



# MANAGER AM MEDIENPRANGER ERFOLGSSTRATEGIEN MIT LITIGATION PR

Wie man mit Litigation-PR  
Reputation und Werte schützen kann

**SIEBER** SENIOR ADVISORS

# ANGEPRANGERT



**Wann sperrt  
jemand dieses  
MONSTER  
endlich weg?**

**Kölns Landgericht verurteilt BILD zu 635.000 EUR  
Schmerzensgeld an Jörg Kachelmann.**

Quelle: Christian Brandes



## TEIL I

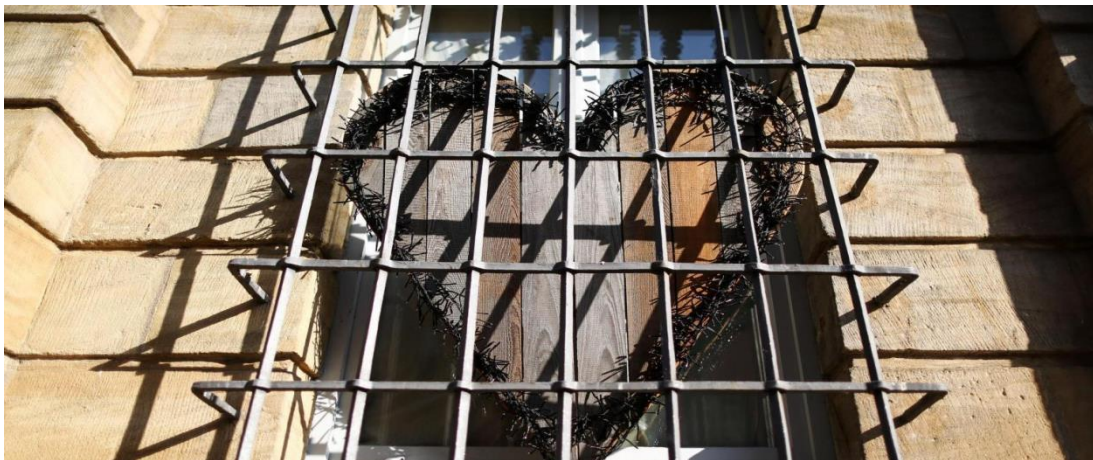
WANN BENÖTIGEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN  
DES ÖFFENTLICHEN LEBENS LITIGATION PR?

## DAS PROBLEM:

UNGESTEUELTE BERICHTERSTATTUNG ÜBER  
RECHTSSTREITIGKEITEN KANN ZUR BEDROHUNG  
FÜR REPUTATION UND WERTE WERDEN

# AUCH MANAGER SIND NUR KRIMINELLE

Nach der spektakulären Verurteilung von Thomas Middelhoff empfehlen Juristen, grundsätzlich alle Manager, Aufsichtsrats- und Vorstandsvorsitzenden so schnell wie möglich hinter Gitter zu bringen, weil sie irgendwann sowieso dort landen. Es wäre für alle Beteiligten sehr viel unkomplizierter und für den Steuerzahler billiger, wenn ein Manager gleich nach seiner Einstellung zunächst einmal in eine JVA in der Nähe seiner Arbeitsstelle kommt. Die Welt 15.11.2014



# WIRTSCHAFT AUF DER ANKLAGEBANK



Michael Kemmer,  
Ex-Vorsstand der  
BayernLB: Vorwurf der  
Untreue



Dirk Notheis,  
Ex-Deutschland-Chef  
Morgan Stanley:  
Verdacht auf Beihilfe  
zur Untreue



Anton Schlecker,  
Ex-Chef von Schlecker:  
Verdacht auf Untreue  
und Insolvenzbetrug



Hakan Samuelsson,  
Ex-CEO von MAN:  
Vorwurf der  
Bestechlichkeit



Siegfried Jaschinski,  
Ex-CEO der  
Landesbank BW:  
Vorwurf der  
Bilanzfälschung



Rolf Breuer,  
Ex-Vorstand Deutsche  
Bank, Vorwurf  
geschäftsschädigendes  
Verhalten



