

VW – SKANDALE OHNE KONSEQUENZEN

2017 war für den deutschen Autobauer Volkswagen eines der erfolgreichsten Jahre der Firmengeschichte. Und das, obwohl VW betrogen hat: 2015 wurde der sogenannte Abgasskandal bekannt. Der Konzern aus Wolfsburg hat die Motoren seiner Dieselfahrzeuge so manipuliert, dass sie die gesetzlichen Grenzwerte (nur) im Testbetrieb erreichen. Anfang 2018 wurde sogar bekannt, dass VW die Schädlichkeit von Abgasen an Affen getestet hat. Doch die Skandale scheinen kaum Konsequenzen zu haben. VW verkaufte 2017 über zehn Millionen Autos. Das sind vier Prozent mehr als im Vorjahr. Agenturen versuchen Antworten darauf zu finden, warum ein Konzern wie VW trotz eines großen Skandals wirtschaftlich weiterhin so stark sein kann.

MANUSKRIFT

SPRECHER:

Es ist die größte Automobilfabrik der Welt: Volkswagen in Wolfsburg. **Diesellaffäre, Betrugereien** und jetzt **Tierversuche** – die Skandale um den **Konzern reißen nicht ab**. Jedes Mal heißt es, das wird Konsequenzen haben. Doch das Gegenteil **ist der Fall**. VW **hat** eines der erfolgreichsten Geschäftsjahre seiner Firmengeschichte **hinter sich**. Über zehn Millionen VW-Fahrzeuge wurden im vergangenen Jahr weltweit **ausgeliefert** – ein **Plus** von rund vier Prozent. Doch wie kommt das? Was macht die Marke VW so stark, dass die Autokäufer ihr trotz allem weiter vertrauen? Antworten darauf haben die Profis in den **Markenagenturen**, wie hier in Berlin bei Metadesign. Volkswagen ist einer ihrer Kunden, genauso wie Porsche, Eon oder Siemens. Starke Marken, denen Skandale **offensichtlich** nur wenig **anhaben können**.

ARNE BREKENFELD (Geschäftsführer Metadesign):

Es ist eine Marke, die ... denen [der] die Menschen vertrauen. Und warum vertrauen sie ihr? Weil sie mit ihr aufgewachsen sind, weil sie ein Teil ihrer **Sozialisation** gewesen ist. Weil sie vielleicht sogar ein Teil ihres eigenen **Aufstiegs** war. Und die Marke war immer im Kern ein Teil der inneren Gesellschaft, des Kerns der Gesellschaft. Die Menschen haben **über** die Jahrzehnte **hinweg** ein **unfassbares** Vertrauen in diese Marke aufgebaut. Also, das **Depot**, was aufgebaut worden ist, ist **riesig** groß.

SPRECHER:

Natürlich ist Volkswagen nicht ganz **unbeschadet** geblieben. In den USA musste der Autobauer bis jetzt 25 Milliarden Euro Strafe zahlen. Und auch wenn der **Absatz** insgesamt steigt, in Europa **gerät** VW bei den **Dieselfahrzeugen unter Druck**. Hier ist der **Dieselanteil** im Jahr 2017 um mehr als 8 Prozent in Spanien gesunken, in Deutschland um rund sieben Prozent.

ARNE BREKENFELD:

Wir haben das mal als „tainted love“, also **enttäuschte** Liebe bezeichnet. Und genauso ist das Verhältnis zwischen Volkswagen und ... Das ist wieder **kittbar**, das kann man wieder **richten**, aber es bleibt erst mal ein **Misstrauen**, und dieses Misstrauen ist sehr tief. Volkswagen muss versuchen, da jetzt **gegenzusteuern**.

SPRECHER:

Metadesign hat **im Auftrag** von VW eine Kampagne **entworfen**, die den Autobauer als digitalen **Dienstleister in Szene setzen** soll. Autos, die per App mit Smartphone oder Tablets **vernetzt** sind – so soll die Zukunft aussehen.

