

PRESSEMITTEILUNG

Virtual Reality / Opel / „Germany’s next Topmodel“

SevenOne AdFactory setzt für Opel den ADAM mit innovativem 360° Grad-Musikvideo in Szene / Bekannte Influencerinnen präsentieren sechs Modelle in verschiedenen Opel-Welten

Unterföhring, 28. April 2017. 360°-Catwalk: Die SevenOne AdFactory hat für Opel ein spektakuläres Konzept umgesetzt, bei dem eine Kandidatin von „Germany’s next Topmodel“ gemeinsam mit dem Modell ADAM in sechs verschiedenen virtuellen Welten zu sehen ist. Mit der aufwendigen Virtual Reality-Produktion setzt Opel eine aufmerksamkeitsstarke Werbe-Innovation um, die die technischen Möglichkeiten kreativ ausschöpft. Opel führt damit seine erfolgreiche Kooperation mit der ProSieben-Show im 6. Jahr fort. Das 360°-Video ist dabei ein Baustein, der das Kommunikationskonzept aus TV-Werbeformen (Sponsoring, Spots), Online Special Ads, Placements und einem redaktionellen Gewinnspiel eindrucksvoll ergänzt.

Im Video tritt die Kandidatin, die im Rahmen von „Germany’s next Topmodel“ von Opel für ihre Werbeproduktion ausgewählt wurde, zum Song „The Way she walks“ in sechs verschiedenen Lifestyle-Welten auf, die für die neuen Modellausführungen des Opel ADAM stehen. Ob wild, chic, sporty, glam, trendy oder funky – das Nachwuchsmodel schlüpft dabei jedes Mal in eine andere stylegerechte Rolle. Das 360°-Musikvideo wird schließlich online auf der Opel-Aktionsseite, auf ProSieben.de, YouTube und Facebook eingebunden und durch diverse Social Media-Postings und Werbemittel unterstützt.

Die sechs verschiedenen Welten des Opel ADAM werden in der Produktion jeweils von sechs aufstrebenden Influencern wie Mady Mattheus oder Nives Arrigoni präsentiert. Gemeinsam mit dem Producer des Songs, Whistleback, tauchen sie auch im 360°-Musikvideo auf. Hauptdarstellerin und Mittelpunkt des Films ist jedoch die „Germany’s next Topmodel“-Kandidatin gemeinsam mit dem Opel ADAM. Für den Dreh mit modernster Virtual Reality-Technologie wird der gesamte Raum ausgeschöpft und damit ein besonders intensives Seherlebnis erzeugt. Für die Postproduktion zeichnet OMSTUDIOS, Berlin, verantwortlich. Als Location sorgt ein Lagerhaus für die urbane Atmosphäre der Inszenierung. Die Regie führte Uwe Flade, der bereits über 70 Musikvideos für Künstler wie Depeche Mode, AHA, Franz Ferdinand, Aura oder Zweiraumwohnung sowie Commercials für Mini, Dacia oder Burger King gedreht hat.

Eun-Kyung Park, Geschäftsführerin Sales SevenOne AdFactory: „Opel und ‚Germany’s next Topmodel‘ sind zu einem echten Winner-Team geworden. Bei dieser spannenden Konzeptidee kommt das Beste aus zwei Welten zusammen:

Opels ausgewiesene Kompetenz in modernen Digitalstrategien und unsere Expertise in Innovationsthemen wie beispielsweise Virtual Reality und deren Transfer in eine moderne Markenkommunikation.“

Michael Theis, Leiter Markenkommunikation und Sponsoring Opel Deutschland: „Der Opel ADAM ist das perfekte Auto für den modernen, individuellen Lifestyle. Das hat er bereits bei vielen Challenges in den vergangenen ‚Germany’s next Topmodel‘-Jahren unter Beweis gestellt. Mit dem innovativen 360°-Musikvideo ‚The way she walks‘ gehen wir noch einen Schritt weiter. Die Virtual Reality-Technologie macht es möglich, den ADAM aus jedem gewünschten Blickwinkel zu betrachten. Immer neu, immer anders und absolut einzigartig!“

ProSiebenSat.1 Media SE
Ansprechpartner:

Konzernkommunikation Sales
Kerstin Bauer
Tel. +49 [89] 95 07 - 1133
Fax +49 [89] 95 07 - 91133
Mail: Kerstin.Bauer@ProSiebenSat1.com

Marcus Prosch
Tel. +49 [89] 95 07 - 8920
Fax +49 [89] 95 07 - 98920
Mail: Marcus.Prosch@ProSiebenSat1.com