16 Extra-Seiten Die neue Alpine A110

auto motor und sport

EXTRA

Mit Unterstützung von Alpine

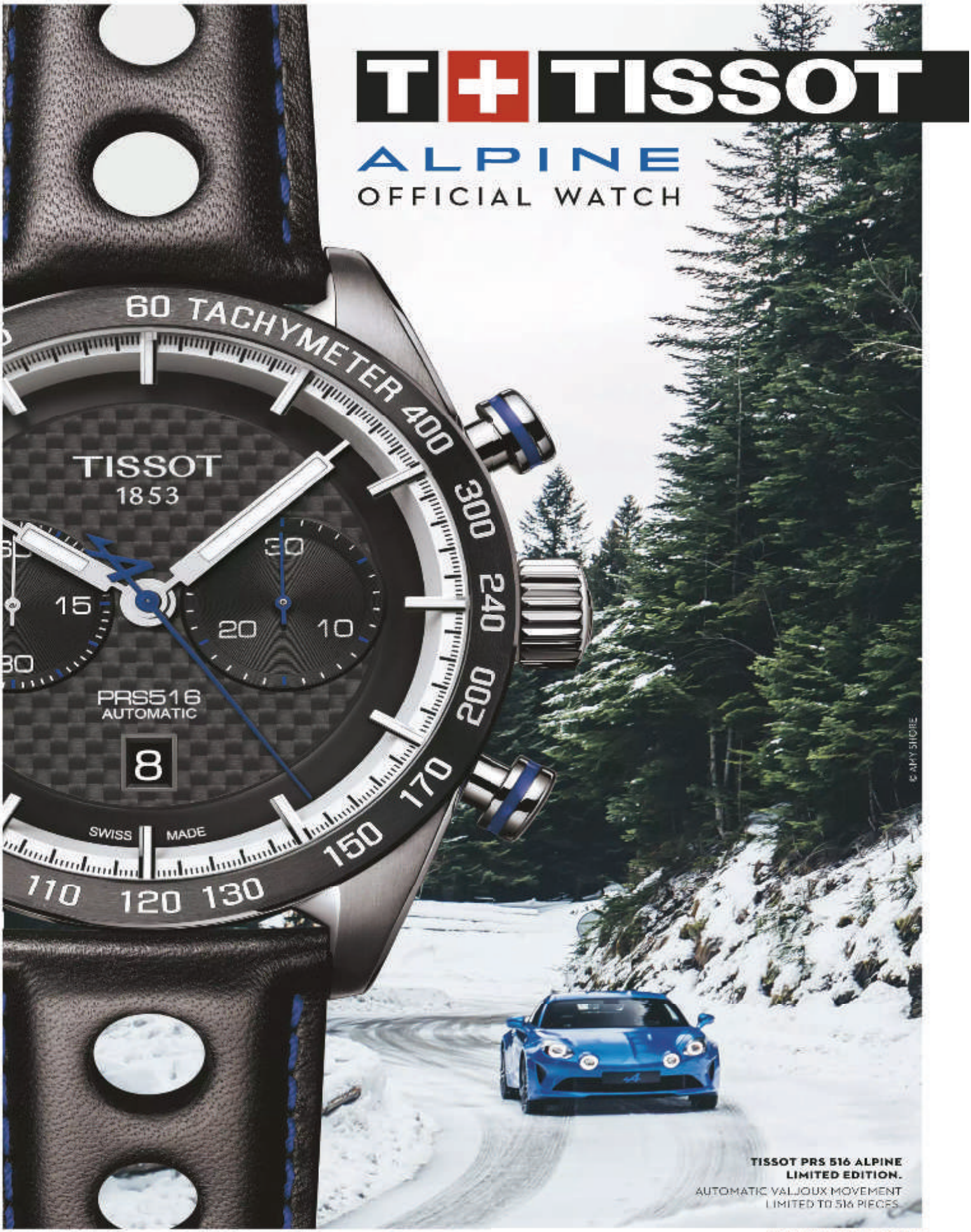
ALPINE

Rückkehr einer Legende

A110 trifft A110
Die neue Alpine begegnet ihrem Urahn

Produktion
Moderne Fabrikation auf geschichtsträchtigem Boden

Interview
Der Alpine-Chef über Vergangenheit und Zukunft


TISSOT
ALPINE
OFFICIAL WATCH
60 TACHYMETER 400 300 240 200 170 150 130 120 110
TISSOT
1853
PRS516
AUTOMATIC
SWISS MADE
© AMY SHORE
TISSOT PRS 516 ALPINE
LIMITED EDITION.
AUTOMATIC VALJOUX MOVEMENT
LIMITED TO 516 PIECES
TISSOTWATCHES.COM
TISSOT. INNOVATORS BY TRADITION

