

# ROST aus Fernost oder doch der große Trend?

Selbst all jenen, die bisher gar keinen Bezug zu Young- und Oldtimern aus Japan hatten, fällt eines auf – die Szene der Nippon-Klassiker ist massiv gewachsen



**W**oher kommt der Trend? Ist es die technische Zuverlässigkeit, das Design oder die Liebe zur Individualität? Auf Oldtimermessen und -treffen tauchen immer mehr davon auf, in Fachmedien finden sie zunehmend Beachtung. Woran liegt es und wie geht die Oldtimerszene damit um?

In den letzten Jahren sieht sich die allgemeine Altagsszene mit einem Umbruch konfrontiert. Wer sich auf Oldtimermessen umsieht, stellt fest, dass immer mehr japanische Old- und Youngtimer auftauchen. Insbesondere auf den Besucherparkplätzen und bei den Tuning-Ausstellungen. Auf diversen Treffen, auf denen man mit Altblech aus Japan vor wenigen Jahren noch alleine auf weiter Flur war, stehen nun plötzlich Japan-Klassiker, von deren Überleben bisher niemand etwas ahnte. Und dieser Trend scheint sich auch in den einschlägigen Fachzeitschriften niederschlagen zu lassen. Wobei – ist es ein Trend? Oder eine natürliche Entwick-

lung, geschuldet durch den Generationswechsel in der Szene? Oder gar ein Hype, eine Blase, die bald wieder platzen wird?

Die Generation der Babyboomer ist in den 1970er Jahren mit der „gelben Gefahr“ aufgewachsen. Deren Väter, Arbeitskollegen und Freunde schimpften über „die Japaner“, die unsere europäische Autoindustrie zerstören würden. Mazda wurde mit „Mein Auto zerstört deutsche Arbeitsplätze“ übersetzt. Mein Großvater, in leitender Position in der metallverarbeitenden Industrie im Müritzal beschäftigt, interessierte sich Mitte der 1970er Jahre für einen Mazda 616, kaufte dann aber einen Opel Rekord D. Warum? Weil er Repressalien seiner Arbeitskollegen fürchtete. Nicht unbegründet. Ein Kollege von ihm hat genau das erlebt, weil er statt Ford Escort oder Opel Kadett einen Toyota Corolla fuhr. Und doch verkauften sich „die Japaner“ von Anfang an recht gut in Österreich. Vom Import-Start 1969 bis 1971 wurden in anderthalb Jahren in Österreich 1800 Mazda über 130 Händler abgesetzt. Toyota

konnte seine selbst auferlegten Verkaufsziele in Österreich schon im ersten Jahr verdoppeln. Allein von Jänner bis Oktober 1971 konnte Toyota in Österreich 4484 Fahrzeuge verkaufen – mit 70 Händlerpartnern. Man hatte mit 2000 im ganzen Jahr gerechnet.

**Mehr als nur Achtungserfolge** oder ein Strohfeuer? Woher kam dann die schlechte Stimmung in der Gesellschaft gegenüber den Marken aus Japan? Es war wohl eine Mischung aus Gruppenzwang und Angst vor der Unterlegenheit der europäischen Industrie. Unterlegen? In den Stückzahlen schon. Spielte die Autoproduktion in Japan 1959 noch keine Rolle, war das Land der aufgehenden Sonne zehn Jahre später, 1969, schon zweitgrößter Automobilproduzent der Welt, hinter den USA und vor Deutschland. So stürzte sich die Fachpresse, in enger Zusammenarbeit mit insbesondere den deutschen Herstellern, auf das amerikanisch angehauchte Design – der Begriff „Japan-Barock“ wurde aus der Taufe gehoben – und



**„VOR WENIGEN JAHREN WAR MAN MIT EINEM  
JAPAN-KLASSIKER NOCH ALLEIN AUF WEITER  
FLUR – JETZT LÄNGST NICHT MEHR.“** Lukas Wieringer



