

Antworten

Leser fragen, die Redaktion recherchiert



Mehr Probleme! Der Besuch des Konzern-Chefs in der „Höhle des Löwen“ wird vielfach kritisiert. Auch Fabian Buß (links) sprach mit einem überaus skeptischen Experten.

Mehr Sprit! Christian Kerl (zweiter von links) fasst eine Untersuchung zusammen, derzufolge die Autobauer bei den offiziellen Spritverbrauchs-Angaben nicht die Wahrheit sagen.

Weniger Salz! Johannes Kaufmann erklärt das Problem übereifrigen Streusalzgebrauchs.

Weniger Betrug! Franziska Nixdorf schreibt über die neuen Ausweise für Flüchtlinge.

„Müllers Auftritt in den USA verdient die Note 6“

Der VW-Chef verharmloste den Abgas-Skandal in einem Interview. Experte Jürgen Gietl sieht die Glaubwürdigkeit von VW gefährdet.

Unser Leser
Hans-Joachim Minderjahn
aus Braunschweig meint:

Herr Müller hätte sich wohl vor dem Besuch bei der EPA eine Mönchskutte besorgen sollen, am besten die, die Heinrich IV. schon 1077 beim Gang nach Canossa getragen hat.

Die Antwort recherchierte
Fabian Buß

Braunschweig. Unser Leser vergleicht die USA-Reise von VW-Chef Matthias Müller mit dem berühmten Bußgang nach Canossa von König Heinrich IV. So wie dieser damals Papst Gregor VII. entgegen trat, um die Lösung vom Kirchenbann zu erreichen, stellte sich der VW-Chef in dieser Woche der US-Umweltbehörde EPA, um sich persönlich für den Abgas-Skandal zu entschuldigen. Mit seiner USA-Reise wollte Müller eigentlich neues Vertrauen gewinnen, doch stattdessen wird seine Glaubwürdigkeit infrage gestellt, weil er in einem Interview mit einem US-Radiosender den Abgas-Skandal verharmloste. „Wir haben nicht gelogen“, sagte Müller.

Jürgen Gietl, Technologiemarken-Experte und Geschäftsführer der Nürnberger Management- und Markenberatung „BrandTrust“ kritisiert im Gespräch mit unserer Zeitung Müllers Verhalten scharf. Er erklärt, welche Auswirkungen dieses Interview hat und wie Müllers Auftritt in den USA der Marke VW schadet.

Darf dem VW-Chef ein solches Interview passieren?

So etwas darf in keinen Fall passieren. Es zeigt, dass sich in der Haltung zur Krise beim VW-Chef scheinbar nichts geändert hat.

Unser Leser meint, Müller hätte sich bei seinem USA-Besuch im Bü Bergewand wie beim Gang nach Canossa präsentieren sollen. Wäre dieses Verhalten ratsamer gewesen?

Es geht nicht um Buße, sondern um Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Vertrauen entsteht durch Integrität und Kompetenz. Dass VW Kompetenz hat, ist nach wie vor klar. Sie sind aber nicht integer. Sie handeln anders, als sie denken. Sie sprechen anders, als ihre innere Haltung nahelegt. Das ist das große Problem. Erst wenn ihre Haltung zu ihren Aussagen passt, dann entsteht Vertrauen. Dafür ist Demut ein ganz wichtiger Punkt. Und die ist momentan nicht vorhanden.

Wie würden Sie die Krisen-Politik von VW nach dem Schulnotenprinzip bewerten?

Zwischendrin dachte ich, sie hätten es auf eine 3 oder 4 geschafft. In einem Interview von Matthias Müller am Sonntag habe ich erstmals Demut gespürt. Nach dem Radiointerview knüpft er aber nahtlos an seinen Vorgänger Martin Winterkorn an. Das Verhalten



Jürgen Gietl,
Technologiemarken-Experte.

Foto: BrandTrust

von Müller würde ich mit der Note 6- bewerten.

Sie sagten in einem Interview mit unserer Zeitung vom 23. September 2015, dass etablierte Marken Krisen über lange Zeit aushalten. Nun hält die VW-Krise schon monatelang an. Gibt es einen kritischen Zeitpunkt, in der die Krise für die starke Marke VW gefährlich wird?

Ja, weil der Skandal nicht komplett aufgeklärt wurde und die Öffentlichkeit über einen längeren Zeitpunkt keine Veränderung im Verhalten wahrnimmt. Vielleicht findet ein Umdenken intern bei den Mitarbeitern statt, aber man merkt es nicht in der Führungsriege. Das grundsätzliche Problem bei VW ist, dass der Konzern momentan dabei ist, sich neu zu erfinden. Herr Müller spricht von einem Transformationsprozess und einer Digitalisierung und will gleichzeitig den Skandal aufarbeiten. Momentan erkennt man aber kein Konzept und keine Methodik, wie das alles bewältigt werden soll.

Ist Matthias Müller Ihrer Meinung noch der Richtige, um die Krise zu meistern?

