald Schmidt	06142-6923737	harald.schmidt@opel.com
Mark Bennett	06142-6923811	mark.s.bennett@opel.com
Patrick Munsch	06142-772826	patrick.munsch@opel.com
David Hamprecht	06142-774693	david.hamprecht@opel.com