

Infoletter

Zentrum für Wettbewerbs- und Handelsrecht

Compliance Kompakt

September 2019

LITIGATION-PR-Tagung 2019: Die Macht des Bildes

«Ein Bild sagt mehr als tausend Worte» - eine Binsenwahrheit. Aber in der Zeit von Social Media verbreiten sich Bilder rasend schnell und beeinflussen die Meinung der Öffentlichkeit, Was bedeutet dies für Rechtsstreitigkeiten, Gerichtsprozesse und die Justiz? An der [4. Litigation-PR-Tagung](#) am 10. April 2019 an der ZHAW in Winterthur stellten sich unter anderem Armin Wolf, Karin Matussek und Christoph Blocher der Diskussion.



Das Panel der Litigation-PR: v.l.n.r. Dr. Mascha Santschi Kallay, Jürg Hofstettler, Prof. Dr. Patrick Krauskopf, Laurent Ashenden, Alexander Gendlin

Mit dieser Herausforderung hiess Prof. Dr. [Reto Steiner](#), Direktor der [ZHAW School of Management und Law](#), die TeilnehmerInnen und ExpertInnen in Winterthur willkommen. Danach eröffnete Prof. Dr. [Patrick L. Krauskopf](#), Leiter [Zentrum für Wettbewerbs- und Handelsrecht](#) die Tagung. Aus seiner Sicht seien nur 10% des Erfolgs in einem Rechtsstreit auf juristische Fachkenntnisse zurückzuführen. Der Rest des Erfolgs hänge ab von interdisziplinären Fähigkeiten wie zum Beispiel Kommunikation und Leadership. Litigation-PR habe dabei zum Ziel, Rechtsstreitigkeiten interdisziplinär anzugehen, das bedeutet, dass die sozio-kulturelle, rechtliche und wirtschaftliche Perspektive mit einbezogen werden muss. Es gehe dabei aber nicht darum, nur die Judikative zu erreichen, sondern seine Position auch in der öffentlichen Meinung verankern zu können. Denn wer nicht nur recht bekommen, sondern auch haben will, komme nicht darum herum, alle Stakeholdern in die Kommunikationsstrategie mit einzubeziehen. Die ZHAW sei bislang die einzige Hochschule im deutschen Sprachraum, die die damit einhergehenden Herausforderungen, aber auch Chancen, erkannt hat und sich nachhaltig und interdisziplinär damit befasst.



«An Bildmanipulationen haben wir uns gewöhnt. Das nächste grosse Ding sind Videomanipulationen. Wer glaubt dann noch den Medien?»: Dr. Armin Wolf, stv. Chefredakteur ORF

«Die Macht der Bilder» oder «Wenn Influencer Innenstädte lahmlegen»

Wie schwierig es nun ist, den Einfluss von Bildern in der Kommunikation zu bewerten und gerade als Journalist beim Publikum auch eine kritische Haltung auszulösen, erläuterte Key-Note-Speaker Dr. [Armin Wolf](#), stellvertretender Chefredakteur beim [ORF](#) und Moderator der Nachrichtenjournals [zib2](#) in seiner Key-Note «Die Macht des Bildes im Zeitalter von Social Media und Fake News». Einer der Wendepunkte war dabei – lange vor dem Internet – die Präsidentschaft Ronald Reagans, der ganz bewusst Bilder zur Kommunikation nutzte und von professionellen PR-Leuten eine «TV-Präsidentschaft» inszenieren liess. Heute nun erlauben soziale Medien jedem, über Bilder den öffentlichen Diskurs zu beeinflussen. Dies zeige sich nicht nur in rechtlichen und politischen Auseinandersetzungen, wo immer mehr auch Bilder zur Kommunikation eingesetzt werden, sondern auch daran, wie sogenannte «Influencer» mit wenigen Mitteln und aufgrund des sie umgebenden Hypes [ganze Innenstädte lahmlegen können](#).

Eine Verlegerin und eine Kantonsrichterin im Interview

Nationalrätin und Verlegerin [Min Li Marti](#) äusserte sich im anschliessenden Gespräch [Journalist Jean-Francois Tanda](#) über die Herausforderungen, die sich ihr in ihrem Alltag stellen. Als Herausgeberin einer [unabhängigen aber politisch positionierten Zeitung](#), stellen sich ihr andere Herausforderungen im Hinblick auf die Entwicklung der Medienlandschaft als den meisten grösseren Medienverlagen. Die klare Positionierung und Unabhängigkeit ist dabei ebenso Fluch wie Segen, wenn es darum geht, genügend Ressourcen zu gewinnen, um Entwicklungen in Politik und Gesellschaft kritisch zu begleiten.

