



Media Information

16. Oktober 2019

Neue 360-Grad-Kampagne zum Opel Grandland X Plug-in-Hybrid startet

- Ganz schön frech: Neuer TV-Spot setzt außergewöhnliche Opel-Werbung fort
- Keine Kompromisse: Neues Grandland X-Topmodell vereint Effizienz und Leistung
- Für jeden Zweck: Elektrisch in der Stadt, bei Bedarf mit Allradantrieb

Rüsselsheim. Paul oder Ben? Die Frage nach dem Namen des Familiennachwuchses beschäftigt das junge Paar in nahezu jeder Lebenslage. Er ist für Paul, sie besteht auf Ben. Der neue [TV-Werbespot](#) von Opel für den neuen Grandland X Plug-in-Hybrid zeigt einen sympathischen Streit zweier Menschen, der sogar noch im Kreißaal andauert. Doch wer setzt sich am Ende durch?

Im Leben wird man häufig vor die Wahl gestellt: Nimmt man das eine oder das andere? Die humorvollen Wortduelle der jungen Eltern sind dafür ein Beispiel. Doch der Opel Grandland X Hybrid4 mit bis zu 221 kW/300 PS Systemleistung (Kraftstoffverbrauch gemäß WLTP¹: 1,4-1,3 l/100 km, CO₂-Emission 32-29 g/km; gemäß NEFZ²: 1,6-1,5 l/100 km, 36-34 g/km CO₂; jeweils gewichtet, kombiniert; vorläufige Werte) beweist als heimlicher Star des TV-Spots, dass es auch anders geht. Souverän in allen Situationen, mal rein elektrisch angetrieben, mal mit zugeschaltetem Allradantrieb und der Kraft eines leistungsstarken Motors, zeigt das Flaggschiff der Modellreihe, dass keine Kompromisse nötig sind. Allradantrieb und Effizienz – diese Symbiose schafft der Grandland X Hybrid4 in allen Lebenslagen.

Frisch, frech und witzig setzt Opel mit dem neuen Spot den Weg fort, den die Rüsselsheimer seit einigen Jahren in der Werbung verfolgen. Auch diesmal wird es eine

¹ Die genannten Reichweitenangaben, Kraftstoffverbrauchs- und CO₂-Emissionswerte sind vorläufig und wurden anhand der WLTP-Testverfahren bestimmt (VO (EG) Nr. 715/2007 und VO (EU) Nr. 2017/1151).

² Die genannten Reichweitenangaben, Kraftstoffverbrauchs- und CO₂-Emissionswerte sind vorläufig, wurden anhand der WLTP-Testverfahren bestimmt und in NEFZ-Werte rückgerechnet, um Vergleichbarkeit mit anderen Fahrzeugen zu gewährleisten (VO (EG) Nr. 715/2007, VO (EU) Nr. 2017/1151 und VO (EU) Nr. 2017/1153).



europaweite 360-Grad-Kampagne geben und der Grandland X Hybrid4 so einem breiten Publikum begegnen. Der Claim: Effizienz und Leistung. Ohne Kompromisse. Erdacht und umgesetzt wird die neue Kampagne von der Frankfurter Agentur „VELOCITY McCANN“.

„Der neue Grandland X Hybrid4 ist Teil der Opel-Elektro-Offensive und wird das neue Flaggschiff der Grandland-Modelle. Das SUV verbindet mit souveräner Allradperformance sowie der Energieeffizienz eines Plug-in-Hybriden das Beste aus zwei Welten, und unsere Kampagne transportiert diese Botschaft – spielerisch leicht, aber auch elegant, humorvoll und auf den Punkt“, sagt Christina Herzog, Marketingchefin Opel Deutschland.

Bleibt die eingangs gestellte Frage, welcher der beiden Namen es denn schließlich wird. Die Antwort findet sich auf der Rückbank des Grandland X Hybrid4 und der Zuschauer ahnt es bereits: Da sitzen die Zwillinge Paul *und* Ben – keine Kompromisse!

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 2018 über 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 bei allen europäischen Pkw-Baureihen auch eine elektrifizierte Variante geben. Diese Strategie ist Teil des Unternehmensplans PACE!, mit dem Opel darauf zielt, nachhaltig profitabel, global und elektrisch zu werden.

Mehr unter: <https://de-media.opel.com/>
<https://twitter.com/opelnewsroom>

Kontakt:

David Hamprecht
Axel Seegers

06142-774-693
06142-775-496

david.hamprecht@opel.com
axel.seegers@opel.com