

Seite 2  
 Wochenende

## «Auch ein gut vorbereiteter Richter wird von seiner Umgebung beeinflusst»

**Winterthur Laurent Ashenden weiss, wie PR-Profis in grossen Gerichtsverfahren eingreifen. Jetzt stellt er ein Weissbuch vor.**

Jigme Garne (Interview)

Herr Ashenden, Litigation-PR bezeichnet Öffentlichkeitsarbeit rund um Gerichtsverfahren. Ein Experte fasste es an der letztjährigen Fachtagung in Winterthur so zusammen: «Um recht zu kriegen, brauchen Sie eine zielgerichtete Litigation-PR.» Warum ist Rechtskommunikation heute so bedeutend?

Wenn ein Unternehmen in einen Streitfall verwickelt ist, gibt es zahlreiche potenziell betroffene Interessengruppen: Kunden, Investoren, Geschäftspartner, Mitarbeiter et cetera. Der Streitfall kann weitreichende Folgen haben, die sich nicht nur in Form von Umsatzverlusten, sondern auch in Form eines Verlusts von Glaubwürdigkeit messen lassen. Die Litigation-PR kann Einfluss nehmen auf all diese Auswirkungen, indem sie vor, während und nach einem Gerichtsverfahren die Kommunikation steuert.

Aber am Ende entscheidet immer ein Gericht, unabhängig von der öffentlichen Meinung.

Durchaus. Wobei aus rein kommunikativer Sicht Richter eigentlich ein Publikum sind wie andere Dialoggruppen auch. Die Wirkung einer Botschaft entsteht bei jedem Empfänger individuell, bewusst und unbewusst.

Lassen sie sich beeinflussen?

In komplexen Rechtsfällen durchdringen auch gut vorbereitete Richter oder Staatsanwälte kaum alle Dossiers bis ins letzte Detail, auch sie werden bei ihrer Arbeit von ihrer Umgebung beeinflusst. Doch für uns steht das Gericht selbst ohnehin weniger im Fokus als die öffentliche Meinung. Nehmen wir das Aufkommen der sozialen Medien: Die Litigation-PR erhält durch sie eine neue Dimension. Einerseits haben wir es mit einem höheren Risiko für Reputationsschäden zu tun, weil sich Falschinformationen oder Anschuldigungen rasend schnell verbreiten. Andererseits können heute ein CEO oder sein Anwalt ihre Standpunkte über Facebook veröffentlichen.

In welchem Rechtsfall spielte Litigation-PR zuletzt eine Rolle?

Ein gutes Beispiel ist der Rechtsstreit um den Bauchemiehersteller Sika, in dem ich das Management kommunikativ beraten habe. Obwohl es im Kern eine rein juristische Frage zu klären galt, nämlich die Eigentumsfrage, handelte es sich um so viel mehr als um einen blossen Rechtsfall. Der Prozess hatte politische und ökonomische Dimensionen, er dauerte länger als dreieinhalb Jahre, in den Medien erschienen mehr als 14 000 Artikel. Während dieser Zeit stand das Unternehmen vor vielfältigen Herausforderungen. Es musste eine gespaltene öffentliche Meinung überzeugen.

Woraus bestand Ihre Arbeit?

Der Fall war sehr komplex. Uns war es wichtig, der breiten Öffentlichkeit und den verschiedensten Dialoggruppen alle Aspekte der Angelegenheit verständlich zu machen und ihnen den Standpunkt unseres Mandates näherzubringen. Dafür setzen wir Instrumente wie Medienkonferenzen

oder Mitteilungen ein, aber auch direkte Gespräche mit Journalisten oder anderen Opinion Leaders. Litigation-PR ist ein hybrider Zweig des Berufs des Rechtsanwalts und jenes des Kommunikationsspezialisten. Der Anwalt ist es gewohnt, vor Gericht zu plädieren, er ist aber kein Profi in der öffentlichen Kommunikation. Litigation-PR schliesst diese Lücke.

Die Methode, Medien in Justizverfahren zu beeinflussen, kommt aus den USA. In der Schweiz gilt sie als verpönt – was entgegenen Sie?

Einfluss ist ein Wort, das oft negativ erscheint. Es gibt aber guten und schlechten Einfluss. Wir versuchen primär eine Stimmung zu kreieren, dank der unsere Standpunkte in der Öffentlichkeit Gehör finden. Aber ganz wichtig: Wir arbeiten faktenbasiert und betreiben keine Desinformation.

Nun haben Sie ein Weissbuch erarbeitet, das Sie in Winterthur vorstellen. Warum?

Litigation-PR ist in Europa noch nicht so verbreitet wie im angelsächsischen Raum. Fachliteratur gibt es kaum. Das Weissbuch soll als Handbuch die verschiedenen Aspekte der Domäne abdecken und zu ihrer Professionalisierung beitragen. Dazu tragen auch die ZHAW und ihr Professor Patrick Krauskopf viel bei, indem die Hochschule ein spezifisches Kompetenzzentrum aufgebaut hat und an ihrer jährlichen Fachtagung Experten aus Recht und Kommunikation zusammenbringt.

Laurent Ashenden ist Gründer und Geschäftsführer von Voxia Communication. Am Mittwoch stellt er sein Weissbuch im Rahmen der Litigation-PR-Tagung an der ZHAW School of Management and Law vor: [www.litigation-pr.ch](http://www.litigation-pr.ch)

Öffentlichkeitsarbeit in grossen Prozessen wird immer wichtiger: Laurent Ashenden. Foto: PD