

CLASSIC DRIVER

Rückblick: Das 24-Stunden-Rennen am Nürburgring



Rund 1.700 Rennfahrer und 220 Teams aus 23 Ländern waren am vergangenen Wochenende in die regennasse Eifel gereist, um sich beim 32. Internationalen ADAC-24-Stunden-Rennen am Nürburgring zu messen. Leistungsstarke Autos, eiserne Fahrer und apokalyptische Regenfälle machten die 32. Auflage des Langstreckenrennens durch die „Grüne Hölle“ zu einem der nervenaufreißendsten Motorsport-Events des Jahres. Doch nicht nur auf dem Asphalt der Nordschleife zählte ein langer Atem - auch die rund 220.000 Fans am Rande der Strecke zeigten mit beeindruckender Professionalität, wie man sich mit Bockwurst und Bier über vierundzwanzig Stunden sprichwörtlich „über Wasser“ halten kann.

Nicht ganz so rustikal ging es in der direkt an der Start- und Zielgeraden gelegenen Jaguar Lounge zu: Zum Renn-Debüt des neuen Jaguar S-Type 2.7 L V6 Twin-Turbo-Diesel hatte die Deutschlandvertretung des britischen Herstellers exklusiv an den Nürburgring geladen. Den Gästen bot sich bei Sekt und Buffet-Variationen nicht nur eine optimale Aussicht auf den Start, die Boxengasse und die Coca-Cola-Kurve, sondern zudem auch die Möglichkeit, das Jaguar-Team persönlich kennenzulernen. Am Samstagvormittag begrüßte Rainer Landwehr, der Jaguar-Deutschland-Chef, die einzelnen Fahrer - nicht ohne die Gelegenheit zu nützen, seinem Team noch einmal alles Gute zu wünschen. Als prominenter „Glücksbringer“ gesellte sich auch der motorsportbegeisterte Schauspieler Jürgen Vogel kurz vor dem Start noch einmal zu den Fahrern und dem grasgrünen Hoffnungsträger mit der Startnummer 77.





Nach dem offiziellen Start um 15 Uhr hatten die Gäste dann ganze vierundzwanzig Stunden Gelegenheit, die Nordschleife mit einem Shuttle abzufahren oder aus dem Helikopter von oben das Renngeschehen zu beobachten. Wahlweise konnte man den Mechanikern in der Boxengasse bei der Arbeit zusehen oder einen der zahlreichen Platzregen in der Jaguar-Lounge mit einem Kaffee zu überbrücken. Und während sich der Jaguar Twin-Turbo-Diesel durch das nächtliche Unwetter kämpfte, wurde gegenüber der Haupt-Tribüne die Cocktail-Bar geöffnet, die Musik heraufgedreht und zur großen Rennparty geladen.

Trotz eines Drehers in den frühen Morgenstunden des Sonntags und einem daraus resultierenden Schaden an der Vorderradaufhängung erreichte die Jaguar-Limousine das Ziel und einen respektablen Platz in der Klassenwertung. Doch genau wie die Jaguar-Gäste ließ sich auch Teamchef Schubauer angesichts des wetterbedingten Ausfalls die Laune nicht verderben: „Wir wollten demonstrieren, was mit einem Serienfahrzeug möglich ist. Das ist uns gelungen. Der neue Jaguar S-Type und vor allem der 2,7-Liter-V6-Diesel haben reibungslos funktioniert.“





Doch die „Grüne Hölle“ ist nicht nur für Fahrer und Zuschauer interessant – hier wird auch Business gemacht. Der Technik-Konzern Bosch hatte auch in diesem Jahr mit seinem Sponsoring die Verbundenheit zum Motorsport unterstrichen. Für Marketing-Mann Marcus Klippgen geht das Engagement im 24-Stunden-Rennen über ein normales Sponsoring hinaus: „Egal ob BMW, Mercedes oder Porsche – in so gut wie jedem Auto auf der Nordschleife stecken Teile von Bosch. Und gerade das 24-Stunden-Rennen ist für uns eine besondere Gelegenheit, unseren Namen zu plazieren. Denn hier erreichen wir jeden – vom Entscheidungsträger in der Automobilindustrie über den Mechaniker in der Boxengasse bis hin zum Endkunden im Publikum.“





