



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Öffentlichkeit im Vorprozess“

Eine qualitative Analyse aus Sicht der Litigation-PR

Verfasserin

Ermina Strukan, Bakk.phil.

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A066841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: ao. Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hausjell

Danksagung

An erster Stelle möchte ich mich bei meinen Eltern bedanken. Sie haben mir mein Studium erst ermöglicht und mich in allen Phasen des Studentenlebens tatkräftig und ermutigend unterstützt. Bedanken möchte ich mich bei meiner Schwester und meinem Schwager die mir immer sehr großes Verständnis und Unterstützung entgegengebracht haben. Ein Dank gilt auch meinem Freund. Er war immer verständnisvoll und hat mich stets motiviert, weiterzumachen. Ein großer Dank gilt auch meinem Professor Dr. Friedrich Hausjell. Seine Kompetenz und zuvorkommendes Auftreten waren eine große Hilfe.

Eidesstattliche Erklärung

Ich, Ermina Strukan, geboren am 26.08.1988 in Jajce, Bosnien und Herzegowina erkläre, dass ich meine Magisterarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe, dass ich meine Magisterarbeit bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe, dass ich, falls die Arbeit mein Unternehmen betrifft, meinen Arbeitgeber über Titel, Form und Inhalt unterrichtet und sein Einverständnis eingeholt habe.

Wien, September 2014

Ermina Strukan

Um eine einfachere Lesbarkeit zu gewährleisten wird in dieser Arbeit auf eine gendergerechte Schreibweise verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung.....	- 10 -
1.1 Forschungsinteresse	12
2 Forschungsgegenstand	16
2.1 Der Fall Ernst Strasser und seine Eckpunkte	16
2.2 Vor dem Prozess	18
3 Gerichtsverfahren in der Mediengesellschaft	22
3.1 Öffentlichkeit und öffentliche Meinung	23
3.2 Court of Law – Von der Gerichts- zur Medienöffentlichkeit.....	27
3.3 Court of Public Opinion	28
3.4 Funktionen der Öffentlichkeit im Gerichtsverfahren	30
3.5 Funktionen der Medien im Gerichtsverfahren	31
4 Prozessberichterstattung.....	32
4.1 Die Nachrichtenwerttheorie.....	33
4.2 PR als Quelle für den Journalisten.....	40
4.3 Boulevardisierung: Von der Skandalisierung zur Personalisierung bis Entertainment	41
4.4 Medien und Justiz.....	43
5 Litigation PR und Öffentlichkeitsarbeit.....	45
5.1 Was ist Öffentlichkeitsarbeit?.....	45
5.2 Was ist Litigation PR?.....	47
5.3 Die historische Entwicklung von Litigation PR im deutschsprachigen Raum .	47
5.4 Einsatzgebiete der LPR	49

5.5 Kommunikationsstrategien in der Litigation PR.....	51
6 Reputation Management	62
6.1 Der wissenschaftliche Diskurs um die Reputation	62
6.2 Dreidimensionale Reputationstheorie nach Eisenegger.....	64
7 Empirischer Teil	68
7.1 Ziel der Untersuchung/Forschungsfragen.....	68
7.2 Forschungsfragen	69
7.3 Methode.....	70
7.4 Das Experteninterview als Erhebungsmethode	70
7.5 Die formulierende Interpretation nach Kategorien (nach Bohnsack).....	74
7.6 Umsetzung.....	75
7.7 Forschungsablauf	75
8 Auswertung	78
8.1 Kategorien	78
8.2 Die formulierende Interpretation nach Kategorien	80
9 Beantwortung der Forschungsfragen und Zusammenfassung der Ergebnisse.	94
9.1 Beantwortung der Forschungsfragen.....	94
9.2 Zusammenfassung der Ergebnisse	98
10 Fazit und Ausblick.....	101
Literaturverzeichnis.....	103
Onlinequellen.....	107
Appendix A	109

Appendix B.....	110
Appendix C.....	146
Appendix D	153
Appendix E.....	169
Appendix F.....	171

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Nachrichtenfaktoren nach Friske, Litigation Media Checklist nach Haggerty und 12-Punkte-Liste nach Holzinger/Wolff	37
Tabelle 2: Merkmale, Ausprägungen und Ziele der drei Indikatorenbereiche von Boulevardisierung.	42
Tabelle 3: Crises Communicative Strategies: Kategorien, Sub-Kategorien und Definitionen.....	56
Tabelle 4: Litigation-Kommunikationsstrategien - ein zusammenfassender Ansatz	61
Tabelle 5: Dreidimensionale Reputationstheorie.....	65

1 Einleitung

Strafprozesse – vor allem wenn die Beschuldigten¹ Personen des öffentlichen Lebens, Vorstandsvorsitzende, Politiker oder Manager großer Unternehmen sind – werden gerne medial verfolgt. Schon in der Phase vor dem eigentlichen Prozess manifestiert sich eine breite Öffentlichkeit die über die massenmediale Berichterstattung mit Informationen versorgt wird. In den vergangenen Jahren haben sich Fälle solcher Art und die Berichterstattung darüber in Österreich gehäuft. Als national erwähnenswert erscheinen hier vor allem die Vorwürfe gegen den ehemaligen Finanzminister Karl Heinz Grasser, der Fall der Banknotendruckerei, der Fall des ehemaligen ÖVP Europaabgeordneten Ernst Strasser, der Fall der BAWAG mit Helmut Elsner und nicht zu vergessen der Fall der Telekom Austria. Meist waren es Politiker, Abgeordnete oder Vorstandsvorsitzende großer Firmen und Banken die durch Vorwürfe der Untreue, Korruption o.ä. in den Fokus der Medien geraten sind. Nationale und internationale Medien berichten ausführlich über alle Phasen des Prozesses. Dass schon vor einer eigentlichen Anklage enorme Imageschäden entstehen, liegt auf der Hand. Die Spielregeln für alle Akteure solch eines Prozesses haben sich durch die zunehmende Medialisierung der Gesellschaft und die neuen Kommunikationsformen grundlegend verändert, vor allem aber für die Betroffenen. Denn sie müssen sich einerseits gegenüber der Justiz behaupten. Andererseits müssen sie

¹ Nach dem § 48 der Strafprozessordnung sind „Beschuldigte“ jene Personen, die auf Grund bestimmter Tatsachen konkret verdächtigt sind, eine strafbare Handlung begangen zu haben, sobald gegen sie wegen dieses Verdachts ermittelt oder Zwang ausgeübt wird. Ein „Angeklagter“ ist jeder Beschuldigte, gegen den Anklage eingebracht worden ist.

sich auch in der Öffentlichkeit behaupten. In diesem Zusammenhang ist vor allem der Begriff des Court of Public Opinion – der Gerichtshof der öffentlichen Meinung – relevant. Die Öffentlichkeit, die in der Phase vor dem Prozess entsteht, ist von großer Relevanz. Oftmals wird schon in dieser Phase ersichtlich, wie sich der Fall entwickeln wird. Die Prozessbeteiligten sind zugleich die Akteure dieser Öffentlichkeit und tragen – egal ob bewusst oder unbewusst – zur Bildung dieser Öffentlichkeit bei. Wenn von der Öffentlichkeit im Prozess die Rede ist, muss zwischen der Öffentlichkeit vor, während und nach dem Prozess differenziert werden.

Gezielte Kommunikationsstrategien sind in solchen Ausnahmefällen unabdingbar. Die Litigation PR, die strategische Rechtskommunikation, soll dabei helfen die Reputation der Betroffenen zu schützen. Oftmals ist es so, dass die Logik der öffentlichen Kommunikation nicht der Logik des Rechts folgt (vgl. Mayr 2012: 14). Es gibt genügend Beispiele in denen die Unschuld der Beschuldigten juristisch bewiesen wurde, der Wiederaufbau der Reputation aber auch nach dem Prozess praktisch unmöglich war.

„Eine rein juristische Lösung des Konflikts scheint, gerade bei medienwirksamen Rechtsverfahren, nicht mehr geeignet“ (Heinrich 2010: 3).

Gibson, ein US-amerikanischer Kommunikationswissenschaftler meint, dass die Litigation PR das am schnellsten wachsende Kommunikationsfeld zu Beginn des 21. Jahrhunderts in den USA ist (vgl. Gibson 1998: 19). In Österreich hingegen gibt es erst einige wenige Agenturen die sich auf den Bereich der Litigation PR spezialisiert haben. Katharina Stierschneider hat in diesem Zusammenhang eine interessante Diplomarbeit im Jahr 2009 verfasst. Dabei hat sie eine Online-Umfrage unter PR Beratern und Rechtsanwälten in Österreich durchgeführt. 60 Prozent der Kommunikationsexperten meinen, dass

ihnen der Begriff der Litigation PR bekannt vorkommt. Obwohl nur 17 Prozent angegeben haben, dass sie in dem konkreten Bereich gearbeitet haben, sind sich 80 Prozent der Befragten einig, dass es großen Entwicklungsbedarf in diesem Bereich der PR Branche gibt. Bei den Rechtsanwälten sind es rund 23 Prozent der Befragten, die angegeben haben, von dem Begriff der Litigation PR zumindest einmal etwas gehört zu haben. (vgl. Stierschneider 2009: 87).

Eine weitere Studie die von der Agentur Ecker & Partner in Auftrag gegeben wurde belegt ähnliche Annahmen. Denn rund 43 Prozent der befragten Unternehmen war bereits mindestens einmal mit einem rechtlichen Fall konfrontiert der in die Öffentlichkeit geraten ist. Aber nur 35 Prozent dieser Unternehmen haben Wert darauf gelegt, dass eine prozessbegleitende Kommunikation stattfindet. (vgl. Ebd.: 89 ff).

1.1 Forschungsinteresse

Das konkrete Forschungsinteresse richtet sich auf das Erforschen der Öffentlichkeit im Vorfeld eines Strafprozesses, der Definition der einzelnen Akteure und deren Einfluss auf diese Öffentlichkeit. Es wird der Versuch unternommen, herauszufinden, wie die einzelnen Akteure die Öffentlichkeit prägen (können). Dabei soll sich die Arbeit auf einen konkreten Fall beschränken. Die Forschungsfragen sollen aufgrund von qualitativen teilstandardisierten Experteninterviews nachvollziehbar beantwortet werden. Dabei soll besonderes Augenmerk auf die Litigation PR als Form der strategischen Rechtskommunikation gelegt werden. Denn die Strategien der LPR sind ein wesentliches Instrument der Kommunikation in Strafprozessen. Hinzu kommt der Umstand, dass es im deutschsprachigen Raum noch sehr wenige empirische Befunde zur Litigation PR gibt und daraus große Forschungsrelevanz entsteht.

Schon in der Phase vor dem eigentlichen Prozess manifestiert sich eine breite Öffentlichkeit die über die massenmediale Berichterstattung mit Informationen versorgt wird. Nicht anders war es im Fall Ernst Strasser. Noch bevor eine Anklage gegen den ehemaligen ÖVP Europaabgeordneten (und ehemaligen Bundesminister für Inneres) seitens der Staatsanwaltschaft erhoben wurde, berichteten die Massenmedien über den Fall. Dass dadurch enorme Imageschäden entstehen steht außer Diskussion. Für die vorliegende Arbeit wird der Fall Ernst Strasser als Beispielfall dienen. Einhergehende Recherchen haben ergeben, dass es bei diesem konkreten Fall keine Litigation PR Strategien weder seitens des Angeklagten noch seitens seines Anwalts gegeben hat. Dadurch ist der Fall für die Fragestellung der Arbeit besonders interessant. Weitere Gründe, warum die Wahl auf den konkreten Fall gefallen ist, werden in Punkt 2 – Forschungsgegenstand – erläutert.

In solchen Fällen ist eine professionelle Kommunikation unabdingbar. Es gibt verschiedene Akteure dieser „Öffentlichkeit im Vorprozess“ – der Beschuldigte selbst, die Journalisten, die LPR Berater, die Anwälte, die Staatsanwaltschaft. Wie prägen die einzelnen Akteure die Öffentlichkeit? Wer kommuniziert wie? Welche Instrumente der strategischen Rechtskommunikation gibt es? Welche konnten auf den Fall Strasser angewendet werden? Eine Fülle an Fragen die sich im Kontext des Themas auftun. Der Rahmen der Arbeit erlaubt es nicht, auf alle Fragen einzugehen. Doch die forschungsleitende Fragestellung, die im nächsten Punkt und in Punkt 7 im empirischen Teil detailliert dargestellt wird, soll durch die vorliegende Arbeit beantwortet werden.

Im Wesentlichen soll in der Arbeit untersucht werden, wie die einzelnen Akteure (Prozessbeteiligte) kommunizieren und wie sie die Öffentlichkeit beeinflussen/prägen/ zu ihrer Entstehung beitragen. Die kommunikationswissenschaftliche Relevanz liegt in diesem Punkt auf der Hand.

Ein weiterer Punkt, der umso mehr die Relevanz des Themas für die Kommunikationswissenschaft belegt, ist die Tatsache, dass das Thema Litigation PR noch sehr wenig empirisch erforscht ist. Dieser Umstand ergibt sich vor allem aus der Tatsache, dass LPR im deutschsprachigen Raum noch Neuland ist.

Eine wichtige Vorarbeit zum Thema war die Dissertation von Ines Heinrich im Jahr 2010 mit dem Titel „Litigation PR – PR vor, während und nach Prozessen.“ In diesem Werk hat sich Heinrich erstmals aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive an das Thema herangewagt. Das Werk von Wolff und Holzinger aus dem Jahr 2009 muss in diesem Kontext erwähnt werden. Jedoch muss hier angemerkt werden, dass sowohl das Werk von Wolff/Holzinger als auch viele andere das Resultat von Berufspraktikern sind. Dabei werden am häufigsten „best practice“ Beispiele und die dazugehörigen Strategien der LPR erläutert. Ein interessantes Werk ist das von Prof. Dr. Frank Fechner vom Institut der Rechtswissenschaften an der TU Ilmenau. Dort wurden mehrere Aufsätze, die der Frage nachgingen, wie Medien die einzelnen Prozessbeteiligten beeinflussen (können) zusammengefügt.

Bezüglich der Problemperspektiven muss angemerkt werden, dass es im Zusammenhang mit der Fragestellung der Arbeit viele Perspektiven gibt, die durchaus interessante Herangehensweisen darstellen. Einerseits ist es eine juristische Perspektive. Auch eine soziologische ist durchaus denkbar. Nicht außer Acht zu lassen ist zudem eine psychologische Perspektive. Und nicht zuletzt eine kommunikationswissenschaftliche. Innerhalb dieser Perspektiven ergeben sich wiederum weitere Perspektiven – je nachdem in welchem Fach das Thema erforscht wird.

In einer kommunikationswissenschaftlichen Herangehensweise kann die Perspektive des Journalismus bedacht werden, die Perspektive der

Litigation PR oder aber auch eine rein theoretische zu Fragen der Öffentlichkeitskonstruktionen o.ä.

Ich habe mich für eine Perspektive der Litigation PR entschieden. Das resultiert vor allem aus der Tatsache, dass diese eher wenig erforscht ist und eine empirische Herangehensweise eine Bereicherung der Kommunikationswissenschaft darstellt.

2 Forschungsgegenstand

In diesem Kapitel wird der Fall Ernst Strasser in seinen wesentlichen Eckpunkten erklärt und skizziert. Zum Zeitpunkt des Verfassens der Arbeit wurde Ernst Strasser nicht rechtskräftig zu drei Jahren und sechs Monaten Haft verurteilt. Der konkrete Fall wurde bewusst gewählt. Da der Prozess bereits zu Ende ist und dasselbe Urteil sowohl vom Obersten Landesgericht als auch vom Landesgericht für Strafsachen in Wien gesprochen wurde (drei Jahre und sechs Monate unbedingte Haft, nicht rechtskräftig) wird es einfacher, den Prozess in die einzelnen Phase – Vorprozess, Prozess und nach dem Prozess – zu zerlegen. Das Forschungsinteresse richtet sich an das Erforschen der Öffentlichkeit vor dem eigentlichen Prozess – auf den Zeitraum als die Vorwürfe und Anschuldigen öffentlichen wurden. Mit der Zerlegung des Falles in die einzelnen Phasen, wird es auch während der Interviews einfacher sein, die Gesprächspartner bezüglich einer der drei Phasen zu interviewen. In Punkt eins werden die groben Ereignisse des Prozesses kurz zusammengefasst. Im nächsten Punkt wird dann auf die Zeit vor dem Beginn des offiziellen Gerichtsprozesses eingegangen.

2.1 Der Fall Ernst Strasser und seine Eckpunkte

Doktor Ernst Strasser ist ein mittlerweile ehemaliger Politiker der Österreichischen Volkspartei (ÖVP) – seine Mitgliedschaft in der Partei wurde offiziell ruhiggelegt. In der Zeit von 2000 bis 2004 war er als Bundesminister für Inneres tätig. Bei der Europawahl im Jahr 2009 wurde er als ÖVP-Spitzenpolitiker zum Delegationsleiter im Europäischen Parlament. Im März 2011 wurde publik, dass zwei Journalisten der britischen Wochenzeitung „The Sunday Times“, getarnt

als Lobbyisten, im Juni 2010 versucht haben, Strasser zu bestechen. Strasser sollte demnach eine Gesetzesänderung – die im Interesse der angeblichen Lobbyisten ist – im europäischen Parlament einbringen. Im Gegenzug wurden ihm von den vermeintlichen Lobbyisten 100.000 Euro und eine Funktion im „advisory board“ eines großen Finanzunternehmens angeboten. Strasser hat, nach Aussagen seiner Assistenten und Mitarbeiter, auf mehreren Wegen versucht, die Gesetzesänderung zu beantragen. Jedoch blieb er bei all seinen Versuchen erfolglos. (vgl. Otmar Lahodynsky: „Detektei Strasser und co.“ In: profil. 19. März 2011).

Am 20. März 2011 veröffentlichte die „Sunday Times“ die Affäre. Zum geschriebenen Artikel gab es zusätzlich noch Filmmaterial das geheim während der Gespräche und Treffen mit Strasser aufgenommen wurde. Damit war die Affäre mit dem Titel „Cash-for-Law“ perfekt inszeniert und in aller Öffentlichkeit präsent.

Der offizielle Rücktritt von Ernst Strasser erfolgte am 24. März 2011.

Am 9. August 2012, also mehr als ein Jahr später gab die Korruptionsstaatsanwaltschaft bekannt, dass gegen ihn eine Anklage wegen Bestechlichkeit nach § 304 StGB erhoben wurde. (vgl. Die Presse 09.08.2012. <http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/1276831/Staatsanwaltschaft-erhebt-Anklage-gegen-Strasser>). Am 26. November 2012 begann der Prozess am Wiener Landesgericht für Strafsachen.

Das Urteil zu vier Jahren Haft wurde in erster Instanz am 14. Jänner 2013 gefällt. Ernst Strasser ging in Berufung. Am 13. März 2014 wurde Ernst Strasser erneut zu drei Jahren und sechs Monaten unbedingter Haft verurteilt. Das Urteil ist bis zum Verfassen der Arbeit nicht rechtskräftig.

2.2 Vor dem Prozess

Wie man den Erläuterungen im obigen Punkt entnehmen kann, hat es länger als ein Jahr gedauert bis zu den Vorwürfen eine Anklage erhoben wurde. Letztendlich hat es knapp zwei Jahre gedauert bis der eigentliche Prozess im November 2012 anging. Andererseits war der Prozess gegen Ernst Strasser relativ schnell vorbei – im Vergleich zu den Fällen Grasser, Bawag o.ä. Aus diesem Umstand hat sich auch ein weiteres Argument für die Auswahl dieses Prozesses ergeben – der komplette Sachverhalt ist kompakt und übersichtlich.

Die vorliegende Arbeit wird sich auf den Zeitraum zwischen dem Bekanntwerden des Falles am 20. März 2011 bzw. dem Auftauchen des Filmmaterials und dem Beginn des Prozesses am Wiener Straflandesgericht am 26. November 2012 beschränken. Erst durch die Veröffentlichung des Filmmaterials seitens der Journalisten der „Sunday Times“ hat der Fall an Brisanz zugenommen. Es gab Videomaterial das öffentlich zugänglich war. Es zeigt Ernst Strasser bei Terminen mit den vermeintlichen Lobbyisten. Das Thema der Gespräche sind die Verhandlungen rund um den gewünschten Gesetzesvorschlag und die Arten, wie dieser durchgesetzt werden kann.²

Die Medienberichterstattung im Vorfeld des Prozesses war beachtlich, hielt sich aber dennoch in Grenzen. Große österreichische Magazine als auch Wochen- und Tageszeitungen haben ausführlich über den Fall berichtet. Die häufigste Berichterstattung findet sich in allen Tageszeitungen in Österreich. Erwähnenswert ist, dass auch deutsche Medien wie der „Spiegel“ oder die „Welt“ über die Affäre berichteten.

²Eine persönliche Anwesenheit an drei Verhandlungstagen am Wiener Landesgericht für Strafsachen ermöglicht eine Beschreibung des Videomaterials in dieser Art.

Die Öffentlichkeit, die sich durch solch eine Berichterstattung manifestiert ist beachtlich. Es gibt mehrere „Beteiligte“ dieser Öffentlichkeit. Vor allem sind hier die Journalisten zu erwähnen. Ein weiterer wichtiger Akteur ist die Staatsanwaltschaft. Sie wurde vor allem mit dem bekannt werden der Anklage am 9. August 2012 präsent. Der Beschuldigte selbst und sein Anwalt sind ebenfalls Akteure dieser Öffentlichkeit vor dem Beginn des eigentlichen Prozesses. In diesem Punkt scheint es nachvollziehbar die Litigation PR zu erwähnen.

„Litigation PR lässt sich am besten definieren als das Steuern von Kommunikationsprozessen während juristischer Auseinandersetzungen oder eines gerichtlichen Verfahrens, mit dem Ziel, dessen Ergebnis zu beeinflussen oder die Auswirkungen auf die Reputation des Klienten abzukupfern.“(Holzinger/Wolff 2009, S. 18).

Vereinfacht kann man Litigation PR als die strategische Rechtskommunikation verstehen. Die LPR wird in diesem Punkt zum ersten Mal erwähnt weil sie, in solchen oder ähnlichen Fällen, ebenfalls ein Akteur der Öffentlichkeit die sich vor dem Fall manifestiert ist.

Eine weitere relevante Definition der LPR im Bezug zur Öffentlichkeit im Vorprozess ist die vom Schweizer Rechtsanwalt Dr. Frank Petermann aus seinem Buch Litigation Communication:

„[...]Litigation Communication beschreiben als das im Vorfeld, im Verlauf und im Nachgang zu Prozessstreitigkeiten eingesetzte Instrumentarium zur Sicherstellung einer für den Klienten vorteilhaften Meinungsbildung bei wichtigen Anspruchsgruppen außerhalb des Gerichtssaals, insbesondere bei den Medien.“(Petermann 2006, S. 16)

Die im empirischen Teil formulierte Forschungsleitende Fragestellung soll durch teilstandardisierte Interviews mit Vertretern der oben definierten Akteure des Vorprozesses beantwortet werden. Es wird notwendig sein, Interviews mit Anwälten, Staatsanwälten, Journalisten,

Beschuldigten und Litigation PR Beratern zu führen. Die einzelnen Personen mit denen die Interviews geführt werden, sollen als Vertreter der jeweiligen Berufsgruppen agieren.

I Theoretische Grundlage

3 Gerichtsverfahren in der Mediengesellschaft

Vorab darf gesagt werden, dass Gerichtsprozesse in denen Personen des öffentlichen Lebens die Beschuldigten sind, ebenfalls als „Krise“ bezeichnet werden dürfen. Die Reputation der Beschuldigten wird negativ beeinflusst – genauso wie die Reputation von Unternehmen in Zeiten einer Krise negativ beeinflusst wird. Die zunehmende Medialisierung der Gesellschaft trägt zu einer Begünstigung solcher Krisen vehement bei (vgl. Bentele/Janke 2008: 125). Das Interesse der Journalisten an Gerichtsprozessen nimmt konstant zu. Die neuen Medien öffnen neue Wege der Prozessberichterstattung. Warum dem so ist, soll in diesem und im nächsten Kapitel erklärt werden. In diesem Kapitel sollen zusätzlich die Begriffe der Öffentlichkeit, des „Court of Law“ und des „Court of Public Opinion“ erläutert werden. Zudem soll auch von der Prozessöffentlichkeit die Rede sein. Zum besseren Verständnis was damit gemeint ist, ein Zitat von Wolff/Holzinger:

„Wenn ein Unternehmen oder ein Unternehmer vor Gericht steht, wenn es/er einen anderen verklagt oder selbst verklagt wird, dann wird der Streit zumeist an zwei Fronten ausgetragen. Im Gericht selbst und gleichzeitig auch im Gerichtssaal der Öffentlichkeit.“ (Holzinger/Wolff 2009: 18)

Hier soll auch der Begriff der „Mediengesellschaft“ erwähnt werden. Mit der Verwendung des Begriffs Mediengesellschaft wird versucht zu erklären, dass es eine Entwicklung dahingehend gibt, dass Medien in den Vermittlungsprozessen moderner Gesellschaften inzwischen eine Schlüsselrolle einnehmen. (vgl. Sarcinelli 1998: 11 in Heinrich 2010: 54). Eisenegger hat wesentliche Merkmale einer sog. Mediengesellschaft wie folgt zusammengefasst:

- Eine beschleunigte qualitative und quantitative Verbreitung publizistischer Medien. Dabei vervielfachen sich sowohl die Anzahl als auch die Angebotsformen des Medienangebots.
- Ständige Zunahme an neuen Medienformen und Formate. Parallel zu den bestehenden Massenmedien. So z.B. die Zunahme an special interest Magazinen.
- Eine bemerkbare Zunahme der Vermittlungsleistung und der Vermittlungsgeschwindigkeit neuer Informationen – hier sind vor allem die Online-Medien bemerkenswert.
- Eine insgesamt gesellschaftlich beobachtbare Zunahme an allgemeinem Interesse der Gesellschaft an medialen Angeboten
- Eine extreme Durchdringung aller sozialen Bereiche in Form einer Medialisierung der Gesellschaft. Hier rechnen Organisationen immer und in jedem Moment mit einer hohen Nachfrage des Publikums an immer neuen Inhalten und versucht selbstverständlich dieser Nachfrage gerecht zu werden. (vgl. Eisenegger 2005: 58).

Fasst man all die erwähnten Punkte zusammen, kann man ohne weiteres behaupten, dass die heutige Gesellschaft und dadurch die Gesellschaft in die der konkrete Fall Ernst Strasser eingebettet ist, eine Mediengesellschaft ist.

3.1 Öffentlichkeit und öffentliche Meinung

„Die Public Relations-Forschung hat es mit Öffentlichkeit als empirischem Gegenstand zu tun und ist deshalb epistemologisch auf einen theoretisch fundierten Öffentlichkeitsbegriff angewiesen. Ein einvernehmlich abgesicherter Öffentlichkeitsbegriff steht jedoch nicht

zur Verfügung, denn Öffentlichkeit gehört zu den Phänomenen, die sich – indem sie politisch, gesellschaftlich und wissenschaftlich ausgesprochen heterogen konnotiert sind – einer konsensfähigen Begriffsbildung erfolgreich widersetzen.“ (Raupp in Szyska 1999: 113).

In diesem Sinne wird in diesem Kapitel nicht der Versuch unternommen, eine Definition der Öffentlichkeit zu schaffen. Es wird vielmehr der Versuch unternommen, verschiedenen Deutungen des Begriffs Öffentlichkeit zusammenzutragen und diese dann zu deuten.

„Die (allgemeine) Öffentlichkeit ist ein wesentliches Element der Demokratie und der heutigen Gesellschaft in der wir leben. Die Gerichtsöffentlichkeit soll einen fairen Prozess garantieren. Durch den allgemeinen öffentlichen Zugang zu allen Verhandlungen soll zudem eine Art Kontrolle der Justiz durch die Bürger garantiert werden. Die Öffentlichkeit darf nur in besonderen Fällen aus dem Prozess ausgeschlossen werden. Deshalb urteilen Gerichte auch im „Namen des Volkes.“ (Boehme-Neßler 2010: 33).

Durch die Zunehmende Medialisierung hat sich auch die Öffentlichkeit als solche verändert. Habermas definiert die Öffentlichkeit als ein Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen bzw. Meinungen. Die Öffentlichkeit reproduziert sich durch kommunikatives Handeln. Diese Öffentlichkeit ist durch eine Kommunikationsstruktur ausgezeichnet. Diese lässt sich nicht nur aufgrund ihrer Funktionen oder Inhalte der täglichen Kommunikation definieren. Vielmehr ist es ein durch kommunikatives Handeln erzeugter sozialer Raum (vgl. Habermas 1990: 66 ff)

Die Öffentlichkeit die sich rund um einen Prozess bildet, ist natürlich und durch die gesellschaftlichen Gegebenheiten der heutigen Zeit selbstverständlich.

Durch die unterschiedliche Berichterstattung – die jedenfalls von Medium zu Medium different ist – manifestieren sich auch unterschiedliche Einflüsse und Informationsflüsse. Denn alle Prozessbeteiligten kommunizieren in irgendeiner Art und Weise.

Dass sich dadurch eine Öffentlichkeit manifestiert und von Person zu Person und von Gruppe zu Gruppe unterschiedlichen Einfluss haben kann, ist nachvollziehbar.

In der Zeit als es noch kein Internet und keine Smartphones gab, hat sich der Informationsfluss im Wesentlichen auf die gedruckten Medien und das Fernsehen beschränkt. Mit der zunehmenden Medialisierung haben sich aber auch die Wege und Möglichkeiten der Berichterstattung zunehmend verändert. Im angelsächsischen Raum ist die reine Gerichtssaalöffentlichkeit schon lange Vergangenheit. 1981 hat der US-Supreme-Court entschieden, dass eine weitgehende Fernsehberichterstattung aus dem Gerichtssaal zulässig ist. (vgl. Boehme-Neßler 2010: 34). Im europäischen Raum ist dem nicht so. Darüber hinaus kann davon ausgegangen werden, dass es noch lange dauern wird, bis eine Live-Fernsehübertragung aus dem Gerichtssaal gestattet sein wird. Umso interessanter ist hier der Einfluss der neuen Medien. Social-Media-Plattformen wie Twitter & Co. ermöglichen eine ähnliche Live-Berichterstattung. Ehemalige klassische Print-Medien wie z.B. der Standard oder Die Presse haben zu fast allen wichtigen Gerichtsprozessen des Landes Live-Ticker installiert. Ein Journalist der im Gerichtssaal sitzt berichtet praktisch jede Sekunde von den Geschehnissen im Gerichtssaal.

Engel und Scheuerl beschreiben das in ihrem Werk „Litigation-PR. Erfolgreiche Medien- und Öffentlichkeitsarbeit im Gerichtsprozess“ wie folgt:

„Neben der Relevanz als gesellschaftliches Reizthema werden der Umfang und die Qualität der absehbaren Berichterstattung von der Individualisierung der Massenkommunikation bestimmt, die mit der Entprofessionalisierung der klassischen Medien einhergeht. Das Internet und die Web 2.0-Welt dominieren auch die Kommunikationslandschaft. Die klassischen Medien verlieren zunehmend ihre „Gate-Keeper“-Funktion und Bedeutungshoheit über Themen. Selbst sie greifen auf Online-Quellen zurück und erliegen dem Zwang zur schnellen Schlagzeile aufgrund des Geschwindigkeitsvorteils, den Internetmedien besitzen. Die Skandalisierung und Emotionalisierung von Themen hat häufig ihren Ursprung in der „schönen neuen Internet-Welt.“ (Engel/Scheuerl 2012: 9 ff).

Damit wird die Saalöffentlichkeit zu einer Presseöffentlichkeit. Und da die Presseöffentlichkeit mittlerweile im world wide web stattfindet, entsteht hier eine neue Form der Öffentlichkeit die über alle bisherigen Definitionen hinausgeht. Boehme Neßler hat diese als „Neue Medienöffentlichkeit“ beschrieben.

Eine logische Überleitung zu den eben geschilderten Veränderungen ist der Einfluss dieser „Öffentlichkeiten“ auf die Meinungsbildung sowohl der Bürger als auch der Anwälte und Richter. Aber auch die Kommunikation der einzelnen Akteure verändert sich dementsprechend. Kann die Medienberichterstattung die Entscheidungen der Staatsanwälte verändern? Das ist eine Frage die es wert wäre, sie einer fundierten Ausarbeitung zu analysieren. Denn:

„Die Demokratietheorie fordert eine Kontrolle der Justiz durch die Öffentlichkeit, die Idee der unabhängigen Justiz schränkt diese Kontrolle wieder ein.“ (Boehme-Neßler 2010: 34)

Doch die vorliegende Arbeit soll ja die Öffentlichkeit im Vorprozess beschreiben und die Akteure und deren Einfluss definieren.