Vor zehn Jahren noch undenkbar, mittlerweile gut besuchte Realität – Oldtimertreffen eigens nur für japanische Klassiker

Knapp 25 Prozent Marktanteil in den Achtzigern: Damals ahnte noch niemand, dass auch das Mazda 626 Coupé ein gesuchter Klassiker werden würde



Selbst im Pannendienst waren die Japaner beliebt. Der ARBÖ hatte etwa mehrere Modelle von Toyota im Einsatz



die simple Technik der Japaner. Starre Achse im Heck und Vierganggetriebe... Beim „Japaner“ waren das Kritikpunkte. Bei Opel oder Ford akzeptierte Normalität.

**All das sorgte** für hohen Wertverlust bei den Gebrauchten und in Verbindung mit der üblichen Rostanfälligkeit der siebziger Jahre blieb naturgemäß kaum etwas übrig. Ein Mercedes-Benz /8 wurde das dritte Mal durchgeschweißt, ein Toyota Crown mit dem ersten Rostloch weggeworfen. Ein Fiat Mirafiori wurde im Winter

weggestellt, ein Datsun 180B musste als Winterauto erhalten. All das macht die Japaner jener Zeit heute besonders rar und eben so besonders besonders. Auch, weil selbst sogenannte Automobilkenner oder zumindest begnadete automobile Besserwisser auf Treffen oftmals vor einem Toyota Corona Mark II, einem Datsun Violet oder einem Daihatsu Charmant stehen und rätseln, um welches komische Ding es sich da handeln könnte. Es folgten die Achtziger, die vieles ändern sollten. Und die als die Keimzelle des heutigen Booms gelten.

Japan lernte schnell. Europäisch angehauchte Optik war Trumpf, der Japan-Barock verschwand schnell von der Bildfläche. Klare, schlichte, kantige Designs erobern das Herz der Vernunftkäufer deutlich leichter. Und so passiert es, dass der Mazda 323 in manchem Monat das meistverkaufte Pkw-Modell ein Österreich war. Vor VW Golf und Opel Kadett! Auch Mazda 626, Nissan Sunny und Toyota Corolla waren fast in jeder heimischen Verkaufshitliste in den Top 10 zu finden. Spätestens in den Achtzigern gab es kaum noch eine Familie, in der

nicht mindestens ein Japaner lief. Und das in der Regel anspruchslos, zuverlässig und problemlos. Mit einem Ausstattungsniveau, von dem die deutschen Mitbewerber gar nicht zu träumen wagen. Die Zeit der „serienmäßigen Extras“ war angebrochen. Servolenkung, elektrische Fensterheber und Spiegelverstellung, Radio, Fünfganggetriebe, Zentralverriegelung oder Umluftschalter – alles Dinge, die man selbst in den teuren Mercedes-Benz-Modellen noch extra bezahlen musste. Beim Japaner waren sie auch in der Kompaktklasse oftmals schon Serie.

**Doch die heutigen** Japan-Oldies sind nicht nur in Sachen Serienausstattung führend. Auch viele Marktnischen werden von den Japanern zuerst beackert. Der erste Geländewagen mit Turbodieselmotor und Komfortausstattung ab Werk – Mitsubishi Pajero. Allradautos, die nicht Premium kosten. Wankelsportler. Digitale Armaturen in vielen Modellen. Turbo-Versionen in fast jeder Fahrzeugklasse. Klappscheinwerfer-Sportler für die normale Brieftasche. Elektronisch

# „VIELE BESUCHER DER OLDTIMERMESSE HABEN SICH GEFREUT, ENDLICH AUCH ALTE NISSANS ZU SEHEN.“

Lukas Wieringer



verstellbare Fahrwerke selbst in der Mittelklasse und teilweise fünf Karosserievarianten eines Modells. Da konnten die Europäer nicht mit. Und so wuchs der Marktanteil der japanischen Marken in Österreich auf über 25 Prozent. Sie standen an jeder Ecke, waren selbstverständlich. Niemand rümpfte mehr die Nase. Und wer saß auf der Rückbank dieser Fahrzeuge? Die Generation der heute 30 bis 40 Jahre alten Auto-Enthusiasten. In deren Kopf es keine „gelbe Gefahr“ mehr gab. Sondern für die war es völlig normal, einen Japaner gern zu haben.

