
Aus Fuji Heavy Industries wird im 101. Jahr die Subaru Corporation

Fuji Heavy Industries (FHI) feiert 100. Geburtstag und schenkt sich selbst einen neuen Namen: Der Mutterkonzern und Hersteller der Subaru-Fahrzeuge firmiert ab 1. April 2017 als Subaru Corporation. Mit der Umbenennung im Jubiläumsjahr übernimmt FHI den weltweit bekannten Markennamen seiner Automobiltochter, die mit 94 Prozent des Gesamtumsatzes die wichtigste Unternehmenssparte bildet.

Die Umbenennung ist Teil des mittelfristigen Management-Plans „Prominence 2020“, der eine robuste Geschäftsstruktur schaffen soll. Unter dem Dach der Subaru Corporation finden sich künftig die auf Luftfahrt spezialisierte Aerospace Company und die Automobilsparte, in die auch das Geschäft mit Industrieprodukten integriert wurde.

Am 10. Dezember 1917 hatte Chikohei Nakajima in Ota in der Präfektur Gunma ein Versuchslabor für Flugzeugbau gegründet. In der etwa 100 Kilometer nördlich von Tokio gelegenen Stadt unterhält FHI noch heute eine Reihe von Produktionsstätten. Aus dem kleinen Labor entwickelt sich die Nakajima Aircraft Co. Ltd., die die japanische Luftwaffe mit Motoren und Flugzeugen beliefert. Nach dem Zweiten Weltkrieg werden solche Multikonzerne aufgelöst und in zivile Produktion übertragen. Das daraus resultierende Unternehmen Fuji Sanyo wird auf Anordnung der amerikanischen Militärverwaltung 1950 jedoch zunächst in zwölf kleinere Firmen aufgeteilt.

Am 15. Juli 1953 wird Fuji Heavy Industries als Zusammenschluss von fünf dieser Firmen gegründet, zu dem auch eine Automobilsparte gehört. Die sechs Sterne im Subaru-Logo stehen bis zum heutigen Tag symbolisch für diese Firmen und den neuen Mutterkonzern. Sie verweisen auch auf das Sternbild der Plejaden, das von der Erde aus mit bloßem Auge sichtbar ist.

Erstmals zum Einsatz kommt der Markenname „Subaru“ (japanisch für Vereinigung) beim Prototypen P-1 aus dem Jahr 1954, der später in Subaru 1500 umbenannt wird. Allerdings rollen gerade einmal sechs Fahrzeuge für Testzwecke im Taxibetrieb über die Straße.

Größere Bekanntheit erlangt erst der Subaru 360, der 1958 als Kleinwagen mit Kulleraugen-Scheinwerfern, aufgesetzten Außenspiegeln, einem Dach aus glasfaserverstärktem Kunststoff sowie einem luftgekühlten Zweizylinder-Zweitakter mit 16 PS auf den Markt kommt und für Aufsehen sorgt. Der vollwertige Viersitzer mit den zwei hinten angeschlagenen Türen und dem Spitznamen „Marienkäfer“ wiegt bei 2,99 Metern Länge nur 444 Kilogramm.

Bereits im zweiten Serienmodell debütiert ein Subaru-Markenzeichen: der Boxermotor. Der Subaru 1000, der im Mai 1966 seine Premiere feiert, kombiniert den ersten Boxer mit dem bis dahin in Japan unüblichen Frontantrieb.

1972 folgt mit dem Subaru Leone eine weitere Eigenschaft, die bis auf wenige Ausnahmen bis heute die japanische Marke und ihr Image prägt: der serienmäßige Allradantrieb, mit dem der Kombi und später auch die Stufenhecklimousine vorfahren. Mit dem Symmetrical AWD heutiger Modelle hat das damalige, zunächst per Hebel und dann per Knopfdruck zuschaltbare Allradsystem allerdings nichts gemein. Erst Ende der 1980er Jahre löst der permanente Allradantrieb den zuschaltbaren ab.

Trotzdem stellt der Leone mit ersten Erfolgen im Rallyesport eindrucksvoll die Vorzüge des Vierradantriebs unter Beweis. Der Legacy und später der kompakte Impreza bestätigen diesen Eindruck in den 1990er Jahren in der Rallye-Weltmeisterschaft (WRC).

Von 1995 bis 1997 gewinnt Subaru unter anderem drei Mal in Folge die Konstrukteurswertung.

Auch beim 24-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring feiert die Marke regelmäßig Erfolge: Mit dem Subaru WRX STI fährt das Motorsport-Team Subaru Tecnica International (STI) 2012, 2013, 2015 und 2016 jeweils einen Klassensieg ein.

Subaru verkauft seine Fahrzeuge in 75 Ländern. In Deutschland offeriert die Allradmarke derzeit sieben Modellreihen: vom kompakten Impreza über den sportlichen Mittelklasse-Kombi Levorg und die SUV-Familie aus XV, Outback und Forester bis hin zu den Sportmodellen WRX STI und BRZ. Das 2+2-sitzige Sportcoupé ist das einzige Modell mit Hinterradantrieb. Alle anderen verfügen über den permanenten Allradantrieb Symmetrical AWD, der einen niedrigen Schwerpunkt, eine ausgewogene Balance und hohe Fahrstabilität sicherstellt. Den Vortrieb übernimmt stets ein Boxermotor.

Die neue Subaru Global Platform, auf der alle neuen Fahrzeuge der Marke aufbauen, ist von Beginn an auch auf alternative Antriebe ausgelegt: In Zukunft wird Subaru elektrifizierte Fahrzeuge anbieten. Voraussichtlich 2018 wird Subaru zunächst ein Plug-in-Hybridmodell in den USA einführen – mit Boxermotor und Allrad. Ab 2021 folgt außerdem ein rein elektrisches Fahrzeug.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr (1. April 2016 bis 31. März 2017) konnte Subaru erstmals knapp eine Million Fahrzeuge verkaufen. Spätestens für 2020 wird ein Absatz von 1,2 Millionen Fahrzeugen angestrebt. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Subaru 300.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Fuji Rabbit.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Subaru 1000.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Subaru Logo, alt.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Subaru Logo, alt.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Subaru Impreza.

Foto: Peter Schwerdtmann



Subaru Impreza.

Foto: Peter Schwerdtmann



Subaru Impreza.

Foto: Peter Schwerdtmann



Subaru Levorg 1.6i Sport.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Subaru Levorg 1.6i Sport.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Subaru Outback.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Manfred Zimmermann



Subaru Outback.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Manfred Zimmermann



Subaru WRX.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Subaru WRX (2013).

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru



Image not readable or empty
/usr/www/users/autofu/media/images/brand/2017/12//ampnet_photo_20120312_038938.jpg

Subaru Logo

Foto: Auto-Medienportal.Net/Subaru