

Alfred AUTISCHER / Bettina KNÖTZL

Court of Public Opinion – Litigation PR als Muss einer professionellen Streiführung?

Inhaltsübersicht

Einleitung.....	162
I. Vorverurteilung statt Unschuldsvermutung	162
II. Öffentliche Gerichtsverhandlung als fundamentales wohlbewährtes Prinzip	163
III. Kehrseite der Medienöffentlichkeit: Vorverurteilung.....	164
IV. Problematik Strafverfahren.....	164
V. Zu den Gründen der unausweichlichen medialen Vorverurteilung	165
VI. Abhilfe durch professionelle „Litigation PR“	166
A. Definition von „Litigation PR“ – Was ist „Litigation PR“?	167
B. Zu den Hintergründen – Warum braucht es „Litigation PR“?.....	167
C. Das Recht des Medienzeitalters ist ein „mediatisiertes“ Recht.....	168
D. Die Medienlogik folgt nicht der Rechtslogik	168
VII. Welches Ziel verfolgt Litigation PR?	170
VIII. Wie erfolgt Litigation PR?.....	171
IX. Die Zielgruppen der Litigation PR.....	172
X. Anwälte und Litigation PR	173
XI. Entwicklung der Litigation PR-Strategie	175
A. Grundregel.....	175
B. Strukturierte Umsetzung.....	175
C. Erster Schritt: Kontrolle erlangen.....	175
D. Zweiter Schritt: Information	175
E. Dritter Schritt: Reaktion	176
XII. Grenzen qualitativer Litigation PR.....	177
A. Widerstreit schutzwürdiger Interessen.....	177
B. Behörden im Spannungsfeld zwischen Amtsgeheimnis und Auskunftspflicht – Medienerlass	177
C. Rechtsvertreter im Spannungsfeld zu ihren Geheimnispflichten	179

1. Verhältnis zum Mandanten.....	179
2. Veröffentlichungsbeschränkungen – § 301 StGB, § 54 StPO.....	180
D. Beschränkte Mittel der Betroffenen zur Gegenwehr.....	181
XIII. Abschließendes zur Zusammenarbeit zwischen Anwalt und Litigation PR-Experte	182

Einleitung

Was haben Ex-Finanzminister *Karl-Heinz Grasser*, die Geschäftsführer von Wiener Wohnen, ein Wiener Anwalt, der ehemalige Vorstandsvorsitzende der burgenländischen BEGAS *Rudolf Simandl* und die ehemaligen Geschäftsführer der liquidierten Alpe Adria Privatbank gemeinsam? Sie alle sind Beschuldigte in einem strafbehördlichen Ermittlungsverfahren und damit Ziel ausgiebiger medialer Berichterstattung.

Dabei wird die in § 8 StPO gesetzlich – zum Schutz der Betroffenen – vorgesehene Vermutung der Unschuld bis zur rechtskräftigen Verurteilung wiederholt bemüht. So simpel die gesetzliche Anordnung zu verstehen ist,¹ so schwierig erscheint ihre Umsetzung. Die Floskel „*Es gilt die Unschuldsvermutung*“ verkehrt den Wortsinn faktisch in sein Gegenteil: Gezielt wird strafrechtswidriges Verhalten indiziert und damit um Aufmerksamkeit gebuhlt; oft viele Jahre vor einer rechtskräftigen Verurteilung, sofern diese jemals folgen sollte. Nur diese, die nicht mehr bekämpfbare, letztinstanzliche, finale Entscheidung eines Gerichts, hatte der Gesetzgeber als maßgeblichen Zeitpunkt für den Eintritt der nachteiligen Folgen einer strafrechtlichen Verurteilung vor Augen. Das scheint in Vergessenheit geraten zu sein.

I. Vorverurteilung statt Unschuldsvermutung

Zahlreiche Strafrechtsfälle der letzten Jahre, wie etwa *Elsner, Meini, Grasser & Co* zeigen einen tiefen Graben zwischen gesetzgeberischer Wunschvorstellung und Realität. Lange vor Abschluss des strafbehördlichen Ermittlungsverfahrens fällt die öffentliche Meinung ihr Urteil und erklärt den Beschuldigten zum „Täter vor dem Urteil“.² Das erkannte auch der OGH im Zusammenhang mit der Berichterstattung über ein Verfahren, das lediglich zivilrechtliche Ansprüche zum Gegenstand hatte, aber mit einem Verweis auf die Unschuldsvermutung in die Nähe des Strafrechts gerückt wurde. Der OGH erkannte, dass dieses *ceterum censeo* der Gerichtsberichterstattung

1 § 8 StPO lautet: „Jede Person gilt bis zu ihrer rechtskräftigen Verurteilung als unschuldig.“

2 Schulz, Medien und Strafjustiz, StV 2005, 192.

„nicht selten dort [zu finden sei], wo der Verfasser damit eher das Gegenteil aussagen will“.³

Ohne Zweifel nimmt das mediale Interesse an Live Berichten aus dem Gerichtssaal – nicht zuletzt auch dank der neuen Medien – massiv zu. Während vor einigen Jahrzehnten primär Raub, Mord und Totschlag bunt gestaltete Chronikseiten füllten, hat sich längst – auch investigativer – Journalismus im Wirtschaftsstrafrecht breit gemacht, und nimmt dort eine wichtige Rolle als „public watch dog“ ein. Selbst zivilrechtliche Streitigkeiten rauschen durch den Blätterwald und liefern die Gerichtsverhandlung erste Reihe fußfrei ins Wohnzimmer. „Live Ticker“ aus dem Gerichtssaal, die minütlich Wort für Wort via Internet den Weg zum Leser finden, machen ein hautnahes Erlebnis möglich.

II. Öffentliche Gerichtsverhandlung als fundamentales wohlbewährtes Prinzip

Gegen Letzteres ist wenig zu sagen, sieht doch schon die mehr als 100 Jahre alte österreichische Zivilprozessordnung (seit 1898 in Kraft) eine **öffentliche mündliche Verhandlung** vor. Ein aufgeklärtes Verständnis von Gerichtsbarkeit erteilt einer Geheimjustiz eine klare Absage. Der öffentliche Gerichtstag als althergebrachte Tradition erfüllt eine wichtige Funktion zur Regelung eines friedlichen Zusammenlebens. Dass die Form und das Ausmaß der Verbreitung – gerade für all jene, die den Weg zu Gericht nicht auf sich nehmen wollen – im Kommunikationszeitalter eine andere ist, ändert am positiven Grundprinzip der Öffentlichkeit von Gerichtsverhandlungen nichts.

Mit dem Prinzip der Öffentlichkeit von Prozessen soll dem Angeklagten – als **primäres** Ziel – eine faire und objektive Behandlung gesichert werden. Die Öffentlichkeit der Verfahren soll eine effektive Verfahrenskontrolle garantieren und eventuelle Missstände beseitigen. Damit nimmt aber auch die **Medienöffentlichkeit eine wichtige Rolle** im Rechtssystem ein.

Dazu kommt eine **zweite** wichtige Aufgabe der Medienöffentlichkeit von Gerichtsverfahren: Sie leistet einen unersetzbaren Beitrag zur wirkungsvollen **Generalprävention**.

Freilich stellt die neue Medienöffentlichkeit, die weit über die Öffentlichkeit eines Gerichtstags hinausgeht, alle Beteiligten vor neue Herausforderungen. Unterstützung zu deren Bewältigung finden sie bei Public Relations-Spezialisten, die sich auf „Litigation PR“ spezialisiert haben. „Litigation PR“ ist zwar

3 OGH 13. 7. 2010, 4 Ob 64/10f: „Vielmehr zielt der Artikel durch den ohne jede Grundlage erfolgenden Hinweis auf die Unschuldsvermutung in subtiler Weise darauf ab, den Kläger in einen strafrechtlichen Zusammenhang zu stellen. Denn gerade die Leser einer Boulevardzeitung sind es gewohnt, diesen – vom Rekursgericht richtig als ‚anspruchabwehrende Floskel‘ qualifizierten – Hinweis im Zusammenhang mit einem behaupteten strafbaren Verhalten zu lesen, und zwar nicht selten dort, wo der Verfasser damit eher das Gegenteil aussagen will.“

eine junge Disziplin im Beraterumfeld von medienwirksamen Streitigkeiten, ungeachtet dessen eine unverzichtbare. Warum ist das so?