Es ist durchaus wichtig die Öffentlichkeit in Zusammenhang mit den Akteuren, die sie letztendlich ja zur Öffentlichkeit machen, zu verstehen. Damit kann eine akteurstheoretische Sicht auf Öffentlichkeit stattfinden (vgl. Raupp in Szyska 1999: 115). Denn jeder dieser Akteure besitzt eine Rolle in der er dann in eben dieser Öffentlichkeit kommuniziert. Die vorliegende Arbeit hat demnach eben das getan: es werden die Akteure einer Öffentlichkeit definiert und es wird der Versuch unternommen zu definieren, wie sie diese Öffentlichkeit beeinflussen und welche Rolle sie dabei annehmen.

Wie schon erwähnt, kann man lange nicht mehr von der einen Öffentlichkeit sprechen. In diesem Zusammenhang sind die Begriffe „The Court of Law“ und „The Court of Public Opinion“ näher zu definieren.

3.2 Court of Law – Von der Gerichts- zur Medienöffentlichkeit

Durch die zunehmende Medialisierung werden die Gerichtsprozesse nicht mehr nur im Gerichtssaal ausgetragen. Als Court of Law wird in diesem Zusammenhang das Gericht bzw. der Gerichtssaal verstanden. (vgl. Heinrich 2010: 38). Die Prozesse sind generell öffentlich zugänglich. Pilnacek spricht in diesem Zusammenhang von einer „Volksöffentlichkeit“ (vgl. Pilnacek 2003: 2).

Nach Art. 90 des Bundesverfassungs-Gesetzes (B-VG) sind Gerichtsverhandlungen in einem demokratischen Rechtsstaat öffentlich zugänglich. Im Strafrecht ist das etwas anders. Hielt gilt diese öffentliche Zugänglichkeit für das Haupt- und Rechtsmittelverfahren, jedoch nicht für die staatsanwaltschaftlichen Ermittlungen (§12 Strafprozessordnung, StPO).

Der Sinn solch eines öffentlichen Zugangs wurde weiter oben bereits beschrieben – es dient im Wesentlichen dazu, eine Kontrolle durch die Allgemeinheit sicherzustellen. Es soll nicht der Eindruck einer Geheimjustiz entstehen.

Heutzutage wird eine Verfahrensöffentlichkeit, die für breite Massen vorgesehen ist, durch die vom Prozess berichtenden Journalisten hergestellt.

„Durch die Gerichtsreporter findet ein Übergang der unmittelbaren auf die mittelbare Öffentlichkeit, also von der Publikums- zur Medienöffentlichkeit, statt“ (Heinrich 2010: 41)

Letztendlich heißt es, dass die Wahrnehmung der Justiz ausschließlich auf der Vermittlungsleistung der Medien beruht.

„Die für die demokratische Gesellschaft geforderte Herstellung von Öffentlichkeit wird im Zusammenspiel zwischen dem Rechts- und Mediensystem erbracht. Für das Rechtssystem ist Öffentlichkeit und damit ein pluralistisch verfasstes System von Massenmedien konstitutiv.“ (Ebd.: 42).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Prozesse erst dann ein Gegenstand der öffentlichen Diskussion sind, wenn die Massenmedien darüber berichten. Auf diese Art und Weise kommen die Prozesse an einen anderen Austragungsort – an den Court of Public Opinion.

3.3 Court of Public Opinion

Der Court of Public Opinion ist der zweite „Austragungsort“ von Rechtsstreitigkeiten. Er ist der „Schauplatz“ an dem die öffentliche Kommunikation stattfindet. (vgl. Heinrich 2010: 37).

Der englische Begriff Public Opinion lässt sich als „Öffentliche Meinung“ übersetzen. Holzinger und Wolff sprechen in diesem Zusammenhang von einem „Gerichtshof der öffentlichen Meinung“ (Holzinger/Wolff 2009: 18). Medien haben die Aufgabe eine selektive Öffentlichkeit herzustellen. Sie dienen dazu, Rechtsstreitigkeiten an die allgemeine, breite Öffentlichkeit zu transportieren. In diesem Zusammenhang dienen Medien als eine Art öffentliche Infrastruktur. Praktisch sind sie ein System, welches Öffentlichkeit herstellt und aber auch die wesentlich zur öffentlichen Meinungsbildung beitragen (vgl. Ebd.: 43).

Die Öffentlichkeit eines Gerichtsprozesses kann aber auch eine Art „Prangerwirkung“ für die Beteiligten entwickeln. Besonders ausgeprägt ist diese Prangerwirkung in Strafprozessen. Als Beispiel ist hier der Fall des deutschen Wettermoderators und für Vergewaltigung angeklagten Jörg Kachelmann. In seinem Fall haben die Medien diese Prangerwirkung komplett entfaltet und stellten für ihn als Menschen eine Tortur da – unabhängig vom Ausgang des Prozesses und seiner Verurteilung. (vgl. Engel/Scheuerl 2012: 5).

Noelle-Neumann beschreibt in diesem Zusammenhang die Medien ebenfalls als Pranger, als eine unendliche gesichtslose Öffentlichkeit, dem der Beschuldigte, der in den Medien stets „vorverurteilt“ wird, komplett machtlos gegenüber steht (vgl. Heinrich 2010: 43). Nach Vogel erinnert diese Art der medialen Zurschaustellung noch vor dem Urteil an eine mittelalterliche Tradition der öffentlichen Zurschaustellung des Beschuldigten. Damit lässt sie eine längst abgeschaffte Strafmaßnahme im heutigen 21. Jahrhundert komplett wieder auferleben. (vgl. Vogel 2005: 117).

Um das eben erläuterte mit dem Fall Ernst Strasser abschließend zusammenzufassen: noch vor der öffentlichen gerichtlichen Hauptverhandlung und einem rechtskräftigen Urteilsspruch wird

oftmals gar kein Zweifel mehr an der Schuld/Unschuld des Angeklagten gelassen. Er wird praktisch als Täter präsentiert. (vgl. Schulz 2002: 6 ff).

Wie Nachhaltig sich ein gewisses Bild in den Medien und damit in der Öffentlichkeit festsetzt, obwohl die Schuld selbst am Ende des Gerichtsprozesses nicht bewiesen werden konnte, zeigen viele Beispiele aus der Praxis. Trotz des richterlichen Freispruchs bleibt ein bitterer Nachgeschmack des Tatvorwurfs am Angeklagten haften. Die damit verbundenen oftmals verheerenden Folgen, sowohl wirtschaftliche als auch private, sind denkbar. (vgl. Kerscher 1982: 8 ff).

3.4 Funktionen der Öffentlichkeit im Gerichtsverfahren

Damit die Überleitung zum Kapitel 4 verständlicher ist, wird in diesem Punkt des dritten Kapitels kurz erläutert, welche Funktionen die Öffentlichkeit für das Gerichtsverfahren haben kann/soll. Es wird aber vor allem auf den Punkt der „Kommunikation und Information“ etwas näher eingegangen.

Innerhalb eines Gerichtsverfahrens kann und soll die Öffentlichkeit folgende Funktionen erfüllen:

- Kontrolle der Justiz
- Erleichterung der Wahrheitsfindung
- Förderung der richterlichen Unabhängigkeit
- Informations- und Kommunikationsfunktion

Gerichtsprozesse scheinen durchaus geeignet, dem normalen Durchschnittsbürger einen Einblick in die oftmals so kompliziert wirkende Rechtsmaterie zu gewähren. Die Öffentlichkeit, im Sinne der

Tatsache, dass Gerichtsprozesse öffentlich sind, dient der Verbreitung von Sach- und Rechtskenntnis. Durch die Medialisierung der Gesellschaft wird zunehmend auch über die Prozesse gesprochen. Dadurch wirkt die Rechtspflege in die Gesellschaft hinein und trägt dazu bei, dass die Justiz und die Rechtsordnung immer existierendes Thema in der Gesellschaft ist. (vgl. Gollowitzer 2004: 22)

3.5 Funktionen der Medien im Gerichtsverfahren

Nach Lippe haben Medien die Aufgabe „zu informieren, zur Kritik und Kontrolle der staatlichen Gewalt beizutragen und eine Meinungsbildung zu ermöglichen“ (Lippe 1980: 127). Medien sollen also dem Prozess der Meinungsbildung beitragen. Dieser Beitrag besteht im Wesentlichen darin, Informationen zu beschaffen, aufzubereiten und zur Veröffentlichung beizutragen. Das Publikum soll durch diese Informationen die Möglichkeit bekommen, sich ein eigenes Urteil zum konkreten Fall zu bilden. Durch diesen Umstand haben die Medien also nicht nur eine Informations-, sondern auch eine Kritik- und Kontrollfunktion. (vgl. Heinrich 2010: 63).

4 Prozessberichterstattung

Praktisch täglich sind die Medien überhäuft von Berichterstattungen über Rechtsstreitigkeiten. Und wenn die beschuldigten Personen gesellschaftlich in irgendeiner Weise einflussreich oder bekannt sind, umso mehr. Den Medien kann vorgeworfen werden, dass sie dies nur tun, um eine höhere Auflage und Reichweite zu erreichen. Doch, würden sie kein Publikum für diese Art Meldungen haben, würde sie diese auch nicht herstellen und verbreiten. Das lässt uns zu dem Schluss kommen, dass es doch eine Leser-, Seher- und Hörschaft gibt, die großes Interesse an gerichtlichen Streitigkeiten hat und diese Art der Informationen konsumiert.

Interessant in diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, und als Beleg für das immense Interesse der Allgemeinheit an Gerichtsverfahren, ist die Tatsache, dass es im Fernsehen bereits eigene Gerichtssendungen gibt. Dort werden real vorkommende Sachverhalte durch Schauspieler ausgetragen (z.B. Richter Alexander Hold, Richterin Barbara Salesch usw.).

Die Prozessberichterstattung an sich ist ein eigenes Genre des Journalismus. Es hat alle Formen von öffentlichen Vorgängen im Rechtssystem zum Gegenstand. Berichte über die Arbeit der Gerichte gibt es bereits seit Beginn des Zeitungswesens. Die Entwicklung zu einer eigenen Mediengattung und zu einer Art Spezialisierung von Gerichtsreportern gab es im 20. Jahrhundert. In den 20er und 30er Jahren des 20. Jahrhunderts und besonders in der Nachkriegszeit hatte sie in Deutschland ihre Blütezeit. Die ausführliche Gerichtsreportage als eigene Gattung ist mittlerweile nur mehr in überregionalen Medien auffindbar. Kennzeichen von Gerichtsberichten sind, dass sie praktisch alle Ressorts von Tages- oder Wochenzeitungen besetzen können. Vor allem interessant sind aber Wirtschaftsprozesse. Hierunter fallen auch

Prozesse zu Korruptionsvorwürfen. Dadurch verschwimmt aber die Grenze von Wirtschafts- und Gerichtsberichterstattung. (vgl. Heinrich 2010: 61 ff).

Wenn man nun der Frage nachgeht, warum rechtliche Auseinandersetzungen auf so große mediale Beachtung treffen, erscheint die Nachrichtenwert-Theorie als die passendste, um einen Erklärungsversuch zu starten.

4.1 Die Nachrichtenwerttheorie

„Die Nachrichtenwert-Theorie unternimmt den Versuch, die Nachrichtenauswahl und Gestaltung der Massenmedien auf spezifische Eigenschaften und Qualitäten von Ereignissen oder Meldungen zurückzuführen. „Objektive“ Merkmale eines Ereignisses (Nachrichtenfaktoren) bestimmen demnach, ob und wie – d.h. mit welchem Umfang, welcher Platzierung und welcher Aufmachung – die Medien hierüber berichten.“ (Staab 1990: 203).

Die Journalisten sind heutzutage einer regelrechten Informationsflut ausgesetzt. Sie müssen die Neuigkeiten und Nachrichten insofern selektieren, dass sie definieren, welche für sie die größte Relevanz besitzen. Gegenstand der Nachrichtenwerttheorie ist zu erklären, wie Journalisten in diesem Prozess der Nachrichtenselektion vorgehen. Einerseits muss man verstehen, welche Quellen den Journalisten bei ihrer Informationssuche zur Verfügung stehen. Andererseits muss man aber auch verstehen, dass es nicht alle Nachrichten und auch nicht alle Neuigkeiten aus aller Welt in unsere tägliche Agenda schaffen (können).

„Die Auswahl von aktuellen, relevanten und für die Rezipienten interessanten Ereignissen und Themen für die Berichterstattung gehört

neben dem Verfassen und Redigieren von Beiträgen sowie Aufgaben in Organisation, Verwaltung und Technik der Redaktion zu denjenigen Aufgaben, die Journalisten den größten Teil ihrer täglichen Arbeitszeit beschäftigen.“ (Maier 2010: 13).

Die Quellen, aus denen Journalisten ihre Informationen beziehen sind viele. Einerseits stellen Nachrichtenagenturen stundenaktuell alle möglichen Geschehnisse aus aller Welt bereit, andere Medien bringen ganze Geschichten, die einzelnen Redakteure und Korrespondenten liefern neue Informationen – sogar direkt aus den Gebieten, in denen die „News“ passieren. Aus dieser Masse an Informationen müssen Journalisten ihre Themen auswählen. Dass die Auswahl auf einen kleinen Teil dieser Themen fällt, ist nachvollziehbar. Dass sie dabei auch noch die Sendezeit oder den ihnen zur Verfügung gestellten Platz in der Zeitung beachten müssen, muss mitbedacht werden.

Um klarzustellen: zu unterscheiden sind die Begriffe „Nachrichtenwert“ und „Nachrichtenfaktoren“. In der Kommunikationswissenschaft werden beide meistens synonym verwendet. Schulz hat aber in seiner Arbeit aus dem Jahr 1976 die beiden Begriffe differenziert. Nachrichtenfaktoren sind demnach bestimmte Ereignismerkmale. Durch diese Ereignismerkmale und oftmals durch die Kombination mehrerer solcher Merkmale erhält jedes Ereignis einen spezifischen Nachrichtenwert. Dieser Nachrichtenwert ist weiterhin ausschlaggebend dafür, ob die Ereignisse in der späteren Berichterstattung beachtet werden oder nicht. (vgl. Maier 2010: 19).

Nachrichtenfaktoren sind Ereignismerkmale, die Journalisten bei ihrer Selektion der Themen, beeinflussen. Galtung und Ruge haben im Jahr 1965 erstmals eine umfangreiche Liste solcher Nachrichtenfaktoren zusammengestellt. Dazu gehören z.B. die räumliche und kulturelle Nähe, der Status eines Landes oder Ortes, die Negativität des Ereignisses usw. (vgl. Ebd: 18).

Zusammenfassend kann gesagt werden: Ereignisse besitzen also Nachrichtenfaktoren. Diese entscheiden über den Nachrichtenwert des Ereignisses und darüber, ob und vor allem wie viel Platz dieses Ereignis in der Berichterstattung findet. Nachrichtenfaktoren besitzen also einen gewissen Einfluss auf die Selektionsentscheidung von Journalisten. (vgl. Burkart 2002: 279 ff.).

Die wichtigsten Nachrichtenfaktoren für die Justizberichterstattung hat Friske (1988) in Anlehnung an Schulz (1976) herausgearbeitet (vgl. Friske 1988: 141 zit. n. Heinrich 2010: 65):

- Thematisierung
- Räumliche Nähe
- Relevanz
- Prominenz
- Überraschung
- Schaden
- Personalisierung

Der Nachrichtenfaktor „Thematisierung“ bezieht sich auf die Festlegung eines Ereignisses in der Medienberichterstattung. Wenn ein Thema auf der sog. „Agenda“ steht, hat es einen höheren Nachrichtenwert als eines, das noch nicht etabliert ist.

Der Faktor räumliche Nähe bezieht sich auf die geographische Entfernung zwischen dem Ort, in dem das Ereignis passiert ist und dem Redaktionssitz.

Relevanz kann als der Grad der Betroffenheit verstanden werden.

Der Nachrichtenfaktor „Prominenz“ steht im Bezug zum Bekanntheitsgrad der Person, über die Berichtet wird. Demnach ist ein Vorstandsmitglied, gegen das Korruptionsvorwürfe vorliegen ein größerer Nachrichtenfaktor als Vorwürfe gegen einen normalen Bürger.

Der Faktor Überraschung bezieht sich auf die Erwartbarkeit, den Verlauf und das Resultat eines Geschehens.

Personalisierung bezieht sich auf den persönlichen Bezug eines Ereignisses zu den Personen, die die Nachrichten konsumieren. Denn, je stärker ein Ereignis als Folge menschlichen Handelns festgemacht werden kann, desto höher ist der Nachrichtenwert (vgl. Burkart 2002: 281 ff.).

Die Litigation PR hat sich die Theorie des Nachrichtenwerts zu Nutze gemacht. Die Litigation PR versucht zu beurteilen, wie hoch das Interesse an einem Fall sein könnte bzw. sie versucht, den Fall dahingehend zu bewerten, wie medial relevant er sein könnte. Haggerty hat dazu die „Litigation Media Checklist“ entwickelt. In dieser Checkliste werden die Merkmale aufgelistet, die ein Fall besitzen muss/soll, um eine bestimmte Relevanz für die Medien zu besitzen. Denn Rechtsstreitigkeiten besitzen immer gewisse „Faktoren“ die, wenn sie vorliegen, automatisch die Agenda besetzen. Wenn also gerichtliche Verfahren eines oder mehrere dieser Faktoren aufweisen, steigt auch die Möglichkeit, dass das Interesse der Medien daran zunimmt. (vgl. Holzinger/Wolff 2009: 129 ff.).

Heinrich hat in ihrer Dissertation die Nachrichtenfaktoren nach Friske und die Checkliste miteinander verglichen. Demnach lassen sich die Faktoren eindeutig zu den Fragen zuordnen. Zur besseren Verständlichkeit wird dies tabellarisch dargestellt.

Tabelle 1: Nachrichtenfaktoren nach Friske, Litigation Media Checklist nach Haggerty und 12-Punkte-Liste nach Holzinger/Wolff

Di- men- sion	Nachrichten- faktoren nach Friské (1988)	Litigation Media Checklist nach Hag- gerty (2003)	12- Punkte- Liste nach Holzin- ger/Wolff (2009)
Zeit	Thematisie- rung	Is the area of the law considered "hot" by the media right now? Is the Case indica- tive for a trend?	Behandelt der Fall gerade ein Rechtsge- biet, das von den Medien im Moment als "heiß" gehandelt wird? Steht der Fall für einen Trend?
Nähe	Räumliche Nähe	Is it a case that will merit atten- tion in the regional or trade me- dia?	

	Relevanz	Does the case make new law? Does the case involve a new application of old law? Does the case have broader implications as a business story? Is there a political or regulatory aspect that will attract interest in the case?	Hat der Fall eine politisch relevante Seite? Hat der Fall eine starke Relevanz für Verbraucher oder kann er das bisherige Verbraucherverhalten in irgendeiner Art und Weise verändern? Geht es um große Geldsummen? Könnte der Fall zu einer neuen Gesetzgebung oder der Erweiterung der bisherigen Gesetzgebung führen? Provoziert der Fall eine neue Anwendung eines antiquierten Gesetzes?
--	----------	--	---

Status	Prominenz	Are the parties to the suit well know or otherwise high profile? Does the opposing counsel have a history of publicizing his or her case?	Handelt es sich bei den streitenden Personen um prominente Personen oder Unternehmen (regional, national, international)?
Dynamik	Überraschung	Is the lawsuit unique, out-of-the-ordinary, or otherwise "man-bites-dog"? Does the case involve sensational facts?	Ist es ein ganz besonderer Fall, ein einzigartiger, einer der gegen den Strich geht und allen bisherigen Erfahrungen entgegensteht? Beinhaltet der Fall sensationelle Fakten oder Taten?
Valenz	Schaden	Does the case make involve or potentially involve, a large sum of money?	Berührt der Fall viele andere Menschen direkt oder indirekt wie etwa bei Kapitalbetrug? Geht es um eine große Summe Geld?

Iden- tifica- tion	Personalisie- rung	Does the case have compelling "human face"?	Hat der Fall eine beeindru- ckende, anrühren- de und stark emo- tionalisie- rende Sei- te? Sind Kinder o- der Tiere involviert?
--------------------------	-----------------------	---	---

Quelle: Heinrich 2012: 139

4.2 PR als Quelle für den Journalisten

Die Agenturmeldungen, die einen Journalisten täglich erreichen sind eine beachtliche Masse an sich. Jedoch, durch die zunehmende Professionalisierung der PR Branche nimmt auch die Zahl der professionell gestalteten Pressemitteilungen täglich zu. Weischenberg, Malik und Scholl haben die Annahme, dass sich die PR Branche in den letzten paar Jahren zunehmend professionalisiert hat.

„Immer mehr gesellschaftliche Akteure versuchen mit immer ausgefeilteren Methoden, ihren Anliegen über die journalistische Berichterstattung öffentliche Aufmerksamkeit und Legitimation zu verschaffen.“ (Weischenberg et al 2006: 122).

Die drei Autoren haben im Jahr 2006 eine Umfrage unter Journalisten in Deutschland durchgeführt. Dabei kamen sie zum Ergebnis, dass 60 Prozent der Befragten angegeben haben, dass insgesamt zu viele Pressemitteilungen produziert werden. „Damit entsteht ein großer Selektionsdruck in den Redaktionen, die aus dem eingehenden Material das Wichtige und Interessante herausfiltern, irrelevante oder

zweifelhafte Informationen aussortieren müssen, ohne bemerkenswerte Ereignisse und Entwicklungen zu übersehen.“ (Ebd.: 123).

4.3 Boulevardisierung: Von der Skandalisierung zur Personalisierung bis Entertainment

Der Druck auf die Massenmedien steigt stetig und damit auch der Kampf um jeden einzelnen Leser/Zuseher/Hörer. Damit die Medien auch weiterhin ein großes und interessiertes Publikum ansprechen können, greifen Journalisten oftmals zu etwas anderen Methoden und Formen der Berichterstattung. Die Personalisierung, Emotionalisierung und Boulevardisierung nimmt zu (vgl. Mast 2008: 379).

Bisher wurde dieses Phänomen nur im Zusammenhang mit der Berichterstattung über Politiker analysiert. Doch immer mehr wird dieser Aspekt der Berichterstattung in Zusammenhang mit der Wirtschaftsberichterstattung analysiert. Heinrich hat in ihrer Dissertation die Annahme geäußert, dass die Grenze zwischen Justiz- und Wirtschaftsberichterstattung zunehmend verschwimmt. Denn schließlich ist es offensichtlich beobachtbar, dass Gerichtsprozesse immer öfter Thema der Berichterstattung sind. (vgl. Heinrich 2010: 62 ff.).

Zusammenfassen lässt sich diese Veränderung mit dem Begriff „Boulevardisierung“ definieren.

„Die Begriffe Boulevardisierung und Popularisierung finden in der Literatur meist synonym Verwendung und bezeichnen vage die immer stärker werdende Verwendung von unterhaltsamen oder fiktiven Elementen in Medienprodukten. Allerdings ist der Terminus

Boulevardisierung oft mit einer stärker qualitativen Bewertung bzw. negativen Konnotation verbunden und verweist gleichzeitig verstärkt darauf, dass die Qualitätspresse sich nicht nur populäre sondern typische, der sog. Boulevardpresse zugesprochenen Strategien aneignet.“ (Schnumy 2001: 10).

Eine einheitliche Definition des Begriffs Boulevardisierung gibt es nicht. Dennoch herrscht Einigkeit darüber, was die Eigenschaften der Boulevardisierung angeht. Somit gibt es verschiedenen Ebenen auf denen sich die Merkmale der Boulevardmedien festmachen lassen: die formale, die sprachliche und die inhaltliche Ebene (vgl. Mayr 2012: 39 nach Landmeier/Daschmann 2011: 177).

Die formale Ebene meint die Gestaltung des Textes. Demnach sind dort mehr Bilder als Text zu finden. Die sprachliche Ebene meint die Verwendung von einfachen Satzstellungen. Die folgende Tabelle ist eine Übersicht über die einzelnen Merkmale.

Tabelle 2: Merkmale, Ausprägungen und Ziele der drei Indikatorenbereiche von Boulevardisierung.

	Formal	Sprachlich	Inhaltlich
Merkmale	Visualisierung	Diskursive Strategien	Soft News
Ausprägungen	Mehr Bilder/Mehr Farbe/Weniger Text	Emotionalisierung, Personalisierung, Spektakularisierung, Katastrphisierung, Devianzierung, Kriminalisierung, Sexualisierung, Simplifizierung, Skandalisierung	Human Interest-Themen: "sex, crime and sports"; Prominente Akteure/Stars/Private s/Persönliches
Ziel	Aufmerksamkeit erregen	Emotionen erzeugen	unterhalten

Quelle: Landmeier/Daschmann 2011: 180

Abschließend muss angemerkt werden, dass das Auftreten eines der Merkmale nicht gleich als Boulevardisierung gesehen werden kann. Vielmehr bedarf es eines häufigen und zuzunehmenden Auftretens aller Merkmale, damit man von einem Boulevardmedium sprechen kann.

4.4 Medien und Justiz

Unter Medialisierung kann man das zunehmende Vordringen der Medien auf verschiedene Teilbereiche der Gesellschaft verstehen. Die Medialisierungsforschung hat sich bisher „nur“ mit der Medialisierung der Bereiche Politik, Sport oder Wirtschaft beschäftigt. Doch der Bereich der Justiz wurde bisher noch nicht berücksichtigt. (vgl. Raupp 2009: 265).

Das Verhältnis zwischen den Akteuren der Justiz und der Medien ist kommunikationswissenschaftlich gar nicht bis kaum erforscht. In den Rechtswissenschaften gibt es immer wieder Hinweise darauf, dass sich die Justiz zunehmend einer professionellen Öffentlichkeitsarbeit ihrerseits widmet, doch fehlen in diesem Bereich wissenschaftliche Annäherungen. In diesem Zusammenhang muss auch die PR der Strafverteidiger erwähnt werden. Auch hier fehlt es an wissenschaftlichen Herangehensweisen. (vgl. Gostomzyk 2006: 134). Konkrete Aussagen können aus diesem Grund nicht gemacht werden. Die vorliegende Arbeit wird im empirischen Teil teilstandardisierte Interviews mit Staatsanwälten und Rechtsanwälten enthalten. Eventuell wird es die Möglichkeit geben, auch Fragen zu diesem Verhältnis zu stellen. Denn im Mittelpunkt der Analyse steht die Frage, ob und wie

diese Akteure die Öffentlichkeit prägen und so das Bild des Beschuldigten in den Medien beeinflussen können.

Auf der Homepage des Bundesministeriums für Justiz (BMJ), im Bereich Presse steht folgendes:

„Die Medienarbeit für die Bundesministerin für Justiz erfolgt durch deren Pressesprecher. Ferner ist im Bundesministerium für Justiz die Ressortmediensprecherin angesiedelt, die die Medien allgemein über Struktur, Rahmenbedingungen, Aufgaben, Aktivitäten, Leistungen und Herausforderungen der Justiz informiert, juristische Hintergründe erklärt und den Medien die zuständigen Ansprechpartner innerhalb der Justiz vermittelt. Bei den größeren Gerichten, allen Staatsanwaltschaften und Justizanstalten sind Medienstellen eingerichtet, die mit der Information der Medien über Angelegenheiten in ihrem Zuständigkeitsbereich (z.B. Verfahren) betraut sind. (<http://www.justiz.gv.at/web2013/html/default/2c9484853f31eab6013f32af1be508a5.de.html>).

Der Medienerlass 2014 ist im Anhang D nachlesbar.

Demnach, durch das Vorhandensein einer eigenen Pressestelle und eines Sprechers, kommt man zum Schluss, dass die Justiz Öffentlichkeitsarbeit betreibt. Doch, wie diese aussieht, ob und wenn ja, welche Strategien verfolgt werden, kann man wissenschaftlich so nicht sagen. In diesem Bereich bedarf es einer fundierten wissenschaftlichen Analyse. Vor allem aus einer Perspektive der Kommunikationswissenschaft.

5 Litigation PR und Öffentlichkeitsarbeit

In diesem Kapitel soll der Versuch unternommen werden, die Litigation PR zu definieren, ihre Ziele und Grenzen aufzuzeigen, ihre Strategien darzustellen, sowie einen Einblick in die historische Entwicklung zu geben. Des Weiteren soll in kurzen Punkten auf Begriffe wie Reputation, Persönlichkeitsrechte und die Beziehung zwischen PR und Öffentlichkeit eingegangen werden.

5.1 Was ist Öffentlichkeitsarbeit?

Die ersten Seiten der vorliegenden Arbeit haben Ansätze einer Definition von Public Relations und Litigation PR dargestellt. In diesem Teil wird aber dennoch etwas tiefer in die Beschreibung der Praxis der PR und der Definition von PR eingegangen.

Öffentlichkeitsarbeit kann, nach den Worten des Public Relations Verbands Austria wie folgt definiert werden:

„PR sind Mittler und Schnittstelle zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit. Es gibt selten eine Öffentlichkeit, sondern immer eine Vielzahl von Teilöffentlichkeiten, sprich verschiedene Zielgruppen/Stakeholder, die alle auf ihre spezielle Weise angesprochen werden müssen. Die Öffentlichkeit besteht nicht nur aus Konsumenten und Journalisten, sondern umfasst genauso die Mitarbeiter eines Unternehmens, Händler und Wettbewerber wie auch die kommunalen und überregionalen Verwaltungen. Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations vermittelt Standpunkte und ermöglicht Orientierung, um den politischen, den wirtschaftlichen und den sozialen Handlungsraum von Personen oder Organisationen im Prozess öffentlicher Meinungsbildung

zu schaffen und zu sichern. Ziel ist immer die Verbreitung von wahren Informationen, um auf transparente Art und Weise Vertrauen, Goodwill und Glaubwürdigkeit in der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen.“

<http://prva.at/berufsbild/rolle-der-pr>)

Eigentlich ist PR schon in den Anfängen der Menschheitsgeschichte auffindbar. Doch mit der stetig zunehmenden Komplexität und Modernisierung der Gesellschaft, stieg auch das Bedürfnis nach einer organisierten und zielgerichteten Kommunikation.

Oftmals ist davon die Rede, dass die PR aus den USA nach Europa und somit erst später nach Deutschland und Österreich „übergeschwappt“ ist. Doch erste Diskussionen und theoretische Überlegungen aus den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts bezeugen das Gegenteil. (vgl. Kunczik 2002: 102).

Was sich unterscheidet ist der Weg der Entstehung der PR in den USA und in Österreich. In den USA entstand die PR vielmehr als ein Resultat und aus dem Versuch von Politikern oder Wirtschaftsgrößen, sich von investigativen und neugierigen Journalisten abzuwehren. Diese deckten Missstände auf und brachten diese so in die Öffentlichkeit. Die Öffentlichkeit entwickelte eine Prangerwirkung. Wirtschaftsschaffende, Politiker oder allgemein Personen des öffentlichen Lebens versuchten dann, ihre Reputation und ihr Image in dieser entstandenen Öffentlichkeit zu schützen. Aus diesem Grund entstand die PR, die dann versuchte, Informationen sinnvoll und vor allem im Interesse ihrer Auftraggeber zu gestalten und zu verbreiten. Im deutschsprachigen Raum war die PR von Anfang an eher aktiv und ging von Seiten der Unternehmen und Personen aus, die sie nutzen. Nichts desto trotz wird der PR im deutschsprachigen Raum eine gewisse „Traditionslosigkeit“ vorgeworfen. (vgl. Ebd. 103).

5.2 Was ist Litigation PR?

Der Begriff der Litigation PR ist, der Literatur zufolge, in den USA entstanden und besteht im Wesentlichen aus 2 Teilen. Der angloamerikanische Begriff „Litigation“ lässt sich mit den deutschen Wörtern Rechtsstreit, Gerichtsverfahren oder Prozess übersetzen. PR steht als Kürzel für den Begriff „Public Relations“. Im Deutschen kann dieser Begriff mit Öffentlichkeitsarbeit übersetzt werden. Holzinger und Wolff sprechen in diesem Sinn also von „Öffentlichkeitsarbeit im Rechtsstreit“ (vgl. Holzinger/Wolff 2009: 18).

5.3 Die historische Entwicklung von Litigation PR im deutschsprachigen Raum

Laut Gottschall, zit. nach Heinrich (2010) tauchte die LPR in den 80er Jahren des zwanzigsten Jahrhunderts zum ersten Mal als Praxis auf. Sie wurde gezielt in juristischen Auseinandersetzungen, die ein bestimmtes mediales Interesse auf sich gezogen hatten, eingesetzt. Vor allem Prozesse wie der Fall O.J. Simpson haben die Praxis der Litigation PR in den USA zunehmenden in den Fokus gerückt und als einen Teil der PR Praxis wahrgenommen. Wenn man sich die Seiten der größten und bekanntesten PR-Agenturen in den USA anschaut, kommt man zum Schluss, dass praktisch alle Litigation PR anbieten. Renommierete Rechtsanwälte, die vor allem bekannte Klienten vertreten, haben die Notwendigkeit der Litigation PR erkannt und diese in ihrer juristische Arbeit aufgenommen. Laut Wilke, Tittel und Silver wird der Berufspraxis der Litigation PR ein großer Zuwachs zugesprochen. (vgl. Heinrich 2010: 5).

