

Hoch hinaus

Türme, die den Wind einfangen, fahrerlose Autos: Das ist Abu Dhabis Ökostadt. Doch das Milliardenprojekt stockt **Seite 4**

Unternehmen

www.ftd.de/unternehmen

Japans Autobauer opfern Image für Sicherheit

Rückrufaktionen in den USA schaden Honda, Subaru und Toyota // Ansehen als Qualitätshersteller leidet // Toyota-Desaster wirkt nach

Margret Hucko, Hamburg, und Sonja Blaschke, Tokio

Umfassende Rückrufaktionen schaden dem Image der japanischen Autoindustrie. In den USA, einem der wichtigsten Weltmärkte, führen mit Honda, Subaru und Toyota gleich drei Japaner die Mängelliste des vergangenen Jahres an. Einer aktuellen Studie des Center of Automotive in Bergisch Gladbach zufolge hatte Honda 2011 die höchste Rückrufquote. Der Autobauer musste – insbesondere wegen Problemen mit Airbag-Systemen und Automatikgetrieben – 3,8 Millionen Fahrzeuge zurück in die Werkstätten dirigieren. Gemessen an der Zahl der Neuzulassungen entspricht das einem Verhältnis von 332 Prozent. Bei Subaru waren es 490 000 Autos oder 222 Prozent. Toyota musste 3,5 Millionen Wagen zurückrufen – doppelt so viele, wie neu zugelassen wurden. Für die Studie, die der FTD exklusiv vorliegt, wertete Studienleiter Stefan Bratzel Daten der nationalen Verkehrsbehörden aus.

Das Ergebnis der Untersuchung belegt, welche Identitätskrise die japanischen Autobauer derzeit durchleben. Bisher waren die Hersteller aus Fernost für gute Qualität bekannt. Garantiert problemloses Fahren galt als eines der wichtigsten Verkaufsargumente für die eher bieder aussehenden Fahrzeuge. Manifestiert sich langfristig der Eindruck, die Japaner würden ihren Ansprüchen nicht mehr gerecht, könnte sich dies massiv auf die Absatzzahlen auswirken.

Dabei steckt nicht hinter jedem Rückruf tatsächlich ein ernstes technisches Problem. Vielmehr sei die verheerende Bilanz auch eine Konsequenz des historischen Rückrufs von Toyota 2010, sagt Bratzel vom Center of Automotive: „Durch den Fall Toyota sind vor allem die japanischen Hersteller sensibler geworden.“ Der Autokonzern musste vor zwei Jahren über acht Millionen Fahrzeuge in die Werkstätten beordern. Die US-Verkehrsbehörde hatte ein klemmendes Gaspedal für tödliche Unfälle verantwortlich gemacht. Nach ergiebigen Untersuchun-

