

# KomMa,

Das Magazin für Kommunikationsmanager

## DAS LEBEN IST EIN SPIEL

Als er zu Adidas kam, wurde Fußballweltmeister Christoph Kramer gerade geboren. In dem vergangenen Vierteljahrhundert hat sich die Kommunikationswelt des Jan Runau mindestens genauso schnell gedreht wie die Sportwelt.



**FAKTOR MENSCH** Was müssen Kommunikationsabteilungen künftig können?

**SCHWERPUNKT KRISENKOMMUNIKATION** Terror, Flüchtlinge, Volkswagen

**GESCHÄFTSBERICHTE** Einsatz- und Umsetzungsmöglichkeiten sind vielfältig geworden



Not amused:  
Seine folgenschweren  
Äußerungen aus dem Jahr  
2002 haben Ex-Deutsche-  
Bank-Chef Rolf Breuer bis ins  
Jahr 2016 begleitet.

© Sven Happe/cipco/picture alliance

Rechtsrisiken

# NACH DERZEITIGEN ÜBERLEGUNGEN

Die Verrechtlichung in der PR schreitet unaufhaltsam voran. Zeit für die Kommunikationsmanager, bei den Botschaften der Kollegen noch genauer hinzusehen und zuzuhören. Text: Martin Wohlrahe

**DIE ZEITBOMBE TICKT** unter Punkt 99c – gut versteckt und voller Sprengkraft. In einem aktuellen Consultation-Paper der europäischen Wertpapieraufsicht (ESMA) heißt es sinngemäß: Wer sich künftig irreführend in Interviews äußert, dem soll die Behörde fester auf die Finger klopfen dürfen. Noch ist nicht ausgemacht, was aus dem ESMA-Vorschlag wird, aber die Tendenz ist klar: Die Verrechtlichung der Kommunikation schreitet voran.

Los ging es in diesem Jahr mit Ex-Deutsche-Bank-Chef Breuer. Anschließend meldete sich erstmals der Aldi-Clan

in einem dramatischen Rechtsstreit mehrfach öffentlich zu Wort – und jetzt die Diskussion um die ESMA. In der Praxis lässt sich beobachten, dass juristischer Sachverstand in der PR eine immer wichtigere Rolle spielt. Jetzt werden Sie denken: Klar, hier schreibt auch ein Jurist. Aber betrachten wir die Situation einmal gemeinsam näher.

## AUSSAGEN MIT FOLGEN

In einem Hearing in Paris hat die ESMA folgenden Fall und die Folgen aus ihrer Sicht geschildert: Am Jahresanfang

gibt der CEO ein Interview. Aussage: Wir planen keine Akquisitionen im laufenden Jahr. Kommt es Monate später doch zu Übernahmegesprächen, müsste er diese künftig umgehend öffentlich machen – das Ende jeder Verhandlung. Die Folge: Die Unternehmenskommunikatoren müssen künftig noch genauer darauf achten, wie Interviewantworten formuliert sind. Im Zweifelsfall werden weitere Einschränkungen im Sinne von „nach derzeitigen Überlegungen“ nötig.

Böse erwischt hat es dieses Jahr Ex-Deutsche-Bank-Chef Breuer. Sein ehemaliger Arbeitgeber bekommt 3,2 Millionen Euro für seine Äußerungen über Leo Kirch im Jahr 2002. Wir erinnern uns alle: Breuer hatte in einem Interview die Kreditwürdigkeit von Leo Kirch in Frage gestellt, wenig später war Kirch pleite. Diese unbedachte Aussage kostet Breuer nun etwa ein Drittel seines privaten Vermögens.

#### LITIGATION-PR

Und worum geht es bei Aldi? Aktuell sorgt die Aldi-Familie für viel Furore. Da ist der Clan über Jahrzehnte so schweigsam wie das hauseigene stille Mineralwasser, und dann gleich zwei große Wortmeldungen innerhalb weniger Wochen. Erst ein Stern-Titel, kurz darauf das große Handelsblatt-Interview. Doch was steckt dahinter? Wir erleben hier prozessbegleitende Öffentlichkeitsarbeit in Reinform. Die Aldi-Erben kämpfen um die Macht im Konzern, ausgetragen wird die Auseinandersetzung unter anderem vor dem Verwaltungsgericht. Ein Familienteil geht in die Öffentlichkeit, um so für seine Interessen zu trommeln.

Man sieht also: Es tut sich was in der PR, sobald es rechtliche Auseinandersetzungen betrifft. Auch wenn es hier um die verschiedensten Felder geht, gilt generell: Kommunikation und Recht gehören stärker denn je zusammengedacht. Wer eins ohne das andere betrachtet, wagt ein gefährliches Vabanquespiel. Behördliche Notifikationspflichten, Ad-hoc-Meldungen, aktienkursrelevante Informationen – die Liste ließe sich beliebig fortführen, sie belegt vor allem eins: Kommunikation und Recht sind zwei Seiten einer Medaille.

#### STOFF FÜR EMOTIONEN

Und diese Entwicklung wird künftig auch verstärkt in die Gerichtssäle einzie-

hen. Derzeit plant Justizminister Maas, die Regeln fürs Court-TV zu lockern. Konkret will er erlauben, künftig die Verkündung von Urteilen an obersten Bundesgerichten live zu übertragen – so wie wir es bislang ausschließlich vom Bundesverfassungsgericht kennen. Damit haben wir zwar noch lange keine US-amerikanischen Verhältnisse, aber die Richtung ist klar: Emotionen ziehen Medien an. Und garantieren nicht gerade juristische Auseinandersetzungen häufig emotionale Stoffe? Wir können uns also alle sicher sein: Kommunikation und Recht werden uns im Zusammenspiel alle noch lange beschäftigen. Das gilt auch für die heute mehr denn je wichtigen sozialen Netzwerke.

#### IKEAFAIL

Hier legte zuletzt der Möbelgigant Ikea eine veritable Bauchlandung hin. Die Schweden ließen die Betreiberin der eigentlich recht harmlosen Webseite ikea-hackers.net abmahnen. Grund: Schutz der Markenrechte. Die Homepage zeigte Privatleuten, was man so alles aus Ikea-Produkten basteln kann. Die Folge: negative Berichte in der internationalen Presse und ein globaler Shitstorm unter dem Hashtag „Ikeafail“. Shitstorms sind das „Empörungsinstrument der Generation Twitter“, wie der Passauer Rechtswissenschaftler Dirk Heckmann einmal zu Recht sagte. Auf Facebook schrieb ein User: „Wer ohne Rücksicht auf Verluste seine Markenrechte durchsetzt, hat es nicht verdient, dass ich dort Kunde bin.“ Der Fall ist zwar etwas anders gelagert als die vorherigen – das Prinzip bleibt allerdings dasselbe.

Unternehmen tun gut daran, Unternehmenskommunikation und Rechtsabteilung so eng wie möglich zu verzahnen. Natürlich treffen hier Welten aufeinander – aber mit dem Vier-Augen-Prinzip und einem guten Miteinander sind doch meist die besten Ergebnisse möglich: Denn nicht immer ist gut, was juristisch möglich, sondern vor allem was wirtschaftlich sinnvoll ist. Und genau hier setzt die Aufgabe von Kommunikatoren an: ganzheitlich die Augen offen zu halten. 9

Martin Wohlrabe ist gelernter Anwalt und Geschäftsführer von Consilium Rechtskommunikation in Berlin.