Die Wiedergeburt eines großen Namens

Franzosen und Autofans trugen Trauer im Herzen, als 1995 der Name Alpine verschwand. Jetzt ist die Legende wieder da. Für eine erfolgreiche Zukunft besinnt man sich vor allem auf die große Vergangenheit

4 **Impression zwei Generationen Alpine**
Die neue A110 trifft die klassische Berlinette
Was sie verbindet, was sie trennt

10 **Reportage Alpine-Werk Dieppe**
Die alte Fertigungsstätte präsentiert sich top modernisiert für den Bau der neuen Alpine

14 **Interview Michael van der Sande**
Der Alpine-Geschäftsführer über die Reanimation und die Zukunftspläne der Marke

Impressum

auto motor sport

Chefredaktion Ralph Alex, Birgit Priemer
Verantwortlicher Redakteur Jens Dralle
Content Delivery Management Leitung: Thomas Fischer (Text), Michael Heinz (Kreation, Art Director), Hans-Jürgen Kuntze (CvD), Jonas Greiner (Multimedia), Edwin Meister (Daten), Johannes Holzwarth (Text-Archiv), Rainer Herrmann (Foto-Archiv)

Redaktion Markus Stier
Layout Bernd Adam (stellv. Art Director), Olga Kunz, Franziska Moltenbrey, Michael Wehner
Schlussredaktion Schlussredaktion.de
Verlag Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG, 70174 Stuttgart
Geschäftsführung Nils Oberschelp (Vorsitzender), Andreas Rometsch, Peider Bach

Leitung Geschäftsbereich Mobilität Tim Ramms
Publisher Automobil Michaela Klein

Anzeigenleitung Markus Eiberger
Für die Anzeigen verantwortlich Beate Engelhard

Herstellung Michael Wender (verantwortl.)
Repro Otterbach Medien KG GmbH & Co., Rastatt

Druck Prinovis GmbH & Co. KG, Ahrensburg

Alle Rechte vorbehalten
© by Motor Presse Stuttgart

Das Extra „Alpine" ist eine Beilage von auto motor und sport 9/2018 und sport auto 5/2018

Déjà-vu im Tal de

r Kurven

Die beiden Projektleiter der Alpine A110 laden zur Ausfahrt mit dem Neuen und dem Original ein – zwei Autos, die weniger trennt, als ein halbes Jahrhundert vermuten lässt.

Der bisherige Projektchef David Twohig und sein Nachfolger Jean-Pascal Dauce sind stolz auf die neue Alpine

Es gibt da diesen Ort, wo man sie alle trifft. Wer auch immer in Paris ein schnelles Vehikel hat, kommt am Wochenende ins Vallée de Cheuvreuse südwestlich von Versailles. Hier erproben Fans ihre Sportgeräte und die Gendarmerie ihre jüngste Radar-Messtechnik. Die 16 Serpentinen des Tals sind eine Institution, und so wurde Jean-Pascal Dauce als Teenager hellhörig, als der Redakteur einer renommierten Autozeitschrift schrieb, der neueste Ferrari gebärde sich dort so agil, als säße man in einer Alpine. Seit diesem Tag träumte der junge Jean-Pascal nicht etwa vom großen Italiener, sondern von einer zierlichen Alpine.

Die Eltern waren besorgt, fanden weder Mittel noch Ärzte gegen den Virus. „Niemand bei uns war in irgendeiner Weise autoverrückt", sagt der längst erwachsene Jean-Pascal. Wenn andere Party machten und in Clubs exotische Getränke probierten, sparte er sein Geld für den Held seiner Träume. Es dauerte bis 1988, als sie sich fanden: der Zweimetermann und die kleine Flunder mit dem schmalen 1300er-Motor, die ihre besten Tage schon hinter sich hatte. Was soll's, der Traum war in Erfüllung gegangen.

Es sind 30 Jahre vergangen seitdem, aber es ist immer noch Liebe, obwohl der Hüne nur mit einer speziellen Körperfalttechnik in den Flachmann steigen kann. An diesem fies kalten Wintertag muss er sogar das Seitenfenster offen lassen, damit die Windschutzscheibe nicht beschlägt.

