

## Opel mit neuem Agenturmodell

Opel stellt das Agenturkonzept in der Markenkommunikation neu auf. Die bisherige Leadagentur Scholz & Friends und die Agentur Heimat ergänzen sich künftig in der Zusammenarbeit sowie im Wettbewerb um die besten Kampagnen-Ideen. Während einzelne Aufgaben jeweils einer Agentur zugeordnet sind, werden bei großen Kampagnen beide Partner Vorschläge entwickeln.

Scholz & Friends sowie Heimat werden sich um die 360-Grad-Kreation von europäischen Kampagnen sowie Kampagnen zu Baureihen kümmern. Scholz & Friends wird darüber hinaus für den Bereich Network verantwortlich zeichnen und die europäische Zusammenarbeit nationaler Agenturen koordinieren, während Heimat den digitalen Content inklusive Social Media betreut. Zusätzlich werden weitere Unternehmen, so genannte Challenger, für besondere Ideen oder Formate zum Zuge kommen. Aktuell arbeitet Opel bereits mit der Agentur DoJo („Jung und Schlecht Gelaunt“) zusammen.

Mit dem neuen Agenturmodell reagiert Opel auf die Veränderungen im Werbemarkt. Dazu gehören unter anderem die Zunahme der digitalen Kanäle und die Anforderungen an kanalspezifische Kampagnen. Es wurde gemeinsam mit der Unternehmensberatung McKinsey auf Basis einer umfangreichen, unabhängigen Analyse entwickelt. Auch im Vereinigten Königreich, bei Opels Schwestermarke Vauxhall, wird das Konzept angewandt. Neben McCann wird künftig auch die Agentur Mother London für Vauxhall tätig werden. Beide Agenturen werden zudem am Entwerfen paneuropäischer Kampagnen beteiligt sein. (ampnet/jri)

---

## Bilder zum Artikel



Opel-Marketingchefin Tina Müller.

Foto: Opel



Opel-Marketingchefin Tina Müller.

Foto: Opel

---