
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
AutorInnenverzeichnis	XIII
1. Litigation PR in a nutshell (Anna Harmer)	1
1.1. Im Gerichtssaal der Öffentlichkeit	2
1.2. Justiz und Medien	3
1.3. Worüber Medien berichten	4
1.4. Hello Litigation PR	6
2. Litigation PR: Strategie und Taktik	11
2.1. Litigation-PR-Strategie am Prüfstand (Nele Renzenbrink)	11
2.1.1. Der Prozessstrategie folgen!	11
2.1.2. Auf die relevanten StakeholderInnen fokussieren!	12
2.1.3. Zur rechten Zeit!	14
2.1.3.1. Phase I – Ermittlungen	15
2.1.3.2. Phase II – Der Prozess	16
2.1.3.3. Phase III – Das Urteil	17
2.1.4. Aktiv!	17
2.1.5. Sachlich, kurz und einfach!	18
2.1.6. Transparent und offen!	19
2.1.7. Die Gesamtkommunikation hinterfragen!	20
2.1.7.1. Die eigene Kommunikation	20
2.1.7.2. Kommunikative Großwetterlage	21
2.1.8. So gut vorbereitet sein wie möglich!	21
2.1.9. Spin geben!	22
2.2. Exkurs: Litigation PR in der Offensive (Nele Renzenbrink)	24
2.2.1. „Groß“ vs „klein“	24
2.2.2. „Klein“ vs „groß“	25
2.2.3. Fälle strategischer Prozessführung	25
2.3. Litigation-PR-Strategie auf die Straße gebracht (Nele Renzenbrink)	27
2.3.1. Das Team	27
2.3.1.1. JuristInnen und PR-ExpertInnen	27
2.3.1.2. SpeakerInnen	28
2.3.2. Die Litigation-PR-Toolbox	32
2.3.2.1. Presseaussendungen	32
2.3.2.2. Pressekonferenzen	33
2.3.2.3. Hintergrundgespräche	34
2.3.2.4. Exkurs zu den Bedingungen	34
2.3.2.5. Interviews	36
2.3.2.6. Gastkommentare	36
2.3.2.7. Websites	37
2.3.2.8. Bilder	37
2.3.2.9. Beobachten und eingreifen	38

2.4.	Exkurs: Litigation PR im Social Web (<i>Judith Denkmayr</i>)	39
2.4.1.	Live-Twittern aus Gerichtssälen	39
2.4.2.	Maßnahmen im Bereich Social Media	40
3.	Litigation PR im Strafrecht (<i>Lukas Kollmann/Bernhard Silatani-Wiesbauer</i>)	43
3.1.	Abstract	43
3.2.	Zum Begriff „Litigation PR“	43
3.3.	Ansprüche an Litigation PR im Strafrecht	44
3.4.	Medien und Unschuldsvermutung	46
3.5.	Informationen aus Strafverfahren	47
3.6.	Anwendungsfeld im Strafrecht	48
3.7.	Zur Rollenverteilung	50
3.8.	Grundsätze bei der Zusammenarbeit mit den Medien	51
3.9.	Stellungnahmen gegenüber der Presse	52
3.10.	Nachteile der „No-Comment-Strategie“	53
3.11.	Besondere Herausforderungen durch das Internet	54
3.12.	Ausblick	55
4.	Litigation PR – Rechtliche Spielregeln und Grenzen kommunikativer Begleitung von Gerichtsverfahren (<i>Stephan Albiez/Clarissa Nitsch</i>)	57
4.1.	Vorbemerkung	57
4.2.	Ziele der Litigation PR in Gerichtsverfahren	58
4.3.	Rechtlicher Rahmen für Litigation PR	59
4.4.	Sonderfall Massen- und Sammelklagen	60
4.5.	Beschaffung und Weitergabe von Informationen	61
4.5.1.	Informationsquellen	61
4.5.1.1.	Anwaltliche Verschwiegenheitspflicht	61
