

# Warum schweigt Pischetsrieder?

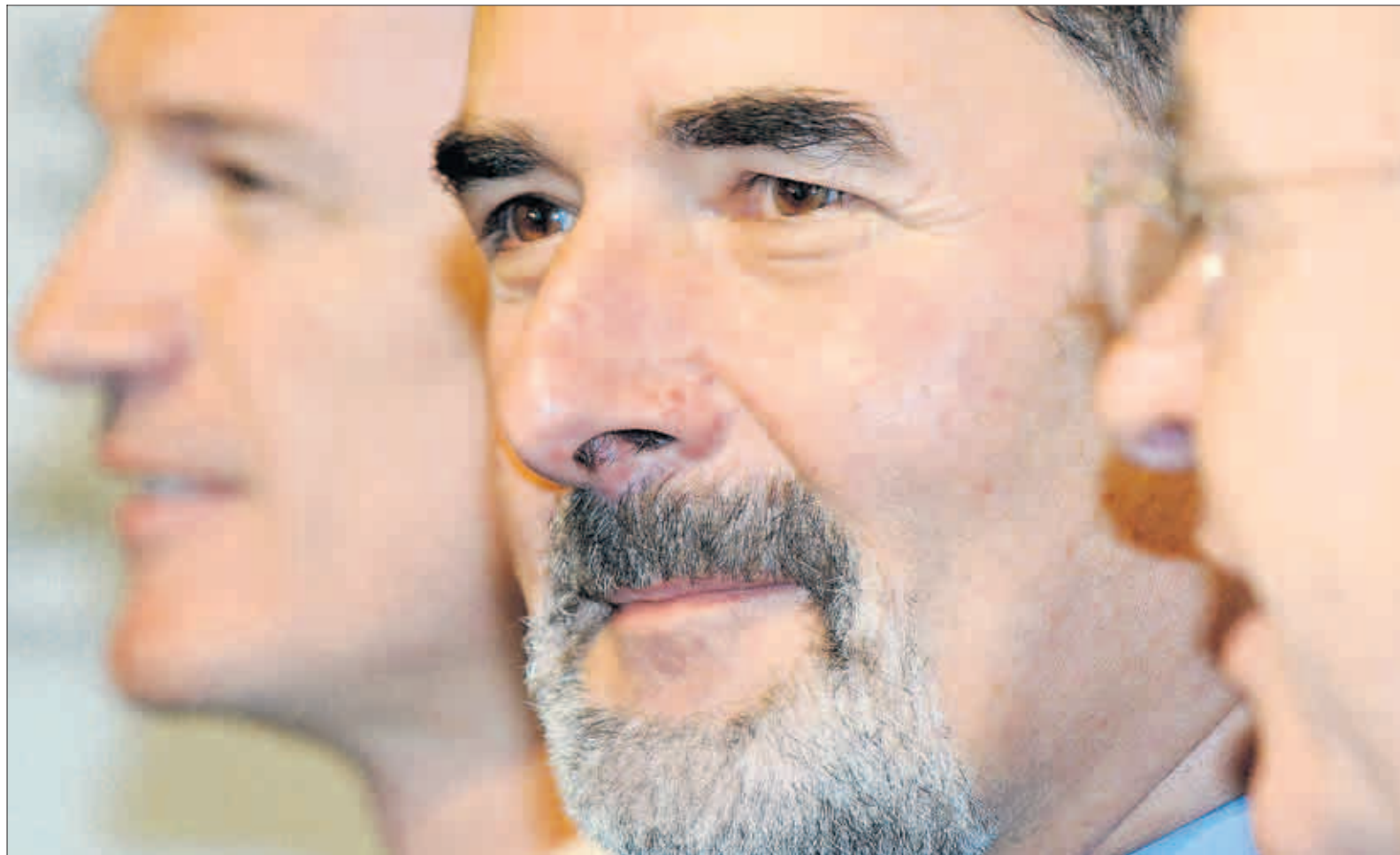
Trotz größter Vorwürfe sieht VW keinen Erklärungsbedarf - PR-Experten halten die Verweigerung für katastrophal

VON MARCO DALAN, JAN DAMS  
UND BURKHARD RIERING

**Düsseldorf** – Wo ist Bernd Pischetsrieder? Die Nachrichten überschlagen sich, täglich tauchen neue Gerüchte über zwielichtige Vorgänge bei Volkswagen und angebliche Lustreisen von Betriebsräten auf. Der Druck auf VW-Personalvorstand Peter Hartz wächst täglich. Doch der Vorstandsvorsitzende schweigt.

