



Opel Design Legends 2013

Uw aandacht graag!

Diversen | De "Internationale Auto Ausstellung" (IAA) heeft de deuren gesloten. Dit jaar heeft de Duitse autoshow 825.000 bezoekers getrokken. De ene stand was nog mooier dan de andere en fabrikanten buitelden weer over elkaar heen om hun nieuws aan het grote publiek te presenteren. Conceptcars doen het goed op de foto, maar krijgen verder weinig aandacht. Opel bracht daarom alle conceptcars van de afgelopen jaren bij elkaar tijdens "Opel Legends 2013".

Autoshows vormen de ideale gelegenheid om nieuws aan het grote publiek te tonen. Door het enorme aanbod is het echter lastig om de aandacht van de bezoeker te trekken. Alle middelen worden daarbij ingezet, van licht- en lasershows tot schaarsgeklede dames. Opel kwam in 1965 met een nieuwe aandachtstrekker: een conceptcar.

De beginjaren

De "Experimental GT" (bruin/oranje auto) was nog niet rijp voor productie, maar was wel voldoende ontwikkeld om aan het publiek te tonen. De lijnen waren voor die tijd revolutionair en Opel was op slag de ster van de show. Het succes was zelfs zo overweldigend dat de GT ver voor de geplande datum in productie werd genomen. Een traditie was geboren.



In de jaren '60 en '70 hadden ontwerpers alle vrijheid. Zij schatten in wat aan zou slaan bij het publiek en ontwierpen een auto. Zaken als emissies of veiligheid speelden nog geen rol en niets stond de creatieve geesten in de weg.

Was een auto te vooruitstrevend, dan was er wel een ander bedrijf in geïnteresseerd. Zo kwam bijvoorbeeld de "CD" (wijnrode sportwagen op de foto) op de markt onder het merk "Bitter". Let ook op het opengewerkte exemplaar, daarmee toonde Opel de bijzondere techniek onderhuids.

De jaren '80

Op de IAA van 1981 toonde Opel de "TECH 1". Destijds was dit een revolutionaire auto, waarbij alle instrumenten digitaal waren. Nu doet het interieur vooral denken aan "Knight Rider" en is het eerder aandoenlijk dan baanbrekend. De TECH 1 vormde de basis voor de Opel Omega, die van 1986 tot 2003 op de markt was.



Kort na de introductie van de Opel Corsa (1982) toonde Opel de "Junior" Conceptcar. De Corsa werd door het grote publiek namelijk als te hoekig en te onpersoonlijk betiteld. Terwijl Japanse merken regelmatig Europese ontwerpers inhuren, bewandelde Opel het omgekeerde pad en vroeg een Japanse vormgever om de Junior te tekenen. Het resultaat is onmiskenbaar "kawaii" (schattig) met aandacht voor details, zoals alleen een Japanner dat kan bedenken.



Het interieur van de Junior is ongekend flexibel. Het dashboard bestaat uit blokken die naar hartelust kunnen worden geplaatst om de auto naar eigen smaak "in te richten". Heel slim is ook de achterbank, die als een net om de voorstoelen kan worden gevouwen om maximale bergruimte achterin te bieden.

De Junior is nooit in productie gegaan, maar Opel ziet het model als de inspiratie voor de huidige Adam.



De jaren '90

Vanaf de jaren '90 was de conceptcar niet langer alleen een aandachtstrekker, maar werd het ook een studieobject. In de jaren '90 was het brandstofverbruik belangrijker dan ooit tevoren. Daarom toonde Opel op de IAA van 1999 de "G90", waarbij de 90 stond voor

"90 gram CO2 per 100 km". Zelfs nu is dat nog een keurige waarde!



De G90 realiseerde het lage verbruik dankzij een lichtgewicht bouw, een gunstige stroomlijn en een efficiënte driecilinder motor. De G90 is nooit in productie genomen, maar de lessen die Opel van dit concept leerde worden tot op de dag van vandaag in praktijk gebracht. De "ontwerptaal" is bovendien terug te vinden in de latere Corsa en Meriva.

De jaren '00

In het jaar 2001 trad een nieuwe baas bij Opel in dienst. Hij greep de IAA van dat jaar aan om te tonen dat hij binnen luttele maanden zijn stempel op het merk kon zetten. Met de "Frogster" toonde Opel een jong en dynamisch image. Dit concept was gebaseerd op de Agila, maar kon met een druk op de "organiser" (voorloper van de huidige smartphone) worden getransformeerd van vierzitter tot tweezits pick-up.



Speciaal voor Autozine werd de Frogster opnieuw tot leven gewekt. Zelfs 12 jaar na het showdebuut bleek alle elektronica nog perfect te functioneren! De voorstoelen, de achterbank en zelfs het stuurwiel maakten in een soepele beweging ruimte voor de "rolcover" (zie filmpje op YouTube).