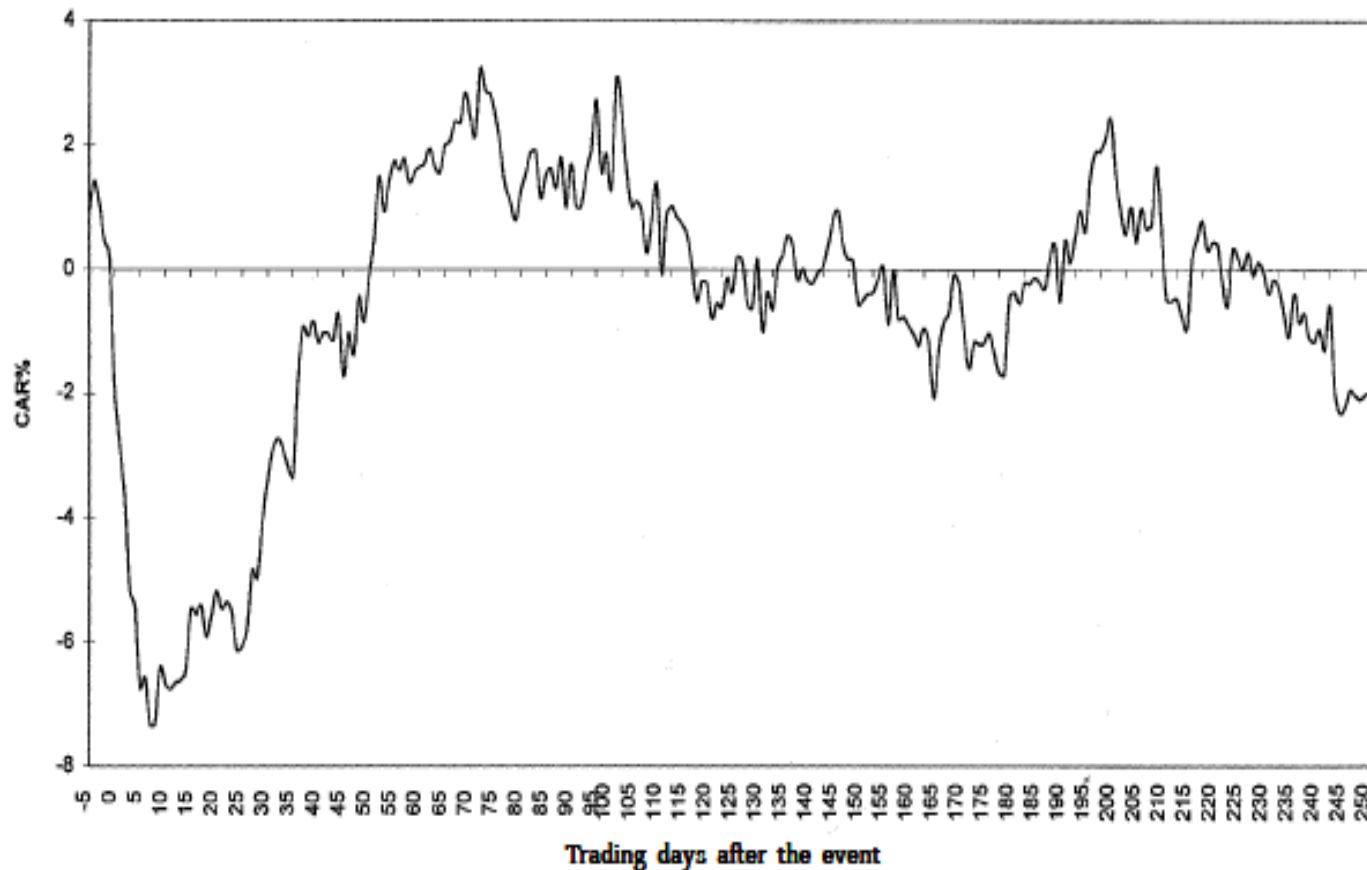
Wendelin Wiedeking,  
Ex-Porsche CEO:  
Vorwurf der Markt-  
Manipulation



