

„KANZLEIEN KÖNNEN SELTEN FREI AGIEREN“

Martin Wohlrabe ist Kommunikationsberater, Spezialist für Litigation-PR – und selbst Anwalt. Er erklärt, warum sich **Kanzleien** mit **Krisenkommunikation** schwerer tun als andere Unternehmen.

Warum machen auch große Law Firms in Sachen Kommunikation eine so schlechte Figur und ziehen sich selbst bei offenkundigem Fehlverhalten wie Cum-Ex auf den Standpunkt zurück, dass sie doch nach Recht und Gesetz gehandelt hätten?

Martin Wohlrabe: Sie können nicht anders. Stichwörter: Standesregeln und Verschwiegenheitsverpflichtungen. Darüber hinaus würden sie selbst heutzutage noch Haftungsansprüchen und eventuell weiteren strafrechtlichen Ermittlungen Tür und Tor öffnen. Freshfields ist da kommunikativ zwischenzeitlich einen großen Schritt gegangen, spricht unter anderem davon, dass die Beratung kein Ruhmesblatt gewesen sei. Wir dürfen außerdem nicht vergessen, dass die Ereignisse über zehn Jahre zurückliegen.

Die Öffentlichkeit blickt inzwischen kritischer auf Unternehmen ...

Genau, es hat sich gesellschaftlich viel getan. Compliance-Themen und Managerhaftung haben echte Bedeutung bekommen. Heute würde wohl kaum eine Kanzlei mehr so agieren, wie einige das in Sachen Cum-Ex vor 15 Jahren getan haben. Noch bis vor wenigen Jahren war es für große Konzerne normal, ihren Steuersitz in Ländern wie Irland zu haben, um Geld zu sparen. Gegen solches Verhalten läuft die Öffentlichkeit inzwischen Sturm. Selbst Regierungen denken darüber nach, diesem Verhalten Einhalt zu gebieten.



Kanzleien können selten so frei agieren, wie es womöglich in ihrem eigenen Interesse wäre.

Eine Anwaltskanzlei ist kein Unternehmen wie jedes andere. Was sind die wichtigsten Unterschiede im Hinblick auf die Kommunikation?

In der Partnerrunde sitzen ausschließlich Miteigentümer, es gibt kaum klassisches angestelltes Management. Entsprechend zurückhaltend ist mancher Partner, weil Krisenprävention Geld kostet und sich damit unmittelbar negativ auf die jährliche Ausschüttung auswirkt. Dazu kommt: Kanzleien stehen vor einem klassischen Dilemma. Sie sind immer auch abhängig davon, was die Mandanten

vertreten, wünschen und erlauben. Das muss in der Kommunikation berücksichtigt werden. Kanzleien können selten so frei agieren, wie es womöglich in ihrem eigenen Interesse wäre.

Was sind typische Reputationskrisen für eine Kanzlei?

Falschberatung, persönliches Fehlverhalten, moralisch fragwürdiges Vorgehen. Und alles ist in den vergangenen Jahren vorgekommen. Beispiele sind Cum-Ex, parlamentarische Untersuchungsausschüsse, Strafprozesse gegen Kanzleipartner wegen Übergriffen gegenüber Mitarbeitern.

Beobachten Sie in der Branche ein Umdenken? Stärken Kanzleien jetzt ihre Kommunikation, um sich für Krisen zu wappnen?

Ja. Einige Kanzleien haben aufgrund der Berichterstattung und auch des Cum-Ex-Prozesses in Bonn ihr Krisenmanagement und die -prävention deutlich professionalisiert.

Was müssten Großkanzleien im Detail ändern, um ihre kommunikative Risikovorsorge zu verbessern?

Sie müssten dem Thema einfach mehr Gewicht geben. Gefragt wäre eine schonungslose Analyse, wo Probleme lauern. Sie müssten einen Plan erarbeiten, wie mit einem solchen im Fall der Fälle umgegangen werden müsste, außerdem Abläufe und Ansprechpartner benennen und ein umfassendes Issue-Monitoring betreiben. ◀