De naam "Frogster" verwijst naar de "Laubfrosch" (1924), één van de eerste auto's van Opel. De groene kleur verwijst eveneens naar dat oermodel, omdat ten tijde van de Laubfrosch door de schaarste alleen groene verf beschikbaar was.



Insignia

De Frogster zou de laatste wilde uitspatting van Opel zijn. Voortaan waren conceptcars niet alleen aandachtstrekker, maar vooral middel van de marketingmachine. Door de mening van het publiek te peilen, kon in een vroeg stadium worden ingeschat of een auto een succes zou worden.

Het meest sprekende voorbeeld daarvan is de "Insignia" concept uit 2003. Terwijl de Vectra een degelijke zakenauto was, wilde Opel met de Insignia echter liefhebbers aanspreken. Een concept met ongekend luxe materialen moest uitwijzen of dat haalbaar was. In 2008 verscheen de Insignia op de markt en vrijwel direct wist Opel meer emotie los te maken dan met de Vectra.

Elektrisch

In 2007 verkeerde General Motors (GM), het moederbedrijf van Opel, in zwaar weer. De Amerikaanse overheid wilde een lening verstrekken, maar alleen op voorwaarde dat deze gebruikt zou worden om te investeren in milieuvriendelijke auto's. Alleen op die manier zou de achterstand op de concurrentie kunnen worden ingehaald.



GM en Opel ontwikkelden samen een elektrische auto. Deze moest uiteraard beter zijn dan het bestaande aanbod. Omdat in Amerika bepaalde wijken alleen toegankelijk zijn voor emissievrije auto's, voldoet een hybride niet. Een hybride kan immers slechts een paar kilometer elektrisch afleggen. Een geheel elektrische auto is echter ongeschikt voor lange afstanden. De technici kwamen daarom als vanzelf uit op de "range extender": een verbrandingsmotor die elektriciteit kan opwekken, zodat met lege accu's kan worden doorgereiden.



Op basis van deze techniek kwam GM met een lage, gestroomlijnde sportwagen. Opel was van mening dat een elektrische auto juist gebruikt zou worden voor personenvervoer en kwam met de veel ruimere "Flextreme Concept". De twee concepts werden samengesmolten tot een gestroomlijnde, ruime auto. Het model ging bij Chevrolet in productie onder de naam "Volt". Opel koos voor een iets ander uiterlijk en doopte het productiemodel "Ampera".

Monza

Het meest recente concept van Opel is de "Monza". De Monza is bedoeld om de toekomstige huisstijl van Opel te tonen aan het grote publiek. De Monza zal niet in productie gaan, maar de stijl en elementen van de auto zullen in de nabije toekomst terug te vinden zijn in heel gewone modellen.



Bij wijze van hoge uitzondering mocht zelf worden gereden met de Monza. Maar dan wel stapvoets, in een verlaten fabriekshal en onder toezicht van de technici. Dat is niet geheel ten onrechte, want conceptcars zijn handgebouwd en de prijs is astronomisch.

Plaatsgenomen achter het stuur valt het bijzondere dashboard op. Het heeft geen knoppen en geen displays. Achter het dashboard zijn vele LED-projectoren te vinden, waarmee informatie op het gehele dashboard kan worden getoond. Functies worden geactiveerd met handbewegingen, aanraken is niet nodig. Een los beeldscherm of een hendel lijkt op slag hopeloos ouderwets!



Rijden met een conceptcar is een ontvullende ervaring; de Monza rijdt niet half zo goed als het veelbelovende uiterlijk doet vermoeden. De reden is

simpel: de elektromotor is slechts bedoeld om de showauto gemakkelijk te kunnen verplaatsen. De speciale "concept car banden" zien er weliswaar prachtig uit, maar de grip is minimaal. Bovendien rammelt en klappert het plaatwerk en zijn alle mechanische geluiden overduidelijk hoorbaar. Het verschil tussen een productiemodel en een conceptcar is overduidelijk!



Conclusie

Een dagje spelen met de conceptcars van Opel is voor een autojournalist wat een dag onbeperkt graaien in een snoepwinkel is voor een klein kind. Met name in de beginjaren hadden ontwerpers alle vrijheid. De conceptcars van Opel zijn stuk-voor-stuk pareltjes van creativiteit en vindingrijkheid. Tegelijkertijd geven ze een uniek inzicht in de productiemodellen van vandaag.

De moderne conceptcars worden voornamelijk gebruikt om de mening van de toekomstige klant te peilen. De reacties van bezoekers van een autoshow worden gebruikt om al in een vroeg stadium in te schatten wat in de smaak zal vallen bij het publiek. Toch zijn alle conceptcars nog altijd sterren in dat waar ze ooit voor bedoeld waren: aandacht trekken! ■

