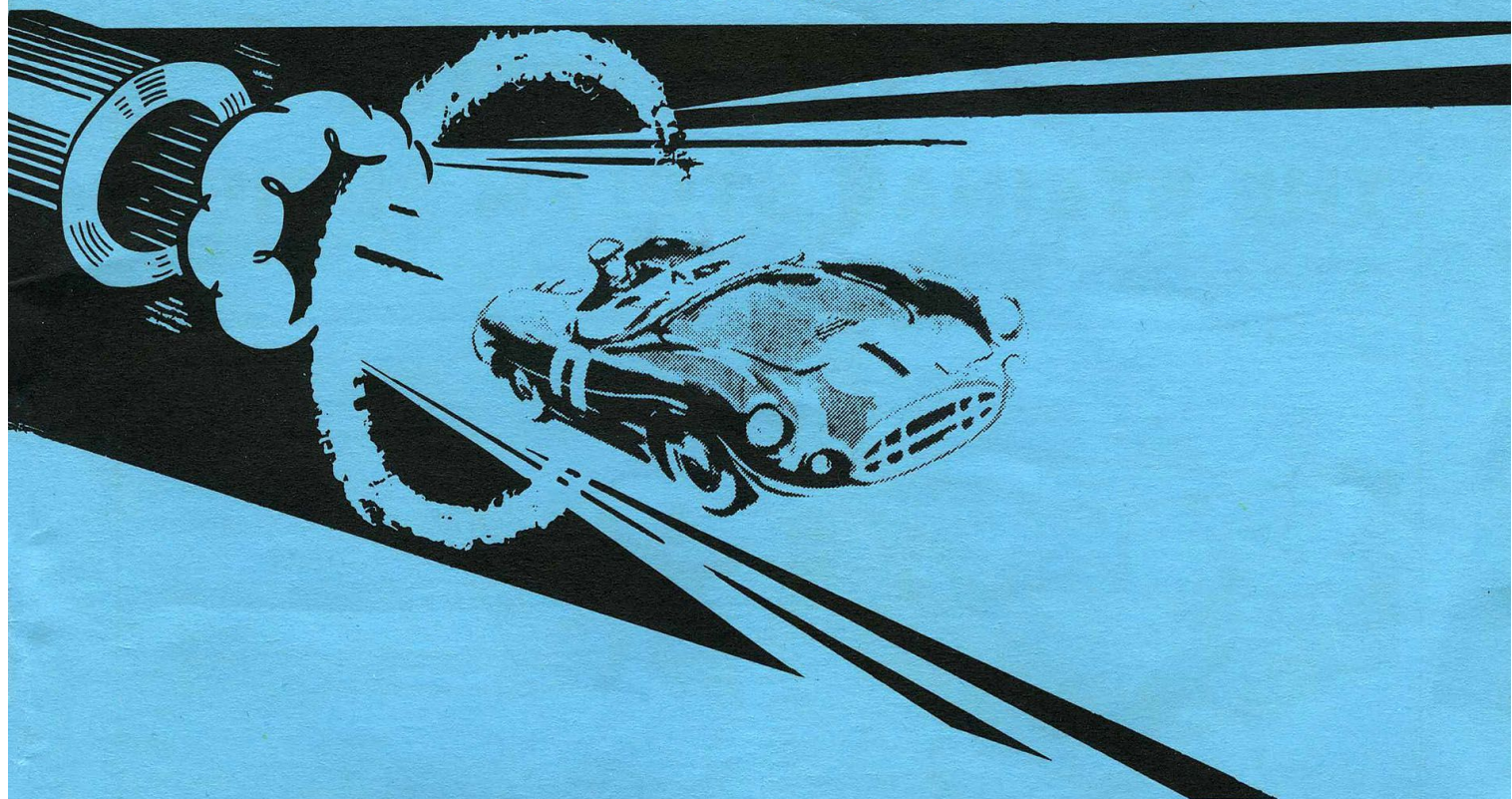


Officiellt PROGRAM



# **KANON LOPPET**

## **KARLSKOGA MOTORSTADION**

GELLERÅSEN, KARLSKOGA  
22-23 AUGUSTI 1992



---

Satsa på vinnande ekipage

---

Gäller som entrébiljett

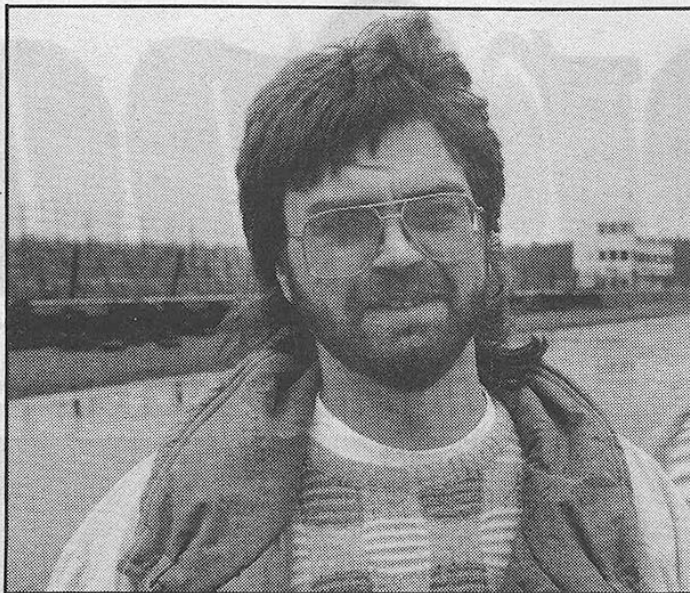


**Mike Luff:****”Vi har gjort något bra åt svensk racing”**

**RACING – Kanonloppet på Gelleråsen den 23 augusti blev en stor framgång för arrangerande SSK. Det var bra racing, mycket publik och idel beröm från de aktiva. Därmed är en god grund lagd för att Kanonloppet åter skall bli en institution i svensk racing.**

– Vår målsättning var att genomföra en bra tävling både för de aktiva och för publiken. Det lyckades vi med, säger Mike Luff, promotor för tävlingen.

För många är namnet Kanonloppet heligt. Därför fanns det dem som ifrågasatte denna benämning på en vanlig SSK-tävling, låt vara att den var lätt kryddad med andra klasser. Bilsportförbundet ansåg dock att ett arrangemang med SSK-klasser, Camaro Cup och ett historisk



**Mike Luff, Kanonloppets promotor.**

Foto: STIG ADOLFSSON/KARLSKOGA TIDNING

klass, var fullt godtagbart för att namnet Kanonloppet skulle kunna användas.

– Det viktigaste är att det är bra racing. Det skall vara många deltagare och täta lopp. Det är viktigare än SM-status. Nästa år hoppas jag att Clio Cup kommer med, säger Mike Luff.

**ROSOR**

Lady Opel-tjejerna satte in en annons i Idrottsbladet och tackade SSK, Mike Luff och Karlskoga MK med "ROSOR" för ett bra arrangemang. En särskild sak förtjänar att nämnas: arrangörerna hade ordnat med något så självklart som dusch åt förarna. Det är en sällsynt detalj, som var mycket uppskattad.

