

LITIGATION-PR: ZWISCHEN JURISTISCHEM ERFOLG UND REPUTATION.

Wer heute den Begriff „Litigation-PR“ in den Mund nimmt, stößt selbst in Fachkreisen immer noch auf weitgehende Unkenntnis. Dabei hat diese neue Disziplin in der Kommunikationsbranche in den letzten Jahren kontinuierlich an Bedeutung gewonnen und rangiert in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit längst nicht mehr unter „ferner liefen“.

Das von Pressefotografen dokumentierte Victory-Zeichen von Deutsche-Bank-Chef Josef Ackermann im Mannesmann-Prozess oder die spektakuläre Festnahme des damaligen Post-Chefs Klaus Zumwinkel vor laufenden TV-Kameras sind nur zwei, allerdings äußerst prominente Beispiele dafür, worum es im Kern geht: Juristische Auseinandersetzungen finden nicht mehr nur im Gerichtssaal oder zwischen sich streitenden Anwälten statt, sondern zunehmend auch, fokussiert durch die Medien, vor aller Augen und Ohren. Und neben Sieg oder Niederlage im aktuellen Rechtsstreit geht es auch und vor allem um die Reputation der sich streitenden Parteien bzw. Personen.

Die jeweilige Gefechtslage kann dabei die verschiedensten Ausprägungen aufweisen. Zudem ist nicht alles, was aus Sicht der PR sinnvoll ist, in der juristischen Auseinandersetzung zielführend. Und umgekehrt. Erschwerend kommt noch hinzu, dass Juristen und Kommunikationsberater unterschiedlicher nicht sein könnten und wohl zu Recht als „oil and water team“ bezeichnet werden. Bei Juristen sind Sicherheitsgedanken überdimensional ausgeprägt. Sie wollen lieber wenig oder am liebsten gar nichts sagen und damit auch nichts falsch machen. Das gilt insbesondere, wenn noch keine Gelegenheit zur Aktieneinsicht bestand bzw. der juristische Sachverhalt noch nicht abschließend geklärt ist. Wer allerdings im Kommunikationsbereich schweigt, macht sich bei den Medien nicht nur verdächtig, sondern gibt auch in aller Regel das Heft des Handelns aus der Hand.

Insofern obliegt es Juristen und Kommunikationsmanagern gleichermaßen, für den Betroffenen und in Abstimmung mit ihm eine Güterabwägung vorzunehmen, die seinen Interessen am ehesten gerecht wird. Sind beide Bereiche einvernehmlich nicht unter einen Hut zu bringen, muss entschieden werden, ob der juristische Erfolg oder die Reputation den höheren Stellenwert ge-

nießt. Hier hat der Auftraggeber das letzte Wort. Um das gespannte Verhältnis beider Professionen zu überbrücken, wäre wohl ein Jurist mit profunder journalistischer Ausbildung und Erfahrung die Kombination, nach der in diesem Spannungsfeld immer wieder gesucht wird. Um es anders auszudrücken: Nur wer für beide Disziplinen ein grundlegendes Verständnis mitbringt, kann sich auf dem ohnehin verminten Terrain vor Gericht und in der Öffentlichkeit einigermaßen sicher bewegen.

Schon während eines ganz normalen Verfahrens ist immer wieder zu prüfen, welche juristischen Konsequenzen das geplante kommunikative Vorgehen und welche kommunikativen Folgen die angedachte juristi-



sche Strategie hat. Kommen dann noch eine gewisse Prominenz von Beteiligten oder außergewöhnliche Umstände des Falles hinzu, sind mögliche Wechselwirkungen noch genauer zu untersuchen und abzuwägen.

Um an dieser Stelle ganz deutlich zu sagen, worum es nicht und auf gar keinen Fall gehen kann und darf: um eine subversive Manipulation der öffentlichen bzw. veröffentlichten Meinung, vielleicht noch mit dem Ziel, auch den Ausgang der juristischen Auseinandersetzung zu manipulieren. Hier seien Neugierige eindringlich gewarnt. Ein solcher Versuch ist schon bei ganz normaler PR-Arbeit ein absolutes „No go“ und muss es ganz sicher auch und vor allem dann sein, wenn die Gerichtsbarkeit mit im Spiel ist. Insbesondere Richter reagieren ausgesprochen sensibel, wenn sie das Gefühl haben, über die Medien und deren Bericht-

erstattung in ihrer Unabhängigkeit eingeschränkt zu werden.

Das Ziel von Litigation-PR ist es vielmehr, in einer juristischen Auseinandersetzung die Informationshoheit, und damit auch die Interpretationshoheit in der Öffentlichkeit, zu behalten. Nur wer seine Positionen offen und ehrlich darstellt, hat die Chance, mit seiner Argumentation nachhaltig Gehör zu finden. Ein Höchstmaß an Transparenz ist letztlich die Voraussetzung dafür, als glaubwürdiger Absender wahrgenommen und akzeptiert zu werden.

Leider halten sich nicht alle an die an sich selbstverständlichen Spielregeln und spielen mit gezinkten Karten. Dies ist vor allem dann besonders ärgerlich, wenn dabei auch noch rechtsstaatliche Grundsätze gleich mit über Bord geworfen werden. So hat sich in einigen Bereichen die Unsitte breitgemacht, dass einen Interessensgegner belastende Behauptungen mit Strafanzeigen unterlegt und mittels Pressemitteilung publiziert werden. Dies führt, vor allem im Boulevard, de facto zu einer Umkehr der Beweislast. Nicht der, der die Behauptungen erhebt, muss seine Behauptungen beweisen, sondern der in dieser Form Ange- und Beschuldigte seine Unschuld. Analysiert man solche Fälle genauer, entpuppt sich ein entsprechendes Vorgehen als eine ziemlich perfide Weiterentwicklung von schwarzer PR.

Aber nicht nur private Interessensgruppen, sondern auch der Staat bzw. seine Vertreter bedienen sich in juristischen Auseinandersetzungen durchaus diskussionswürdiger Methoden. So gehören mediengerecht inszenierte Einsätze und eine teils aggressive Pressearbeit zum Standardrepertoire von Polizei und Staatsanwaltschaft. Auch hier kann man sich in einigen Fällen nicht des Eindrucks erwehren, dass es nicht um die rechtsstaatliche Aufklärung eines Sachverhaltes, sondern vielmehr um den Aufbau von massivem Druck geht. Die vielfach damit verbundene öffentliche Vorverurteilung ist, selbst bei einem anderweitigen juristischen Ausgang, nicht mehr revidierbar.

All das wird der Litigation-PR hierzulande weiteren Auftrieb geben und die noch wenigen Fachleute auf diesem Spezialgebiet ziemlich schnell an ihre Belastungsgrenze bringen.