Man sollte Müller noch eine Chance geben, aber es ist dann vermutlich seine letzte.

Das Wort VW-Krise geistert seit Monaten durch die Medien. Viele sind vom Thema genervt und kritisieren, dass der Skandal nun wieder hochgekocht wird.

Das große Problem ist, dass es wirklich kein neues Thema ist. Die schriftlichen Vorwürfe seitens der amerikanischen Umweltbehörde



Schwere Zeiten für den VW-Chef: Nach seinem missglückten Interview mit dem US-Radiosender NPR steht Matthias Müller in der Kritik. Foto: Uli Deck/dpa

liegen seit einem Jahr vor. Das Ganze wird jetzt neu dramatisiert, weil sich bei Volkswagen scheinbar niemand bemüht hat, eine vollständige Aufklärung voranzutreiben. Es ist schwierig, eine persönliche Einschätzung vorzunehmen, wie schlimm das Vergehen moralisch ist. Niemand von VW hat klar öffentlich gesagt, wie es zu dem Vergehen gekommen ist.

In der Zwischenzeit wurden jedoch auch Betrugsvorwürfe gegen andere Automobilhersteller erhoben.

Es ist spannend zu beobachten, wie die anderen Marken die Krise wegstecken. Fiat Chrysler ist eine viel schwächere Marke und erfährt gerade aufgrund des Vorwurfs der Manipulation von Verkaufszahlen einen starken Kurseinbruch. Bei VW fiel der Kurssturz nicht so groß und schnell aus, und die Aktie hat sich auch relativ schnell wieder erholt, weil viele Menschen noch an diese Marke glauben und sich sicher

sind, dass sie sich wieder fangen wird. Das scheint aus Mitarbeitersicht auch der Hoffnungsschimmer zu sein. Vielleicht sollte es mehr Druck seitens der Belegschaft auf die Führungsriege geben, sich der Verantwortung zu stellen, um den Skandal aus der Welt zu schaffen.

Was raten Sie VW, um die Krise endgültig zu meistern?

Als erstes würde ich definieren, wofür die Marke in Zukunft steht und wofür sie glaubhaft stehen kann. Als zweites gilt es zu klären, wie die echte, interne Haltung zur Krise ist. Erst wenn dies eindeutig geklärt ist, kann man glaubwürdig arbeiten. Zudem braucht es einen klaren Rahmen, wie jede Führungskraft nach außen agiert, kommuniziert und welche Signale nach außen gesendet werden. Alle Mitarbeiter haben sich an diesen klar definierten Rahmen zu halten. Dann stimmen Haltung und Kommunikation wieder überein.

Spritverbrauch viel höher als angegeben

Der Justizminister Maas droht Konsequenzen an.

Von Christian Kerl

Berlin. Es ist ein zunehmendes Ärgernis für Autokäufer: Der reale Spritverbrauch von neuen PKW weicht immer mehr von den Herstellerangaben ab – und die Trickserien werden seit Jahren dreister. Unabhängige Forscher haben jetzt 20 beliebte europäische PKW-Modelle unter die Lupe genommen und erschreckende Ergebnisse zutage gefördert: Der reale Spritverbrauch lag bei den Neufahrzeugen des Baujahrs 2014 in der Spitze um 54 Prozent höher als offiziell behauptet – im Durchschnitt der PKW lag die Differenz bei knapp 40 Prozent. Das ist der Kernbefund eines noch unveröffentlichten Berichts des unabhängigen Forschungsinstituts International Council on Clean Transportation (ICCT), der dieser Zeitung vorliegt.

Spitzenreiter bei den Abweichungen ist demnach Mercedes: Die Modelle der E-Klasse des Baujahrs 2014 schluckten laut Bericht 54 Prozent mehr Kraftstoff als vom Hersteller angegeben – am besten schnitt die Skoda Fabia ab, der im realen Betrieb aber immer noch 20 Prozent mehr Sprit braucht als angegeben.

Die renommierten Forscher, die schon den Anstoß zur Aufdeckung der VW-Diesellaffäre in den USA gegeben hatten, warnen vor Folgen für Umwelt und Verbraucher: Die Schummeleien gefährdeten nicht nur die Klimaziele, sie kosteten einen durchschnittlichen Autofahrer auch 450 Euro zusätzlich im Jahr wegen der höheren Tankrechnung.

Die Politik ist von den realitätsfernen bis irreführenden Verbraucherinformationen alarmiert. Bundesjustizminister Heiko Maas (SPD) will Konsequenzen prüfen, wie er gegenüber dieser Zeitung ankündigte: „Wenn Herstellerangaben nicht die realen Verhältnisse abbilden, dann ist das nicht in Ordnung“, sagte Maas. Die Verbraucher müssten korrekt informiert werden. „Wir werden innerhalb der Bundesregierung darüber sprechen, wie wir hier zu klaren Lösungen kommen“, sagte er.