III. Kehrseite der Medienöffentlichkeit: Vorverurteilung

Die Kehrseite der Medienöffentlichkeit liegt in ihren ernsten, weitreichenden negativen Konsequenzen, die im wahrsten Sinne des Wortes dem „Pranger“ entsprechen. Der „Gerichtssaal der Öffentlichkeit“ (Court of Public Opinion) wird zu einem Tribunal der medialen Öffentlichkeit – unter Umständen – noch lange vor einer eventuellen Verurteilung im Gerichtssaal.⁴

Der „Medienpranger“⁵ kann für die Betroffenen fatale Auswirkungen haben. Die mit nicht-öffentlichen Ermittlungsverfahren oder anonymen Anzeigen einhergehende Berichterstattung „gleicht in gravierenden Fällen einem Rufmord“,⁶ einer „neuzeitlichen Inquisition“⁷ oder einer „sozialen Exekution“⁸. Die Folgen der Medienberichterstattung sind für den Ruf und die Geschäftstätigkeit der Betroffenen dabei oft gravierender und nachhaltiger als eine eventuelle strafrechtliche Verurteilung selbst. In der Literatur⁹ wird von einem „Eröffnungsplädoyer vor dem Eröffnungsplädoyer“, das leider allzu oft zum „bürgerlichen Tod“ der Betroffenen führt, gesprochen. Zusammengefasst: Der Betroffene mag den Prozess vor Gericht gewinnen, im Gerichtssaal der Öffentlichkeit kann er aber schon längst verloren haben.

IV. Problematik Strafverfahren

Die hohe mediale Aufmerksamkeit mit der häufig ein vorschnelles Urteil, das heißt die Vorverurteilung, einhergeht, stellt die Betroffenen gerade bei strafbehördlichen Ermittlungsverfahren vor besondere Probleme. Während in **Zivilverfahren** eine öffentliche Gerichtsverhandlung – mit **Waffengleichheit** der Parteien – bereits kurz nach Einleitung des Rechtsstreits zu erwarten ist,

4 Haggerty, In the Court of Public Opinion. Winning Strategies for Litigation Communications (2003), Preface: „While you can have a victory in the court of public opinion without a victory in the courtroom, your legal victory doesn't amount to much if, in the process, you sacrifice reputation, corporate character, and all of the other elements that make up an organization's goodwill in the market place.“

5 Heinrich, Litigation PR. PR vor, während und nach Prozessen (2010) 43.

6 Vgl. ua Lippe, Aufgaben und Arbeitsweisen des Gerichtsberichterstatters, in Wassermann (Hrsg.), Justiz und Medien (1980) 127 (129).

7 Heinrich, Litigation PR 43, zit. nach Henschel, Die neuzeitliche Inquisition. Zur Geschichte des journalistischen Rufmords, in Schertz/Schuler (Hrsg.), Rufmord und Medienopfer. Die Verletzung der persönlichen Ehre (2007) 16.

8 Pflieger, Offensive Medienarbeit ist sinnvoll, abrufbar unter www.vocer.org/de/artikel/do/detail/id/133/offensive-medienarbeit-ist-sinnvoll.html (8. 7. 2013)

9 Holzinger/Wolff, Im Namen der Öffentlichkeit. Litigation PR als strategisches Instrument bei juristischen Auseinandersetzungen (2009) 155, 165.

dauern strafbehördliche Ermittlungsverfahren zum Teil auch Jahre, ehe es zur öffentlichen Hauptverhandlung kommt. Bis zur finalen, rechtskräftigen Entscheidung können Jahre vergehen. Die frühzeitige, professionelle Gegenwehr zur Vermeidung eines vorschnellen Urteils im Gerichtshof der öffentlichen Meinung wird zum Muss.

Die massive Vorverurteilung, die häufig mit medial diskutierten Verfahren einhergeht, stellt im Grunde das Bedürfnis nach Öffentlichkeit sogar in Frage. Denn erst die Öffentlichkeit des Verfahrens, die als Garant eines fairen und transparenten Verfahrens implementiert ist, bewirkt **massive Schäden von Ruf und Fortkommen**, als Resultat der Vorverurteilung, die später nicht wieder gutzumachen sind. Klären die Ermittlungen den ursprünglichen Verdacht als ungerechtfertigt oder reicht die Verdachtslage letztendlich nicht aus, um in öffentlicher Verhandlung eine Entscheidung des Gerichts herbeizuführen, so wird das Verfahren eingestellt. Die betroffenen Beschuldigten sind jedoch längst wirtschaftlich wie gesellschaftlich ruiniert. Gleiches gilt im Falle eines – nach jahrelangen Ermittlungen – erwirkten Freispruchs. Der „unspektakuläre“ Verfahrensausgang ist bestenfalls eine kurze Meldung am Rande wert, von der kaum jemand Notiz nimmt. Zur nicht wieder gut zu machenden Rufschädigung gesellt sich die enorme finanzielle Belastung von großen Wirtschaftsstraftätern. Es fehlt ein angemessener Kostenersatz für den Freigesprochenen. Dieser ist im Strafverfahren nicht vorgesehen.

V. Zu den Gründen der unausweichlichen medialen Vorverurteilung

Die Gründe der medialen Vorverurteilung sind mannigfaltig.

So verschärfte etwa die jüngste Reform der StPO die rasche Publizität von strafbehördlichen Ermittlungen. Was eigentlich zum Schutz des Betroffenen implementiert wurde, fällt den frühzeitig formal „Beschuldigten“ auf den Kopf. Während die frühzeitige Informationspflicht bei Einleitung von behördlichen Ermittlungen voll und ganz zu begrüßen ist, zeigt sie eine Kehrseite, indem als „unschuldig“ zu geltende Bürger zu „Beschuldigten“ abgestempelt werden und damit gleichsam mediales „Freiwild“ werden.

Zudem normiert § 3 Abs 2 StPO zwar, dass alle Richter, Staatsanwälte und kriminalpolizeilichen Organe ihr Amt unparteiisch und unvoreingenommen auszuüben und jeden Anschein der Befangenheit zu vermeiden haben. Sie haben die zur Belastung und die zur Verteidigung des Beschuldigten dienenden Umstände mit der gleichen Sorgfalt zu ermitteln. Diese Norm richtet sich aber ausschließlich an die drei genannten Berufsgruppen. Journalisten und sonstige Berichtersteller unterliegen dieser strengen Pflicht zur Objektivität nicht.

Im Gegenteil, das Recht zur freien Meinungsäußerung – ein zentrales Gut unserer aufgeklärten Gesellschaft – schützt durchaus auch Vorverurteilungen. Der Schutz von Art 10 EMRK reicht weit. Solange ausreichend betont

wird, dass die Basis der Berichterstattung eine bloße Verdachtslage ist, besteht de facto keine rechtliche Handhabe gegen verfrühte mediale Aburteilungen. Realistisch betrachtet, vermag hier nur kluge Litigation PR helfen. Als Paradebeispiel sei an *Ruth Elsners* Bemühungen erinnert.

Die Problematik wird durch die Natur von Wirtschaftsstrafsachen verschärft: Die Aufklärungsarbeit in Wirtschaftsstrafsachen unterscheidet sich von jener in traditionellen Kapitalverbrechen. Im letzteren Fall steht die Tat fest: Die Wohnung ist ausgeraubt oder die Frau getötet worden. Aufgabe der Behörde ist, den Täter zu finden. In Causen des Wirtschaftsstrafrechts steht in der Regel nur fest, dass jemand einen Vermögensschaden erlitten hat. Ob dieser Schaden überhaupt durch ein (straf)rechtswidriges Verhalten entstanden ist, gilt es erst zu klären. Die Staatsanwaltschaft muss daher herausfinden, ob eine Straftat vorliegt. Die Frage, wer die Täter sind, gesellt sich hier lediglich in den Kreis der vielen Fragen, die die Behörde zu klären hat, dies in der Regel in einem Umfeld, mit dem sie fachlich nicht vertraut ist.

Daher überrascht auch nicht, dass die Klärung der Verdachtslage durch behördliche Ermittlungen in Wirtschaftsstrafsachen so viel Zeit und Kapazitäten verschlingen. In der Zwischenzeit sind die gem § 8 StPO als „unschuldig“ zu geltenden „Beschuldigten“ in der öffentlichen Wahrnehmung zu Tätern mutiert. Warum würde die Behörde sonst so lange ermitteln, wenn hier „nichts dran“ wäre?

Ein guter Grund für die Betroffenen, mit professioneller Hilfe die Reputation bestmöglich zu beschützen. Letztendlich ist eine strategisch gut aufgesetzte Litigation PR ein geeignetes Mittel, um die Wirkungen des öffentlichen Prangens des Kommunikationszeitalters abzuschwächen. Mandant, Rechtsberatung und Litigation PR-Spezialist gemeinsam können für ein ausgewogeneres Bild in der Öffentlichkeit sorgen, und so die gefährdete Reputation schützen.

