

Beitrag Aufsichtsrat-Absicherung

Der Druck steigt

Litigation-PR kann die Reputation von Aufsichtsräten schützen, wenn der Medienpranger droht

Von Dr. Armin Sieber

Pflichtverletzungen eines Managers können für die Unternehmen teuer werden. Seit der Aufsehen erregenden ARAG/Garmenbeck-Entscheidung des BGH ist der Aufsichtsrat verpflichtet, mögliche Schadensersatzansprüche der Gesellschaft gegenüber Vorstandsmitgliedern zu prüfen und diese Ansprüche auch zu verfolgen. Das Risiko steigt daher für Manager bei Management-Fehlern in Anspruch genommen zu werden. Das kann nicht nur existenzbedrohende finanzielle Folgen nach sich ziehen. Die oft jahrelange öffentliche Anprangerung in den Medien ist für die Betroffenen mindestens genauso unangenehm. Der Vorverurteilungsmechanismus in der Öffentlichkeit trifft die Betroffenen völlig losgelöst von der Frage, welche konkrete Verantwortung tatsächlich nachweisbar ist.

In jüngster Zeit werden auch immer häufiger Aufsichtsräte mit Haftungsfragen konfrontiert, etwa bei Organversagen oder fehlenden Kontrollmechanismen. Das Risiko steigt, dass Gesellschafter, Verwaltungs- oder Aufsichtsräte in juristische Auseinandersetzungen und damit ins Visier der Öffentlichkeit geraten. Wenn solche Fälle öffentlich werden, und das tun sie in zunehmender Zahl, dann ist auch die Reputation des betroffenen Aufsichtsrates in Gefahr. Eine öffentliche Debatte ist für die eher im Hintergrund agierenden Kontrolleure des Managements oft sehr unangenehm.

Droht ein Rechtsstreit öffentlich zu werden, dann sollte nicht nur eine juristische Strategie sondern auch eine professionelle Medienarbeitsstrategie vorliegen. Viele Top-Führungskräfte schließen daher Manager-Haftpflichtversicherungen ab. Diese D&O-Versicherungen helfen häufig auch im Falle einer kommunikativen Abwehr durch Litigation-PR. Denn aus dem Versuch, Top-Manager mit Haftungsansprüchen zu konfrontieren, kann schnell ein Medienspektakel werden, das auf dem Rücken der Betroffenen ausgetragen wird. Was ist in dem Fall zu tun? Wir haben die 5 wichtigsten Punkte zusammengestellt.

1) Bewerten Sie das Reputationsrisiko

Können der Rechtsstreit und die damit verbundenen Anschuldigungen öffentlich werden? Wenn ja, dann sollte unbedingt über eine kommunikative Strategie nachgedacht werden. Spezialisierte Kommunikationsexperten können mit den Anwälten zusammen eine langfristige Kommunikationsstrategie entwickeln. Solche Litigation-PR Profis agieren dann im Ernstfall auch als Mediensprecher und kanalisieren entsprechende Anfragen. Das dient nicht nur zum Schutz der betroffenen Manager und Aufsichtsräte. Oft übersteigt die Menge der Anfragen die Kapazitäten. Zudem sind die Betroffenen selten die besten Pressesprecher ihrer selbst.

Kommunikationsberatung wenn es um viel geht.

Büroadresse: Deutsches Theater München | Schwanthalerstraße 13 | D-80336 München | Postadresse: Herzog-Theodo-Weg 17 | D-85609 München
Telefon: +49 89 99 27 58 46 | Mobil: +49 172 147 34 92 | armin.sieber@sieber-advisors.de | www.sieber-advisors.de

Bankverbindung: Stadtparkasse Düsseldorf, IBAN: DE86 3005 0110 0015 2205 85, BIC: DUSSEDDXXX | Steuernummer: 146/193/91625 | USt-Id-Nr.: DE304852974

