

persönlich

Das Schweizer Wirtschaftsmagazin für Kommunikation

Nr. 01/02 | Januar/Februar 2014



Unterwegs

Medienwandel im Schnellzugtempo

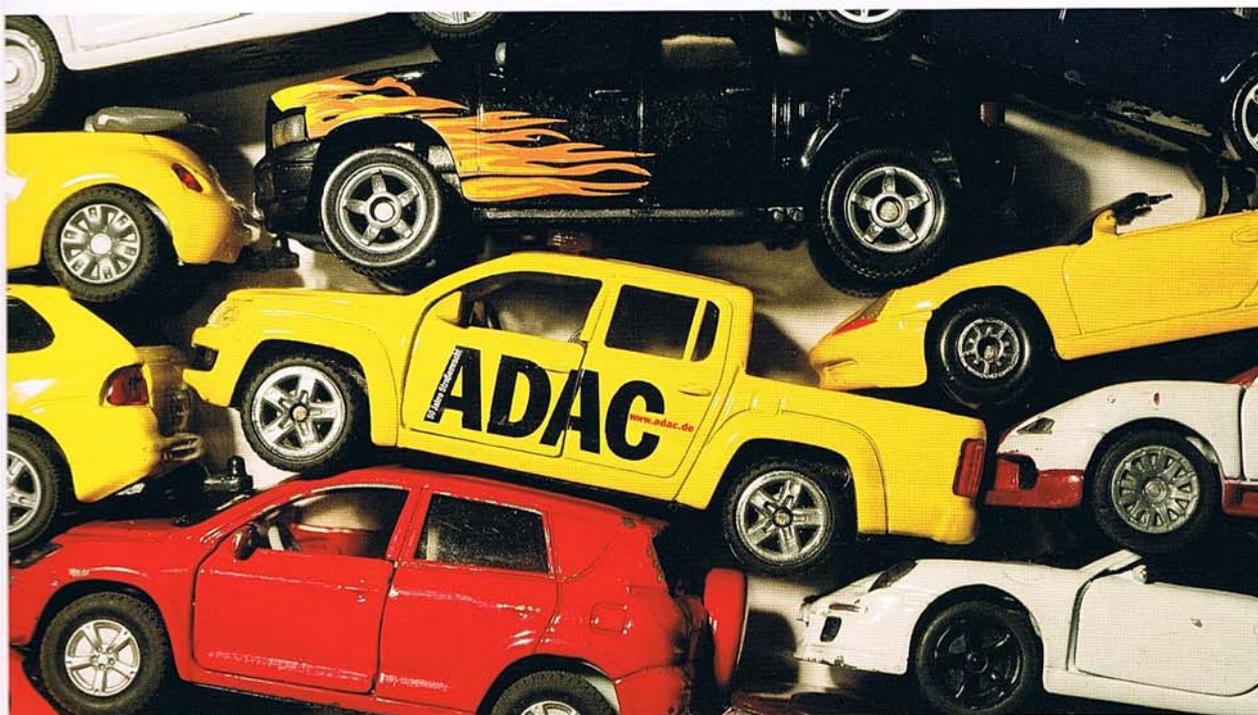
Roger de Weck: Monsieur Service public · **Frank Elstner:** Der «Wetten, dass ...?»-Erfinder über Markus Lanz · **Rückblende 2013:** Die besten Politikerbilder · **Abgeschossene Kampagnen:** Ideen aus dem Giftschrank · **Westnetz:** Es muss nicht immer Watson sein · **Ferdinand Dudenhöffer:** Das ADAC-Debakel

Dudenhöffer

Das System ADAC muss reformiert werden

Deutschland empört sich: Der ADAC, der deutsche Automobilclub, hat bei der Wahl des beliebtesten Autos manipuliert. Ferdinand Dudenhöffer, Deutschlands bekanntester Autoexperte und freier «persönlich»-Mitarbeiter, fordert jetzt Konsequenzen. Eine Diskussion, die auch in der Schweiz auf grosses Interesse stösst, nicht zuletzt, weil es die Glaubwürdigkeit von Tests infrage stellt.

Text: Ferdinand Dudenhöffer* Bild: Keystone



Mächtig unter Druck: ADAC.

Bei der Wahl des beliebtesten Autos für den Preis «Gelber Engel» hat der ADAC das Abstimmungsergebnis gefälscht. Gut zwei Wochen dürfte der ADAC von dem Recherche-Ergebnis der *Süddeutschen Zeitung* gewusst haben, ehe er die Manipulation zugegeben hat. Lapidar wird auf der Homepage mitgeteilt, dass der Kommunikationschef Michael Ramstetter die absolute Zahl der abgegebenen Stimmen «geschönt» hat und die alleinige persönliche Verantwortung übernimmt. Damit ist die Sache für den ADAC erledigt. Basta. Ein böser Mensch und ein guter Verein beschreiben anscheinend den Skandal.

