
100 Jahre Subaru: Höhenflug in der Nische

Über den Wolken flogen die einmotorigen Fuji nicht. Dafür war das Wetter zu gut, als Subaru jetzt anlässlich des 100-jährigen Bestehens auf den Landeplatz Gelnhausen geladen hatte. Die drei Exemplare des viersitzigen Reiseflugzeugs Fuji FA-200 gehören eben zur Geschichte des nach eigenen Angaben weltweit größten Herstellers von Autos mit Allradantrieb. Doch heutzutage bestimmt das Automobil zu mehr als 90 Prozent das Geschäft des Konzerns. Da ist es nur folgerichtig, ein Jubiläumsjahr dazu zu nutzen, den Namen des Unternehmens an die Realität anzupassen. So wurde zum 1. April 2017 aus Fuji Heavy Industries (FHI) die Subaru Corporation.

Nur zwei Wochen früher hatte die deutsche Gesellschaft einen neuen Geschäftsführer bekommen. Seitdem steuert Christian Amenda, vorher seit 1998 für die Marke Daihatsu in Deutschland tätig, die deutsche Dependence der japanischen Marke, die sich selbst immer noch zu den Nischenanbietern rechnet. Im Moment kann das Management nicht klagen. Besonders der Absatz in den USA läuft so gut, dass die deutschen Händler – wie Amenda sagt – eher mit verteilen als mit verkaufen beschäftigt sind.

Es wird also dabei bleiben, dass Automobile die weitaus wichtigste Unternehmenssparte sind. Dabei spielten sie in der Geschichte des Technologiekonzerns zunächst gar keine Rolle: Die Wiege des Unternehmens ist ein Versuchslabor für Flugzeugbau, das im Dezember 1917 in Ota etwa 100 Kilometer nördlich von Tokio gegründet wird. Aus dem kleinen Labor entwickelt sich schnell die Nakajima Aircraft Co. Ltd., die die japanische Luftwaffe mit Motoren und Flugzeugen beliefert, nach dem Zweiten Weltkrieg aber zerschlagen und in kleinere Firmen aufgeteilt wird.

Fünf dieser Firmen schließen sich 1953 zum Unternehmen Fuji Heavy Industries zusammen – darunter auch eine Automobilsparte, die wiederum fünf Jahre später mit dem Subaru 360 in die Serienfertigung von Kraftfahrzeugen einsteigt. Der greifbarere Traum vom Fahren – der mit der zunehmenden Motorisierung in Japan ab den 1960er-Jahren für immer mehr Menschen Wirklichkeit wird – drängt den Traum vom Fliegen in den Hintergrund, wenngleich manche Maschinen von Fuji unter Sportpiloten bis heute einen guten Ruf genießen.

Einen legendären Ruf erarbeiten sich auch die Subaru-Fahrzeuge mit einem technischen Konzept, das auch heute noch alle Produkte der Marke bestimmt: Boxermotor, symmetrischer Allradantrieb und CVT-Getriebe, heute Lineatronic genannt. Dazu gekommen sind in den vergangenen Jahren das Infotainment, die Konnektivität und die Fahrer-Assistenzsysteme für mehr Komfort und Sicherheit.

Subaru-Käufer schätzen die Kombination. „Dies lässt sich an unserer extrem hohen Wiederkaufsrate ablesen, die zwischen 50 und 56 Prozent liegt. Auf dieser Loyalität wollen wir auch in Zukunft aufbauen“, sagt Amenda. Er setzt unter anderem auf den neuen Crossover Subaru XV, der im Frühjahr auf dem Genfer Automobilsalon Premiere feierte und Anfang nächsten Jahres auf den deutschen Markt kommt. Die zweite Modellgeneration des kompakten SUV steht auf einer neuen Plattform und präsentiert sich innen wie außen deutlich modernisiert, mit neuen Sicherheitstechniken und einem spürbar verbesserten Geräusch- und Vibrationskomfort. Mit seiner erwachseneren und markanten Optik schlägt er eine Brücke vom SUV-Klassiker Forester zum Sportkombi Levorg.

Die neue Plattform, die der XV nutzt, liefert zudem die Voraussetzung für eine künftige Elektrifizierung der Subaru-Modelle. Ein erstes Fahrzeug mit Plug-in-Hybridantrieb rollt voraussichtlich 2018 zunächst auf den US-amerikanischen Markt. „Wir hoffen, dass wir

dieses Modell so schnell wie möglich auch nach Deutschland holen können, einen Zeitpunkt wissen wir heute aber noch nicht“, so Amenda weiter.

Weltweit setzt Subaru nach der Umbenennung und der damit verbundenen noch stärkeren Fokussierung auf das Automobilgeschäft auf weiteres Wachstum – nachdem das Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr (1. April 2016 bis 31. März 2017) erstmals mehr als eine Million Fahrzeuge gebaut hat. Aufgrund der weltweit hohen Nachfrage will Subaru die Jahresproduktion mittelfristig auf 1,2 Millionen Einheiten erhöhen.
(ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Zu Lande und in der Luft: Subaru. Vorn der Subaru XV, der 2018 auf den Markt kommen wird.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Zu Lande und in der Luft: Subaru.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Subaru 300.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Subaru 1000.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Christian Amenda.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Christian Amenda.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru
