

American Motors: 1954-1987

Wolfgang A. Mederle
Prinzregentenstraße 124/IV
D-81677 München

⟨URL:<http://www.mederle.de/>⟩

18. Dezember 2005

Eigenpublikation, alle Rechte vorbehalten



Inhaltsverzeichnis

Der Beginn	2
Die fetten Jahre	3
Der Vierte der Drei	5
Es geht runter ...	8

... und es geht wieder rauf	9
Zuwachs	11
Der Anlauf zum Abschwung	15
Abgesang	18
Der erste Renault	20
Der letzte AMC	23

Der Beginn

Zu einer Zeit, als in Deutschland das Rad in jedem zweiten Hinterhof neu erfunden wurde und hemdsärmelige Macher wie Paul Kleinschnittger mit dem F125 und Hans Glas mit dem Goggomobil die westliche Hälfte der Nation motorisierten, sah es in den Vereinigten Staaten von Amerika für die kleinen, unabhängigen Automobilhersteller nicht gerade rosig aus. Die große Ernüchterung, die Deutschlands Rollermobilhersteller bald und die kleinen Hersteller großer Autos ein bißchen später erfaßte, sorgte in den Vorstandsetagen US-amerikanischer Autobauer bereits Anfang der Fünfziger Jahre für Existenzängste. Die Übermacht der »Big Three« (General Motors, Ford und Chrysler-Dodge-Plymouth) war einfach zu groß und die Kapitaldecke der kleinen zu dünn.

Auch Nash (gegründet 1916) und Hudson (gegründet 1909) mußten erkennen, daß es so wie bisher nicht weitergehen konnte. Nashs Präsident George Mason hatte zunächst Gespräche über eine mögliche Fusion mit Packard geführt. Packard lehnte jedoch ab und schloß sich stattdessen 1954 mit Studebaker zur Studebaker-Packard Corp. zusammen. (Der Name Packard verschwand 1959, Studebaker mußte 1966 endgültig aufgeben.) Mason trat in Verhandlungen mit Hudsons Präsident Barrit ein, der wegen Geldmangels keinen anderen Ausweg sah als eine Fusion. Daraus folgte am 1. Mai 1954 die Gründung der American Motors Corporation.

Als erste Konsolidierungsmaßnahme wurde die Produktion der technisch veralteten bzw. unpopulären Hudson-Modelle eingestellt. Hudsons Werk in Detroit wurde geschlossen. Die »neuen Hudson« waren modifizierte Nash; sie wurden im Nash-Werk in Kenosha, Wisconsin (am Michigansee nördlich von Chicago) produziert. Im Oktober 1954 starb George Mason, und sein Assistent Romney übernahm die Geschäfte. Ende 1955 wurde die Produktionsstätte in El Segundo, Kalifornien, geschlossen und die gesamte Produktion nach Kenosha verlagert. Trotz dieser Sparmaßnahme wurde das Geschäftsjahr 1955 mit Verlusten abgeschlossen.

1956 lancierte American Motors den neuen Rambler, der nun als eigenständige Marke geführt wurde. Von der Presse gelobt, konnte er trotzdem nicht über AMCs generell veraltetes Modellprogramm hinwegtäuschen, dessen Design auf das Jahr 1952 zurückging, was in den schnellebigen USA Äonen gleichkam. Obwohl American Motors die Produktion des zweimillionsten nach dem selbsttragenden Nash-Prinzip hergestellten Wagens vermelden konnte, während sich die übrigen amerikanischen Autobauer auf solid-vorsintflutliche Kastenrahmen verließen, endete das Jahr mit: Verlust.



Abbildung 1: Nash Ambassador Custom, 1957

Ende 1956 wurde AMCs erster selbstkonstruierter V8-Motor präsentiert und in das limitierte Sondermodell Rambler Rebel eingebaut. Der Rambler verkaufte sich hervorragend, doch auch 1957 wurde kein Gewinn eingefahren.

Die fetten Jahre

Der Rambler bekam 1958 ein neues Design mit übereinander stehenden Doppelscheinwerfern. Die Namen Nash und Hudson verschwanden und wurden durch *Ambassador by Rambler* ersetzt. Der Ambassador war ein optisch modifizierter Rambler mit verlängertem Radstand, der ab 1959 als Topmodell fungierte und unter anderem mit Hinterrad-Luftfederung zu haben war. Dazu gab es weiterhin den leistungsorientierten Rambler Rebel und den seit 1954 angebotenen Metropolitan, einen Kleinwagen, der für Nash und später American Motors von Austin in Großbritannien hergestellt wurde. Die Lücke zwischen dem Rambler und dem Metro füllte der Rambler American, der im Prinzip dem 1955 eingestellten alten Rambler entsprach und auch von dessen technisch veraltetem seitengesteuerten Sechszylinder angetrieben wurde. Die Rezession machte die wirtschaftlichen Rambler gegenüber den Dickschiffen aus Detroit zusätzlich interessant, und so wurde 1958 das Jahr, in dem American Motors zum ersten Mal schwarze Zahlen schrieb.

Die nächsten Jahre wurden sehr erfolgreich. Das Modellprogramm wurde mit geringfügigen Änderungen beibehalten, und AMC verdiente gutes Geld damit. 1960 wurden mehr als 422.000 Rambler verkauft, was einem Marktanteil von 6,4 Prozent entsprach, dem höchsten, den AMC je erreichen sollte.

1961 bekam der American ein neues Design. Er wurde 13 cm schmaler und 8 cm kürzer, ohne daß Einbußen im Innenraum zu verzeichnen waren. Kein Wunder, denn der Innenraum blieb gleich: aus Wirtschaftlichkeitsgründen sollten die Werkzeuge für die Innenbleche weiterverwendet werden. So schien der American 1961 ein neues Auto mit kantigerer Karosserie zu sein, obwohl er unter der Haut immer noch der alte Nash von 1950 war! Nun gab es ihn als Zwei- und Viertürer, als Station Wagon und als Cabriolet. Auf Wunsch wurde statt des SV-Motors der modernere OHV-Sechszylinder eingebaut, der serienmäßig den Rambler antrieb. Um die nicht gerade rekordverdächtigen Ambassador-



Abbildung 2: Rambler Ambassador, 1961

Verkäufe anzukurbeln, bekam dieser eine neue, etwas verquollene Front, die gerade das Gegenteil des Erwünschten bewirkte – einen Einbruch um die Hälfte. Nichtsdestoweniger: 1961 war der Rambler die Nummer Drei in der amerikanischen Verkaufs-Hitliste.

1962 wurde der mäßig erfolgreiche Ambassador in seiner bisherigen Form eingestellt; der neue Rambler Ambassador war einfach eine Luxusversion des Rambler mit gleichem Radstand; um ihm einen höheren Status zu erhalten, war ihm künftig der Achtzylinder vorbehalten. Der normale Rambler mußte sich mit dem OHV-Sechszylinder begnügen. Der Metropolitan wurde eingestellt – eine kurzsichtige Entscheidung, die damit begründet wurde, daß der günstige American seinen Platz einnehmen könnte, aber außer Acht ließ, daß der Zeitgeist bald die Kompaktheit an sich zum Trend machte. Volkswagen wußte dieses brachliegende Potential besser zu nutzen, und so prägte der Käfer das Bild einer Generation und nicht ein modernisierter Metropolitan. Das Werbeargument für 1962 war die passive Sicherheit: So wurden alle Rambler nun mit Zweikreisbremsanlage ausgestattet, ein Feature, das zu der Zeit nur Cadillac und Rolls-Royce anboten – und Mercedes-Benz im 300SE (was die amerikanischen Quellen zu diesem Text unter den Tisch fielen ließen), alles Fahrzeuge, die sich in anderen Preiskategorien bewegten. Auch 1962 blieben die Rambler Nummer Drei in der Verkaufsstatistik.

Noch eine nicht unwichtige Begebenheit ereignete sich zu der Zeit, als die 1962er Modelle zu Bestsellern wurden; diesmal eine allzumenschliche:

Ed Anderson, zuständig fürs Design der Rambler und damit nicht unerheblich am Erfolg der Fahrzeuge beteiligt, wollte sich den durchaus verdienten Lohn abholen und forderte für sich den Titel »Vice President of Design«. Dummerweise war Anderson einigen Egos bei American Motors in die Quere gekommen, die ihm dies jetzt heimzahlten. Wenn ihm seine bisherige Position mißfalle, könne er ja gehen, wurde ihm mitgeteilt. Verletzt und verärgert, nahm Anderson seinen Hut. Er ging nach Detroit zu Chrysler, wo man ihn auch nicht zum Vizepräsidenten ernennen wollte, weshalb er schließlich seinen letzten Job als Pensionist im warmen Mexico antrat.

Auch Chairman/Präsident/Chief-Executive George Romney zog es weg von AMC, jedoch strebte er nicht gen Süden, sondern nach Höherem, nämlich dem Amt des Gouverneurs von Michigan. Seine Nachfolge trat Roy Abernethy, vormaliger Vertriebschef, an. Richard Cross wurde zum neuen Chairman, und somit gab es zum ersten Mal eine Doppelspitze bei American Motors. Auch für

die vakante Stelle des Director of Styling wurde schnell Ersatz gefunden, und zwar in Richard Teague, der 1958 von Anderson zu AMC geholt worden war. Teague, Absolvent der renommierten California's Art Center School, war bis zu Packards Pleite der dortige Designchef gewesen. Sein unnachahmlicher Stil sollte die Fahrzeuge aus Kenosha bis zu AMCs Ende 1987 prägen. (Teague wurde übrigens 1964 zum Vice President of Design befördert.)

Der Vierte der Drei



Abbildung 3: Rambler Classic 770, 1963

Der völlig neue Rambler (Classic und Ambassador), der zum Modelljahr 1963 den im Grunde seit 1956 unveränderten Vorgänger ablöste, war noch von Anderson und Teague gemeinsam kreiert worden. Seine Trapezform mit Doppelscheinwerfern spiegelte den typischen Stil der Post-Heckflossenära wieder, und wie es so bei Nachfolgemodellen bis heute üblich ist, war er ein Stück größer als der alte. Der Wagen war mit seinem klaren, schnörkellosen Design, den großen Fensterflächen und dem unpräzisen Interieur ein gelungener Wurf. (Und das mußte er auch sein, denn die Grundform würde ähnlich lange durchhalten müssen wie die des Vorgängers, ohne altmodisch zu wirken. Für ständige Neuentwicklungen fehlte nach wie vor das Geld.) Für den gewünschten Wiedererkennungseffekt sorgte der V-förmig einwärts geknickte Kühlergrill – der offensichtlich gut ankam, denn der neue Rambler verkaufte sich auf Anhieb wie warme Semmeln. Endlich heimste ein Produkt von AMC auch mal einen Preis ein: Der neue Rambler wurde Motor Trends »Auto des Jahres«. Nun war es auch langsam an der Zeit, den Rest der Modellpalette zu erneuern. Auf ein Facelift 1963 folgte 1964 der neue Rambler American, der die verkürzte Plattform des Rambler Classic bekam, um Kosten zu sparen, und auch sonst einige Teile mit dem großen Bruder gemeinsam hatte. Der neue American war ohne Zweifel der schönste amerikanische Wagen der unteren Mittelklasse, und gleichzeitig war er AMCs erstes Fahrzeug mit rückversetzten Scheinwerfern (»tunneled headlights«). Auch er verkaufte sich auf Anhieb hervorragend.

»Die erste erwerbt's, die zweite vermehrt's, die dritte verderbt's«, meint der Volksmund zum Einfluß der Generationen auf Familienbetriebe. Ob dieser Spruch stimmt, sei dahingestellt, aber, auf American Motors übertragen, entbehrt er nicht einer gewissen Wahrheit. George Mason hatte American Motors gegründet, George Romney hatte die Firma konsolidiert und mit einem wohldurchdachten Konzept in die Gewinnzone gebracht, und an Roy Abernethy war es nun, sie zu ruinieren. AMC war

zwar eine Aktiengesellschaft und kein Familienbetrieb, jedoch wurde die Firma seit jeher diktatorisch geführt (was ihr bisher nicht zum Schaden gereichte), und daran änderte sich auch nicht viel, als Abernethy zwar das Zepter übernahm, aber den Reichsapfel an Cross abgeben mußte. Abernethy war vorher nicht ohne Grund Verkaufsleiter gewesen. Er war ein Verkaufsgenie, und so wie er bis dato die Händler überzeugte, sich noch eine Wagenladung Rambler auf den Hof stellen zu lassen, überzeugte er jetzt den Führungsstab von American Motors von seinen Ideen.

American Motors war Mitte der Sechziger Jahre in einer sicheren Position. Romney hatte dem Namen Rambler eine Identität gegeben, ein Image, das weit entfernt von dem Verlierer-Status war, mit dem man die Namen Nash und Hudson verband. Der Rambler war so etwas wie ein amerikanischer Mercedes. Etwas teurer als die Konkurrenzprodukte z.B. von Chevrolet, bot er trotzdem einen höheren Gegenwert fürs Geld, war solider verarbeitet und unterwarf sich keinen kurzlebigen Modetrends. (Auch das Modellprogramm mit den auf gleicher Basis stehenden Rambler Classic und Ambassador erinnert frappierend an Daimlers Strategie der Einheitskarosserie für Grundmodell und S-Klasse bei den Heckflossentypen!) So wandte sich AMC an eine etwas gesetztere Kundschaft, die Solidität und einen Hauch Extravaganz wünschte. Eine Kundschaft, die sich in Deutschland einen 190Dc oder 220S vor die Tür des Eigenheims gestellt haben würde.

Genau das war es, was dem forschen Abernethy stank. Er wollte weg von diesem Opa-Image, raus aus der Nische, die sich American Motors über Jahre geschaffen hatte, und in der die Firma prosperierte, hin zu größeren Modellen mit mehr Prestige, mehr Luxus, mehr Leistung. Dorthin, wo Detroit's Automobilhersteller seit Jahrzehnten dick und fett saßen, Firmen, die es sich leisten konnten, ihren Schiffen jedes Jahr einen anders gekrümmten Kühlergrill zu verpassen, einen größeren Motor oder eine neue Karosserie. Firmen, für die ein Flop nur ein »Hoppala!« war und keine Existenzbedrohung. Daß sich American Motors in diesem Umfeld ausnehmen würde wie eine Maus im Katzenkorb, war Romney sehr wohl klar gewesen. Abernethy jedoch schien daran keinen Gedanken zu verschwenden.

Der erste Schritt in die neue Richtung war die Option, den Rambler Classic ab 1963 mit V8-Motor zu bestellen, der vorher dem Ambassador vorbehalten gewesen war. Die Leute fragten sich damit natürlich: »Warum dann noch einen Ambo kaufen?«, und da auf diese Frage niemand so recht eine Antwort geben konnte, mußte ein neuer Ambassador her.



Abbildung 4: Rambler American 220, 1965

Dieser kam 1965. Im Jahr zuvor hatte es ein paar kleinere Facelifts und ein Rambler Hardtop Son-

dermodell namens Typhoon gegeben, in dem der neuentwickelte 232ci- (3,8 l) -OHV-Sechszylinder mit Torque Command-Automatik Premiere feierte, der die Basis für alle AMC-Sechszylinder bis zum bitteren Ende wurde, und dessen Motorblock man bis in die Nuller Jahre in den Jeep-Modellen finden konnte (praktisch baugleich der 4,2l-Version).

Das Jahr 1965 zeigte die Abkehr von allem, was bisher die Produktpalette ausgezeichnet hatte. Keine Spur mehr von Gleichteile-Strategie. Die Fahrzeuge hatten praktisch nichts mehr mit den 1963er Modellen gemeinsam. Während der American vom Vorjahr kaum verändert übernommen wurde, war der Rambler Classic ein komplett neu gestaltetes Fahrzeug mit im Vergleich zum Vorgänger um 5 Zoll verlängerter Karosserie bei gleichgebliebenem Radstand. Der Ambassador wiederum hatte nicht nur eine neue Karosserie, sondern auch 4 Zoll mehr Radstand als der Classic bekommen. Vom Kombi bis zum Cabrio waren alle möglichen Varianten zu haben, und die Werbung verkündete frohgemut:

Neu! 3 verschiedene Fahrzeuggrößen!

Neu! 3 verschiedene Radstände!

Neu! 7 spektakuläre Motoren: Torque-Command-Sechszylinder – die fortschrittlichsten Motoren der Welt! Große V8s!

Dieser »fortschrittlichste Motor der Welt« kam übrigens mit untenliegender Nockenwelle und Stößelstangen daher, während in der alten Welt alle Mercedes-Motoren längst über eine obenliegende Nockenwelle verfügten und Alfa Romeo hochmoderne DOHC-Triebwerke offerierte. Die neuen Prospekte rückten die Luxusmodelle in den Vordergrund und drückten die bisherigen Volumenmodelle, die Kombis, ins Kleingedruckte, was nicht dazu beitrug, die Stammkundschaft bei der Stange zu halten. Die sinkenden Verkaufszahlen der Americans und der Sechszylinder-Rambler nahm Abernethy als Bestätigung, daß der neu eingeschlagene Weg der richtige sei.

Zur Mitte des Modelljahrs gesellte sich ein völlig neues Fahrzeug zur Palette: der Marlin. Vom Namen her ein Schwertfisch, war dieses SportCoupe als Konkurrent für den Ford Mustang gedacht, der wie eine Bombe eingeschlagen hatte. Der Prototyp des späteren Marlin, genannt Tarpon, war von Dick Teague für die Bodengruppe des American konzipiert worden. Als Teague von einem Europaaufenthalt zurückkehrte, mußte er feststellen, daß Abernethy das Konzept zu mickrig gewesen war (auch wegen des Fehlens eines Achtzylinders für den American), deshalb hatte er es kurzerhand auf das Rambler-Format von knapp 5m aufblasen lassen. Dieser Größenwahn tat der Form des neuen Coupes nicht gerade gut, und so sah der Marlin eigenwillig aus. Außerdem war er damit dem Mustang-Format von 4 Meter 60 entwachsen und schlug sich nun mit Konkurrenten wie dem 1964 präsentierten, hübschen Plymouth Barracuda (Pfeilhecht) und dem Dodge Charger (Schlachtroß, präsentiert 1966) herum. Der komische Marlin wurde ein gewaltiger Flop. Im ersten Jahr konnten gerade mal 10.327 Stück an den Mann gebracht werden. 1966 wurde aus dem Rambler Marlin der Marlin ohne Rambler. 4547 Marlin-Schlüssel wanderten über den Ladentisch. Man entschied sich zur Flucht nach vorne. Der 1967er Marlin bekam die Front und Bodengruppe des 1967er Ambo und wuchs auf 5 Meter 12. 2545 Stück wurde man davon noch los.

Warum kam der Marlin so schlecht an? Seine Anlagen waren vielversprechend. Motor Trend lobte das Interieur als exzellent, und Hot Rod bezeichnete ihn gar als »eines der komfortabelsten Langstreckenfahrzeuge überhaupt«. Das Problem war ganz einfach: Der Marlin war an der anvisierten

Zielgruppe vorbeikonstruiert worden. Die jungen Leute wollten keinen dicken Cruiser mit ellenlanger Ausstattungsliste, sondern ein knackiges Coupe. Und der Marlin war in etwa so knackig wie das Coupe der S-Klasse aus den 90er Jahren (das, nebenbei, eines der komfortabelsten Langstreckenfahrzeuge überhaupt ist!).

Es geht runter ...

Wie schon erwähnt, wurde der Marlin 1966 zur eigenen Marke erhoben. Das lag daran, daß Abernethy der Rambler-Name, der erst 1963 zum Standard für AMCs Fahrzeuge geworden war, nicht standesgemäß genug für seine Topmodelle erschien. Folgerichtig gab es nun auch eine Marke Ambassador. Der American bekam eine etwas längere Front, die ihm formal guttat. Dazu kam das Luxusmodell Rogue mit verbesserter Ausstattung und ein neuer Motor, ein V8 mit 290 ci (4,75 l), auf Wunsch kombinierbar mit Viergang-Mittelschaltung. Auch für den Classic gab es ein Facelift und einen neuen Namen für die Hardtop-Version des Classic: Rebel.

Das alles half nicht viel – die Verkaufszahlen sanken. Nicht nur, weil American Motors mehr für die gewachsenen Autos verlangen mußte, als man zu zahlen bereit war, sondern auch, weil die Großmannsucht Abernethys den Schmalhans in die Firma zurückgebracht hatte, und der ließ tüchtig die Gerüchteküche brodeln. Plötzlich benutzte die Presse im Zusammenhang mit American Motors Ausdrücke wie »kränkelnd«, »angeschlagen« oder »desolat«, und das trug nicht gerade zu gesteigerter Kauflust der Kunden bei, die gerade Studebaker hatten die Segel streichen sehen. Dazu kam das neue Image der Firma, das keines mehr war. Einerseits war AMC immer noch der »Economy King«, auf der anderen Seite verband man nun Luxus und Sportlichkeit mit der Marke. Das paßte ungefähr so gut zusammen wie Erdbeeren und Knoblauch. Mitte 1966 war Vorstand und Aktionären angesichts weiter sinkender Verkaufszahlen und wachsender Schulden endgültig der Allerwerteste auf Grundeis gegangen. Nun mußten Köpfe rollen. Chairman Richard Cross wurde durch den größten Aktionär namens Robert Evans ersetzt. Evans war fest entschlossen, AMC wieder auf den richtigen Weg zu bringen. Roy Chapin jr., Sohn eines der Gründer der Hudson-Werke, der sich bereits seit Jahren in verschiedenen Bereichen des AMC-Managements bewährt hatte, wurde zum Executive Vice President und Automotive General Manager ernannt.



Abbildung 5: Rambler Rebel SST, 1967

Zum Modelljahr 1967 gab's Facelifts für American und Ambassador. Der Rambler Classic wurde

durch ein neues Modell ersetzt, das auch einen neuen Namen bekam: Rebel. Dieser Rebell bekam auch endlich so etwas wie eine moderne Hinterachse, nämlich eine Starrachse mit Schubstreben. Sein Vorgänger war noch mit einer Gelenkwellenrohr-Konstruktion (torque tube) versehen, etwas, das schon das deutsche Fachkundebuch für Kfz-Schlosser aus dem Jahr 1966 nur noch der Vollständigkeit halber und in einem geschichtlichen Kontext erwähnte. Die neuen Modelle kamen im Herbst 1966 heraus (inclusive verlängertem Marlin) und wurden den Händlern nicht so aus den Händen gerissen, wie es nötig gewesen wäre. Im Januar 1967 war das Geld schließlich so knapp, daß sich der Vorstand zu einer Krisensitzung traf. Man entschied sich, Roy Chapin zum Chairman und Chief Executive zu ernennen. Robert Evans blieb als Direktor im Vorstand, und der glücklose Roy Abernethy wurde zum Rücktritt aufgefordert. Seinen Posten nahm William V. Luneburg ein. Neue Leute waren da. Nun krankte es nur noch am Modellprogramm; doch für 1968 hatte man ein paar Überraschungen parat.

... und es geht wieder rauf

Zunächst mal mußte aber Geld her, und das besorgte man sich, indem man eine von AMCs Töchtern verkaufte – die Redisco, einen Kühlschrankhersteller, der von Anfang an zu AMC gehört hatte. Die Regierung half auch ein bißchen, indem sie knapp 4000 Ambassadors für die Post kaufte. Ungefähr ebenso viele AMC-Mitarbeiter bekamen die betriebsbedingte Kündigung. Somit beschäftigte die Firma Ende 1967 noch 23.704 Mitarbeiter, 11.000 weniger als noch 1963. Die Produktpalette war gut – nach wie vor bestand sie aus hochwertigen und preislich attraktiven Fahrzeugen. Schlecht war das Image, und das war und ist eines der hauptsächlichen Verkaufsargumente.

Wie wichtig das Image ist, mußte 1966 auch Hans Glas in Bayern feststellen. Nachdem sich das Goggomobil immer schlechter verkaufte, begann er, die Produktpalette nach oben zu erweitern. Neben den Isar-Modellen arbeitete er sich über das bildschöne 1300GT-Coupe bis zum 2600 V8 hoch. Leider haftete den Glas-Fahrzeugen das Zweitakt-Rollermobil-Image an, und niemand wollte ein V8-Goggo im S-Klasse-Format haben. 1967 wurde Glas von BMW übernommen, die damit auch Glas-Erfindungen wie den Zahnriemenantrieb bekamen. Das BMW-Werk in Dingolfing ist ein ehemaliger Glas-Betrieb.

Roy Chapin wollte Derartiges für AMC verhindern und verpflichtete deshalb als erstes eine neue Werbeagentur, die den Auftrag bekam, für ein besseres Bild der American Motors-Produkte in der Öffentlichkeit zu sorgen. Chapin und sein Führungsstab begaben sich auf die Ochsentour, zeigten überall Präsenz, besuchten Händler, um sie bei der Stange zu halten, gaben Pressekonferenzen, um den neuen Weg der Firma publik zu machen, und beruhigten Investoren, die sich in letzter Zeit nicht gerade unbegründete Sorgen um ihre Einlagen gemacht hatten.

Mit zum neuen Gesicht trug ein neues Fahrzeug bei: der Javelin, ein wesentlich kleinerer Nachfolger des glücklosen Marlin. Der Javelin war ein viersitziges SportCoupe und als Konkurrent zum ein Jahr zuvor präsentierten Chevrolet Camaro konzipiert. Wie den Rebel und den Ambassador (beide nun ohne »Rambler«-Typenschild) gab es ihn auf Wunsch als luxuriösen SST (Super Sport Touring), mit Sportfahrwerk und Go-Package (5,6l-V8).

Im Frühjahr 1968 erschien schließlich das heute begehrteste AMC-Fahrzeug: der AMX. Basierend



Abbildung 6: Javelin, 1968

auf dem Javelin, war er nochmals verkürzt (4,50 m) und als reiner Zweisitzer ausgelegt. Er sollte mit der Chevrolet Corvette konkurrieren, und dazu war er mit drei verschiedenen V8-Triebwerken, mit Viergang-Mittelschaltung oder Dreigang-Automatik sowie mit Scheibenbremsen vorne und Twin-Grip-Differential erhältlich.

Der Javelin SST wurde 1969 auch bei Karmann in Osnabrück für den Deutschen Markt montiert, leider ohne großen Erfolg (siehe Karmann-Artikel auf <http://www.american-motors.de/>). Soweit bekannt, wurden dort nur etwa 200 Javelins hergestellt, von denen neben dem Exemplar im Karmann-Museum nur wenige überlebt haben (dem Autor sind zur Zeit vier Stück bekannt, die über ganz Europa verstreut sind).

Um so besser verkauften sich Javelin und AMX in den USA: Statt der anvisierten 35.000 Stück konnten mehr als 60.000 an den Mann gebracht werden. Oder an die Frau – ein ganz in Pink gehaltener AMX wurde an Playboys Playmate des Jahres, Angela Dorian, überreicht.

Unschätzbar war der Imagegewinn. Die Sportwagen trugen maßgeblich dazu bei, das Ansehen von American Motors in der Öffentlichkeit zu verbessern. Dazu kam eine Menge kostenlose Werbung, da Javelin und AMX regelmäßig die Titelseiten der Motorpresse zierten. Die kostenpflichtige Werbung hingegen kündete von dem neuen Geist im Hause AMC:

Entweder sind unsere Preise zu niedrig, oder die der anderen sind zu hoch!
Der Javelin kostet weniger als der Mustang und bietet trotzdem mehr fürs Geld!
Der American ist das einzige in Amerika produzierte Fahrzeug, das weniger als 2000 Dollar kostet!
Die Ambassador-Baureihe ist die einzige in Amerika mit Klimaanlage serienmäßig!

