65 Jahre SsangYong – Eine wechselvolle Geschichte

Es gibt Automobil-Marken, von denen Automobilisten beinahe alles wissen. Und es gibt Marken, über die zumindest deren Fans gut informiert sind. Und dann gibt es noch die Marken, die quasi unter dem Radar laufen. Diese sprechen nicht die Gefühlsebene potenzieller Kunden an, sondern deren Vernunft. Diese Marken verkaufen ihre Autos nicht über Emotionen, sondern über den Kopf, zum Beispiel durch ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Eine dieser Marken ist SsangYong, die sich bei uns seit jeher in einer Nische bewegt, obwohl sie durchaus Potenzial für mehr hätte. Die Basis dafür wäre jedoch ein höherer Bekanntheitsgrad, beispielsweise durch mehr Händler. 2019 wird die viertgrößte südkoreanische Marke 65 Jahre – ein guter Grund, sich ihr etwas intensiver zu widmen.

Mit erst 24 Jahren gründete Ha Dong-Hwan 1954 die gleichnamige Motor Company mit dem Ziel, Allradfahrzeuge auf Jeep-Basis in Lizenz zu fertigen. Knapp ein Jahrzehnt später folgte die Fusion mit der Marke Dongbang sowie die Ausweitung der Produktion auf Busse und Nutzfahrzeuge. Die Zusammenarbeit mit der Shinjin Jeep Motor Company – die ebenfalls den Jeep nachbaute und zudem als „Korando“ an Privatkunden vertrieb – startete 1967. 17 Jahre später wurde der ehemalige Partner schließlich übernommen und der für „Koreans can do“ stehende Produktname zu einem festen Bestandteil der Modellpalette. Ebenfalls 1984 übernahm der 1939 gegründete Mischkonzern SsangYong das Unternehmen, 1988 folgte die Umfirmierung in SsangYong Motors Company.

Nun nahm das Geschäft Tempo auf: Neben dem beginnenden Export nach Nordeuropa ging SsangYong 1991 zudem eine Partnerschaft mit Mercedes-Benz ein. Das Resultat waren u.a. die Luxuslimousine „Chairman“ und der Kleintransporter „Istina“. Als Folge der Allianz wurde 1993 auf der IAA in Frankfurt das SUV „Musso“ präsentiert. Im Zuge der asiatischen Wirtschaftskrise Ende der 1990er Jahre war SsangYong erst von Daewoo Motors und anschließend von der chinesischen Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC) übernommen worden. Seit Sommer 2010 gehört das Unternehmen nun zum indischen Autohersteller Mahindra & Mahindra. In Deutschland hat SsangYong heute rund 200 Vertragspartner, die die 2015 begonnene Modelloffensive begleiten.

- ➔ Richtig Bewegung ins Automobilgeschäft von SsangYong kam erst vor knapp 30 Jahren mit der Partnerschaft zu Mercedes. Es folgten unruhige Zeiten mit mehreren Besitzerwechseln. Seit der Übernahme durch Mahindra & Mahindra vor neun Jahren scheinen die Koreaner sich nun auf den Automobilbau konzentrieren zu können. Und das durchaus erfolgreich, wie die Modelloffensive mit dem „Tivoli“, dessen Langversion „XLV“, dem „Rexton“, dem Pick-up „Musso“, dem neuen „Korando“ sowie dem „Musso Grand“ in den letzten Jahren belegt. In Deutschland muss nun noch der Bekanntheitsgrad der Modelle und der Marke steigen. Denn dass das Preis-/Leistungsverhältnis der koreanischen Automobile passt, steht außer Frage!

Bilderquelle: SsangYong