Zugute kommt den Unternehmen: **Konsumenten** sind vergesslich. Oft sind die Affären nur **ein Sturm im Wasserglas** und haben keine **langfristigen** Folgen. Beim Autokauf **spielt** das **Umweltbewusstsein** ohnehin kaum **eine Rolle**. Laut Umfragen des deutschen Automobilclubs ADAC steht auf Platz eins die Zuverlässigkeit, auf Platz zwei Sicherheit, gefolgt vom **Raumangebot**, dem Design und der Marke. Das Umweltbewusstsein kommt erst weit hinten auf Platz 24.

Auch diese Berliner Agentur ist **auf** strategische Markenkommunikation **spezialisiert**. Zu ihren Kunden zählt [zählen] unter anderem die Deutsche Bank und die Telekom. Deutsche Konsumenten sind Marken besonders treu. In einer Studie wurden sie 2017 befragt, welchen Marken einer **Branche** sie am meisten vertrauen. Bei den Automobilen war es – Volkswagen. Auch Marken wie Nestlé gelten als **vertrauenswürdig**, obwohl der Konzern in **diverse** Lebensmittelskandale **verwickelt** war. Oder die **Textilkette** C&A, die in **Billiglohnländern** nähen lässt.

JENS-RAINER JÄNIG (Geschäftsführer Markenagentur mc-quadrat):

Marken **halten** dann Skandale **aus**, wenn sie sich ihnen auch **stellen**, und das **nachvollziehbar** und transparent. Und wenn sie dann aus dieser Analyse des ... der Krisensituation heraus **glaubwürdig aufzeigen**, dass sie ähnliche Effekte in der Zukunft **vermeiden** wollen. Markenvertrauen kann **erschüttert** werden, es darf nur nicht mehrfach erschüttert werden. Das ist der wesentliche Punkt.

SPRECHER:

Aus der Dieselfläre scheint VW noch einmal **davongekommen** zu sein. Doch hat der Konzern mit seinen Abgastests an Tieren und laut Zeitungsberichten sogar Menschen eine neue **Schwelle überschritten**?

GLOSSAR

Diesellauffäre, -n (f.) – ein Skandal um verbotene Veränderungen in Automotoren (z. B. bei der Automarke VW), durch die die Abgaswerte besser zu sein scheinen, als sie sind

Betrügerei, -en (f.) – die Tatsache, dass jemand jemanden absichtlich täuscht und dadurch einen Vorteil bekommt

Tierversuch, -e (m.) – ein wissenschaftliches Experiment mit lebenden Tieren, um die Wirkung von etwas zu testen

Konzern, -e (m.) – eine große Firma

ab|reißen; etwas reißt ab – hier: aufhören; stoppen

der Fall sein – zutreffen; so sein; stimmen

etwas hinter sich haben – etwas beendet haben

etwas aus|liefern – hier: die bestellte Ware zum Auftraggeber bringen

Plus (n., nur Singular) – hier: der Gewinn

Markenagentur, -en (f.) – eine Firma, die dafür sorgt, dass eine andere Firma mit ihren Produkten öffentlich bekannt wird und positiv wahrgenommen wird

offensichtlich – klar zu erkennen

jemandem etwas an|haben können – jemandem schaden können

Sozialisation (f.) – das Hineinwachsen in und die Anpassung an eine Gesellschaft, in deren Verlauf sich die Persönlichkeit eines Menschen bildet

Aufstieg, -n (m.) – hier: der Erfolg; die Veränderung zum Besseren

über ... hinweg – für eine bestimmte Zeit

unfassbar – hier: unglaublich; sehr groß

Depot, -s (n.) – gemeint ist hier: die Menge an Vertrauen

riesig – hier: sehr

unbeschadet – ohne Schaden

Absatz, Absätze (m.) – hier: die Menge an verkauften Produkten

unter Druck geraten – in eine schwierige Situation kommen, in der man durch äußere Einflüsse gezwungen ist, etwas Bestimmtes zu tun