4.5.1.2.	Grundsatz der Öffentlichkeit	62
4.5.1.3.	Einsicht in Gerichtsakten	62
4.5.2.	Weitergabe von Information	63
4.5.3.	Privilegierung von Prozessvorbringen – Kein Copy-Paste für die Presse	63
4.6.	Ansprüche bei Rechtsverletzungen in der Medienarbeit	64
4.7.	Rechtsrahmen der Zusammenarbeit	66
4.7.1.	Prozessvollmacht – Mandatsvereinbarung	66
4.7.2.	Haftung für die Kommunikations-Expertin bzw den -Experten	66
4.8.	Fazit	68
5.	Verdachtsberichterstattung, Vorverurteilung und Prangerwirkung (<i>Katharina Raabe-Stuppig/Gerald Ganzger</i>)	69
5.1.	Einleitung	69
5.2.	Wann ist das Mediengesetz überhaupt anzuwenden?	70
5.3.	Was gilt es im Allgemeinen bei der Berichterstattung über vermutete Straftaten zu beachten?	71

5.4.	Welche Normen sind im Einzelnen relevant, und was ergibt sich daraus?	74
5.4.1.	MedienG – Entschädigungsverfahren	74
5.4.1.1.	§ 6 MedienG – Üble Nachrede, Beschimpfung und Co	74
5.4.1.2.	§ 7a MedienG – Identitätsschutz in besonderen Fällen	77
5.4.1.3.	§ 7b MedienG – Verletzung der Unschuldsvermutung	79
5.4.2.	MedienG – Gegendarstellung und nachträgliche Mitteilung	80
5.4.2.1.	Gegendarstellung	80
5.4.2.2.	Nachträgliche Mitteilung über den Ausgang eines Strafverfahrens	82
5.4.3.	Ehrenbeleidigung und Kreditschädigung gemäß § 1330 ABGB	83
5.4.4.	Recht am eigenen Bild – § 78 UrhG	84
5.5.	Entwicklung der Verdachtsberichtserstattung	84
5.6.	Ablauf des Verfahrens	85
5.6.1.	MedienG – Entschädigungsverfahren	85
5.6.2.	MedienG – Gegendarstellung und nachträgliche Mitteilungen	86
5.6.3.	Zivilverfahren nach § 1330 ABGB und § 78 UrhG	87
5.7.	Zusammenfassung/Schnellcheck	88
6.	Litigation PR aus Sicht der Justiz	89
6.1.	Rahmenbedingungen und Herausforderungen in der WKStA bei medial begleiteten Verfahren. Interview mit dem Oberstaatsanwalt Mag. <i>Michael Schön</i> (<i>Nicole Bäck-Knapp</i>)	89
6.2.	Einflüsse der medialen Öffentlichkeit auf Gerichtsverfahren – oder doch nicht? Interview mit dem Richter Mag. <i>Andreas Pablik</i> , LL.M. (WU) (<i>Nicole Bäck-Knapp</i>)	95
7.	„MeToo“ aus Sicht einer Arbeitgeberanwältin (<i>Katharina Körber-Risak</i>)	103
7.1.	Sexuelle Belästigung	103
7.1.1.	Zahlen, Daten, Fakten	103
7.1.2.	Der Einfluss von „MeToo“	104
7.1.3.	Sexuelle Belästigung als Ausdruck des bestehenden Geschlechter- und Machtverhältnisses	105
7.2.	Rechtliches	106
7.2.1.	Gesetzliche Grundlagen	106
7.2.2.	Rechtsschutz bei sexueller Belästigung	107
7.2.2.1.	Für die belästigte Person	107
7.2.2.2.	Für den/die (mutmaßliche/n) BelästigerIn	108
7.2.2.3.	Geringe Präventionswirkung der rechtlichen Normen	109
7.2.2.4.	Keine Verpflichtung zur Prävention durch ArbeitgeberInnen	110
7.3.	Mediale Begleitung von Verfahren	110