2) Litigation-PR braucht Koordination

Die Vernachlässigung des Zeitfaktors richtet am meisten Schaden an. Eine gute Medien- und Öffentlichkeitsstrategie benötigt Vorbereitung. Argumente müssen abgewogen und im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen bewertet werden. Zudem gibt es einen nicht geringen Abstimmungsaufwand, da in Haftungsstreitigkeiten oft viele Parteien beteiligt sind, mit sehr unterschiedlichen Interessen – bis hin zu den D&O Versicherern. Argumentarien sollte man daher wenn möglich nicht erst dann entwickeln, wenn die Medien an die Tür klopfen. Allzu oft flüchten sich die Anwälte dann in ein bequemes "No comment."

3) Reagieren Sie niemals mit „No Comment“

No comment ist keine Alternative mehr. Selbst wenn es gute Gründe gibt, dass man sich im Moment noch nicht äußert, so kann man wenigstens diese Gründe erläutern. Journalistenanfragen sind keine lästige Pflicht sondern ein Angebot zum Dialog. Man kann zuhören und selbst Fragen stellen, und so offensichtliche Falschaussagen oder Fehleinschätzungen sofort klarstellen. Das signalisiert grundsätzliche Gesprächsbereitschaft und Offenheit. Studien zeigen eindeutig: Fast die Hälfte der Zeitungsleser geht bei einem "No comment" von Schuld aus - für viele kommt das bereits einem Schuldeingeständnis gleich.

4) Sprechen Sie niemals unvorbereitet in der Öffentlichkeit

Die schlimmsten Fehler entstehen durch unvorbereitete Statements – auch und gerade bei Personen mit Führungserfahrung und öffentlichem Standing. Insbesondere vor eine Fernsehkamera sollten sie niemals unvorbereitet treten. Wenn Sie sich für die Kommunikation entscheiden, dann konzentrieren Sie sich auf maximal drei Hauptaussagen und trainieren sie kritische Fragen dazu. Dafür ist immer Zeit - auch wenn die Medien bereits vor der Tür stehen.

5) Kommunikation heißt Kontinuität

Litigation-PR ist in der Regel keine Einmal-Aktion. Das sogenannte Spin-Doctoring ist manchmal notwendig. Grundsätzlich ist Kommunikation in einem Rechtsstreit aber eher ein Marathon als ein Sprint. Und auf einen Marathon bereitet man sich anders vor, als auf einen Sprint. Das beginnt mit einem langfristigen Argumentarium, das auch die nächsten eineinhalb Jahre im Blick hat. Und es basiert auf vertrauensvollem Dialog: Die Journalisten sieht man immer wieder. Die Zahl der Profis in diesem Gewerbe ist klein - und darin liegt auch eine Chance. Wer als vertrauenswürdiger Gesprächspartner bekannt ist, der kann mit diesem Vertrauensguthaben ganz anders umgehen.

Vorbereitung, Koordination, Sprechfähigkeit, Training, Kontinuität - diese Faktoren entscheiden oft über den Erfolg im Gerichtssaal der Öffentlichkeit. Das sollten nicht nur die betroffenen Manager und Aufsichtsräte sondern auch deren Anwälte und Versicherern berücksichtigt.

Armin Sieber ist Fachmann für Litigation-PR und berät zahlreiche Unternehmen und Einzelpersonen bei der Krisenkommunikation in Rechtsstreitigkeiten.

Kommunikationsberatung wenn es um viel geht.

Büroadresse: Deutsches Theater München | Schwanthalerstraße 13 | D-80336 München | Postadresse: Herzog-Theodo-Weg 17 | D-85609 München

Telefon: +49 89 99 27 58 46 | Mobil: +49 172 147 34 92 | armin.sieber@sieber-advisors.de | www.sieber-advisors.de

Bankverbindung: Stadtparkasse Düsseldorf, IBAN: DE86 3005 0110 0015 2205 85, BIC: DUSSDEDDXXX | Steuernummer: 146/193/91625 | USt-Id-Nr.: DE304852974