1968 war das erste Jahr seit langem, in dem AMC wieder Gewinne einfuhr. Um Geld für nötige Investitionen zu bekommen, wurde auch die Tochtergesellschaft Kelvinator (Haushaltsgeräte) verkauft, was AMC nun zu einem reinen Automobilhersteller machte. Die Produktpalette für 1969 war noch von Abernethy entschieden worden, daran konnte man nichts mehr ändern. Die meisten Modelle wurden unverändert vom Vorjahr übernommen. Die größte Änderung betraf den Ambassador, der nochmals größer wurde und sich nunmehr in der Oberklasse wiederfand. Chapin machte aus der Not eine Tugend, und so wurde der ansprechend gestylte Ambo mit dem Slogan angepriesen:

Er wird Sie an die Zeit erinnern, als man für sein Geld noch einen echten Gegenwert bekam!



Abbildung 7: Rambler Rogue, 1969

Zur Jahresmitte beglückte man sich und die Kundschaft mit einem Sondermodell nach GTi-Manier: Der größte Motor des Hauses, der 6,6l-V8 aus dem AMX, wurde ins kleinste Auto, den American mit 2 Meter 70 Radstand, gestopft. Heraus kam ein kleines Monster namens SC/Rambler alias Hurst Rambler. Das entsprechende Überholprestige stellte man durch eine martialische Rot/weiß/blau-Lackierung und breite Schlappen auf Alufelgen sicher. Statt der ursprünglich geplanten 500 Stück wurden 1512 »Scramblers« produziert.

Nach wie vor war AMC nicht über den Berg. Die Verkaufszahlen waren passabel, doch die Gewinne gering. Für die kommende Dekade waren viele Neuerungen geplant, und die Entwicklung war kostenintensiv. Roy Chapin sah, daß die mageren Profite nicht reichten, AMC die Zukunft zu sichern, und streckte deshalb schon seine Fühler aus, um der Firma zu frischem Blut zu verhelfen. Als am 30. Juni 1969 der letzte Rambler die Werkshallen verließ (4.204.925 Fahrzeuge mit diesem Namen waren produziert worden), waren die geheimen Verhandlungen schon weit gediehen.

Zuwachs

Eine Menge Veränderungen gab es im Jahr 1970. Der American wurde durch ein völlig neues Fahrzeug ersetzt – den Hornet. Dieser besaß eine hochmoderne Karosserie mit langer Motorhaube und kurzem Heck, wie es auch viele Japaner der späten Siebziger zeigten; man denke an die ersten nach Deutschland importierten Toyo Kogyo (Mazda) und Toyota. In den Siebzigern waren es die Japaner, die sich amerikanische Fahrzeuge nach zum Vorbild nahmen ... Mit dem Hornet besann sich AMC wieder auf eine Politik, mit der man in den Jahren vor Abernethy erfolgreich gewesen war: die Besetzung von Nischen. Der Hornet war nicht nur als sehr günstiges, nacktes Basismodell, sondern – und das hob ihn von anderen in der unteren Mittelklasse ab – mit einer langen Latte an Zusatz- und Luxusausstattung erhältlich. Vom günstigen Einstiegsangebot mit 3,3l-Sechszylinder,



Abbildung 8: Hornet SST, 1970

Vinylsitzen und Gummifußmatten bis zum exquisiten Renner mit edler Stoffausstattung, Teppichboden und 5l-V8 war alles möglich. Auf Wunsch wurden Automatikgetriebe, Scheibenbremsen und Servolenkung ebenso eingebaut wie Klimaanlage, Vinyldach und Liegesitze. Mit dem Hornet erfolgte auch die Rückkehr zur Gleichteilestrategie. Zwei- und Viersitzer waren bis zum Dach identisch, und sogar die Stoßstangen waren vorne und hinten gleich.



Abbildung 9: Gremlin, 1970

Ausgerechnet am 1. April wurde der neue Gremlin präsentiert, der erste in Amerika produzierte Kleinwagen, der es mit den überaus erfolgreichen Importen aufnehmen sollte (Käfer!), und der ein halbes Jahr vor Fords und GMs Versuchen in der Klasse da war – eine zu kurze Zeit, um viel zu verkaufen, aber genug, um Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit zu wecken. Der Gremlin war ein verkürzter Hornet mit scharf abgeschnittenem Kamm-Heck. Auffallend ist, daß der Gremlin nur mit Sechszylindern angeboten wurde, und das in einer Klasse, in der die Konkurrenz fast ausschließlich mit sparsamen Vierzylindern daherkam; jedoch tat dies dem Erfolg des Gremlin zumindest anfangs keinen Abbruch. Da noch kein Vergleich zu Detroit's Produkten möglich war, tat man sich schwer mit der Preisfestsetzung für den Gremlin. Man entschied sich für einen plakativen Niedrigstpreis von 1879 Dollar, wofür man ein mehr als nacktes Fahrzeug mit vorderer Sitzbank, ohne Rückbank

und mit Gummiauslegware bekam – solcherart gestrippte Gefährte wurden business coupe genannt und dienten hauptsächlich dafür, einen möglichst niedrigen Preis nennen zu können, ohne daß sich jemals sonderlich viele dieser »Vertreterautos« losschlagen ließen. Abgesehen von diesem Zweisitzer (879 Stück im Jahr 1970) war der Gremlin auf Anhieb erfolgreich und fand vor allem ein junges Publikum.

Die übrige Modellpalette wurde im Großen und Ganzen unverändert übernommen; interessanteste Neuerung war der Rebel Machine, ein krasses Sportcoupe mit 6,4-Liter-V8 (340 SAE-PS) und dem passenden Spitznamen »fliegender Ziegelstein«. Dafür tat sich etwas anderes, ganz entscheidendes:

Die American Motors Corporation (nun unter dem neuen Logo) kaufte Kaiser Jeep für insgesamt 70 Millionen Dollar, 10 davon in cash. Kaiser wollte raus aus dem Automobilgeschäft, und AMC wollte im Truck-Markt mitmischen. Zwar erwirtschaftete Jeep hauptsächlich Verluste, doch Chapin wußte, daß Potential vorhanden war, und daß die Synergie-Effekte einer gemeinsamen Entwicklung und Produktion beiden Marken helfen würden.

Der Kauf brachte AMC zwar wieder nah an den Schuldenturm, und Chapin sah sich teilweise harscher Kritik ausgesetzt, doch seine Meinung, daß Jeep sich als vorteilhaft für AMC erweisen würde, sollte sich in den folgenden Jahren als völlig richtig herausstellen. Die Arbeit an einer Zusammenführung und technischen Annäherung des Modellprogramms wurde sofort begonnen, und als erstes wurde die Produktion von Militär- und Regierungsfahrzeugen in eine eigene Gesellschaft, AM General, ausgegliedert (diese wurde später verkauft und produziert heute noch den Hummer!).

Wenn Sie mit GM, Ford und Chrysler konkurrieren müßten, was würden Sie tun?«, fragte man in den Prospekten und Fernsehspots 1971 – und die Antwort wurde für jedes Modell gleich mitgeliefert:

Sie würden den Kleinwagenmarkt revolutionieren – mit dem ersten amerikanischen Kleinwagen: dem Gremlin.

Sie würden den Hornet Sportabout herausbringen, den einzigen kompakten Kombi auf dem Markt – einen Wagen, der für die amerikanische Hausfrau mehr tun kann als alle Haartönungen, Lippenstifte und falschen Wimpern zusammen.

Sie würden dem Hornet eine Serienausstattung mitgeben, die sie beim Ford Maverick nicht mal gegen Aufpreis bekommen.

Sie würden den Matador vorstellen – einen Wagen, dem nicht mal ein scharf kalkulierender Familienvater widerstehen kann.

Sie würden den Ambassador zur einzigen Baureihe in Amerika machen, die serienmäßig Automatik und Klimanlage an Bord hat.

Sie würden mit dem Javelin einen Sportwagen mit Haaren auf der Brust anbieten, auch auf die Gefahr hin, daß er manche das Fürchten lehrt.

Dem ist fast nichts mehr hinzuzufügen, außer ein paar Details: Der Javelin wurde etwas größer (und verkaufte sich prompt schlechter) und bekam Pausbacken, der AMX wurde zur Ausstattungsvariante des Javelin degradiert. Der SC/360 Hornet wurde vorgestellt, der sich in eine Reihe mit SC/Rambler und Rebel Machine einfügte. Der 3,3-Liter-Sechszylinder wurde eingestellt, der 3,8 wurde damit zur Basismotorisierung. Dazu gesellte sich der 4,2-Liter-Sechszylinder, ein 3,8 mit längerem Hub. Das

»X-Package« wurde erstmals beim Gremlin angeboten gerne genommen. Es bestand aus Einzelsitzen vorne, Teppichboden, Sportfelgen mit Breitreifen, lackiertem Grill und Seitenstreifen und machte mit einfachen Mitteln aus einem Wagen einen Flitzer. Nicht ganz ins Bild paßten Relikte wie die serienmäßige Dreigangschaltung mit unsynchronisiertem Ersten und die unsäglichen Unterdruckscheibenwischer. Das Neue am Matador war hauptsächlich der Name, er basierte auf dem eingestellten Rebel und wurde als Hardtop Coupe, Viertürer und Kombi angeboten. Bei Jeep wurde die Produktivität erhöht, das Motorenprogramm komplett auf AMC-Aggregate umgestellt, und als wichtigster Schritt wurden Jeeps nun auch über das AMC-Händlernetz vertrieben. Trotz neuer Werkzeuge wurde das beliebte Styling der Jeep-Modelle beibehalten.