Hat der Wolfsburger Automobilkonzern die aufkommende PR-Krise etwa unterschätzt? Hat Volkswagen gar versucht, Informationen über den Skandal zu vertuschen oder zu verzögern? Fakt ist, sagt PR-Krisen-Experte Klaus-Peter Johanssen, daß die Informationen über den Skandal nur „bröckchenweise ans Tageslicht“ gelangten. Dies habe zumindest einen schlechten Beigeschmack. „So etwas passiert, wenn in Krisen nicht offen und offensiv kommuniziert wird“, sagt der Leiter des Arbeitskreises Krisenkommunikation im PR-Verband Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG). Die Presse diktiert die Themen, der Konzern könne dann nur „hinterplappern“. Dennoch nimmt Johanssen die Kollegen auch in Schutz. „Es ist nicht klar, was VW überhaupt weiß, was der Konzern überhaupt kommunizieren kann.“ Ein anderer erfahrener Krisen-PR-Strategie gibt ebenfalls zu bedenken: „Gerade beim Thema Betriebsrat, der oft im mal luftleeren Raum schwebt, wird PR ganz schwierig.“ Das Image sei aber nun ramponiert – so oder so.

Das Unternehmen indes begründet seine Zurückhaltung mit den bereits eingeleiteten Maßnahmen. Der VW-Vorstandsvorsitzende Bernd Pischetsrieder hatte in der vergangenen Woche sofort nach dem Aufflammen der Spekulationen um die Schmiergeldaffäre eine „lückenlose Aufklärung“ und eine intensive Zusammenarbeit mit der Staatsanwaltschaft angekündigt. Gleichzeitig wurde die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG eingeschaltet, um mit der



VW-Chef Bernd Pischetsrieder im Kreis seiner Vorstandsgetreuen Wolfgang Bernhard (links) und Folker Weißgerber

FOTO: PA/DPA

VW-internen Konzernrevision die Vorgänge zu überprüfen.

Als die Gerüchte um einen bevorstehenden Rücktritt von Hartz aufkamen, sagte ein Sprecher vor acht Tagen: „Peter Hartz ist und bleibt Personalchef.“ Es gebe keine Pläne, Hartz einen Aufhebungsvertrag anzubieten, sekundierte der Aufsichtsratsvorsitzende Ferdinand Piëch. „Mit seiner innovativen Tarifpolitik hat er sich um das Unternehmen ohne jeden Zweifel gemacht“, eilte Bundeskanzler Gerhard Schröder seinem Duz-Parteifreund zur Seite.

Pischetsrieder dagegen bleibt stumm. Er habe Schwierigkeiten, klar Position zu beziehen, erklärt ein Medienprofi, der Pischetsrieder schon seit Jahren beobachtet und

wie viele seiner Kollegen lieber nicht erkannt werden möchte. Bereits als BMW-Chef habe Pischetsrieder bei der Rover-Krise viel zu lange gezögert und deshalb auch seinen Hut nehmen müssen.

In der PR-Branche wird die Affäre wie eine Fallstudie beobachtet – und bewertet. Ein Fehler ist es nach Ansicht eines namhaften Beraters etwa gewesen, daß der VW-Chef es zugelassen habe, daß Hartz am Dienstag eine Erklärung zu den Vorwürfen abgab, der Vorstand habe den Betriebsrat gekauft. Hartz sagte, daß dem Vorstand solche Vorgänge nicht bekannt seien „und niemand im Vorstand hätte sie gebilligt“. Damit habe er den gesamten Vorstand – auch Pischetsrieder – in „Geiselhaf“ genommen. „Pi-

schetsrieder hätte die Erklärung abgeben müssen.“ Es wäre besser gewesen, so der Berater, Hartz gleich zu Beginn und bis zur Klärung der Vorwürfe vorläufig zu beurlauben.

Allerdings, gibt ein anderer Berater zu bedenken, sei die Zurückhaltung vielleicht auch damit zu erklären, daß der Kreis der Mitwisser der Affäre doch größer ist, als bislang angenommen. „Wenn Hartz davon wußte, wußten es vermutlich auch andere in Vorstand und Aufsichtsrat. Daher agiert man jetzt möglicherweise so zögerlich“, sagt der Berater. Auf jeden Fall halte sich der Vorstand auffällig bedeckt. „Das ist in dieser Lage eine Katastrophe.“

Vielleicht spielt VW aber auch

auf Zeit. Der Sprecher eines großen Konzerns mutmaßt, daß VW vermutlich noch nicht so weit sei, um mit konkreten Ergebnissen vor die Presse gehen zu können. Angehts von Aufmachern wie in der BILD müsse in einer so katastrophalen Lage jedoch eine Taskforce gebildet werden, die tägliche Wasserstandsmeldungen abgebe. „Die Menschen wollen sehen, daß VW etwas unternimmt.“ Die Einschaltung von KPMG habe dafür höchstens 48 Stunden gereicht. „Schließlich habe die Presse alles, was sie für eine heiße Geschichte braucht: Sex, Korruption und Politik.“ In einem sind sich die meisten Berater aber einig: In einer derartigen Krise muß ein Unternehmen an die Öffentlichkeit.