VI. Abhilfe durch professionelle „Litigation PR“

Die Beratungstätigkeit der Rechtsvertreter muss sich also entsprechend einstellen bzw verändern. Professionelle Begleitung durch „Litigation PR“ ist in Causen öffentlicher Aufmerksamkeit ein absolutes Muss. Die Unterlassung zur Empfehlung der Beiziehung von Experten mag im Ernstfall sogar haftbar machen, wengleich der Nachweis des kausal erlittenen Schadens wohl denkbar schwer fällt. So kann aus der anwaltlichen Aufklärungs-, Informations-, Sorgfalts- und Treuepflicht der Hinweis, dass zur Abwendung von Nachteilen Bedarf an zusätzlicher Expertise besteht (zB die Beiziehung eines Steuerberaters oder Wirtschaftsprüfers), notwendig sein.¹⁰ Umgelegt auf die Unter-

¹⁰ W. Völkl/C. Völkl, Handbuch der Beraterhaftung (2007) Rz 292 f mit Verweis auf OGH 1. 12. 1981, 4 Ob 558/81; vgl dazu auch RIS-Justiz RS0022094. Vgl auch

lassung der Empfehlung von professioneller Unterstützung bei der Kommunikationsarbeit, können Haftungsfälle denkbar sein. Aber auch ungeachtet dessen sind Mandanten wie ihre Rechtsberater gut beraten, auf die Dienste von „Litigation PR-Spezialisten“ zurückzugreifen. Sie verstehen es, die Reputation des Mandanten bestmöglich zu schützen und zu wahren, sowie ein öffentliches Umfeld zu schaffen, in dem bestimmte Verfahrensschritte und Urteile grundsätzlich denkbar und sozial akzeptabel sind.

Nicht nur die Beschuldigten und ihre Rechtsberater, auch Staatsanwälte und Richter haben sich auf die neue Medienöffentlichkeit, die weit über die traditionelle Gerichtsöffentlichkeit hinausgeht, einzustellen.

Als gemeinsames Ziel könnte das Ermöglichen von **fairen Entscheidungen** festgelegt werden.

A. Definition von „Litigation PR“ – Was ist „Litigation PR“?

Litigation PR¹¹ ist eine bestimmte Art von Öffentlichkeitsarbeit, die sich mit den Auswirkungen öffentlich diskutierter Streitfälle und behördlicher Verfahren auf den Ruf und die Kreditwürdigkeit der von diesen Verfahren Betroffenen beschäftigt.

Litigation PR ist der strategisch geplante Dialog mit allen relevanten Teilöffentlichkeiten rund um Ermittlungs- und Gerichtsverfahren oder sonstige rechtliche Auseinandersetzungen. Aufgabe von Litigation PR ist die Steuerung der öffentlichen Kommunikation bei rechtlichen Auseinandersetzungen, mit dem vorrangigen Ziel, die Reputation und das Fortkommen bestimmter Betroffener zu schützen bzw wiederherzustellen.¹² Mit anderen Worten: Litigation PR ist Öffentlichkeitsarbeit im Gerichtssaal der öffentlichen Meinung.

B. Zu den Hintergründen – Warum braucht es „Litigation PR“?

Bereits eine einfache Zeugenvernehmung, eine Hausdurchsuchung, eine Klagsandrohung oder eine simple Anschuldigung kann verheerende Folgen für die Reputation der Betroffenen haben.¹³ Die Öffentlichkeit ist gnadenlos und kennt im Gegensatz zu den Gerichten keine Unschuldsvermutung. Im

RIS-Justiz RS0038724, RS0026584 und OGH 19. 11. 1998, 2 Ob 303/98t. Die Reichweite der Aufklärungs- und Informationspflichten richtet sich nach dem Einzelfall, wie zB dem Spezialisierungsgrad des Rechtsanwalts, der vom Rechtsanwalt zugesicherten Leistung oder dem Informationsstand des Mandanten.

¹¹ Vgl dazu *Holzinger/Wolff*, Litigation PR 18: „Litigation PR ist strategische Rechtskommunikation.“

¹² Vgl dazu *Haggerty*, *Court of Public Opinion* 261: „Litigation PR can best be defined as managing the communications process during the course of any legal dispute or adjudicatory proceeding so as to affect the outcome or its impact on the client's overall reputation.“

¹³ *Holzinger/Wolff*, Litigation PR 18.

Gerichtssaal der öffentlichen Meinung wird rasch und gnadenlos entschieden. Die öffentliche Meinung fungiert dabei als eine „anonyme Urteilsinstanz“,¹⁴ die festlegt, „welche Meinungen man in kontroversen Bereichen öffentlich äußern kann, ohne sich sozial zu isolieren“.¹⁵

Üblicherweise wurde zutreffend aufgezeigt, dass Rechtsstreitigkeiten, die öffentliches Interesse wecken, immer ein „Zweifrontenkrieg“ sind. Wer vor Gericht steht, sei es als Kläger, als Beklagter oder als Beschuldigter, muss seinen Fall nicht nur vor dem **angerufenen Gericht**, sondern zeitgleich auch im „**Gerichtssaal der Öffentlichkeit**“ zu artikulieren wissen. Der Streit wird im „Court of Public Opinion“ genauso geführt, wie „in the Court of Law“. Während für den Gerichtssaal der Rechtsberater umfassenden Rat bietet, verlangt der Court of Public Opinion nach einem Zusammenspiel von Kommunikationsexperten und Rechtsberatern.

C. Das Recht des Medienzeitalters ist ein „mediatisiertes“ Recht

*Holzinger/Wolff*¹⁶ beschreiben das Recht des Medienzeitalters als „mediatisiertes Recht“. Die Medienöffentlichkeit ist unverzichtbarer Bestandteil eines demokratischen Rechtssystems.¹⁷ Die Wahrnehmung von Justiz und Rechtsprechung erfolgt in modernen Gesellschaften – bei Fällen, die mediale Aufmerksamkeit genießen – medienvermittelt: „Die Gerichtsöffentlichkeit in Form von Saalöffentlichkeit ist heute vor allem Medienöffentlichkeit“.¹⁸

D. Die Medienlogik folgt nicht der Rechtslogik

Viele professionelle Teilnehmer des Justizsystems tendieren dazu, die Verantwortung für schlecht oder einseitig recherchierten und/oder unzulässig zuspitzenden Journalismus alleine bei Journalisten und ihren Medien zu suchen. Sie übersehen jedoch, dass die Medien selbst einer Logik unterworfen sind, die sich von der Rechtslogik fundamental unterscheidet, und damit die Verantwortung gleichermaßen auch beim von der Berichterstattung Betroffenen liegt. Dazu gilt es zu verstehen:

- Journalisten erzählen ihre Geschichten aus der Sicht ihrer Leser, Seher und Hörer.
- Den Leser interessiert vor allem Neues.¹⁹

14 *Dyllick*, Management der Umweltbeziehungen: Öffentliche Auseinandersetzungen als Herausforderung (1989) 72.

15 *Heinrich*, Litigation PR 45.

16 *Holzinger/Wolff*, Litigation PR 108.

17 *Heinrich*, Litigation PR 41.

18 Ebenda.

19 Vgl dazu *Haggerty*, Court of Public Opinion 121: „What is legally significant is often quite different from what is newsworthy.“

- Die Medienkonsumenten leiden immer noch am von *Sieburg* 1954 gut beschriebenen „Lust am Untergang“.²⁰

Es sind immer noch die Dramen, Konflikte und die schlechten Nachrichten, die am meisten interessieren und faszinieren. Rechtliche Auseinandersetzungen basieren immer auf Konflikten und sind damit Dramen. Alle Rollen sind idealtypisch besetzt. In diesen Dramen gibt es den Bösen, das Opfer, den Guten, den Helden und den Weisen. Journalisten müssen dieser Medienlogik folgen und orientieren sich in ihrer Berichterstattung an den Faktoren, die eine Nachricht lesens- und nacherzählenswert macht und nicht an der Logik der Rechtsprechung und der spezifischen Dynamik von Gerichtsverfahren. Die Gegensätze werden in der Literatur folgendermaßen zusammengefasst: „Das primäre Interesse der Justiz gilt dem Recht, das primäre Interesse der Medien dem Unrecht.“²¹ „Die Justiz bringt Pathologien und Rechtsverstöße ans Licht, weil sie der Durchsetzung des Rechtsfriedens dienen will. Die Medien bringen hingegen Pathologien ans Licht, weil diese eine hohe Aufmerksamkeit genießen und weiterhin haben sollen. Die Justiz ist konsensorientiert [...] Massenmedien sind hingegen dissensorientiert: sie suchen systematisch die streitwerte Differenz.“²²

Studien der Kommunikationswissenschaft²³ nennen jene Faktoren, die eine Geschichte medial interessant machen: Aktualität, Nähe, Status, Prominenz, Überraschung, Schaden oder Konflikt und Personalisierung. Umgelegt auf die Welt der Justiz bedeutet dies, dass sich die Journalisten bei der Auswahl der Geschichten üblicherweise folgende Fragen stellen: Steht der aktuelle Fall für einen Trend? Hat der Fall eine politisch relevante Seite? Geht es um große Geldsummen? Könnte der Fall zu einer neuen Gesetzgebung führen? Handelt es sich bei den streitenden Personen oder Unternehmen um prominente Namen? Beinhaltet der Fall sensationelle neue Fakten oder Taten? Berührt der Fall viele andere Menschen wie etwa bei Kapitalbetrug? Hat der Fall eine beeindruckende und stark emotionalisierende Seite? Sind Kinder, Tiere, schöne Frauen involviert? Betrifft es jemanden, der von einem „hohen Ross“ stürzen könnte?²⁴

Journalisten schreiben immer leserorientiert und folgen dabei ausschließlich der Medienlogik. Ihr Ziel ist, eine gute (= interessante) Geschichte zu er-

20 *Sieburg*, Die Lust am Untergang. Selbstgespräche auf Bundesebene (1954).