Abbildung 10: Jeep Commando, 1972

Beibehalten wurde das gesamte Modellprogramm für 1972. Die wichtigsten Änderungen fanden unter dem Blech und im Marketing statt. »Qualität, Wert und Kundenorientierung« waren die Schlagwörter. Die veraltete Borg-Warner-Automatik wurde durch ein modernes Chrysler-Aggregat ersetzt, die Scheibenwischer funktionierten endlich elektrisch. Die nackten Basismodelle entfielen. Stattdessen wurde der Gremlin nun auch mit Fünfliter-V8 angeboten. Ein neues Qualitätsmanagement wurde eingeführt, um Beanstandungen während der Garantiezeit zu reduzieren. Stark beworben und allseits hochgelobt wurde der Buyer Protection Plan. Dieser bestand aus:

- weitgehenden und großzügigen Garantieleistungen
- vor Auslieferung auf Herz und Nieren getesteten Fahrzeugen
- einer Mobilitätsgarantie
- Stellung eines Leihwagens, sofern nötig
- einer gebührenfreien Hotline

Diese Qualitätsoffensive kam genau zur rechten Zeit, denn viele Amerikaner hatten die Schnauze voll von der schlechten Verarbeitung der einheimischen Produkte und begonnen, sich verstärkt Importen aus Deutschland und Japan zuzuwenden. AMC konnte damit einigen Boden gutmachen und mit hervorragenden Zahlen ins Jahr 1973 gehen.

Der Anlauf zum Abschwung

Roy Chapins Credo für die kommenden Jahre bestand aus zwei Leitlinien: Philosophy of Difference und Diversifikation. Die erste besagte, daß AMC-Produkte »anders« sein mußten als die der in- und ausländischen Konkurrenz, um am Markt bestehen zu können; die zweite erinnert an die Ideen eines gewissen Edzard Reuter ein gutes Jahrzehnt später, der auch der Meinung sein würde, ein Automobilhersteller brauche weitere Standbeine, um dauerhaft existieren zu können. Hätte er sich AMC angesehen, wäre für Daimler-Benz vielleicht einiges anders gekommen ... Die Debis von AMC bestand aus AM Data Systems und American Motors Leasing Corporation, statt AEG besaß man die Kunststoffhersteller Evan Products und Winsor Plastics; das Pendant der DASA war jedoch kein Flugzeugbauer, sondern ein Gußteilehersteller namens Holmes Foundry Ltd. mit Sitz in Kanada. AM General war dabei, Autobusse zu entwickeln, ein Feld, das bisher GM und Flexible alleine bestellt hatten, und das angesichts verstopfter Straßen, verschmutzter Luft und veralteter Flotten der Busunternehmen reichliche Ernte versprach.

Der Hornet wurde in einer neuen Karosserievariante, die bisher ausschließlich ausländische Fahrzeuge vorweisen konnten, vorgestellt: als Hatchback (Fließheck). Das alte Dreigang-Schaltgetriebe wurde durch ein vollsynchronisiertes ersetzt. Der Levi's Gremlin kam heraus, ein Sondermodell mit Jeans-Stoff-Innenausstattung. Der Hornet Sportabout wurde als Sondermodell Gucci Sportabout angeboten, mit von Star-Couturier Aldo Gucci entworfenem Interieur. Der Pony-Car-Markt war nahezu tot, und so ließ man Javelin und AMX praktisch unverändert mitlaufen, nicht ohne aber auch dem Javelin einen touch »Hei-tei-tei« zu verpassen: Der Cardin Javelin bekam ein hippes Innenfutter by Pierre Cardin. Matador und Ambassador blieben nahezu unverändert. Auch kein Schnickschnack für innen.

Die meisten Änderungen wurden der Jeep-Serie zuteil. Neue Armaturen fielen auf, doch wichtiger war die Einführung des permanenten Allradantriebs Quadra Trac im J-Series Pickup und Wagoneer, dem Vorläufer des Grand Cherokee. Der CJ war als Kraftpaket Renegade mit V8 erhältlich. .



Abbildung 11: Matador Coupe, 1974

Für 1974 waren wieder größere Veränderungen angesagt, da Matador und Ambassador ihrer Verrentung entgegensahen. Die Nachfolger sollten sich die Bodengruppe teilen und einen neuen Look bekommen, der in den USA gerade populär wurde: Mercedes-Look!

Trotz dieses Vorbilds wurde der neue Matador zum wahrscheinlich häßlichsten Auto, das die Werks-

hallen in Kenosha jemals verließ. Dick Teague hatte die Motorhaube gewaltig verlängert, aus Kostengründen mußten die alten Kotflügel jedoch beibehalten werden. Das Ergebnis kann man bestenfalls als ulkig bezeichnen.

Aber warum war das ganze schöne Geld schon wieder weg? Nun, die Marktforschung hatte herausgefunden, daß in Zeiten der Rezession und Inflation wie 1974 das Volk nichts mehr begehrte als ein fesches Mittelklasse-Coupe, und der Matador Hardtop sei halt zu konservativ gestylt. AMCs Führung nahm dies zur Kenntnis und warf sofort alles über Bord, was sie aus vergangenen Mißerfolgen gelernt haben sollte. Ein völlig neues Coupe wurde entworfen, das kein einziges Karosserieteil mit anderen Modellen gemeinsam hatte und dementsprechend teuer in Entwicklung und Herstellung wurde. Das Matador Coupe bekam von Car & Driver den Titel »1974's best styled car« zuerkannt und wurde nicht nur AMCs zweitgrößter Flop, sondern das Auto, das der Marke im Endeffekt das Genick brach. Es verkaufte sich anfangs zwar passabel, aber nie so gut, daß es die horrenden Entwicklungskosten wieder hereingeholt hätte. Und für die nötigen Facelifts fehlte fortan das Geld. Alle anderen PKWs wurden kaum verändert vom Vorjahr übernommen. Die Jeeps gingen gut und brachten das Geld herein, das für die anderen Fahrzeuge verpraßt wurde. Der neue Cherokee war von Anfang an ein Bestseller, und der Wagoneer hatte seine Klasse für sich allein.



Abbildung 12: Hornet Sportabout, 1975

Man hatte für das kommende Modelljahr eine Steigerung in den Verkaufszahlen für das Matador Coupe erwartet, die nicht kam. Aber man hatte noch ein weiteres As im Ärmel, auf das sich nun alle Anstrengungen konzentrierten: einen neuen Kompaktwagen zwischen dem Gremlin und dem Hornet, einen Wagen, wie ihn die Welt noch nicht gesehen hatte, und der wie kein anderer AMCs Philosophy of Difference repräsentierte: den Pacer (siehe Extra-Artikel!). Im Erscheinungsjahr 1975 wurde der neue Kleine so oft geordert, daß American Motors mit der Produktion nicht nachkam. Alle anderen Produkte gingen ins neue Jahr wie gehabt; Gremlin und Hornet waren mit jeweils sechs Jahren auf dem Buckel reif für den Autohimmel, mußten aber weiterproduziert werden. Der Ambassador wurde eingestellt, große AMCs hießen nur noch Matador. Javelin und AMX waren tot, Nachfolger vorerst nicht geplant.

Die Matador-Coupe-Verkäufe brachen bereits ein, die Händler saßen, vom Pacer abgesehen, auf großen Kontingenten, die sich nur schwer losschlagen ließen. Chapin reagierte mit strengen Kosten-

kontrollen. Der Gremlin bekam ein leichtes Facelift und wurde als billigstes in Amerika hergestelltes Fahrzeug positioniert. Der neue Jeep CJ-7 wurde vorgestellt. Er war ein Stück länger als der CJ-5 und erlaubte den Einbau von permanentem Allradantrieb und Automatikgetriebe. AM General brachte mit Bussen und Militärgerät ordentliche Gewinne, auch die Tochter Wheelhorse Tractors war erfolgreich. .



Abbildung 13: Gremlin, 1976

1977 konnte noch niemand ahnen, daß der Pacer der letzte in Eigenregie neu entwickelte AMC sein würde. Alle Produkte wurden vom Vorjahr übernommen, für Änderungen fehlte das Geld. Die Pacer-Verkäufe gingen bereits stark zurück, das Matador Coupe wollte kaum noch jemand haben. Die Leute hatten begonnen, sich nach wirtschaftlichen Alternativen umzusehen, und sie in den sparsamen Vierzylinder-PKW's aus Japan und Europa gefunden. AMC hatte unterhalb des 3,8-Liter-Reihensechszylinders nichts anzubieten und natürlich auch kein Geld, um einen eigenen Vierzylinder zu entwickeln. Flucht nach vorne wurde beschlossen. Kurzerhand kaufte man die Rechte, den Zweiliter-Vierzylinder von Audi in Eigenregie zu produzieren. Dieser eigentlich hervorragende, wenn auch nicht furchtbar kultivierte Motor trieb in Deutschland diverse Audis, den VW LT und den Porsche 924 und 924 Turbo an. Für sein Drehmoment und seine Haltbarkeit bekannt, sollte dieser Motor den Gremlin zu einem Spritknauser machen. Aber: Statt mit K-Jetronic bestückte AMC den Motor mit einem windigen Vergaser. Zusammen mit den laxen amerikanischen Produktionstoleranzen wurde aus einem talentierten Aggregat ein müder, ruppiger Geselle. Die starken Vibrationen glich man einfach mit butterweichen Motorlagern aus, weshalb ein im Leerlauf tuckerner »4-Banger« im Gremlin-Motorraum Pogo tanzte. Noch dazu war seine Herstellung teurer als die des kleinen 3,8-Liter-Sechszylinders. Das Basismodell wurde deshalb nach wie vor mit sechs Töpfen ausgeliefert; der R4 blieb den Luxusversionen vorbehalten.

