



Media Information

4. November 2019

Opel startet neue Corsa-Kampagne mit Jürgen Klopp in der Hauptrolle

- Internationale 360-Grad-Kampagne: TV-Spots im Blockbuster-Stil, Printanzeigen, Out-of-Home-Plakate und Social-Media-Posts zum neuen Corsa und Corsa-e
- Erfolgreich: Autohersteller und Liverpool-Coach setzen Partnerschaft langfristig fort
- Idealbesetzung: Markenbotschafter Jürgen Klopp fährt auf Opels neuen Kleinen ab
- Klare Ansage: „Schön anzuschauen. Noch schöner zu fahren.“
- Start frei: Neuer Corsa feiert ab 16. November Händlerpremiere
- Volles Programm: Bis 2024 werden alle Opel-Baureihen elektrifiziert sein

Rüsselsheim. Vor wenigen Wochen hat Opel mit [#breakthebubble](#) die Blase platzen lassen und mit einem Knall den neuen [Opel Corsa](#) und [Corsa-e](#) auf der IAA in Frankfurt präsentiert. Jetzt geht's mit einer neuen Werbekampagne und Opel-Markenbotschafter Jürgen Klopp ab auf die Straße. Der Corsa und mit ihm sein Elektro-Pendant nehmen Fahrt auf, denn: Es macht zwar Spaß, über die Vorzüge zukunftsweisender Technologien wie der Elektromobilität zu reden – viel mehr Spaß bereitet es aber, sie selbst auszuprobieren, sprich: den neuen Corsa selbst zu fahren. So lautet das Motto der Opel-Kampagne: „Schön anzuschauen. Noch schöner zu fahren.“ Und wer könnte das besser vermitteln als Erfolgstrainer Jürgen Klopp, der das E-Mobilitäts-Versprechen der Rüsselsheimer Marke auch gleich in den ab sofort laufenden [TV-Spots](#) testet?

Charismatisch, sympathisch und unterhaltsam prägt Jürgen Klopp bereits seit sieben Jahren den Markenauftritt von Opel. Er spielte in mittlerweile über 20 nationalen und internationalen TV-Kampagnen von Opel eine tragende Rolle. Darüber hinaus ist er als Motivator bei Mitarbeiter- und Händlerveranstaltungen sowie als Interviewpartner im Einsatz. Nun verlängern der Autohersteller und der Champions-League-Sieger 2019 langfristig die erfolgreiche Partnerschaft.



„Der neue Opel Corsa und Corsa-e zeigen, was wir darunter verstehen, Autos mit neuester Technologie für die Mitte der Gesellschaft anzubieten. Der Corsa macht die Mobilität einfacher, erreichbarer – mit richtig viel Fahrspaß. Kein langes Blabla, sondern wie Jürgen Klopp reinsetzen, losfahren und alle Vorteile der fortschrittlichen Technologien genießen. Genau das bringt unsere neue Kampagne auf den Punkt“, sagt Christina Herzog, Marketingchefin Opel Deutschland.

Neuer Opel Corsa und Corsa-e: Einsteigen und Spaß haben

Die Storyline der TV-Werbung, die zunächst mit dem Corsa-e startet: Jeder spricht über die E-Mobilität, die Zukunft des Autofahrens und eine Welt mit weniger Emissionen¹. Doch das reicht Jürgen Klopp nicht. Darüber zu reden ist ganz nett – aber was zählt, ist der Fahrspaß auf der Straße. Und den genießt der Liverpool-Coach im neuen Opel Corsa-e sichtlich. Das zeigt der Werbespot, der ab sofort auf allen reichweitenstarken TV-Kanälen zu sehen ist.

Jürgen Klopp ist dafür der ideale Botschafter. Denn, so sagt der Weltrainer des Jahres 2019 selbst: „Ich gehöre absolut zur Zielgruppe für den Corsa-e.“ Mit seinen täglichen Fahrten von zuhause zum Trainingsgelände, Stadion oder Flughafen sei der Opel-Stromer für ihn das perfekte Modell. „Ein rundum gelungenes Auto – da hat Opel alles richtig gemacht.“ Mit dem 50 kWh-Batteriepack legt der 100 kW/136 PS starke Fünfsitzer gemäß WLTP-Zyklus² bis zu 330 Kilometer ohne Ladestopp zurück – für Klopp heißt dies: Maximal einmal pro Woche nachladen.