Die Entwicklung in Europa sieht hingegen etwas anders aus. Auf dem deutschen Markt gibt es eine kleine überschaubare Zahl an Agenturen, die LPR anbieten. Nicht anders sieht es in Österreich aus. Erstmals öffentlich erwähnt wurde die Litigation PR im Fall von Nadjia Benaissa. Die mittlerweile ehemalige Sängerin der Pop-Band No-Angels wurde angeklagt weil sie ihren Sexualpartnern ihre HIV-Infektion verheimlichte. In Österreich kann man ohne weiteres Bedenken sagen, dass der Fall „Helmut Elsner und BAWAG“ bisher größtes mediales Interesse provoziert hat. Nicht zu vergessen ist der Fall „Heinz Grasser“, der Fall der „Hypo“, der Fall „Josef Fritzl“, um nur einige zu nennen. Gemeint ist, dass auch in Österreich das mediale Interesse an gerichtlichen Verfahren in den letzten Jahren stetig zugenommen hat.

Status Quo

Mittlerweile kann man beruhigt sagen, dass Litigation-PR in Österreich angekommen ist. Vor allem aber wenn man sich die aktuellsten Fälle ansieht. Das Dienstleistungsangebot der PR-Branche in Österreich, mit besonderem Fokus auf Wien, bestätigt diese Annahme. In den letzten zwei bis drei Jahren hat sich in diesem Sinn ein positiver Trend entwickelt. Es gibt immer mehr Agenturen, die versuchen, sich in diesem Bereich der PR zu positionieren. Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang Alfred Autischer. Er hat Ende 2010 die Agentur „Gaisberg Consulting“ gegründet. Diese hat den Schwerpunkt auf Reputationsmanagement und Litigation PR gelegt. Die Agentur „Zechner & Partner“ hat sich ebenfalls im Gebiet der LPR spezialisiert.

Die drei Praktiker Andreas Schneider, Patrick Minar und Martin Jenewein haben im Herbst 2011 die Agentur „Schneider Minar Jenewein“ gegründet. Diese Agentur kann im Großraum Wien durch ihre Kompetenz und Spezialisierung im Bereich Litigation PR besonders hervorstechen. Während andere Agenturen Litigation PR zwar in ihrem Portfo-

lio erwähnen, diese letztendlich aber nur sporadisch betreiben, hat sich SMJ besonders der Litigation PR gewidmet und sieht diese als Kernbereich ihrer Tätigkeit. Die Agentur Ecker&Partner, die als größte Agentur Österreichs gesehen werden kann, bietet mittlerweile auch LPR als Dienstleistung an.

Welche Agenturen welche Kunden betreuen ist von den Homepages der Agenturen leider nicht ablesbar. Einerseits liegt es an der Geheimhaltungspflicht und dem Versuch der Wahrung der Intimsphäre der Klienten.

5.4 Einsatzgebiete der LPR

Einsatzgebiete der Litigation PR sind das Strafrecht und das Zivilrecht. Im Zivilrecht kann Litigation PR sowohl auf der Seite des Klägers, als auch auf der Seite des Angeklagten angewendet werden. Im Strafrecht kann die LPR lediglich auf der Seite des Angeklagten bzw. Beschuldigten angewendet werden. (vgl. Holzinger/Wolff 2009: 22).

Die Einsatzmöglichkeiten sind sehr groß. Laut Literatur geht es darum, das Image und die Reputation des Beklagten zu schützen. Haggerty nennt zwei wesentliche Ziele der Litigation PR:

1. Litigation PR soll den Ausgang des Verfahrens beeinflussen
2. Litigation PR soll die Reputation schützen (vgl. Haggerty 2003: 2).

Boehme-Neßler meint in diesem Zusammenhang, dass die Litigation PR, wie jeder andere Bereich der Öffentlichkeitsarbeit das primäre Ziel verfolgt, erstmal die Öffentlichkeit und dann auch die Justiz zu beeinflussen. Heinrich interpretiert Haggertys erstes Ziel damit, dass die Parteien in Zivilrechtlichen Fragen versuchen, auf eine außergerichtliche Einigung zu kommen. In Strafrechtlichen Verfahren ist

das nicht der Fall. Dort wird vielmehr der Versuch unternommen, die Justiz zu beeinflussen und die Anklage so mild wie möglich zu gestalten. Doch ist dieser Ansatz äußerst Diskutabel. Die im empirischen Teil geführten Interviews haben eine komplett andere Herangehensweise und Ziele der LPR gezeigt. Die PR-Berater sind der Meinung, dass das primäre Ziel der LPR der Reputationsschutz ist. Es wird nicht versucht, den Prozess selbst oder den Prozessausgang zu beeinflussen. Und das Strafmaß kann laut Aussage eines Staatsanwaltes sowieso nicht beeinflusst werden. In diesem Bereich gibt es offensichtlich noch sehr viele Fragen, die eine wissenschaftliche Analyse wert wären. Doch wird auf diese in der vorliegenden Arbeit nicht weiter eingegangen.

Das zweite von Haggerty genannte Ziel weist eine enge Verbindung mit dem Reputation Management auf und beschreibt ziemlich gut, was durch Litigation PR angestrebt wird. In beiden Fällen wird der Versuch unternommen, sich darum zu bemühen, dass der Klient in der Öffentlichkeit ein positives Image gewinnt und auch nach Prozessende keine größeren Imageschäden davonträgt. (vgl. Mayr 2012: 45).

Fitzpatrick definiert insgesamt 6 Ziele der Litigation PR:

1. Counteracting negative Publicity
2. Making a client's viewpoint known
3. Ensuring balanced Media coverage
4. Helping the Media and the Public understand complex legal issues
5. Defusing a hostile environment
6. Helping resolve the Conflict (vgl. Fitzpatrick 1996: 30).

5.5 Kommunikationsstrategien in der Litigation PR

„Unabdingbar für den Vertrauensserwerb und letztlich den Schutz der Reputation ist in der wissenschaftlichen und v.a. in der praxisorientierten Literatur eine kompetente, ehrliche und offene Kommunikation gegenüber den Anspruchsgruppen“ (Heinrich 2010: 175).

Nichts desto trotz verwenden viele Anwälte noch immer die Methode „Kein Kommentar“ zum Schutz ihrer Mandanten. In der Praxis ergibt sich daraus ein wesentliches Phänomen. PR-Berater werden also, ihrer Natur nach, eine offene Kommunikation anstreben. Anwälte reagieren eher passiv und treten ungern an die Öffentlichkeit. Wie sich dieses Wechselverhältnis am besten lösen lässt, ist natürlich von Fall zu Fall anders.

Kein Kommentar = Eingeständnis?

Anwälte und ihre Mandanten vertreten oft die Auffassung, dass eine passive bzw. gar keine Kommunikation gegenüber den Medienvertretern die beste ist. Womöglich gehen sie von der Annahme aus, dass bei der Strategie „Kein Kommentar“ die Unschuldsvermutung bestärkt wird. Das mag im Gerichtssaal so sein. Doch im „Court of Public Opinion“ sieht es wesentlich anders aus.

„Während im Gerichtssaal, also auf juristischer Ebene, der Grundsatz ‚in dubio pro reo‘ (im Zweifel für den Angeklagten) gilt, verhält es sich im court of public opinion, also in der Öffentlichkeit, gerade umgekehrt: Die Unschuldsvermutung gilt dort nicht. Die Öffentlichkeit wird eine beklagte Partei, insbesondere wenn es sich um eine grosse Firma oder Or-

ganisation handelt, i.d.R. bis zum Beweis ihrer Unschuld, für schuldig befinden.“ (Petermann 2006: 9)

Daher kann davon ausgegangen werden, dass sich der Satz „Kein Kommentar“ nach verlassen des Gerichtssaal eher negativ auf das allgemeine Bild des Beschuldigten in der Öffentlichkeit auswirken wird, als wenn ein kurzes Statement zum Stand der Dinge vom Angeklagten selbst oder vom Anwalt geäußert werden würde.

In der wissenschaftlichen Literatur gibt es 3 erwähnenswerte Strategie-Ansätze die sich auf die Litigation PR beziehen. Einerseits die sog. „Public Relations vs. Legal Strategies von Fitzpatrick und Rubin. „Typology and Dimensionality of Litigation PR Strategies“ von Jin und Kelsay und die „Crisis Communicative Strategies“ von Huang et al.

5.5.1 Public Relations vs. Legal Strategies von Fitzpatrick/Rubin

Die beiden Autoren unterscheiden insgesamt vier Kommunikationsstrategien:

1. Traditional Public Relation Strategy
2. Traditional Legal Strategy
3. Mixed Strategy
4. Diversionary Strategy (vgl. Fitzpatrick/Rubin 1995: 22 ff).

Mit der Anwendung dieser vier Kategorien haben die Autoren in den 90er Jahren 39 Fälle aus der US-Berichterstattung zum Thema sexuelle Belästigung analysiert. Das Ziel der Analyse war, herauszufinden, wie die Unternehmen auf Beschuldigungen solcher Art reagieren.

Das Ergebnis zeigt, dass die Traditional Legal Strategy häufiger vorkommt als die PR- und Mixed-Strategien. Bei knapp zwei Drittel aller Fälle haben sich die Unternehmen für eine reine juristische Herangehensweise entschieden. Die Diversionary-Strategie wurde kein einziges Mal angewendet. (vgl. Ebd.: 26).

Das Ziel dieses klassischen Methoden-Ansatzes ist es, dass die Unternehmen den Versuch unternehmen, ihr Vertrauen in der Öffentlichkeit wiederherzustellen und ihr Image positiv zu beeinflussen. Nach Fitzpatrick und Rubin ist das nur möglich wenn diese Punkte beachtet werden:

- *State company policy on the issue*
- *Investigate the allegations*
- *Be candid*
- *Voluntarily admit that a problem exists, if true, then*
- *Announce and implement corrective measures as quickly as possible*
(Ebd.: 22)

Das Problem das sich bei diesen Strategien ergeben kann ist, dass diese Methoden im Court of Public Opinion eventuell Erfolge erzielen können, dann aber im Court of Law, also im Gerichtssaal, verheerende Folgen mit sich ziehen können. Denn, wenn man öffentlich eine Schuld zugibt, kann dieses Schuldeingeständnis später vor Gericht gegen die Partei geltend gemacht werden. Deshalb wird so eine offensive Kommunikationspolitik sehr selten empfohlen. Umso mehr wird eine passive Herangehensweise empfohlen:

- *Say nothing*
- *Say as little as possible and release it as quietly as possible*

- *Citing privacy laws, company policy or sensitivity*
- *deny guilt and/or act indignant that such charges could possibly have been made; or*
- *shift or, if necessary, share the blame with the plaintiff* (Ebd. 1995: 22)

Eine Strategie, die diese fünf Punkte beinhaltet, definieren Fitzpatrick und Rubin als einen klassischen Legal-Ansatz. Von einer Mixed-Strategy ist dann die Rede, wenn von beiden klassischen Ansätzen eine Kombination in die Kommunikations-Strategy eingebaut wird.

„A company also may vehemently deny any fault while at the same time expressing remorse that a problem has occurred and taking a more traditional public relations approach (Ebd.: 22 ff).

Den Diversionary-Ansatz beschreiben die beiden Autoren als ethisch äußerst fragwürdig. Dieser Ansatz beinhaltet folgende Punkte:

1. *attempting to divert media and public attention away from the accusations*
2. *telling the media that the organization is outraged at the situation, while taking little or no substantive action, and/or*
3. *announcing that the problem is solved or that the alleged offender is leaving the organization for unrelated (i.e., personal) reasons, such as an embezzling executive „resigning in order to spend more time with his family“* (Ebd.: 23)

5.5.2 Typology and Dimensionality of Litigation PR Strategies“ von Jin und Kelsay

Jin und Kelsay haben den Versuch unternommen, eine Typologie von Litigation-PR-Strategie darzustellen. In diesem Sinne haben sie

insgesamt 159 Medienberichte und acht Pressemitteilungen zu dem Spionagefall von Hewlett-Packard aus dem Jahr 2006 untersucht. Jin und Kelsay haben zu diesem Zweck insgesamt sechs LPR-Strategien definiert:

1. *Denial*

2. *Exuse*

3. *Justification*

4. *Concession*

5. *Diversion*

6. *Information Supply*

7. *Strategic Avoidance* (Jin/Kelsay 2008: 6)

Dabei ist anzumerken, dass die Strategien eins bis fünf bereits aus der Krisenforschung bekannt sind. Die beiden neuen Strategien Information Supply und Strategic Avoidance werden folgendermaßen beschrieben:

„The two new LPR [Litigation-PR, Anm.] strategy types are Information Supply, which includes investigation allegations and being informative and facilitative, and Strategic Avoidance, which includes denying while expressing remorse/compassion for the crisis, defeasibility as claiming that the organization did not have the knowledge/ability/control to avoid committing the offensive act, and saying nothing or as little as possible.“ (Ebd.: 2008: 67)

Diese beiden Ansätze, entweder einzeln angewendet oder in Kombination ermöglichen es, beide Aspekte, sowohl juristische als auch die der PR Praxis zu berücksichtigen. (vgl. Ebd.: 68).

Damit bietet Litigation PR eine Lösung des weiter oben erwähnten Problems zwischen der passiven „Nicht-Kommunikation“ von Anwälten

und Beschuldigten und der aktiven Kommunikation von PR-Beratern. Denn diese beiden Ansätze kombinieren alle Anliegen und tragen so dazu bei, dass nur richtige Informationen an die Öffentlichkeit kommen und wenn sie kommen, dass sie etwas Natürliches und Menschliches vermitteln. (vgl. Mayr 2012: 52).

5.5.3 „Crisis Communicative Strategies“ von Huang et al

Wie in den vorigen zwei Strategieansätzen dargestellt, ist offensichtlich dass es eine enge Verbindung zwischen den Strategien der Litigation PR und der Krisenkommunikation gibt. Daher werden die im vorherigen Punkt erwähnten fünf Strategien der Krisenkommunikation hier etwas näher erklärt.

Tabelle 3: Crises Communicative Strategies: Kategorien, Sub-Kategorien und Definitionen

Strategy and Definition	Sub-Strategy	Sub-Strategy Definition
Denial Statements that deny the occurrence or existence of the questionable event, or deny that the person is the cause of the event.	Simple Denial	Statements that deny the occurrence or existence of the questionable event, or deny that the person is the cause of the event.
Excuse Statements that	Provocation	Statements that claim that the

argue that the accused person should not be held responsible for the occurrence and/or impact of the questionable event because certain factors limited the person's control over the occurrence and/or impact of the event (Statement that attempts to evade responsibility for the offensive act).	De-Feasibility Good Intentions	offensive act was a reasonable response to someone else's offensive act Statements that claim that the actor did not have the knowledge, ability, or control to avoid committing the offensive act. Statements that claim that the act was performed with good intentions
Justification Statements that imply that, even though the accused person could be somewhat responsible for the questionable event, the standards being used by the accusers to evaluate the impact of the	Bolstering Minimization Suffering	Statements that emphasize a person (or an organization's) former positive record or good doings. Statements that suggest that the act in question is not as offensive as it seems. Statement that claim that the

questionable event are inappropriate.	Attacking Accuser Re-Framing	rhetoer is a victim. Statements that confront the person or groups who claim the accused the act or crisis. Statements that attempt to justify the act by reframing the facets within the same issue but in a larger and more favorable context.
Concession Statements that agree that the questionable event did occur or that the accused organization caused the event, apologized, and expressed the willingness for remediation, rectification and proactive works, changed corporate policy, and provided adaptive and/or instructive	Admission of Fault/Apology Compensation	Statements that agree that the questionable event did occur or that the accused person caused the event. Also, statements that the person apologizes, asks for forgiveness. Compensation offers to give the victim money, goods, or services to help mitigate the negative

Information	Corrective or Proactive Works	feelings toward the rhetor. Statements that involve a commitment to repair the damage from the offensive act and/or attempts to restore the state of affairs before the offensive act or preventing the recurrence of the offensive act or to prevent a repeat of crisis.
	Changing Corporate Public Policy	Statements that involve a commitment to change organization's corporate public policy.
	Instructive Information	Statements that instruct people how to react to a crisis in terms of actual behaviors.
	Adaptive Information	Statements that educate people on how to adapt

		to the occurrence in terms of psychological aspects.
Diversion Strategies that try to put the issue „to rest“ or distract public or media attention by creating a different issue or temporarily easing public anger by showing regards (while not apologizing).	Showing Regards/ Sympathy Building a New Agenda Differentiating	Statements that show regards and/or sympathy without apologizing. Statement that express feelings and regards, e.g., „I feel a pity that...“ Statements that create a new issue in order to switch or distract the media focus or public attention. Statement that attempt to distinguish the act from other similar but more offensive actions. In comparison, the act performed by the rhetor may not seem so bad.

Quelle: Huang et al 2005: 234 ff.

5.5.4 Ein zusammenfassender Ansatz

Abschließend sollen hier die drei eben erklärten Ansätze zusammenfassend in einer Tabelle dargestellt werden. Diese Tabelle und die in ihr erwähnten Strategie werden in der späteren empirischen Analyse erneut Anwendung finden – im Punkt, in dem der Versuch unternommen wird zu definieren, welche Strategien im Fall Ernst Strasser die richtigen und sinnvollen gewesen wären.

Tabelle 4: Litigation-Kommunikationsstrategien - ein zusammenfassender Ansatz

Litigation-Kommunikationsstrategien				
	Legal	PR	Mixed	Diversionary
Sub-Strategien	Simple De- menti; Empö- rung; Anschul- digungen an- wälzen; kein Kommentar; Wenig wie möglich sagen; Konfrontation; Hreunterspie- len; keine Kenntnis bzw. kein Wissen	Aufklärungswille; Bedau- ern bzw. Problembewusst- sein; Kompensation; Zuge- ständnis; Korrekturmaß- nahmen bzw. Verände- rung; Polsterung; Ent- schuldigung; Gute Ab- sicht; Verweis	Mix aus Legal- und PR- Sub- Strate- gien	Ablenkung

Quelle: Mayr 2012: 55

6 Reputation Management

Gerichtsverfahren, sowohl zivilrechtliche, vor allem aber strafrechtliche sind ein großes Risiko in Sachen Reputation der Beschuldigten. Aus diesem Grund ist das primäre Ziel von Litigation PR der Schutz der Reputation des Mandanten. Und das in allen drei Phasen des Prozesses – davor, während und danach.

Aus diesem Grund ist das Verhältnis von Reputationsmanagement und Litigation PR sehr eng. Die Eigenschaften dieses Nahverhältnisses sollen in diesem Kapitel näher erläutert werden. (vgl. Mayr 2012: 55).

6.1 Der wissenschaftliche Diskurs um die Reputation

Als Reputation bezeichnet man das Ansehen, bzw. den Ruf einer Person, eines Unternehmens o.ä. in der Öffentlichkeit. Die Reputation einer Person ist gegeben, sobald diese in die Öffentlichkeit tritt. Anzumerken ist, dass Reputation von Beginn an positiv oder negativ sein kann. Sowohl das Positive als auch das Negative an der Reputation wird, so kann man sagen, von den Massenmedien geschaffen. (vgl. Eisenegger 2005: 21 ff.). Besonders anzumerken hierbei ist, dass diese Einstellungen der Öffentlichkeit, die eben durch Massenmedien geschaffen wurden, auch nicht ohne die Massenmedien verändert werden kann. (vgl. Ebd.: 71).

Neben der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft beschäftigt sich auch die Betriebswissenschaft mit dem Thema Reputation. So z.B. in den Bereichen Corporate Reputation. Denn wirtschaftlich gesehen ist Reputation ein hoher immaterieller Wert eines jeden Unternehmens.

Petermann meint in diesem Zusammenhang, dass der Marktwert eines Unternehmens nicht mehr nur durch materiell messbare Güterkriterien bestimmt wird. Vielmehr ist es auch die Reputation und die Marke, die den Wert eines Unternehmens im Wesentlichen beeinflussen. (vgl. Petermann 2006: 4).

„Kunden treffen Kaufentscheide aufgrund der Positionierung einer Marke. Investoren entscheiden sich zum Aktienkauf einer Unternehmung, die ein solides Markenversprechen abgibt und über eine gute Reputation verfügt. Arbeitskräfte entscheiden sich bei der Suche nach einer neuen Stelle für Unternehmen, die über einen guten Ruf verfügen. Sponsoren suchen sich Sportler mit einem vermarktungswirksamen Namen. Und auch die weiteren Anspruchsgruppen einer Unternehmung wie die Politik oder die Medien sind positiv oder negativ beeinflusst durch Reputation und Markenausstrahlung. Für starke Marken sind Konsumenten schließlich auch bereit, hohe und zum Teil sehr hohe Preise zu bezahlen.“
(Petermann 2006: 4).

Bisher wird Reputation meist aber nur im wirtschaftlichen Fachdiskurs besprochen. Kommunikationswissenschaftlich ist es eher selten. Eisenegger hat deswegen einen dreidimensionalen Reputationsansatz mit universellem Geltungsanspruch formuliert. Diese erlaubt es, eine nicht nur ökonomische Sicht der Dinge zu vertreten.

Eiseneggers Ansatz, der im nächsten Punkt besprochen wird, ist sehr nachvollziehbar. Vor allem wenn man ihn in Bezug zum Fall Ernst Strasser stellt. Die Reputation von Ernst Strasser wurde durch die Staatsanwaltschaftlichen Vorwürfe im Kern erschüttert. Ein angesehener, erfolgreicher Politiker wird angeklagt, Geld für Leistungen zu empfangen, die er nicht hätte erbringen dürfen. Das Ansehen einer durchaus erfolgreichen Person wird durch solche Anschuldigungen, vor allem aber Anschuldigungen auf diesem hohen Niveau, immens

gefährdet. Dass eine durchdachte Kommunikationsstrategie notwendig war, um die Schäden wenigstens abzupuffern, ist selbstverständlich. Jedoch muss man sich hier die Frage stellen – in welchem Stadium hätte es so eine Strategie schon gebraucht? Wann hätte sie noch Sinn gehabt? Oder war es sowieso schon „zu spät“? Diese und ähnliche Fragen werden im empirischen Teil dieser Arbeit diskutiert.

Jetzt soll erstmal Eisneggers Ansatz diskutiert werden.

6.2 Dreidimensionale Reputationstheorie nach Eisenegger

Die Basis dieses Ansatzes bietet das Konzept von Habermas mit dem Namen „Drei-Welten-Konzept“. Habermas zufolge müssen sich alle Akteure in einer objektiven, subjektiven und sozialen Welt bewähren. Diese stellt Geltungsansprüche an sie, vor allem die Geltungsansprüche der Wahrheit, normativen Richtigkeit und Wahrhaftigkeit. Diese drei Welten werden durch Handlungsrationalitäten charakterisiert. Diese wiederum beeinflussen den Prozess der Reputationsgewinnung. Und in genau diesen drei Welten der objektiven, subjektiven und sozialen Welt müssen sich alle Akteure bewähren, wenn sie nach Reputation streben. (vgl. Eisenegger/Imhof 2007: 3 ff.).

Die objektive Welt fragt nach einer fachkompetenten Zugehörigkeit zu einem System (Wirtschaft, Recht usw.). Die Bewertung dieser Fachkompetenz wird dann im Punkt der Funktionalität, die das Individuum oder die Organisation erbringen, bewertet (funktionale Reputation).

In der subjektiven Welt geht es darum, die gesellschaftlichen Normen und Werte zu schätzen und einzuhalten. Dadurch gewinnt man die soziale Reputation. Zusätzlich wird in dieser subjektiven Welt eine

unverwechselbare Identität verlangt (expressive Reputation) (vgl. Ebd. 2007: 4 ff.)

Tabelle 5: Dreidimensionale Reputationstheorie

	Funktionale Reputation	Soziale Reputation	Expressive Reputation
Habermas'sche Lebenswelt	Objektive Außenwelt (leistungsbasiertes Funktionssystem)	Soziale Außenwelt (Funktionssystem übergreifende moralische und normative Standards)	Subjektive Innenwelt (individuelle Wesenheit und Identität)
Geltungsanspruch	Wahrheit	Richtigkeit	Wahrhaftigkeit
Reputationsindikator/Bewertungsmaßstab	Kompetenz/Erfolg	Integrität, Sozialverantwortung, Legitimität	Attraktivität, Einzigartigkeit, Authentizität
Bewertungsstil	Kognitiv-Rational	Normativ-moralisierend	Emotional

Quelle: Eisenegger/Imhof 2007: 6

Reputation in Verbindung mit juristischen Auseinandersetzungen ist oftmals besonders schädigend für die Reputation der Beschuldigten.

„Je nachdem, wie stark das rechtliche Fehlverhalten eines Unternehmens und seiner Akteure ist, kann dadurch das gewachsene Vertrauen fundamental enttäuscht werden und die Reputation angreifen“ (Heinrich 2010: 156).

Juristische Verfahren können die Reputation in allen oben drei erwähnten Punkten negativ beeinflussen (funktionale, expressive und

soziale). Reputationsschäden in der funktionalen Dimension sind einfacher zu handhaben als Schäden in der sozialen Dimension. Denn, wenn jemand seinen Job nicht gut genug gemacht hat, kann man ihm das noch verzeihen, denn er kann den Fehler ausbessern. Doch in der sozialen Dimension ist es anders. Dort verliert man oftmals auch das Vertrauen des Gegenübers bzw. der Öffentlichkeit. Und dieses wieder zu gewinnen ist vorstellbar schwieriger. Eben in diesem Punkt soll das Reputation Management und die Litigation PR ansetzen und versuchen, die entstandenen Schäden zu minimieren und weitestgehend abzufedern.

II Empirischer Teil

7 Empirischer Teil

Im empirischen Teil der Arbeit sollen die Forschungsfragen, die im nachstehenden Punkt formuliert sind, beantwortet werden. Die Methoden der Untersuchung werden vorgestellt und die Ergebnisse ausgewertet. Eine Zusammenfassung der Ergebnisse und ein Ausblick auf eventuelle und mögliche zukünftige Arbeiten wird formuliert.

7.1 Ziel der Untersuchung/Forschungsfragen

Das vorrangige Ziel dieser Untersuchung ist die Erarbeitung neuer Erkenntnisse im Bereich der Litigation PR. Da dieser Bereich empirisch sehr wenig erforscht ist, ist diese Arbeit ein wesentlicher Beitrag. Die Relevanz der Litigation PR wurde im theoretischen Teil nahe gebracht. Dass durch eine wachsende Relevanz, das Verlangen nach empirischen wissenschaftlichen Arbeiten wächst, ist verständlich. Diese Arbeit ist ein Versuch, dieses Verlangen so weit es geht und so weit es der Rahmen zulässt, zu befriedigen.

Das Erkenntnisziel ist einerseits die bloße Beschreibung der Öffentlichkeit im Prozess gegen Ernst Strasser am Wiener Landesgericht. Des Weiteren sollen die Akteure dieser Öffentlichkeit definiert werden. Besonderes Augenmerk soll aber auf die Litigation PR im Zusammenhang mit dem Fall Ernst Strasser gelegt werden. Die Interviews sollen Aufschluss darüber geben, wie die einzelnen Experten zu dem Thema eingestellt sind. Da es bisher noch keine relevanten qualitativen Arbeiten zum Thema gibt, ist diese Arbeit eine Möglichkeit, an einem konkreten Fallbeispiel aufzuzeigen, wer aller an einer Öffentlichkeit beteiligt ist und wie Experten in diesem Gebiet dazu stehen.

Das wesentliche Erkenntnisinteresse wurde bereits in Punkt 1 der Arbeit formuliert.

7.2 Forschungsfragen

Die Forschungsleitende Fragestellung der Arbeit fragt nach der Beschreibung der Öffentlichkeit im Vorfeld von Gerichtsprozessen, im Konkreten beim Prozess Ernst Strasser und nach den Akteuren dieser Öffentlichkeit und dessen Einflussnahme auf die Öffentlichkeit.

Diese Forschungsleitende Fragestellung kann – um ein besseres Verständnis zu gewährleisten – auf folgenden Forschungsfragen heruntergebrochen werden:

F1: Wie kann die Öffentlichkeit im Vorprozess beschrieben werden?

F2: Wer sind die Akteure einer Öffentlichkeit im Vorprozess?

F3: Wie können die Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen?

F4: Wie kann die Litigation PR die Öffentlichkeit beeinflussen?

Da sich die Arbeit auf die Litigation PR bezieht, wurden in den Interviews Fragen zur Relevanz der Litigation PR gestellt. Zusätzlich wurde nach einem Ausblick auf die Litigation PR in naher Zukunft gefragt. Daraus ergeben sich folgende Fragen:

F5: Wie wird die Relevanz der Litigation PR eingeschätzt?

F6: Wie wird die Litigation PR und deren Entwicklung in naher Zukunft eingeschätzt?

In den Interviews wurden auch Fragen zum konkreten Fall gestellt. Daraus ergeben sich folgende Fragen:

F7: Wie kann die Öffentlichkeit und die Berichterstattung zum konkreten Prozess beschrieben werden?

F8: Welcher Akteur hat die Öffentlichkeit im konkreten Fall am meisten beeinflusst?

7.3 Methode

Die Erhebungsmethode sind qualitative, teilstandardisierte Experteninterviews. Den Experten werden insgesamt zwölf bis fünfzehn Fragen gestellt.

Die Auswertung erfolgt mittels einer formulierenden Interpretation nach Kategorien. Die einzelnen Interviews werden durch die einzelnen Kategorien analysiert. Erst im Anschluss an diesen Schritt werden die Ergebnisse interpretiert und verglichen. Dies wird in einer Art Fließtext verarbeitet. Auf eine tabellarische Darstellungsform wird verzichtet da diese oftmals unverständlich ist. Die einzelnen Kategorien werden mit ein paar Zeilen beschrieben. Dann werden die einzelnen Interviews in den Kategorien analysiert. All das findet in der eigentlichen Arbeit Platz.

7.4 Das Experteninterview als Erhebungsmethode

Die Wahl der Untersuchungsmethode ist auf das leitfadenorientierte Expertengespräch gefallen. Die Interviews wurden mit insgesamt sechs Personen zu unterschiedlichen Zeitpunkten geführt. Die Experteninterviews haben das Material geliefert, welches in einem nächsten Schritt interpretiert wurde.

Leitfadengespräche sind ein „Mittelding“ zwischen komplett strukturierten und unstrukturierten Interviews. Die Fragen variierten in Abhängigkeit davon, wer der Gesprächspartner war. Diese Form von Interview hat den Vorteil, dass *„[...]durch die offene Gesprächsführung und die Erweiterung der Antwortspielräume der Bezugsrahmen der Befragten bei der Fragebeantwortung miterfasst werden kann, um so einen Einblick in die Relevanzstrukturen und die Erfahrungshintergründe des Befragten zu erlangen.“* (Schnell/Hill/Esser, 1999: 355).

Ziel eines Leitfadengesprächs ist eine Vereinfachung komplexer Themen und Wissensbestände. Ein weiteres Ziel war die Sammlung von Meinungen unterschiedlicher Perspektiven. Im Theorieteil wurden bestimmte Annahmen getroffen. Fragen aus den Interviews sollten diese Annahmen bestätigen oder widerlegen und somit zur Hypothesenformulierung beitragen.

In dieser Form des Interviews hat der Interviewer die Möglichkeit, zu gestellten Fragen immer auch zusätzliche Fragen zu stellen um eine Antwort zu verdeutlichen oder gewisse Punkte der Antwort detaillierter anzusprechen. Die Befragten hingegen haben die Möglichkeit, mehr Informationen zu geben, als sie das in einem komplett Standardisierten Interview hätten.

Der Leitfaden, der dem Interviewer vorliegt, beinhaltet vorformulierte Fragen die abgearbeitet werden müssen, um die Forschungsfragen beantworten zu können. Darüber hinaus hat man aber auch die Möglichkeit, Details nachzufragen und Unklarheiten aufzuklären.

Es war notwendig, dass ein Teil der Fragen für alle Interviewpartner gleich ist – dann kann ein Vergleich zwischen den Perspektiven hergestellt werden. andererseits gibt es in den einzelnen Interviews dann Unterschiede, eben in Abhängigkeit davon, wer der Interviewpartner ist.

Der Forscher muss sich vor den Gesprächen ein gewisses Vorwissen zum Thema und zu den Positionen der Interviewten aneignen. Die bedarf einer guten Vorbereitung und einer gewissen Vorbereitungszeit. Die Formulierung der Fragen und deren Reihenfolge sind dem Interviewer überlassen. Durch sein Forschungsinteresse und die Fragen, die er durch die Arbeit abklären will, weiß der Forscher am besten, wie und was er fragen soll. Der Leitfaden, den der Forscher für jeden Interviewtermin vorbereitet ist ein Gerüst das sehr flexibel sein soll. Während des Interviews können immer wieder neue Fragen aufgenommen oder bestehende gelöscht werden. Denn auch die Antworten der Interviewten sind offen. Der Interviewer soll Suggestivfragen und sprachliche Wendungen vermeiden. Der Interviewten soll nicht das Gefühl bekommen, dass gewisse Antworten von ihm erwartet werden. (vgl.: Hey/Breckle/zur Megede/Klatta, 2007: 1).