Martin Winterkorn,  
Ex-CEO Volkswagen;  
Verdacht auf Betrug

# KRISEN BEEINFLUSSEN DEN UNTERNEHMENSWERT

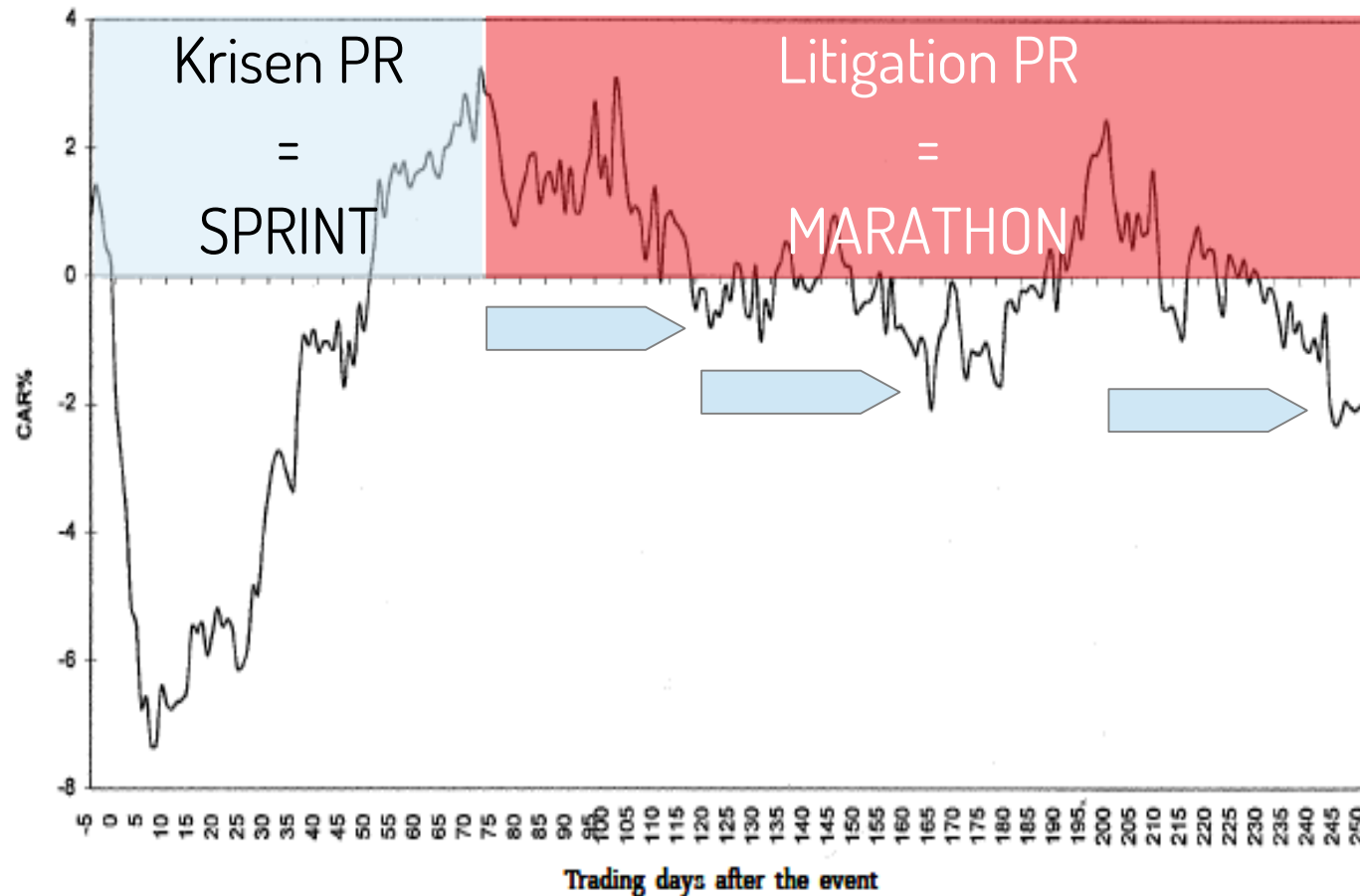
Figure 1: Impact of Catastrophes on Shareholder Value (Full Sample)