Ähnliche Motive bewegen die Zürich Gruppe, sich am Nürburgring kontinuierlich zu präsentieren. Eduard Thometzek, der seit Juli 2003 Vorstandsvorsitzender der Zürich Gruppe Deutschland ist, traf sich mit Classic Driver in der beeindruckend ausgelegten Zürich-Lounge im Racing Club des Nürburgring. Die Zürich-Gruppe ist seit fünf Jahren Hauptsponsor des 24-Stunden-Rennens und hatte während der Veranstaltungstage für ganze 4000 Gäste zu sorgen. Der diplomierte Betriebswirt Thometzek dazu: „Wir sind stolz auf unser Engagement im 24-Stunden-Rennen und geben unseren Partnern und Kunden hier die Möglichkeit, sich in angenehmer Atmosphäre das Renngeschehen anzuschauen und gleichzeitig Kontakte zu knüpfen.“





Den rund 1000 Vermittlern der Zürich-Versicherungsgruppe sowie den geladenen Gästen wurde zudem ein besonderes Unterhaltungsprogramm geboten: „Vom Besuch des Ü-Wagens und der „Hot Spots“ der Strecke über die obligatorische „Rennwurst“ bis hin zum Helikopterflug und einer Nordschleifen-Runde im Audi RS6 wollten wir unseren Gästen alles bieten, was man sich am Nürburgring nicht selbst kaufen kann,“ erzählt Tometzek begeistert. „Und bei einem 24-Stunden-Rennen darf natürlich auch die Unterhaltung nicht abbrechen - unter dem Motto „Rock am Ring 2“ wurde in unserer Lounge bis zum Morgengrauen getanzt und gefeiert.“ Ganz nebenbei erreichte das hauseigene Rennteam der Untergruppe Bonnfinanz in der Serienklassewagen V5 den zweiten Platz.

Den Sieg im Gesamtklassement sicherten sich die beiden BMW M3 GTR mit den Startnummern 42 und 43. Den ersten Platz belegten Dirk Müller, Jörg Müller und Hans-Joachim Stuck. Die Fahrer des zweiten M3 - Pedro Lamy, Duncan Huisman und Boris Said - überquerten die Ziellinie als Zweitplatzierte und sicherten so den Doppelsieg für das Team BMW Motorsport. Viele der Fans hatten bis zum Zeitpunkt der Zieleinfahrt kaum oder gar nicht geschlafen und die Fahrer über das gesamte Rennen hinweg sowohl mental, als auch durch beherztes Zugreifen im Krisenfall unterstützt und den ein oder anderen Wagen im strömenden Regen zurück auf die Piste geschoben.

Text & Fotos: [Jan Baedeker](#)





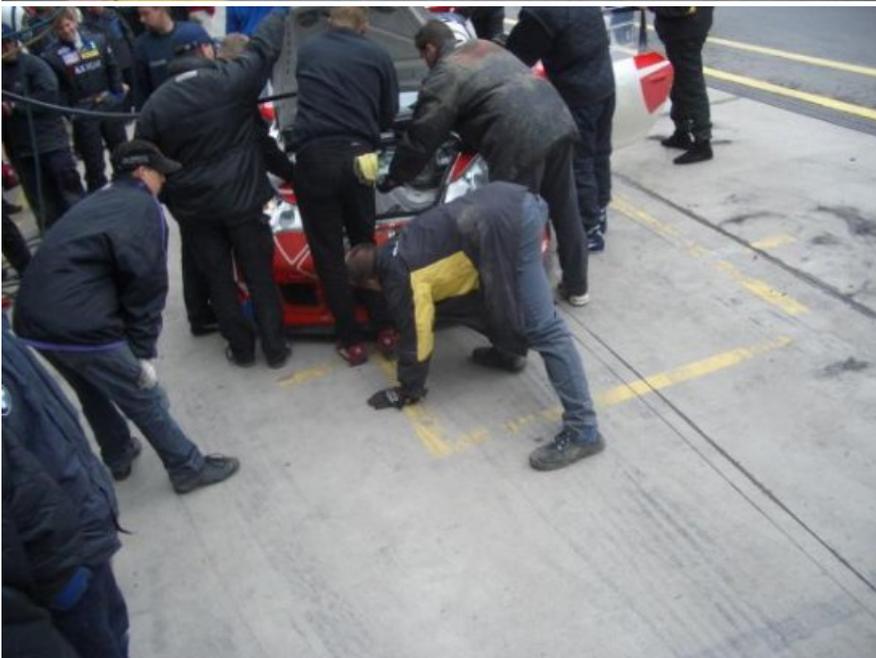




















Galerie

Source URL: <https://www.classicdriver.com/de/article/r%C3%BCckblick-das-24-stunden-rennen-am-n%C3%BCrburgring>
© Classic Driver. All rights reserved.