Mögliche Nachteile eines Leitfadeninterviews sind Zu hoch gestellte Anforderungen an den Interviewer

- Stärkere Interviewereinflüsse mit der Folge, dass die Interviewerqualität die Datenqualität voraussetzt
- Hoch gestellte Anforderungen an die Interviewten betreffend ihrer Bereitschaft zur Mitarbeit
- hoher Zeitaufwand (Terminvergabe, Durchführung, Transkription, Analyse, Auswertung)
- im Vergleich zum Aufwand eine geringe Vergleichbarkeit der Ergebnisse (vgl.: Schnell et al., 1999: 353/54; zit. n. Atteslander, 2000: 154)

Beim Experteninterview handelt es sich um eine besondere Form des qualitativen Interviews. Ein Experte verfügt über ein bestimmtes Spezi-

alwissen. Dieses Wissen ist die Hauptvoraussetzung für die Wahl des Experten als Gesprächspartner.

Grob kann gesagt werden, dass es drei unterschiedliche Arten des Expertenwissens gibt:

- Wissen über Abläufe und (un)geschriebene Regeln in Institutionen und Unternehmen
- Deutungswissen
- Kontextwissen (vgl.: Przyborski/Wohlrab-Sahr, 2003: 131ff.).

Vor allem diese beiden Formen gewinnt man ausschließlich durch aktive tägliche Arbeit in einem gewissen Bereich. Und dieses Wissen ist dann jenes, welches durch die Interviews erfasst werden soll.

Die Schwierigkeit beim Experteninterview besteht primär darin, den Kontakt zum Experten aufzubauen. In einer ersten Phase – der Auswahl der Gesprächspartner – ist auch Fingerspitzengefühl gefragt. Wenn man die Experten ausgewählt hat, muss der Forscher den Kontakt zu den Personen aufbauen. In der vorliegenden Arbeit haben persönliche Bekanntschaften, die wiederum Kontakt zu den angestrebten Gesprächspartnern haben, den Kontakt vermittelt. Denn der Experte wird letztendlich nicht als Einzelpersonen gesehen. Vielmehr ist er ein Repräsentant einer Gruppe.

Wenn der Forscher soweit ist und beim Interviewtermin ist, soll eine Kommunikation auf Augenhöhe von Anfang an abgestrebt werden. Dadurch wird Kompetenz und Kenntnis vom Thema vermittelt. Diese Tatsache nimmt wiederum Einfluss auf den gesamten Interviewverlauf und letztendlich auch auf die Ergebnisse.

Das gesamte Gespräch muss aufgezeichnet werden. vor Beginn des Interviews ist der Forscher verpflichtet, diese Tatsache mit dem Inter-

viewpartner abzuklären und um dessen Zustimmung zu fragen. In einem nächsten Schritt wird das Interview transkribiert. Der nächste logische Schritt ist die Analyse des gewonnen Materials und die anschließende Auswertung der Ergebnisse. Im konkreten Fall erfolgte dies mittels einer qualitativen Analyse nach Mayring. Diese wird im nächsten Punkt beschrieben.

Es wurden insgesamt, wie bereits erwähnt, sechs Expertengespräche geführt. Die Experten waren teilweise Vertreter der im Theorieteil definierten Akteure.

7.5 Die formulierende Interpretation nach Kategorien (nach Bohnsack)

Nach Bohnsack (2007) kann zwischen einer reflektierenden und einer formulierenden Interpretation unterschieden werden. Bei den durchgeführten Interviews hat es sich angeboten, sich an der formulierenden Interpretation zu orientieren.

Die formulierende Interpretation „verbleibt im Bereich des immanenten Sachgehalts – ohne allerdings zu dessen Geltungsansprüchen Stellung zu nehmen“. (Bohnsack, 2003: 134)

Wichtig bei der formulierenden Interpretationen ist, dass man sagen kann „der Interpret bleibt innerhalb des (Orientierungs-) Rahmens der Gruppe, er macht diesen noch nicht zum Gegenstand begrifflich-theoretischer Explikation, sondern lediglich die angesprochenen Themen, in dem er zusammenfassende 'Formulierungen' im Sinne von Oberbegriffen, Überschriften oder Themen sucht...“. (Bohnsack 2003: 134f.)

Durch das mehrmalige Abhören der Tonbänder verschafft man sich zuerst einen Überblick über das gesamte Interview. Danach wird das

gesamte Interview auf wichtige Begriffe und Themen durchsucht, wobei einzelne wichtige Passagen herausgestrichen werden. Die Passagen werden aufgrund der thematischen Relevanz ausgewählt und später einer „detaillierten formulierenden Interpretation“ unterzogen. (vgl. Bohnsack 2003: 135)

7.6 Umsetzung

Am Anfang muss die Transkription der aufgenommenen Interviews stehen. Im Anschluss daran folgt die Formulierung der Kategorien. Die Kategorien leiten sich dabei einerseits aus der Theorie im ersten Teil der vorliegenden Arbeit ab, andererseits entstehen die Kategorien durch das mehrmalige Abhören der Interviews. Die Antworten der Interviewten werden komplett transkribiert. Außer Acht gelassen werden aber Betonungen, Pausen o.ä., da diese nicht analysiert werden und keinen Beitrag zu den Ergebnissen leisten.

Die einzelnen Interviews werden nach den Kategorien durchsucht und die passenden Passagen werden markiert. Weil in der vorliegenden Arbeit unterschiedliche Experten befragt wurden und es ein Ziel ist, die Unterschiede in den Antworten aufzuzeigen, werden die einzelnen Interviews in den Kategorien erläutert. Erst in einem nächsten Schritt werden dann die Ergebnisse zusammengefasst und verglichen.

7.7 Forschungsablauf

Am Anfang stand die Formulierung von Interviewfragen. Diese beziehen sich im Wesentlichen auf die Forschungsfragen. Denn durch

die geführten Interviews sollen die Forschungsfragen beantwortet werden. Der nächste logische Schritt war die Auswahl der Interviewpartner. Die Kriterien dieser Auswahl wurden bereits weiter oben erläutert. Die sechs Interviews wurden in einer Zeitspanne von zwei Wochen durchgeführt. Das hat ermöglicht, einen Überblick und ein Verständnis über die Antworten zu gewinnen. Die Interviewpartner haben allesamt den Wunsch geäußert, anonym zu bleiben. Diesem Wunsch wird selbstverständlich nachgegangen. Daher werden folgend nur die Rollen der Interviewpartner beschrieben. Namen oder weitere Angaben werden bewusst außer Acht gelassen. Die Interviewpartner waren folgende:

Person 1: Litigation PR Berater 1

Person 2: Litigation PR Berater 2

Person 3: Staatsanwalt bei der Staatsanwaltschaft in Wien

Person 4: Anwalt für Strafsachen mit Sitz in Wien

Person 5: Journalist im Bereich Politik, Qualitäts-Tageszeitung in Wien

Person 6: Person die schon einmal als Beschuldigter vor Gericht stand

Die Interviews mit Personen 1 und 2 wurden in den Räumlichkeiten der PR-Agentur geführt, in der die Personen arbeiten.

Das Interview mit dem Staatsanwalt wurde in dessen Büro in der Staatsanwaltschaft Wien (Landesgerichtsstraße 11, 1080 Wien) geführt.

Das Interview mit dem Anwalt für Strafsachen wurde in dessen Kanzlei im ersten Wiener Gemeindebezirk geführt.

Das Interview mit dem Journalisten wurde in einem Besprechungsraum in der Redaktion der Tageszeitung geführt, in der der Journalist arbeitet.

Das Interview mit Person 6 wurde in der Wohnung des Gesprächspartners geführt.

8 Auswertung

In diesem Kapitel werden die Interviews mittels der oben beschriebenen Methode einer formulierenden Interpretation nach Kategorien ausgewertet (in Anlehnung an Bohnsack). In Punkt eins werden die einzelnen Kategorien beschrieben. In einem ersten Schritt werden die einzelnen Interviews in den Kategorien beschrieben. Das heißt, das Interview mit dem Litigation PR Berater wird durch die einzelnen Kategorien analysiert, das Interview mit dem Staatsanwalt wird durch die einzelnen Kategorien analysiert usw. Im nächsten Schritt werden dann alle Ergebnisse zusammengefasst, verglichen und interpretiert.

8.1 Kategorien

In diesem Abschnitt werden die Kategorien näher beschrieben.

K1 – Erster Kontakt

In dieser Kategorie geht es darum zu definieren, wann der Gesprächspartner den ersten Kontakt mit Litigation PR gehabt hat. Zusätzlich kann, im Abhängigkeit davon, wer der Gesprächspartner ist, definiert werden, wann das erste Mal im Bereich der LPR gearbeitet wurde.

K2 – Relevanz der Litigation PR

Diese Kategorie soll zum Ausdruck bringen, wie die Relevanz der LPR gesehen wird.

K3 – Einfluss LPR auf Öffentlichkeit im Vorprozess

In dieser Kategorie soll die Einschätzung der Experten zum bemerkten Einfluss der LPR auf die Öffentlichkeit im Vorprozess definiert werden. Die Einschätzungen in dieser Kategorie sind sehr wichtig und werden dann im Interpretationsteil verglichen.

K4 – Zukunftsaussichten

Diese Kategorie soll die Einschätzungen der Experten umfassen, in denen sie die Lage und die Relevanz der LPR in naher Zukunft beschreiben.

K5 – Die Akteure

In dieser Kategorie werden die von den Experten erwähnten Akteure aufgelistet

K6 – Der größte Einfluss

Diese Kategorie soll die Einschätzungen der Experten umfassen, bei der sie danach gefragt wurden, welche der in Kategorie K5 erwähnten Akteure den größten Einfluss auf die Öffentlichkeit im Vorprozess haben können. In Einzelfällen kann es vorkommen dass in dieser Kategorie noch Unterkategorien definiert werden.

K7 – Die Öffentlichkeit vor dem Prozess Strasser

Hier wird nach einer reinen Beschreibung der wahrgenommenen Öffentlichkeit im Vorprozess zum Fall Strasser gefragt

K8 – Akteurseinfluss im Prozess Strasser

Hier geht es um die Beschreibung der Einschätzung der Experten zum größt-vermuteten Einfluss der Akteure auf die Öffentlich, aber im Bezug zum konkreten Prozess

K9 – Änderungsvorschläge

In dieser Kategorie geht es um die Antworten die sich darauf beziehen, wie die Vorgehensweise und die Strategie, die Strasser gewählt hat, anders gemacht werden konnte und der Frage, wie die Öffentlichkeit im Zusammenhang mit einer anderen Strategie ausgesehen hätte. Die Antworten auf diese Fragen sind reine Einschätzungen und keine allgemeingültigen Aussagen

8.2 Die formulierende Interpretation nach Kategorien

8.2.1 Das Interview mit Litigation-PR Berater 1

K1 – Erster Kontakt

Der Litigation PR Berater 1 hat vor rund fünf Jahren das erste Mal von dem konkreten Begriff der Litigation PR gehört. In dem Bereich, den man heute Litigation PR nennt, hat er jedoch schon früher, genauer gesagt vor rund sieben Jahren, gearbeitet. Nur wurde das Berufsfeld in dem sich der PR-Berater damals bewegte, nicht Litigation PR genannt.

K2 – Relevanz der LPR

In diesem Bereich ist der PR-Berater der Meinung, dass die LPR eine Kommunikationsdisziplin ist, die der aktuellen medialen und juristischen Praxis durchaus Rechnung trägt. Vor allem für die Betroffenen sieht er die Relevanz der LPR sehr hoch.

K3 – Einfluss LPR auf Öffentlichkeit im Vorprozess

Das Problem liegt primär darin, dass der Vorprozess von Gesetzes wegen eigentlich nicht öffentlich sein dürfte. Das heißt, Ermittlungen in dieser Zeit müssten geheim gehalten werden. Praktisch ist dem nicht so. Daher sieht der Gesprächspartner das größte Problem genau in

diesem Punkt. Für die LPR ist es schwierig in dieser Zeit aktiv zu agieren. Es ist vielmehr ein reaktives Vorgehen. Er ist der Meinung, dass die LPR in dieser Zeit am notwendigsten und am sinnvollsten ist. Doch die Gesetzeslage setzt da bestimmte Grenzen. Da wird auch die Relevanz der LPR automatisch eingegrenzt.

K4 – Zukunftsaussichten

Die LPR wird an Professionalisierung und Gewicht zunehmen. Die Entwicklung der neuen Medien wird das mit sich ziehen. „... ist glaube ich ein Zug der nicht aufzuhalten ist.“ (LPR 1, Zeile 55-56).

K5 – Die Akteure

Als Akteure werden alle Beteiligten genannt. Der Betroffene, der Anwalt, Konzernsprecher, Kommunikationsverantwortliche, Agenturen. Die Behörden: die Polizei, Staatsanwaltschaft und die dazugehörigen Sprecher. Die Rolle der Richter ist eher eingeschränkt weil diese sich nur wenig äußern. Die Medien in zweierlei Hinsicht. Einerseits als Instrument um die Äußerungen der anderen Akteure zu transportieren. Andererseits als selbstständige Akteure nach Art und Form der Berichterstattung.

K6 – Der größte Einfluss

Zusammengefasst kann man sagen, dass dieser Gesprächspartner den Behörden den größten Einfluss zuspricht. Begründet wird das durch die Tatsache, dass die Behörden auf Seiten der Medien ein viel größeres Gewicht haben und mehr Vertrauen genießen. „Denen gesteht man sicherlich mehr Objektivität zu als allen anderen Akteuren.“ (LPR 1, Zeile 93-94).

K7 – Die Öffentlichkeit vor dem Prozess Strasser

Durch das eigene Auftreten hat Ernst Strasser ein negatives Bild von sich selbst in der Öffentlichkeit verfestigt. „Er ist, wenn man es so will, im Auge der Öffentlichkeit als Schuldiger in den Prozess gegangen.“ (LPR 1, Zeile 129-130). Tatsache ist aber auch, dass die Öffentlichkeit am wenigsten über die Tat gesprochen hat, sondern über die Verteidigungsstrategie des Angeklagten.

K8 – Akteurseinfluss im Prozess

Es kann gesagt werden, dass der Beschuldigte selbst der größte Kommunikator war. Auftritte in Nachrichtensendungen oder Interviews in Zeitungen haben im Wesentlichen das Bild entworfen um das es dann ging. „Somit glaube ich dass er da der zentrale mediale kommunikative Faktor war.“ (LPR 1, Zeile 141)

K9 – Meinung zur gewählten Strategie bzw. zur Tatsache dass Ernst Strasser keinen LPR-Berater zur Seite hatte

Eine andere Strategie als die Gewählte hätte eventuelle einen anderen Einfluss auf die Darstellung in der Öffentlichkeit haben können. „...wäre es vielleicht möglich gewesen auch eine Form des Verständnisses im Auge der Öffentlichkeit zu entwerfen.“ (LPR 1, Zeile 156-157).

8.2.2 Das Interview mit Litigation-PR Berater 2

K1 – Erster Kontakt

Dem Gesprächspartner ist der Begriff der LPR und seine Bedeutung seit 2009 geläufig. Er hat aber bereits schon früher, wie LPR 1, im selben Bereich gearbeitet, wusste aber nicht, dass dieser mit LPR gekennzeichnet ist.

K2 – Relevanz der LPR

Die Relevanz wird als wachsend beschrieben. Vor allem im Zivilprozess wird die LPR an Relevanz zunehmen.

K3 – Einfluss LPR auf Öffentlichkeit im Vorprozess

Vor allem im Vorverfahren ist der Einsatz von LPR-Strategien sehr wichtig und kann wesentlich zum Reputationsschutz beitragen. Fakt ist, dass im Vorverfahren vieles, was eigentlich nicht öffentlich sein sollte, öffentlich ist.

K4 – Zukunftsaussichten

„Ja es wird einen Professionalisierungsschub geben.“ (LPR 2, Zeile 48). Es kann sein, dass sich eine eigene Branche herausbildet, so wie beim Public Affairs. Vor allem im Zivilrecht wird es häufiger zum Einsatz von LPR kommen. Denn die LPR ist gar nicht so wirklich im Strafrecht, wo sie heutzutage am öftesten eingesetzt wird, zuhause.

K5 – Die Akteure

Hier werden die Medien und Journalisten an erster Stelle genannt. Der Beschuldigte. Die Anwälte. Im Strafprozess die Staatsanwaltschaft. Das Umfeld des Beklagten und damit auch die LPR Berater.

K6 – Der größte Einfluss

„Den größten Einfluss im derzeitigen System haben sicher noch die Journalisten“. (LPR 2, Zeile 78-79). Der Gesprächspartner ist der Meinung, dass die Journalisten die Öffentlichkeit zum einem sehr großen Teil steuern. Der Beschuldigte selbst kann auch die Öffentlichkeit beeinflussen. Doch dazu braucht er wiederum die Medien. Letztendlich sind es also die Medien.

K7 – Die Öffentlichkeit vor dem Prozess Strasser

In diesem Punkt wurden zwei Beobachtungen beschrieben. Einerseits, dass es kaum einen Prozess gegeben hat, wo solch ein klares Vorurteil in der Öffentlichkeit gebildet wurde. Die zweite Beobachtung ist die, dass Strasser offensichtlich keine Maßnahmen (im Sinne von PR) gesetzt hat.

K8 – Akteurseinfluss im Prozess Strasser

„Ja das waren diese beiden Journalisten.“ (LPR 2, Zeile 117) – dieser Aussage nach zu beurteilen, waren im konkreten Prozess die einflussreichsten Akteure die Medien bzw. Journalisten (siehe Kategorie K5).

K9 – Meinung zur gewählten Strategie bzw. zur Tatsache dass Ernst Strasser keinen LPR-Berater zur Seite hatte

In einer frühen Phase hätte eine andere Strategie mehr Sinn gehabt. „Es wäre sicher eine Chance da gewesen“. (LPR 2, Zeile 106).

8.2.3 Das Interview mit einem Staatsanwalt

K1 – Erster Kontakt

Der Staatsanwalt kann sich nicht genau erinnern wann und in welchem Zusammenhang er das erste Mal von LPR gehört hat. Es sind jedenfalls mehrere Jahre. Der Gesprächspartner hat 2005 seine Tätigkeit in der Staatsanwaltschaft aufgenommen. Bereits in dieser Zeit hat er, einer groben Schätzung zufolge, von LPR gehört gehabt.

K2 – Relevanz der LPR

LPR hat im Zivilprozess die größte Relevanz. Im Strafprozess sehr wenig. Im Bereich des Reputationsschutzes wird der LPR große Relevanz zugeschrieben. Der Staatsanwalt ist der Meinung, dass die Relevanz der LPR vor allem für Unternehmen groß ist, und bei Einzelpersonen sehr klein ist.

K3 – Einfluss LPR auf Öffentlichkeit im Vorprozess

„Möglichst frühzeitig.“ (Interview Staatsanwalt, Zeile 39). Der Staatsanwalt ist der Meinung, dass LPR sehr früh eingesetzt werden sollte. Der Einsatz kann dann mit dem Fortschritt des Prozesses abnehmen. Daher kann abgeleitet werden, dass der Einfluss auf die Öffentlichkeit in einer frühen Phase des Prozesses am wichtigsten ist.

K4 – Zukunftsaussichten

Der LPR wird eine zunehmende Relevanz zugeschrieben. Sogar unabhängig davon ob vom Zivilprozess oder Strafprozess die Rede ist.

K5 – Die Akteure

Die Polizei wird hier als wichtiger Player gesehen. Der Staatsanwaltschaft und dem Gericht wird kaum eine Handlung zugesprochen. Die Anwälte. Die Journalisten. Im Bereich der Strafprozesse wird wiederum der Staatsanwaltschaft eine wichtige Rolle zugeschrieben. Es werden auch die Sachverständigen erwähnt. Die Medien als Akteure und nicht nur als Berichterstatter. Interessensverbände und politische Parteien werden ebenfalls erwähnt.

K6 – Der größte Einfluss

Der Staatsanwaltschaft und dem Gericht wird Passivität zugeschrieben. Der Staatsanwalt ist der Meinung, dass die Verteidiger sehr oft kommunikativ auftreten, jedoch selten einen Einfluss ausüben können. Letztendlich kann man die Antworten zu dieser Kategorie mit den

Antworten in Kategorie K5 verbinden. Daraus ergibt sich eine Erwähnung der Medien, jedoch wird keinem Akteur besonders großer Einfluss zugeschrieben.

K7 – Die Öffentlichkeit vor dem Prozess Strasser

Die Öffentlichkeit war von einer starken Bildersprache gefärbt. Insgesamt wurde eine negative Stimmung in der Phase vor dem Prozess beschrieben. Letztendlich war die negative Stimmung die veröffentlicht wurde mit der öffentlichen Meinung sehr parallel.

K8 – Akteurseinfluss im Prozess Strasser

Der Staatsanwalt ist der Meinung, dass Ernst Strasser selbst durch sein Auftreten in den Medien einen sehr großen Einfluss ausgeübt hat. Die Justiz hat sich in dem Fall eher zurückgehalten. Im Prozess selbst ist der vorsitzende Richter sehr in die Öffentlichkeit getreten. Doch im Wesentlichen wird dem Beschuldigten der größte Einfluss beigemessen.

K9 – Meinung zur gewählten Strategie bzw. zur Tatsache dass Ernst Strasser keinen LPR-Berater zur Seite hatte

Eine andere Strategie hätte PR-Mäßig einen positiven Einfluss ausüben können. Verfahrensmäßig, so die Meinung des Staatsanwaltes, hätte sich nichts geändert. Selbst die Schuldfrage wäre die gleiche geblieben.

8.2.4 Das Interview mit einem Anwalt

K1 – Erster Kontakt

Bei der Frage nach dem ersten Kontakt mit der Litigation PR meint der Anwalt dass das sehr lange her ist und dass der Anwalt persönlich in

dem Bereich noch nicht tätig war. Weiter führt er aus, dass das zu einer Zeit war in der er in den USA gelebt hat. Dazu meint er zusätzlich, dass er sehr früh von dem Begriff der Litigation PR in den USA gehört hat weil es dort als Berufsfeld schon sehr lange existiert.

K2 – Relevanz der LPR

Die Relevanz wird mit dem Wort „Zunehmend“ beschrieben (Interview Anwalt, Zeile 13-14). Des Weiteren ist der Anwalt der Meinung, dass die Litigation PR „durchaus so entscheidend ist wie eine juristische Aufarbeitung“ (Interview Anwalt, Zeile 14).

K3 – Einfluss LPR auf Öffentlichkeit im Vorprozess

Bei dieser Frage wird der Einfluss der Litigation PR im ersten Satz als negativ beschrieben. Die weitere Ausführung legt nahe, dass der Anwalt aus dem Grund dieser Meinung ist, weil es im Bereich der LPR oftmals so ist, dass etwas anderes als der Reputationsschutz des Mandanten angestrebt wird. Und in diesem Punkt sieht er eine gewisse Problematik der LPR. „[...] Sie kann lange vor dem Prozess die Gedankenwelt der Leute, die noch nicht einmal damit zu tun gehabt haben, steuern.“ (Interview Anwalt, Zeile 150-151).

K4 – Zukunftsaussichten

Der Anwalt ist auch hier, ähnlich wie in Kategorie K2 der Meinung, dass die LPR zusätzlich an Relevanz zunehmen wird. Zudem wird es in Österreich in naher Zukunft viele neue und große Fälle geben. Daraus wird ein Verständnis für die LPR zunehmen und dadurch in einem weiteren Schritt die Bereitschaft der Kunden, für LPR Geld auszugeben.

K5 – Die Akteure

An erster Stelle wird derjenige genannt, der Anzeige erstattet. Unabhängig davon ob es im Zivilprozess geschieht oder ob die

Ermittlungen von Amtswegen eingeleitet werden. Der Beschuldigte selbst als Akteur wird an zweiter Stelle genannt. Des Weiteren die Justiz. Dies unabhängig davon ob es durch offizielle Pressearbeit passiert oder durch informelle Kontakte. Danach werden die jeweiligen Anwälte im Verfahren erwähnt. Daraufhin werden die Medien und die PR-Berater auch als Akteure definiert.

K6 – Der größte Einfluss

Der Einfluss auf die Öffentlichkeit wird primär durch die Medien gegeben, so der Anwalt. Einerseits die Medien als Transportmittel der Informationen, die von den anderen Akteuren gesendet werden. Andererseits sind die Medien auch selbst als Akteur tätig. Dann wiederum ist der Einfluss des Angeklagten nicht außer Acht zu lassen. Denn, das was er sagt, wird durch die Medien einen Einfluss entwickeln.

K7 – Die Öffentlichkeit vor dem Prozess Strasser

Zu dieser Frage hat sich der Anwalt nicht geäußert. Er hat gemeint, dass er den Prozess durch die Medien praktisch gar nicht verfolgt hat. „Ich muss Ihnen ganz ehrlich sagen, ich habe den Prozess fast nicht verfolgt.“ (Interview Anwalt, Zeile 135-139).

K8 – Akteurseinfluss im Prozess Strasser

In diesem Zusammenhang hat der Interviewpartner keine genaue Antwort gegeben.

K9 – Meinung zur gewählten Strategie bzw. zur Tatsache dass Ernst Strasser keinen LPR-Berater zur Seite hatte

Der Anwalt ist der Meinung, dass der Angeklagte sich der Tatsache bewusst sein muss, dass eine Strategie wie die Gewählte sehr schnell nach hinten losgehen kann. In diesem Punkt sieht er einen wichtigen

Teil wo die Zusammenarbeit zwischen Anwalt und LPR-Berater funktionieren muss. Weitere Ausführungen zur Frage die in diese Kategorie fällt meint der Anwalt, dass bei Personen, die keine Erfahrung mit Medienauftritten haben, der Einsatz eines PR-Beraters am wichtigsten ist. Und im konkreten Fall hätte dieser Einsatz eventuell das Image von Ernst Strasser neutralisieren können.

8.2.5 Das Interview mit einem Beschuldigten

K1 – Erster Kontakt

Der erste Kontakt des Gesprächspartners mit der Litigation PR war vor ungefähr acht Jahren während seiner Tätigkeit im Justizministerium.

K2 – Relevanz der LPR

Die Relevanz wird vom Gesprächspartner als sehr hoch eingeschätzt. Die Relevanz der LPR muss in der heutigen Informations- und Mediengesellschaft vor allem von Anwälten erkannt werden.

K3 – Einfluss LPR auf Öffentlichkeit im Vorprozess

Diese Frage kann mit der Kategorie K2 zusammengelegt werden. Der Gesprächspartner vergleicht einen Gerichtsprozess mit einem Schachbrettspiel. Dabei ist es äußerst wichtig, wie man die Figuren aufstellt. Daher ist eine frühe Kooperation zwischen mandatierendem Anwalt und dem PR-Berater sehr wichtig.

K4 – Zukunftsaussichten

Der Gesprächspartner ist der Meinung, dass die Litigation PR in naher Zukunft zusätzlich an Relevanz zunehmen wird. Er vermutet eine Entwicklung dahin gehend, dass viele Anwälte die Wichtigkeit der LPR

erfahren werden und dadurch diese vermehrt ihren Kunden nahelegen. Ein wichtiger Punkt den der Gesprächspartner erwähnt ist der Umstand, dass die LPR ausgelagert sein sollte. Er meint damit, dass nicht ein- und dieselbe Person sowohl die anwaltliche als auch die PR-Arbeit machen sollte. „Ich könnte mir durchaus vorstellen dass es ständige Kooperationen gibt zwischen Anwaltskanzleien und LPR-Agenturen. Allerdings sollte das nicht ein und dieselbe Person sein.“ (Interview Beschuldigter, Zeile 29-31).

K5 – Die Akteure

Der Gesprächspartner macht eine Unterscheidung zwischen Medienöffentlichkeit und Stakeholder-Öffentlichkeit. Als Stakeholder nennt er „ [...] Arbeitgeber, Kunden, [...], all jene, die die Existenz des Betroffenen beeinflussen.“ (Interview Betroffener, Zeile 43-46). Die medienrelevante Öffentlichkeit sind die Leser bzw. der Konsument von Medien. Diese kann dann indirekt die Stakeholder-Öffentlichkeit beeinflussen. Letztendlich ist der Gesprächspartner der Meinung, dass die Medienöffentlichkeit egal sein sollte. Aber das ist sie nicht. Diese Medienöffentlichkeit kann Einfluss nehmen auf die Stakeholder. Aus diesem Grund kann die Medienöffentlichkeit dem Betroffenen nicht egal sein.

Nebenbei werden die Behörden genannt. Doch im Wesentlichen kann gesagt werden dass die Stakeholder-Öffentlichkeit der wichtigste Akteur ist, der wiederum von der Medienöffentlichkeit beeinflusst werden kann. Daher sind beide wichtig.

K6 – Der größte Einfluss

In diesem Punkt wird nicht ein einziger von den oben erwähnten Akteuren genannt.

K7 – Die Öffentlichkeit vor dem Prozess Strasser

„[...] Die Sache ist sehr groß und medial sehr publik gemacht worden. Ohne eine Steuerung, sichtlich ohne Steuerung. Ich glaube dass im Vorfeld eines Prozesses, eben durch mangelnde Steuerung der Kommunikation sehr viel Schaden für den Betroffenen bereits angerichtet wurde.“ (Interview Betroffener, Zeil3 82-86). Des Weiteren wird die Öffentlichkeit als „sehr vorverurteilend“ beschrieben.

K8 – Akteurseinfluss im Prozess Strasser

Im konkreten Fall hatte, so der Gesprächspartner, die Medienöffentlichkeit den größten Einfluss. Die über den Fall berichtenden Journalisten haben, nach Äußerung des Gesprächspartners, sehr schnell große Macht erlangt.

K9 – Meinung zur gewählten Strategie bzw. zur Tatsache dass Ernst Strasser keinen LPR-Berater zur Seite hatte

Der Fall wird vom Gesprächspartner als gutes Beispiel dafür gesehen, dass es nicht in jedem Fall das Beste ist, die Wahrheit zu sagen. Eine etwas andere Strategie im Sinne von „ein frontaler Angriff nach vorne“ hätte die Öffentlichkeit anders geprägt. „Und da hätte Strasser, egal bei welchem Ausgang, viele Möglichkeiten gehabt.“ (Interview Beschuldigter, Zeile 120-121).

8.2.6 Das Interview mit dem Journalisten

K1 – Erster Kontakt

Den ersten Kontakt mit Litigation PR hatte der Journalist vor ungefähr vier oder fünf Jahren. Es gab zwei Quellen aus denen er von der Litigation PR erfahren hat. Einerseits hat er selbstinitiativ darüber

Informationen gesammelt. Andererseits gab es Situationen in denen Agenturvertreter an ihn herangetreten sind.

K2 – Relevanz der LPR

Der Journalist sieht die Relevanz der LPR als nicht besonders relevant. Er ist der Meinung, dass es nicht so einfach ist, Journalisten davon abzubringen, ihre geplanten Artikel zu schreiben. In diesem Punkt spricht er den Medien eine Filterfunktion zu. In Einzelfällen kommt es vor, dass die Litigation PR sehr weit kommt. Doch insgesamt wird die Relevanz als nicht hoch eingeschätzt.

K3 – Einfluss LPR auf Öffentlichkeit im Vorprozess

Entsprechend der Kategorie K2 ist auch hier der Einfluss mit sehr schwach beschrieben. Begründet mit der Filterfunktion der Medien. Daraus ergibt sich eine weitere Abschwächung des Einflusses der LPR.

K4 – Zukunftsaussichten

In dieser Kategorie sieht der Journalist eine Entwicklung in Richtung Relevanzsteigerung. Er verknüpft es damit, dass „...Verfahren immer öffentlicher werden.“ Wenn sich also der LPR-Berater der Medien bedient, die Medialisierung stetig zunimmt, dann ergibt sich daraus eine Entwicklung im positiven Sinne für die LPR.

K5 – Die Akteure

Die Verfahrensbeteiligten werden in dieser Kategorie an erster Stelle genannt. An zweiter Stelle werden die Medienvertreter genannt. Weiters werden die Behörden genannt, an erster Stelle die Polizei, Staatsanwaltschaft und Gerichte.

K6 – Der größte Einfluss

In dieser Kategorie wird den Medien der größte Einfluss zugeschrieben. „Man muss sich seiner Verantwortung als Journalist bewusst sein. Man kann ja einen ruinieren.“ (Interview Journalist, Zeile 95-97). An zweiter Stelle wird die Justiz genannt. Danach die Betroffenen. Der Gesprächspartner ist der Meinung, dass beim konkreten Fallbeispiel, eine Kommunikation des Beschuldigten einen sehr großen Einfluss gehabt hätte.

K7 – Die Öffentlichkeit vor dem Prozess Strasser

„Da haben eh schon alle mit dem Finger auf ihn gezeigt“ (Interview Journalist, Zeile 130-134). Die aufgezeichneten Gespräche waren vielsagend. Letztendlich kann also gesagt werden, dass die Öffentlichkeit Ernst Strasser schon vor Prozessbeginn als Schuldigen gesehen hat.

K8 – Akteurseinfluss im Prozess Strasser

Im Vorverfahren wird der größte Einfluss bei den Medien vermutet. Als der Prozess dann begonnen hat, war es Ernst Strasser der sehr viel kommunikativ hätte machen und dadurch beeinflussen können. Doch vor Prozessbeginn waren es die Medien.