- Rascher Wertverlust, schnelle Erholung
- Starke Zunahme Volatilität
- Unterschiedliche Krisenverläufe
- Recoverers vs Non-Recoverers

# JURISTISCHE AUSEINANDERSETZUNGEN HABEN EINEN LANGFRISTIGEN EINFLUSS AUF DIE REPUTATION

Figure 1: Impact of Catastrophes on Shareholder Value (Full Sample)



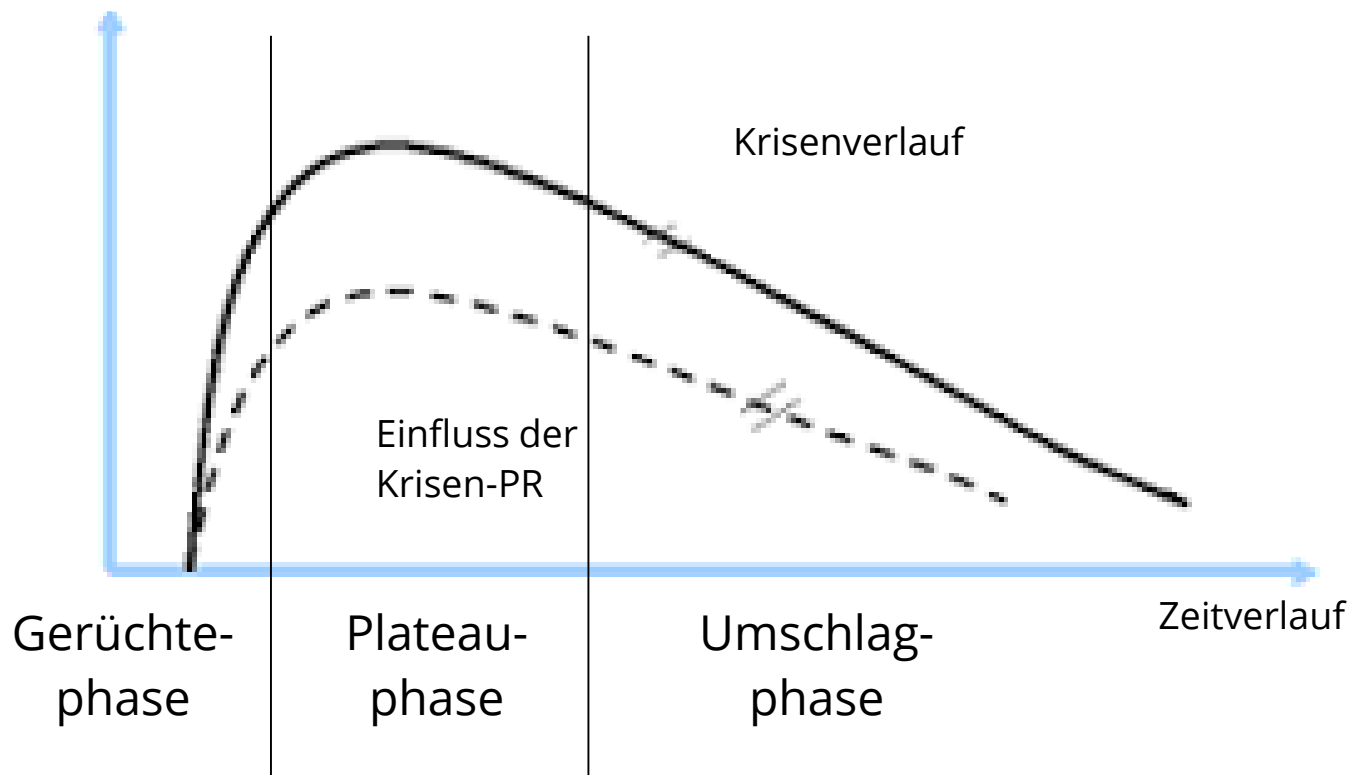
## Litigation Milestones

- Ermittlungsverfahren
- Prozessankündigung
- Erster Prozesstag
- Urteil
- Revision



# LITIGATION IN DEN MEDIEN KANN MAN GUT ODER SCHLECHT DARSTELLEN

Publizitsische Intensität



Gute Litigation PR kann

- die Erholung beschleunigen
- den Impact verringern

DIE URSACHE:

WANDEL DER MEDIEN, INTERESSEN UND  
ANSPRUCHSHALTUNGEN

# STEIGENDES INTERESSE DER MEDIEN AN PROZESSEN



# BEREITSCHAFT ZUR VORVERURTEILUNG

## **„Die Staatsanwaltschaft ermittelt“**

42% der Mediennutzer sind überzeugt, die Person sei schuldig

## **„No comment“**

51% gehen davon aus, sie ist schuldig

Quelle: Holmes Report



# STEIGENDE ZAHL UND KOMPLEXITÄT DER FÄLLE



The image shows a screenshot of the CumEx website. At the top, there is a navigation bar with the CumEx logo on the left and five menu items: > HOME, > CUMEX VIDEOS, > CUM-EX ANWALT, > CUMEX INFOS EINREICHEN, and > KONTAKT. Below the navigation bar is a large banner featuring a mountain landscape. In the center of the banner is a large, stylized CumEx logo. The logo consists of three overlapping circles: a yellow one on the left, a red one in the middle, and a black one on the right. The word 'CumEx' is written in white, bold, italicized letters across the circles. Below the logo, the text '1X ZAHLEN = 3X KASSIEREN!' is displayed in white, bold, uppercase letters.

# IMMER WENIGER PROFI-GERICHTSREPORTER





## TEIL II

# AUFGABEN DER LITIGATION PR

# LITIGATION-PR IST PROFESSIONELLE KOMMUNIKATION IM COURT OF PUBLIC



## Strategische Kommunikation im Rechtsstreit

- Dialog zwischen Gericht, Politik, Investoren, Medien, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit.
- Unterstützung der anwaltlichen Strategie
- Schutz und Aufbau der Reputation.
- Ermöglicht Gespräch und außergerichtlicher Einigung
- Korrektiv zur Kommunikationshoheit von Staatsanwaltschaft und Gegenpartei



# ERSTES ZIEL IST DER SCHUTZ DER REPUTATION



**Litigation-PR will keinen Einfluss auf die Gerichte nehmen.**

- Gerichte sind unabhängig! In der Regel.
- Aber Kepplinger/Zerback 2008 zeigen für die deutsche Justiz auch folgenden Zusammenhang:
- Medienberichte beeinflussen Richter nicht in der Schuldfrage
- Ein Viertel der Richter und ein Drittel der Staatsanwälte ist aber überzeugt: Ein Einfluss auf das Strafmaß ist wahrscheinlich.

# KOMMUNIKATION SCHAFFT KOMPROMISSE

**Streitparteien versuchen durch öffentlichen Druck eine außergerichtliche Einigung herbeizuführen**

## Zivilrechtliche Auseinandersetzungen

- Bereits die Einreichung einer Klage sollte daher kommunikativ begleitet werden
- Austausch von Schriftsätzen spielen zentrale Rolle, Verhandlungen sind weniger wichtig
- Zivilrechtssachen sind oft komplexer und kommunikativ anspruchsvoller als Strafrechtssachen
- Communicating court decisions

18

# DIALEKTIK DES RECHTSSTREITS



## **Mancher gewinnt den Prozess – aber verliert im Court of Public**

“Man kann im Court of Public gewinnen – ohne einen Sieg im Gerichtsaal.

Ein juristischer Sieg zählt aber dann nicht viel, wenn man im Prozess die eigene Reputation opfert und alles, was sonst den Goodwill eines Unternehmens ausmacht.“

James Haggerty

# AUFGABENFELDER DER LITIGATION PR





## TEIL III

# STRATEGIEN UND HANDLUNGSFELDER

# DREI PHASEN DER LITIGATION PR



# SPEZIFISCHE INSTRUMENTE DER LITIGATION-PR



- **Presse- und Medienarbeit**
  - Litigation-PR-Mappe
  - Statement
  - Pressekonferenz vs Hintergrundgespräch
  - Gastkommentar und Interview
- **Digitale Kommunikation**
  - Litigation-PR-Website
  - Social Media Mapping und Monitoring
  - Video Statement auf Youtube
  - Live Tweets aus dem Gerichtssaal
  - Litigation-PR-Wiki