21 *Kepplinger/Zerback*, Der Einfluss der Medien auf Richter und Staatsanwälte, in *Hestermann* (Hrsg), Von Lichtgestalten und Dunkelmännern. Wie die Medien über Gewalt berichten (2008) 153.

22 *Kepplinger/Zerback*, Der Einfluss der Medien auf Richter und Staatsanwälte. Art, Ausmaß und Entstehung reziproker Effekte, *Publizistik* 54 (2009), zit nach *Hörisch*, (Wie) Passen Justiz und Massenmedien zusammen? In *Strafverteidiger*, 25. Jg., 3/2005, 153.

23 Vgl dazu *Friske*, Justiz und Medien (1988).

24 Vgl dazu *Holzinger/Wolff*, Litigation PR 128.

zählen. Wer diese Medienlogik nicht kennt, mag den Prozess vor Gericht zwar gewinnen, im Gerichtssaal der Öffentlichkeit wird er längst verloren haben.

Entsprechend wichtig ist, zum Schutz des Mandanten den Inhalt der medial transportierten „Geschichte“ zeitgerecht zu kontrollieren und zu steuern. Litigation PR-Spezialisten helfen als „Katalysatoren“ zwischen Juristen und Journalisten, diese Geschichte zu transportieren.

VII. Welches Ziel verfolgt Litigation PR?

In der durch das Jury-System und das Pre-Trial-Verfahren geprägten US-amerikanischen Fachliteratur wird der Schwerpunkt auf die Beeinflussung des Ausgangs des Verfahrens gelegt.²⁵ In Europa beschäftigt sich Litigation PR dagegen fast ausschließlich mit dem strategisch geplanten Dialog mit allen relevanten Teilöffentlichkeiten rund um Ermittlungs- und Gerichtsverfahren oder sonstigen Disputen.

Im deutschsprachigen Raum wird in der Literatur auch das Einwirken auf eine Verfahrenseinstellung als Schwerpunkt von Litigation PR genannt.²⁶ Gelegentlich wird neben der Einflussnahme auf den Verfahrensausgang und/oder einem vorteilhaften Vergleich – im Kontext von Strafverfahren – auch Druck auf die Strafbehörden, von einer Strafverfolgung abzusehen oder milder vorzugehen, gesondert erwähnt.²⁷

Für den kontinentaleuropäischen Raum versprechen diese Ansätze wohl mehr, als Litigation PR tatsächlich zu leisten vermag. Während der Schutz der Reputation der Betroffenen durch einen strategisch geplanten Dialog mit allen relevanten Teilöffentlichkeiten rund um Ermittlungs- und Gerichtsverfahren oder sonstigen rechtlichen Auseinandersetzungen ein erreichbares Ziel vor Augen hat, sollte die Verfahrensbeeinflussung Aufgabe der beteiligten Rechtsexperten bleiben. Auch mehrere empirische Studien zur Frage, ob sich Richter und Staatsanwälte von Medienberichten und der dahinter liegenden LPR beeinflussen lassen, zeigen: Die Schuldfrage bleibt von intensiver Medienberichterstattung unberührt. Die Art und Weise der Medienberichterstattung hat aber durchaus Einfluss auf die Höhe der Strafe, die Gewährung von Be-

25 Vgl. dazu *Haggerty, Litigation PR 2*: „Litigation PR can be best defined as managing the communications process during the course of any legal dispute or adjudicatory proceeding so as to affect the outcome or its impact on the client's overall reputation.“

26 *Holzinger/Wolff, Litigation PR* 188.

27 Vgl. dazu *Reber/Gower/Robinson, The Internet and Litigation Public Relations, Journal of Public Relations Research* 2006, 25: „The first is to influence the outcome of the court case, perhaps by encouraging early or favourable settlement or by pressuring the prosecution into bringing lesser or no charges. The second goal is to protect the client's reputation before and during the trial.“

währung, die Anordnung einer Untersuchungshaft oder die Einleitung bestimmter Erhebungsschritte.²⁸ Primäres Ziel von Litigation PR sollte der **Schutz der Reputation** des Mandanten sein. Der Litigation PR-Spezialist ist im Grunde der Reputationsanwalt des Mandanten, wobei ein Zusammenspiel zwischen Rechtsvertreter und Litigation PR-Spezialist zum gewünschten Ergebnis führen sollte. Der Reputationsschutz ist somit sowohl Aufgabe der Kommunikationsexperten als auch der Rechtsexperten. Die Treuepflicht verlangt vom Anwalt, den Auftraggeber umfassend zu beraten und seine Interessen umfassend zu wahren. Da die Reputation zweifelsohne zu den schützenswerten Interessen des Mandanten gehört, ist der Reputationsschutz eindeutig auch eine Aufgabe des Anwalts. Dabei sollte er seinem Mandanten nahe legen, sich in der Strategie und Umsetzung dieser Aufgabe von Litigation PR-Experten beraten zu lassen.²⁹

An zweiter Stelle geht es in der Litigation PR darum, ein öffentliches Umfeld zu schaffen, indem bestimmte **Verfahrensschritte und Urteile sozial akzeptabel** werden. Ein gutes Beispiel dafür ist die in Österreich über Jahre geführte Diskussion um die Untersuchungshaft des ehemaligen Bankdirektors *Helmut Elsner*. Erst durch das couragierte und aus Sicht der Litigation PR professionelle Auftreten seiner Frau *Ruth Elsner* ist die Entlassung aus der Untersuchungshaft für die breite Öffentlichkeit denk- und akzeptierbar geworden.

Mit anderen Worten sollte das Ziel von Litigation PR sein, „eine Brücke zwischen rationalen Fakten und der emotionalen Wahrnehmung in der relevanten Zielgruppe zu schlagen.“³⁰

VIII. Wie erfolgt Litigation PR?

Im Kern soll Litigation PR den rechtlichen Sachverhalt in eine glaubwürdige, gut verständliche „Geschichte“ mit klaren Schlüsselbotschaften transformieren und sicherstellen, dass diese von der Öffentlichkeit (bis hinein in den Gerichtssaal) gehört werden. Dabei darf die „andere Seite“ nicht übergangen werden. Erst durch das Hören des gegnerischen Standpunkts und das Eingehen auf diesen wird die eigene „Geschichte“ glaubwürdig. Der journalistische Grundsatz „*audiatur et altera pars*“ bewirkt – je nach Verfahren, Verfahrensstand und Ausgangslage – unterschiedlich gewichtete Teilziele und Aufgaben, die sich wie folgt zusammenfassen lassen: Litigation PR muss den eigenen Standpunkt klar formulieren, **verständlich machen**, die Argumentation der Gegenpartei mit Fakten widerlegen, eine **ausgewogene Berichter-**

28 *Kepplinger/Zerback in Hestermann* 151.

29 Vgl. dazu *Petermann, Litigation Communication*. Wenn rechtliche Auseinandersetzungen die Reputation gefährden (2006) 6 f.

30 *Petermann, Litigation Communication* 19.

stattung erreichen, den Medien und der Öffentlichkeit komplexe juristische Sachverhalte **einfach und nacherzählbar erklären** und dazu beitragen, einen öffentlich ausgetragenen **Konflikt zu deeskalieren**.

Litigation PR ist im Strafverfahren in erster Linie ein **Verteidigungsinstrument** zur Abwehr von Reputationsschäden und zum Schutz der Persönlichkeitsrechte der Mandanten.

In Zivilverfahren ist Litigation PR in erster Linie ein **Erklärungsinstrument**, das die oft komplexe rechtliche Sachlage verständlich zu machen hat.

