



Media Information

1. März 2021

„Mehr Mut. Mehr Mokka.“: Einführungskampagne zum Opel Mokka startet

- Elektrisierend: Internationale 360-Grad-Kampagne setzt den Newcomer in Szene
- Emotional: „Feelin' good“-TV-Spot weckt ein neues, *selbst*-bewusstes Lebensgefühl
- Extrovertiert: Kreative, Designer und Musiker als Botschafter auf digitalen Kanälen
- Erkenntnisreich: Mokka begeistert mit innovativem Design und Top-Technologien

Rüsselsheim. „Die Welt braucht ... mehr Haltung ... mehr Energie ... mehr Perspektive ... mehr Mut ... mehr Mokka.“ Genau dafür steht die coole, unkonventionelle 360-Grad-Kampagne, mit der Opel den [neuen Opel Mokka](#) ab heute auf allen Kanälen in Szene setzt. Was das heißt, zeigt der Newcomer mit seinem wegweisenden Design und seinen innovativen Technologien innen wie außen. Mit ihm fährt Opel in die Zukunft: mutig, klar und mit neuem *Selbst*-Bewusstsein. Der deutsche Slogan ist dabei Programm: **„Mehr Mut. Mehr Mokka.“**

Das gilt für den [TV-Spot](#), der genau wie das Auto in einem komplett neuen Style traditionelle Opel-Stärken in die Zukunft führt. Und das setzt sich auch auf den digitalen Plattformen fort: Dort unterstreichen die progressiven Mokka-Botschafter und Influencer mit ihren Statements den neuen Mokka-Spirit und erzählen, warum sie auf den Opel-Newcomer abfahren. Denn sie zeichnet das aus, wofür auch Opel mit seinem neuen Mokka steht: Sie füllen den individuellen, fortschrittlichen Zeitgeist mit Stil und Leben.

„Unsere neue Mokka-Kampagne ist mutig, klar und außergewöhnlich – einfach anders. Sie bewegt sich jenseits ausgetretener Marketing-Pfade und wagt Neues“, sagt Albrecht Schäfer, Direktor Marketing Opel Deutschland. „Der neue Mokka spricht auch Kunden an, die bisher noch nicht Opel gefahren sind. Mit der Kampagne stellen wir nicht nur den neuen Mokka vor, sondern zeigen auch, wie cool und modern eine deutsche Automarke sein kann. Anpassen war gestern – der neue Opel Mokka fordert mit seinem expressiven,



präzisen Design dazu auf, selbst mutig und klar zu sein. Er zeigt die zukünftige Designsprache der Marke und ist zugleich durch und durch ein Opel. Deshalb war uns von Anfang an klar: Dieses außergewöhnliche Auto muss mit einer ebenso mutigen Kampagne eingeführt werden.“

„It's a new Day“: Neuer Mokka-Spot gibt den Ton für die Marke an

Schon mit seinem musikalischen Intro setzt der [TV-Spot](#) den Ton der in Zusammenarbeit mit der Frankfurter Agentur „VELOCITY McCann“ erdachten und umgesetzten Kampagne: „It's a new Dawn, it's a new Day, it's a new Life for me ... and I'm feelin' good“. Der ausdrucksstarke und gerade deshalb vielfach gecoverte Song untermalt den Spot – in einem speziell für diesen Zweck entwickelten Up-Tempo-Opel Mokka-Remix. Eine echte „Feel-good“-Hymne, die Spaß macht und sprichwörtlich für einen Neustart steht – genau wie der neue Mokka. Und ein Song, der neu interpretiert zugleich das Beste aus Tradition und Moderne miteinander verbindet. Wie der Mokka: Das Auto ist ein echter Eyecatcher, lässt mit starken Proportionen und dem neuen Markengesicht Opel-Vizor die künftige Designsprache der Marke selbstbewusst real werden – und setzt dabei die traditionellen Opel-Tugenden in einer zukunftsweisenden Ausführung um. Ganz Opel-typisch macht der neue Mokka Top-Technologien aus höheren Fahrzeugklassen erschwinglich. Er ist ein Auto für alle, das im wahrsten Sinne des Wortes elektrisiert und verbindet.

„Der Spot fängt den Zeitgeist ein. Es fühlt sich gerade so an, als hätte die Welt den Reset-Knopf gedrückt. Auch wenn wir uns alle wünschen, schnell zur Normalität zurückzukehren, wollen wir nicht mehr die Normalität von früher“, erklärt Don Bryan, Executive Creative Director von VELOCITY McCann.

Social Media-Aktivierung: Mit Mokka und Botschaftern die Community gewinnen

Diese Message vertieft die 360-Grad-Kampagne online, in den Printmedien, im TV sowie auf der Straße. Der neue Mokka ist so ab sofort auf vielen digitalen Plattformen und Social-Media-Kanälen zu sehen, in interaktiven Advertisements genauso wie in Anzeigen oder Advertorials in Lifestyle-Formaten – stets mit einem Wow-Effekt.