# VIER STRATEGIEN DER LITIGATION PR







## TEIL IV

# ERFOLGSFAKTOREN DER LITIGATION PR

# ZEIT

**Reaktionszeiten werden immer kürzer, weil Berichte immer öfter in den Medien landen, manchmal sogar bevor die Betroffenen davon wissen.**

## Beispiel: Staatsanwaltliche Ermittlungen

- Polizei und StA kommunizieren schneller und aggressiver denn je
- Immer häufiger mischen sich auch politische Parteien und Interessengruppen ein
- Zeugenaussagen kommen in die Medien
- Um Vorverurteilungen zu vermeiden muss darauf schnell und rechtssicher reagiert werden

# SPRECHFÄHIGKEIT

**Typischer Fehler am Anfang: Schweigen und Angststarre. Schweigen ist Schuldeingeständnis**

**Beispiel: Vorwürfe gegen den Vorstand**

- Reagieren Sie umgehend.
- Vermeiden Sie Salami-Taktik.
- Holen Sie unabhängige Experten Meinung ein
- Framing

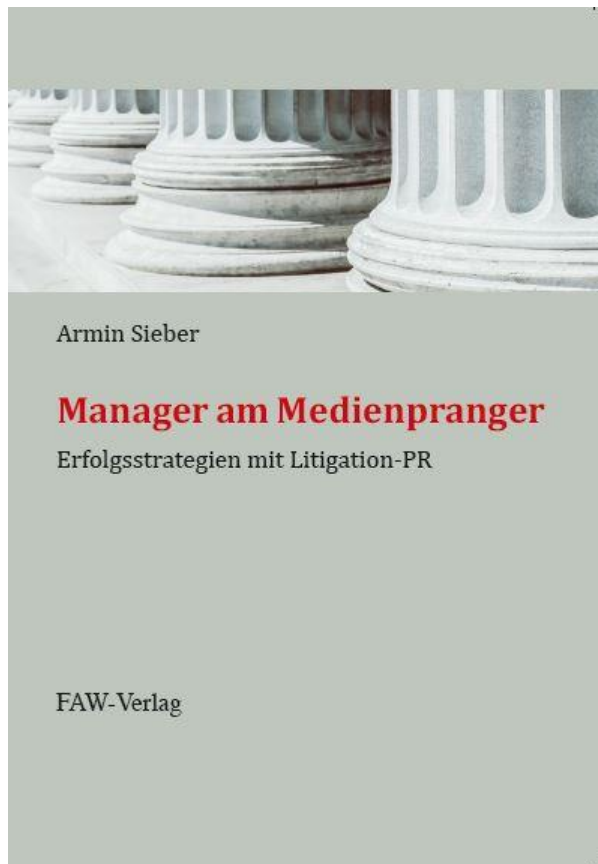


# PERFEKTE ZUSAMMENARBEIT

**zwischen Anwälten, Justitiaren und  
Litigation-PR-Profis**



- Primat der anwaltlichen Strategie
- Keine Halbwahrheiten
- Klare Rollenverteilung
- Der rechte Zeitpunkt ist entscheidend
- Die richtige Form (PM, Interview, Hintergrundgespräch, Statement etc)



Armin Sieber:

**Manager am Medienpranger.  
Erfolgsstrategien mit Litigation-PR.**

Handbuch mit Anwendungsbeispielen und Interviews.

Bamberg 2018.

FAW Verlag, 120 Seiten.

19,90 €

# IHR PARTNER FÜR DEN ERFOLG IM GERICHTSSAAL DER ÖFFENLICHKEIT



DR. ARMIN SIEBER

Deutsches Theater | Schwanthalerstraße 13 | 80336 München

Armin.Sieber@Sieber-Advisors.de | [www.sieber-advisors.de](http://www.sieber-advisors.de)

M: +49 172 147 34 92 | T: +49 89 99 27 58 46

Twitter: @absieber | Facebook: @LitigationPRAdvisors



## DISKUSSION

Wie man mit Litigation-PR  
Reputation und Werte schützen kann

**SIEBER** SENIOR ADVISORS