I övrigt fick Kanonloppet en utmärkt marknadsföring. Det var annonser i kvällspressen och i lokalpressen. Affischer var upp-

satta runt om i Värmlands och Örebro län. Bilrutedekaler trycktes upp i massor. En stor banderoll var uppsatt över en genomfartsled i Karlskoga under en månad. Kanonloppströjor fanns att köpa både på banan och i en butik i Karlskoga. Det var en marknadsföring som får andra racingarrangörer att blekna betänkligt.

Så blev också läktarna fulla trots grått och regnigt väder. Det var 2 000 betalande åskådare och enligt arrangörerna omkring totalt 6 000 personer innanför grindarna under tävlingen.

Det är synnerligen viktigt att publiken trivs. I svensk racing har publiken tyvärr alltför tråkigt långa stunder, då inget särskilt händer. På Gelleråsen flöt arrangemanget fint. Dessutom kunde publiken roa sig på ett tivoli på banområdet. En känd

person som "Lill-Babs" Svensson förrättade prisutdelningen.

– Nästa år skall vi använda scenen vid banan och bjuda publiken på artistuppträdanden på lördagkvällen, säger Mike Luff.

**LEVDE UPP**

Karlskoga levde upp under Kanonloppshelgen. Stadshotellet, som gjorde konkurs för ett år sedan, öppnade på nytt under fyra dagar. Det var pub och dans och massor av folk på lördagkvällen. Sponsorerna var självklart inbjudna. På fredagkvällen var det visning av bilarna på Stora torget i Karlskoga.

– Vi har visat att det går att göra något bra åt svensk racing. Om bara publiken trivs så går det åt rätt håll, avslutar Mike Luff.

LARS GUNNARSSON

















# ROSOR

vill vi ge till SSK, Mike Luff och Karlskoga MK för en fint genomförd tävling och arrangemangen runt omkring.

**Lady Opel**