K9 – Meinung zur gewählten Strategie bzw. zur Tatsache dass Ernst Strasser keinen LPR-Berater zur Seite hatte

Der Gesprächspartner ist der Meinung, dass ein Geständnis und eine nachvollziehbare Wahrheit weniger Schaden bei der Reputation von Ernst Strasser angerichtet hätten.

9 Beantwortung der Forschungsfragen und Zusammenfassung der Ergebnisse

In diesem Kapitel sollen die in Punkt 7 formulierten Forschungsfragen, basierend auf der Auswertung in Punkt 8, beantwortet werden. In einem nächsten Schritt werden dann die Resultate zusammengefasst und abschließend interpretiert.

9.1 Beantwortung der Forschungsfragen

F1 – Wie kann die Öffentlichkeit im Vorprozess beschrieben werden/im Fall Ernst Strasser?

Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage können die Ausprägungen aus der Kategorie K7 herangezogen werden. Alle Gesprächspartner, ausgenommen der Anwalt, haben die Öffentlichkeit, die sich vor dem Prozess manifestiert hat, als negativ konnotiert und vorverurteilend beschrieben. Der Anwalt war der einzige Gesprächspartner dessen Antwort man zur Beantwortung dieser Forschungsfrage nicht heranziehen kann. Er hat das damit begründet, dass er aufgrund von Zeitmangel den Prozess Ernst Strasser nicht detailliert verfolgt hat. Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass sich die empirische Untersuchung zu dieser Frage im Wesentlichen mit den theoretischen Annäherungen des Court of Public Opinion und den des Reputation Management bestätigt.

F2 – Wer sind die Akteure einer Öffentlichkeit im Gerichtsprozess?

Die Beantwortung dieser Forschungsfrage ist im Wesentlichen die Zusammenfassung der Kategorie K5. In dieser Kategorie gibt es etwas

mehr Unterschiede in den Antworten der Interviewten Personen. Letztendlich haben fünf der Interviewten die Medien als Akteure der Öffentlichkeit definiert. Der „Beschuldigte“ hat in dem Interview zusätzlich zwischen einer Stakeholder- und einer Medienöffentlichkeit differenziert. Der Journalist, Staatsanwalt und die Litigation PR Berater haben die Medien an erster oder zweiter Stelle genannt. Daraus kann man schließen, dass diese die Medien als sehr relevanten Akteur sehen. Der Betroffene/Beschuldigte wurde prinzipiell von zwei Gesprächspartnern als Akteur genannt. Doch bei der Frage nach dem größten Einfluss der Akteure auf die Öffentlichkeit wurde der Beschuldigte an erster Stelle genannt. Diese Antwort kam jedoch gemeinsam mit der Frage im Bezug zum konkreten Fallbeispiel auf. Das heißt, der wichtigste Akteur im konkreten Fall Ernst Strasser war der Beschuldigte selbst. Allgemein gesehen aber sind es die Medien. Zudem wurden die Medien einerseits als Transporteure gesehen. Andererseits wurde ihnen eine eigene Rolle als Akteur zugeschrieben. Unterschieden wurde dabei zwischen den Phasen des Prozesses. In einer Phase vor dem Prozess, die für die Arbeit ja auch am relevantesten erscheint, werden die Medien an erster Stelle als Akteure genannt.

Die Justiz, bzw. Behörden wurden von allen Gesprächspartnern genannt. Zudem haben der Journalist, der Anwalt und der Staatsanwalt den Behörden einen großen Einfluss zugeschrieben. Dazu wird aber eine gesonderte Forschungsfrage beantwortet.

F3 – Wie können die Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen?

Zur Beantwortung dieser Frage kann die Kategorie K6 in Verbindung mit der Kategorie K5 herangezogen werden. Zudem werden die Antworten aus den Interviews zu der Frage, wie können die Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen, interpretiert.

Letztendlich waren sich alle Gesprächspartner einig dass die Akteure die Öffentlichkeit durch eine aktive Kommunikation beeinflussen können. Während der Gespräche wurde oft der kommunikationswissenschaftliche Stehsatz „Man kann nicht nicht kommunizieren“ zitiert. Demnach, vor allem wenn man sich den Betroffenen und dessen Darstellung in den Medien näher anschaut, eine Option des „kein Kommentar“ ebenfalls als Kommunikation gedeutet wird. Dadurch kann man davon ausgehen, dass empirisch nachgewiesen wurde, dass die Erläuterung in Punkt 5.5 nachvollziehbar sind und in der Realität durchaus ihren Platz und Relevanz haben.

F4 – Wie und vor allem wie stark kann die Litigation PR die Öffentlichkeit im Vorprozess beeinflussen?

Zusammenfassend wird der Litigation PR sehr großer Einfluss zugeschrieben, vor allem aber im Vorprozess. Der Staatsanwalt führt das damit aus, dass Litigation PR in einer frühen Phase am wichtigsten ist. Denn das Ziel der LPR ist der Reputationsschutz. Und in einer frühen Phase des Prozesses gibt es noch eine gewisse Möglichkeit, die Reputation des Beschuldigten positiv zu prägen. Der Einfluss der Litigation PR nimmt mit dem Voranschreiten des Prozesses ab. Die Litigation PR Berater hingegen sind der Meinung dass in der frühen Phase eines Prozesses, die rechtlichen Schranken die beachtet werden müssen, ein „Greifen“ der LPR hemmen. Dennoch, sind sich praktisch alle Gesprächspartner einig, dass die größte Relevanz der Litigation PR eben in dieser Phase vor dem Prozess liegt. Der Journalist ist der einzige Interviewte der eine andere Meinung vertritt und der LPR einen sehr geringen bis gar keine Einfluss zuordnet. Das begründet er mit der Gatekeeper-Funktion der Medien und mit der Tatsache, dass die Journalisten in dieser Rolle nicht beeinflussbar sind.

F5 – Wie wird die Relevanz der Litigation PR eingeschätzt?

Die Relevanz der Litigation PR wird von allen Gesprächspartnern als sehr hoch eingeschätzt. Eine gezielte Kommunikation in einer frühen Phase des Prozesses wird als äußerst wichtig angesehen. Der Anwalt ist der Meinung, wie in der vorherigen Frage beschrieben, dass die LPR nicht wesentlich Einfluss nehmen kann. Doch ist er aber der Meinung, dass die Litigation PR eine Relevanz besitzt. Diese wird zunehmend, seiner Meinung nach, geprägt sein durch die immer öffentlicher werdenden Gerichtsverfahren und der Zunahme der Medialisierung der Gesellschaft. Eine Zunahme der Relevanz in Zivilprozessen wird vor allem vom Staatsanwalt und vom Litigation PR Berater 2 angesprochen. Es wird zusätzlich angemerkt, dass die Litigation PR vor allem im Zivilprozess angesiedelt ist und es nur eine Frage der Zeit ist, bis sie sich in Österreich in diesem Bereich zunehmend durchsetzt.

F6 – Wie wird die Litigation PR und deren Entwicklung in naher Zukunft eingeschätzt?

Alle Gesprächspartner sind hier der gleichen Meinung. Letztendlich vertreten alle die Meinung dass es in Österreich in naher Zukunft einen Professionalisierungsschub im Bereich der Litigation PR geben wird. Doch Litigation PR wird nicht als Modewort gesehen. Vielmehr wird sie definiert als „eine Kommunikationsdisziplin, die der aktuellen medialen und juristischen Praxis durchaus Rechnung trägt.“ (Interview LPR1, Zeile 13-15).

F7 – Wie kann die Öffentlichkeit im Fall Ernst Strasser beschrieben werden und welche Akteure hatten in dem Fallbeispiel den größten Einfluss?

Wie bereits in Forschungsfrage 1 ausgeführt wurde die Öffentlichkeit im konkreten Fall als sehr vorverurteilend beschrieben. Die Frage, welcher Akteur den größten Einfluss gehabt hat, gab es insgesamt zwei wesentliche Antworten. Einerseits wurde dem Beschuldigten, also Ernst

Strasser, ein großer Einfluss zugeschrieben. Das wurde begründet dadurch, dass die Öffentlichkeit und die Medien den Fokus auf den Beschuldigten legen. Dieser hat, durch aktive und passive Kommunikation das Bild, das von ihm konstruiert wird, geprägt. Die Gesprächspartner sind mehrheitlich der Meinung, dass Ernst Strasser durch seine offensichtlich nicht gesteuerte Kommunikation einen wesentlichen Beitrag zur Verfestigung des negativen Bildes über ihn beigetragen hat.

Ein weiterer sehr großer Einfluss im konkreten Fall wurde den Medien zugeschrieben. Der Litigation PR-Berater 2 hat konkret den „beiden Journalisten“, die den ganzen Fall ins Rollen gebracht haben, einen großen Einfluss zugesprochen. Der Journalist hat zusätzlich angemerkt, dass sich die Medien ihrer Kraft bewusst sein müssen und dass die Journalisten wissen müssen, dass sie durch ihre Berichterstattung einen sehr großen Einfluss auf die öffentliche Meinung ausüben können.

Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass die Hauptakteure des konkreten Prozesses einerseits die Medien, andererseits der Betroffene selbst waren.

9.2 Zusammenfassung der Ergebnisse

Nachdem die Forschungsfragen beantwortet wurden, werden in diesem Schritt die Ergebnisse zusammengefasst und etwas verständlicher formuliert.

Die forschungsleitende Fragestellung war die Beschreibung der Öffentlichkeit im Vorprozess, die Definition der Akteure und die Definition der Akteure die im konkreten Fallbeispiel den größten

Einfluss hatten. Weiters wurde nach den Einflüssen der Litigation PR auf die Öffentlichkeit gefragt und nach der Relevanz der Litigation PR.

Letztendlich kann gesagt werden dass die Ergebnisse der Arbeit darauf schließen lassen, dass die Öffentlichkeit, die sich im Vorfeld eines Prozesses manifestiert, sehr vorverurteilend und meistens, im konkreten Fall Ernst Strasser durchaus negativ konnotiert ist. Die Berichterstattung, das Handeln des Beschuldigten, Kommentare in sozialen Netzwerken, all das hat Ernst Strasser einen Stempel der Schuld noch vor Prozessbeginn aufgesetzt.

Wenn man sich die Frage des Einflusses der Akteure auf so eine Öffentlichkeit anschaut, kann man ohne weitere Bedenken sagen – und das bestätigen auch die Interviews – Ernst Strasser selbst hatte den größten Einfluss auf die Bildung solch eines Bildes. Durch eine offensichtlich nicht gesteuerte Kommunikation hat er ein negatives Bild von sich nur zunehmend verfestigt.

Als wichtiger Akteur sind die Medien nicht außer Acht zu lassen. Ein Großteil der Interviewpartner ist der Meinung, dass die Medien eine wichtige Rolle im Meinungsbildungsprozess einnehmen, bzw. dass sie es im konkreten Fallbeispiel auch getan haben. Den Medien werden zwei Rollen zugeschrieben. Eine ist die Rolle als Transporteure der Mitteilungen/Meinungen/Äußerungen der anderen Akteure. Eine zweite ist die Rolle als selbstständiger und aktiver Akteur. Der Journalist hat zudem angemerkt, dass die Journalisten sich ihrer Macht bewusst sein müssen. Denn die Medien sind im Stande das Image einer Person zu tiefst zu erschüttern. Daher ergibt sich hier eine interessante Frage zur Ethik und zu ethischen Richtlinien im Journalismus. Wie weit darf ein Journalist in seiner Berichterstattung über eine Einzelperson gehen?

Die empirische Untersuchung hat das Ergebnis geliefert, dass die Interviewpartner – unabhängig von ihrer Rolle – der Meinung sind, dass

so große Imageschäden wie sie Ernst Strasser davongetragen hat, hätten vermieden werden können. Vor allem durch eine gezielte Litigation PR Strategie. Und hier findet bereits die Überleitung zur Relevanz der Litigation PR im Vorprozess statt. Der Litigation PR wird vor allem in der Zeit vor Prozessbeginn sehr große Relevanz und ein starker Einfluss zugeschrieben. Die Interviewpartner sind sich auch hier überwiegend einig, dass die Litigation PR in einem frühen Stadium zum Reputationsschutz eingesetzt werden soll und muss. Denn je weiter der Prozess fortschreitet, desto eher nimmt der Einfluss der Litigation PR ab, so die herrschende Meinung.

Nicht außer Acht zu lassen ist die Frage nach dem ersten Kontakt der Interviewpartner mit der Litigation PR. Mehrheitlich war es so, dass die Interviewpartner alle ungefähr zur gleichen Zeit vom Begriff der Litigation PR gehört haben – vor fünf bis sieben Jahren (also circa zwischen 2007 und 2009). Hier ergibt sich ein interessanter Anknüpfungspunkt für eventuelle weitere Arbeiten in dieser Thematik. Die Geschichte der Litigation PR hat ihre europäischen Anfänge in den neunziger Jahren. Doch offensichtlich hat es etwas länger gedauert bis sich der Begriff im Berufsfeld der Journalisten, PR Berater, Pressesprecher der Behörden und Anwälten verfestigt hat.

Interessant und erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang die Tatsache, dass alle Interviewpartner der Meinung sind, dass die Litigation PR in naher Zukunft an Relevanz und Professionalisierung zunehmen wird. Das Angebot an Professioneller Litigation PR Arbeit in Österreich ist durchaus überschaubar. Doch gibt es selbstverständlich einige wenige Agenturen die sich auf die Litigation PR spezialisiert haben und diese aktiv vorantreiben.

10 Fazit und Ausblick

Das Ziel dieser Arbeit war es herauszufinden, wie die Öffentlichkeit vor einem Prozess gesehen wird, wer die Akteure dieser Öffentlichkeit sind und wie sie diese beeinflussen können.

Durch die zunehmende Medialisierung der Gesellschaft rücken auch immer mehr Gerichtsprozesse in den Fokus der Öffentlichkeit. Die Litigation PR ist eine Kommunikationsdisziplin die diesen Ansprüchen der heutigen (medialen) Gesellschaft Rechnung tragen kann.

Die Beschuldigten, obwohl bis zu einem rechtskräftigen Urteil die Unschuld vermutet wird, tragen enorme Imageschäden davon. Das primäre Ziel der Litigation PR ist der Reputationsschutz des Mandanten. Dazu bedarf es einer gezielten Kommunikation in einer frühen Phase. Die Relevanz der Litigation PR liegt vor allem in einer frühen Phase des Prozesses, bzw. in einer Phase lange vor Prozessbeginn. Der Reputationsschutz ist das primäre Ziel der Litigation PR. Daher ist es unbedingt notwendig, dass sie rechtzeitig eingesetzt und eine gesteuerte Kommunikation durchgeführt wird.

Die theoretische Basis der Arbeit war die Nachrichtenwerttheorie gemeinsam mit den Theorien des Court of Law und des Court of Public Opinion. Der empirische Teil der vorliegenden Arbeit hat die theoretischen Annahmen untermauert und in der Praxis bestätigt. Tatsache ist, dass die Beschuldigten, noch bevor der Prozess im „Court of Law“ begonnen hat, sich im „Court of Public Opinion“ behaupten müssen.

Tatsache ist, dass das Ziel der Litigation PR der Reputationsschutz ist. Gezielt eingesetzte Strategien der Litigation PR können die Reputation nachhaltig schützen. Im konkreten Fall Ernst Strasser war keine gezielte Kommunikation sichtbar. Welchen Strategien eingesetzt werden

konnten, wurde in der Arbeit nicht untersucht. Doch das ist ein Punkt welcher durchaus einen großen Untersuchungswert aufweist.

Insgesamt kann gesagt werden, dass durch die Forschung an dieser Arbeit viele Fragen Aufgetaucht sind, die den Bedarf einer tieferen Analyse aufdecken. Meines Erachtens sind in dem Bereich vor allem qualitative Forschungsansätze von großer Bedeutung. Diese können Zusammenhänge viel besser erklären und nachvollziehbar darstellen.

Schließlich, und das wurde bereits im ersten Teil der Arbeit formuliert, gibt es im Bereich der Litigation PR noch sehr großen wissenschaftlichen Nachholbedarf. Die Kommunikationswissenschaft ist m.E. durchaus im Stande, diesen aufzuholen. Denn vor allem wissenschaftliche Annäherungen an den Bereich gibt es wenige. Die gegenwärtigen Veränderungen der Medien in unserer Gesellschaft werden gewiss noch mehr neuer Fragen aufwerfen und es besteht ein großer Bedarf, dieses Feld der Kommunikationswissenschaft in den Fokus von Untersuchungen zu rücken.

Literaturverzeichnis

- Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Auflage, Wien/Köln/Weimar.
- Bentele, Günter/Janke, Katarina (2008): Krisenkommunikation als Vertrauensfrage? Überlegungen zur krisenbezogenen Kommunikation mit verschiedenen Stakeholdern. In: Nolting, Tobias/Thießen, Ansgar (Hrsg.): Krisenmanagement in der Mediengesellschaft. Potenziale und Perspektiven der Krisenkommunikation. Wiesbaden.
- Boehme-Neßler, Volker (2010): Die Öffentlichkeit als Richter? Litigation PR als neue Methode der Rechtsfindung. Nomos Verlag. Baden-Baden.
- Bohnsack, Ralf (2003): Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden. Verlag Barbara Budrich. 5. Auflage. Opladen.
- Eisenegger, Mark (2005): Reputationskonstruktion, Issues Monitoring und Issues Management in der Mediengesellschaft. Eine theoretische und empirische Untersuchung mit besonderer Berücksichtigung ökonomischer Organisationen. Dissertation. Wiesbaden.
- Engel, Peter/Scheuerl, Walter (2012) : Litigation-PR. Erfolgreiche Medien- und Öffentlichkeitsarbeit im Gerichtsprozess. Carl Heymanns Verlag. Köln.
- Fitzpatrick, Kathy (1996): Practice Management. The Court of Public Opinion. In: Texas Lawyer. S.30. In: Mayr, Daniel (2012): Strafverfahren im Fokus der Medien. Eine Analyse der Presseberichterstattung über die Causa Banknotendruckerei im Kontext der Litigation-PR“. Magisterarbeit. Universität Wien. Wien.

- Fitzpatrick, Kathy R./Rubin, Maureen S. (1995): Public Relations vs. Legal Strategies in Organizational Crisis Decisions. In: Public Relations Review, 23. Jahrgang, Heft 1, S. 21–33.
- Gibson, Dirk C. (1998): Litigation Public Relations. Fundamental Assumptions. In: Public Relations Quarterly, Volume 43, S. 19-23.
- Gollowitzer, Kurt (2004): (Medien-) Öffentlichkeit und Gerichtsverfahren. Wien. Dissertation.
- Gostomzyk, Tobias (2006): Die Öffentlichkeitsverantwortung der Gerichte in der Mediengesellschaft. Dissertation. Baden-Baden.
- Habermas (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Frankfurt am Main.
- Haggerty, James (2003): In the Court of Public Opinion: Winning your case with Public Relations. Hoboken. New Jersey. In: Heinrich, Ines (2010): Litigation PR. PR vor, während und nach Prozessen. Perspektiven, Potenziale, Problemfelder. Burtenbach.
- Heinrich, Ines (2010): Litigation PR. PR vor, während und nach Prozessen. Perspektiven, Potenziale, Problemfelder. Burtenbach.
- Holzinger, Stefan/Wolff, Uwe (2009): Im Namen der Öffentlichkeit. Litigation-PR als strategisches Instrument bei juristischen Auseinandersetzungen. Wiesbaden.
- Huang, Yi-Hui/Lin, Ying-Hsuan/Su, Shih-Hsin (2005): Crisis communicative strategies in Taiwan: Category, continuum, and cultural implication. In: Public Relations Review, 31. Jahrgang, Heft 2, S. 229–238.
- Jin, Yan/Kelsay, Christopher J. (2008): Typology and dimensionality of litigation public relations strategies: The Hewlett-Packard board

pretexting scandal case. In: Public Relations Review, 34. Jahrgang, Heft 1, S. 66–69.

- Kerscher, Helmut (1982): Gerichtsberichterstattung und Persönlichkeitsschutz. Eine empirisch-rechtspolitische Studie über die Entstehung und Wirkung identifizierender Gerichtsberichterstattung. Dissertation. Hamburg.
- Kunczik, Michael (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. 4. Auflage. UTB Verlag.
- Landmeier, Christine/Daschmann, Gregor (2011): Im Seichten kann man nicht ertrinken? Boulevardisierung in der überregionalen deutschen Qualitätspresse. In: Blum/Bonfadelli/Imhof/Jarren (Hrsg.), S. 177–191.
- Lippe, Bernd (1980): Aufgaben und Arbeitsweise des Gerichtsberichterstatters. In: Heinrich, Ines (2010): Litigation PR. PR vor, während und nach Prozessen. Perspektiven, Potenziale, Problemfelder. Burtenbach.
- Maier, Michaela/Stengel Karin/Marschall Joachim (2010): Nachrichtenwerttheorie. Nomos Verlag. Baden-Baden.
- Mast, Claudia (2008): Unternehmenskommunikation: Ein Leitfaden. 3. Auflage, Stuttgart.
- Mayr, Daniel (2012): Strafverfahren im Fokus der Medien. Eine Analyse der Presseberichterstattung über die Causa Banknotendruckerei im Kontext der Litigation-PR“. Magisterarbeit. Universität Wien. Wien.
- Przyborski, Aglaja/ Wohlrab-Sahr, Monika (2008): Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch: München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.

- Raupp, Juliana (2009): Medialisierung als Parameter einer PR-Theorie. In: Röttger, Ulrike (Hrsg.): Theorie der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR Forschung. Wiesbaden.
- Sarcinelli, Ulrich (1998): Politikvermittlung und Demokratie. Zum Wandel der politischen Kommunikationskultur. Bonn. In: Heinrich, Ines (2010):): Litigation PR. PR vor, während und nach Prozessen. Perspektiven, Potenziale, Problemfelder. Burtenbach
- Schnell, Rainer / Hill, Paul / Esser, Elke (1999): Methoden der empirischen Sozialforschung. 6., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage. R. Oldenbourg Verlag München Wien.
- Schumy, Barbara (2001): Zur Boulevardisierung der österreichischen Wochenmagazine „Profil“, „News“ und „Format“. Diplomarbeit. Universität Wien.
- Schulz, Uwe (2002): Die rechtlichen Auswirkungen von Medienberichterstattung auf Strafverfahren. Frankfurt am Main.
- Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Strukturen und empirischer Gehalt. Freiburg.
- Stierschneider, Katharina (2009): Litigation Communication. When Litigation puts the Reputation at Risk. Diplomarbeit. FH Joanneum Graz. Graz.
- Szyszka, Peter (Hrsg.) (1999): Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden.
- Vogel, Irmela (2005): Fernsehübertragung von Strafverfahren in der Bundesrepublik Deutschland und in den USA. Dissertation. Frankfurt am Main.
- Weber, Julia (2011): Im Namen des Volkes? Litigation PR und ihre Folgen für die Öffentlichkeit(sarbeit). Magisterarbeit. Universität Wien.

- Weischenberg, Sibylle/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz.

Onlinequellen

- Eisenegger, Mark/Imhof, Kurt (2007): Das Wahre, das Gute und das Schöne: Reputations-Management in der Mediengesellschaft. FÖG Discisson Paper, Zürich: online unter http://www.foeg.uzh.ch/staging/userfiles/file/Deutsch/f%C3%B6g%20discussion%20papers/2007-0001_Wahr_Gut_Schoen_2007_d.pdf

Zuletzt abgerufen am 19.08.2014.

- Lahodynsky Otmar: Detektei Strasser und co.“ In: profil. 19. März 2011 - <http://www.profil.at/articles/1111/560/291841/detektei-strasser-co>

Zuletzt abgerufen am 26.08.2014.

- Petermann, Frank (2006): Litigation Communication. Wenn rechtliche Auseinandersetzungen die Reputation gefährden. Online unter www.falkenstein.ag/uploads/media/litigation_communication_zzz_2006.pdf

Zuletzt abgerufen am 27.7.2014.

- Pilnacek, Christian (2003): Öffentlichkeit und Geheimhaltung im Strafverfahren. Thesen zum Referat. „Recht und Öffentlichkeit“. Tagung der Österreichischen Juristenkommission in Weißenach/Attersee, 29.-31. Mai 2003. Online abrufbar unter http://www.juristenkommission.at/download/Paper_Pilnacek.pdf

Zuletzt abgerufen am 16.9.2014.

- <http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/1276831/Staatsanwaltschaft-erhebt-Anklage-gegen-Strasser>

Zuletzt abgerufen am 25.07.2014.

- <http://www.justiz.gv.at/web2013/html/default/2c9484853f31eab6013f32af1be508a5.de.html>

Zuletzt abgerufen am 03.09.2014.

- <http://prva.at/berufsbild/rolle-der-pr>

Zuletzt abgerufen am 14.08.2014.

Appendix A

Kategoriensystem

K1 – Erster Kontakt

K2 – Relevanz der LPR

K3 – Einfluss LPR auf Öffentlichkeit im Vorprozess

K4 – Zukunftsaussichten

K5 – Die Akteure

K6 – Der größte Einfluss

K7 – Die Öffentlichkeit vor dem Prozess Strasser

K8 – Akteurseinfluss im Prozess Strasser

*K9 – Meinung zur gewählten Strategie bzw. zur Tatsache dass Ernst Strasser
keinen LPR-Berater zur Seite hatte*

Appendix B

Transkripte

Datum: 26.08.2014

1 Interview A.S. LPR2

2 E: Ich habe mir drei Bereiche für das Interview aufgeteilt. Der erste ist
3 zur Litigation PR, dann zu den Akteuren im Vorfeld des Prozesses und
4 dann zum eigentlichen Prozess.

5 Zur Litigation PR

6 Wie lange ist Ihnen der Begriff der Litigation PR geläufig?

7 A: Seit 2009 circa

8 E: Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal im
9 Bereich LPR gearbeitet? War das auch 2009 oder schon vorher?

10 A: Nein, das war schon vorher. Damals wussten wir aber nicht dass es
11 diesen Begriff gibt.

12 E: Aha, ok. Wie würde Sie die Relevanz der LPR allgemein beurteilen?

13 A: Ich würde sagen die Relevanz ist wachsend. Wird immer wichtiger
14 weil immer mehr auch, wenn wir beim Strafrecht jetzt bleiben, immer
15 mehr über die Medien ausgetragen wird. Und man sich, ob man will
16 oder nicht, damit darstellen muss als Betroffener. Noch stärker an
17 Bedeutung gewinnen wird sie im Zivilrecht,

18 E: Wie würden Sie den Einfluss der Litigation PR auf die Öffentlichkeit
19 im Vorfeld eines Prozesses beurteilen? Also in der Zeit bevor ein
20 Prozess begonnen hat. Sagen wir mal in der Zeit wo ein Sachverhalt
21 bekannt geworden ist.

22 A: Sehr stark. Vor allem dann, wenn man LPR so versteht wie wir es
23 verstehen, als Schutz der Reputation. Und vor allem, es geht ja jetzt

24 nicht um die Einflussnahme von Richtern, sondern vor allem um den
25 Reputationsschutz. Und letztlich drum, Fakten richtigzustellen. Und das
26 ist im Vorfeld total wichtig. Weil gerade im Vorverfahren , das eigentlich
27 nicht öffentlich sein sollte, erleben wir heute tagtäglich dass eben
28 gegen diese nicht-Öffentlichkeit verstoßen wird und Teile aus
29 Aktenbestandteilen rausgespielt werden und dann den Betroffenen in
30 einem für ihn sehr unvorteilhaften Licht darstellt. Und er wird unfair
31 behandelt. Und das führt dann mittelfristig zu einer Vorverurteilung
32 und dessen muss man gegensteuern. Deswegen hat es gerade im
33 Vorverfahren eine sehr starke Relevanz.

34 E: Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich bewerten?

35 A: Österreich hat Aufholbedarf. Starken Aufholbedarf. Obwohl es LPR
36 seit Jahrzehnten bei uns schon gibt. Es betreibt halt nicht der PR
37 Fachmann, sondern es wird meist vom Anwalt betrieben. Jeder kennt
38 medienaffine Rechtsanwälte, vor allem im Strafrecht. Das ist nichts
39 anderes als Litigation PR, aber halt mit anderem Namen. Was neu ist,
40 ist zusehends auch, dass LPR von Behördenseite betrieben wird.
41 Teilweise schon sehr professionell. Das sie also Medienanfragen aktiver
42 Beantworten. Also das ist sicher eine sehr positive Entwicklung. Eine
43 Grenze zum Illegitimen wird halt dann überschritten wenn Akten im
44 Vorverfahren, die nicht öffentlich sein sollten, öffentlich werden. Und
45 wir erleben halt immer wieder, dass dies nicht nur die Anwälte sind die
46 das rausgeben.

47 E: Und wenn Sie in die nahe Zukunft blicken. Wie sehen Sie die LPR in
48 Österreich? Glauben Sie dass sie noch an Relevanz zunimmt?

49 A: Ja es wird einen Professionalisierungsschub geben. Es wird mehr
50 Spezialisierung geben. Es wird sich vielleicht, so wie beim Public Affairs
51 eine ganz eigene Branche herausbilden. Derzeit ist es nicht so sichtbar.
52 Es gibt ein paar, so wie wir, die das Aktiv vorantreiben. Für Agenturen
53 gehört es derzeit zum guten Ton dass man das anbietet. Aber es ist

54 natürlich nicht professionell. Also da wird es in Zukunft einen
55 Professionalisierungsschub geben. Stärker wird es, wie gesagt, noch
56 wachsen im Zivilrecht. Im Strafrecht ist die LPR eigentlich gar nicht so
57 sehr daheim. Es ist jetzt durch diese ganzen Wirtschaftskausen so
58 gekommen. Aber die werden irgendwann abflauen und dann wird das
59 klassische Strafrecht für die LPR nicht so das zentrale Spielfeld sein.

60 Zu den Akteuren

61 E: Wer sind, Ihrer Meinung nach, die Akteure der Öffentlichkeit rund
62 um einen Gerichtsprozess? Sagen wir mal alle Phasen, vor dem Prozess,
63 während dem Prozess und nach dem Prozess.

64 A: Die Medien, Journalisten. Dann die Beschuldigten oder Beklagten
65 selber. Die Anwälte. Im Zivilprozess die gegnerische Partei. Die Anwälte
66 halt und der Kläger oder die Beklagte. Im Strafprozess sind es dann
67 auch die Staatsanwälte. Auch die Richter. Und das Umfeld des
68 Beklagten. Also zum Beispiel auch die LPR Experten gehören da auch
69 dazu.

70 E: Und was glauben Sie wie die Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen
71 können? Also auf welche Art und Weise?

72 A: Die Akteure können die Öffentlichkeit beeinflussen in dem sie
73 kommunizieren. Jede Art von Kommunikation hat irgendeinen Einfluss
74 auf Teile der Öffentlichkeit.

75 E: Kein Kommentar wird auch als Kommunikation gesehen?

76 A: Na kein Kommentar ist auch eine Kommunikation. Aber nicht immer
77 das Zielführende.

78 E: Und was glauben Sie wessen Einfluss am größten sein könnte, von
79 den Akteuren?

80 A: Den größten Einfluss im derzeitigen System haben sicher noch die
81 Journalisten. Weil sie ja so eine Gatekeeper-Funktion haben. Das heißt

82 Journalisten haben den größten Einfluss. Sie steuern letztlich die
83 Öffentlichkeit zu einem sehr großen Teil.

84 E: Und der Angeklagte selbst? Kann er es auch zu einem wesentlichen
85 Teil beeinflussen?

86 A: JA, kann er natürlich beeinflussen. Aber die Frage ist wie er an die
87 Öffentlichkeit gelangt. Und da braucht es wieder die Medien dafür.

88 Zum Prozess

89 E: Wenn Sie auf den Prozess und die Berichterstattung zum Fall Ernst
90 Strasser zurückblicken. Wie würden Sie den gesamten Prozess
91 beschreiben. Also alles drum herum. Auch die Berichterstattung und
92 den Prozess selbst.

93 A: Also ich würde sagen, dass es kaum einen Prozess gegeben hat wo
94 das Meinungsbild so klar war. Es gibt zwar niemand gerne zu aber jeder
95 bildet sich schon insgeheim ein Urteil, ein Vorurteil unter Umständen.
96 Und dass das Meinungsbild und das Vorurteil waren so eindeutig beim
97 Strasser. Nämlich schuldig. Ursache war eben dass es da so ein Video
98 gegeben hat. Das spricht halt für sich. Und die Macht der Bilder war da
99 groß. Jeder hat die schon im Vorfeld gesehen. Deswegen hat sich da
100 jeder ein Urteil gebildet. Das war eine Beobachtung. Und die zweite
101 Beobachtung war halt dass seitens Strasser eigentlich keine
102 Maßnahmen gesetzt wurden in Richtung Reputationsschutz, also so
103 LPR und so weiter. Nur ganz zu Beginn wo er kurz sein Statement
104 erklärt hat. Dass da irgendwie der Geheimdienst tätig sein könnte. Und
105 das war's dann. Danach hat er selber überhaupt nie was gesagt. Und
106 der Anwalt hat da auch nur sehr sporadisch. Und das hat dann nicht
107 dazu beigetragen, zur Unterstützung seiner Version.