Hochfliegende Pläne

Wir beleuchten die Jugend dieses eher unbekannten Franzosen deshalb so ausführlich, weil alles, was gerade geschieht, ohne ihn nicht

Projektleiter David Twohig wusste sofort: Die markanten Zusatzscheinwerfer des Vorbilds mussten unbedingt bleiben

Jean-Pascal Dauce betont, die scharfe Chromkante auf der Fronthaube werde es als Extra auch für die neue A110 geben

passiert wäre. Nur drei Jahre nach dem Kauf seiner Alpine ließ der mittlerweile studierte Maschinenbau-Mathematiker seinen Job bei Airbus hinter sich, um sich hochfliegenderen Plänen zu widmen. 1991 begann er ein neues Leben bei Renault, wurde Verbindungsmann zum Formel-1-Team und dann Projektleiter für die wilde Rennversion des Mégane.

Wir schreiben das Jahr 2012, als Motorsportdirektor Dauce auf Basis des Mégane Trophy einen Prototypen bauen lässt, breit und blau mit Flügel – die Neuinterpretation einer Alpine. Der damalige Markenchef Carlos Tavares ist nach einer Probefahrt begeistert und fragt laut, warum der einst von der Konzernmutter getilgte Name Alpine eigentlich nicht wiederauferstehen sollte.

Die frühe Geliebte

Jetzt steht Dauce bei minus zwei Grad im nasskalten Morgendunst vor der neuen A110 und würde sich fragen, ob er sich kneifen muss, wenn er nicht so mit Tänzeln beschäftigt wäre. Die Pedalerie seiner kleinen A110, die ganz Frankreich wie eine frühe Geliebte nur „Berlinette“ nennt, erlaubt keine Winterschuhe. Durch die dünnen Lederslipper beißt sich nun der Februarfrost.

Sein Vorganger David Twohig muss lachen, nicht nur weil er als Ire einem notorisch fröhlichen Volk entstammt, sondern weil er mit seinen schlanken Wildleder-Rennschühchen zum Fototermin vor dem Chateau de Dampierre kein bisschen besser dran ist. Dabei wäre in der neuen A110 genügend Platz auch für festeres Schuhwerk. „Wir haben anfangs große Sorge gehabt, dass sie zu groß würde“, verrät Twohig, der sich im Konzern als Chefentwick-

Das große A für Alpine steht wieder im Zentrum. Der Name Renault ist aus der Nomenklatur verschwunden

ler des Nissan Qashqai und des Renault Zoe einen Namen machte und dann zum Projektleiter für die blaue Flunder ernannt wurde.

Alle Entwürfe, die aus den Hirnen und Computern der Designer strömten, sahen irgendwie immer nach der kleinen Berlinette aus. Also fügte sich die Konzernleitung in das Offensichtliche und segnete die neue Form im Stil der alten ab. Obwohl sie mit ihren 4,18 Metern 33 Zentimeter länger als ihr Vorbild ist, misst sie „immer noch zwölf Zentimeter weniger als ein Porsche Cayman", beeilt sich Twohig zu erwähnen.

Das Thema Dimensionen ist heikel, denn von Anfang an stand im Lastenheft der neuen Alpine Agilität und Leichtfüßigkeit ganz oben. „Aber so ein zierliches Auto wie damals würde die Kundschaft von heute ganz einfach nicht mehr akzeptieren", sagt Twohig. Alpine-Gründer Jean Rédélé musste das schon in den frühen 70ern schmerzhaft feststellen, als die Kundschaft nach mehr Platz und Komfort rief, den Berlinette-Nachfolger A310 aber nicht ansatzweise so ins Herz schloss, weil er zu schwer und zu lahm war. Peu à peu musste Rédélé Alpine an Renault verkaufen, um die Marke über Wasser zu halten.

Mit 1070 Kilo bringt die neue A110 zwar rund 300 Kilo mehr als die zuletzt mit 1,8-Liter-Gordini-Motor ausgelieferte Berlinette auf die Waage, ist aber verglichen mit anderen aktuellen Sportwagen dennoch ein Leichtgewicht. Die größere Länge ist auch dem gewachsenen Radstand und der geänderten Einbaulage des Motors geschuldet. Während das Original seinen Vierzylinder längs hinter der Hinterachse spazieren trug und in Sachen Traktion einem Porsche 911 ebenbürtig war, sitzt

Das Interieur der neuen A110 ist modern mit klassischen Zitaten – und zum Glück erheblich geräumiger als das des Originals

Der Vierzylinder der ersten A110 sitzt längs eingebaut hinter der Hinterachse, der Nachfolger ist ein Mittelmotor-Coupé

Wie so oft bei zeitgenössischen Autos ist vom neuen 1,8-Liter-Turbo unter Lüftern und Abdeckungen nicht viel zu sehen

der 1,8-Liter-Turbo nun knapp davor und quer.