Im Interview mit [Peter Hartmeier](#) äusserte sich die Luzerner Kantonsrichterin [Marianne Heer](#) über den Zeitenwandel an den Gerichten. Die Justiz von heute stamme immer noch aus dem vergangenen Jahrhundert, deren unabhängigen Akteuren die Öffentlichkeitsarbeit fremd sei. Nichtsdestotrotz sieht sie die Notwendigkeit: Richter würden gewählt, weshalb es richtig sei,

dass nicht nur Staats- und Rechtsanwälte während spektakulären Fällen kommunizierten. Jedoch unterlägen Straftäter oder Opfer während Verhandlungen dem Datenschutz, weshalb es unerlässlich sei, deren Persönlichkeitsrechte zu schützen.

Josef Ackermann und das berühmt-berüchtigte Victory-Zeichen

[Karin Matussek](#), Korrespondentin für Recht und Justiz bei [Bloomberg](#), äusserte in ihrer Key-Note «Sich ein Bild machen – Bilder, Sprache und Journalismus zwischen Justiz und Wirtschaft» zum Einfluss von Bildern und Texten im Wirtschaftsjournalismus. Ein Beispiel war dabei der Mannesmann-Prozess und das mittlerweile berühmte Foto des damaligen Vorstandssprechers der Deutschen Bank, Josef Ackermann, mit dem [Victory-Zeichen](#). Dem Bild – und damit dem Menschen – wurde schnell der Titel «hässliches Gesicht des Kapitalismus» zugeschrieben. Über die tatsächlichen Hintergründe wurde kaum berichtet: Weil das Gericht sich verspätet hatte, scherzten Ackermann und seine Mitangeklagten, um sich die Wartezeit zu vertreiben. Ackermann imitierte dabei im Scherz Michael Jackson. Der Sänger war in der gleichen Woche mit dem V-Zeichen vor die Medien getreten – als Angeklagter im Kindsmisbrauchsprozess. Gegen die Macht der scheinbaren Botschaft des Bildes gingen die Fakten unter.



«Bilder sind ambivalent. Jeder ist scheinbar dabei gewesen.»: Karin Matussek, Bloomberg

Im anschliessenden von Prof. Dr. Patrick Krauskopf geleiteten Panel diskutierten die Rechtskommunikationsexpertin Dr. [Mascha Santschi Kallay](#), der Leiter der Kommunikation der ZHAW SML [Jürg Hostettler](#), der Geschäftsführer von [Voxia communication](#) [Laurent Ashenden](#) und der Gründer von [lawbusiness](#) [Alexander Gendlin](#), wie wichtig gerade für die Öffentlichkeit die Verbindung von Fakten und Geschichten ist. Dabei zeigte [Laurent Ashenden](#) am Beispiel der UBS, wie gezielt Gegengeschichten eingesetzt wurden mit dem Ziel, eine Imagekorrektur zu bewirken. Alexander Gendlin ergänzte, dass man nicht nur vor Gericht Recht bekommen muss, sondern dies auch in der Öffentlichkeit auch entsprechend wahrgenommen werden müsse.

Zwei alt Bundesräte zum Abschluss

Die Abschluss Key-Note «Kommunikation in Politik und Wirtschaft – Ein Erfahrungsbericht» wurde von alt Bundesrat [Christoph Blocher](#) gehalten. Nach seiner Erfahrung bedeutet Krisenkommunikation immer, dass man in der Öffentlichkeit «hinstehen und die Wahrheit sagen muss». Wer versuche zu verschleiern, schade am Ende sich, seiner Firma und seinen Anliegen. Alt Bundesrat [Kaspar Villiger](#) stimmte beim anschliessen Gala-Dinner im Haus zur Geduld dieser Sichtweise grundsätzlich zu, betonte jedoch, dass man die ganzen Krisenvorbereitungen nicht überschätzen sollte. Denn ob eine Person letztlich in der Lage sei, in der Krise richtig reagieren und nachhaltig zu agieren, wisse man immer erst, wenn die Krise da ist.



Weshalb brauchen Firmen eine Sprachregelung? Nur, weil sie nicht sagen können oder wollen, wie etwas wirklich ist.»: Alt Bundesrat Dr. Christoph Blocher



«In der Krisenkommunikation sollte man auf Querdenker hören.»: Alt Bundesrat Kaspar Villiger

Tagung 2020: Call for Contribution

Am 2. April 2020 findet bereits die 5. Litigation-PR-Tagung statt. Bereits jetzt freuen wir uns über Ideen und Beiträge zum Thema Litigation-PR sei es aus dem Gebiet der Rechtskommunikation, der Öffentlichkeitsarbeit, dem Campaigning oder damit verwandeter Disziplinen aus der Praxis und der Forschung. Nutzen Sie die Möglichkeit unseres «[Call for Contribution](#)» und reichen Sie Ihren Beitrag ein.

Alle weiteren Informationen dazu sowie die Möglichkeit, sich für den Newsletter anzumelden, gibt es auf [der Webseite der Tagung](#).

Auskunft: [Patrick Krauskopf](#), Leiter Zentrum für Wettbewerbs- und Handelsrecht