108 E: Und glauben Sie das sein Bild in der Öffentlichkeit irgendwie anders
109 geprägt gewesen wäre wenn er gute Beratung gehabt hätte?

110 A: Es wäre sicher eine Chance da gewesen. In einer frühen Phase aber.
111 Und das muss ich konsequent erklären. Weil es so absurd klingt, diese
112 Geschichte, braucht es besonders viel Erklärung dazu. Und die hat er
113 eigentlich nicht geliefert. Im Prozess hat er es dann versucht zu liefern.
114 Aber da war es dann relativ spät. Er hat dann offensichtlich auch
115 gemerkt dass diese Variante argumentativ nicht die beste ist. Deswegen
116 hat er dann im zweiten Prozess dann sichtlich anders akzentuiert. Er
117 musste dann viel aufholen. Aber die Akzentuierung war dann eine ganz
118 andere im zweiten Prozess. Das muss man schon sagen.

119 E: Und was glauben Sie wer den größten Einfluss auf die Öffentlichkeit
120 im Vorprozess hatte?

121 A: Ja das waren diese beiden Journalisten.

122 E: Und er, Strasser selbst?

123 A: Er hätte ihn gehabt, zu Beginn. Das hat er aber nicht genutzt und
124 dann hatte er keinen Einfluss weil er nichts gemacht hat.

1 **Interview P.M. (LPR 1) Datum: 26.08.2014**

2 E: Ich habe das Interview in drei Teile gegliedert. Einmal die Fragen zur
3 Litigation PR, dann zu den Akteuren und dann zum Prozess.

4 Zur Litigation PR

5 E: Wie lange ist Ihnen der Begriff der LPR geläufig?

6 P: Geläufig seit etwa drei Jahren. Drei, vier, fünf Jahre.

7 E: Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal mit
8 LPR gearbeitet?

9 P: Wir haben aus meiner Sicht schon bei Kausen gearbeitet was man
10 heute als LPR bezeichnen würde. Damals wurde aber der Begriff so
11 noch nicht verwendet. Und das war bei mir vor sechs-sieben Jahren.

12 E: Wie würden Sie die Relevanz der LPR allgemein beurteilen?

13 P: Es ist eine Kommunikationsdisziplin die der aktuellen medialen und
14 juristischen Praxis Rechnung trägt und daher legitim und relevant ist für
15 den Betroffenen.

16 E: Ein Prozess hat ja eigentlich drei Phasen. Vor dem Prozess, während
17 dem Prozess und nach dem Prozess. In diesen drei Phasen manifestiert
18 sich eine gewisse Öffentlichkeit. Und wir bleiben jetzt mal bei der Phase
19 vor Prozessbeginn. Wie würden Sie da den Einfluss der LPR auf die
20 Öffentlichkeit beurteilen?

21 P: Da ist es ja so, dass es vom Gesetz her eigentlich nicht öffentlich ist.
22 Vom Gesetz her ist es nicht öffentlich. De Facto ist es nicht so. De Facto
23 ist es sehr öffentlich. Das macht es ein bisschen schwierig weil es
24 mitunter schwierig ist aktiv an die Dinge heranzugehen. Weil man da
25 mitunter nur reaktiv agieren kann und man damit eher überrascht ist
26 von Dingen die medial und öffentlich Platz greifen und man dann aus
27 Sicht der LPR vor der Herausforderung steht mit diesen Dingen

28 umzugehen. Da ist das größte Ziel jenes, gewisse Dinge zurecht zu
29 rücken, zu objektivieren, dass Argumente Platz greifen, die per se nicht
30 vorhanden sind.

31 E: Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich bewerten?

32 P: Aus Branchensicht ist das ein wachsender Bereich. Da muss man
33 unterscheiden zwischen denen die es tun und denen die behaupten
34 dass sie es tun. Mit allen Schwierigkeiten in der Branche ist es halt so
35 dass jede Agentur immer auf der Suche ist nach Positionierung und
36 dem wo sie arbeiten können. Und da ist LPR ein bisschen ein Modewort
37 geworden. Das hat zur Folge dass jede Agentur, jede PR Agentur
38 mittlerweile es in ihrem Portfolio drinnen hat. Also gibt es dahingehend
39 ein Wachstum an Anbietern, unter Anführungszeichen würde ich das
40 stellen. Davon zu unterscheiden ist das reale Wachstum. Da schaut man
41 sich an welche Agenturen das konkret machen. Auch da gibt es ein
42 Wachstum. Es gibt auch da Anbieter die es nicht nur im Namen führen
43 oder im Portfolio, sondern auch tatsächlich anbieten und auf Basis ihrer
44 Mandate es auch tun. Also einerseits wächst es. Andererseits gestaltet
45 es sich inhaltlich gerade aus. Es ist eine neue Disziplin in Österreich. Ich
46 würde sagen dass das seit ein paar Jahren stattfindet. Das heißt es
47 entsteht noch so ein Portfolio was denn LPR eigentlich ist und alles sein
48 kann.

49 E: Wenn Sie jetzt in die nahe Zukunft blicken. Glauben Sie dass die LPR
50 an Relevanz zunimmt?

51 P: Davon gehe ich sicher aus. Sonst würden wir unser Unternehmen
52 auch nicht so ausrichten. Für mich ist das absolut klar dass es an
53 Gewicht noch steigen wird. Weil auch die Öffentlichkeit immer größer
54 werden wird. Es gibt keinen Anlass anzunehmen dass es weniger
55 Öffentlichkeit geben wird und weniger öffentliches Interesse an
56 juristischen Auseinandersetzungen. Da gehört der ganze Bereich Social
57 Media dazu. Die so erzeugte Transparenz und gewünschte Transparenz

58 ist glaube ich ein Zug der nicht aufzuhalten ist. das bringt es einfach mit
59 sich dass es notwendiger wird diese Öffentlichkeit nach seinen
60 Interessen mitzugestalten. Und was dazu gehört auch ist diese ganze
61 Policy rund um das Thema Compliance. Es ist nicht nur aus dem Ideal
62 her gesehen sondern auch aus der Compliance Richtung kommend der
63 Druck immer größer dass hier Dinge ans Tageslicht kommen und
64 öffentlich diskutiert werden. Also auch aus dem heraus.

65 Zu den Akteuren

66 E: Wer sind Ihrer Meinung nach die Akteure einer Öffentlichkeit rund
67 um einen Gerichtsprozess?

68 P: Die Akteure sind letztlich alle Beteiligten. Das heißt der unmittelbar
69 Betroffene als Person, der mandatierte Anwalt. Dann gibt es
70 Konzernsprecher, Kommunikationsverantwortliche und bezogene
71 Agenturen. Die Behörden. Sei es die Polizei, Sprecher, Staatsanwalt. In
72 den meisten Fällen die Medienstellen der Staatsanwaltschaft.
73 Gegebenenfalls ein Richter, obwohl sich der nur wenig äußert. Und
74 dann natürlich die Medien als solche auch. Sie sind primär das
75 Instrument um von den anderen Akteuren Dinge zu transportieren aber
76 sind natürlich auch selbständige Akteure in der Art und Form der
77 Berichterstattung aber auch in der Form in der sie kommentieren.

78 E: Was denken Sie wie die Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen
79 können?

80 P: Es versucht jeder, meines Erachtens für seinen Standpunkt Werbung
81 zu machen. In unterschiedlicher Ausprägung und in unterschiedlicher
82 Form. Auch in unterschiedlicher Form was überhaupt erlaubt und
83 möglich ist. Die Rechtsanwälte und Betroffenen dürfen alles tun was
84 ihnen hilft. Da gibt es keinerlei Einschränkungen. Im Vorverfahren ist es
85 sehr oft so dass man reagieren kann weil man da sehr viel nicht weiß.
86 Da sind die Behörden sicher an einem längeren Ast. Allerdings haben

87 sie im Vorverfahren natürlich gesetzliche Restriktionen. Es ist Gesetzes
88 wegen nicht öffentlich. Es kommen aber immer wieder Dinge an die
89 Öffentlichkeit. Woher die kommen ist oft nicht nachzuvollziehen.
90 Manches Mal schon. Es gibt gewisse Fälle wo es aus den Behörden
91 rausgeht. Die Frage ist aus welchen. Da schieben die Behörden es oft
92 sich gegenseitig zu. Sicher im größeren Ausmaß aus der Polizei, aber
93 punktuell sicher auch aus der Staatsanwaltschaft. Und alles was da
94 rausgeht stellt dann auch eine Beeinflussung der Öffentlichkeit dar.
95 Weil das darf man nicht vergessen, die Behörden haben auf Seiten der
96 Medien ein viel größeres Gewicht. Die haben eine viel größere
97 Glaubwürdigkeit als Journalisten, als alle anderen. Denen gesteht man
98 sicherlich mehr Objektivität zu als allen anderen Akteuren.

99 E: Was glauben Sie wessen Einfluss am größten sein könnte?

100 P: Ich würde es einfach die Behörden nennen. Egal von wem es kommt.
101 Alles was im Vorverfahren rauskommt hat in den Medien einen
102 dramatischen Einfluss. Das wird in der Regel ungefiltert übernommen.
103 Und da ist man als jemand auf der anderen Seite immer in einer
104 deutlich schwächeren Position weil man immer oder meistens davon
105 überrascht ist, was da erscheint in den Medien. Und weil man dann halt
106 nur reagieren kann.

107 Zum Prozess

108 E: Wenn Sie an den Prozess und die Berichterstattung drum herum
109 zurückdenken. Wie würden Sie den Prozess beschreiben?

110 P: Nachdem ich keinerlei Aktenkenntnis habe kann ich nur als
111 unbeteiligter Beobachter sprechen. Für mich stellt sich das so da, dass
112 das mit der Verteidigungsstrategie, aufbauend auf diesem
113 Agententhema oder Geheimdienstthema, dass das Medial nicht zu
114 gewinnen war. Das war eine Darstellung wo von Anfang an klar war,
115 dass das Medial und damit in der Öffentlichkeit nicht geglaubt wird.

116 Wenn es juristische Gründe gab diese Strategie zu wählen, dann war es
117 halt so. Aber man musste sich klar sein dass diese Geschichte medial
118 nicht durchgeht. Es ist in dem Prozess um eine sehr klare Rechtsfrage
119 gegangen. Nämlich was ist ein Amtsgeschäft und hat Strasser ein
120 Amtsgeschäft getätigt. Und über diese konkrete und sehr klare
121 Rechtsfrage ist es eigentlich gar nicht gegangen. Alle haben eigentlich
122 immer nur über die Geheimdienste gesprochen. Normalerweise ist in
123 unserer Profession und wir sehen unsere Aufgabe darin, den Nebel zu
124 lichten und die Diskussion auf den Kern zu bringen und zu versuchen
125 das inhaltlich über die relevante Sache gesprochen wird. Und meistens
126 ist es so dass von außen Dinge in den Prozess geworfen werden die da
127 eigentlich nichts zu suchen haben. In dem Fall ist eigentlich genau das
128 Gegenteil passiert. Da hat man durch die eingeschlagene Strategie den
129 Blick auf die wesentliche Rechtsfrage verstellt.

130 E: Wie würden Sie die Öffentlichkeit beschreiben die vor dem Prozess
131 entstanden ist?

132 P: Strasser ist ja selber sehr rasch und aktiv in die Medien gegangen.
133 Eben mit der angesprochenen Strategie hat Strasser ein sehr negatives
134 Bild von sich verfestigt. Er ist, wenn man es so will, im Auge der
135 Öffentlichkeit als Schuldiger in den Prozess gegangen. Oder als
136 Verurteilter in den Prozess gegangen. Also der Öffentlichkeit war klar
137 dass er schuldig ist und man hat zugeschaut wie geht es im Prozess jetzt
138 aus. So gesehen war das eine denkbar schlechte Ausgangssituation die
139 hier geschaffen wurde. Aber ich muss darauf hinweisen. Es ist immer
140 die juristische Strategie im Vordergrund und wenn es aufgrund der
141 Aktenlage oder tatsächlich geboten war, diese Strategie zu wählen,
142 dann war es eh die einzige Alternative. Das möchte ich nicht beurteilen.

143 E: Kann man dann sagen, dass er als Akteur durch seinen medialen
144 Auftritt die Öffentlichkeit beeinflusst hat? Oder waren es dann

145 vielleicht auch Medienberichte und Kommentare von anderen
146 Akteuren?

147 P: Ich glaube schon dass er da der wesentliche Kommunikator war. Er
148 war, wenn ich es richtig im Kopf habe in der Zeit im Bild und in diversen
149 Medienberichten und Interviews wo er sich in einem sehr frühen
150 Stadium dazu geäußert hat. Er hat damit das Bild entworfen um das es
151 dann ging. Und es wurde sofort höchst kritisch und ablehnend
152 aufgenommen. Somit glaube ich dass er da der zentrale mediale
153 kommunikative Faktor war.

154 E: Und wenn er die gewählte Strategie, eben mit den
155 Geheimdienstgeschichte nicht gefahren wäre. Wenn er es anders
156 angegangen wäre. Wäre der Prozess viel anders verlaufen?

157 P: Das kann ich nicht beurteilen und es wäre unseriös da jetzt eine
158 Aussage zu treffen. Weil es wäre einfach ein völlig anderer Prozess
159 gewesen.

160 E: Und alles andere drum herum, die Berichterstattung und die
161 Öffentlichkeit?

162 P: Ja das natürlich, ja. Das eindeutig. Wenn er sich dargestellt hätte als
163 Jemand der der Versuchung nicht widerstehen konnte und sozusagen
164 eine offensiv entschuldigende Strategie gewählt hätte, von Anfang an,
165 wäre es vielleicht möglich gewesen auch eine Form des Verständnisses
166 im Auge der Öffentlichkeit zu entwerfen. Das hätte man glaube ich
167 medial und kommunikativ leisten können. Was es juristisch für den
168 Prozess bedeutet hätte. Dazu will ich nichts sagen. Da fühle ich mich
169 nicht berufen.

1 **Interview G.J. (Staatsanwalt) Datum: 01.09.2014**

2 E: Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal von
3 Litigation PR gehört?

4 J: Das weiß ich nicht mehr. Das ist viele Jahre her. Ich beschäftige mich
5 seit Jahren mit Medienarbeit und als Pressesprecher hier. 2005 oder
6 2006 habe ich angefangen als Pressesprecher der Staatsanwaltschaft.
7 Ich habe mich für all das interessiert, habe Ausbildungen gemacht.
8 Aber ich habe keine Ahnung wann ich das erste Mal davon gehört habe.
9 Mehrere Jahre ist es auf jeden Fall her.

10 E: Wie würden Sie die Relevanz der Litigation PR allgemein
11 einschätzen?

12 J: Das ist kompliziert weil das hängt vom Sachgebiet ab. Litigation PR im
13 Zivilprozess hat meiner Meinung nach die stärkste Bedeutung. Positive
14 Litigation PR, wenn man das so eingrenzen kann, gerade für Opfer aber
15 auch Beschuldigte. In Strafverfahren hat eine eingeschränkere
16 Bedeutung für das Verfahren hat sie meiner Meinung nach wenig
17 Bedeutung. Nur für die Reputation, also der Reputationsschutz ist der
18 Wesentliche, ist das wesentlich. Und das ist vor allem für Unternehmen
19 wichtig. Für Einzelpersonen ist sie praktisch unmöglich. Es ist
20 vorstellbar Reputationsschutz beim Beschuldigten zu machen. Beim
21 Opfer ist es wesentlich besser. Das ist glaube ich eine realistische Sache.
22 Das was die Beschuldigten glaube, also Einzelpersonen, ist dass man
23 das Verfahren beeinflussen kann. Das glauben auch viele bei uns. Es
24 gibt unseriöse PR-Leute die das machen. Alle Untersuchungen die ich
25 kenne zeigen dass das ziemlich Sinnlos ist. Man kann vielleicht bei der
26 Strafe ein bisschen was bewirken, bei der Art wie ein Prozess geführt
27 wird kann man etwas bewirken. Wenn ein Richter vor einem großen
28 Schwurgerichtssaal vor vielen Journalisten steht wird er anders agieren
29 als wenn er in einem kleinen Raum vor wenigen Leuten steht. Das

30 glaube ich schon auch. Aber sonst an Schuld kann es nix ändern, und
31 bei der Strafe etwas vielleicht.

32 E: Wie würden Sie den Einfluss der LPR auf die Öffentlichkeit im
33 Vorprozess einschätzen, beurteilen, beschreiben?

34 J: Also wiederum genau dasselbe. Diese Unterscheidung muss man sich
35 anschauen sind wir im Zivilprozess, sind wir im Strafprozess.

36 E: Bleiben wir beim Strafprozess, auch wegen des konkreten
37 Fallbeispiels.

38 J: Okay. Ich glaube dass die LPR genau da am allerwichtigsten ist für
39 einen Reputationsschutz. Möglichst frühzeitig. Das ist das
40 allerwichtigste, dass man sehr sehr bald beginnt sich zu überlegen was
41 man tut. Und dann, je tiefer man ist, je weiter fortgeschritten der
42 Prozess ist, desto sinnloser ist LPR. Sie kann auch unterstützen. Aber die
43 Frühzeitige LPR ist das wesentlichste.

44 E: Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich beurteilen?

45 J: Ist noch relativ jung. Ist noch nicht sehr seriös. Es gibt einige gute
46 Leute die es wirklich können. Die kann man aber an einer Hand
47 abzählen. Die die eine wirkliche Ahnung davon haben um was es geht
48 und die sich auch theoretisch damit auseinandergesetzt haben. Wie ich
49 das eingangs schon gesagt habe. Gerade die Beschuldigten haben den
50 Irrglauben dass man mit LPR das Verfahren beeinflussen kann. Das ist
51 aber nicht das primäre Ziel.

52 E: Wie sehen Sie die Entwicklung der LPR in naher Zukunft?

53 J: Ich denke sie wird an Relevanz zunehmen. Es gibt sehr viele
54 Unternehmen die wirtschaftlich gut beraten sind. Die wissen dass das
55 eine gute Investition ist. Egal auf welcher Seite sie stehen. Egal ob im
56 Strafverfahren oder im Zivilprozess, egal ob Kläger oder Beklagte. Es ist

57 eine sehr vernünftige Sache und es werden viele in Anspruch nehmen.
58 Da bin ich überzeugt.

59 Zu den Akteuren

60 E: Was sind ihrer Meinung nach die Akteure der Öffentlichkeit im
61 Vorprozess?

62 J: Wenn wir im Strafverfahren bleiben, oder wenn wir im klassischen
63 Delikvenzbereich sind, so einfach Vermögensdelikte,
64 Körperverletzungsdelikte, Mord, solche Sachen. Wo die LPR kaum noch
65 vorkommt. Möglicherweise noch stärker vorkommen könnte. Dort ist
66 die Polizei ein sehr starker Player. Im Vorverfahren. Die
67 Staatsanwaltschaft und das Gericht wesentlich weniger. Gericht
68 sowieso ganz eingeschränkt. Ganz massiv sind es dort die Verteidiger
69 die öffentlich auftreten. Und dann sind es, und das sage ich jetzt ganz
70 bewusst, Journalisten als Player. Nicht Journalisten als Berichterstatter
71 die jetzt objektiv das wiedergeben sondern die ganz bewusst etwas
72 treiben. Also das gibt es auch ganz intensiv in diesem Bereich. Wenn
73 man in den Bereich wo schon heute die LPR spannender wird
74 reingehen. Dort ist es wieder weniger die Polizei. Die zieht sich da
75 heraus. Die Staatsanwaltschaft nimmt dort eine ganz starke Rolle ein.
76 Ein bisschen die Sachverständigen. Obwohl sie nicht mit der
77 Öffentlichkeit reden sollten an und für sich. Das Gericht genauso wenig.
78 Die Verteidiger wiederum. Und hier kommen dann andere Interessen
79 dazu. Da gibt es dann Interessensverbände, Anlegerschutz, also solche
80 Sachen. Bis hin zu politischen Parteien die involviert sind in diesen
81 Bereichen. Wiederum Medien ganz intensiv zum Teil als Player und
82 nicht als Berichterstatter. Das ist es im Großen und Ganzen. Bei
83 Politischen- und Korruptionsdelikten sind wir stärker im politischen
84 Bereich. Und dann halt noch mehr Parteien und Politiker die sich
85 involvieren und da im Vorverfahren mitspielen.

86 E: Wie, also auf welche Art und Weise können die von Ihnen erwähnten
87 Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen?

88 J: Das sind mehrere Faktoren. Der eine Faktor ist, werden sie gehört.
89 Wer schreibt das was sie gerade sagen. Die meisten sagen Blödsinn wie
90 überall im öffentlichen Leben. Trotzdem wird auch viel Blödsinn
91 geschrieben im öffentlichen Leben. Wenn sie laut genug sind und das
92 Ohr von vielen haben werden sie gehört. Was sie beeinflussen können
93 hängt jetzt wieder von ihrer eigenen Rolle ab. Da muss man sich jede
94 einzelne Sich anschauen des jeweiligen Akteurs in so einem Verfahren.
95 Natürlich wollen alle ausnahmslos ihre Interessen durchbringen. Und
96 die objektive Wahrheit, also das was wir sollten, die Staatsanwaltschaft
97 und das Gericht, das interessiert praktisch niemanden. Das ist für die
98 meisten ziemlich egal. Nur für uns ist das unsere Aufgabe und wir
99 versuchen das dann auch anzustreben. Da muss man sich halt bei
100 jedem Einzelnen anschauen wo steht er, was will er erreichen, was ist
101 sein Ziel. Und da kann man es dann analysieren was sie beeinflussen
102 wollen, ob sie es dann auch schaffen ist eben die Frage ob sie dann
103 gehört werden.

104 E: Was glauben Sie wessen Einfluss am größten sein könnte?

105 J: Das kommt darauf an in welchem Bereich wir uns bewegen. Bleiben
106 wir mal im World Colour Crime. Dort sind Interessensverbände
107 durchaus nicht schwach, werden auch glaube ich stark gehört. Die
108 Staatsanwaltschaft und das Gericht sind dort zu passiv um dort PR
109 betreiben zu können. Was ich nicht richtig finde. Ich finde es gibt
110 Bereiche wo sie mehr tun sollten als heute. Aber das ist kompliziert. Die
111 Verteidiger werden gehört aber nicht ernst genommen. Ich will jetzt
112 keine Namen nennen. Aber wenn ein Verteidiger eines Prominenten
113 Beschuldigten regelmäßig im Fernsehen auftritt und in den Zeitungen
114 auftritt und die Unschuld seines Mandanten pocht. Dann ist es für den
115 Mandanten sogar schädlich. Das ist das Falscheste was man machen

116 kann. Aber die Verteidiger haben eine Gratiswerbung. Das ist deren
117 Eigensicht. Je öfter sie im Fernsehen auftreten desto öfter denken sie
118 desto mehr Kunden haben sie. Das heißt das schadet. Also da muss
119 man jeden Punkt einzelnen analysieren. Wer ist wo, wer hört wem zu.

120 Zum Prozess

121 E: Wenn Sie auf den Fall und die Berichterstattung zum Fall Ernst
122 Strasser zurückblicken, wie würden Sie den Prozess beschreiben?

123 J: Im Prozess war es meiner Meinung nach nicht besonders
124 skandalisierend und hysterisierend. Das was jetzt an Berichterstattung
125 da war, war natürlich massiv gefärbt durch das Vorurteil. Ich brauche
126 mir da nur die Bildersprache anschauen. Ich kann mich nicht mehr an
127 Schlagzeilen erinnern, aber ich kann mich an Bilder erinnern. Natürlich
128 wird er von unten fotografiert. Ganz unten. Man legt sich auf den
129 Boden und macht das so. Also ekelhafter Boulevardjournalismus der
130 aber nicht nur im tiefsten Boulevard zu finden ist sondern bis hinauf zu
131 Qualitätsmedien. Journalisten, nicht nur in Österreich sind
132 offensichtlich nicht gefeilt davor einfach die tiefsten Instinkte der
133 Menschen zu verwenden.

134 E: Wie würden Sie die Öffentlichkeit beschreiben die vor dem Prozess
135 entstanden ist? Also in der Zeit als die Anschuldigungen öffentlich
136 wurden bis zum Prozessbeginn.

137 J: Ich kenne die Öffentlichkeit nicht. Ich kenne meine Freunde und ich
138 kenne die veröffentlichte Meinung. Die Öffentlichkeit kennen wir alle
139 nicht. Wir können versuchen einen Ausschnitt davon zu benennen.
140 Aber ich weiß nur dass die veröffentlichte Meinung nicht die öffentliche
141 Meinung ist. Ich habe eine Ahnung davon. Aber das hat nicht sehr viel
142 mit der veröffentlichten Meinung zu tun. Nur wenn Medien alle
143 schreiben ich weiß nicht, Putin ist böse. Nur um ein Beispiel zu nennen.
144 Heißt das nicht, dass die Öffentlichkeit glaubt, Putin ist böse. Das ist

145 nicht so simpel. Daher ich weiß nicht was die öffentliche Meinung war.
146 Ich habe eine düstere Ahnung davon. In diesem Fall war sie relativ nahe
147 an der veröffentlichten Meinung. Weil Strasser da mehrere Punkte
148 hatte die für die Aufnahme von negativen Vorurteilen besonders
149 anfällig gemacht haben. Strasser war Politiker. Das ist grundsätzlich mal
150 ein Deschek. Er war ein etwas lauter und polternder Mensch der gerne
151 ausgeteilt hat. Und bei solchen Leuten wenn das dann negativ wird
152 passiert es häufig dann. Dann hat er natürlich einige Grundfehler
153 gemacht, sofort in den ersten Tagen. Das erste Interview das berühmte
154 das es mit ihm gab. Und andere Dinge mehr die eine extrem negative
155 Stimmung erzeugt haben. Die hat sich bis zum Prozess und nach dem
156 Prozess durchgesetzt. Im Prozess war er nicht wesentlich glücklicher. Da
157 war ja immer noch die Geheimdienstgeschichte da im ersten Verfahren.
158 Die hat ihm niemand geglaubt, oder wenige wahrscheinlich. Das hat
159 das alles noch potenziert. Und dann war die negative Stimmung die
160 veröffentlicht war tatsächlich der öffentlichen Meinung ziemlich
161 parallel.

162 E: Was glauben Sie welcher Akteur hatte im konkreten Fall den größten
163 Einfluss?

164 J: Das Meiste hat er sicher selbst geschaffen. Durch die Einstellung.
165 Nicht die gesamte Mehrheit aber eine große Mehrheit durch seine
166 Interviews und wie er darauf reagiert hat. Relevante Akteure waren
167 dann auch aus politischen Oppositionsparteien ganz massiv dabei. Also
168 der Pilz zum Beispiel war da sicher eine extrem wichtige Figur. Aus der
169 Justizseite relativ zart im Vergleich. Im Vorverfahren vor allem sehr
170 reaktiv und zurückhaltende Medienarbeit. Also sehr wenig da. Was in
171 so einem Fall eh nicht notwendig ist weil ja eh genug gefragt wird. Ein
172 bisschen was, aber das ist jetzt meine subjektive Wahrnehmung das
173 andere wahrscheinlich nicht gesehen haben kam aus europäischer
174 Seite. Das ist aber nur meine Meinung weil ich international tätig bin
175 als Staatsanwalt und das so selektiv lese. Das lesen andere nicht. Das

176 sehen andere sicher nicht dass da eine Presseaussendung von All for ...
177 Dann während der Hauptverhandlung der erste Vorsitzende Richter der
178 auch sehr stark öffentlich aufgenommen wurde. Egal ob er das aktiv
179 oder passiv betrieben hat. Der ist halt so weil er ganz gut auftreten
180 kann und reden kann. Deswegen wurde er wahrgenommen.
181 Interessensverbände fallen mir jetzt gar keine ein. Jetzt so
182 zurückblickend. Es haben bestimmt welche was gemacht, sind aber
183 nicht haften geblieben wie man sieht.

184 E: Glauben Sie es wäre anders gelaufen wenn eine andere
185 Verteidigungsstrategie gewählt worden wäre?

186 J: PR-Mäßig bestimmt. Sicher. Verfahrensmäßig nicht. Da geht es nur
187 um die Beweislage und was er gesagt hat. Strafmäßig bin ich mir sicher
188 dass das alles anders ausgeschaut hätte. Aber die Schuldfrage wäre die
189 gleiche geblieben. PR-Mäßig hat es ihn vernichtet was er da gemacht
190 hat. Sein Standing in der Öffentlich in Österreich ist kaputt. Kein
191 Unternehmen würde, wenn er jetzt tatsächlich als
192 Unternehmensberater und Lobbyist tätig wäre. Kein Unternehmen,
193 zumindest hier, das möchte dass das veröffentlicht wird, das mit dem
194 Menschen was zu tun hat. Und daran ist er zum größten Teil selber
195 schuld durch die massiven Fehler die er begangen hat.

1 **Interview J.D. (Anwalt) Datum: 01.09.2014**

2 Zur Litigation PR

3 E: Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal von
4 LPR gehört?

5 D: Das ist schon lange her. Und zwar zu dem Zeitpunkt wo ich selber
6 noch gar nicht in dem Bereich tätig war. Und zwar ich war eine Zeit lang
7 in Amerika tätig und bei denen ist das ja schon etwas länger geläufig als
8 bei uns. Und in dem Zusammenhang, ich weiss jetzt nicht genau wann,
9 aber es ist schon lange lange her als ich das erste Mal davon gehört
10 habe. Und das war lange bevor ich in Litigation als solche überhaupt
11 tätig war. Ich war ja früher als Transaktionsjurist tätig.

12 E: Wie würden Sie die Relevanz der LPR allgemein einschätzen?

13 D: Zunehmend. Je nach Fall und je nach Phase extrem wichtig. Und in
14 vielen Dingen durchaus so entscheiden wie eine juristische
15 Aufarbeitung.

16 E: Wie würden Sie den Einfluss der LPR auf die Öffentlichkeit im Vorfeld
17 eines Prozess beurteilen?

18 D: Eigentlich negativ. Und zwar deswegen weil es mittlerweile zu einem
19 Instrument auf allen Seiten geworden ist. Und dadurch sehr von dem,
20 auf was Litigation eigentlich abzielt, und zwar auf die Aufarbeitung der
21 Wahrheit, und das nicht immer gemacht wird. Aber es ist ein
22 Instrument das jede Seite anwenden muss.

23 E: Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich bewerten?

24 D: Ich würde meinen sie ist vorhanden. In manchen Fällen kann man sie
25 gut beobachten. Aber sie ist bei uns sicherlich noch. In den Anfängen ist
26 es nicht. Das nicht. Aber kurz nach dem Anfang. LPR ist nicht bei uns
27 erfunden worden. Früher hat man das in Österreich auch so gemacht.
28 Nur früher hat das nicht so geheißen und man hat es nicht drunter

29 verstanden. Sondern es ist irgendwie gemacht worden. Jetzt ist es als
30 institutionelle Möglichkeit gegeben. Es gibt Agenturen die das
31 anbieten. Und die sind meiner Meinung nach über die Phase der
32 Orientierung hinaus. Das heißt, das was man in Amerika in den Büchern
33 lernt, funktioniert bei uns nicht. Die Lernphase ist bei uns vorbei.
34 Manche, es gibt ja gute und nicht so gute, gelernt, wie man das auf
35 Österreichisch übersetzt. Die richtige Aussendung und die richtigen
36 Kontakte läuft das in Österreich alles etwas anders als in vergleichbaren
37 oder eben nicht vergleichbaren Ländern.

38 E: Wie sehen Sie die Lage in naher Zukunft?

39 D: Sie wird an Relevanz zunehmen. Ganz sicher. Es kommen immer
40 wieder große und größere Verfahren in Österreich auf uns zu. Und
41 daher wird die LPR zunehmen. Auch deswegen weil der Konsument
42 wohl den Eindruck hat, dass das auch sinnvoll ist. Oder zu mindestens
43 Zielführend ist. Und daher erhöht sich auch die Bereitschaft dafür Geld
44 auszugeben. Wir haben ja Beispiele wo man als Konsument meint, na
45 ja die haben das gar nicht ungeschickt gemacht. Die typische
46 österreichische Raunzerei verwenden ja alle bis sie es nicht selber
47 brauchen. Und wenn sie es selber brauchen, dann nutzen sie es auch.

48 Zu den Akteuren

49 E: Was denken Sie, wer sind die Akteure einer Öffentlichkeit die sich im
50 Vorfeld eines Prozesses manifestiert?

51 D: zunächst einmal ist es derjenige der eine Anzeige erstattet. Wenn es
52 im Sinne von Erstattung gemacht wird und nicht von den Behörden im
53 Sinne von Amtswegen gemacht wird. Der wird allenfalls ein Interesse
54 haben dass er es in die Öffentlichkeit kommuniziert. Und ich denke
55 primär auch dann jeder Beschuldigter. Vor allem Unternehmen die an
56 sich ja PR Arbeit machen und daher da sofort reagieren. Unternehmen
57 und Institutionen halt. Die Justiz selber natürlich auch, absolut. Aber

sehr verdeckt. Natürlich haben sie ihre Pressesprecher und die sind meistens sehr geschickt. Jetzt gibt es auch wieder einen neuen Erlass wie das gemacht wird. Aber die wirkliche Medienarbeit wird ja dort durch informelle Kontakte gemacht. Wobei ich aber auch glaube dass das bei Anwälten nicht ganz anders ist. Auch Anwälte, jetzt ganz konkret, machen mit informellen Kontakten einiges. Aber in der Verteidigungsposition hat man natürlich eine andere Rolle. Die Leaks die bei der Staatsanwaltschaft, die egzistieren ganz eindeutig.