Schnell und komfortabel

Geblieben sind ein für Sportwagen erstaunlich komfortables Fahrwerk und großzügige Federwege, die einst das Plastikgeschoss aus Dieppe zum überlegenen Rallyeauto machten. Zweimal gewann die A110 die Rallye Monte Carlo, wobei sie auf Schotter so gut wie auf Asphalt war, und als der Motorsport-Weltverband 1973 erstmals eine Rallye-Weltmeisterschaft ausschrieb, hieß der erste Titelträger Alpine.

Der Hauch des alten Ruhms umweht auch das neue Modell; die Kante auf der Fronthaube, die Sicke in der Flanke, selbst die Vertiefungen oben auf den hinteren Kotflügeln sind wieder da. Sie dienten beim Original als Lufteinlässe, heute sind sie ein Zierelement – eine von vielen Verbeugungen vor der großen Vergangenheit. Aus dem gleichen Grund durften die beiden integrierten Zusatzscheinwerfer wie schon bei der ursprünglichen A110 nicht fehlen.

Von Retro-Design will man zwar nichts hören und betont allenthalben die Eigenständigkeit des Entwurfs, doch David Twohig kann seinen Enthusiasmus nur schwer verbergen, wenn er sagt: „Wenn du die neue Alpine im Rückspiegel siehst, denkst du spontan, es wäre eine Berlinette."

Jean-Pascal Dauce dagegen kann künftig endlich mal sein restauriertes Schätzchen während der Fahrt von hinten betrachten, wenn er bequem in der neuen A110 sitzt. In seiner eigenen sitzt dann schon sein Sohn.

Text: Markus Stier
Fotos: Denis Meunier

KUKA
KUKA
KUKA
KUKA
FO

Das kleine gallische Dorf

Es gab zwar andere, aber keinen besseren Ort, um die neuen Alpine zu bauen. Sie entstehen in einer Kleinstadt in der Normandie – an derselben Stelle wie ihre legendären Ahnen.

Wenn es einen Ort in Frankreich gibt, in dem man sich mit Neuaufbau auskennt, dann ist es Dieppe. Schon vor den beiden Weltkriegen wurde das barocke Seebad mit dem bei Malern so beliebten Licht zweimal komplett zerstört. Die Hafenstadt in der Normandie ist nicht nur ein windiger Wallfahrtsort für Lenkdrachenflieger, die hier alljährlich ihr weltweit größtes Treffen ausrichten; sie ist auch ein Wallfahrtsort für hochfliegende automobile Träume.

Von hier zog einst der Garagist Jean Rédélé aus, um die Sportwagen- und Motorsportwelt zu erschüttern. In Dieppe wurden aus biederen Renault 4CV schnittige Alpine, aus Cremeschnittchen Rennsemmeln, und nach ersten Erfolgen errichtete der Renault-Händler eine Fabrik am südlichen Stadtrand an der Rue Marcel Gamot, wo sie heute noch steht. Jetzt ist aus dem traditionsreichen Gemäuer die Wiedergeburtsstätte der Marke geworden.

Das Hauptgebäude ist immer noch von 1969 und wirkt in seiner weiß gestrichenen Sachlichkeit erstaunlich modern. Neben etwas Kosmetik kam auch ein kompletter Gebäudetrakt dazu, und die heiligen Hallen selbst wurden von Renault Nissan für 36 Millionen Euro grundlegend renoviert. „Wir haben uns alle Fabriken des Konzernverbunds angeschaut und die besten Ideen hier umgesetzt", sagt Pierre Emmanuel Andrieux.

Der Werksdirektor ist der vielleicht wichtigste Geburtshelfer der Marke Alpine, denn unter seinen wachsamen Augen entscheidet sich, ob künftig in Dieppe nur der verstaubte Glanz alter Tage im neuen Gewand entsteht oder ein moderner Sportwagen, der höchsten Qualitätsanforderungen der Kundschaft genügt. Dass Andrieux diese Verantwortung ernst nimmt, wissen auch die Kollegen: „Der Chef kommt morgens schon um sechs und schaut alles durch", raunt man sich in der Fertigungshalle zu.

