

Prototyp des ersten Saab-Pkw, 1947

Frei von Bodenhaftung



AUTOKULT

## Arktische Irrfahrt

Das lange Sterben der drolligsten Automarke Europas

Es geht nie ohne Beklommenheit ab, wenn letztlich nur die Wahrheit zu sagen bleibt und die Zurückgebliebenen flüstern: „War ja doch eine Erlösung.“

Seit 20 Jahren stirbt die schwedische Automarke Saab. Nun scheint es wirklich vorbei zu sein, und wer ein Klagegedicht anstimmen möchte, sollte versuchen, den Namen wenigstens einmal richtig auszusprechen. Es hieß ja nie „Saaaaab“, so fein und vornehm wie deutsche Liebhaber es gern betonten. Wenn die Schweden von ihrem Kultauto sprechen, dann klingt es ungefähr wie „Soop“, als ginge es um einen knuffigen Jux. Und das war diese Marke ja auch.

Der Mythos Saab entsprang ingenieüser Schrulligkeit, unverwechselbar und kompromisslos. Seine Keimzelle war ein Fahrzeug, das aussah, als hätte es eigentlich ein Flugzeug werden wollen, entworfen von Luftfahrtingenieuren, deren Professionalität es verlangte, sich jeglicher Form von Bodenhaftung zu verweigern.

Der Ur-Saab von 1947 stecke als „genetischer Code“ in allen Modellen, versichert die Lautsprecherstimme des Audioführers im Firmenmuseum. Und der Besucher mag sich kaum ausmalen, was Saab heute für Autos bauen würde, wenn das wirklich so wäre.

Die wahre Geschichte ist eine andere: Saab hat seine Erbmasse samt aller Gendefekte lange gepflegt und ist daran bereits vor 20 Jahren ehrenhaft zugrunde gegangen. Zu den letzten nordischen Designeskapaden zählten etwa Cabriolets, deren

Hartgummi-Halskrause an den Nackenschild prähistorischer Reptilien denken ließ.

Für so etwas gab es zwar nicht genug Kunden – wohl aber einen Käufer für die Firma: General Motors.

Es war die Zeit, als viele Großkonzerne nach maladen Kfz-Preziosen griffen. Die Logik hinter der Kauflust war simpel: Es galt, die Produkte durch den Einsatz von Großserientechnik zu verbilligen und hinter einer hübschen Designfassade unter dem hochwertigen Namen weiterhin teuer zu verkaufen. Dass Automarken auf diesem Weg ihre Seele verlieren, wird oft beklagt, stimmt aber nicht immer. Audi wurde mal von VW geschluckt und ist heute weder seelen- noch erfolglos.

General Motors jedoch kam über Saab wie eine Viruskrankheit. Niemand in der Konzernzentrale hatte Interesse daran, diese Firma zu verstehen und in ihrem Sinne weiterzuentwickeln. Die Neuordnung am Standort Trollhättan organisierten diplomierte Geldzähler bester Detroitener Schule, die kaum drei Wörter Schwedisch lernen mochten, um diese fremde Autowelt zu ergründen. Es war, als sei Donald Rumsfeld in die Villa Kunterbunt eingezogen und habe verkündet: „Hi everybody, ick bin jetzt die Kapitän Langstrumpf.“

Binnen weniger Jahre war alles kaputt, was als „Spirit of Saab“ eigentlich hatte zur Cashcow werden sollen.

Zu den liebgewonnenen Besonderheiten der Marke zählte etwa die Weigerung, auch bei sehr starken Motoren mehr als vier Zylinder einzusetzen – ein kluger Weg, Kraftstoff zu sparen, der heute unter dem Begriff

„Downsizing“ allgemein Mode wird. General Motors war gerade drei Jahre da, da fuhren die ersten Saabs mit sechs Zylindern.

Es sind Einzelheiten, die unwichtig erscheinen, deren Bedeutung man aber begreifen muss, um am Ende zu begreifen, warum General Motors nichts begriff, warum Saab-Kunden sich bald in schäbigen Verkaufshallen von Opel-Händlern wiederfanden und irgendwann Audi fuhren.

Saab bediente eine kauzige Kernklientel intellektueller Sonderlinge mit hoher Ökösensibilität; trotz durchaus beträchtlicher Antriebskräfte war es den Schweden stets gelungen, betuliche Studienräte in der Illusion zu wiegen, besonders defensive Autos zu fahren. General Motors erreichte den Tiefpunkt seiner arktischen Marketing-Irrfahrt, als sich das Management entschied, diesen Menschen einen fetten Geländewagen anzubieten.

Auch dieses Produkt kam auf die billige Tour zustande: Ein SUV der Konzernmarke Chevrolet wurde kurzerhand ummöbliert, ein wenig umgeschminkt und vor vier Jahren in den Handel geschickt, zu einem Zeitpunkt, da jeder weitere Torte, den man dieser Marke antun konnte, schon Leichenschändung gleichkam.

Saab ist kein Opfer der Finanzkrise. Europas drolligste Automarke wäre vor 20 Jahren wohl sanierbar gewesen, wurde jedoch von General Motors so nachhaltig ruiniert, dass kaum noch ein Rettungsplan greifen dürfte. Die zuletzt gehegte Hoffnung auf den schwedischen Sportwagenbastler Koenigsegg als neuen Investor gab dem Finale noch ein wenig patriotisches Pathos. Zukunft versprach sie nicht. Nun spricht Saab von neuen Interessenten.

Im Januar will General Motors seinen schwedischen Besitz fallen lassen. Eine Kurskorrektur wie im Fall Opel ist nicht zu erwarten und auch nicht zu wünschen. 20 Jahre Morbus GM sind genug. Es darf Ruhe einkehren in Trollhättan.

CHRISTIAN WÜST