

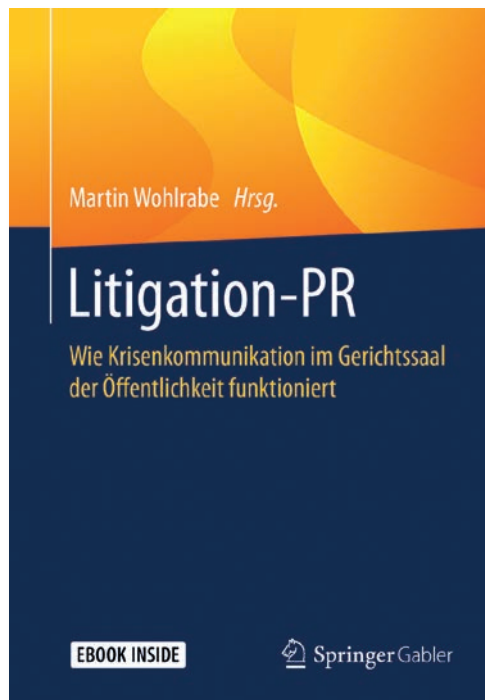
„Mehr Sprach-Chirurgie als Hurra-PR“

Kennen Sie eine schlechte Rezension über das Buch „Litigation-PR“ (Springer Gabler)? Ich nicht! Und das hat natürlich Gründe. Dem Herausgeber Martin Wohlrabe, den wir von seiner Tätigkeit als umtriebigen Geschäftsführer der CONSILIUM Rechtskommunikation in Berlin und als charmanten Gastgeber des „Rechtskommunikationsgipfels“ (nächster Termin: 18.11. in Düsseldorf) kennen, hat ein sehr lesens- und empfehlenswertes Buch über Krisenkommunikation publiziert.

Die Themenvielfalt der Gastbeiträge und Interviews vermittelt einen interessanten Überblick über die Fallstricke interner und externer Kommunikation. Ich schreibe es mal ganz offen: Viele Kanzleien – mit oder ohne eigene Pressestelle – können hier jede Menge über essenzielles und professionelles Handwerkszeug lernen. Von manchem Stelleninhaber (m/w) ganz zu schweigen.

Martin Wohlrabe weiß aus der Praxis, wovon er spricht und schreibt. Deshalb ist er erfolgreich. Messerscharf analysiert er: „In der Litigation-PR gibt es keine Standardprozedur, keine Schablone für alle Krisen. Vielmehr ist jeder Fall individuell.“ Man braucht für (Krisen-) Kommunikation eben nicht nur einen Instrumentenkasten, sondern auch Menschen, die wissen, wie man damit umgeht! Die Pflege des kanzleieigenen Facebook-Accounts und das Versenden liebloser bzw. fehlerbehafteter Pressemitteilungen ist damit eben nicht gemeint.

Gefallen hat mir, dass viele Autoren Klartext schreiben. Beispiel Karin Matussek (Bloomberg). Sie zuckt leicht zusammen, wenn „Unternehmens- oder Verbandssprecher uns Journalisten als ‚liebe Kollegen‘ ansprechen. Anders ausgedrückt: „PR-Berater und Pressesprecher ziehen an einem ganz anderen Strang als Mitglieder der berichtenden Zunft.“ Matussek ruft auch in Erinnerung, dass die meisten Journalisten „Generalisten“ sind. Sie berichten „alles vom Kannibalen von Rotenburg bis Basel 3.“ Und viele Journalisten verfügen über keinen juristischen Sachverstand. Warum auch? Aber auch das muss man als Öffentlichkeitsarbeiter(in) wissen und verstehen.



Durch die 227 Seiten zieht sich der Gedanke, dass man Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ernstnehmen und professionell gestalten muss. Aus Gesprächen mit Beratern und Verwaltern weiß ich aber, dass viele am liebsten unterhalb des Radarschirms der medialen Öffentlichkeit arbeiten. Aber was spricht wirklich dagegen, die „öffentliche Erregungskurve“ gezielt zu beeinflussen? Indem man souverän „die interessierte Öffentlichkeit“ auf dem Sanierungsweg mitnimmt und vertrauliche und vertrauensbildende Hintergrundgespräche, Interviews und Pressekonferenzen veranstaltet und möglichst offen, ehrlich und transparent über den Fortgang eines Verfahrens informiert? Es soll an dieser Stelle aber auch nicht verschwiegen werden, dass es ein „Recht zu Schweigen“

gibt. Prof. Dr. Christoph Knauer: „Eine Kommunikationspflicht gegenüber Journalisten gibt es gerade eben nicht.“

Mit besonders großem Interesse habe ich das Kapitel „Litigation-PR in der Insolvenz“ von Tobias Vogel gelesen. Er plädiert dafür, „mit einer klaren, nicht technischen Sprache die aktuelle Situation und die anstehenden Schritte“ zu kommunizieren. Und sehr deutlich gibt er zu bedenken: „PR im Insolvenzrecht ist regelmäßig mehr Sprach-Chirurgie als Hurra-PR.“

Weitere Beiträge befassen sich mit medialer Vorverurteilung, PR in (Wirtschafts-) Strafverfahren, Compliance, Datenschutz, D&O-Schadensbewältigung, Medienrecht sowie der Bedeutung und Bespielbarkeit sozialer Medien.

Damit Sie aber jetzt nicht denken, dass es gar nichts zu kritisieren gibt, ende ich mit folgenden Hinweisen: Gerne hätte ich deutlich mehr darüber gelesen, wie vielseitig „Öffentlichkeit“ ist. Man denke nur an die (häufig) interessengesteuerten Rollen der Lokalpolitik und -medien, der Kirchen und Gewerkschaften. Und sehr gerne hätte ich mehr über gute und schlechte Beispiele interner Kommunikation erfahren. Und, ja, ein Glossar wäre nützlich gewesen. Und, mea culpa, auch die Gestaltung des Textes bzw. eine moderne und optisch ansprechendere Gestaltung (der Fotos) hätte auf Seiten des Verlags etwas mehr Engagement verdient. Aber das sind Randbemerkungen. Die Lektüre lohnt.

Martin Schramm