Bereits zur Weltpremiere des neuen Mokka im vergangenen Herbst hat Opel deshalb [junge Kreative, Designer und Musiker](#) mit ins Boot geholt – Künstler, die etwas zu sagen haben und neue Perspektiven bieten. Stars und Influencer, die ihren ganz eigenen Style pflegen. Neben Singer-Songwriter Nico Santos (@nicosantosofficial) und Designer Marcel Ostertag (@marcelostertag) zählen auch Content Creator Sonny (@sonnyloops), Gründer und Chefredakteur des Blogs „Dressed Like Machines“ Willy (@willy) sowie Influencerin und Interior-Designerin Judith (@lifetimepieces) zu den neuen Mokka-Botschaftern.

Wie der neue Style von Opel aussieht und was wirklich zählt, will der Hersteller von den Social Media-Usern auch in der [„Germany's Next Topmodel“](#) begleitenden Digitalkampagne [jointochange.de](#) wissen. Genau diese einzigartigen, unkonventionellen Engagements und Sichtweisen vertieft Opel mit der neuen Mokka-Kampagne – nicht technisch kühl, sondern ganz lässig und cool. Mit neuer, mutiger und klarer Designphilosophie, begeisternden Innovationen, elektrisch und nachhaltig, kurz: mit dem neuem Opel-Selbst-Bewusstsein „Mehr Mut. Mehr Mokka“.

Mutig und klar: Mit zukunftsweisendem Design und Top-Technologien zum Erfolg

Diesen Mut und diese klare Message haben die Opel-Entwickler und -Designer beim neuen Mokka bis ins kleinste Detail umgesetzt. Augenfälliges Merkmal der Vorderansicht ist der unverwechselbare Opel-Vizor. Wie bei einem Integralhelm legt sich ein schützendes Visier über das neue Opel-Gesicht, das den Fahrzeuggrill, die LED-Scheinwerfer und den im Mittelpunkt stehenden, neu gezeichneten Opel-Blitz nahtlos in einem Element integriert. Der Innenraum spiegelt die klare Philosophie wider: Das neue horizontal verlaufende, volldigitale Opel Pure Panel integriert zwei Widescreen-Displays und ist konzentriert auf das Wesentliche; alle störenden optischen Reize bleiben außen vor. Es ist im Gegensatz zu sonst teilweise überfrachteten Cockpits übersichtlich gegliedert und auf den ersten Blick erfassbar.

Klar auch, dass der Opel Mokka bereits zum Einstiegspreis von 19.990 Euro (UPE inkl. MwSt.) reichhaltig ausgestattet ist. So zählen hochmoderne Assistenzsysteme vom Frontkollisionswarner mit automatischer City-Gefahrenbremsung und Fußgängererkennung über Spurhalte-Assistent, Verkehrsschild- und Müdigkeitserkennung bis hin zum intelligenten Geschwindigkeitsregler und -begrenzer in jeder Variante zum



Serienumfang. Eben Top-Technologien, die man sich leisten kann. Und die bereits ausgezeichnet sind: So haben die Leser von *Auto Bild* und *Computer Bild* abgestimmt und den [„Connected Car Award 2020“](#) an den neuen Mokka-e verliehen. Der batterie-elektrische Opel hat sich so direkt den Sieg als Trendsetter in Sachen Innovationen und Vernetzung in der heiß umkämpften Kategorie der Kompaktwagen geholt – passend zum neuen Kampagnen-Slogan „Mehr Mut. Mehr Mokka“.

Über Opel

Opel ist einer der größten europäischen Automobilhersteller und dank seiner umfassenden Elektrooffensive führend bei der Reduktion von CO₂-Emissionen. Das Unternehmen wurde 1862 in Rüsselsheim gegründet und begann 1899 mit der Automobilproduktion. Opel gehört zur Stellantis NV, einem weltweit führenden Unternehmen für eine neue Ära der nachhaltigen Mobilität, das im Januar 2021 aus der Fusion der Unternehmen Groupe PSA und FCA Group entstanden ist. Weltweit sind Opel und die Schwestermarke Vauxhall in mehr als 60 Ländern vertreten. Gegenwärtig setzt Opel seine Strategie zur Elektrifizierung des Portfolios konsequent um. Damit wird sichergestellt, dass die zukünftigen Mobilitätsanforderungen der Kunden erfüllt werden – für einen nachhaltigen Erfolg. Bis 2024 wird es alle Opel-Modelle auch in elektrifizierten Varianten 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
David Hamprecht
Axel Seegers

06142-772-826
06142-774-693
06142-6922501

patrick.munsch@stellantis.com
david.hamprecht@stellantis.com
axel.seegers@stellantis.com