Das System ADAC hat zwei Säulen. Die feste Säule sind die Pannenhelfer, die «Gelben Engel». Auf diesen guten Geistern fusst die herausragende Reputation des ADAC. Wer könnte jemand misstrauen, der einem nachts um vier Uhr am Strassenrand hilft? Genau dieses Bild ist es, mit dem der ADAC ehrlicher, ehrenwerter, verdienstvoller von der Bevölkerung eingeschätzt wird als jede andere Organisation, einschliesslich des Bundespräsidenten. Genau deshalb zahlen knapp 19 Millionen Menschen ADAC-Mitgliedsbeiträge.

Es gibt aber auch die andere Seite. Eine Organisation, die mit dem guten Namen ADAC gutes Geld macht. Da werden die Autobauer nach der Qualität ihrer Autos mit

der Pannenstatistik beurteilt und gleichzeitig im grossen Stil vielen Autobauern Assistance-Leistungen verkauft. Da werden pausenlos Autofahrer dazu aufgerufen, nicht bei den Multis zu tanken, sondern an den freien Tankstellen, und gleichzeitig ein Deal mit Shell geschlossen, dass Club-Mitglieder einen Cent geschenkt bekommen. Vieles, was der ADAC macht, ist reines Provisionsgeschäft, sprich, er agiert wie eine Verkaufsmannschaft, die Versicherungen für die Zurich-Versicherung, Reisen für Reiseveranstalter, Benzin für Shell, Autokredite für die VW-Bank und vieles mehr verkauft. Dass jemand Verkäufer ist, ist natürlich nicht anrühlich. Aber dass der Verkäufer sich den guten Namen leiht, ist schon bizarr.

* Ferdinand Dudenhöffer ist Professor an der Universität Duisburg-Essen und Automobilvordenker.

Am ADAC ist aber noch mehr seltsam. Der Club wird geführt wie der Bundesverband der Briefftaubenzüchter. Es gibt keine Kontrolle à la Corporate Governance, sondern eine Gruppe älterer Herren, die ehrenamtlich – also in Freizeitbeschäftigung – tätig sind, leiten eine Organisation mit hoher wirtschaftlicher und politischer Macht. Das Präsidium führt das operative Geschäft, die Geschäftsführer scheinen Handlanger, und das Präsidium kontrolliert eben das Präsidium. Punkt. Es scheint verführerisch für die ältere Männergesellschaft, in der Freizeitbeschäftigung Macht auch auszuüben. Der ADAC war gegen E10 und brachte es zu Fall, der ADAC fordert im Namen von 19 Millionen Autofahrern «Freie Fahrt für freie Bürger», spricht kein Tempolimit und keine Promillegrenze. Der Präsident des ADAC mit der Bundeskanzlerin, dem Bundespräsidenten und den Spitzenpolitikern, das sind die Bilder, die man gerne von sich sieht. Überrascht es jetzt, dass in einem solchen System ein Nährboden für Manipulation vorliegt? Ist es wirklich nur ein böser Mensch, der das gute System be-

schädigt, oder war es eine Frage der Zeit, bis der Unfall passiert? Der ADAC ist die Wahrheit. Der ADAC ist der Herr der repräsentativen Statistik. Der ADAC beantwortet keine Fragen, sondern verkündet, dass etwa die Recherche von Journalisten ungeheuerlich, abwegig und völlig falsch sei. Eine Zeitung ist da, um Fische einzuwickeln, nicht mehr. Transparenz ist überflüssig, Autorität ist das

«Eine Zeitung ist da, um Fische einzuwickeln, nicht mehr.»

Mass der Dinge, und mit dem aus dem Dritten Reich zu bösen Überraschungen gekommenen Wort GAU bezeichnet man seine Regionalclubs. Man fühlt sich in das Zeitalter von Kaiser Wilhelm versetzt. Überrascht es, dass in solch einem Organisationsgebilde der Skandal auftaucht?

Fakt ist: Der ADAC muss sich neu aufstellen, der heutigen Zeit anpassen, wenn er

morgen ernst genommen werden will. Wir brauchen zwei Organisationen, nicht eine, die alles vermengt. Wir brauchen die Organisation der «Gelben Engel», aber ohne Provisionsgeschäfte mit Versicherungen, Banken und Reiseveranstalter. Die Stiftung Warentest kann hier Vorbild sein. Und wir brauchen eine Organisation, die nicht den Namen ADAC trägt, die nicht behauptet, sie spreche für 19 Millionen Menschen. Diese Organisation kann arbeiten wie jedes andere Wirtschaftsunternehmen, aber darf nicht länger die «geborgte Macht» von 19 Millionen Menschen vertreten. Ob dieses Unternehmen als Verein oder AG geführt wird, soll der ADAC selbst entscheiden. Wichtig ist nur, dass dieses Gebilde nicht mehr ADAC heisst und mit den «Gelben Engeln» nichts zu tun hat. Der Skandal um manipulierte Stimmen deckt auf, dass es nicht um einen guten Club und einen bösen Menschen geht, sondern um ein System, das einfach nicht mehr in unsere Zeit passt: Grundlegende Reformen sind angesagt. 