IX. Die Zielgruppen der Litigation PR

Litigation PR wendet sich an die breite Öffentlichkeit und im Speziellen an alle **Dialoggruppen** des Mandanten. In wirtschaftsrechtlichen Causen lassen sich in der Regel folgende drei Dialogkreise festmachen:

Den **inneren Kreis** bilden die Mitarbeiter, darunter auch der Betriebsrat, die Eigentümervertreter, Kunden und Lieferanten. Rechtsvertreter tendieren – durch ihren Fokus auf Gericht, Gegner und die breite Öffentlichkeit – dazu, die Bedeutung dieser Meinungsträger zu übersehen. Eigene Mitarbeiter können beispielsweise als Botschafter fungieren und wertvolle Dienste im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit leisten, so sie auch selbst entsprechend klar informiert und instruiert werden.

Der **mittlere Kreis** umfasst die jeweiligen Meinungsführer. Dazu zählen die jeweiligen Interessensvertretungen der Wirtschaft und der Konsumenten, Anlegerverbände, Bürgerinitiativen und andere „pressure groups“ sowie politische Akteure.

Erst den **äußersten Kreis** bilden jene Dialoggruppen, die im Fokus der Rechtsvertreter stehen, wie Richter und Geschworenen, die Rechtsexperten aller Seiten, Gutachter und die Ermittlungsbehörden.

Litigation PR hat demnach auch alle Disziplinen der modernen Corporate Communications zu berücksichtigen: Interne Kommunikation, Investor Relations, Customer Relations und Public Affairs.

In der Literatur werden auch Media Relations als Adressaten von Litigation PR genannt.³¹ Die **Medienvertreter** stellen tatsächlich eine wichtige Dialoggruppe der Litigation PR dar. Ihnen kommt jedoch eine **Sonderrolle** zu, weil sie im Grunde (auch) als Mittler zwischen Mandant und den genannten drei Dialoggruppen fungieren können und sollen. Der Medienvertreter ist daher nicht (nur) als klassische Zielgruppe für die Botschaften der Litigation PR zu sehen, sondern vielmehr (auch) als Medium, um die „Geschichte“ zu den vorgenannten Dialoggruppen zu transportieren. Ziel von Litigation PR ist, die Öffentlichkeit, repräsentiert durch die genannten Dialoggruppen, von der Position der Mandantschaft zu überzeugen und nicht nur die ausgewählte

Gruppe von Journalisten, die darüber berichten. Mit diesem Rollenverständnis sind Journalisten keine lästigen Gegner sondern Partner. Dabei ist zu beachten, dass sie ihre Geschichten – wie oben erwähnt – nach anderen Kriterien als Rechtsexperten auswählen. Der Journalist stellt zumindest folgende drei Fragen: Gibt es neue Fakten und Informationen? Was ist wahr, was ist falsch? Und was sind die Hintergründe einer Geschichte? Wenn Journalisten also lästige Fragen stellen und Informationen hinterfragen, stellen sie diese Fragen immer stellvertretend für die Öffentlichkeit, um die es in der Litigation PR schlussendlich geht.

Zusammenfassend kann also festgehalten werden: Professionelle Litigation PR ist nur zu einem Teil professionelle Medienarbeit. Professionelle Litigation PR wird in modernen Mediengesellschaften ihren Schwerpunkt zwar immer in der Medienarbeit haben, sie wird aber nicht erfolgreich sein, wenn sie nicht auch die direkte Kommunikation mit den internen und externen Dialoggruppen eines Mandanten berücksichtigt.

Die Schwierigkeit dabei liegt in der Natur von öffentlich wirksamen Causen. Hier kommuniziert eine Vielzahl von Akteuren, die unterschiedliche, oft auch entgegengesetzte Ziele verfolgen.

X. Anwälte und Litigation PR

Aus der Gruppe der Akteure sei die Rolle des Rechtsanwalts näher beleuchtet.

Nur ein Viertel (23,3 %) der befragten Anwälte hatte 2008 von Litigation PR gehört.³² Ein einziger Anwalt in Österreich hatte 2008/2009 bereits intensive Erfahrung mit Litigation PR und Litigation PR-Spezialisten. Wenige Jahre später hat der aus den USA kommende Trend alle führenden Strafverteidiger und Streitanwälte mit Litigation PR vertraut gemacht.

Dennoch stoßen Rechtsanwälte noch immer auf Neuland und nennenswerte Grenzen, die gelegentlich auch im Widerspruch zu den von Litigation PR verfolgten Zielen stehen.

Die Pflicht zur anwaltlichen Verschwiegenheit lässt sich durch die ausdrückliche Freigabe der Kommunikationsinhalte bewältigen. Dabei zeigen Journalisten durchaus Verständnis für die Notwendigkeit der Rückfrage, wenn neue Themen angesprochen werden, wo die Freigabe zur Offenlegung seitens des Mandanten fehlt.

Größere Schwierigkeiten bereitet die oben beschriebene Logik der Medien. Anwälte und Journalisten sprechen eine unterschiedliche Sprache. Sensatio-

32 Vgl dazu *Stierschneider*, When Litigation PR puts the Reputation at Risk (2009) 88; *Stierschneider* (heute *Holzinger*) hat 2008 im Rahmen ihrer Diplomarbeit über „Litigation Communication. When Litigation Puts the Reputation at Risks“, die 2010 mit dem Wissenschaftspreis des PRVA ausgezeichnet wurde, Anwälte zu ihrer Einstellung zum Themenkomplex Litigation PR befragt.

31 Vgl dazu *Heinrich*, Litigation PR 102.

nalierungs- und Vereinfachungsdruck auf der einen Seite trifft auf der anderen Seite auf komplexe Sachverhalte mit Rechtsfragen, die zum Teil noch nie beantwortet wurden und viele Unsicherheiten offen lassen. Journalisten machen Rechtsstreitigkeiten oftmals nicht an den dahinter liegenden Sachverhalten und Rechtsfragen sondern an den beteiligten Personen fest. Je komplexer ein Streitfall ist, desto eher weichen die Medien auf die Beschreibung der persönlichen Besonderheiten der Beschuldigten oder Angeklagten und deren Umfeld und Geschichte aus.

Ferner ist zu bedenken, dass mit der öffentlichen Berichterstattung auch ein **Verlust der Kontrolle über das Geäußerte** einhergeht. „Äußert sich ein Anwalt gegenüber einem Journalisten, dann verliert er just in diesem Moment die Kontrolle über das eben Gesagte.“³³ Dem Ziel des Anwalts, in jeder Lage des Verfahrens „Herr des Rechtsstreits“ zu sein und volle Kontrolle über die kommunizierten Inhalte zu bewahren, läuft der unausweichliche Kontrollverlust zuwider. Journalisten sind keine Organe der Rechtspflege. Ihre Schriftstücke müssen kurz, personalisiert und emotionalisiert sein, wenn sie rezipiert werden wollen. Diese „Verwandlung“ der Prozessinhalte zu medientauglichen Geschichten sollte von Seiten des Rechtsanwalts möglichst intensiv mitgestaltet werden. Litigation PR unterstützt den Anwalt, die Kontrolle bestmöglich zu bewahren.

So erklärt sich auch, dass „no comment“ in aller Regel eine unzureichende Kommunikationsstrategie ist. Die Möglichkeit, die öffentlich verbreitete „Geschichte“ zu steuern, wird damit aus der Hand gegeben. Selbst wenn die Aussagen von Parteienvertretern weniger Gehör finden als jene von – zur Objektivität verpflichteten – Behördenvertretern, sollte die Rolle des Rechtsanwalts nicht unterschätzt werden. Simple Dementi von Vorwürfen oder Gerüchten führen eher zu einer Zementierung der – unter Umständen auch vorschnell gebildeten – Ansichten. Journalisten müssen selbst verstehen, was hinter der Bestreitung steht, damit sie glaubwürdig kommunizieren können. Dazu ist es nicht nötig, dass sich der Rechtsanwalt medial ins Rampenlicht rückt. Ein gut vorbereitetes „Hintergrundgespräch“, das dem besseren Verständnis von Sach- und Rechtsfragen dient, kann der Sache deutlich bessere Dienste leisten, als eine „no comment“ Strategie oder eine Selbstvermarktung des Rechtsanwalts. Diese beiden „Strategien“ sind in aller Regel keine nachhaltigen Kommunikationsstrategien zum Schutz der Reputation der Mandanten. Wer keinen Kommentar abgibt, leugnet oder beides macht, ist aus Sicht der Mehrheit der Medienrezipienten schuldig,³⁴ denn im Gerichtssaal der Öffentlichkeit gilt die Unschuldsvermutung nicht.

33 *Holzinger/Wolff*, Litigation PR 220.