Geklebtes Aluminium

Da ist die neue Chassisfertigung, in der die Aluminiumprofile der neuen A110 mit einem Spezialkleber im Riesenbackofen so bombenfest verklebt werden, wie es keine Schweißnaht kann. Die Kuka-Roboter nieten in höchster Präzision Karosseriebleche zusammen oder lackieren in einem speziellen Niedrigtemperatur-Verfahren Kunststoffe und Metalle zur gleichen Zeit. Wie gallische Hähne picken die Riesenmaschinen frische Munition aus dem Magazin und spucken 800 Stück pro

Die Hallen sind noch die gleichen wie 1969, aber die Fertigung läuft deutlich effizienter ab als damals

Chassis mikrometergenau in die vorgestanzten Löcher.

Es ist erstaunlich leise in dieser Fabrik, die mit ihren 76 000 Quadratmetern Grundfläche im Vergleich zu gewöhnlichen Autowerken winzig wirkt. Aber das passt ja zu Auto und Konzept. Schon in den späten Sechzigern war Dieppe das kleine gallische Kaff, das automobile Weltmächte herausforderte, und Jean Rédélé sein Asterix. „Der niedrige Lärmpegel hat damit zu tun, dass wir wenig Automation haben und vieles von Hand herstellen", sagt Werkschef Andrieux.

Hingabe und Präzision

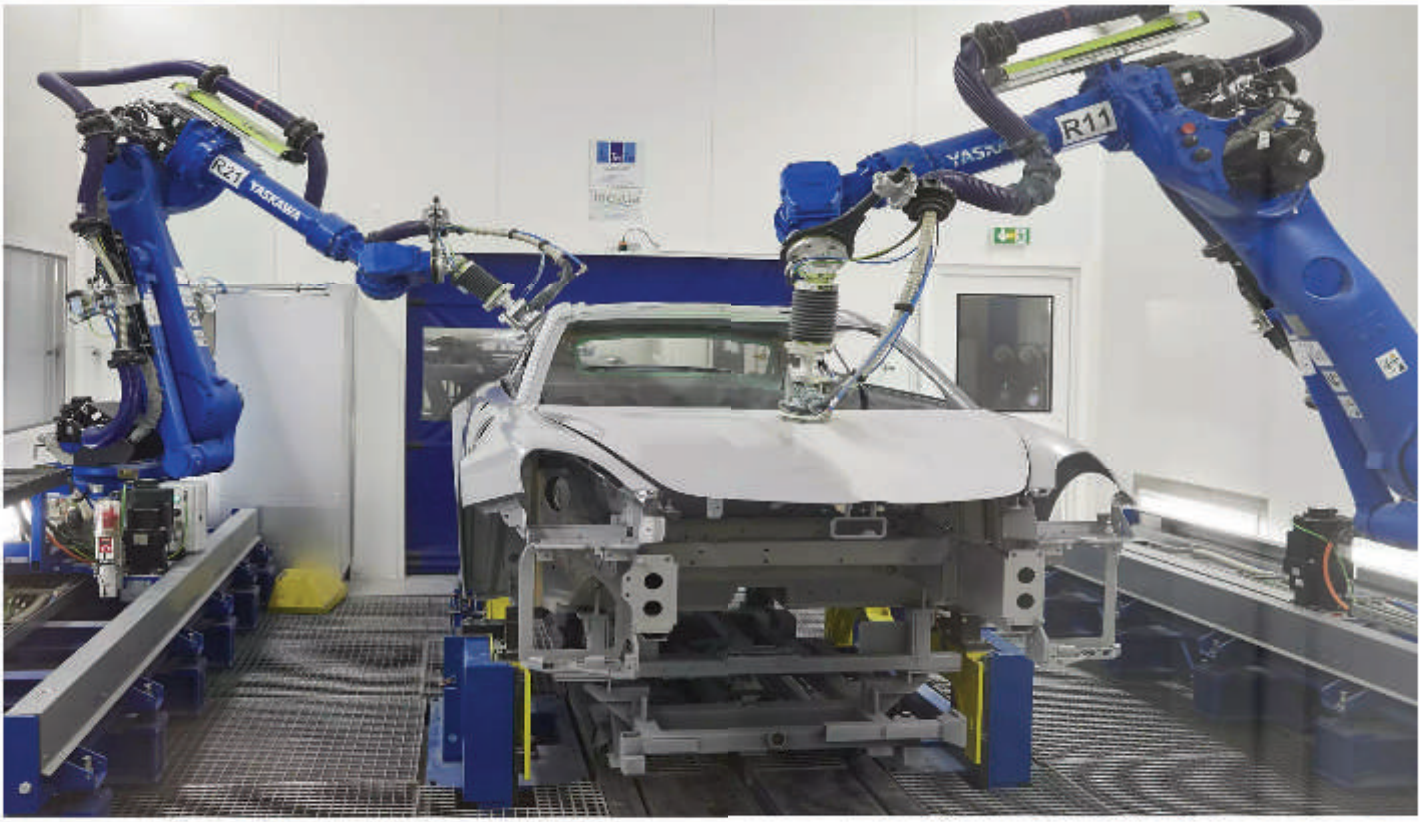
Der drahtige Mann aus der Auvergne ist so was wie der Julian Nagelsmann des Automobilbaus. Er ist erst 33 Jahre alt und damit jünger als die meisten seiner Untergebenen. Anders als beim Hoffenheimer Bundesliga-Coach umfasst sein Kader rund 300 Leute, von denen auffallend viele weiblich sind. 160 neue Leute hat Andrieux eingestellt und ihnen sein Credo von größter Hingabe und Präzision eingesungen.

