

VW schickt Cheflobbyist wegen Affentests in Urlaub

WOLFSBURG. VW reagiert schnell auf den jüngsten Skandal und suspendiert einen Topmanager.

Wenige Tage nach dem Bekanntwerden von fragwürdigen Abgastests muss ein erster Manager bei Volkswagen gehen. Thomas Steg, der für Aussenbeziehung und Nachhaltigkeit des Konzerns zuständig war, werde bis zur vollständigen Aufklärung der Vorgänge von seinen Aufgaben entbunden, teilte Volkswagen am Dienstag mit. Steg übernehme die volle Verantwortung und habe dem Vorstand selbst angeboten, ihn zu beurlauben. Stegs Angebot habe der Vorstand gestern angenommen.

Steg war erst 2012 zu VW gekommen. Dort sollte er seine Kontakte in die Politik nutzen, denn er war von 2002 bis 2009 stellvertretender Regierungssprecher unter Kanzler Gerhard Schröder und danach von Kanzlerin Angela Merkel.

VW hatte zusammen mit anderen Autokonzernen in Experimenten an Affen sowie auch an Menschen die Wir-

kung von Dieselabgasen testen lassen. Berichten zufolge sollte damit belegt werden,

wie gering die Risiken von modernen Dieselaautos für Menschen und Tiere seien.



Thomas Steg darf vorerst nicht mehr für VW sprechen. GETTY

Negative Folgen sollen die Versuche für die Probanden nicht gehabt haben. VW lässt nun prüfen, was nach den Versuchen mit den Affen geschehen ist, in welchem Zustand sie übergeben wurden und wie es ihnen heute geht.

Schon am Wochenende hatte sich der Autokonzern von den Versuchen distanziert und dafür entschuldigt. Konzernchef Matthias Müller hatte die Tests als inakzeptabel bezeichnet und weitere Tierversuche absolut ausgeschlossen. ISH

«Konsumenten sind gegen Skandale abgestumpft»

Frau Trittin, schaden Tier- und Menschen-Versuche der Auto-lobby?

Skandale können schon zu Problemen für die Unternehmen führen. Ob es im aktuellen Fall zu weiteren Konsequenzen kommt, ist schwierig abzuschätzen. Oft lassen sich Konsumenten nicht von Skandalen beeindrucken.

Warum nicht?

Skandale sind heute geradezu an der Tagesordnung. Viele Konsumenten sind dem gegenüber abgestumpft. Zudem

stehen bei der Kaufentscheidung oft andere Faktoren als die Ethik des Unternehmens im Vordergrund.

Gibt es eine Grenze für Konsumenten?

Wenn eine Firma mehrmals hintereinander mit unethischem Verhalten Aufmerksamkeit erregt, kann es sein, dass Konsumenten beginnen, deren Produkte abzulehnen.

Wieso gibt es unethi-

sche Entscheide?

Vermutlich gibt es Anreize für Unternehmen und Manager, sich unethisch zu verhalten.

Etwa einen starken Leistungsdruck in der Branche. Deshalb gilt es, Manager vorzubereiten, auch unter Druck bessere Entscheidungen zu treffen. RKN Hannah Trittin ist Forscherin für Unternehmensethik an der Universität Zürich.

FOTO: UNIVERSITÄT ZÜRICH

