

Betriebs Berater

// WIRTSCHAFTSRECHT

Dr. Florian Drinhausen, LL.M., und Astrid Keinath, RA
Auswirkungen des ARUG auf die künftige HV-Praxis 2322

Dr. Franz-Jörg Semler, RA
EuGH „Semen“ – Neues zum Ausgleichsanspruch oder mehr? 2327

Dr. Raimond Emde, RA
Die Strukturkündigung Nissans 2330

OLG Frankfurt: Zur Rechtzeitigkeit der Prospektübergabe anlässlich der Zeichnung einer Beteiligung
BB-Kommentar von Dr. Sabine Dieckmann, RAin 2334

// STEUERRECHT

Prof. Dr. Dietmar Wellisch, StB, und Rasmus Gahl
Zweifelsfragen bei der körperschaftsteuerlichen Anerkennung von Pensionszusagen an Gesellschafter-Geschäftsführer 2340

Burkhard Lohmann, RA/StB, Marcus von Goldacker, StB, und Bert-Jan Annecke, StB
Das BFH-Urteil vom 4.3.2009 zur Bemessung von Ausgleichszahlungen an Minderheitsgesellschafter – Handlungsmöglichkeiten 2344

Christian Looks, StB, Ronald Steinert, LL.M., RA, und Dr. Ralf Müller, LL.M.
Der Fremdvergleichsgrundsatz – Zur Frage der Maßgeblichkeit des § 1 Abs. 3 AStG für andere Berichtigungsverfahren 2348

BFH: Kapitalertragsteuer bei beschränkt steuerpflichtiger Kapitalgesellschaft
BB-Kommentar von Dr. Stefan Behrens, RA/FAStR/StB, und Rainer Schmitt, RA 2353

// BILANZRECHT & BETRIEBSWIRTSCHAFT

Hagen Luckhaupt
Steuerplanung im Hinblick auf die Preisanpassungsklausel im Rahmen der Funktionsverlagerung 2358

Entwurf eines BMF-Schreibens: Maßgeblichkeit der Handelsbilanz für die steuerliche Gewinnermittlung
Verwaltungsreport von Ingetraut Meurer 2364

// ARBEITSRECHT

Dr. Martin Nebeling, RA/FAArbR, und Sarah Gründel
Vermeidung des Gleichstellungsgrundsatzes in Mischbetrieben mit Zeitarbeit 2366

BAG: Sachgrund bei einer Vielzahl kurz befristeter Arbeitsverträge
BB-Kommentar von Matthes Schröder, RA 2372

// BB-MAGAZIN

Dr. José A. Campos Nave, RA/FAStR/FAHaGesR
Deutsches Steuerrecht auf der Flucht vor dem EuGH M1

Micha Guttmann, RA
Litigation-PR – Kommunikationsstrategien für Anwälte und Mandanten M16

Litigation-PR – Kommunikationsstrategien für Anwälte und Mandanten

Schon die öffentliche Bekanntgabe der Staatsanwaltschaft, ein Ermittlungsverfahren einzuleiten, hat für den Betroffenen erhebliche private und geschäftliche Nachteile zur Folge. Ist er ein so genannter „Promi“, also in der Öffentlichkeit bekannt, wird er sofort zum Objekt medialer Berichterstattung. Deshalb muss der Anwalt in seinen juristischen Überlegungen immer auch Chancen und Risiken medialer Begleitung des Verfahrens mit einbeziehen. Im besten Fall holt er sich einen in der Litigation-PR erfahrenen Medienberater in sein Team. Wichtig ist, den Medienexperten gleich zu Verfahrensbeginn hinzuzuziehen, um schnellstmöglich eine erfolgreiche Gegenstrategie zur staatsanwaltlichen Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln.

Besonders in den „Promi-Verfahren“ haben die Anklagebehörden in den vergangenen Jahren medial aufgerüstet. Auch Staatsanwälte lassen sich schulen, wie sie effektive Öffentlichkeitsarbeit betreiben können. So pflegen sie regelmäßige Kontakte zur Presse und beziehen ebenfalls Überlegungen zur wirksamen Öffentlichkeitsarbeit in ihre Verfahrens- und Prozessstrategien ein.

Dies ist grundsätzlich nicht zu beanstanden. Auch die Aktivitäten der Dritten Staatsgewalt sollen und müssen soweit wie möglich öffentlich bekannt sein. Somit muss die Justiz die Öffentlichkeit auch zu einzelnen Fällen informieren. Zunehmend ist allerdings die Tendenz zu beobachten, dass Staatsanwälte gerade in Verfahren gegen Prominente die Medien besonders gerne und über das notwendige Maß hinaus mit Informationen versorgen. Diese Verfahren stehen im Rampenlicht der Öffentlichkeit und auch die Anklagebehörde will als unerbittliche Strafverfolger ein positives Bild abgeben. Dabei hat sie allerdings in den vergangenen Monaten öfter ihre Informationspflicht gegenüber der Öffentlichkeit so weit überschritten, dass die mediale Berichterstattung für die Betroffenen unerträglich wurde. Zwei Negativbeispiele machen dies deutlich. Die Hausdurchsuchung wegen des Verdachts auf Steuerhinterziehung beim ehemaligen Postchef *Klaus Zumwinkel* im

