

Wirtschaft

& Sport: Deutschland soll die Fußball-WM 2006 gekauft haben»Seite 21

11

ATX 2386,29 (+0,91%) Euro/Dollar 1,1360 (-0,69%) Gold (\$/Unze) 1180,85 (-0,29%) Dow Jones (Eröffnung) 17.193,47 (+0,30%)



Wer klagt

Rückruf & Hilferuf: VW bat Daimler um sein Vorstandsmitglied für Integrität und Recht. Auf Christine Hohmann-Dennhardt wird noch viel Arbeit zukommen.

Es war ein Gespräch auf höchster Ebene. Der Aufsichtsratschef der Volkswagen AG, Dieter Pötsch, bat seinen Kollegen in der Daimler AG, Manfred Bischoff, um einen Gefallen. Er möge doch Christine Hohmann-Dennhardt aus ihrem Vorstandsvertrag vorzeitig entlassen,

WIRTSCHAFT
ANALYSE
VON DIETMAR
MASCHER

damit diese im VW-Vorstand die Agenden Integrität und Recht wahrnehmen könne. Daimler wollte sich diesem Hilferuf nicht verschließen. VW will mit Schaffung des neuen Vorstandssessorts und der Bestellung der 65-jährigen Juristin ein Zeichen setzen.

Auf Hohmann-Dennhardt wird viel Arbeit zukommen. Volkswagen wird wegen „Dieselgate“ in den nächsten Monaten und Jahren nicht nur mit Rückrufaktionen konfrontiert sein, sondern auch mit einer Reihe von Klagedrohungen und tatsächlichen Klagen. Wie viele Milliarden das kosten wird,

lässt sich seriös noch nicht sagen. Nachdem nun feststeht, dass VW europaweit 8,5 Millionen Autos in die Werkstätten beordern und auf eigene Kosten reparieren (im besten Fall umprogrammieren) muss, stellt sich auch die Frage, welche Kosten sonst noch auf VW zukommen. Neben jenen für die dringend notwendige Imagepolitik sind es wohl die Rechts- und Schadenersatzkosten, die VW belasten werden.

Da wären zunächst einmal die Autofahrer, die einen VW, Audi, Seat oder Skoda fahren, die zwischen 2007 und 2015 zugelassen wurden und einen Dieselmotor mit der Kennung EA 189 (drei oder vier Zylinder, Hubraum 1,2 bis 2,0 Liter) haben. Diese sollten, so raten Autofahrerclubs und Konsumentenschützer, dem Rückruf auch Folge leisten. Sonst riskieren sie, dass das Auto die Zulassung verliert. Werden die Autos ord-

nungsgemäß nachgerüstet, werden die europäischen Autobesitzer tendenziell keine weiteren Ansprüche haben, es sei denn, aus den Umrüstungen ergeben sich Leistungsreduktionen und ein höherer Treibstoffverbrauch. Darüber kann vorerst aber nur spekuliert werden, weil etliche Maßnahmen noch gar nicht genau feststehen.

Umweltfreundliche US-Fahrer

Anders ist die Situation in den USA. Vor allem in Kalifornien wollen diese nicht nur Schadenersatz, sondern auch einen Teil des Kaufpreises zurück. Dieselaautos sind in den USA teurer als in Europa. Diesel selbst kostet mehr als Benzin. In Kalifornien haben tatsächlich viele Autofahrer aus Umweltgründen einen Dieselaus Deutschland gekauft und bewusst mehr bezahlt und fühlen sich nun über den Tisch gezogen. Es darf mit einer Welle an Sammelklagen gerechnet werden.

Aber nicht nur die Autofahrer neigen zur Klage, auch die Anleger haben eine Tendenz dazu. Wie berichtet, haben VW-Aktionäre innerhalb weniger Tage 40 Prozent verloren. Einige von ihnen werfen VW vor, sie zu nachlässig und zu langsam über die wachsenden Probleme mit den Dieselaabgasen informiert zu haben. Die Anlegerklagen sind freilich riskant. Erfahrungen mit ähnlichen Fällen legen nahe, dass sich die Verfahren über Jahre hinziehen.