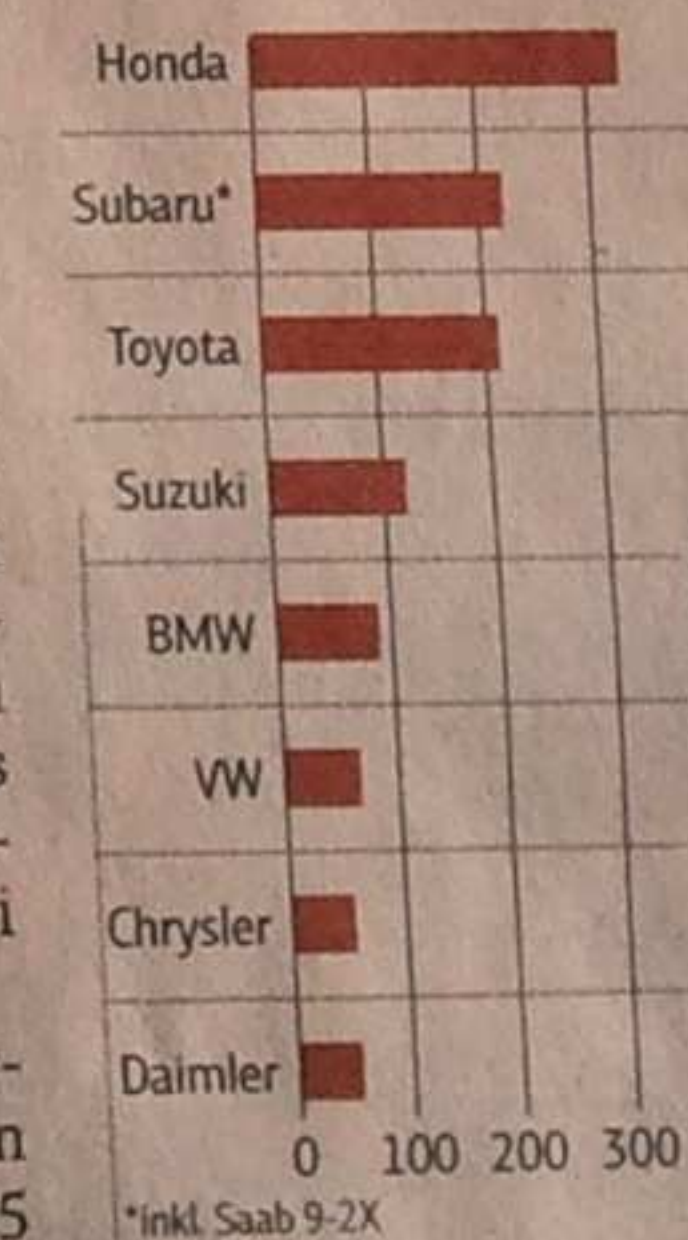
gen stellte sich dies als Irrtum heraus, der den Autobauer jedoch seinerzeit nach eigenen Angaben 1,4 Mrd. Euro kostete. Heute legt der Konzern Zahlen für das abgelaufene Quartal vor.

Während Toyota mit vermeintlich kaputten Gaspedalen kämpfte, rief Subaru wegen heiß laufender Scheibenwischmotoren und Rostproblemen Autos zurück. Gerade das Beispiel des Allradspezialisten Subaru zeigt, wie vorsichtig die Japaner mittlerweile agieren. Selbst kleine Probleme würden nun „von den Firmen selbst gewissenhaft bekannt gegeben“, sagt Autoexperte Noriyuki Kobayashi vom Nomura Research Institute in Tokio. Dafür riskierten sie den Verlust des guten Images der gesamten japanischen Autoindustrie. In Deutschland muss der Hersteller gemeinsam mit dem Kraftfahrtbundesamt Autos zurückrufen, wenn es sich dabei um sicherheitsrelevante Mängel handelt.

In den USA wird diese Funktion von der Verkehrssicherheitsbehörde NHTSA ausgeübt, deren Daten das Center of Automotive für die Jahre 2005

Ab in die Werkstatt

Rückrufquote ausgewählter Autobauer in den USA 2011, gemessen am US-Absatz 2011 in %



bis 2011 ausgewertet hat. Aufgrund des hohen Klagerisikos in den USA ist die Rückrufquote in den USA besonders hoch. Allein im Jahr 2011 wurden dort 14,5 Millionen Autos außerplanmäßig in die Werkstätten bestellt – mehr, als im selben Jahr neu zugelassen wurden.

Bei den Mängeln sind ganz unterschiedliche Teile betroffen. Knapp ein Drittel der Rückrufe entfallen auf den Schutz der Passagiere. Besonders die Gefahr, dass ein Airbag sich versehentlich auslöst, gilt demnach als besonders hoch. 30 Prozent gehen auf Fehler im Motor und Antriebsstrang zurück, gefolgt von Problemen mit der Bremse (15 Prozent).

Als Ursache für die wachsenden Qualitätsprobleme macht Bratzel die komplexer werdende Technik verantwortlich. Aber auch, dass immer mehr Aufgaben an Zulieferer übertragen werden, um Kosten und Zeit zu sparen. Toyota gestand dies nach dem Rückruf-Desaster ein. Das Unternehmen sei zu schnell gewachsen, um den eigenen Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, hieß es damals.