

Opels erfolgreiche Heimkehr in die Nähe zum Sport

Erst seit sechs Wochen zeichnet Tina Müller als Vorstand für das Marketing der Adam Opel AG verantwortlich und schon fiel eine Erfolgsbilanz in ihre Verantwortung. Seit einem Jahr engagiert sich Opel wieder im Sport und das gleich erfolgreich: Denn von den fünf Fußballmannschaften, die von den Rüsselsheimern unterstützt werden, spielen jetzt drei in den europäischen Ligen. In nur rund zwölf Monaten konnte Opel unter den Fußball-Sponsoren schon wieder das drittbeste Ergebnis bei den Marketing-Effekten einfahren.

Frau Müller war zufrieden. Sie beschwor die Partnerschaft mit dem Fußball und mit dem Sport allgemein als langfristige Strategie. „Wir haben als Opel ein bisschen zu defensiv gespielt“, meinte sie. „Aber wir sind wieder da.“ Um das zu feiern hatte sie Vertreter der drei „europäischen“ Bundesliga-Vereine mit Opel-Sponsorschaft zu einem Expertengespräch mit der Presse ins Adam-Opel-Haus nach Rüsselsheim eingeladen. Dort trafen man sich im Foyer: Jürgen Klopp und Sebastian Kehl von Borussia Dortmund, Christian Streich und Mike Hanke vom FC Freiburg sowie Stefan Kießling und Wolfgang Holzschuh von Bayer Leverkusen.

Unter der Moderation von Rainer Holzschuh („Kicker“) ging's zur Freude der vielen Hundert Zuschauer auf allen Etagen rund ums Foyer zur Sache - natürlich auch um die nächste Fußball-Weltmeisterschaft. Gefragt nach den Chancen der deutschen Mannschaft antwortete Jürgen Klopp fast diplomatisch: „Wir hoffen alle, dass wir Weltmeister werden. Aber sicher ist sich – glaube ich – keiner.“

Nach zehnjähriger Abstinenz sponsort Opel nun gleich fünf deutsche Fußball-Spitzenmannschaften: Neben Borussia Dortmund, Bayer 04 Leverkusen und SC Freiburg, auch FSV Mainz 05 und Fortuna Düsseldorf. Hinzu kommen der niederländische Erstligist Feyenoord Rotterdam und der türkische Spitzenclub Galatasaray Istanbul. Auf den britischen Inseln setzt die Opel-Schwestermarke Vauxhall ihre Partnerrolle für die Nationalmannschaften von England, Nordirland, Schottland und Wales fort.

Darüber hinaus fahren seit dem vergangenen Jahr auch wieder schnelle Opel über europäische Rennstrecken. Der Adam beweist seine Sportlichkeit in einer eigenen

Rallye-Cup-Serie (ADAC Opel Rallye Cup) und der Astra OPC zeigt sich als Rennfahrzeug für die Nürburgring-Nordschleife (Opel Astra OPC Cup). Mit seinem Rallye-Engagement nimmt Opel aber auch die europäische Bühne ins Visier. Denn über Deutschland hinaus besteht in allen Schwerpunktmärkten ein starkes Interesse am Ralliesport. Als Sportgerät kommt dabei seit der Saison 2013 eine Rallye-Cup-Version des Opel Adam zum Einsatz. Im Rahmen der ADAC Rallye Masters-Rennserie fahren diese Kundenfahrzeuge einen Markenpokal (ADAC Opel Rallye Cup) aus.

Als technische Basis für das Engagement auf der Rundstrecke fungiert der Astra OPC, den Opel ebenfalls seit der laufenden Saison in einer Rennversion für den Kundensport anbietet. Die Cup-Fahrzeuge sind auf die VLN-Langstreckenmeisterschaft Nürburgring zugeschnitten – die populärste Breitensport-Rennserie Europas – und fahren in einer eigenen Klasse um den eigenen Markenpokal (Astra OPC Cup).

Die Rückkehr ins Sportsponsoring soll an die alten Erfolge anknüpfen. In den 1990er Jahren war Opel als Partner renommierter Teams wie dem FC Bayern München, AC Mailand, Paris Saint-Germain, IFK Göteborg und der niederländischen Nationalmannschaft marktführend. Mit dem deutschen Rekordmeister aus München arbeitete Opel zwölf Jahre (1990 bis 2002) zusammen. Der Automobilhersteller engagierte sich damals in den „dynamischen Ballsportarten“, zu denen neben Fußball noch Basketball, Handball, Hockey, Tennis und Tischtennis zählten. Zu den bekanntesten Markenbotschaftern im Sport gehörten unter anderem die siebenfache Wimbledonssiegerin und Tennis-Weltranglistenerste Steffi Graf sowie der deutsche „Goldfisch“ Franziska van Almsick. (ampnet/Sm)