

# Indianapolis in Oerlikon

## Resonanz in Medien und Social Media



Seit 2016 kontinuierlich in der Öffentlichkeit



Fachmedien · Tagespresse · Fernsehen · Videos



Dutzende Bildstrecken und Filmbeiträge



2022: internationale Bildverbreitung über Reuters



2024: 5'676 begeisterte ZuschauerInnen



Facebook: viele persönliche Fotos und Videos –  
die lebendige Verlängerung des Abends



Indianapolis in Oerlikon – einzigartige historische Rennatmosphäre mitten in Zürich

### Öffne die Links in einem neuen Fenster

Die auf der Website zusammengetragene Dokumentation zeigt: *Indianapolis in Oerlikon* besitzt eine weit über Zürich hinausreichende Ausstrahlung. Der Anlass begeistert nicht nur die Oldtimer-Szene, sondern findet regelmässig auch Eingang in regionale und nationale Medien, ins Fernsehen, auf grosse Oldtimer-Plattformen sowie in zahlreiche Foto- und Videobeiträge von Besucherinnen und Besuchern.

### Breite Aufmerksamkeit bereits vor dem Anlass

Die Vorschauen schaffen jeweils Vorfreude und erreichen sehr unterschiedliche Zielgruppen: Tagesmedien wie Blick, Aargauer Zeitung, Limmattaler Zeitung oder Reussbote, regionale Online-Portale, AutoSprint, MotoPur, Zwischengas und den Newsletter «Oldtimerlinks à gogo». 2025 kamen zusätzlich Zürich24, Goldküste24, Klein Report und weitere Veranstaltungskalender dazu. Damit wird Indianapolis sowohl als Zürcher Sommeranlass als auch als aussergewöhnliches Treffen historischer Rennfahrzeuge wahrgenommen. [Dokumentation 2025](#)

### Nach dem Anlass: Berichte, Bilder und bewegte Emotionen

Nach Indianapolis folgt jeweils eine ausserordentlich vielfältige Nachberichterstattung. Wiederkehrend berichten Dream-Cars, Rallye-Rohr und Zwischengas mit grossen Bildstrecken; dazu kommen Tageszeitungen und Regionalmedien. Fernsehen und Videoformate – etwa Tele Züri, Top

# Indianapolis in Oerlikon: Resonanz in den Medien und Social Media



Online, Zürich Today oder Argovia Today – bringen die Atmosphäre der steilen Rennbahn, den Klang der Motoren und die Nähe zu Fahrerinnen und Fahrern direkt zu einem breiten Publikum.

Besonders eindrücklich ist die Konstanz: Bereits 2016 bis 2019 dokumentierten Blick, AutoSport, Tages-Anzeiger, Aargauer Zeitung, St. Galler Tagblatt, Zwischengas, Dream-Cars und Rallye-Rohr den Anlass. 2019 standen sogar Caroline Bugatti und die historische Rennatmosphäre im Zentrum mehrerer Beiträge. [Dokumentation 2019](#)

2022 erreichte die Bildberichterstattung eine zusätzliche internationale Dimension: Reuters verbreitete Fotos der historischen Rennwagen, die unter anderem von Medien in Indonesien, Portugal und weiteren Ländern übernommen wurden. [Dokumentation 2022](#)

2023 bestätigte die Medienresonanz den besonderen Charakter des Anlasses. Die Limmattaler Zeitung formulierte treffend: «Das gibt es auf der ganzen Welt nirgends.» Dazu kamen Beiträge von Aargauer Zeitung, Luzerner Zeitung, Tele Züri, St. Galler Tagblatt, Rheintaler, Reussbote und mehreren Oldtimer-Fachplattformen. [Dokumentation 2023](#)

2024 wurde Indianapolis ausdrücklich als Highlight der Oldtimersaison bezeichnet; 5'676 begeisterte Zuschauerinnen und Zuschauer wurden gezählt. Neben Fachberichten entstanden zahlreiche Videos – von kurzen Social-Media-Clips bis zu längeren Filmbeiträgen. [Dokumentation 2024](#)

## Facebook: die lebendige Verlängerung des Abends

Die vielen Facebook-Beiträge haben eine eigene, grosse Bedeutung. Sie sind nicht einfach zusätzliche Fotos, sondern zeigen Indianapolis aus der Sicht der Menschen, die dabei waren: aus dem Fahrerlager, vom Rand der Piste, aus den Fahrzeugen und mitten aus dem Publikum. Allein in den Dokumentationen 2023 bis 2025 finden sich Dutzende Beiträge von Fotografen, Clubs, Besucherinnen, Besuchern und Medienseiten – mit Fotos, Kurzvideos und längeren Filmen. Diese Beiträge verlängern den Anlass weit über den Abend auf der offenen Rennbahn hinaus und tragen ihn in die persönlichen Netzwerke der Oldtimerfreunde.

## Fazit

Indianapolis in Oerlikon ist medial weit mehr als ein lokaler Oldtimerabend. Die Resonanz verbindet Fachkompetenz und Emotion: renommierte Oldtimer-Medien dokumentieren die Fahrzeuge, regionale Medien erzählen die Zürcher Geschichte dahinter, Fernsehen macht den Anlass hör- und erlebbar, und Social Media hält die Begeisterung unmittelbar fest. So entsteht Jahr für Jahr ein vielstimmiges, lebendiges Archiv eines Anlasses, der in dieser Form tatsächlich einzigartig ist.