

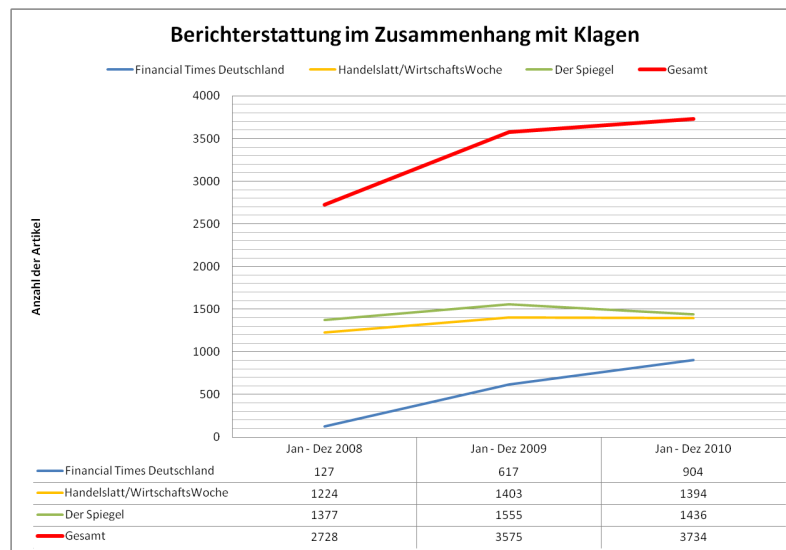
## PRESSEMITTEILUNG

### Holzinger Associates – Crisis & Litigation Communicators

#### **Starker Anstieg in der Berichterstattung über Rechtsstreitigkeiten – „No comment“ weiterhin als Reaktion auf Klagen weit verbreitet – Social Media gewinnt an Bedeutung: Ausländisches Gericht nutzt Facebook für Vorladungen**

**Starnberg/München, 11. April 2011.** Die Berichterstattung in führenden deutschen Medien über Klagen, Prozesse und Rechtsstreitigkeiten nimmt weiterhin stark zu. Mit ihr gewinnt Rechtskommunikation in Deutschland zunehmend an Bedeutung. Das zeigt eine nicht-repräsentative Kurzstudie von Holzinger Associates, einer auf Krisen, Dispute und Rechtsstreitigkeiten hochgradig spezialisierten Kommunikationsberatung.

In der Studie wurde die Berichterstattung von 2008 bis 2010 über Klagen, Prozesse und Rechtsstreitigkeiten in den Archiven von Der Spiegel, Handelsblatt/Wirtschaftswoche und Financial Times (D) analysiert. Insgesamt zeigte sich dabei – bei einem stattlichen Gesamtvolumen von über 10.000 Medienberichten alleine in den ausgewählten Medien – ein Anstieg in der respektiven Berichterstattung von über 30% im genannten Zeitraum. „Eine wesentliche Ursache für den starken Anstieg dürfte auch in der juristischen Aufarbeitung der Finanzmarktkrise liegen“, so Stephan Holzinger, geschäftsführender Gesellschafter der Holzinger Associates GmbH.



#### **„No comment“-Reaktionen der Beklagten nehmen überproportional zu**

„Wenngleich es bei sehr speziellen Sachverhalten, also in Ausnahmefällen, weiterhin vertretbar sein kann, einem Vorwurf oder einer Anschuldigung nicht unmittelbar öffentlich zu entgegnen, sollten die „Kein Kommentar“-Zeiten generell längst hinter uns liegen: Denn wer sich nicht in der Öffentlichkeit wehrt, vergibt die Chance, seine Sichtweise auf dem Meinungsmarkt darzustellen und einem brisanten Vorwurf rasch die Substanz entziehen zu können, bevor daraus ein Flächenbrand werden kann“, kommentiert Stephan Holzinger die Erkenntnis, dass die „No comment“-Reaktionen der Studie zufolge sogar überproportional im untersuchten Zeitraum zunahmen. Dabei belegen diverse Studien, dass ein „Kein Kommentar“ in der Öffentlichkeit mehrheitlich mit Schuld oder der Absicht, etwas zu verheimlichen, gleichgesetzt wird. Eine solche Haltung lässt grundsätzlich Souveränität vermissen und kostet häufig viel Vertrauen – ein wesentlicher Faktor für die Reputation einer Person oder eines Unternehmens.

Nachteiliger als ein „Kein Kommentar“ sind jedoch Reaktionen auf juristische Entwicklungen, die die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens stark beschädigen können. So eröffnete die Deutsche Bank in

der Zins-Swap-Verhandlung vor dem BGH das Drohszenario einer „neuen Finanzmarktkrise“, sollten die Richter den Klägern Recht geben, um dann kurz nach der verlorenen Klage die Auswirkungen des Urteils bewusst kleinzureden.

### **Social Media gewinnt auch in der Litigation-PR an Bedeutung**

Das US-Unternehmen Taco Bell glänzte jüngst mit einer sehr kreativen Reaktion auf eine Klage gegen angeblich minderwertige Qualität seiner Produkte nicht nur durch hochgradig spektakuläre Zeitungsanzeigen („Vielen Dank, dass Sie uns verklagen!“), sondern auch durch eine außerordentlich gelungene, komplementäre Social Media-Kommunikationsstrategie, die seither zufriedene Kunden des Unternehmens öffentlichkeitswirksam stark mobilisierte.

„Social Media ergänzt traditionelle Kommunikationskanäle, ersetzt sie jedoch nicht. Dennoch gewinnen sie auch in der Litigation-PR an Bedeutung“, urteilt Stephan Holzinger. Sie eröffnen einen weiteren Kommunikationskanal, nicht nur für die Verbreitung der eigenen Litigation-PR, sondern auch als Meinungsbarometer.

Über die Auswirkungen der Benutzung von Twitter während laufender Gerichtsverhandlungen debattieren derzeit Experten in verschiedenen europäischen Ländern, da dies beispielsweise auch auf die Vernehmung von Zeugen Einfluss haben könnte. Dass auch Gerichte mit der Social Media-Zeit gehen, bewies Mitte März das Hastings County-Gericht in East Sussex: Es erlaubte einem Kläger die Zustellung einer Vorladung mittels Facebook. Ähnlich haben zuvor Gerichte bereits in Australien, Neuseeland und Canada agiert.

Die vollständige Kurzstudie ist auf Anfrage bei Holzinger Associates erhältlich.

### **Ende der Mitteilung.**

Holzinger Associates ist eine weithin anerkannte, auf Krisen, Dispute, Rechtsstreitigkeiten und Reputationsmanagement für Führungskräfte hoch spezialisierte Kommunikationsberatung aus Starnberg bei München mit einer Repräsentanz in der Bundeshauptstadt Berlin.

Wir entwickeln und verwirklichen zielführende Kommunikations- und Reputationsmanagement-Strategien für Unternehmer, hochvermögende Familien, Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder, Konzerne, mittelständische Unternehmen, Investoren, Institutionen und Verbände in Krisensituationen, bei Disputen sowie in zivil- bzw. strafrechtlichen Auseinandersetzungen. Dabei können wir ad hoc auf ein starkes, spontan belastbares Netzwerk in den (inter-)nationalen Medien und der Politik zugreifen.

### **Rückfragen?**

Verena Gorgol, Assistentin der Geschäftsführung  
+49 (0)8151 44 63 982  
gorgol@holzinger-associates.com  
www.holzinger-associates.com