

**«Der Reputationsschaden für BP ist unermesslich»**

27.05.2010 14:54

Wie die Ölplattform Deepwater Horizon ist der BP-Aktienkurs auf Tauchgang. Auch mit dem Ruf des Energiekonzerns geht es wegen der Ölkatastrophe im Golf von Mexiko bachab. Dies sagt Reputationsexperte Bernhard Bauhofer.

Gérard Moinat

«Mit Worten nicht zu beschreiben», sagt Reputationsexperte Bernhard Bauhofer über den Rufschaden von BP infolge der Ölkatastrophe im Golf von Mexiko. Er ist Gründer des Beratungsunternehmens Sparring Partners. Doch nicht nur der Energiekonzern mit Sitz in London steht im Schussfeld: Der Ruf der ganzen Branche werde dadurch in Mitleidenschaft gezogen.

«BP opferte die Umwelt zugunsten der Profitabilität», so Bauhofer. Seit Tony Hayward das Unternehmen leitet, würden Sicherheitsausgaben wie bei seinem Vorgänger Lord Browne of Madingley gekürzt: zugunsten des Shareholder Values, auf Kosten der Qualität. Dies, obwohl mit dem Wechsel Verbesserung versprochen wurde.

BP wehrt sich gegen die Vorwürfe: «Die BP Gruppe hat in den letzten Jahren sehr viel Wert auf Sicherheit gelegt», sagt BP-Schweiz-Sprecherin Isabelle Thommen. Die sogenannten «HiPos», also Vorfälle mit hohem Risikopotenzial, hätten sich seit 2007 um einen Drittel verringert.

BP hat ähnliches Problem wie Shell 1995

Den Tieren wie auch Menschen der Golfregion nützt diese Zahl nichts. Die Katastrophe ist perfekt, das Öl fliesst immer noch nahezu ungehindert ins Meer. Und je länger es ausströmt, desto schlimmer wird der Reputationsschaden, sagt Bauhofer. Damit einher gingen unvermeidlich auch weltweite Umsatzeinbussen, ist er überzeugt.

Denn gerade im Zeitalter der Öko-Bewegung machen Konsumenten einen grossen Bogen um ein Unternehmen, das dermassen in negative Schlagzeilen gerät. Dies zeigte schon die Brent-Spar-Katastrophe vor 15 Jahren: Die Benzin-Verkäufe von Shell in Deutschland brachen um bis zu 80 Prozent ein.

Davon will man in Zug am Hauptsitz von BP Schweiz nichts wissen: «Die Verkäufe im Treibstoffbereich bewegen sich im üblichen Rahmen» und seien zu Pfingsten sogar gestiegen, so die Sprecherin. An der Börse machte sich die Katastrophe derweil deutlich bemerkbar. Die Ölplattform Deepwater Horizon riss den Aktienkurs des Unternehmens mit in die Tiefe: Der BP-Titel sank seit dem Unglück vom 20. April zeitweise um über 15 Prozent von 6.60 auf 4.90 Pfund ([aktueller Kurs](#)).

«Komplexestes Unternehmen der Welt»

Man könnte fragen: Sind dies nur Kurzschlussreaktionen? Ist die Sache in zwei bis drei Jahren nicht wieder vergessen? Nein, sagt Bauhofer. Der Reputationsschaden ist längerfristiger Natur. Denn noch heute dachten sich viele, wenn sie den Markennamen Shell hörten, «da war doch mal was».

Doch anders wie bei Shell, das nach der Katastrophe umfassende Anpassungen der Unternehmenskultur und Wertschöpfungskette zustande brachte, hält er einen solchen Turnaround bei BP nicht für möglich. «BP ist eines der komplexesten Unternehmen der Welt — ein Kulturwechsel ist entsprechend schwierig». Die Weiterexistenz des Konzerns sei, gerade in den USA, sogar in Frage gestellt.

Die Sprecherin dämpft ab: «Wir werden bei BP ohne Zweifel viele Dinge lernen können».

Der Online-Widerstand formiert sich

Offizielle Boykottaufrufe, wie beispielsweise von der Umweltschutzorganisation Greenpeace, sind in der Schweiz bisher ausgeblieben. Doch Online manifestiert sich Widerstand: Die Facebook-Gruppe «Boycott BP» schaffte es bereits auf 146'586 Anhänger.

Auf anderen Online-Plattformen überbieten sich Blogger derweil mit Spitznamen für das ehemalige British Petroleum. Nüchterne Versionen wie «Beyond Petroleum» sind in der Unterzahl — zynische Beinamen wie «Bestial Petrol», «Bann Product» oder «Beyond Pollution» dominieren.