



Media Information

14. April 2020

#OpelOpen zeigt: Opel-Händler und -Mitarbeiter sind für Opel-Kunden da

- #OpelOpen: Neue Kampagne mit dem ersten dezentralen Spot aus 14 Märkten
- Alle gemeinsam: Opel-Händler und –Mitarbeiter aus Europa schicken 300 Videos ein
- Aus dem Home Office: Video entsteht in nur 72 Stunden und quasi ohne Kosten
- Werkstätten weiter geöffnet: Kunden können jederzeit Termine vereinbaren
- Frühjahrsangebote: Service-Aktionen laufen und die Ersatzteilversorgung ist gesichert

Rüsselsheim. **#OpelOpen** ist das Motto der neuen Kampagne von Opel. Dabei bekräftigen Opel-Händler und -Mitarbeiter aus ganz Europa in Videostatements, dass sie weiterhin für ihre Kunden da sind. Aus 300 selbstgedrehten Filmbeiträgen ist so innerhalb von nur 72 Stunden ein dezentraler Spot entstanden. „Wir haben geöffnet“ ist die wesentliche Aussage der neuen Kampagne. [Opel](#) bietet weiterhin die wichtigsten Dienstleistungen an und hält die Kunden so mobil. In der Corona-Krise sollen sich die Menschen nicht auch noch um ihre Autos sorgen müssen. Die unkonventionelle Gestaltung des Films passt zur aktuellen Situation: Mit Selfie-Videos zumeist von Opel-Händlern, aber beispielsweise auch von Call Center-Mitarbeitern aus 14 verschiedenen Märkten setzt das Unternehmen ein starkes Statement, um füreinander da zu sein und gemeinsam der aktuellen Krise zu trotzen.

„Wir haben geöffnet, weil die Menschen auf uns zählen“, beginnt der neue Spot, der auf den Social-Media-Plattformen von Opel zu sehen ist. Der Spot bekräftigt das Engagement von Opel trotz Corona-Pandemie und sozialer Distanz. Opel-Händler aus ganz Europa zeigen, dass ihre Betriebe geöffnet sind, und sie damit die Gesellschaft mobil halten. Vierzehn europäische Märkte stellten Beiträge in zwölf verschiedenen Sprachen zur Verfügung, um das engagierte Versprechen von Opel zu formulieren – „Wir haben für Sie geöffnet“.



Die Kampagne passt zu Opels Claim „Die Zukunft gehört allen“

Selbst in der Krise sind die Opel-Händler telefonisch und per E-Mail erreichbar, wenn es um den Verkauf von [Neu-](#) oder [Gebrauchtwagen](#) oder den kurzfristigen Mobilitätsbedarf geht. Auch der Service läuft weiter. Inspektionen, kleine Wartungen, Hauptuntersuchungen, Reparaturen sowie Schadensgutachten lassen sich ebenfalls telefonisch, per E-Mail und über die myOpel App wie gewohnt vereinbaren. Die Versorgung an Opel Original Ersatzteilen ist gesichert. Aktionen wie [„Opel Service 100 Prozent automotiviert“](#) laufen wie geplant.

Darüber hinaus können Kunden ihr Auto zum Händler bringen, um sie zum Nach-Winter-Check zu geben. Kleinere Wartungen wie ein Scheibenwischerwechsel werden von einigen Werkstätten sogar als Drive-Thru- Service angeboten, bei dem der Fahrer im Auto sitzen bleibt und so keinen direkten Kontakt zu den Mitarbeitern des Autohauses bekommt. Auch für den bevorstehenden Wechsel von Winter- auf Sommerreifen bieten die Opel-Händler attraktive Angebote an. Interessierte Kunden können sich über Neuwagen-Sonderangebote wie die [Sondermodelle 2020](#), den [Opel Green Deal](#) und die Opel Flat direkt bei den Händlern informieren.

„Mit unserer Kampagne sagen wir nicht nur, dass wir offen für unsere Kunden sind, sondern uns ihre Anliegen und die der Gemeinschaft wirklich wichtig sind“, sagt Opel Deutschland-Chef Andreas Marx. „Die Opel-Händler arbeiten trotz der Krise und unter Berücksichtigung aller Hygieneanforderungen. Opel hält seine Kunden mobil, um ihnen in diesen schwierigen Zeiten wenigstens eine Sorge zu nehmen.“

Idee und Umsetzung stammen von VELOCITY McCANN, die für Opel engagierte Customized Agency der McCANN Worldgroup in Deutschland. Der Clip setzt sich aus dutzenden Selfie-Videos zusammen, die überwiegend in Eigenregie der Opel-Händler und -Mitarbeiter entstanden sind. Er ist unter folgenden Links auf den Opel Social Media-Kanälen zu finden: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#), [YouTube](#) In einem zweiten Schritt werden zudem länderspezifische Videoclips produziert, die auf den lokalen Kanälen zu sehen sind.



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:

Patrick Munsch	06142/7-72 826	patrick.munsch@opel.com
Axel Seegers	06142/69-22501	axel.seegers@opel.com