34 Vgl dazu *Holmes*, Public Increasingly Skeptical of Companies in Litigation (2002): 64 Prozent, abrufbar unter <http://www.holmesreport.com/opinion-info/2489/Public-Increasingly-Skeptical-of-Companies-in-Litigation.aspx>

XI. Entwicklung der Litigation PR-Strategie

A. Grundregel

Für die Zusammenarbeit zwischen Litigation PR-Experten und Anwälten gilt folgende Grundregel: Die Litigation-Strategie, die aufbauend auf Kenntnissen von Fakten und Rechtslage entwickelt wird, hat die PR-Strategie zu bestimmen und nicht umgekehrt. An erster Stelle steht die Definition des Ziels/der Ziele für den Rechtsstreit. Dabei entscheidet der Mandant, welches Ziel zu verfolgen ist. Aufgabe der Berater ist, die Möglichkeiten, das heißt Chancen und Risiken, bestmöglich aufzuzeigen. Litigation PR ist eines der Mittel – unter anderen – das definierte Ziel zu erreichen.

B. Strukturierte Umsetzung

Von Beginn an ist sicher zu stellen, dass Litigation PR und die rechtliche Strategie im Einklang stehen. Eine Art Checkliste³⁵ basiert auf einem Modell von *James Haggerty*: das „CIR-Modell“. CIR steht dabei für Control, Information und Response.

C. Erster Schritt: Kontrolle erlangen

Im ersten Schritt geht es um eine erste Kontrolle der Situation. Alle möglichen Kommunikationskontaktpunkte im Zusammenhang mit der Causa sind zu definieren. Das sind in der Regel die am Fall arbeitenden Anwälte, die Manager, Mitarbeiter aus betroffenen Abteilungen (Recht, Compliance, Investor Relations etc), die Aufsichtsräte, Eigentümer und Aktionäre, die Pressekontaktstellen zum Unternehmen, Internet-Foren und Chat-Rooms und einflussreiche Experten, die zur Sache Stellung nehmen könnten. In dieser ersten Phase wird festgelegt, wer in der Causa welche Botschaften zu kommunizieren hat und wer/welche nicht.

D. Zweiter Schritt: Information

In nächsten Schritt geht es um die medien- und öffentlichkeitsgerechte Aufbereitung aller Fakten und Informationen. Dies ist oft der schwierigste, aber der nachhaltig wichtigste Teil der Arbeit eines Litigation PR-Experten. Alle fallbezogenen Dokumente, Briefe, Rechtsgutachten werden gesammelt und sortiert. Eine Zeitleiste zu den bisherigen Ereignissen und den zu erwartenden rechtlichen Schritten wird erstellt. Hintergrundinformationen zum Unternehmen und zu den rechtlichen Rahmenbedingungen der Causa werden aufbereitet. Gleichzeitig werden auch Recherchen über die Gegenseite an-

35 *Haggerty*, Court of Public Opinion 89 ff.

gestellt. Wer ist der Gegner, wer sind seine Vertreter, was sind die wichtigsten Argumente der Gegenseite? Auch das Umfeld des Rechtsstreits ist zu sondieren. Welche medialen Aktivitäten hat es bislang zu diesem und ähnlichen Fällen (lokal, national und international) gegeben? Wer hat darüber mit welchem Hintergrund bereits berichtet? Für wen ist diese Causa von welchem Interesse?

E. Dritter Schritt: Reaktion

Im Anschluss wird festgelegt, mit welchen Botschaften (Message development) welche Dialoggruppen konfrontiert werden und wann welche Dialoggruppen und Medien wie im Laufe des weiteren Verfahrens kontaktiert werden. Mögliche Störfaktoren sind in dieser Phase so weit wie möglich zu berücksichtigen. Wie werden die Anwälte und Betroffenen auf der Seite der Gegner reagieren? Welche Fragen stellen sich den eigenen Mitarbeitern und Aktionären? Werden sich die Politik oder Interessenvertreter einschalten? Als Ergebnis dieses dreistufigen Checks steht ein Litigation PR-Konzept, das vier Prämissen nicht verletzen darf.

Erstens: Die eigene Botschaft muss Sachverhalte klarstellen, nicht verkomplizieren. Sie muss „zwingend, aufrichtig und klar sein“.³⁶ Eine gute Aussage lebt von der nachhaltigen Glaubwürdigkeit der Akteure und weniger von der vollständigen inhaltlichen Exaktheit der Botschaft.

Zweitens: Die Glaubwürdigkeit kommt über Fakten und nicht über die Anschuldigung und Verunglimpfung Dritter. Das alleine zugelassene Zahlungsmittel in der Litigation PR sind Fakten und Sachinformationen. Wer Gerüchte streut, wird im Laufe eines langen Verfahrens mit größter Sicherheit selbst zum Opfer von Gerüchten.

Drittens: Die Botschaft muss über den gesamten Prozess hinweg konsistent bleiben und darf der rechtlichen Verteidigungslinie nicht widersprechen. Das ist für Rechtsanwalt und Litigation PR-Experten die größte Herausforderung, denn die Aussagen, die am Beginn, vielleicht sogar noch vor der Einleitung eines Verfahrens, getätigt werden, müssen auch Monate und Jahre später rechtlich und reputationstechnisch halten.

Viertens: Eine One-Voice-Politik ist unerlässlich. Es ist sicher zu stellen, dass alle Verfahrensbeteiligten über die gesamte Dauer des Verfahrens und darüber hinaus mit der gleichen Stimme sprechen. Für die Glaubwürdigkeit im Gerichtssaal der Öffentlichkeit ist es höchst schädlich, wenn zB Vorstand und Betriebsrat oder Aufsichtsrat und Eigentümer unterschiedliche Botschaften kommunizieren. Hier reichen schon die kleinsten Unterschiede in der Gewichtung rechtlicher Einschätzungen, um den Erfolg der Bemühungen der Litigation PR-Experten nachhaltig zu gefährden.

In der konkreten Umsetzung des Litigation PR Konzeptes stehen alle gängigen Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit und der Public Affairs wie Presseaussendungen, Einzelgespräche, Hintergrundgespräche, Interviews, Pressekonferenzen, interne Kommunikationsmaßnahmen, Litigation Websites, Dokumentensammlungen, Foto- und Grafikdienste, Medientraining und Coaching für den Auftritt vor Gericht zur Verfügung. Ein umfangreiches Fact-Sheet, das alle relevanten Fragen knapp und klar beantwortet, ist dabei das Herzstück. Dieses Fact-Sheet wird mit Fortdauer des Verfahrens ergänzt und durch eigene „Case Intelligence“ angereichert. Eine 24/7 funktionierende Medien- und Umfeldbeobachtung garantiert, dass bei veränderter Ausgangslage rasch und genau reagiert werden kann.

Zusammenfassend: Litigation PR ist Öffentlichkeitsarbeit vor, während und nach einer rechtlichen Auseinandersetzung, die gemeinsam mit den Rechtsexperten entwickelt werden soll und die Erreichung der Ziele des Mandanten als oberstes Bestreben zum Gegenstand hat.

XII. Grenzen qualitativer Litigation PR

A. Widerstreit schutzwürdiger Interessen

Wenngleich die „Live“-Berichterstattung manchen ein Dorn im Auge ist, so dient sie doch dem **öffentlichen Informationsbedürfnis**. Dabei steht das Phänomen der Vorverurteilung mit dem – ebenso schutzwürdigen – Interesse an möglichst **objektiver Wahrheitsfindung** in direktem Konflikt. Gleiches gilt für das – verhältnismäßig breit – geschützte Recht auf **freie Meinungsäußerung gem Art 10 EMRK**. Dem Journalisten steht die eigene – wenngleich vorverurteilende – Meinung frei, solange nur ausreichend klar wird, dass eine rechtskräftige Entscheidung der Gerichte noch aussteht. Dabei wird unmittelbar in das Recht auf Schutz der **Privatsphäre** und meist auch auf **Datenschutz** eingegriffen. Wie schon einleitend erwähnt, wird das Recht, bis zur rechtskräftigen Verurteilung als unbescholten zu gelten, durchwegs missbraucht.

Dabei tragen Behörden-Vertreter einerseits und Berater der Parteien andererseits ihren Anteil an der problematischen Situation der Betroffenen.

B. Behörden im Spannungsfeld zwischen Amtsgeheimnis und Auskunftspflicht – Medienerlass

§ 310 StGB schützt das Interesse der von Ermittlungen Betroffenen durch die Verpflichtung aller Beamten (Staatsanwälte, Richter, Kriminalbeamte etc) zur **Amtsverschwiegenheit**. Geschützt sind Tatsachen, solange sie geheim sind, die dem Beamten durch seine amtliche Tätigkeit bekannt geworden sind, wenn die Offenbarung oder Verwertung des Geheimnisses geeignet ist, ein öffentliches oder ein berechtigtes privates Interesse zu verletzen. Nicht

³⁶ Heinrich, Litigation PR 193.

jedes Ausplaudern von geheimen Akteninhalten steht unter Strafe, sondern nur jenes, das geschützte Interessen beeinträchtigt.