**Einer der Hauptgründe** für den Boom der letzten Jahre. Die Generation, die damals mit selbstverständlichen japanischen Autos aufgewachsen ist, beschäftigt sich heute mit den Autos ihrer Kindheit und Jugend. Und das ist halt kein Goggomobil oder Vauxhall mehr, sondern ein Toyota oder Nissan, stellvertretend für alle anderen japanischen Marken, die bei uns reüssieren konnten. Ein kleiner Wermutstropfen: Die Japaner der Siebziger sind für diese Generation heute auch nicht besonders spannend. Und so bleiben die Wegbereiter mit wenigen Ausnahmen im Schatten der beliebten Modelle der späteren Jahrzehnte. Gerade die letztgenannten profitieren vom Computer-

spiel-Boom. Allein die Playstation von Sony brachte mit Rallye-Spielen oder der legendären GranTurismo-Reihe so viele japanische Modelle auf die Bildschirme der Jugend, wie nichts vorher. Und dann kam die „Fast & Furious“-Filmreihe auch noch des Weges. Spätestens dann waren „die Japaner“ selbstverständlich in den Köpfen, mindestens ebenbürtig mit deutschen, europäischen oder US-amerikanischen Marken.

**Die Oldtimerszene ist** per se traditionell. Umbrüche dauern etwas länger, man hängt leidenschaftlich vergangenen Zeiten hinterher. Das hat sich auch bezüglich des Japaner-Themas gezeigt. Obwohl die Marken aus Fernost schon seit Jahrzehnten völlig selbstverständlich zum Straßenbild gehören, waren sie in der Oldtimerszene bis vor kurzem verpönt. Der Wiener Rainer Adam war vor 15 Jahren einer der ersten, die versuchten, Japaner in die Szene und auf die Messe nach Tulln zu bringen – mit anfangs eher geringem Publikums-Erfolg. Doch trotz anfänglicher Rückschläge formte sich eine kleine, feine und sehr familiäre Szene, die Schritt für Schritt ihren Teil dazu beiträgt, Japaner auch unter den Oldtimern zu etablieren. Langsam kommen sogar heimische Importeure drauf und unterstützen Clubs und IGs bei ihren Be-

mühungen. Besonders positiv sind da Mazda und Toyota zu nennen.

Es war ein langer Weg, bis japanische Marken es geschafft haben, in der heimischen Oldtimerszene Fuß zu fassen. Aber der Zug war schon vor einigen Jahren nicht mehr aufzuhalten und mittlerweile hat er den Bahnhof verlassen. Die Japaner sind auf Treffen gang und gäbe, gehören als Teil unserer Mobilitätsgeschichte ganz selbstverständlich dazu. Wer sich den Besucherparkplatz von Österreichs größter Oldtimermesse in Tulln ansieht, stellt fest, dass dort vom Honda NSX bis zur Toyota Cressida fast alles vertreten ist. Dieser Querschnitt durch die Szene dürfte repräsentativer sein als die Messestände in den Hallen. Und jetzt hab ich noch eine kleine, durchaus provokante Denkaufgabe an die geneigte Leserschaft – Seit 1991 verkauft Hyundai bei uns Autos. Das sind mittlerweile 34 Jahre. Dann kam KIA, Daewoo, SsangYong. Wann wird es soweit sein, dass wir feststellen müssen, dass die Koreaner an die Tür unserer Szene klopfen? Und wichtiger: Werden wir sie dann reinlassen? Oder werden wir über KIA Clarus, Hyundai S-Coupe und Daewoo Espero auch die Nase rümpfen? Es bleibt spannend.

TEXT UND FOTOS **Lukas Wieringer**