Eines seiner Vorbilder ist Audi, denn er hat früher für die vier Ringe gearbeitet und fünfeinhalb Jahre in Ingolstadt gelebt. Andrieux spricht etwas Deutsch, in Dieppe aber spricht man durchgehend Französisch. „Das geht gar nicht anders", sagt der Werksleiter. Schließlich muss man in so einem kleinen Werk zu einer verschworenen Gemeinschaft werden, die sich blind versteht. Die meisten Mitarbeiter stammen aus der Region, manche arbeiten in der dritten Generation bei Alpine, wo nach dem Ende der Eigenständigkeit keineswegs Stillstand herrschte, sondern Kleinserien von sportlichen Renault-Modellen vom Band liefen. „Wir sind stolz, hier dabei zu sein", sagt der Leiter der Lackierei.

Jean Rédélé konnte die Wiedergeburt seiner Marke nicht mehr selbst miterleben, der berühmteste Sohn der Stadt Dieppe starb 2007. Vom nahen Kreisverkehr auf dem Weg zur N 27 nach Paris blickt er mit verschränkten Armen auf sein früheres Werk. Dass die mannshohe Büste grün leuchtet, liegt nicht an aufgestautem Ärger, es ist die Bronze. Auf dem Parkplatz neben der Halle blinkt dagegen das klassische Blau von zwei Dutzend neuer Alpine, die auf dem Hof parken. Und um die Mundwinkel der Statue zeigt sich ein feines Lächeln.

Text: Markus Stier
Fotos: Denis Meunier

Der Klebstoff für den Alu-Rahmen härtet in einem Riesenbackofen aus. Werksleiter Pierre-Emmanuel Andrieux kommt von Audi. Stolz ist man auf die neue Lackiererei, die mindestens die Qualität der Ingolstädter erreichen soll


R21
YASKAWA
R11

„Die erste Serie ist schon verkauft"

Alpine-Geschäftsführer Michael van der Sande über ein gewichtiges Erbe, französische Befindlichkeiten und volle Auftragsbücher.

Die Marke Alpine ist eigentlich in den 1990er-Jahren eingeschlafen. Warum jetzt plötzlich die Reanimation?
Es kommt gar nicht so plötzlich, wie es scheint. Es gab eine Reihe von Projekten, denn die Faszination war ja immer da. Aber man muss sehen, in den 90ern hat das Geschäft nicht mehr funktioniert. Die Autos waren schlicht nicht konkurrenzfähig. Und zwischen 1995 und 2012 gab es zwar viele Ideen, doch nichts hat so richtig gepasst.

Warum mussten die mit Konzeptstudien hungrig gemachten Fans so lange warten?
Es begann sich zu fügen, als es eine Kooperation mit Caterham gab. Darin wurden auch die Eckpunkte festgelegt: ein Aluminiumchassis, eine genietete Alu-Karosse. Unglücklicherweise ist Caterham 2014 in Schwierigkeiten geraten. Man muss mit so einer geschichtsträchtigen Marke sehr vorsichtig umgehen. Ich war als damaliger Marketing-Verantwortlicher von Anfang an davon überzeugt, dass Alpine wieder eine eigenständige Marke werden muss, nicht ein Anhängsel von Renault. Jetzt hoffe ich, dass wir die richtige Alpine gebaut haben.