Die Vorsitzende des Bundestags-Umweltausschusses, Bärbel Höhn (Grüne), warf den Herstellern „Betrug“ vor. Sie forderte, dass eine Bundesbehörde den von den Autobauern angegebenen Spritverbrauch mit eigenen Untersuchungen nachprüft. „Momentan ist es im Endeffekt so, dass das Kraftfahrtbundesamt nur den Stempel unter die Herstellerangaben zum Spritverbrauch macht – die Behörde guckt mit dem Segen der Bundesregierung bei den Betrügereien der Autohersteller weg“, sagte Höhn.

Neu ist das Ausmaß der Abweichungen zwischen Verkaufsprospekt und realem Fahrbetrieb. 2001 betrug die Differenz laut ICCT-Bericht noch acht Prozent. Hintergrund ist offenbar die Einführung strenger EU-Grenzwerte für den Kohlendioxidausstoß und Spritverbrauch seit 2009.

„Das ist eine riesige Geschichte“

Hollywood-Star Leonardo DiCaprio will „Dieselgate“ verfilmen.

Von Thomas Kruse

Wolfsburg. Volkswagen goes Hollywood – allerdings alles andere als freiwillig. Der für den Wolfsburger Autobauer potenziell existenzbedrohende Skandal um „Dieselgate“ soll nämlich tatsächlich verfilmt werden. Das hat Schauspieler Leonardo DiCaprio jetzt in einem Interview nochmals betont. Im Männer-Magazin „GQ“ machte der „Titanic“-Star deutlich, dass er den Stoff für absolut leinwandtauglich hält.

Die Filmrechte hatten sich DiCaprios Produktionsfirma und das Filmstudio Paramount nach Angaben des Schauspielers schon kurz nach Bekanntwerden der Software-Manipulationen bei VW-Dieselmotoren gesichert. Das Drehbuch soll ein New Yorker Journalist schreiben. „Das ist eine



Leonardo DiCaprio. Foto: dpa

riesige Geschichte, und mein Team hat sofort zugeschlagen“, sagt DiCaprio im „GQ“-Interview. Den Reiz des Stoffes beschreibt der engagierte Umweltschützer so: „Intelligente Filme für ein großes Publikum sind rar. Der Volkswagen-Skandal hat das Potenzial, richtig interessant zu

werden.“ DiCaprio ließ bisher offen, ob er bei Realisierung des Projektes selbst die Hauptrolle spielen werde.

Auch der deutsche Regisseur Dieter Wedel wollte schon einmal filmisches Kapital aus einem VW-Skandal schlagen. Er hatte sich vor zehn Jahren vorgenommen, die Affäre um käufliche Betriebsräte und deren vom Unternehmen bezahlte Bordellbesuche zu verfilmen. Dazu kam es aber nie. In Hollywood entwickelten sich bisher vor allem die schillernden Finanzhaie der Wall Street zu kino-tauglichen Bösewichten. Aber auch die Praktiken der Tabak- und Atomindustrie gaben schon erfolgreiche Blockbuster her.

Für VW könnte ein weltweit vertriebener Hollywood-Film sich hingegen zu einem monströsen PR-Alptraum auswachsen.

Auto-Aktien im Sog des Abgas-Skandals

Eine Razzia sorgt bei Renault für einen Kurs-Rutsch.

Von Dirk Hautkapp und Peter Heusch

Paris. Nach VW geraten weitere Autohersteller in den Strudel des Abgas-Skandals. Am Donnerstag stürzten die Aktien von Renault, PSA (Peugeot-Citroën) und Fiat Chrysler ab. In Frankreich löste eine Razzia bei Renault die Kursstürze aus. In den USA steht Fiat Chrysler wegen Betrugsverdachts unter Druck.

Renault-Papiere verloren zeitweise bis zu 23 Prozent an Wert, nachdem in Paris Durchsuchungen durch Ermittler einer technischen Behördenkommission bei Renault bekanntgeworden waren. Laut Konzernleitung sei bei den angeordneten Tests zur Überprüfung der Abgaswerte bei Dieselmotoren nichts gefunden worden.

Auch der PSA-Konzern veröf-

fentlichte eine Stellungnahme, der zufolge alle seine bislang überprüften Modelle unbeanstandet geblieben seien. Zu Durchsuchungen sei es bei PSA nicht gekommen. Die Quittung an der Börse gab es trotzdem: knapp zehn Prozent Verlust.

In den USA und in Italien ziehen dunkle Wolken über Fiat Chrysler (FCA) auf. Für Summen um die 20.000 Dollar, so steht es in zwei Klageschriften, sollen FCA-Bedienstete versucht haben, Filialleiter im Großraum Chicago regelmäßig zu bestechen. In Mailand verlor die Aktie des US-italienischen Autobauers am Donnerstag zeitweise elf Prozent und wurde vom Handel ausgesetzt. Bevor die Börse in New York eröffnete, war das FCA-Papier bereits um acht Prozent gefallen.