



Der VW-Skandal

Die ehrliche Marke braucht die Kontrolle

Der Betrug war fast perfekt, aber eben nur fast. Eine Software für VW-Dieselmotoren des Typs EA 189 wurde weltweit in bis zu elf Millionen Fahrzeuge eingebaut. Sie steuert im Testzyklus den Motor so, dass er die strengen US-Umweltanforderungen erfüllt. Im Normalbetrieb liegen die Stickoxidbelastungen viel höher, sind aber nur schwer nachweisbar.



PROF. DR. FERDINAND DUDENHÖFFER,
 Direktor des CAR-Center Automotive Research an der Universität Duisburg-Essen sowie Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Automobilwirtschaft an der Universität Duisburg-Essen.

Die Sache flog auf und hat VW in eine existenzbedrohende Schieflage gebracht. Dabei wirkt die Motivation für den Betrug aus heutiger Sicht bizarr. VW wollte Kosten sparen, die zwischen 200 und 300 Euro pro Fahrzeug liegen dürften. Statt die Abgase des Dieselmotors mit SCR-Katalysatoren durch Zugabe von Harnstoff unter die gesetzlichen Grenzwerte zu drücken, haben VW, Audi, Seat und Škoda falsche Tatsachen vorgespiegelt.

Für die Straßenverkehrs-Zulassung brauchen Fabrik-Fahrzeuge eine technische Freigabe, die bei jedem Autobauer in der zentralen Entwicklung erfolgt – bei VW in Wolfsburg. Dort diskutiert der Konzernvorstand über jedes neue Automodell und seine Spezifikationen. Da der Motor EA 189 millionenfach verbaut ist, hat der gesamte Konzernvorstand ganz sicher über den Einsatz und das Abgasreinigungssystem des Motors gesprochen. Neben dem Entwicklungsvorstand muss sich auch Finanzvorstand Hans-Dieter Pötsch mit dem Thema befassen. Ausgerechnet Pötsch ist jetzt neuer Aufsichtsratsvorsitzender geworden. Der Bock wurde zum Gärtner gemacht. In der größten Krise seiner Geschichte schert sich der VW-Konzern nicht um den „Deutschen Corporate-Governance-Kodex“, der festlegt, dass Vorstände nach dem Ende ihrer Bestellung zwei Jahre warten müssen, bevor sie Aufsichtsrat werden dürfen. Die VW-Kultur hängt schräg und beschädigt unsere Markenwahrnehmung.

Ein solches Geschacher wäre in den USA undenkbar. Überhaupt passt es ins Bild, dass der VW-Skandal in den Vereinigten Staaten losbrach. Dort gibt es eben keine Subventionen wie in Europa, wo der Diesel mit 18 Cent weniger besteuert wird als Benzin. Für Diesel gelten in den USA gleiche Steuersätze und Stickoxid-Grenzwerte wie für Ottokraftstoffe. Das ist fair.

Die VW-Kultur hängt schräg und beschädigt unsere Markenwahrnehmung.

Last not least: Verbraucher- und Umweltschutz haben in den USA einen deutlich höheren Stellenwert als bei uns. Erst jetzt fangen hierzulande staatliche Behörden wie das Kraftfahrtbundesamt an, darüber nachzudenken, warum sich die Diesel-Testwerte so stark von den Normalwerten der Emissionen unterscheiden. Stärkere Kontrollen stärken unsere Marken, machen sie widerstandsfester gegenüber Betrügereien.

In der Vergangenheit wurden in Deutschland durch Dieselfahrzeuge deutlich mehr Stickoxide als durch Benziner freigesetzt. Dabei leiden gerade die Ballungsräume unter hohen Stickoxid-Belastungen. Seit 2010 überschreiten mehr als 30 Ballungsräume in Deutschland erheblich die Stickoxid-Grenzwerte. Erst im Juli wurde die Bundesregierung erneut von der EU-Kommission wegen der permanenten Überschreitungen ermahnt. Ursache für die meisten Überschreitungen sind Dieselmotoren. Die neue Euro-6-Norm drückt zwar die Diesel-Emissionen auf Benziner-Niveau. Aber sie gilt erst seit 2014

und so zehren die Sünden der Vergangenheit an unserer Luftqualität und unserer Gesundheit.

Aus dem VW-Skandal können wir vier Dinge lernen. Erstens: VW muss ein normales Unternehmen ohne eigenes VW-Gesetz werden. Zweitens: Es ist höchste Zeit, die willkürliche staatliche Förderung des Diesels zu beenden. Drittens: Wir müssen „amerikanischer“ werden. Das gilt für unsere Behörden ebenso wie unsere Verbraucher- und Umweltschutzgesetze. Unsere Marken werden damit ehrlicher. Viertens: Unsere Unternehmen sollten Umweltschutz nicht nur in bunten Werbeblättchen schön malen, sondern ehrlich umsetzen. Gerade deshalb sollten Dieselpkw ausschließlich mit der SCR-Katalysator-Technologie verkauft werden. Gute Marken sind ehrlich.

von Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöffer

Fotos: © somartin/Fotolia.com, Unternehmen