Und, haben Sie?
Die Alpine ist traditionell ein kompaktes Auto mit geringem Gewicht. Sie muss nicht das stärkste Auto sein, aber agil. Es reicht nicht, dass sie sportlich und hübsch ist, sie muss eine richtige Alpine sein. Wir hätten tatsächlich gute Chancen gehabt, das Thema vor die Wand zu fahren. Es ist verlockend, einen stärkeren Motor einzubauen, aber dann brauchst du auch breitere Räder, um die Kraft auf den Boden zu bringen, ein stärkeres Getriebe und so weiter. Dann hätten wir nie ein Gewicht von 1080 Kilogramm erreicht.

Gab es überhaupt einen anderen Weg, als eine neue A110 zu bauen?
Tatsächlich war es am Anfang alles andere als klar, wie das Auto aussehen sollte. Die Kon-

VITA

Michael van der Sande, 1965 in den Niederlanden geboren, hat schon eine Vielzahl illustrer Namen wie Rolls-Royce und Bentley (ab 1995) in seinem Lebenslauf. Bei Harley Davidson war er seit 1997 erst Marketingchef, dann Vizepräsident für Europa, den Mittleren Osten und Afrika. Nach einem Intermezzo bei Tesla (2008) und Aston Martin (2009) wurde er 2013 bei Renault als Markenbotschafter-Vizepräsident eingestellt und leitet seit 2016 Alpine.

zeptautos waren ja auch nicht an die Berlinette angelehnt. Aber als wir dann die Entwürfe gesehen haben, ging es immer mehr dahin. Wir haben die neue Alpine schließlich A110 genannt, weil wir uns gefragt haben, was die Marke so legendär gemacht hat. Natürlich hat man dann sofort die Bilder der Rallye Monte Carlo im Kopf – schmale Straßen, ein leichtes und leichtfüßiges Auto.

Ist es in Zeiten des Shitstorms nicht gefährlich, etwas Heiliges wie Alpine anzufassen?
Ich glaube nicht, dass es gefährlich ist, aber du musst es richtig machen. Es wäre sicher ein Fehler gewesen, sich nur auf den Glanz der Vergangenheit zu verlassen. Alpine hat eine große Tradition im Motorsport. Wir haben schon vor fünf Jahren mit unserem Partner Signatech begonnen, Alpine nach Le Mans zurückzubringen und das in der LMP2-Klasse auch erfolgreich geschafft.

Gibt es eine eigene Rennserie für die A110?
Sie ist ein Sportwagen. Ja, du kannst damit 20 Runden auf einer Rennstrecke drehen und dann einen Kaffee trinken. Aber nein, sie ist kein Rennauto, sie hat keinen Sicherheitskäfig und so weiter. Aber es gab bei der Kundschaft von Anfang an den Wunsch, damit auch Rennen fahren zu können. Es wird also eine Rennversion unter 1050 Kilo mit 270 PS und sequenziellem Getriebe geben. 20 glückliche Kunden können sich damit 2018 auf sechs Rennstrecken vergnügen. Es gibt auch einen deutschen Lauf auf dem Nürburgring.

Wenn wir über die Kundschaft reden: Wie viele Alpine wollen Sie denn verkaufen?
Wir wollen nicht zu nischig sein, es sollen nicht nur Hunderte sein, aber sicher auch nicht Zehntausende. Die erste Serie umfasst 1955 Stück, in Anlehnung daran, dass Jean Rédélé Alpine 1955 gegründet hat. Wir gehen davon aus, dass es etwa acht Monate dauert, bis die Premier Edition produziert ist. Für 2019 sehen wir weiter. Wir wollen und können gar nicht mehr als ein paar Tausend pro Jahr bauen, denn das gibt die Kapazität in Dieppe nicht her.

Gibt es eigentlich überhaupt die Möglichkeit, Alpine irgendwo anders als im Originalwerk in Dieppe zu bauen?
Technisch gesehen schon, aber nicht für dieses erste Modell. Für die Kunden ist es sicher von Bedeutung, wenn ihr Auto von diesem Ort kommt. Aber es ist auch sinnvoll, dort zu produzieren. In Dieppe haben sie viel Erfahrung mit Kleinserien. Sie haben schon den Clio V6 gebaut oder aktuell den Clio RS. Die Leute in Dieppe sind besonders, nicht nur weil vielleicht schon ihr Opa in der Fabrik gearbeitet hat. Sie sind auch Spezialisten mit einer hohen Motivation und einem großen Sinn für höchste Qualität.