Macht der Corsa-e im TV den Anfang, folgen in Kürze weitere Clips zu den ebenso lebendigen wie effizienten Corsa-Verbrenner-Modellen. Denn in jeder Variante des Kleinwagen-Bestsellers stecken – unabhängig vom Antrieb – stets hochmoderne Technologien. Genau wie beim neuen Corsa beschreitet Opel deshalb auch in den Kampagnenspots neue Wege: Mit aufwendiger CGI- und Filmtechnik gedreht, bringen die 30-Sekünder die große Unterhaltung in die Werbung. Umgesetzt von der Frankfurter

¹ Der Opel Corsa-e bietet rein elektrisches und lokal emissionsfreies Fahren. Fahrzeugproduktion und Stromerzeugung hingegen belasten die CO₂-Bilanz.

² Die angegebene Reichweite ist vorläufig und wurde anhand der WLTP Testverfahren bestimmt (VO (EG) Nr. 715/2007 und VO (EU) Nr. 2017/1151). Die Reichweite im Alltag kann hiervon abweichen.



Agentur „Velocity McCann“, macht die neue Opel-Kampagne so unmissverständlich klar, dass verantwortungsvoller Fahrspaß an erster Stelle steht.

Wieviel Spaß Jürgen Klopp und die Crew schon bei den Dreharbeiten hatten, zeigt auch ein [Blick hinter die Kulissen](#). Printanzeigen, Out-of-Home-Plakate und Social-Media-Posts ergänzen die TV-Spots der 360-Grad-Kampagne zum neuen Corsa, der als verbrauchsarmer Verbrenner bereits ab 16. November seine Händlerpremiere feiert.

Opel-Elektro-Offensive: Bis 2024 alle Modelle auch als E-Variante

Schon seit Sommer bestellbar sind alle Opel Corsa-Modelle, ob mit konventionellem Antrieb oder als batterie-elektrischer Corsa-e. Genauso wie der neue Grandland X Plug-in-Hybrid. Das Spitzenmodell der Baureihe ist der Star in der seit Kurzem laufenden [unkonventionellen Kampagne](#) und macht darin auf die vielen Möglichkeiten der E-Mobilität aufmerksam.

Der Corsa-e und der Allradler Grandland X Hybrid4 (Kraftstoffverbrauch gemäß WLTP³: 1,4-1,3 l/100 km, CO₂-Emission 32-29 g/km; gemäß NEFZ⁴: 1,6-1,5 l/100 km, 36-34 g/km CO₂; jeweils gewichtet, kombiniert) markieren so den Start der Opel-Elektro-Offensive. Bis 2024 werden alle Opel-Baureihen elektrifiziert sein – dann können Kunden bei jedem Modell auch eine E-Variante wählen. Besonders wichtig werden dabei auch die Elektroversionen der leichten Nutzfahrzeuge „auf der letzten Meile“ in den Innenstädten. So folgt schon im Laufe des kommenden Jahres der Transporter Vivaro-e. Opel Combo Life, Combo Cargo und Zafira Life fahren dann ab 2021 ebenfalls als elektrifizierte Modelle vor.

Credits:

Agentur: Velocity McCann, Frankfurt am Main
Executive Creative Director: Dushan Drakalski
Creative Director: Frances Draskau

³ Die genannten Reichweitenangaben, Kraftstoffverbrauchs- und CO₂-Emissionswerte wurden anhand der WLTP-Testverfahren bestimmt (VO (EG) Nr. 715/2007 und VO (EU) Nr. 2017/1151).

⁴ Die genannten Reichweitenangaben, Kraftstoffverbrauchs- und CO₂-Emissionswerte 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).



Produktion: Stink Films
Regie: Martin Krejčí
Opel International: Tobias A. Gubitz, Director Brand Strategy & Marketing
Communications
Opel Deutschland: Christina Herzog, Marketingchefin Opel Deutschland

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:

Patrick Munsch	06142-772-826	patrick.munsch@opel.com
David Hamprecht	06142-774-693	david.hamprecht@opel.com
Axel Seegers	06142-775-496	axel.seegers@opel.com