Dem Pacer Coupe gesellte sich ein hübscher, etwas konservativer gestylter Wagon hinzu, was den Verkäufen vorerst wieder aus dem Tief half. Der Fließheck-Hornet wurde in AMX-Version zum Manta. Die Zahlen der Jeep-Modelle waren glücklicherweise unverändert gut.

William Luneburg, Präsident der American Motors Corporation, ging im Mai 1977 in den Ruhestand und wurde durch Chapins langjährigen Vertrauten Gerald C. Meyers ersetzt. AM General bekam einen Großauftrag zur Produktion von großen Militär-LKW. Alle Divisionen außer der PKW-Produktion schrieben schwarze Zahlen. Insgesamt kam ein Reingewinn von acht Millionen US-Dollar heraus, Peanuts angesichts einer Entwicklungssumme von einer Milliarde US-Dollar, die Ford Eu-



Abbildung 14: Matador Sedan, 1977

ropa für den neuen Fiesta investiert hatte.

Abgesang

Was 1978 alles nicht kam:

- Ein neuer Kleinwagen knapp unterhalb des Gremlin. Gestrichen wegen zu geringer Gewinnmarge und zu hoher Entwicklungskosten.
- Der Pacer in viertüriger Version. Die Verkaufszahlen sanken ständig – der Wagon hatte dies nur unzureichend abfangen können –, und man wollte nicht noch mehr Geld in ein lahmes Pferd stecken.
- Ein überarbeiteter Gremlin, der mit schmalerer C-Säule und großzügigerer Verglasung im Heck schick und modern ausgesehen hätte, und das trotz weitgehender Beibehaltung existierender Preßwerkzeuge. Warum dieser nicht gebaut wurde, bleibt unverständlich.
- Ein SportCoupe auf Gremlin-Basis, das dem Toyota Celica recht ähnlich gesehen hätte.

Was kam, war der Concord, eigentlich ein Hornet mit neu designter Front- und Heckpartie, überarbeitetem Fahrwerk und verbesserter Geräuschisolierung. Das alles gab dem Wagen die Anmutung einer höheren Fahrzeugklasse, und um die neue Positionierung deutlich zu machen, entschied man sich für einen neuen Namen. Den Wagen höher zu positionieren hatte auch insofern einen Sinn, als sie den Concord davor bewahrte, direkt mit den Japanern konkurrieren zu müssen.

Die Presse war voll des Lobes für das neue Produkt, so voll dann aber auch wieder nicht, daß sie dem Concord einen Platz auf einer Titelseite gegönnt hätte. Trotzdem brachte er Interessenten in die Verkaufsräume der AMC-Händler, die dort aber ansonsten nichts fanden, was sie hätte in Kaufrausch versetzen können. Das Matador Coupe schreckte in »Barcelona“-Trim mit protziger Innenausstattung ab. Der gesunkenen Nachfrage nach Matador-Limousinen und Kombis trug man

durch Einschränkung der Variantenvielfalt Rechnung – nur der 4,2-Liter-Sechszylinder und der 6,1-Liter-V8 waren noch zu haben. Pacer-Verkäufe waren im Keller, da halfen auch das Facelift und der optionale V8 nichts. Der Gremlin war immer noch da, nun auch als GT mit Plastik-Verbreiterungen und Prol-Outfit. Der Hornet AMX bekam die Concord-Front und hieß nun AMX ohne Hornet. 1977 war er erfolgreicher gewesen als erwartet, was die Fortführung als eigenes Modell rechtfertigte, weckte es so doch Erinnerungen an den wahren AMX von 1968. Alles, was Jeep hieß, war nach wie vor erfolgreich und profitabel. Sogar so erfolgreich, daß man gar nicht genug davon herbekam. In der letzten Zeit war man daher so sehr auf Quantität bedacht gewesen, daß die Qualität darunter leiden mußte. Nicht, daß ein Jeep ein schlechtes Fahrzeug gewesen wäre, aber schludrig aufgebrachter Lack und abfallende Knöpfe und Schalter trugen nicht gerade zur Kundenzufriedenheit bei. Also änderte man die Prioritäten: Die PKW-Produktion wurde komplett nach Kenosha verlagert; alle anderen Werke stellten nun Jeeps her. So konnte man nicht nur mehr, sondern auch effizienter produzieren.

Ende 1978 verließ Roy Chapin AMC Richtung Lebensabend. Sein Nachfolger als Chairman und Chief Executive Officer wurde Gerald Meyers, der die schon lange mit Chapin gemeinsam ausgearbeitete Firmenpolitik fortsetzte. Die Aktionäre erhielten mit dem Jahresbericht eine seltsame Mitteilung:

Wir haben das Haus in Ordnung gebracht, um einen fundamentalen Teil unserer Strategie weiterführen zu können: Wir möchten uns zum Kreis der weltweit tätigen Automobilhersteller gesellen, um in den kommenden Jahren konkurrenzfähig zu sein. 1978 haben wir diesbezüglich intensiv mit Renault verhandelt.

Damit wollte man zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: AMCs Fahrzeuge, allen voran die Jeep-Serie, sollten über ein gut ausgebautes Händlernetz in Europa wesentlich mehr Käufer finden als bisher. Und man wollte einen konkurrenzfähigen Kleinwagen bekommen, dessen Eigenentwicklung mangels Masse schlichtweg nicht mehr möglich war. Gespräche mit Honda und Peugeot (die zu der Zeit schon genug mit Citroën und Talbot zu tun hatten) waren im Sand verlaufen. Renault hingegen – damals schon französischer Staatsbetrieb – zeigte sich interessiert.



Abbildung 15: Spirit, 1979

Das Modelljahr 1979 wurde so mit Optimismus begonnen. Der Spirit wurde vorgestellt. Er basierte weitgehend auf dem Gremlin, was man ihm aber überhaupt nicht ansah, vor allem nicht der

Fließheck-Version. Obwohl Türen, Kotflügel und Motorhaube vom Vorgänger stammten, sah der Spirit aus wie ein ganz neues Auto – ein Teague'sches Meisterwerk. Dem Gremlin-Nachfolger wurden ähnliche Verbesserungen zuteil wie dem Nachfolger des Hornet, was ihn zusätzlich attraktiv machte. Der Concord war wieder da, leicht geliftet und zusätzlich in den Ausstattungsvarianten D/L (DeLuxe) und Limited (mit allem möglichen Luxus und vielen elektrischen Helferlein) erhältlich. Dafür gab es keinen Matador mehr, weder Limousine/Kombi noch Coupe. Der größte AMC-PKW war nun der Concord. Die Jeep-Serie wurde nicht groß verändert, aber das war auch nicht nötig. Der Cherokee Station Wagon war auf Monate hin ausverkauft. Die Cherokee-Baureihe gab es in verschiedenen Sonderausführungen (Chief, S, Golden Eagle). Alle großen Jeeps bekamen ein neues Frontdesign mit eckigen Scheinwerfern. Das 25jährige Jubiläum des CJ wurde mit dem Silver Anniversary CJ gefeiert, das 25jährige Bestehen von American Motors wurde Blech im Silver Anniversary Concord. Beide waren – wer hätte das gedacht – silbermetallic lackiert und bekamen Jubiläums-Plaketten.

Der erste Renault



Abbildung 16: Concord DL 2door, 1979

Die Vereinbarung stand. Renault verkaufte fortan Jeeps über seine Händler in Frankreich und Kolumbien, und Renaults wurden über das AMC-Händlernetz feilgeboten, als erstes Modell der LeCar – bei uns wohlbekannt als R5. Darüberhinaus planten AMC und Renault, bei der Entwicklung eines Modells zwischen dem R5 und dem R18 zusammenzuarbeiten, der bei AMC auch gebaut werden sollte. Gerüchte über die Einstellung der AMC-PKW-Produktion und über eine Fusion wurden vehement dementiert. Neue Prototypen seien bei AMC bereits in der Erprobung, das Programm für 80/81 stünde fest. Ein 4-Zylinder-CJ war geplant, und da das Audi-Aggregat dafür zu wenig Drehmoment hatte, wurde der Vertrag gekündigt und ein 2,5 Liter großer Vierzylinder von GM gekauft, der für CJ, Concord und Spirit geeignet war. Die Fabrik in West Virginia, die bisher Karosserieteile für den Pacer gefertigt hatte, wurde an Volkswagen verkauft. Für so wenige Pacer, wie sich jetzt noch losschlagen ließen, brauchte man keine eigene Fabrik mehr.

Die zweite Ölkrise machte AMC schwer zu schaffen, da sie sich vor allem auf den Absatz von Sport-Utility-Vehikeln negativ auswirkte. Plötzlich standen die Jeeps sich zuhauf bei den Händlern die Reifen platt. Zeitweise mußten die Werkstätigen unfreiwillig Urlaub nehmen, um nicht zu viel auf Halde zu produzieren. AM General ging's dafür gut, da man dort Großaufträge für Militär und Post zu erfüllen hatte. Im Oktober schließlich gab man bekannt, daß Renault ein paar AMC-Aktien er-

werben werde, die sich auf eine Beteiligung von 22,5 Prozent summierten. Plötzlich saß ein Franzose im Vorstand. Nötig geworden war dieser Schritt wegen Geldmangels. Ohne Moos keine Möglichkeit, die Fabriken auf den neuen AMC-Renault vorzubereiten. Werkzeuge, Renovierungsarbeiten und die Anschaffung von Fertigungsrobotern waren eine teure Angelegenheit.

