

Nürburgring 2009: Vollgas auf der schnellsten Baustelle Deutschlands

André Schmidt

Die Weiterentwicklung des Nürburgrings zu einem ganzjährigen Freizeit- und Businesszentrum geht mit großen Schritten voran. Nach dem Spatenstich im November 2007 und der Grundsteinlegung im April 2008 wird jetzt parallel zur „schnellsten Baustelle Deutschlands“ mit Hochdruck an den Feierlichkeiten rund um die Eröffnung gearbeitet. Diese wird im Juni 2009 stattfinden.

Der Termin für den Festakt mit Ministerpräsident Kurt Beck und geladenen Gästen aus Wirtschaft, Politik und Sport, Mitarbeitern, Freunden und Nachbarn steht bereits vorläufig fest: Donnerstag, 11. Juni. „Zur Eröffnung wird die neue Infrastruktur beweisen, was sie kann: Der Boulevard, die neue Haupttribüne, die Arena und das neue Hotel werden eine ganz neue Service- und Aufenthaltsqualität bieten. Und neue Angebote wie das 24h-Rennen in einem 4D-Kino in der Indoor-Attraktion und der ring°racer als schnellstes Fahrgeschäft der Welt werden die Fans ebenfalls begeistern. Zum Eröffnungstag danken wir mit vielen Aktionen besonders unseren Mitarbeitern, deren Familien und Nachbarn in der Region, ohne deren Unterstützung dieses Projekt nicht möglich wäre“, sagt Dr. Walter Kafitz, Hauptgeschäftsführer der Nürburgring GmbH. Bis zur Eröffnung entsteht am Nürburgring ein ganzjährig geöffneter und wettergeschützter ring°boulevard, in dem die Marken-Erlebnisswelten führender Automobil-Hersteller und Zubehör-Spezialisten das Publikum begeistern. Dort befindet sich auch die ring°arena mit rund 2.000 qm beispielbarer Fläche und 3.104 festen Sitzplätzen. Das WARSTEINER Event-Center mit rund 1.800 qm beispielbarer Fläche für bis zu 1.500 Personen schließt sich der ring°arena direkt an.

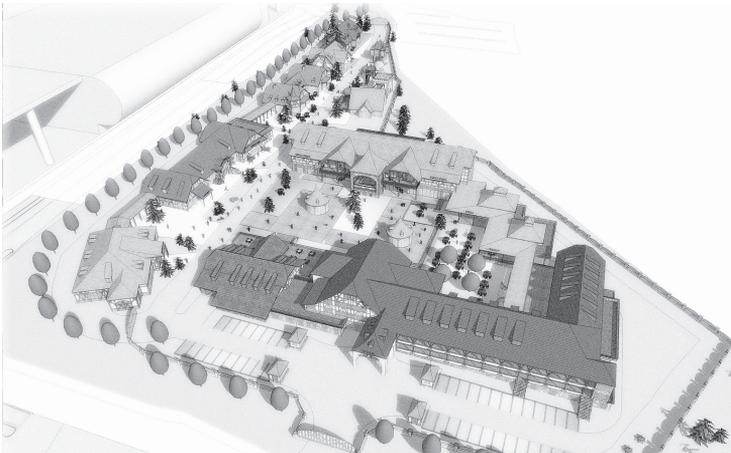
Publikumsmagnet wird die neue Indoor-Attraktion ring°werk, die als Mischung aus Museum und Themenpark jede Menge Unterhaltung, In-

teraktion und Wissenswertes rund um den Nürburgring bietet. Auch der ring°racer, ein Fahrgeschäft, das entlang der Start- und Zielgeraden doppelt so schnell beschleunigt wie ein Formel-1-Bolide, lässt schon jetzt die Herzen der Fans höher schlagen. Die neue Haupttribüne bietet 4.760 überdachte Sitzplätze und eine Business-Loge für bis zu 600 Personen. Ein neues Vier-Sterne-Hotel betrieben durch die Lindner Hotels AG, sowie ein Motorsport Resort und die Unterhaltungsgastronomie „Dorf Eifel“ runden das umfangreiche Angebot am Nürburgring ab.

Die vernetzte Vermarktung der bestehenden sowie der zukünftigen Bausteine am Ring und in der Region bilden den Grundstock für die langfristige Wachstumsstrategie des Nürburgrings. „Auch und gerade Motorsport-Veranstaltungen werden zukünftig noch mehr Volksfest-Charakter haben, zu denen man mit 'Kind und Kegel' anreisen kann. Gleichzeitig bieten wir der Wirtschaft auch weiterhin eine Premium-Plattform zur Inszenierung ihrer Marken und Produkte“, beschreibt Dr. Walter Kafitz das bipolare Markenmodell des Nürburgrings. Der Ausbau des Nürburgrings zu einem ganzjährigen Freizeit- und Businesszentrum ist der wichtigste Meilenstein seit Errichtung der Nordschleife 1927 und der Ergänzung durch die Grand-Prix-Strecke 1984. Die Eifel-Region mit ihren vielen Facetten aus Vulkanen, Wäldern und Seen oder zum Beispiel den Wintersport-Gebieten in Nürburg und Jammelshofen stellt zusammen mit den Angeboten an der Rennstrecke eine weltweit einzigartige Kombination dar. Dieser Kontrast macht die gemeinsamen Angebote von Ring und Region zu etwas Besonderem und trifft auf eine steigende Nachfrage und einen entsprechenden Trend zu emotionalen und unvergesslichen Erlebnissen im touristischen Verbraucherverhalten. Für die touristische Vermarktung sowie als Baustein für Firmenkunden ist dies ein

Alleinstellungsmerkmal, das nicht nur im Kerneinzugsgebiet von zwei Autostunden ein Potenzial von rund 28 Mio. Menschen erreicht, sondern auch international die Spitzenstellung des Nürburgrings unterstreicht. Für die Vermarktung des Angebotsportfolios (bestehende und zukünftige Module) von Ring und Region stehen die vier Geschäftsfelder „Racing“, „Adventure“, „Business“ und „Holiday“. Diese vier Kanäle bedienen die Kernzielgruppen des Nürburgrings: Rennsport-Fans, -teilnehmer und -veranstalter, aktive Männer und Frauen in Bereichen wie Fahrertrainings, Mountainbike, Nordic-Walking, Firmenkunden aus Auto- und Zulieferindustrie, Veranstalter von Kongressen

und Tagungen sowie Tagesausflügler und Touristen in der Region. Die Vernetzung mit bestehenden touristischen Leistungsträgern (Hotels, Pensionen, Freizeitparks und Anbietern für Radtouren, Quad-Fahrten u.ä.) ist dabei ein Schlüssel zum Erfolg. Gemeinsame Internet-Buchungsplattformen für Hotels und Pensionen, gemeinsame Messeauftritte und Marketingaktivitäten haben bereits stattgefunden und werden zukünftig noch intensiviert. Noch sind die Bauarbeiten in vollem Gange. Wer sich ein genaues Bild vom aktuellen Stand machen möchte, kann auf der Homepage des Nürburgrings (www.nuerburgring.de) die wöchentliche Dokumentation des Baufortschritts verfolgen.



Nürburgring: Modell Unterhaltungsgastronomie „Dorf Eifel“



Nürburgring: Modell Congress & Motorsport Hotel