Angesichts von § 310 StGB würde der Betroffene zu Recht erwarten, dass etwa die Tatsache einer Strafverfolgung oder einer Ladung durch die Behörde, nicht durch Lesen der Morgenzeitschrift „mitgeteilt“ wird. Ebenso sollten keine intimen Details über die Beschuldigten den Weg in Öffentlichkeit finden. Oft machen Behördensprecher die beteiligten Parteienvertreter für solche „Leaks“ verantwortlich. Diese Erklärung wäre aber – wie die Praxis zeigt – viel zu kurz gegriffen. Tatsächlich nehmen gerade auch Vertreter der Justiz eine **aktive Rolle bei der Verbreitung von geheimen Akteninhalten** ein. Um das öffentliche Interesse zu befriedigen, hat die Justiz in mehrfacher Weise reagiert. So hat das BMJ mit dem **Medienerlass**³⁷ sogenannte „Medienstellen“³⁸ mit „Mediensprechern“³⁹ eingerichtet und damit ganz gezielt zur aktiven Zusammenarbeit mit den Medien – bis hin zur Einberufung von Pressekonzerten⁴⁰ – aufgerufen. Letztendlich steht hier auch das Ansehen der Justiz in der Bevölkerung und damit die Glaubwürdigkeit und **Funktions-tüchtigkeit** der judiziellen Gewalt einer Demokratie auf dem Spiel.

Der Medienerlass stellt das Ziel der aktiven Zusammenarbeit und der dahinter stehenden Motivation unmissverständlich klar:

„Die freie Berichterstattung der Medien hat grundlegende Bedeutung für die moderne demokratische Gesellschaft. Das Verständnis der Öffentlichkeit für die Rechtspflege und das Vertrauen der Bevölkerung in die Einrichtungen der Justiz und ihre Entscheidungen werden durch eine gute Zusammenarbeit mit Presse, Hörfunk, Fernsehen, Internetdiensten und Film (im Folgenden: Medien) gefördert.

Es gehört daher zu den Aufgaben der Justiz, im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen dem Informationsanspruch der Medien gerecht zu werden und den Kontakt mit den Medien durch aktive Öffentlichkeitsarbeit zu pflegen.“

Dabei wird den diversen Interessenskonflikten einleitend auch Rechnung getragen:

„Mit dem Informationsanspruch der Medien können im Einzelfall Prinzipien, Rechte und rechtlich geschützte Interessen, wie insbesondere die Un-

37 Erlass des BMJ vom 12. 11. 2003, JMZ 4410/9/Pr1/03, über die Zusammenarbeit mit den Medien.

38 Vgl dazu die Punkte II. Z 1. und 2. des Medienerlasses: beim Bundesministerium für Justiz, beim Präsidenten des Obersten Gerichtshofes, bei der Generalprokurator, bei den Präsidenten der Gerichtshöfe I. und II. Instanz, bei den Oberstaatsanwaltschaften und Staatsanwaltschaften, bei den Bezirksgerichten mit 10 oder mehr systemisierten Richterplanstellen und beim BM für Justiz.

39 Vgl dazu die Punkte II. Z 3. ff des Medienerlasses. Als Mediensprecher sollen erfahrene Richter und Staatsanwälte herangezogen werden, die der Medienarbeit gegenüber aufgeschlossen sind und der journalistischen Tätigkeit Interesse entgegenbringen. Mediensprecher werden vor Aufnahme ihrer Tätigkeit eingeschult.

40 Punkt III. Z 7 des Medienerlasses (wird als „Mediengespräch“ bezeichnet).

schuldsvormutung, die Persönlichkeitsrechte von Parteien und anderen Beteiligten des Verfahrens, die Verpflichtung zur fairen und unbeeinflussten Durchführung eines justiziellen Verfahrens und das allgemeine Interesse an der Sicherung einer unabhängigen und der Objektivität verpflichteten Rechtspflege kollidieren. Aufgabe der Medienarbeit ist es, dem Ausgleich dieser widerstreitenden Interessen und verfassungsrechtlich geschützten Rechtsgüter in rechtsstaatlich einwandfreier Weise Rechnung zu tragen.“

Ungeachtet dessen erweist sich der Umgang der Behördenvertreter in der Praxis zuweilen als höchst problematisch.

Als Wunsch für die Zukunft formuliert, ist die Einhaltung von Punkt III. Z 8. des Medienerlasses einzufordern. Die Bestimmung sieht vor, dass schriftliche Medieninformationen **vor deren Weitergabe** an die Medien **den Verfahrensbeteiligten** bzw deren Bevollmächtigten zugänglich gemacht werden sollen. Ebenso sollten diese über ein **bevorstehendes** Mediengespräch – das heißt im Vorhinein – informiert werden. Mitteilungen über ergangene Entscheidungen und andere bedeutende Verfahrensschritte (zB: Einleitung des Verfahrens, Anklage) sollen **erst verbreitet werden**, wenn mit Grund anzunehmen ist, dass die Entscheidungen den Verfahrensparteien zugegangen oder in anderer Weise bekannt geworden sind.

Die Einhaltung dieses – wie man meinen möchte – selbstverständlichen Mindestmaßes an Schutz berechtigter Interessen der Betroffenen, beeinträchtigen das öffentliche Informationsbedürfnis keineswegs. Sie leisten aber einen wichtigen Beitrag zur Wahrnehmung der Behörden als objektive Organe. Andernfalls bleibt der Eindruck zurück, dass Ermittlungsbehörden das in § 3 Abs 2 StPO verbriefte **Gebot zur Objektivität** unzureichend beachten.

C. Rechtsvertreter im Spannungsfeld zu ihren Geheimnispflichten

1. Verhältnis zum Mandanten

Die strikte Verpflichtung zur Verschwiegenheit und das Gebot zur Wahrung der Interessen des Mandanten gebieten es, Kommunikationsinhalte – bis ins kleinste Detail – mit dem Mandanten abzustimmen und – vorab – freigeben zu lassen. Alleingänge sind unangebracht, unethisch und rechtswidrig. Jeder Kontakt mit Vertretern der Medien muss vom Mandanten gewünscht und freigegeben sein.

Die – bisweilen vermeintlich oder zu recht beobachtete – Förderung der eigenen Reputation des Anwalts hat immer und unbedingt hinter die schutzwürdigen Interessen des Mandanten zu treten, wobei die Verpflichtung zur Verschwiegenheit zeitlich nicht endet. Selbst im Fall der Mandatsniederlegung oder auch einer – öffentlich beachteten – Honorarstreitigkeit ist eine Offenlegung von Details der Mandatsbeziehung – ohne vorherige Zustimmung des Mandanten – rechtswidrig. Das bedeutet auch, dass – gegenüber

den Medien ohne Freigabe des (ehemaligen) Mandanten – nicht einmal klar gestellt werden darf, ob eine Mandatsbeziehung besteht oder nicht.

2. Veröffentlichungsbeschränkungen – § 301 StGB, § 54 StPO

Strafbewährt ist die Veröffentlichung von Mitteilungen über den Inhalt einer Verhandlung, in der die **Öffentlichkeit ausgeschlossen** war (vgl § 301 Abs 1 StGB). Dabei steht die Veröffentlichung in einer Weise, dass die Mitteilung einer **breiten Öffentlichkeit** zugänglich wird, bzw in einem Druckwerk oder im Rundfunk unter Strafe. Gleiches Verbot gilt für Veröffentlichungen von geheimen Beratungen und Abstimmungen in gerichtlichen und verwaltungsbehördlichen Entscheidungsgremien (vgl § 301 Abs 2 StGB).

Im Übrigen unterliegt die **Weitergabe von vertraulichen Akteninhalten** dem Regime des § 54 StPO, der sich in der Praxis als relativ zahnlos erweist. Die Rechtsfolge der Verbotsverletzung ist ein Verstoß gegen eine einfach gesetzliche Verfahrensvorschrift. Für Mitglieder des Stands der Rechtsanwälte bedeutet dies auch einen Verstoß gegen die Standespflichten⁴¹ und ist damit sanktionsbewährtes unrechtmäßiges Verhalten. Für den Mandanten gilt das Standesrecht der Rechtsanwälte freilich nicht. Eine gesonderte Strafdrohung ist mit § 54 StPO nicht verknüpft.

§ 54 StPO ist mit Satz 1 auch als Gebotsnorm ausgestaltet. Die Bestimmung gestattet dem Beschuldigten und seinem Verteidiger ausdrücklich, Informationen, die sie durch Akteneinsicht haben, „**im Interesse der Verteidigung und anderer überwiegender Interessen**“ zu verwerten. Gleiches gilt für Informationen, die in nicht öffentlicher Verhandlung oder nicht öffentlicher Beweisaufnahme erlangt wurden. Die „überwiegenden Interessen“ werden in aller Regel vorliegen. Warum sonst sollte sich der Beschuldigte zur Veröffentlichung entscheiden?