Das Jahr 1980 zeigte, daß AMC sich verstärkt dem Thema Kraftstoffverbrauch zuwandte. Der Jeep CJ kam nun serienmäßig mit dem 2,5-Liter-Vierzylinder und Viergang-Schaltgetriebe. Die Automatik gab's nicht mehr in Verbindung mit permanentem Allradantrieb. Wahlweise konnte man den 4,2 und den Fünfliter-V8 haben, wobei besonders letzterer nicht mehr besonders beliebt war. Der Cherokee wurde wie der CJ standardmäßig mit Freilaufnaben und zuschaltbarem Allrad geliefert, Quadra-Trac war auf Wunsch lieferbar. Das einzig Neue war der Eagle. So richtig neu war er allerdings auch nicht, da er auf dem Concord basierte. Das besondere an ihm war, daß er leicht höhergelegt und mit einem hochmodernen permanenten Allradantrieb mit Visco-Sperre ausgerüstet war und somit eine neue Fahrzeugart begründete, die gerade im Moment mit Fahrzeugen wie Subaru Outback, Audi Allroad oder BMW X3 fröhliche Urständ feiert. Das Antriebskonzept war 1980 einmalig (der Subaru Station Wagon als einziger sonstiger PKW mit 4WD hatte einen primitiven, zuschaltbaren Allradantrieb ohne Mitteldifferential) und wurde in ganz ähnlicher Form ab 1986 in BMWs 325iX eingebaut. Die letzten knapp 1000 Pacer wurden 1980 ausgeliefert, gebaut waren sie im Vorjahr. Concord und Spirit waren alles, was es an PKWs sonst noch gab. Der 3,8-Liter-Sechszylinder wurde eingestellt, da er leistungsmäßig zu nah am neuen Vierzylinder war. Außer dem 4,2 gab es nun keine motorische Alternative mehr zum 2,5. Der V8 wurde nur noch in den Jeeps angeboten. Alle AMCs wurden mit Ziebart-Rostschutz ausgeliefert. Die sinkenden Jeep-Absatzzahlen führten dazu, daß die Fabrik in Brampton wieder für die Produktion von PKWs gerüstet wurde.

Die Rezession war für AMC ein Schlag in die Magengrube. Für 1980 wurde ein Rekordverlust von 155 Millionen Dollar vermeldet. Diesmal lag der Verlust nicht an Fehlentscheidungen. Alle amerikanischen Automobilhersteller machten Verluste, doch AMC wurde am härtesten getroffen, was nicht nur an der dünnen Kapitaldecke, sondern auch am Modellprogramm lag. AMC stand und fiel mit der Jeep-Serie, und gerade die hatte extreme Einbrüche zu verzeichnen. Obwohl die Eagle-Käufer lange Lieferzeiten in Kauf nehmen mußten, war AMC auf Platz 5 der amerikanischen Zulassungsstatistik abgerutscht – hinter Volkswagen. So waren die Alternativen Ende 1980 entweder, aufzugeben, oder Renault ein weiteres, großes Stück vom Kuchen zu verkaufen. 1981 besaß Renault 46,6 Prozent von AMC.

Weiterhin unternahm man angestrengte Versuche, den Benzinverbrauch zu reduzieren. Man nahm Änderungen an den Karosserien der großen Jeeps vor, um den Luftwiderstand zu verringern. Die Drehmomentwandler der Automatikgetriebe wurden mit Wandlerüberbrückung ausgerüstet. Neu im Programm war der Scrambler, eine Pickup-Ausführung des CJ. Ein kleinere Ausführung des Eagle auf Spirit-Basis wurde angeboten, in den Versionen SX/4 (Fließheck) und Eagle Kammback mit nach Wunibald Kamm benanntem Steilheck. Der 4,2-Liter-Sechszylinder wurde stark überarbeitet. Das Grundprinzip (Grauguß, 7 Kurbelwellenlager, OHV) blieb gleich, jedoch war der Motor nun 40 Kilo leichter und verbrauchte weniger.

Die große Neuigkeit war der Renault 18i, der zwar in einer Liga mit dem Concord spielte, jedoch eine andere Käuferschicht ansprach. Mit einem Vierzylinder-Einspritzmotor, Frontantrieb und einer auf geringes Gewicht optimierten Karosserie gehörte er zu den sparsamsten Fahrzeugen seiner Klasse. Dazu kam der französischen Autos eigene Fahrkomfort und ein großzügiges Raumangebot. Mit all

diesen Eigenschaften mußte der Renault ein Erfolg werden. Der Eagle war nun auch mit Select Drive erhältlich – zuschaltbarem permanentem Allradantrieb, eine weitere Maßnahme für Spritersparnis. Eine Karosseriebaufirma in Florida bot eine Cabrio-Version des Concord an, genannt Sundancer.



Abbildung 17: Eagle Wagon, 1982

Im Juni ließ Gerald Meyers die Öffentlichkeit wissen, daß Renault künftig für die Konstruktion der AMC-PKW verantwortlich sei. AMCs Ingenieure würden sich ausschließlich um Jeep und Eagle kümmern. Zur gleichen Zeit stellte man fest, daß den Renault 18 keiner kaufen wollte, worauf man ihn zu einem günstigeren Preis anbot. Auch die Preise aller anderen Fahrzeuge wurden um 10 Prozent gesenkt. Im Januar 1982 verließ Gerry Meyers AMC trotz eines im Vorjahr mit Renault abgeschlossenen Vierjahresvertrags. Sein Nachfolger wurde Paul Tippet, der vorher kurz Präsident von American Motors gewesen war. Neuer Präsident wurde ein Renault-Manager mit dem einprägsamen Namen Jose J. Dedeurwaerder.

Inzwischen war man soweit, daß man die Händler betteln mußte, nicht abtrünnig zu werden. Als Argument diente das neue Joint-Venture-Fahrzeug, das bereits in einer Vorserie hergestellt wurde. Nachdem es keine neuen Modelle gab, konzentrierte sich das Marketing auf andere Dinge. Der Ziebart-Rostschutz wurde groß herausgestellt, der Buyer Protection Plan, die neuerdings zu 100 Prozent galvanisierten Karosserieteile, und das neu für alle PKW angebotene Fünfgang-Schaltgetriebe (Borg-Warner), das in Verbindung mit dem Vierzylinder einen Highway-Verbrauch von 6,35 Litern auf 100 km für den Concord ermöglichte – nach welchem Standard auch immer gemessen. Während sich der große Jeep Wagoneer immer noch gut verkaufte, tat sich der kleinere Cherokee schwerer, was bei genauerer Überlegung nicht sehr verwunderte, denn die Käufer des Wagoneer waren in der Regel wohlhabend und von der darniederliegenden Wirtschaft nicht so sehr betroffen wie die der Mittelschicht angehörende Cherokee-Kundschaft.

Zum Renault 18 gesellte sich zur Jahresmitte der Fuego, ein SportCoupe, das dem Toyota Celica und Konsorten Konkurrenz machen sollte. Der LeCar war nun auch als Viertürer erhältlich, aber immer noch nicht mit einer Getriebeautomatik.

Der letzte AMC

Lange hatte man gerätselt, wie das von AMC und Renault gemeinsam entwickelte Produkt wohl benannt werden würde. AMC? AMC-Renault? Renault? Schließlich platzte die Bombe. Der sehnlich erwartete neue AMC hieß Renault Alliance (Europas R9/11). Er war das richtige Auto zur richtigen Zeit: Frontantrieb, sparsamer Einspritzmotor, Zahnstangenlenkung, Scheibenbremsen, vollständiges Instrumentarium, ansprechende Innenausstattung, moderne eckige Karosserie. 20 Jahre nach dem Rambler von 1963 bekam ein AMC (?) wieder den Titel »Auto des Jahres« verliehen. Der Alliance war ein Senkrechtstarter und machte einen Teil des Verlusts aus den anderen Baureihen wieder wett. Der Fuego verkaufte sich passabel, doch der R18i war ein Fiasko, hauptsächlich wegen seiner unverschämte nachlässigen Verarbeitung. Zur Jahresmitte wurde die Produktion der Concord- und Spirit-Baureihen eingestellt. AM General wurde verkauft. Grund hierfür war nicht zuletzt die Politik. Im Pentagon fühlte man sich unwohl bei dem Gedanken, daß eine Firma, die Militärgerät für die USA herstellte, von dem Management eines französischen Staatsbetriebs geführt wurde.