Wann werden die ersten Autos geliefert?
Es ist eine Frage von Wochen. Wenn dieser Artikel gedruckt wird, sollten die ersten Kunden ihre Alpine schon haben.

Wo kann man eine Alpine überhaupt kaufen, wohin kann man sie zur Inspektion bringen?

Alpine-Gründer Jean Rédélé dürfte aus dem Himmel wohlwollend zuschauen

Noch in diesem Jahr wird es auch eine Rennversion der neuen A110 geben

Die Leute, die sich um diese Autos kümmern, sollen dafür ebenso viel Leidenschaft aufbringen wie wir hier. Wir haben unter den insgesamt 12 000 Renault-Händlern die unserer Meinung nach besten und geeignetsten ausgesucht. Es wird insgesamt vorerst 58 Händler geben, die Alpine ähnlich Mini bei BMW eigenständig präsentieren. Die Mehrzahl findet sich naturgemäß in Frankreich, aber es wird auch elf Niederlassungen in Deutschland geben. Nach Europa nehmen wir Japan und Australien in Angriff.

Warum ausgerechnet Japan und Australien?
Die Australier sind verrückt nach Rennsport und Sportwagen. In Japan gibt es 600 Alpine A110, obwohl sie dort niemals offiziell verkauft wurde. Es gibt natürlich auch noch andere wichtige Märkte, aber die können wir im Moment gar nicht beliefern, weil wir mit der Produktion nicht hinterherkämen.

Apropos Produktion: Wird es weitere Modelle und Versionen geben?
Es ging zunächst bei der ersten Serie um einen Sportwagen, der leicht zu beherrschen und voll alltagstauglich ist. Es wird eine Legend-Version geben mit weiter verstellbaren Sitzen, mit lackierten Sichtcarbon-Teilen und Rückfahrkamera. Wenn man sich den Markt anschaut, gibt es viele Kunden, die ihren Sportwagen nicht so extrem einsetzen wollen und etwas mehr Komfort erwarten. Die Legend-Ausführung wird etwa 50 bis 60 Kilo schwerer sein, aber es wäre natürlich auch möglich, eine puristische Variante anzubieten.

Das bringt uns zur vielleicht naheliegendsten Frage: Werden wir die Alpine auch wieder auf Rallyestrecken sehen?
Im Moment nicht. Klar haben wir nicht vergessen, dass der erste Markenweltmeister der Rallyegeschichte Alpine Renault hieß, aber in der aktuellen Topklasse der World Rally Cars hat die Alpine keinen Platz. Dort sind nur gewöhnliche Kleinwagen mit Schrägheck zugelassen. Die GT-Klasse ist dagegen ein interessantes Thema. Das ist jetzt alles noch nicht ausgegoren, aber wer weiß, was 2019 oder 2020 passiert.

Gutes Thema: Was passiert denn in der mittelfristigen Zukunft?
Unsere Plattform ist ja noch ganz neu, und ein gewöhnlicher Modellzyklus beträgt sechs bis sieben Jahre. Natürlich planen wir, nach der A110 darauf noch weitere Autos aufzubauen. Lassen Sie sich überraschen.

Was macht das eigentlich mit der Grande Nation, wenn eine Legende wie Alpine wiederaufersteht?
Im übrigen Europa ist es sicher nicht ganz so leicht, unsere Geschichte zu erzählen. Doch hier ist das eine große Sache, eine Frage nationalen Stolzes. Wir dachten, wir brauchen etwa sechs Monate, um die erste Serie an den Mann zu bringen, nach sechs Tagen waren alle 1955 Stück verkauft.

Das Interview führte auto motor und sport-Redakteur Markus Stier
Fotos: Denis Meunier, Alpine

Wir freuen uns, die Eröffnung unseres Händlernetzes bekanntgeben zu können:

11 Alpine-Zentren in Deutschland (Berlin, Düsseldorf, Dresden, Frankfurt, Hamburg, Köln, Marburg, München, Ravensburg, Saarbrücken, Stuttgart)

5 Alpine-Zentren in der Schweiz (Lausanne, St.Gallen, Valais, Winterthur, Zürich)

3 Alpine-Zentren in Österreich (Graz, Linz, Wien)

Alle Adressen finden Sie hier: alpinecars.com/de/unsere-alpine-zentren/

Instagram : @alpine_cars Facebook : @alpinesportscars Twitter : @alpinecarsuk

ALPINE