E: Was denken Sie wie diese Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen können?

D: Die Akteure sind dann aber auch die Berater und die Medien auch. Mein Bild von den LPR Beratern ist dass sie einerseits den Markt wirklich kennen. Das heißt, mit enormen Fachwissen herangehen oder herangehen sollten. Was sozusagen im Medienmarkt machbar ist. Aus meiner Sicht eines Strafverteidigers und eines Mandanten mit etwas mehr Gespür gehen was eine Story ist und was nicht. Das heißt, wenn ich sage das ist ein irrsinniger Skandal und der sagt ja aber das interessiert keinen. Die Konsumenten mal nicht. Und ich sage ich bin ganz aufgebracht. Selbiges gilt auch für den Mandanten auch. Die sehen zum Teil berechtigt und zum Teil auch nicht berechtigt irgendetwas als Skandal, was ihm der PR-Berater herunterbricht. Und letztlich natürlich in der Kontakthanbahnung und in der richtigen Platzierung einer Story. Wenn ich einen Mandanten mit einem PR-Berater habe, dann erwarte ich dass uns der PR-Berater sagt, dieses oder jenes läuft gerade ab. Der weiss das, der beobachtet den Markt und sagt irgendwann mal, das wäre jetzt nicht uninteressant. Also irgendwann mal in einer Phase. Und der sollte mir dann eben da ein bisschen mit Distanz sagen jetzt ist die Phase gut dass wir den Kontakt oder den in Anspruch nehmen. Als Anwalt wird man auch selber, aus welchen Gründen auch immer, den einen oder anderen Medienkontakt haben. Aber wir werden nie zu allen Medien einen guten Kontakt

89 haben. Was schon daran scheitert dass auch nicht alle zu allen Medien
90 gute Kontakte haben. Und man wird ja doch leider Gottes sehr mit dem
91 Mandanten und der Mandantin personifiziert. Das ist dann auch ein
92 Ausgleichfaktor der von den PR-Beratern wohl erwartet werden darf.

93 E: Glauben Sie dass der Einfluss des PR-Beraters auf die Öffentlichkeit
94 am größten ist? Oder sind das dann doch vielleicht die Medien oder der
95 Beschuldigte selbst?

96 D: Also der Einfluss auf die Öffentlichkeit ist meiner Meinung nach nur
97 durch die Medien gegeben. Denn das ist ja das Transportmittel. Denn
98 die sind ja die Hebammen der LPR. Natürlich ja, es hat bei manchen
99 Beratern den Einfluss haben wenn der vor die Presse tritt und als
100 Sprecher irgendwas sagt. Aber das ist dann ungefähr dort wie wenn der
101 Anwalt was sagt. Man wird personifiziert mit dem Klienten. In Wahrheit
102 sind es die Medien die den größten Einfluss ausüben. Und das ist auch
103 bei den PR-Beratern nur in einem gewissen Ausmaß im Griff. Denn
104 kaum ein Berater hat jegliche Medien so an der Hand dass die genau
105 das was er möchte bringen. Das bleibt dann bei den Medien.

106 E: Was denken Sie, was ist mit dem Angeklagten, Beschuldigten?

107 D: Da muss man unterscheiden zwischen denen die Medienkontakt
108 bereits gehabt haben. Die kennen die Medien. Die sind schon
109 wahrgenommen worden in der Öffentlichkeit. Und da stellt sich die
110 Frage welches Bild hat die Öffentlichkeit bevor der was sagt. Denn
111 wenn Sie den Strasser als Beispiel nehmen. Dann habe ich das Gefühl
112 gehabt, dass der keine besondere Sympathie gehabt hat in der
113 Öffentlichkeit. Und das ist auch eine Rolle des PR-Beraters der dann
114 sagt sie sagen lieber nix. In so einem Fall zum Beispiel. Dass der sagt ich
115 glaube Sie sind nicht so gut angeschrieben. Sie sollten lieber nichts
116 sagen. Also der einem Strasser sagt, lassen Sie das lieber einen
117 Sprecher oder einen Anwalt machen der ein Bild nach außen wirft, dass
118 ein ganz ein anderes ist. Dann kann der Verteidiger das Bild von

119 demjenigen in der Öffentlichkeit etwas ausgleichen. Leute die mit den
120 Medien überhaupt keinen Umgang hatten. Da hängt es jetzt wieder
121 davon ab ob sie es beherrschen oder nicht, naturgemäß. Ich kann mir
122 vorstellen dass es Personen gibt die auf Medienvertreter unglaublich
123 anders wirken. Das glaube ich sogar vom Strasser. Ich glaube ihn einmal
124 persönlich gesehen zu haben. Ich kann mir vorstellen dass wenn dem
125 ein gewisses Bild vorseilt, dass der ganz anders den Eindruck hat.
126 Natürlich ist das, was der Angeklagte bei den Medien sagt schon von
127 einer größeren Auswirkung. In jede Richtung, sei es positiv sei es
128 negativ. Aber es spielt das Bild das die Öffentlichkeit von demjenigen
129 hat eine besonders große Rolle. Wenn die Öffentlichkeit ein gewisses
130 Bild von demjenigen hat. Und der etwas sagt. Dann wird die
131 Öffentlichkeit ganz sicher als Bestätigung dessen was schon
132 wahrgenommen wird. Das Problem haben wir immer wenn wir im
133 Gerichtssaal sind. Wenn der Richter schon alles gehört hat. Die
134 Öffentlichkeit hört ja alles. Strasser ist da was. Aber Grasser ist da
135 nochmal was ganz anderes. 10 oder 15 Jahre Medienerfahrung. Selbst
136 das Schweigen würde da einen enormen Unterschied machen.

137 Zum Prozess

138 E: Wenn Sie an den Prozess zurückdenken, wie würden Sie den Prozess
139 und die Berichterstattung beschreiben?

140 D: Ich muss Ihnen ganz ehrlich sagen, ich habe den Prozess fast nicht
141 verfolgt. Ich muss leider Gottes oder Gott sei Dank sehr selektiv dabei
142 sein was mich interessiert und was nicht. Es würde sich zeitlich einfach
143 nicht ausgehen. Ich habe daher den Verlauf des Prozesses und die
144 ganze Geschichte nur am Rande verfolgt.

145 E: Aber Sie kennen die Geschichte und die Verteidigungsstrategie mit
146 den Geheimagenten usw.?

147 D: JA ja die kenne ich. Aber den Prozessverlauf selber nur am Rande. Ich
148 muss jedoch sagen, dass ich schon den Eindruck gehabt habe, dass er
149 da ziemlich orientierungslos war und wie er mit den Medien
150 umgegangen ist. Man hat so den Eindruck gehabt. Ich meine, wenn ich
151 eine Geheimdienstgeschichte im Gerichtssaal präsentiere, dann hätte
152 ich gemeint ich rede davor mit meinem PR-Berater ob das in
153 irgendeiner Weise plausibel oder glaubwürdig ist. Das ist ja das wo ich
154 meine dass die LPR extrem wichtig geworden ist. Sie kann lange vor
155 dem Prozess die Gedankenwelt der Leute, die noch nicht einmal damit
156 zu tun gehabt haben, steuern. Und wenigstens beim
157 Geschworenenprozess, den ich zwar nicht so mache. Aber da haben sie
158 acht Geschworene. Die lesen im Durchschnitt das Heute, das
159 Österreich, das News usw. Die Wenigsten lesen wahrscheinlich die
160 Presse. Aber z.B. bei Schöffen haben sie da auch etwas
161 anspruchsvollere Medien lesen oder die ZIB-Nachrichten schauen oder
162 eine Sendung dahinter.

163 E: Denken Sie, dass eine andere Strategie, als die Gewählte, die Sie ja
164 auch mitbekommen haben, den Prozess anders gesteuert hätte?

165 D: Ich halte diese Geschichte für vollkommen plausibel. Als
166 außenstehender Halbbeobachter, daher nicht sehr fundiert, aber doch.
167 Also das Ganze hat furchtbar gerochen. Daher, bei so einer Geschichte,
168 jetzt unabhängig von diesem Fall. Das kann gewaltig nach Hinten
169 losgehen. Das ist die Schwierigkeit. Da können dann aber die PR-
170 Berater und der Anwalt auch schon gemeinsam überlegen. Wenn ich
171 diese Geschichte hochspiele und ein noch zu bestimmender Richter,
172 Schöffensenat, Geschworene, halten mich, bevor ich im Gerichtssaal
173 bin für einen wahnsinnigen, nicht plausiblen Geschichtendrucker. Dann
174 ist es vorbei. In der Situation vom Herrn Strasser. Früherer Minister,
175 weiss ich nicht ob das an seinem Bild, das die Öffentlichkeit schon
176 vorher gehabt hat. Ein PR-Berater hätte ein positives Bild schaffen
177 können. Oder er hätte es reparieren können. Und aber wenn ich jetzt zu

178 dick auftrage und dann sehen sie ihn im Fernsehen bei fünf Sos-
179 Kinderdörfern was tun, kann auch nach hinten losgehen. Aber z.B.
180 wenn er schon die ganze Zeit ein Tätigkeit gehabt hätte, dann ist sein
181 persönliches Image schon aufpoliert oder neutralisiert. Nur hier war
182 seine eigene Verantwortung, er selber hat geglaubt, die sind vom
183 Geheimdienst und er wollte es selber aufklären. Wenn ich aber eine
184 plausible Geschichte habe kann man das sicher schon vorher
185 aufbereiten und medial, zu mindestens im Strafrecht gilt ja im Zweifel
186 für den Angeklagten. Und wenn dann Richter, Geschworene oder ein
187 Schöffensenat dort sitzen und das lesen oder hören, dann sagen die ja,
188 tja ein bisschen komisch ist das schon was er da sagt. Das kann ich mit
189 PR auch schon vor dem Prozess erreichen und auch während des
190 Prozesses im gewissen Sinn. Ich persönlich halte es von der
191 Persönlichkeit des Mandanten abhängig ob er mit den
192 Medienvertretern dann im Saal redet oder nicht. Und da sehe ich noch
193 eine extra Aufgabe für den LPR-Berater, die Kanalisierung der Anfragen
194 und das Abwehren von Momenten wo man diese Anfragen nicht
195 gebrauchen kann. Sie gehen dort raus nach einem schweren
196 Verhandlungstag. Und am nächsten Tag ist wieder was, es ist irgendwas
197 dramatisches da drinnen passiert, negativ oder positiv. Wenn's positiv
198 ist sollte er aber nicht zu großspurig da hinrennen. Wenn's negativ ist
199 muss man es analysieren usw. Man hat so einen Schädel. Es ist besser
200 wenn das jemand abblocken kann und kanalisieren kann.

1 **Interview C.P. (Beschuldigter) Datum: 04.09.2014**

2 Zur Litigation PR

3 E: Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal von
4 LPR gehört?

5 B: Das ist schon lange her. In Zusammenhang mit meiner Tätigkeit im
6 Justizministerium vor acht Jahren.

7 E: Wie würden Sie die Relevanz der LPR allgemein einschätzen?

8 B: Global ist sie glaube ich sehr relevant. Ich denke auch dass sie in
9 Europa insgesamt an Bedeutung gewonnen hat und ich merke auch im
10 deutschsprachigen Raum, respektive, auch in Österreich, merke ich ein
11 deutliches Signal in Richtung wird mehr nachgefragt. Man wird auch
12 von Anwälten ernst genommen und wird verstärkt auch als Paket mit
13 anwaltlicher Beratung ernst genommen.

14 E: Wie würden Sie den Einfluss der LPR auf die Öffentlichkeit im
15 Vorprozess beurteilen?

16 B: Nachdem wir uns insgesamt in einem Medien- oder
17 Informationszeitalter bewegen, spielt die Kommunikation und der
18 Handel mit Informationen auch bei Prozessen und gerade auch im
19 Vorfeld von Prozessen eine sehr wichtige Rolle. Es ist wie wenn man ein
20 Schachproblem versucht zu lösen und die entsprechenden Figuren
21 aufstellt, ist es sehr wesentlich wo der Läufer steht. Und als solches
22 würde ich auch die LPR im Vorfeld von Prozessen beschreiben. Es ist
23 glaube ich sehr wichtig sich insgesamt, gerade auch als Anwalt, mit den
24 Auswirkungen in Richtung Öffentlichkeit auseinanderzusetzen.

25 E: Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich beschreiben?

26 B: Ich denke, das Problem der Litigation PR ist bisher gewesen, dass es
27 viele Anwälte gibt die glauben sie können das so nebenher machen.
28 und da ist es sehr schwer einen Anwalt in der gebotenen Art und Weise

29 zu erklären. Ich glaube es ist besser die LPR auszulagern. Ich könnte mir
30 durchaus vorstellen dass es ständige Kooperationen gibt zwischen
31 Anwaltskanzleien und LPR-Agenturen. Allerdings sollte das nicht ein
32 und dieselbe Person sein. Das ist ein Problem das ich in Österreich
33 bemerke. Das zweite ist, dass die Auswahl sehr gering ist. Es gibt einige
34 wenige, allerdings sehr professionell aufgestellte LPR-Agenturen. Ich
35 glaube aber dennoch das, wie überall, Konkurrenz die Situation
36 verbessern würde.

37 E: Und glauben Sie das LPR in Zukunft an Relevanz und
38 Professionalisierung zunehmen wird?

39 B: Definitiv ja. Je mehr etwas nachgefragt wird, desto mehr wird es
40 auch professionalisiert.

41 Zu den Akteuren

42 E: Was glauben Sie, wer sind die Akteure einer Öffentlichkeit im Vorfeld
43 eines Prozesses?

44 B: Meiner Meinung nach gibt es immer eine Medienöffentlichkeit und
45 ich nenne sie eine Stakeholder-Öffentlichkeit. Stakeholder sind
46 Arbeitgeber, Kunden des Betroffenen. All jene, die die Existenz des
47 Betroffenen beeinflussen. Auch die Familie die als Betroffene eine Rolle
48 spielt. Das würde ich in erster Linie als die Stakeholder-Öffentlichkeit
49 definieren. Die medienrelevante Öffentlichkeit sind die Leser, die
50 Konsumenten von Medien, die nur indirekt wiederum die Stakeholder
51 Öffentlichkeit beeinflussen. Die Medienöffentlichkeit könnte vielen
52 Betroffenen egal sein. Es funktioniert deshalb nicht, dass sie völlig egal
53 ist, weil sie nimmt Einfluss auf diejenigen, die dann direkten Einfluss
54 haben könnten.

55 E: Was halten Sie von Staatsanwaltschaft, Gericht, Polizei, dem
56 Beschuldigten selbst als Akteure?

57 B: Den Beschuldigten selbst sehe ich als Nukleus, als Kern des Systems
58 für den man das ganze abarbeitet. Natürlich ist es auch für seine eigene
59 psychische Stabilität wichtig wie sich die Öffentlichkeit verhält. Und von
60 der psychischen Stabilität hängt auch viel ab wie sich ein Prozess
61 entwickelt. Ich sage, die Beeinflussung der Akteure wie
62 Staatsanwaltschaft, Richter findet vermutlich statt, findet über die
63 Medienöffentlichkeit statt. Und genauso in einem indirekten Weg statt.
64 Diese Menschen sind ja nicht nur Beeinflussungs- und
65 Beurteilungsapparate. Sondern sind auch Menschen die mit Einflüssen
66 umgehen müssen.

67 E: Was denken Sie wie die Akteure die Öffentlichkeit beeinflusse
68 können? Also auf welche Art und Weise?

69 B: Sie können sie sowohl aktiv als auch passiv beeinflussen. Es wird
70 beides eine Rolle spielen. Ich denke dass LPR sehr viel von passiver
71 Kommunikation abhängt. Es kann durchaus eine nicht-kommunikation
72 eine aktive Kommunikation sein. Ich glaube aber dass es nicht ohne
73 einen aktiven Part funktioniert. Ich glaube dass gerade bei LPR viele
74 passive Teile gut funktionieren wenn man den aktiven Teil richtig
75 bewegt.

76 E: Was denken Sie wessen Einfluss am größten sein könnte?

77 B: Ich glaube dass es von Fall zu Fall unterschiedlich ist. Ich glaube auch
78 dass es eine Kunst des LPR-Experten ist, dass er weiss wo er in welchem
79 Fall ansetzen muss. Ob die öffentlich wirksame an der Oberfläche
80 stattfindende Kommunikation die einzige Wahl ist. Oder ob man sich
81 entscheidet diese auszuspüren und die Stakeholder-Öffentlichkeit zu
82 bespielen. Das wird ein guter PR-Experte richtig entscheiden.

83 Zum Prozess

84 E: Wenn Sie auf die Berichterstattung und den Fall Ernst Strasser
85 zurückblicken. Wie würden Sie alles beschreiben?

86 B: Wenn ich es mit einem schnellen Schuss beantworte. Die Sache ist
87 sehr groß und medial sehr publik gemacht worden. Ohne eine
88 Steuerung, sichtlich ohne Steuerung. Ich glaube dass im Vorfeld des
89 Prozesse, eben durch eine mangelnde Steuerung der Kommunikation
90 sehr viel Schaden für den Betroffenen bereits angerichtet wurde.

91 E: Wie würden Sie die Öffentlichkeit beschreiben?

92 B: Sehr vorverurteilend. Ja

93 E: Welcher Akteur hatte den größten Einfluss in dem konkreten
94 Prozess?

95 B: Im konkreten Fall hat die Medienöffentlichkeit, die darüber
96 berichtenden Journalisten eine sehr große Macht sehr schnell erreicht.
97 Ich glaube die haben hier auch den Ball in Richtung Vorverurteilung
98 schon sehr früh gespielt.

99 E: Und Strasser selbst?

100 B: Ich glaube Strasser selbst. Kann ich nicht beurteilen. Während des
101 Prozesses hat er sich nicht richtig öffentlichkeitswirksam verhalten. Im
102 Vorfeld des Prozesses hat er zu wenig gegen die Einsätze der
103 Vorverurteilung getan.

104 E: Hätte man eine andere Strategie als die gewählte eingesetzt, wäre
105 die Öffentlichkeit anders gewesen mit einer anderen Strategie?

106 B: Ich glaube dass es anders gewesen wäre. Es ist ein gutes Beispiel
107 dafür. Ich behaupte jetzt einfach Mal er hat die Wahrheit gesagt. Es ist
108 ein gutes Beispiel dafür dass die Wahrheit nicht in jeder Situation das
109 Beste ist was man sagen soll. Man muss sich genau überlegen wie man
110 etwas kommuniziert. Ich behaupte mal dass die Geschichte mit den
111 Geheimagenten, selbst wenn sie wahr ist, nicht zu erzählen gewesen
112 wäre. Wo einem ganz klar sein muss dass sie unglaubwürdig ist. Aus
113 dem Grund hätte ich die Geschichte als Ernst Strasser nicht gewagt.

114 Und ich denke dass ein guter LPR Experte ihm auch dazu geraten hätte.
115 Ich glaube dass in diesem Fall der frontale Angriff nach vorne der beste
116 gewesen wäre. Ich sagte ja es ist genauso und auf irgendetwas berufen
117 das zur Zeit seiner Handlung in der Tat für einen österreichischen
118 Parlamentarier nicht strafbar gewesen wäre. Und er aufgrund seiner
119 politischen Position rückgeschlossen hat dass es für Österreich und
120 Europa usw. usw. Er hätte sich in der Öffentlichkeit viele Punkte
121 gewinnen können. Das Strafausmaß möchte ich gar nicht beurteilen.
122 Denn in der LPR geht es ja nicht nur darum das Urteil zu mildern. Das ist
123 gar nicht das Thema und das behauptet die LPR auch gar nicht. Man
124 versucht Verständnis bei den handelnden Akteuren zu schaffen und
125 man will die Reputation für jeden Ausgang des Verfahren schützen. Und
126 da hätte Strasser, egal bei welchem Ausgang, viele Möglichkeiten
127 gehabt.

1 **Interview M.S. (Journalist) Datum: 02.09.2014**

2 Zur Litigation PR

3 E: Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal von
4 Litigation PR gehört?

5 S: Das ist schon einige Jahre her. Aber auch nicht allzu lange. Ich kann
6 jetzt nicht sagen in welchem Jahr das war. Aber circa vor vier-fünf
7 Jahren. Würde ich schätzen. Einerseits habe ich selbst darüber gelesen.
8 Soweit ich weiss ist das eine Art der Medienarbeit die aus den USA
9 kommt. Und vereinzelt sind Mitarbeiter von Litigation PR Agenturen an
10 mich herangetreten. Somit gab es da zwei unterschiedliche
11 Anknüpfungspunkte.

12 E: Wie würde Sie die Relevanz der LPR allgemein einschätzen?

13 S: Ich glaube die LPR ist nicht besonders relevant. Warum wollen Sie
14 wissen? Weil es m.M.n. nicht so einfach ist wie man sich das vorstellt
15 die Journalisten von bestimmten Artikeln abzubringen. Ich denke auch
16 dass es nicht allzu viele Vertreter der LPR gibt in Österreich. Was damit
17 zusammenhängt dass die Auftraggeber das nicht finanzieren wollen. Ich
18 glaube da wäre mehr drinnen. Aber beim jetzigen Zustand glaube ich
19 ist der Einfluss durchaus überschaubar,

20 E: Wie würden Sie den Einfluss der LPR auf die Öffentlichkeit im Vorfeld
21 eines Prozesses beurteilen?

22 S: Dementsprechend noch schwächer weil Medien eine Filterfunktion
23 übernehmen. Und wenn es jemandem nicht gelingt die Medien zu
24 kriegen, dann Öffentlichkeit schon gar nicht. Also da verliert sich dann
25 durch den Filter der Medien der ohnehin schon geringe Einfluss. Wobei
26 muss ich sagen kann es sein dass in Einzelfällen die LPR relativ weit
27 geht. In anderen Fällen entweder stattfindet oder gar nicht gemacht
28 wird. Ich kann mir vorstellen dass es jetzt einen Klienten gibt der eine

29 LPR-Agentur findet und dann sagt dann macht mal richtig Druck, dass
30 da mehr passiert. Als wenn er sagt ja probiert mal ob es geht und wenn
31 nicht dann nicht. Das ist unterschiedlich wie die dahinter stehenden
32 Auftraggeber, ob sie energisch einsteigen oder nicht. Weil wissen Sie,
33 wenn ich eine Agentur nehme und lasse zwei Personen monatelang für
34 mich laufen, wird natürlich irgendwann ein besseres Resultat
35 rauskommen wie wenn ich das nur halbherzig mache.

36 E: Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich einschätzen?

37 S: So ähnlich wie ich schon gesagt habe. Es gibt sie in Österreich. Das ist
38 schon mal etwas. Das ist auch nicht so selbstverständlich. Ich habe in
39 letzter Zeit aber wenig Entwicklung gesehen. Ich muss auch dazu sagen
40 dass ich auch relativ klar versuche mit davon abzuschotten. Ich habe
41 prinzipiell gar nichts dagegen. Weil gute LPR Leute wissen sie können
42 nicht mit irgendwelchen Märchen kommen. So gesehen würde ich
43 sagen die Lage ist aus meiner Sicht als Journalist, ja wenn es das gibt,
44 dann schaue ich mir an was tun die. Ich habe meine Vorbehalte und
45 versuche mich nicht beeinflussen zu lassen. Allerdings wenn die
46 Informationen bringen die ich nachprüfen kann, dann soll es mir Recht
47 sein. Warum denn auch nicht. So gesehen kann ich als Journalist gar
48 nichts dagegen haben dass es das gibt. Denn wenn da wirklich
49 Aktenbestandteile weitergegeben werden, die ich mir sonst auf
50 anderen Wegen holen müsste, dann verkürzt er mir damit meine
51 Arbeit. Dass damit verbunden ist, der Wunsch nach einer bestimmten
52 Berichterstattung ist halt klar. Aber da muss man abstrahieren.

53 E: Glauben Sie dass sie an Relevanz zunimmt?

54 S: Das glaube ich schon. Weil die Verfahren immer öffentlicher werden.
55 Sie haben ja selber gesagt es gibt das Vorverfahren und dann erst die
56 öffentliche Hauptverwandlung. Und in dem Vorverfahren da passiert
57 schon viel. Durch SoME ist ja jeder ein Miniaturjournalist. Man kann
58 Facebook, Twittern, Bloggen, sich in Chats austauschen. Die Erfassung

59 der Welt durch schnelle elektronische Medien schreitet ja noch weiter
60 voran. Und LPR ist ein PR-Zweig der sich der Medien bedient. Wenn ich
61 davon ausgehe dass immer mehr medial transportiert wird und dass
62 die Zeiträume zwischen dem Ereignis und der Berichterstattung immer
63 kürzer wird. Also wenn ich davon ausgehe, dann wird die wohl auch
64 nach oben gehen.

65 Zu den Akteuren

66 E: Was meinen Sie wer sind die Akteure der Öffentlichkeit im
67 Vorprozess?

68 S: Die Verfahrensbeteiligten auf jeden Fall. Denn für die wird ja LPR
69 gemacht. Wer beschuldigt ist und Interesse daran hat, Dinge in ein für
70 ihn günstigeres Licht zu rücken. Der ist mal der Hauptakteur. Die LPR-
71 Vertreter sind seine Auftragnehmer. Die machen das was er sich
72 vorstellt. Treten mit den Medien in Kontakt. Die sind dann auch
73 Akteure. Medienvertreter sind auch Akteure. Dann ist die Frage wie
74 man den Begriff Akteur definieren will. Man könnte auch sagen, jeder
75 der sich in der Öffentlich oder Teil der Öffentlichkeit ist. Also auch jeder
76 Medienkonsument ist Akteur. Wenn ich etwas schreibe oder Medium
77 etwas schreibt. Und das sorgt für breite Empörung. Dann wird LPR
78 versuchen entgegenzusteuern. So gesehen ist die LPR bestimmt durch
79 die öffentliche Meinung. Wenn die LPR sieht in der öffentlichen
80 Meinung kommt dieses oder jenes Thema überhaupt nicht an, dann
81 werden die sagen dann brauchen wir überhaupt nicht mehr arbeiten,
82 das interessiert eh niemanden. Und möglicherweise interessiert es
83 auch jemanden und Leute sehen... Litigation PR, da geht es ja auch um
84 Straftaten. Die Leute sehen das als Kavaliersdelikt. Das wird so
85 achselzuckend übergangen. Also da ist die Frage. Publizistisch müssen
86 Sie das beantworten. Eine kritische Öffentlichkeit, kann man die auch
87 als Ansammlung von Akteuren. Dann würde ich auch die Polizei dazu
88 zählen. Wenn sie den Grasser haben, da kommt am meisten die Polizei

89 vor. Die geht aktiv an die Öffentlichkeit. Wenn es etwas Polizeikritisches
90 gibt dann sagen die aber wieder nix mehr. Und natürlich die Justizseite,
91 also Staatsanwaltschaft und Gericht. Und Privatbeteiligte könnte man
92 auch noch mit einbeziehen.

93 E: Was denken Sie wie die Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen
94 können?

95 S: Stark, auf jeden Fall. Fangen wir mal an mit den Medien. Man muss
96 sich seiner Verantwortung als Journalist bewusst sein. Man kann ja
97 einen ruinieren. Dessen muss man sich bewusst sein. Man muss da
98 ganz sorgfältig sein. Ich habe den Grasser schon genannt, der Mann ist
99 erledigt. Der wohnt ja nicht mal mehr in Österreich. Da sind wir weit
100 von einer Anklage entfernt, die es zwar geben wird. Aber der Grasser ist
101 durch die mediale Berichterstattung eigentlich eine unerwünschte
102 Person in Österreich. Da ist der Strasser von Ihnen gut gewählt. Er
103 wurde von der eigenen Partei wirklich sofort fallen gelassen. Alle haben
104 sich abgewandt.

105 E: Wessen Einfluss könnte am größten sein?

106 S: Die Medien. Dann auch wieder Polizei, Justiz und die Betroffenen. Es
107 kann ja jeder Betroffene, und da braucht er gar keine Agentur. Es hätte
108 sein können, und ich habe mich da aktiv bemüht, dass der Ernst
109 Strasser jetzt hier sitzt. Damals hätte ich ihn gerne da gehabt und ein
110 Interview gemacht. Es wäre natürlich ein sehr viel beachtetes Interview
111 geworden. Es wäre wahrscheinlich oder mit ziemlicher Sicherheit der
112 Blattaufmacher geworden. Er hat schon eine Möglichkeit gehabt das
113 oder jenes zu sagen. Wenn der sich zu Wort gemeldet hätte wäre das
114 sehr sehr viel beachtet worden. Hätte er was Gutes gehabt. Er hätte
115 alles sagen können. Er hätte spätestens vor Gericht sich völlig anders
116 verhalten können. Er hatte es ja in der Hand. Er hatte es im
117 Vorverfahren selbst in der Hand sich in ein bestimmtes Licht zu rücken.

118 Zum Prozess

119 E: Wie würden Sie den Prozess und alles drum herum beschreiben?

120 S: Ein riesen Geschichte natürlich. In Erinnerung wird bleiben diese
121 Agenten-Story. Das wird in Erinnerung bleiben. Zumal er dann in der
122 Wiederholung nicht ganz weg ging. Da gab es eine Agenten-Geschichte-
123 Light. Er konnte es nicht lassen. Auch im zweiten Rechtsgang von
124 Agenten zu reden. Das ist absolut unglaublich. Vor allem es ließ sich
125 überhaupt nicht in Einklang mit seinem Verhalten bringen. Das ein Ex-
126 Innenminister möglicherweise unter Beobachtung von irgendwelchen
127 Geheimdiensten steht, das glaube ich ja. Aber sein Verhalten war ja
128 nicht dementsprechend.

129 E: Wie würden Sie die Öffentlichkeit beschreiben?

130 S: Da haben eh schon alle mit dem Finger auf ihn gezeigt. Er war der
131 Inbegriff des korrupten Politikers. Es war die Zeit in der bestimmte
132 Korruptionsfälle aufgeklärt wurden. Er ist da mittendrin gewesen und
133 er hatte das Pech dass seine Gespräche aufgezeichnet wurden. Das war
134 vielsagend. Da ist praktisch nichts mehr zu machen.

135 E: Was denken Sie wessen Einfluss am größten war? War es Strasser
136 selbst oder?

137 S: Da werden es schon die Medien sein. Im Vorverfahren. Im Prozess da
138 hatte er es in der Hand. Da muss man sagen, was er im Prozess gesagt
139 hat, das wurde transportiert. Da waren die Medien nur die Transporter.

140 E: Was denken Sie wenn eine andere Strategie gewählt gewesen wäre,
141 wäre es anders verlaufen?

142 S: Es muss ja gar keine Geschichte sein es kann bei so einer riesen
143 Beweislage auch die Wahrheit sein. Er hätte ja sagen können. Das
144 Gericht schaut sich ja auch an, wie verhält sich jemand nach der Tat.
145 Nehmen wir an da hat eine Straftat stattgefunden. Da kann ich mich

146 danach in einer entsprechenden Art und Weise verantworten.
147 Öffentlich rechtfertigen oder vor Gericht treten. Das macht natürlich
148 einen Unterschied ob man etwas Unglaubliches erzählt oder ob man
149 sagt ja, man sieht es ja eh. Man sieht es eh am Video was sich
150 zugetragen hat. In gewisser Weise habe ich das Maß verloren und das
151 tut mir leid. Und bei bestimmten Handlungen habe ich nicht gewusst.
152 Ich dachte es ist grad noch drinnen. Es tut mir leid ich war da zu. Es ist
153 schon ein riesen Unterschied wie man in der Öffentlichkeit dasteht.
154 Man steht ja so da wie man sich auch darstellt. Man hat es ja selber in
155 der Hand. Jeder hat das Recht, sich zum Hampelmann zu machen. Aber
156 da darf er sich nachher auch nicht wundern. Der wäre ja nie mehr zum
157 Vorbild-Politiker geworden. Das wird schwer. Die PR-Agentur die das
158 hinbekommt.. Dass man den Ernst Strasser als Musterbeispiel von
159 Gewissenhaftigkeit und Seriosität darstellt. Aber es ist ein Unterschied
160 ob man als ewig leugnender Agent-Jäger dasteht. Oder ob man sagt na
161 gut ich war zu weit gegangen und es tut mir leid. Da gibt es schon einen
162 Unterschied.

Appendix C

Leitfäden der Interviews

Interviewleitfaden Anwalt

Zur Litigation PR

- Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal von Litigation PR gehört?
- Wie würden Sie die Relevanz der LPR allgemein einschätzen?

