

Oschersleben 2014: 62 000 Opel-Fans huldigen ihrer Marke

Von Alexander Voigt

Über 62 000 Teilnehmer aus aller Welt pilgerten am Wochenende nach Oschersleben, südlich von Magdeburg. Aus der DTM-Rennstrecke wird seit 19 Jahren am Himmelfahrt-Wochenende „Opelsleben“. 450 organisierte Clubs der Marke sind beim größten Opel-Fan-Treffen der Welt mit am Start. Und nur wer kein Opelaner ist, feierte nicht in einem der Festzelte oder auf dem Freigelände. Auf dem Burnout-Platz drehte der Burnator seine Kreise. Auf der Rennstrecke lockten Drift-Challenge oder ein 1/8-Meile-Sprint Contest und auf der Show&Shine-Fläche stellten zahlreiche stolze Besitzer ihr Opel-Schmuckstück aus. Da verwundert es nicht, dass 35 Aussteller aus dem Tuning-Bereich mit eigenen Shops auf dem Gelände vertreten waren.

In diesem Rahmen zog Opel eine erste Bilanz des neuen Motorsport-Engagements. Bereits seit 2012 verfolgen die Rüsselsheimer ihr Zehn-Jahres-Programm „Drive 2022“. Das fixiert die drei Markenkern „Deutsch“, „Nahbar“ und „Aufregend“: Opels „German Engineering“ soll sich durch eine besondere Bodenständigkeit in der Kundenpflege auszeichnen. Neben dem neuen Design aller Modelle soll die Konnektivität für das „Aufregende“ bei Opel stehen.

Parallel dazu betreiben die Opelaner den Wiedereinstieg und die Neuausrichtung im Bereich des Motorsportes. Jörg Schrott, Direktor Motorsport, betont: „Opel ist zurück im Motorsport“. Man habe eine 115 Jahre alte Tradition und betreibe bereits seit 2013 wieder verstärkt den Nachwuchssport, im Jugend- und Amateurbereich, sowie den Breiten- und Kundensport. „Das Ziel ist, wieder junge Kunden an die Marke Opel zu binden“, so Schrott weiter. Man verfolge klar einen europäischen Ansatz mit einem besonderen Augenmerk auf den Kernmarkt Deutschland. Und alle Aktivitäten gelten langfristig. Wenn man sich engagiert, dann täte man das mindestens für drei Jahre.

Das gilt seit 2013 zunächst für den Rallyesport und den Opel-Astra-OPC-Cup im Rahmen des VLN-Langstreckenpokals. In der Geschichte von Opel steht der Name Walter Röhrl

für eine Tradition, an die man wieder anknüpfen möchte. Röhl gewann 1982 auf einem Opel Ascona 400 die Rallyeweltmeisterschaft. Mit dem Opel Adam verfügen die Rüsselsheimer über ein passendes Zielgruppenprodukt und eine strategische Partnerschaft mit dem ADAC, der dabei die Organisation der ADAC Rallye Masters übernimmt. Die Nachwuchsfahrer von bis zu 27 Jahren bekommen mit dem Opel Adam Rallye (140 PS) für rund 25 000 Euro ein einsatzfähiges Rallyefahrzeug, mit dem sie einen eigenen Markenpokal ausfahren. Die besten unter ihnen werden dann auf der nächsten Stufe der strategischen Opel-Rallye-Pyramide schon mit Starts auf europäischer Ebene belohnt; dann bereits auf dem Adam R2 mit 190 PS.

Vorläufiges Ziel soll im Laufe der nächsten Jahre sein, einen deutschen Rallyefahrer auf einem Rallye-Corsa im Rahmen der Europäischen Rallyemeisterschaft aussichtsreich starten zu lassen. Nach einem Jahr zieht Jörg Schrott eine erste Bilanz: „Innerhalb von einem Jahr haben wir das Anfänger-Level unserer Pyramide erfolgreich umgesetzt. Zahlreiche junge Talente bekamen eine Bühne sich selbst zu verbessern“.

Das erkennt man auch auf dem anderen Feld des Opel-Motorsports. Rund 20 Opel Astra OPC starten auch 2014 einen eigenen Cup im Rahmen der VLN Langstreckenmeisterschaft auf dem Nürburgring. Das Ziel: bezahlbaren Motorsport mit einem qualitativ hochwertigen Cup-Fahrzeug in einem professionellen Umfeld anzubieten. Und nicht nur dort. Zurzeit kalkulieren die Rüsselsheimer mit einem Opel Astra OPC Extreme (über 300 PS, noch einmal 100 Kilogramm leichter) auf den regulären Markt zu kommen. Als dessen Basis diene das aktuelle Cup-Auto. Jörg Schrott abschließend: „Opel ist bestens gerüstet für eine neue, erfolgreiche Ära im Motorsport“.

(ampnet/av)

Bilder zum Artikel



Opel-Treffen in Oschersleben.



Opel-Treffen in Oschersleben.



Opel-Treffen in Oschersleben.



Opel Astra OPC Extreme.



Opel-Treffen in Oschersleben: Wahl der „Miss Opel“.



Opel-Treffen in Oschersleben.
