

absatzwirtschaft ausgezeichnet

Die Deutsche Fachpresse hat an absatzwirtschaft-Redakteur Thorsten Garber die Auszeichnung „Fachjournalist des Jahres 2007“ verliehen.

Der mit insgesamt 15000 Euro dotierte „Karl Theodor Vogel Preis der Deutschen Fachpresse – Fachjournalist des Jahres 2007“ wurde zum dritten Mal vergeben. Insgesamt drei „herausragende fachjournalistische Arbeiten, die aktuelle und/oder innovative Fachthemen sprachlich, stilistisch und mit Einsatz visueller Mittel beispielhaft darstellen“ wurden dabei ausgelobt. Der zweite Preis ging an Thorsten Garber für den Beitrag „Geschäfte im Hinterzimmer“, der im absatzwirtschaft-Sonderheft „Vertrieb 2006“ das Thema Korruption im Verkauf beleuchtete. Der komplette, preisgekrönte Artikel steht für Abonnenten unter www.absatzwirtschaft.de im Print-Archiv zum Download bereit.

„Neben der Aktualität des gewählten Themas bestechen die vielen Rechercheelemente und die hohe sprachliche Professionalität des Autors Thorsten Garber. Ergänzt wird der Artikel durch ein Interview, das die Sachverhalte beeindruckend deutlich auf den Punkt bringt“, sagte Jury-Vorsitzender Professor Will Teichert von der Akademie für Publizistik Hamburg in seiner Laudatio bei der Überreichung der Siegerpokale im Kurhaus Wiesbaden.



Neben einem Fachjournalisten des Jahres stellt die Verlagsgruppe Handelsblatt auch eine „Fachzeitschrift des Jahres“, denn „BusinessSpotlight“ siegte in der Kategorie „Wissenschaft und RWS“. Mit Chefredakteur Christoph Berdi und Redakteur Thorsten Garber von der absatzwirtschaft sowie Chefredakteur Dr. Ian McMaster und Geschäftsführer Dr. Wolfgang Stock von BusinessSpotlight freute sich Dr. Tobias Schulz-Isenbeck, Geschäftsführer der Verlagsgruppe Handelsblatt, über die Ehrungen (v. l. n. r.).



Geschäfte im Hinterzimmer

Der Leistungsdruck im Vertrieb wird immer größer. Nicht selten polieren die Verkäufer deshalb mit krummen Touren ihre Bilanzen auf. Die Korruption gefährdet nicht nur das Image der Unternehmen, sie schmälert auch ihre Gewinne. Das hat die Wirtschaft erkannt und steuert nun gegen.

► Von Torsten Garber ◀

Für das Image von Daimler-Chrysler war 2005 wahrlich kein gutes Jahr. Der Ruf des Konzerns litt schwer unter schlimmen Schlagzeilen: Von Insider-Handel, Untreue, Betrug und Bestechung war die Rede. Besonders hohe Wellen schlug das Ermittlungsverfahren der Staatsanwaltschaft Stuttgart gegen bis zu 20 Beschuldigte, darunter hochrangige Manager aus dem Vertrieb und der Bauabteilung der Daimler-Chrysler AG. Über Jahre wurden Ressourcen des Autoherstellers für Bauarbeiten an Privathäusern genutzt, wurden Neufahrzeuge an nicht autorisierte Händler mit Großkundenrabatten verschoben und ein Geschäftspartner mit Sachzuwendungen bestochen. Allein bei der unberechtigten Vergabe eines einzigen Auftrags ging es angeblich um 3,5 Millionen Euro. Die illegalen Graumarktgeschäfte aufzudecken gestaltete sich als besonders schwierig, weil die Betroffenen „kein Unrechtsbewusstsein“ zeigten,

wie verlautete. Gleichwohl gelang es Ermittlungsbehörden und der internen Revision des Unternehmens, Schuldige aufzuspüren. Durchsuchungen in Privat- und Büroräumen in Stuttgart, Berlin und München lieferten zusätzliche Indizien. Durch die Affäre verloren mehrere Manager des Konzerns ihren Posten, darunter der Deutschland-Vertriebschef. Der Skandal kostete nicht nur viel Geld, sondern auch Vertrauen bei den Kunden: Nach Umfragen des Marktforschungsunternehmens „Puls“ war der entsprechende Sympathie-Wert für den Autohersteller im April und besonders im Juli 2005 vergleichsweise niedrig. Dass unlauteres Verhalten aus Kundensicht spürbar auf die Marke abfärbt, konnten die Puls-Marktforscher fast zeitgleich bei dem Skandal um „Lustreisen“ von VW-Managern belegen. Zur Ruhe scheint Daimler-Chrysler indes nicht zu kommen. Jüngst räumte das Unternehmen eine neue Reihe von Korruptionsfällen ein: Diesmal wurden

bei internen Untersuchungen „unkorrekte Zahlungen“ in Afrika, Asien und Osteuropa aufgedeckt. Der Konzern wird viel Geduld und Geld benötigen, um seine starken Marken von diesem Makel wieder reinzuwaschen. Vielleicht ist es tröstlich für die Stuttgarter, dass sie bei weitem nicht das einzige Unternehmen mit korrupten Mitarbeitern sind. Daimler-Chrysler reiht sich ein in die Riege von Skandalen bei namhaften Firmen wie Heros, Infineon und Siemens. Die Kriminologie-Professorin Britta Bannenberg von der Universität Bielefeld und der Frankfurter Oberstaatsanwalt Wolfgang Schauenstein haben das Wesen der „Korruption in Deutschland“ intensiv untersucht und ihrem gleichnamigen Buch den viel sagenden Untertitel „Porträt einer Wachstumsbranche“ gegeben. „Korruption ist effektiv, attraktiv und lukrativ“, schreiben die Autoren, „Schmiergeldzahlungen sind in vielen Branchen bereits Teil der Geschäftspolitik und fügen dem Fiskus jährlich Schäden in Milliardenhöhe zu.“

© Zeichnung: Ideenschmiede Paul & Paul