Dieselfahrzeug, -e (n.) – ein Auto, das nicht mit Benzin, sondern mit einem anderen Kraftstoff (Diesel) fährt und dessen Motor anders funktioniert

Anteil, -e (m.) – hier: ein bestimmter Teil von einem Ganzen

jemanden enttäuschen – jemanden traurig machen, weil man nicht das geschafft oder gemacht hat, was man vorher gesagt hat

kittbar – so, dass man etwas wieder reparieren oder wiederherstellen kann

etwas richten – hier: etwas wiedergutmachen; etwas wiederherstellen

Misstrauen (m., nur Singular) – die Vermutung, dass jemand etwas Schlechtes macht oder plant; das fehlende Vertrauen

gegen|steuern – etwas gegen etwas unternehmen; etwas gegen etwas machen

im Auftrag – von jemandem beauftragt, etwas zu tun; von jemandem gebeten, etwas zu tun

etwas entwerfen – etwas Neues planen

Dienstleister, -/Dienstleisterin, -nen – jemand, der etwas gegen Bezahlung für jemand anderen tut, aber keine Waren herstellt

etwas in Szene setzen – etwas in der Öffentlichkeit so darstellen, dass man darauf aufmerksam wird

etwas vernetzen – etwas digital mit anderen Geräten verbinden

jemandem/etwas zugute|kommen, etwas kommt jemandem/etwas zugute – für jemanden oder etwas nützlich sein

Konsument, -en/Konsumentin, -nen – jemand, der etwas kauft und benutzt

ein Sturm im Wasserglas – Redensart: die große öffentliche Aufregung um eine (oft unwichtige) Sache, die kaum Folgen hat

langfristig – für eine lange Zeit

eine Rolle spielen – hier: wichtig sein

Umweltbewusstsein (n., nur Singular) – die Tatsache, dass man der Umwelt nicht schaden, sondern sie schützen will

Raumangebot, -e (n.) – hier: die Tatsache, wie groß etwas (z. B. ein Auto) von innen ist

auf etwas spezialisiert sein – etwas besonders häufig machen und viel Erfahrung haben; ein Experte/eine Expertin in einem bestimmten Gebiet sein

Branche, -n (f.) – der Arbeitsbereich; alle Unternehmen, die das gleiche Produkt oder die gleiche Leistung anbieten

vertrauenswürdig – so, dass man jemandem/etwas vertrauen oder glauben kann

diverse – viele; mehrere unterschiedliche

in etwas verwickelt sein – an einer unangenehmen oder verbotenen Sache beteiligt sein

Textilkette, -n (f.) – eine Bekleidungsfirma mit vielen Geschäften an unterschiedlichen Orten

Billiglohnland, -länder (n.) – ein Land, in dem die Menschen sehr wenig Geld für ihre Arbeit bekommen

etwas aus|halten – hier: etwas Unangenehmes so akzeptieren, wie es ist, und ertragen

sich einer Sache stellen – eine unangenehme Aufgabe akzeptieren; eine Herausforderung annehmen

nachvollziehbar – so, dass man etwas gut verstehen kann

glaubwürdig – so, dass man jemandem glauben kann

etwas auf|zeigen – etwas zeigen; etwas darlegen

etwas vermeiden – dafür sorgen, dass etwas nicht passiert

etwas erschüttern – etwas beschädigen; etwas kaputt machen

davon|kommen – aus einer gefährlichen Situation ohne einen größeren Schaden herauskommen

eine Schwelle überschreiten – hier: etwas tun, was man nicht soll oder darf und was nicht akzeptiert wird

*Autorinnen: Claudia Laszczak/Anna-Lena Weber
Redaktion: Ingo Pickel*