7.3.1.	Interessenlage an der Berichterstattung	110
7.3.2.	Vorgehen der Arbeitsgerichte	111
7.3.3.	Prozesse mit Medieninteresse	112
7.4.	Best Practice für Arbeitgeberunternehmen	114
7.4.1.	Investition in Prävention	114
7.4.2.	Rasche Reaktion	114

8. Kartellrecht (<i>Bernhard Kofler-Senoner/Philipp Schaubach</i>)	117
8.1. Einleitung	117
8.2. Prävention	118
8.3. Fallgruppen von (Litigation) PR im Kartellrecht	121
8.3.1. Hausdurchsuchungen	121
8.3.2. Interne Untersuchungen	123
8.3.3. Kronzeugenregelung	124
8.3.4. Kartellverfahren	125
8.3.4.1. Beginn des Kartellverfahrens	125
8.3.4.2. Ende des Kartellverfahrens	126
8.3.5. Schadenersatzverfahren	126
8.3.6. Missbrauchsverfahren	126
8.3.7. Zusammenschlussverfahren	127
9. Kommunikation bei Restrukturierungen	129
9.1. Die Bedeutung von Kommunikation bei Restrukturierungen. Interview mit Mag. <i>Miriam Simsa (Nicole Bäck-Knapp)</i>	129
9.2. Restrukturierungs-PR: Zwischen der Büchse der Pandora und dem Heiligen Gral (<i>Elisabeth Strasser</i>)	133
9.2.1. Wenn Schweigen nicht zu Gold wird	133
9.2.2. Zwischen StakeholderInnen, Medieninteressen und Unternehmenszielen	134
9.2.3. Vom Familienunternehmen zum Finanzskandal und einer erfolgreichen Restrukturierung: Das Beispiel <i>kika/Leiner</i>	134
9.2.4. Der große Fall: Die mediale Berichterstattung bis zur Übernahme	134
9.2.5. Wie der Phoenix aus der Asche: <i>kika/Leiner</i> kehrt zurück	135
9.2.6. Der Weg ist das Ziel: Neue PR-Strategie für <i>kika/Leiner</i>	136
9.2.7. Resümee	136
10. Im Gerichtssaal der Öffentlichkeit: Der Blick einer Journalistin (<i>Hedi Schneid</i>)	139
10.1. Die Vorverurteilungen	140
10.2. Die Rahmenbedingungen	141
10.3. Wie sich die Justiz Litigation PR zu eigen machen kann	142
10.4. Die Rolle der Medien in der Litigation PR	143
11. Framing: Wie Emotionen moralische Urteile prägen (<i>Vanessa Salzer</i>)	149
11.1. Frames sind die Grundlage von moralischen Urteilen	149
11.2. Theoretische Grundlagen	150
11.2.1. Jede Entscheidung unterliegt Emotionen	150
11.2.2. Wie Frames die Welt deuten	150
11.3. Politisches Framing	151
11.3.1. Die Story	152
11.3.2. Die Moral	152
11.3.3. Die Überredungskunst	153
11.4. Framing und Litigation PR	154
11.4.1. Reputation sichern	154
11.4.2. Komplexität reduzieren	154

11.4.3. Reframen – Sich ein neues Image verpassen	155
11.4.4. Die Macht der sozialen Medien nutzen	155
11.4.5. Agieren statt reagieren – Den Frame von Anfang an mitbestimmen	156
11.4.6. Die AkteurInnen	157
11.5. Der Fall <i>Murer</i>	158
11.6. Der U-Bahn-Schütze von New York	160
11.7. <i>Amanda Knox</i> : Vom „Engel mit den Eisaugen“ zu „America’s Sweetheart“	161
11.8. <i>Richard Scrushy</i> : The Good Guy	163
Stichwortverzeichnis	167