VW wird wohl versuchen, viele Verfahren durch gütliche Einigungen zu vermeiden, und den Vergleichsweg suchen. Das wird nicht billig werden. Denn VW kämpft nicht nur gegen Klagen und Imageverluste, sondern auch mit dem Faktor Zeit. Je länger sich Dieselgate zieht, desto schwieriger die Situation auf dem Automarkt. Noch zeigen die Verkaufszahlen nicht nach unten. Aber kaum jemand wird derzeit darauf wetten, dass das so bleibt.

Kommentar

Von
Susanne Dickstein



Totalschaden

Das Marketingforum im Linzer Design Center war gestern einmal mehr Treffpunkt der heimischen Marketing- und Werbeexperten. Dabei beherrschte ein Gesprächsthema den Tag: der Abgasskandal des VW-Konzerns, der für die Marke VW einem Totalschaden gleichkommt.

Es gibt nur eine richtige Marketingstrategie für VW

Jahrelange Investitionen in den Aufbau und die Pflege eines Markenimages würden binnen weniger Tage und Wochen zunichte gemacht. Das Vertrauen, das die Konsumenten weltweit in die Qualität und die Zuverlässigkeit der deutschen Autos hatten, ist demoliert.

Um die Marke VW in den Köpfen der Autofahrer wieder positiv zu besetzen, wird es jetzt viel mehr als nur schöner Werbeaufnahmen und cleverer Sprüche bedürfen. Die einzig richtige Marketingstrategie für den angeschlagenen Konzern muss eine transparente und ehrliche Aufarbeitung der Mächtigkeiten sein.

s.dickstein@nachrichten.at

Überblick

Automarkt gewachsen

HAMBURG. Die Pkw-Nachfrage in der EU ist ungeachtet des VW-Skandals auch im September kräftig gestiegen. Dank Erholung in Südeuropa, Verschrottungsprämien sowie Pkwneuzulassungen seien die Neuzulassungen um fast zehn Prozent auf 1,36 Millionen Fahrzeuge geklettert, teilte der Herstellerverband Acea mit. In Österreich erhöht sich die Neuzulassungen um nur 4,4 Prozent auf 25.066 Stück. In den ersten neun Monaten reihen 10,4 Millionen Wagen neu auf Europas Straßen ein Plus von 8,8 Prozent.

Continental streicht Jobs

HANNOVER. Der Autozulieferer Continental baut am Standort im niedersächsischen Gifhorn in den nächsten Jahren fast die Hälfte der Arbeitsplätze ab.

Grund ist ein nicht verlängertes Vertrag mit Renault zum Bau von Elektromotoren. Von 1465 Stammarbeitsspitzen sollen bis Ende 2023 schrittweise 665 wegfallen, wie die IG Metall und der DAX-Konzern gestern, Freitag, mitteilten. Im Gegenzug verzichtet Continental in dieser Zeit auf betriebsbedingte Kündigungen.

Metaller-Lohnrunde: Einigung über Inflationsrate

1,1 Prozent Teuerung als Verhandlungsbasis – Kein Ergebnis bei Flexibilisierung der Arbeitszeit

WIEN. Die zweite Runde bei den Kollektivvertragsverhandlungen für die Maschinen- und Metallwarenindustrie ist in der Nacht auf Freitag ohne Einigung zu Ende gegangen. Versündigt hat man sich aber darüber, welche Inflationsrate gelten soll. „Die Inflationsrate von 1,1 Prozent konnte in dieser Verhandlung weder streit gestellt werden“, teilten die Gewerkschaften mit. Im Vorjahr hätten die Arbeitgebervertreter angebracht, die niedrigere europäische Inflationsrate heranzuziehen.

Bei der Arbeitszeit gab es kein Ergebnis. „Von einer weiteren Ar-



Arbeitnehmer-Verhandler Rudolf Wagner und Rainer Wimmer (r.). Foto: APA

gebersete, „endlich zu einer Lösung in der seit Jahren offenen Frage einer verbesserten Arbeitszeitflexibilisierung zu kommen“, mit der Forderung nach einer weiteren Arbeitszeitverkürzung reagiert. „Bei sich liegenden Auftragsbüchern, wachsender Konkurrenz aus dem Ausland und Verlusten in fast einem Drittel unserer Betriebe sind höhere Arbeitskosten Jobkiller“, so Chefverhandler Christian Krull. Der Fachverband habe den klaren Auftrag seiner Mitglieder, ein Modell auszuverhandeln, „auf dessen Basis dann gearbeitet werden kann, wenn Arbeit da ist“.