Februar 2008 war für die frühen Morgenstunden angesetzt. Medienwirksam konnte das Fernsehen schon um 7.00 Uhr die Aktivitäten der Ermittler filmen. In Großaufnahme sahen die Zuschauer, wie Polizei und Staatsanwaltschaft Zumwinkel aus dem Haus führten. Was dies für den Betroffenen bedeutet, lässt sich erahnen. Irgendjemand hatte die Journalisten auf die Aktion der Staatsanwaltschaft aufmerksam gemacht. Ebenso medienwirksam handelte die Staatsanwaltschaft im April 2009. Spätabends in aller Öffentlichkeit vor einem Club ließ sie die No Angels-Sängerin *Nadja Benaisa* festnehmen. Die Strafverfolger warfen ihr vor, einen Mann bei ungeschütztem Sex mit HIV angesteckt zu haben. Auch hier hatte irgendjemand die Medien bereits vorher über die geplante Festnahme der Sängerin informiert.

Der erfahrene Medienberater wird diese Entwicklung der verstärkten Öffentlichkeitsarbeit der Anklagebehörden berücksichtigen und die Presseaktivitäten der Staatsanwaltschaft im Auge behalten. Zunächst muss er aber die Interessenlage seines Klienten analysieren und - daraus abgeleitet – Gegenstrategien entwickeln. Dabei muss er stets in enger Abstimmung mit den Anwälten handeln. Sie geben mit ihren juristischen Überlegungen den Rahmen, in dem er aktiv Medienarbeit für den Klienten betreiben kann. Nur innerhalb dieses Rahmens darf er agieren. Erfolgreiche Litigation-PR hängt mit dieser engen Begrenzung zusammen. Anwaltliche und mediale Strategien müssen kongruent übereinstimmen.

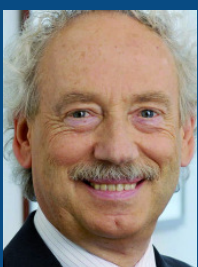
Der Medienberater steht dabei von Anfang an unter Zeitdruck. Er muss verhindern, dass sich in den Medien vorab Negativ-Stimmungen aufbauen, die zur öffentlichen Vorverurteilung seines Klienten führen. Auch Richter und Schöffen lesen Zeitungen und nutzen elektronische Medien. Der Medienexperte wird daher, soweit es die Anwaltsstrategie erlaubt, durch Hintergrundinformationen und Kontakte zu Journalisten eigene Informationen vermitteln. Er muss

zudem in Abstimmung mit dem Anwalt entscheiden, ob er seinem Klienten zum öffentlichen Auftritt in den Medien rät. Dabei muss er auch hier Chancen und Risiken des Auftritts abwägen.

Auch Prominente, die den Umgang mit Medien gewohnt sind, befinden sich bei staatsanwaltlichen Ermittlungen oder im Verfahren selbst in einer Ausnahmesituation. Sie stehen unter erheblichem Stress. Die Gefahr, dass sie dieser Belastung nicht gewachsen sind, ist auch für Medienprofis groß. So kann es schnell zu missverständlichen Äußerungen kommen, die negative Bewertungen in der Öffentlichkeit zur Folge haben. Das Victory-Zeichen mit gespreizten Fingern des Deutsche Bank Chefs *Josef Ackermann* im Gerichtssaal beim Mannesmannprozess im Januar 2004 ist nur ein Beispiel, wie unbedachte Verhaltensweisen in der Öffentlichkeit wirken können. Zur Aufgabe des Medienberaters gehört es, den Betroffenen auf diese Problematik hinzuweisen und ihm zu helfen, derartige Missverständnisse während des Verfahrens zu vermeiden.

Litigation-PR hilft damit Anwälten und Betroffenen, die Belastung eines Verfahrens in der Öffentlichkeit zu mindern. Gleichzeitig kann sie anwaltliche Strategien unterstützen und der Pressearbeit der Staatsanwaltschaften medienwirksam entgegen treten. Sie schützt damit vor öffentlicher Verurteilung, deren Folgen den Betroffenen oft mehr trifft als das eigentliche Verfahren.

Für Unternehmen ist professionelle Litigation-PR aber auch in Zivilrechtsstreitigkeiten oder Verfahren vor Verwaltungsgerichten von Bedeutung. Vor allem, wenn es um Schadenersatzklagen geht, zum Beispiel in Verfahren um Medikamentenfolgen oder Umweltschäden, muss eine Prozess begleitende Krisenkommunikation die juristischen Sachverhalte mediengerecht aufarbeiten und zielgenau verbreiten. Auch hier ist das Ziel, drohenden Imageschaden und Reputationsverlust abzuwenden.



Micha Guttman, Rechtsanwalt und Medienexperte, ist langjähriger Partner der Medienberatung dictum law, die sich auf Kommunikation in der Krise und Litigation-PR spezialisiert hat. Klienten

sind Anwaltskanzleien und Führungskräfte aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Verbänden. 1995 erhielt er den Pressepreis der Deutschen Anwaltschaft.