**Pressemeldungen**

Pressemeldungen müssen stets die fünf W’s, d.h. wer, was, wann, wie und warum enthalten. Für Success-Stories kommt noch das wie viel, d.h. welche Zahlen beweisen oder untermauern den Erfolg, hinzu. Anhand des ausgefüllten Briefings wird ein Pressetext erstellt, der erst nach Abstimmung und Freigabe seitens des Kunden veröffentlicht wird.

**Leitlinie zum Ausfüllen:**

Die Beschreibung muss so genau sein, dass ein Außenstehender ohne Rückfragen das Thema oder Projekt gänzlich erfassen kann.

**Bitte alle weißen Felder ausfüllen.**

|  | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Von:** | | **L I G A N O V A -** | |
| **Projektname:** | | Opel IAA | |
| **Allgemeine Informationen zum Projekt:** | | | |
| **Auftraggeber/Kunde -** Wer ist Euer Kunde? Handelt es sich um einen Neukunden oder um ein Folgeprojekt? | | | |
| Opel - ist ein Folgeprojekt, schon 2024 hat LIGANOVA den Stand und die Messe-Experience auf der IAA gemacht. | | | |
| **Informationen zum Etat -** Gab es einen Pitch, wenn ja gegen wie viele Agenturen, lässt sich etwas zur Etathöhe sagen, z.B. der Etat liegt im sechsstelligen Bereich? | | | |
| N/A | | | |
| **Hintergrundinformation zum Projekt:** | | | |
| **Eine vollständige Angabe sämtlicher relevanter Projektdetails** **-** Wann (und wo) wird/wurde das Projekt umgesetzt? Was wird/wurde für den Kunden genau umgesetzt (Leistungen)? Was will der Kunde damit erreichen (Zielsetzung)? Wer soll angesprochen werden (Zielgruppe)? Was zeichnete die Umsetzung besonders aus? Was waren die Gründe, warum das Projekt so umgesetzt wurde? Ist dies das erste Projekt seiner Art? Welche Technologie wird eingesetzt? Was macht das Projekt kreativ oder innovativ? Was waren besondere Herausforderungen? Ggf. könnt ihr auch ein Konzept oder Kundenbriefing mitschicken. | | | |
| → Das Konzept habe ich separat angehängt. Aber hier nochmal Infos, die ich auf der Tonspur bekommen habe:  → Das Ganze wurde von LIGANOVA Horizon eingetütet, aber wir würden es unter LIGANOVA Group positionieren, da es komisch erscheint, wenn LIGANOVA Horizon plötzlich einen Messestand umsetzt, obwohl sie ja prinzipiell als Digital-Agentur positioniert sind.  **Opel 2025 & GSE**: Opel plant, ab 2025 unter dem zentralen Markendach „GSE“ (Grand Sport Experience) jeweils eine sportliche Variante aller Fahrzeugmodelle anzubieten. Der Fokus liegt dabei auf der Verbindung von sportlicher Performance und Opel-Tradition, getreu dem Motto „Vom Rallye-Meister zum Straßenfahrzeug“. Innerhalb des Stellantis-Konzerns ist Opel die einzige deutsche Marke, die für „German Engineering“ steht; nur ausgewählte, besonders sportliche Komponenten schaffen es in die GSE-Modelle, was diese zur Speerspitze – gewissermaßen zum „Mekka“ – für Performance macht.  **Messe- & Eventkonzept IAA:** Auf dem Messestand wird das Concept Car „Gran Tourismo“ mit einer beeindruckenden 800 PS starken Variante präsentiert. Das Serienmodell „Grand Tourismo“ ist für das Jahr 2026 angekündigt. Exklusiv zur IAA gibt es zwei Renn-Simulatoren, bei denen das Fahrzeug virtuell gefahren werden kann; der reale Fahrstart folgt erst 2-3 Monate nach dem Event.  **Standdesign & Kreativkonzept**: Optisch setzt das Standdesign – exklusiv für den Odeonsplatz– ganz auf eine pixelige, knallgelbe, kubistische Ästhetik, die an digitale Pixelwelten erinnert. Im Gegensatz dazu wirkt das Hallenstanddesign wesentlich zurückhaltender/„langweiliger“. Die Idee zu diesem auffälligen Pixel-Cube stammt von der Agentur Jung von Matt (Leitfrage: „Was fühlst du, wenn du das Auto erlebst? — OMG-GSE“). Ein realistischer 3D-Hologramm KI-Avatar spricht Messebesucher an, führt sie in die Gesamtkonzepte ein und ermöglicht ein immersives Erlebnis zwischen realem Turbo, künstlicher Intelligenz und packender Gaming-Experience.  **Agentur & weitere Modelle**: Liganova übernimmt die Rolle der Leadagentur für die IAA-Experience. Neben dem Gran Tourismo werden auf dem Stand der Mokka GSE (Produktauto) sowie ein drittes, thematisch weniger passendes Modell gezeigt. Über dem gesamten Stand schwebt ein gelber Pixel-Würfel („Cube“) mit einem Leaderboard, um insbesondere jüngere, gaming-affine Zielgruppen mit spielerischen Elementen und Wettbewerb („Leaderboard“) anzusprechen. | | | |
|  | | | |
| **Kernaussage / Ziel der Veröffentlichung -** Was ist der Kernpunkt der Veröffentlichung? Welche Aussagen sollen dem Leser in Erinnerung bleiben? | | | |
| LIGANOVA ist die Lead-Agentur für Opel auf der IAA; setzt eine olistische Experience mit Gesamtkonzept um von Architektur bis hin zur Gaming-Experience. | | | |
|  | | | |
| **Zitat -** Das Zitat fasst den Erfolg des Projekts zusammen, z.B. wie zufrieden der Kunde über die Zusammenarbeit ist, wie viele Neukunden er durch das Projekt gewonnen hat, dass die Ziele des Projekts weit übertroffen wurden, etc. Das Zitat sollte von einer Person stammen, die mindestens auf Abteilungsleiter-Ebene ist. | | | |
| *"German Engineering bedeutet für uns nicht nur technische Exzellenz, sondern vor allem emotionales Fahrerlebnis. Mit der innovativen Inszenierung unseres Corsa GSE Vision Gran Turismo und des Mokka GSE zeigen wir 2025, dass Opel 'from rally to road' mehr als nur ein Claim ist – es ist unser Versprechen an eine neue Generation von Fahrern"*, erklärt Rebekka Reinermann, CMO der Opel AG.Alexander Ludwig, Geschäftsführer von Liganova Horizon, ergänzt: *"Das Opel-Projekt verkörpert unsere Stärke: Wir verstehen Marken-DNA und übersetzen sie in innovative Experiences. Gaming-Design, Holo-Technologie und Motorsport-Storytelling – alles fügt sich zu einem emotionalen Gesamterlebnis zusammen, das Opels GSE-Offensive perfekt inszeniert."* | | | |
|  | | | |
| **Bildmaterial -** Pressetaugliches Bildmaterial sollte mindestens 300 dpi groß sein. | | | |
| Kommt am 6./7.9. - ab Pressetag | | | |
|  | | | |