

Das System ADAC muss reformiert werden*

ADAC





**PROF. DR. FERDINAND
DUDENHÖFFER**

ist Direktor des CAR-Center Automotive Research an der Universität Duisburg-Essen sowie Inhaber des Lehrstuhls für allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Automobilwirtschaft an der Universität Duisburg-Essen.

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 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 scheinbar 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 jemandem misstrauen, der einem nachts um 4 Uhr am Straßenrand hilft? Genau dieses Bild ist es, wegen 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 Assistenzleistungen 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 Zürich-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 schon bizarr.

Am ADAC ist aber noch mehr seltsam. Der Club wird geführt wie der Bundesverband der Brieftaubenzüchter. Es gibt keine Kontrolle à la Corporate Governance, sondern eine Gruppe älterer Herren, die ehrenamtlich – also in Freizeitbeschäftigung – tätig sind, leitet eine Organisation mit hoher wirtschaftlicher und

Fotos: Unternehmen



VERTRAUEN Verlassen sich die Big Five zu sehr auf den ADAC?



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“, sprich kein Tempolimit und keine Promillegrenze. Der Präsident des ADAC mit der Bundeskanzlerin, dem Bundespräsidenten und den Spitzenpolitikern ist das Bild, das man gerne von sich sieht. Überrascht es jetzt, dass in so einem System ein Nährboden für Manipulation vorliegt? Ist es wirklich nur ein böser Mensch, der das gute System beschädigt, 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 Re-

cherche von Journalisten ungeheuerlich, abwegig und völlig falsch ist. Eine Zeitung ist da, um Fische einzuwickeln, nicht für mehr. Transparenz ist überflüssig, Autorität ist das 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 König 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 Reiseveranstaltern. 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. 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

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.

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.

von Prof Dr. Ferdinand Dudenhöffer

*Sonder-Newsletter Marke41 vom 23.01.2014