Von nun an überschlugen sich die Ereignisse:

- Der GM-Vierzylinder wurde durch eine AMC-Eigenentwicklung ersetzt, die neben dem Eagle auch im Jeep CJ Platz fand.
- Wheelhorse Products wurde verkauft, ebenso das American Center, AMCs Direktionsgebäude in Detroit.
- 1984 wurden die nagelneuen Jeep Cherokee und Wagoneer vorgestellt, die die auf das Jahr 1963 datierenden Vorgänger ersetzten. Schmalere, kürzere und 400kg leichter, waren die neuen Modelle schon mit dem 2.5-Liter-Vierzylinder ausreichend motorisiert. Auf Wunsch war ein 2,8-Liter-V6 von GM erhältlich. Die neuen Fahrzeuge hatten ein modernes, richtungsweisendes Konzept. Statt, wie bei Geländewagen üblich, mit Starrahmen-Bauweise, hatten (und haben!) der Cherokee und sein viertüriger Bruder eine Uni-Frame genannte Kombination aus selbsttragender Karosserie und einem leichten, mit dem Unterboden verschweißten Verstärkungsrahmen, um die nötige Verwindungssteifigkeit zu garantieren. Verschiedene Automatik- und Schaltgetriebe standen zur Auswahl, ebenso wie permanenter oder zuschaltbarer Allradantrieb.
- Der CJ-5 wurde eingestellt. Die kleine Alternative des CJ-7 war in Verruf gekommen durch ein Elchtest-Fernsehmagazin namens „60 Minutes“, das den CJ-5 zum Überschlagskandidaten bei extremen Fahrmanövern abkanzelte. Was Derartiges in den USA bewirken konnte, mußte auch Audi schmerzlich durch die „Ungewollte-Beschleunigung“-Prozesse erfahren. Obwohl der Kläger mit Pauken und Trompeten verlor, waren Image und Marktanteil dahin.
- Der große Eagle verkaufte sich gut, obwohl teuer. Der kleine wurde eingestellt.
- Ein neuer Renault war da, der Encore, die Fließheckversion des Alliance, der für den amerikanischen Markt eine Spur zu französisch aussah.
- Der LeCar wurde eingestellt.
- Dick Teague verließ die Firma nach 26 Jahren. Er hatte sein großes Talent nur selten in zeitlosen und richtungsweisenden Entwürfen umsetzen können. Oft hatte er es dazu nutzen

müssen, mit minimalen Kosten Formen von gestern aufzubacken; doch zeigt vielleicht gerade dieses Können seine wahre Größe.

- AMC zeichnete einen Vertrag mit der Volksrepublik China zur Herstellung von Jeeps für den asiatischen Markt.



Abbildung 18: Jeep Wagoneer, 1982

1985 wollte das Volk wieder einmal nicht das, was AMC dachte. Man hatte sich auf spritsparende, ökonomische Fahrzeuge eingeschossen, und nun war sowohl Geld da als auch Benzin billig. Man wollte keinen kleinen, lahmen 1,4-Liter-Alliance, sondern etwas Größeres, Kräftigeres – und darauf waren Produktion und Marketing nicht vorbereitet. Dazu kamen Sabotageakte der Arbeiter im Werk Toledo, die sich dafür rächten, daß AMC nicht in der Lage war, wie versprochen mehr zu bezahlen. Wieder einmal brodelte die Gerüchteküche. Man munkelte, daß:

- das Werk Kenosha geschlossen werden würde
- Chrysler Fahrzeuge seiner M-Baureihe wegen der großen Nachfrage von AMC fertigen lassen wolle
- ein neuer Kompaktwagen in Planung sei
- ebenso ein Minivan
- der Renault Alpine nach Amerika exportiert werden solle.

Wie auch immer, Paul Tippet verließ AMC und wurde durch einen Franzosen namens Pierre Semerena ersetzt. Die Jeep-Serie stürmte von Erfolg zu Erfolg, und man machte sich Gedanken über die Zukunft bis zur Jahrtausendwende. Nach Dedeurwaerders Meinung war eine neue Fabrik notwendig, die Kenoshas veraltete Produktionsanlagen ersetzen sollte. Die Japaner waren gerade dabei, der Welt vorzumachen, wie man effizient arbeitete, und dazu gehörte auch, daß die Produktion komplett in einem großen Gebäude stattfand und nicht über ein weites Gelände mit beengten Räumlichkeiten verstreut.

1986 gab es bei den PKW kaum Veränderungen, abgesehen davon, daß man beim Eagle kaum noch Hinweise auf AMC fand. Aber bei Jeep: Eine Pickup-Version des Cherokee, der Comanche, wurde vorgestellt. Der CJ-7 wurde durch den Wrangler ersetzt, der dem CJ-7 bis auf die eckigen Scheinwerfer glich, aber trotzdem fast nichts mehr mit ihm gemein hatte. Bis auf die Motoren (2,5 und 4,2 wie gehabt) war alles neu und auch elchtestkompatibel. Dedeurwaerder ging, Joseph Cappy kam. Ein Vertrag mit Chrysler wurde unterzeichnet, der die Produktion der Typen Chrysler Fifth Avenue, Dodge Diplomat und Plymouth Gran Fury in Kenosha zum Inhalt hatte. Der Renault GTA, ein Alliance-Pendant zum Golf GTI, wurde präsentiert. Der Encore wurde zum Alliance Hatchback umbenannt. Haben wollte ihn eh keiner, wozu da einen eigenen Namen.

1987 wurde der neue 4-Liter-Sechszylinder vorgestellt. Er basierte auf dem Block des 4,2, lieferte aber stattliche 173 PS und 300 Nm Drehmoment, war billiger in der Herstellung als der GM-2,8 und erlaubte 2300 kg Anhängelast. Eine Viergangautomatik von Aisin Seiki (Japan) schaltete sanft und half, den Verbrauch trotz stark gesteigener Leistung weiter zu senken. Der Eagle war immer noch da, ohne an irgendeiner Stelle zu bekennen, daß er ein AMC war. Er war nur noch „der Eagle“.



Abbildung 19: Jeep Cherokee Laredo, 1984

Im März 1987 war es schließlich heraus: Chrysler würde AMC kaufen. Chryslers Boss Lee Iacocca schwamm im Geld und sah AMCs modernisierte Fabriken als willkommene Möglichkeit, die Produktionskapazität zu erhöhen. Renault gab AMC gerade zu einem Zeitpunkt ab, als die Firma aus dem Größten heraus war und wieder eine Perspektive hatte. Ein AMC-Manager kleidete dieses seltsame Verhalten in die Worte: »Es war, als ob Renault nach 9 Monaten beschlossen hätte, nicht schwanger sein zu wollen.« Im September wurden alle AMC- und Renault-PKWs in »Eagle« umbenannt. American Motors wurde zur Jeep/Eagle-Division von Chrysler. Chrysler mußte sich verpflichten, noch ein paar Jahre lang von Renault Teile zu kaufen und Autos daraus zusammenzuschrauben.

Am 14. Dezember 1987 verließ der letzte AMC, ein Eagle Station Wagon, die Werkshallen.

Lee Iacocca entblödete sich übrigens nicht, vor versammelter Presse höchstselbst auf einem Bulldozer sitzend, ein Lager mit Ersatzteilen von American-Motors-Fahrzeugen auf einem Acker unterzupflügen. Chrysler profitiert noch heute von den Ressourcen, die es mit der Übernahme von American Motors gewann. Leitende Ingenieure und Funktionäre von Chrysler sind frühere AMC-Mitarbeiter. Die Jeep-Baureihe ging bis weit in die Nuller Jahre auf das Konzept von Anfang der 80er zurück. Späte Genugtuung für das Verhalten Chryslers gegenüber American Motors ist, daß Chrysler selbst gekauft wurde. So sind die Überreste des Last Independent heute in der Hand von DaimlerChrysler.

Hätte es anders kommen können? AMC hatte am Ende schlicht kein Geld mehr. Zusammen mit Renault hätte AMC als Hersteller von Geländewagen, Vans und Renaults mit Allradantrieb möglicherweise eine Zukunft gehabt, doch nicht zuletzt die Politik verhinderte eine weitere Zusammenarbeit. Die Eagle-Baureihe, die konzeptionell auf die frühen Siebziger Jahre zurückging, war am Ende ihres Potentials. AMCs letzte Eigenentwicklungen waren kommerziell nicht erfolgreich gewesen.

Kenner der Markengeschichte diskutieren auch heute noch hitzig die Schuldfrage. Die einen geben Roy Abernethy die Schuld wegen seiner Luxusmarkenstrategie, die anderen halten sie für den damals einzig gangbaren Weg, da größere Autos mehr Gewinn abwerfen. Meines Erachtens wäre die einzige machbare Lösung die eines Nischenherstellers wie BMW oder Subaru gewesen, unter dem Dach oder in Kooperation mit einer großen Marke für den notwendigen Technologeaustausch. Die Entscheidungen der 60er und 70er Jahre, die man aus heutiger Sicht gerne als falsch oder kurzsichtig abtut, mögen aus damaliger Sicht und Unkenntnis der wahren Entwicklung durchaus richtig gewesen sein. Man darf mit dünner Kapitaldecke eben nicht die Zukunft falsch vorhersehen – gerade die letzten Jahre zeigen, daß, ausgefeilte Prognoserechnungen und Szenarioanalysen hin oder her, trotzdem oft alles anders kommt, als man denkt. Und wer die Geschichte von American Motors kennt, wird viele Parallelen zu heutigen Automobilherstellern feststellen, und daß heute ganz ähnliche Entscheidungen getroffen werden wie die, die bei AMC schließlich nicht erfolgreich waren. Vielleicht hat man aus vergangenen Fehlern nichts gelernt, vielleicht geht es auch einfach nicht anders.

Literaturhinweise:

- Foster, Patrick, American Motors - The Last Independent, 1993 Iola, WI (USA), Krause Publications
- Corbin, Steve, R.I.P. American Motors, WWW (inaktiv)
- Mitchell, Larry, Illustrated AMC Buyer's Guide, 1994 Osceola, WI (USA), Motorbooks International
- Gloor, Roger, Nachkriegswagen, Personenwagen der 60er Jahre, Köln 1994, Benedikt Taschen Verlag

Heimat-URL dieses Textes: <http://www.american-motors.de/>

©1998-2005 Wolfgang A. Mederle. Alle Rechte vorbehalten.