KSW
RECHTSANWÄLTE OG

EACD Coaching Day am 21. April 2015
(veranstaltet von Ecker + Partner)

Litigation – PR
Die Rolle und die Sicht des Anwalts

RA HonProf Dr Georg Schima, M.B.L.-HSG, LL.M. (Vaduz)
Kunz Schima Wallentin Rechtsanwälte OG
Porzellangasse 4, 1090 Wien
Tel: +43 - 1 - 313 74
E-Mail: office@ksw.at

KSW
RECHTSANWÄLTE OG

„Eine Lüge ist schon um die halbe Welt gerast, während sich die Wahrheit noch immer die Schuhe bindet.“

(Mark Twain)

Litigation-PR ist nicht immer, aber häufig **Krisenkommunikation**, und da gilt es, schnell zu sein.

Bsp:
- Eine Bank wird mit einer Vielzahl von Anlegerklagen konfrontiert
- Ein Industrieunternehmen hat ein massives Asbestproblem und wird in den USA auf riesige Summen verklagt
- Ein Handelsunternehmen ist Ziel mehrerer Hausdurchsuchungen wegen des Verdachts verbotener Kartellabsprachen

➔ **„Verteidigende Litigation-PR“**

KSW
RECHTSANWÄLTE OG

„Eine Lüge ist schon um die halbe Welt gerast, während sich die Wahrheit noch immer die Schuhe bindet.“

(Mark Twain)

- Das betroffene Unternehmen / die betroffene Person möchte Ansprüche geltend machen und sucht dafür mediale Unterstützung
- Damit wird nicht selten bezweckt, das Macht- und Einflussgefälle zwischen Angreifer und Verteidiger zugunsten des Ersteren auszugleichen.

Bsp:
- Uneheliches Kind eines prominenten und sehr vermögenden Künstlers/ Industriellen/adeligen Großgrundbesitzers möchte die Anerkennung der Vaterschaft und die damit verbundenen Rechte durchsetzen
- Umweltschutzorganisation verklagt einen Großkonzern

➔ **„Angreifende Litigation-PR“**

KSW
RECHTSANWÄLTE OG

Wie alt ist Litigation-PR?

- Entwicklung in den USA seit den 1980er-Jahren (O.J. Simpson Mordprozess, Anti-Trust-Verfahren gegen Microsoft; vgl *Fischer/Niedermayer/Steiner*, Litigation-PR in *Kammerzelt/Krumpel*, Spezialgebiete der Public Relations [2014] 86);

- In Wahrheit ist Litigation-PR viel älter (zB Fall Adolf Loos 1928).

KSW
RECHTSANWÄLTE OG

Warum überhaupt Litigation-PR?
Ziele der Litigation-PR?

- Wiederherstellung bzw Aufrechterhaltung der Reputation (insbesondere eines Unternehmens)

- Beeinflussung des Verfahrensergebnisses
  - In den USA aufgrund Jury-Gerichtsbarkeit viel relevanter
  - Aber auch in Ö/D ein Thema: Einer dt Untersuchung unter Justizangehörigen aus 2009 zufolge räumen Richter und Staatsanwälte selbst der Medienberichterstattung auf das Verfahrensergebnis – insbesondere auf die Strafhöhe im Strafverfahren – einen nicht unbedeutenden Einfluss ein.
    (25% der Richter / 37% der Staatsanwälte)

KSW
RECHTSANWÄLTE OG

Aufgaben des Rechtsanwaltes bei Litigation-PR

- Aufbereitung des oft komplexen Materials und Übersetzung in eine PR-taugliche Sprache
- Schnittstelle zwischen Mandant und dessen PR-Abteilung einerseits und externem PR-Berater andererseits
- „Lektor“ bei der Bearbeitung von nach außen gerichteten Texten (Presseaussendungen etc)
- Interviewpartner für ausgewählte Medienvertreter
- Fachgespräche mit Justizangehörigen

KSW
RECHTSANWÄLTE OG

Wichtige Verhaltensregeln im Umgang mit Journalisten I

- Journalisten niemals anlügen bzw bewusst in einem relevanten Punkt unvollständig informieren.
- Bei der Aufbereitung eines Falles daher nicht nur den Standpunkt des eigenen Mandanten schildern. Seriöse Journalisten machen immer einen Gegencheck.
- Die Art der Aufbereitung der Unterlagen muss sich nach dem Verständnisniveau des Adressaten richten (es gibt auch absolvierte Juristen untern den Journalisten).
- Jederzeitige Erreichbarkeit und kurze Reaktionszeit.

KSW
RECHTSANWÄLTE OG

Wichtige Verhaltensregeln im Umgang mit Journalisten I

- Persönliche Angriffe auf Medien tunlichst vermeiden (Animositäten zwischen Journalisten kann und soll man aber geschickt ausnützen)
- Nicht-Kommunikation ist immer die schlechteste Kommunikation (Bsp: Fall Mathes/RAK Wien)
- Bei Interviews Autorisierung anstreben
- Profilierungssucht bestmöglich unterdrücken: Der Mandant oder „die Sache“ darf nicht als Instrument für Eigenmarketing missbraucht werden

KSW
RECHTSANWÄLTE OG

„Wer als Werkzeug nur einen Hammer hat, sieht in jedem Problem einen Nagel.“
(Paul Watzlawick)

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!