

## **Mediation ohne Medien**

### **Anwaltliche Dienstleistung unter Ausschluss der Öffentlichkeit?**

Nach klassischen ökonomischen Grundregeln bestimmen Angebot und Nachfrage das Wirtschaftsleben. Dies trifft auch für anwaltliche Beratung zu. Zwei Bedingungen sind dabei vor allem von Bedeutung: Das Produkt muss bekannt sein und die Verbraucher müssen ihre Vorteile erkennen, wenn sie es nutzen. Wirtschaftsunternehmen geben viel Geld aus, um diese Voraussetzungen zu erfüllen. Sie beschäftigen hierfür Werbe- und PR-Agenturen, Lobbyisten und Öffentlichkeitsarbeiter. So manche teure Werbekampagne erweist sich dabei als Flop, denn eine Erfolgsgarantie besteht nicht.

Wie also lässt sich anwaltliche Mediation öffentlich werbewirksam vermarkten, ohne das Budget eines finanziell potenten Wirtschaftsunternehmens zur Verfügung zu haben? Was können Anwälte aktiv tun, um die Öffentlichkeit auf diese Dienstleistung aufmerksam zu machen? Wo liegen die Probleme, dass Mediation bis heute in der deutschen Öffentlichkeit nicht wahrgenommen und in den Medien nur selten dargestellt wird, anders als in den USA, wo anwaltliche Mediation in weiten Kreisen bekannt ist und in der Gesellschaft und im Wirtschaftsleben eine positive Rolle spielt?

Vor allem sind es drei Gründe, die in Deutschland zu diesem höchst unerfreulichen Zustand geführt haben.

1. Mediation ist für die Medien geprägte Öffentlichkeit keine deutlich und klar definierte Dienstleistung, die Bürgerinnen und Bürger Rechtsanwälten zuordnen. Bis heute hat es die Anwaltschaft nicht vermocht, diese Dienstleistung einem breiten Publikum so zu vermitteln, dass es die Vorteile dieser Streitschlichtung erkennen und für sich nutzen kann.
2. Die Öffentlichkeitsarbeit aller im breiten Spektrum der Mediation tätigen Organisationen und Verbände vermittelt heute kein klares Bild ihrer durchaus unterschiedlichen Angebote. Eindeutig fehlt allen Beteiligten aus höchst eigennützigsten Motiven bisher der Wille, gemeinsam diese unterschiedlichen Angebote dem Publikum deutlich zu machen und so die vielfältigen Möglichkeiten der Mediation im öffentlichen Bewusstsein zu verankern. Solange diese Möglichkeit einer gemeinsamen

Informationsoffensive nicht genutzt wird, hat eine strategische Öffentlichkeitsarbeit zur Implementierung der Mediation als Streitschlichtung in der Gesellschaft nur geringe Erfolgchancen.

3. Anwälte, die als Mediatoren tätig sind, haben bisher keine Verbündeten, weder im Rechtsbereich noch in der Wirtschaftswelt oder im Bereich von Familie und Umwelt. Viele Kollegen und Kolleginnen sehen sie im Rechtsbereich als Konkurrenz zur „normalen“ Anwaltstätigkeit. Viele Richter stehen der anwaltlichen Mediation skeptisch gegenüber, vor allem auch, weil die Gerichte selbst Mediation als Möglichkeit erproben wollen, Prozesse zu vermeiden und damit den eigenen Arbeitsanfall zu vermindern. Psychologen und Pädagogen bieten Mediation an, um ihren Tätigkeitsbereich auszuweiten und neue Pfründe zu erschließen. Auch dieser erklärbare „Verteilungskampf“ verhindert gemeinsame Strategien, Mediation in ihren unterschiedlichen Formen insgesamt öffentlich zu promoten.



*Micha Guttman*

Nur ein Weg kann aus dieser unbefriedigenden Situation herausführen. Alle Verbände, die Mediatoren vertreten, müssen gemeinsam eine gezielte Strategie der Öffentlichkeitsarbeit entwickeln, in deren Mittelpunkt konkrete Fall- und Lösungsmöglichkeiten der Streitschlichtung in einem Moderationsverfahren stehen. Adressaten dieser Öffentlichkeitsarbeit sind in der Anfangsphase die lokale und regionale Presse. Sie muss dafür gewonnen werden, ihren Lesern und Leserinnen den Nutzen der Mediation anhand konkreter Fälle zu vermitteln. Denn ihr Publikum gehört zu den potentiellen Klienten. Unabhängig von der Verbände-Öffentlichkeitsarbeit sollte daher jeder einzelne Mediator in Journalistengesprächen und Fallschilderungen vor Ort eigene Pressearbeit intensivieren. Dies ist zeitaufwändig und der Erfolg wird sich nur mittelfristig einstellen. Doch einen besseren Weg, Mediation in der Öffentlichkeit zu implementieren, gibt es nicht.