Die **Grenze** bildet jedoch die Weitergabe von personenbezogenen Daten anderer Beteiligter des Verfahrens oder Dritter, dh der **Datenschutz** (vgl § 54 S 2 StPO): Wenn die beabsichtigte Weitergabe (auch) solche Daten Dritter betrifft, besteht ein **Veröffentlichungsverbot**. Dieses Verbot ist jedoch **doppelt eingeschränkt**:

- Erstens bezieht es sich nur auf die Veröffentlichung in einer Weise, dass die Mitteilung einer **breiten Öffentlichkeit** zugänglich wird.
- Zweitens gilt das Verbot nur, wenn im Rahmen einer Interessensabwägung die schutzwürdigen Geheimhaltungsinteressen der Betroffenen **das öffentliche Informationsinteresse überwiegen**.

Eine Weitergabe von vertraulichen Akteninhalten im kleinen Kreis ist damit möglich, sofern damit nicht die breite Veröffentlichung bezweckt wird.

41 Vgl § 2 RL-BA: „[...] Er darf nur solche Mittel anwenden, die mit Gesetz, Anstand und Sitte vereinbar sind. [...]“.

Das spätere Schicksal der – im Einklang mit § 54 StPO – weiter gegebenen Information ist gesetzlich nicht mehr geschützt. Zudem fällt eine klare Grenzziehung bei der anzustellenden Interessensabwägung schwer. In aller Regel wird die Weitergabe gerade deshalb erfolgen, weil der Informant vom öffentlichen Informationsinteresse ausgeht und an dieses glaubt.

Streng genommen vermag die Norm Schutz zu bieten, soweit Daten von „zufällig“ Involvierten betroffen sind, an denen die Öffentlichkeit kein gesteigertes Interesse hat. Im Übrigen ist der Schutzbereich des § 54 StGB in der Praxis denkbar klein.

In Zusammenschau mit dem stark ausgestalteten Schutz des **Redaktionsgeheimnisses** erweist sich § 54 StPO im gelebten Alltag jedenfalls als zahnlos. Geheime Aktenstücke finden – zum Teil vor Kenntnisnahme durch die Betroffenen – in bemerkenswerter Geschwindigkeit ihren Weg in die Öffentlichkeit, wenn deren Veröffentlichung auch nur einem einzigen der Beteiligten einen Vorteil verspricht; gleichgültig, ob sie anderen schadet.

Im Grunde könnte – auf Basis der bestehenden Gesetzeslage – nur eine **rigorose Selbstdisziplin** aller am Verfahren Beteiligten Abhilfe schaffen.

D. Beschränkte Mittel der Betroffenen zur Gegenwehr

Spiegelbildlich sind die rein rechtlichen Mittel der Betroffenen zur Gegenwehr entsprechend schwach ausgestaltet. Während der Reputationsschaden sofort eintritt, wirken **Unterlassungsklagen** und **einstweilige Verfügungen** nur mit erheblicher Zeitverzögerung und schaffen daher keine wirksame Abhilfe gegen die – längst erfolgte – Rufschädigung.

Ein gewisser **präventiver Charakter** mag diesen Rechtsbehelfen zuzuschreiben sein, wobei gelegentlich ein „Feuerwerk“ an Klagen zum Bestandteil mancher Kommunikationsstrategie wird. Zur Verfügung stehen **Zivilklagen gem § 1330 ABGB** wegen **Ehrenbeleidigung** (Abs 1) und/oder **Kreditschädigung** (Abs 2), wobei auf Unterlassung, Widerruf samt Urteilsveröffentlichung geklagt werden kann. Auch Schadenersatz (samt entgangenem Gewinn) ist gesetzlich vorgesehen, vorausgesetzt, ein bezifferbarer Schaden kann nachgewiesen werden. Der Nachweis des Schadens erweist sich in der Praxis als schwer überwindbare Hürde, zumal sich die Schädigung der Reputation selten in konkreten Zahlen niederschlägt bzw der Beweis der Kausalität zwischen Geschäftsentgang und schädigendem Verhalten nur selten gelingt. Daneben bietet das Strafrecht eine Palette an Strafverfolgungen im Wege der Privatanklage an. Infrage kommen **§ 111 StGB (Üble Nachrede)** und/oder **§ 152 StGB (Kreditschädigung)**, die für den potentiellen Täter selbst einiges Ungemach bedeuten. Auch das **Medienstrafrecht** schafft Abhilfe. In Ausnahmefällen kann der Vorwurf bis hin zum **Offizialdelikt der Verleumdung (§ 297 StGB)** reichen, wenn eine bewusst falsche Verdächtigung die Gefahr einer behördlichen Verfolgung auslöst.

Doch die erhebliche Zeitdauer, die Gerichtsverfahren naturgemäß in Anspruch nehmen, verwehrt zumeist einen effektiven Schutz gegen die zwischenzeitig erfolgte Beeinträchtigung von Ruf und Ansehen.

Neuerdings sind auch Strafanzeigen und Zivilklagen **gegen Behördenvertreter** und/oder durch Gericht bestellte **Gutachter** Teil mancher Kommunikationsstrategie. Zu beobachten ist jedoch, dass sich diese meist im PR-Gag erschöpfen und in aller Regel ohne Erfolg bleiben.⁴² Am Ende verwirklicht sich für den Mandanten das Kostenrisiko und ist vergleichsweise wenig Positives erreicht.

Auch Medienrechtsverfahren bergen nennenswerte Risiken, die einzugehen selten lohnt. Der Zweifrontenkrieg entwickelt sich in eine zum Teil nur schwer kontrollierbare Schlacht, in der der Mandant – abhängig von seiner finanziellen Ausstattung und seinem Durchhaltevermögen – durchaus den Kürzeren ziehen kann. Eine bedachte Kommunikationsstrategie versucht die Medien zu gewinnen, sie sich „zum Freund“ zu machen, und nicht mit diesen in einen Dauerkrieg zu treten. Eine gezielte **Litigation PR** sollte **möglichst frühzeitig** ansetzen, um die Eskalation des medial ausgetragenen Rechtsstreits zu vermeiden. In der Praxis sind die Methoden, die Litigation PR zu bieten hat, oft deutlich effektiver und mittelschonender als die rechtliche Gegenwehr.

XIII. Abschließendes zur Zusammenarbeit zwischen Anwalt und Litigation PR-Experte

Als wichtigste Regel für die Zusammenarbeit zwischen Rechtsanwälten und Litigation PR-Experten gilt: Die Litigation-Strategie muss die PR-Strategie bestimmen und nicht umgekehrt. An erster Stelle steht die Definition des Ziels für den Rechtsstreit. Litigation PR ist eines der „Mittel“, dieses Ziel zu erreichen, erfüllt aber weder einen Selbstzweck noch wäre es der Litigation-Strategie überzuordnen. Umgekehrt ist es für den Streitanwalt wichtig, den Experten-Rat im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit aufzunehmen, selbst wenn dieser gelegentlich weniger plausibel erscheinen mag als die eigene Meinung.

Eine funktionierende Aufgabenverteilung erlaubt dem Anwalt die Inhalte vorzugeben und dem Kommunikationsexperten, die Medienpolitik zu bestimm-

⁴² Beispielsweise verlor die klagende Meink Bank AG – laut Medienberichten – in beiden medial diskutierten Verfahren gegen Experten, die im laufenden Ermittlungsverfahren zu Sachverständigen bestellt worden waren. Vgl dazu Presseberichte, zB Die Presse.com vom 13. 6. 2013 „OLG Wien: Havranek als Gutachter qualifiziert“, abrufbar unter http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/1418353/OLG-Wien_Havranek-als-MeinkGutachter-qualifiziert (8. 7. 2013), sowie Die Presse.com vom 5. 5. 2013 „Meink-Klage gegen Gutachter blitzt ab“, abrufbar unter <http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/1398369/MeinkKlage-gegen-Gutachter-blitzt-ab> (8. 7. 2013).

men. In der Praxis reicht meist ein **wechselseitiges Vetorecht**, wenn es um die öffentliche Kommunikation geht.

Litigation PR-Spezialisten, die ihre Rolle zur Zielerreichung zutreffend erkennen, leisten für Rechtsanwälte wesentliche Beiträge zu deren Erfolgen. Mit anderen Worten ebenen Litigation PR-Spezialisten ihren Mandanten und Rechtsberatern den **Weg zum Erfolg**. Eine gute Zusammenarbeit der beiden Dienstleister wird sich entsprechend fruchtbringend zum Wohl des Mandanten niederschlagen. Selbst wenn fraglich bleibt, ob eine – haftungsbewährte – Pflicht zum Einsatz von Litigation PR-Spezialisten besteht, der Erfolg, der in der Praxis erzielt wird, gibt dem Modell Recht.