



Bei den Subaru-Restwerten ganz vorne: Outback und Forester (im Bild)

SCHWACKE BLICKPUNKT

Boxer-Klub

Wie begehrt sind gebrauchte Subaru-Modelle?

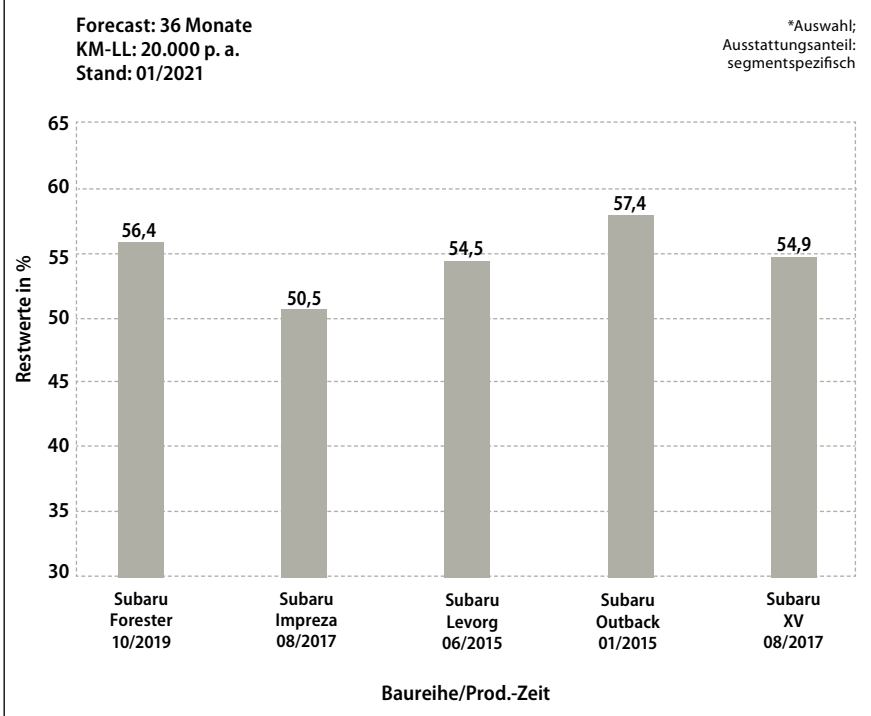
Würde man bei einer Straßenumfrage die Modellnamen Forester, XV, BRZ, Outback oder Levorg nennen, würde man wohl überwiegend Stirnrunzeln ernten. Erst bei Impreza könnte sich manches Gesicht wissend lächelnd aufhellen. Dabei ist der durch seine WRX STi Variante als Fahrmaschine berühmte Golf-Klässler seit 2012 für die Japaner kaum noch relevant. Längst haben offroad-taugliche SUV das Zepter vollends übernommen. Das Markenbild prägt der im Rennsport erfolgreiche Kompakte aber dennoch. Wenn der Name Subaru fällt, kann man in den Köpfen dann auch am Ehesten noch das Klischee des robusten Förster- und Jägerautos erwarten. Die Kombination aus Boxermotor und unzweifelhafter Geländegängigkeit erzeugt eine kleine, treue Kundenschaft, die selbst im Krisenjahr 2020 dem nach eigenen Angaben größten Hersteller allradgetriebener Pkw mit nun 40-jähriger Deutschland-Historie halbwegs stabile Absatzzahlen bescherte.

Entsprechend solide zeigen sich dann auch die Restwerte teils deutlich über der

50 Prozentmarke. Wer einen Subaru neu oder gebraucht erwirbt, erwartet eben keinen „Schnickschnack“, sondern „Unkaputtbar“ zu fairen Preisen. Wohl auch mit ein Grund dafür, dass bislang nicht viel zu sehen ist in den Preislisten an zukunftsorientierten alternativen Antrieben – sieht man mal von den unvermeidlichen Mildhybriden ab. Bei weltweit wenig mehr als eine Million produzierten Fahrzeugen ist

dies aber auch nachvollziehbar angesichts der kaum zu amortisierenden Entwicklungskosten. Schaut man in die Modellplanung der kommenden Jahre, erblickt man so neben Ersatz für die aktuelle Modellpalette dann kaum Tiefschürfendes und nur ein einziges wirklich neues Elektro-SUV-Modell aus einer Plattform-Kooperation mit Toyota. Die Nische wird also weiterhin Subarus Schicksal bleiben. ■

RESTWERTPROGNOSE SUBARU (NACH BAUREIHE)*



» Subaru hat einen Ruf etabliert, der in der Nische funktioniert. Diese relative Krisenfestigkeit erlaubt zumindest Zuversicht für die Zukunft der Marke. «

Thorsten Barg, Schwacke Geschäftsführer