Einen Prozess kann man praktisch in 3 Phasen unterteilen. Die Phase vor, während und nach dem Prozess.

- Wie würden Sie den Einfluss der LPR auf die Öffentlichkeit im Vorfeld eines Prozesses beurteilen?
- Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich bewerten?
- Wie sehen Sie die LPR in Österreich in naher Zukunft? Glauben Sie, dass sie an Relevanz zunimmt?

Zu den Akteuren

- Wenn wir jetzt an die Phase vor dem Prozess denken. Was meinen Sie, Wer sind die Akteure der Öffentlichkeit die sich in dieser Zeit schon manifestiert?
- Wie, also auf welche Art und Weise können die eben von Ihnen erwähnten Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen?
- Was glauben Sie, wessen Einfluss am größten ist?

Zum Prozess

- Wenn Sie jetzt auf den Prozess und die Berichterstattung zu dem Fall Ernst Strasser zurückdenken, wie würden Sie den Prozess beschreiben? Sie können dazu auch einzelne Wörter verwenden.

- Wie würden Sie die Öffentlichkeit beschreiben, die vor dem Prozess entstanden ist? Also in der Zeit als das Videomaterial öffentlich wurde bis zum eigentlichen Prozess hin.
- Was denken Sie, welcher Akteur, und Sie haben oben ein paar erwähnt, hatte in der Phase vor diesem Prozessbeginn den größten Einfluss?
- Ernst Strasser hatte bekanntlich keinen Litigation PR Berater. Es kann gut sein, dass die mediale Vorverurteilung so groß war, eben weil er keinen Berater hatte. Was denken Sie, wäre der Prozess anders verlaufen, wenn er einen gehabt hätte? Hätte sich massiv etwas verändert? Oder was hätte man, aus ihrer Sicht anders machen können?
- Meinerseits gibt es keine weiteren Fragen, möchten Sie vielleicht noch etwas anmerken?

Interviewleitfaden für Litigation PR Berater

Zur Litigation PR

- Wie lange ist Ihnen der Begriff der Litigation PR?
- Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal im Bereich der Litigation PR gearbeitet?
- Wie würden Sie die Relevanz der LPR allgemein beurteilen?
- Wie würden Sie den Einfluss der LPR auf die Öffentlichkeit im Vorfeld eines Prozesses beurteilen?
- Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich bewerten?
- Wie sehen Sie die LPR in Österreich in naher Zukunft? Glauben Sie, dass sie an Relevanz zunimmt?

Zu den Akteuren

- Wer sind, ihrer Meinung nach, die Akteure der Öffentlichkeit rund um einen Gerichtsprozess?
- Wie können die eben von Ihnen erwähnten Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen?
- Was glauben Sie, wessen Einfluss am größten ist?

Zum Prozess

- Wenn Sie jetzt auf den Prozess und die Berichterstattung zu dem Fall Ernst Strasser zurückdenken, wie würden Sie den Prozess beschreiben? Sie können dazu auch einzelne Wörter verwenden.
- Wie würden Sie die Öffentlichkeit beschreiben, die vor dem Prozess entstanden ist?
- Was denken Sie, welcher Akteur, und Sie haben oben ein paar erwähnt, hatte in der Phase vor Prozessbeginn den größten Einfluss?

Ernst Strasser hatte bekanntlich keinen Litigation PR Berater. Was denken Sie, wäre der Prozess anders verlaufen, wenn er einen gehabt hätte?

- Meinerseits gibt es keine weiteren Fragen, möchten Sie vielleicht noch etwas anmerken?

Interviewleitfaden Journalist

Zur Litigation PR

- Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal von Litigation PR gehört?
- Wie würden Sie die Relevanz der LPR allgemein einschätzen?

Einen Prozess kann man praktisch in 3 Phasen unterteilen. Die Phase vor, während und nach dem Prozess.

- Wie würden Sie den Einfluss der LPR auf die Öffentlichkeit im Vorfeld eines Prozesses beurteilen?
- Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich bewerten?
- Wie sehen Sie die LPR in Österreich in naher Zukunft? Glauben Sie, dass sie an Relevanz zunimmt?

Zu den Akteuren

Wenn wir jetzt an die Phase vor dem Prozess denken

- Was meinen Sie, Wer sind die Akteure der Öffentlichkeit die sich in dieser Zeit schon manifestiert?
- Wie, also auf welche Art und Weise können die eben von Ihnen erwähnten Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen?
- Was glauben Sie, wessen Einfluss am größten ist?

Zum Prozess

- Wenn Sie jetzt auf den Prozess und die Berichterstattung zu dem Fall Ernst Strasser zurückdenken, wie würden Sie den Prozess beschreiben? Sie können dazu auch einzelne Wörter verwenden.
- Wie würden Sie die Öffentlichkeit beschreiben, die vor dem Prozess entstanden ist? Also in der Zeit als das Videomaterial öffentlich wurde bis zum eigentlichen Prozess hin.
- Was denken Sie, welcher Akteur, und Sie haben oben ein paar erwähnt, hatte in der Phase vor diesem Prozessbeginn den größten Einfluss?
- Ernst Strasser hatte bekanntlich keinen Litigation PR Berater. Was denken Sie, wäre der Prozess anders verlaufen, wenn er einen gehabt hätte? Hätte sich massiv etwas verändert?

- Meinerseits gibt es keine weiteren Fragen, möchten Sie vielleicht noch etwas anmerken?

Interviewleitfaden Staatsanwalt

Zur Litigation PR

- Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal von Litigation PR gehört?
- Wie würden Sie die Relevanz der LPR allgemein einschätzen?

Einen Prozess kann man praktisch in 3 Phasen unterteilen. Die Phase vor, während und nach dem Prozess.

- Wie würden Sie den Einfluss der LPR auf die Öffentlichkeit im Vorfeld eines Prozesses beurteilen?
- Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich bewerten?
- Wie sehen Sie die LPR in Österreich in naher Zukunft? Glauben Sie, dass sie an Relevanz zunimmt?

Zu den Akteuren

Wenn wir jetzt an die Phase vor dem Prozess denken

- Was meinen Sie, Wer sind die Akteure der Öffentlichkeit die sich in dieser Zeit schon manifestiert?
- Wie, also auf welche Art und Weise können die eben von Ihnen erwähnten Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen?
- Was glauben Sie, wessen Einfluss am größten ist?

Zum Prozess

- Wenn Sie jetzt auf den Prozess und die Berichterstattung zu dem Fall Ernst Strasser zurückdenken, wie würden Sie den Prozess beschreiben? Sie können dazu auch einzelne Wörter verwenden.
- Wie würden Sie die Öffentlichkeit beschreiben, die vor dem Prozess entstanden ist? Also in der Zeit als das Videomaterial öffentlich wurde bis zum eigentlichen Prozess hin.
- Was denken Sie, welcher Akteur, und Sie haben oben ein paar erwähnt, hatte in der Phase vor diesem Prozessbeginn den größten Einfluss?
- Ernst Strasser hatte bekanntlich keinen Litigation PR Berater. Es kann gut sein, dass die mediale Vorverurteilung so groß war, eben weil er keinen Berater hatte. Was denken Sie, wäre der Prozess anders verlaufen, wenn er einen gehabt hätte? Hätte sich massiv etwas verändert? Oder was hätte man, aus ihrer Sicht anders machen können?
- Meinerseits gibt es keine weiteren Fragen, möchten Sie vielleicht noch etwas anmerken?

Interviewleitfaden Beschuldigter

Zur Litigation PR

- Wann und in welchem Zusammenhang haben Sie das erste Mal von Litigation PR gehört?
- Wie würden Sie die Relevanz der LPR allgemein einschätzen?

Einen Prozess kann man praktisch in 3 Phasen unterteilen. Die Phase vor, während und nach dem Prozess.
- Wie würden Sie den Einfluss der LPR auf die Öffentlichkeit im Vorfeld eines Prozesses beurteilen?
- Wie würden Sie die Lage der LPR in Österreich bewerten?

- Wie sehen Sie die LPR in Österreich in naher Zukunft? Glauben Sie, dass sie an Relevanz zunimmt?

Zu den Akteuren

Wenn wir jetzt an die Phase vor dem Prozess denken

- Was meinen Sie, Wer sind die Akteure der Öffentlichkeit die sich in dieser Zeit schon manifestiert?
- Wie, also auf welche Art und Weise können die eben von Ihnen erwähnten Akteure die Öffentlichkeit beeinflussen?
- Was glauben Sie, wessen Einfluss am größten ist?

Zum Prozess

- Wenn Sie jetzt auf den Prozess und die Berichterstattung zu dem Fall Ernst Strasser zurückdenken, wie würden Sie den Prozess beschreiben? Sie können dazu auch einzelne Wörter verwenden.
- Wie würden Sie die Öffentlichkeit beschreiben, die vor dem Prozess entstanden ist? Also in der Zeit als das Videomaterial öffentlich wurde bis zum eigentlichen Prozess hin.
- Was denken Sie, welcher Akteur, und Sie haben oben ein paar erwähnt, hatte in der Phase vor diesem Prozessbeginn den größten Einfluss?
- Ernst Strasser hatte bekanntlich keinen Litigation PR Berater. Es kann gut sein, dass die mediale Vorverurteilung so groß war, eben weil er keinen Berater hatte. Was denken Sie, wäre der Prozess anders verlaufen, wenn er einen gehabt hätte? Hätte sich massiv etwas verändert? Oder was hätte man, aus ihrer Sicht anders machen können?
- Meinerseits gibt es keine weiteren Fragen, möchten Sie vielleicht noch etwas anmerken?



Appendix D

Medienerlass 2014

BUNDESMINISTERIUM FÜR JUSTIZ

Erlass des Bundesministeriums für Justiz vom 30. Juni 2014 über die Zusammenarbeit mit den Medien (Medienerlass)

I. Allgemeines

1. Die freie Berichterstattung der Medien ist eine wichtige Grundlage einer demokratischen

Gesellschaft. Die Freiheit der Meinungsäußerung ist ein Grundrecht (Art. 10 EMRK, Art. 11

EU-GRC) und umfasst auch die Informationsbeschaffung durch die Medien.

2. Eine gute Zusammenarbeit mit den Medien (Presse, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische und andere Massenmedien) fördert das Verständnis der Öffentlichkeit für die Rechtspflege und stärkt das Vertrauen der Bevölkerung in die Einrichtungen der Justiz und ihre Entscheidungen.

3. Die Justiz hat dem Informationsbegehren der Medien (§ 1 Abs. 1 Z 1 und 11 MedienG) im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen gerecht zu werden und pflegt den Kontakt mit den Medien durch eine aktive Öffentlichkeitsarbeit.

4. Mit dem Informationsbegehren der Medien können Prinzipien, Rechte und rechtlich geschützte Interessen, wie insbesondere die Unschuldsvermutung, die Persönlichkeitsrechte von Parteien und anderen Verfahrensbeteiligten, die Verpflichtung zur fairen und unbeeinflussten Durchführung eines justiziellen Verfahrens, die Verpflichtung zur Amtsverschwiegenheit und das allgemeine Interesse

an der Sicherung einer unabhängigen und der Objektivität verpflichteten Rechtspflege kollidieren. Aufgabe der Medienarbeit ist es, dem Ausgleich dieser widerstreitenden Interessen und verfassungsrechtlich geschützten Rechtsgüter in rechtsstaatlich einwandfreier Weise Rechnung zu tragen.

II. Einrichtung und Organisation der Medienarbeit der Justiz

1. Die Medienarbeit des Justizressorts wird von den Medienstellen der Justiz (im Folgenden: Medienstellen) geleistet.

2. Medienstellen sind eingerichtet:

- a. beim Bundesministerium für Justiz
- b. beim Präsidium des Obersten Gerichtshofs
- c. bei der Generalprokuratur
- d. beim Präsidium der Oberlandesgerichte und der Gerichtshöfe I. Instanz
- e. bei den Oberstaatsanwaltschaften und Staatsanwaltschaften
- f. bei der Vorsteherung der Bezirksgerichte mit mindestens zehn systemisierten

Richter/innenplanstellen

- g. bei der Familiengerichtshilfe (siehe auch Punkt 6. des Einführungserlasses vom 20.

Juni 2013 zur Familiengerichtsbarkeit)

- h. bei der Vollzugsdirektion und den Justizanstalten sowie
- i. bei Bedarf – im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Justiz – auch bei anderen Justizdienststellen.

Für Bezirksgerichte, bei denen keine Medienstelle eingerichtet ist, übernimmt die Medienstelle des übergeordneten Gerichtshofs I. Instanz die Medienarbeit.

3. Medienangelegenheiten und sonstige Öffentlichkeitsarbeit sind Justizverwaltungssachen, Medienstellen sind Einrichtungen der Justizverwaltung (§ 11 Z 24 Geo.). Sie werden von einem/einer Mediensprecher/in geleitet.

4. Der/Die Leiter/in der Dienststelle bestellt den/die Mediensprecher/in. Eine Personalunion mit dem/der Leiter/in der Dienststelle ist grundsätzlich nicht vorzusehen. Der/Die Mediensprecher/in ist in der Geschäftseinteilung für Justizverwaltungssachen (§ 31 Abs. 2 und § 43 GOG; § 6 StAG) gesondert auszuweisen und unter Anrechnung auf die gebundene Arbeitskapazität für Justizverwaltungssachen zu entlasten. Bei größeren Organisationseinheiten, jedenfalls aber beim Obersten Gerichtshof, bei der Generalprokurator, bei den Oberlandesgerichten, bei den Oberstaatsanwaltschaften, Gerichtshöfen I. Instanz und den Staatsanwaltschaften sowie bei der Vollzugsdirektion und beim Bundesministerium für Justiz ist ein/e Vertreter/in des Mediensprechers/der Mediensprecherin zu bestellen.

5. Als Mediensprecher/in sollen Richter/innen, Staatsanwälte/Staatsanwältinnen und leitende Strafvollzugsbedienstete herangezogen werden, die dem Anforderungsprofil (siehe Intranet/Bereich Öffentlichkeitsarbeit) entsprechen oder sonst für die Medienarbeit geeignet sind und der Medienarbeit sowie der journalistischen Tätigkeit Interesse entgegenbringen.

6. Mediensprecher/innen sollen vor Aufnahme ihrer Tätigkeit entsprechend ausgebildet werden und haben sich anschließend in regelmäßigen Abständen einschlägig fortzubilden. Die Ausbildung kann innerhalb von drei Monaten ab Bestellung nachgeholt werden.

7. Für Medienstellen ist eine für eine effektive Medienarbeit notwendige Ausstattung vorzusehen, zumindest aber nachfolgende Grundausstattung:

- a. Zugang zum funktionsbezogenen E-Mail-Konto [medienstelle.bezeichnung der dienststelle@justiz.gv.at]
- b. Mobiltelefon mit Mailboxfunktion, Internetzugang und E-Mail-Funktion
- c. Office Software Paket
- d. Unbeschränkter Zugang zum Internet (am Arbeitsplatz)

Eine darüber hinausgehende Ausstattung kann bei Bedarf beim Bundesministerium für Justiz beantragt werden.

8. Die Medienstellen haben vorzukehren, dass an Arbeitstagen schriftliche und telefonische Nachrichten entgegengenommen werden können (E-Mail, Telefon / Anrufbeantworter / Mailbox); sie sollen diese in angemessenen Intervallen abrufen und sich der Dringlichkeit der jeweiligen Anfrage entsprechend möglichst zeitnah mit den Medienvertretern/Medienvertreterinnen in Verbindung setzen.

Für den/die jeweils mit Medienkontakten betraute/n Staatsanwalt/Staatsanwältin bei (erstinstanzlichen) Staatsanwaltschaften (einschließlich der WKStA) gelten - wegen der erfahrungsgemäß höheren Inanspruchnahme im Ermittlungsverfahren und des Bedarfs nach einer Medienbetreuung auch an Samstagen, Sonn- und Feiertagen – die Regelungen des Erlasses vom 30. Juni 2014, BMJ-Pr244.00/0001-Pr 6/2014, für den staatsanwaltschaftlichen Rufbereitschaftsdienst (§ 6a Abs. 1 und 2 StAG).

III. Informationserteilung

1. Die Medienstelle erteilt im Zuständigkeitsbereich ihrer Dienststelle nach Maßgabe der Abschnitte IV. bis XI. Informationen an die Medien. Anfragende Medien sind an diese zu verweisen.

Ausnahmsweise kann die Informationserteilung von der Medienstelle einem anderen Mitarbeiter/einer anderen Mitarbeiterin der Dienststelle übertragen oder einer anderen Dienststelle nach Abstimmung mit dieser überlassen werden.

Niemand darf in Angelegenheiten, die er selbst bearbeitet, Medien informieren bzw. mit der

Information der Medien betraut werden.

2. Darüber hinaus informiert der/die Ressortmediensprecher/in (Referent/in der für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Abteilung im Bundesministerium für Justiz) die Medien allgemein über Struktur, Rahmenbedingungen, Aufgaben, Aktivitäten, Leistungen und Herausforderungen der Justiz, erklärt juristische Hintergründe und vermittelt den Medien die zuständigen Ansprechpartner innerhalb der Justiz. Der/Die Ressortmediensprecher/in koordiniert, berät und unterstützt die Medienstellen.

3. Bei der Information der Medien, der Wahl des Inhalts und des Zeitpunkts der Mitteilungen sind einerseits die Persönlichkeitsrechte der betroffenen Personen (Abschnitt IV.), die Unschuldsvermutung und die Amtsverschwiegenheit sowie die Gewährleistung eines fairen Verfahrens und insbesondere die Interessen und Rechte der Opfer von Straftaten und ihr Anspruch auf staatlichen Schutz vor weiteren Beeinträchtigungen zu berücksichtigen; andererseits sind das Interesse der Öffentlichkeit an einer freien und umfassenden Information sowie die öffentliche Aufgabe der Medien zu beachten.

4. Das Interesse der Medien an einer möglichst zeitnahen Berichterstattung ist angemessen zu berücksichtigen. Mit Ausnahme der Beantwortung von Einzelanfragen sind die Medien bei der Informationsvermittlung grundsätzlich gleich zu behandeln. Die Medienstellen sollen die Medien innerhalb der gesetzlichen Grenzen

aktiv und umfassend über die Justiz informieren, insbesondere über Themen und Verfahren von besonderem öffentlichem Interesse.

5. Informationen sind verständlich, frei von Wertungen und unter Hervorhebung des Wesentlichen zu erteilen.

6. In Angelegenheiten von besonderem öffentlichem Interesse und bei einer Vielzahl von Medienanfragen zum selben Thema soll die Medienstelle eine schriftliche Medieninformation herausgeben. Die schriftliche Information hat dem Corporate Design der Justiz zu entsprechen (siehe Vorlage im Intranet/Bereich Öffentlichkeitsarbeit). In Verfahren von besonderem öffentlichem Interesse oder bei ungewöhnlich großer Nachfrage der Medien kann die Medienstelle zu einem Mediengespräch einladen.

7. Über Entscheidungen und andere bedeutende Verfahrensschritte (z.B.: Einleitung des Ermittlungsverfahrens, Einstellung des Ermittlungsverfahrens, Verhängung der Untersuchungshaft, Hausdurchsuchungen, Anklage, Urteil) sollen die Medien erst informiert werden, wenn davon auszugehen ist, dass die Entscheidungen den Verfahrensparteien zugegangen (u.a. § 50 StPO) oder in anderer Weise bekannt geworden sind. Schriftliche Medieninformationen sollen vor deren Weitergabe an die Medien den Verfahrensbeteiligten bzw. deren Bevollmächtigten übermittelt werden.

8. Bei Informationen und Stellungnahmen zu Verfahren von besonderem öffentlichen Interesse empfiehlt es sich, deren wesentlichen Inhalt, den Name des Medienvertreters/ der Medienvertreterin sowie Datum und Uhrzeit der Informationserteilung schriftlich festzuhalten.

9. Informationen sind nicht zu erteilen, wenn dem Vorschriften über die Geheimhaltung entgegenstehen oder wenn schwebende Verfahren vereitelt, erschwert, verzögert oder gefährdet werden können. Die

Informationserteilung kann verweigert werden, wenn sie einen unvertretbar hohen Aufwand auslöst.

10. Ein Recht auf Akteneinsicht steht den Medienvertretern/Medienvertreterinnen nicht zu; Aktenbestandteile dürfen grundsätzlich nicht weitergegeben werden; eine Weitergabe des (insbesondere Beschuldigten, Opfern, Zeugen/Zeuginnen), von Angehörigen von Beschuldigten und Opfern sowie von Insassen/Insassinnen sind grundsätzlich nicht zu nennen, und zwar auch nicht durch die Bestätigung einer Anfrage.

Die Namensnennung ist aber zulässig, wenn die betroffene Person ausdrücklich zustimmt, der Name in Verbindung mit dem Verfahren der Öffentlichkeit bereits bekannt ist oder wenn sich die betreffende Person selbst in verfahrensbezogener Weise gegenüber den Medien bereits geäußert hat. Bei überwiegendem öffentlichem Interesse darf der Name von Personen, an denen wegen ihrer Stellung in der Öffentlichkeit, wegen eines sonstigen Zusammenhangs mit dem öffentlichen Leben oder aus anderen Gründen ein besonderes Interesse der Öffentlichkeit besteht (z.B. Personen der Zeitgeschichte und im zeitgeschichtlichen Zusammenhang), genannt werden.

3. Bei Hinweisen auf Alter, Wohnort, Beruf, familiäre Verhältnisse oder sonstige soziale Bindungen (z.B. Partei- oder Vereinsmitgliedschaft) u.ä. ist zu prüfen, inwieweit dadurch eine Identifizierung der Verfahrensparteien möglich ist.

Bei der Informationserteilung soll auf die Zugehörigkeit zu einer ethnischen oder religiösen Gruppe oder auf persönliche Merkmale (Hautfarbe etc.) nur hingewiesen werden, wenn dies für das Verständnis des berichteten Vorgangs unbedingt notwendig ist.

4. Bilder von Verfahrensbeteiligten oder Insassen/Insassinnen sind nicht weiterzugeben.

V. Berichtigungen und Gegendarstellungen

1. Werden durch Veröffentlichungen in Medien unrichtige Tatsachen verbreitet und dadurch rechtlich geschützte Interessen von Justizbediensteten, Verfahrensbeteiligten oder Insassen/Insassinnen verletzt, die verfassungsrechtliche Funktion der Rechtsprechung oder das Ansehen der Justiz im Allgemeinen beeinträchtigt, soll die zuständige Medienstelle auf eine angemessene und zeitnahe Richtigstellung, sowie auf Entfernung im Internet drängen.

2. Vom Recht auf eine Gegendarstellung (§§ 9ff MedienG) bzw. von der Erhebung einer Unterlassungsklage soll erst dann Gebrauch gemacht werden, wenn sonstige Bemühungen um eine angemessene Richtigstellung erfolglos geblieben sind. Die Geltendmachung dieser Rechte erfolgt – nach Herstellung des Einvernehmens mit dem Bundesministerium für Justiz – durch den/die Leiter/in der betroffenen Dienststelle. Die Medienstelle der übergeordneten Dienstbehörde ist davor über den Inhalt der beabsichtigten Erklärung zu informieren.

3. Falls erforderlich ist auf die „Grundsätze für die publizistische Arbeit“ des Österreichischen Presserates („Ehrenkodex“) hinzuweisen.

VI. Besonderheiten des Strafverfahrens

1. Grundsätzlich informieren die Medienstellen jeweils über die durch ihre Dienststelle gesetzten Verfahrensschritte (Punkt III.1.). Sofern nicht aus Zweckmäßigkeitsgründen eine im Einzelfall abweichende Regelung getroffen wird (u.a. Punkt VI 2.), informiert im Strafverfahren die Medienstelle der Staatsanwaltschaft bis zum Zeitpunkt der Einbringung der Anklageschrift bzw. des Strafantrags, danach die Medienstelle des Gerichts; über gerichtliche Entscheidungen in Haft- und Rechtsschutzsachen informiert die Medienstelle des Gerichts, wenn

nicht aus Zweckmäßigkeitsgründen (z.B. wegen Punkt II.8.) eine abweichende Regelung getroffen wird.

2. Über den Inhalt der Anklageschrift bzw. des Strafantrags kann die Medienstelle der Staatsanwaltschaft nach Einbringung der Anklageschrift bzw. des Strafantrags in Abstimmung mit der Medienstelle des Gerichts Informationen erteilen.

3. Gegenstand der Informationserteilung ist der Stand des Verfahrens. In Stellungnahmen ist von Wertungen und der Erörterung der Schuldfrage abzusehen; auf die Kriterien der Abwägung zwischen dem Interesse an der Veröffentlichung und den zu wahren Geheimhaltungsbedürfnissen nach § 54 StPO ist Rücksicht zu nehmen; auf die Unschuldsvermutung (Art. 6 Abs. 2 EMRK) ist hinzuweisen.

4. Im Ermittlungsverfahren kann die Medienstelle der Staatsanwaltschaft auf Nachfrage in Verfahren mit überwiegendem öffentlichen Interesse und unter größtmöglicher Wahrung der Persönlichkeitsrechte der beteiligten Personen Informationen über den Beginn des Ermittlungsverfahrens (nach Verständigung gem. § 50 StPO), bedeutsame, bereits abgeschlossene Ermittlungsschritte (nicht aber deren Ergebnisse) sowie über die Gründe einer das Ermittlungsverfahren beendenden Entscheidung informieren (siehe OGH vom 17. April 2013, Ds 2/13, RS0128658 und (künftig) § 35b StAG).

Gemäß § 35a StAG können die Gründe für die von der Staatsanwaltschaft verfügte

Einstellung eines Verfahrens in der Ediktsdatei veröffentlicht werden.

5. Soweit die Sicherheitsbehörden im Dienste der Strafrechtspflege tätig werden, haben sie bei ihrer Medienarbeit das Einvernehmen mit der Medienstelle der zuständigen Staatsanwaltschaft bzw. des zuständigen Gerichts herzustellen.

6. Über die Tatsache, dass ein Verfahren berichtspflichtig ist, kann informiert werden, nicht aber über Inhalte der Vorhabensberichte oder Stellungnahmen dazu. In den konkreten berichtspflichtigen Verfahren erfolgt die Informationserteilung grundsätzlich dezentral (siehe Punkt VI.1. erster Satz).

7. Über die Tatsache, dass eine Weisung erteilt wurde, informiert die Medienstelle der Dienststelle, die die Weisung erteilt hat. Davon sind vorab die nachgeordneten Dienststellen zu informieren. Über den Inhalt der Weisung ist keine Information zu erteilen. Darüber hinaus bleiben die Bestimmungen des Punktes VI.1. und des Abschnittes XI. und auch die Bestimmung des § 31 StAG davon unberührt.

VII. Besonderheiten des Zivilverfahrens

1. Die Medienstellen informieren die Medien über Entscheidungen in Zivil- und Außerstreitverfahren, deren Rechtsfragen über den Einzelfall hinaus von Bedeutung sein können. Medienvertreter/innen können in diesem Zusammenhang auch auf Veröffentlichungen in der unentgeltlich verfügbaren Judikaturdokumentation im Rechtsinformationssystem des Bundes (<http://www.ris.bka.gv.at/>) hingewiesen werden. Es empfiehlt sich, die Medien über ergangene rechtskräftige Entscheidungen mit einer leicht verständlichen schriftlichen Kurzfassung des wesentlichen Inhalts der Entscheidungsgründe zu informieren (siehe auch Punkt III.10.).

VIII. Besonderheiten des Strafvollzugs

1. Die Medienstelle der Vollzugsdirektion koordiniert in Abstimmung mit dem/der Ressortmediensprecher/in im Bundesministerium für Justiz Initiativen aktiver Öffentlichkeitsarbeit.

2. In folgenden Angelegenheiten des Straf- und Maßnahmenvollzugs sowie des Vollzugs der Untersuchungshaft informiert die Medienstelle der Vollzugsdirektion und verständigt davon unmittelbar die Medienstellen im Bundesministerium für Justiz:

- a. Schwerwiegende sicherheitsrelevante Vorfälle (z.B. Fluchten, Ausbrüche, Versagen von technischen Einrichtungen),
- b. Krisen- und Katastrophenfälle in einer Justizanstalt,
- c. Getötete, gravierend verletzte oder geschädigte Personen, Suizide,
- d. andere schwerwiegende Ereignisse,
- e. bedeutsame Budget- und Bauangelegenheiten.

Eine Delegation der Informationserteilung an die Medienstelle der betroffenen Justizanstalt ist im Einzelfall möglich.

3. In allen anderen Bereichen informiert die Medienstelle der Justizanstalt nach Vorabstimmung mit der Medienstelle der Vollzugsdirektion.

Über Strafverfahren im Zusammenhang mit dem Strafvollzug informieren die Medienstellen der Gerichte oder Staatsanwaltschaften (Punkt VI.1.).

4. Bei der Informationserteilung ist auf die §§ 20 und 101 StVG Bedacht zu nehmen.

5. Bei Informationen über Vollzugsangelegenheiten sollen Namen von Insassen/Insassinnen oder Einzelheiten, aus denen auf die Person des Insassen/der Insassin oder auf seine/ihre Angehörigen geschlossen werden kann, nur dann bekannt gegeben werden, wenn das öffentliche Interesse an der Berichterstattung schutzwürdige Interessen des Insassen/der Insassin oder seiner/ihrer Angehörigen überwiegt und die Resozialisierung nicht gefährdet wird.

6. Ist bei einer Flucht eine Fahndung durch die Sicherheitsbehörde zu erwirken (§ 106 Abs. 2 StVG), ist jede Informationserteilung auch mit der Sicherheitsbehörde abzustimmen.

7. Lichtbild- und Tonaufnahmen in Justizanstalten bedürfen einer schriftlichen Genehmigung durch die Medienstelle der Vollzugsdirektion (§ 101 Abs. 3 StVG)

IX. Besonderheiten in Gnadensachen und Disziplinarsachen

1. In Gnadensachen erfolgt über Verfahren keine Medieninformation. Über Ausnahmen entscheidet der/die Ressortmediensprecher/in im Bundesministerium für Justiz.

2. In Disziplinarsachen sind gemäß § 133 Abs. 4 RStDG und § 128 BDG 1979 Mitteilungen an die Öffentlichkeit über den Inhalt der mündlichen Verhandlung und des Erkenntnisses nur dann untersagt, wenn die Öffentlichkeit ausgeschlossen wurde. Über den Inhalt disziplinarrechtlicher Vorerhebungen und Disziplinaruntersuchungen sind keine Informationen zu erteilen.

X. Bild- und Tonaufnahmen in Justizgebäuden

1. Fernseh- und Hörfunkaufnahmen und -übertragungen sowie Film- und Fotoaufnahmen (im Folgenden: Bild- und Tonaufnahmen) von Gerichtsverhandlungen sind unzulässig (§ 22 MedienG, § 228 Abs. 4 StPO).

2. Außerhalb von Verhandlungen sind Bild- und Tonaufnahmen in Justizgebäuden zu Zwecken der medialen Verbreitung nur mit Zustimmung des Leiters/der Leiterin der Dienststelle zulässig; es gelten die jeweiligen Hausordnungen des Leiters/der Leiterin der Dienststelle.

3. Der/Die Leiter/in der Dienststelle hat dabei insbesondere die Persönlichkeitsrechte der Verfahrensbeteiligten, die Sicherung eines

fairen und ungestörten Verfahrens und die Funktionstüchtigkeit der Rechtspflege bei der Wahrheits- und Rechtsfindung gegen den Informationsanspruch der Öffentlichkeit abzuwägen. Dabei ist auch auf eine ungestörte Vorbereitung der Verfahrensbeteiligten vor Verhandlungsbeginn Bedacht zu nehmen. Von einer gänzlichen Untersagung ist abzusehen, wenn ihr Zweck auf schonendere Weise erreicht werden kann.

4. Für Verfahren von besonderem öffentlichen Interesse mit ungewöhnlich großer Nachfrage der Medien kann der/die Leiter/in der Dienststelle zur Vermeidung von Beeinträchtigungen der Verfahrensbeteiligten und des Verfahrensablaufs anordnen, dass nur je ein Aufnahmeteam einer öffentlichen und einer privaten Hörfunk- und Fernsehanstalt und nur eine beschränkte Anzahl von Fotografen zu einem bestimmten Zeitpunkt und für eine bestimmte Zeitdauer Zugang zum Gerichtsgebäude und zum Verhandlungssaal erhalten. Dieser Zugang ist an die verbindliche Bereitschaft zu knüpfen, dass die Aufnahmen urheberneutral gestaltet (keine Logos auf Mikrofonen, keine Werbewände etc.) und die Bild- und Tondokumente interessierten Hörfunk- und Fernsehanstalten sowie interessierten Medienvertretern/Medienvertreterinnen unverzüglich unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden (sog. „Pool-Lösung“). Den Poolführer bestimmen die Medien selbst.

5. Die sitzungspolizeilichen Anordnungsbefugnisse des Verhandlungsleiters/der Verhandlungsleiterin (vgl. § 197 ff ZPO, § 233 ff StPO) bleiben davon unberührt.

6. Zu Lichtbild- und Tonaufnahmen in Justizanstalten siehe Punkt VIII. 7.

XI. Interner Informationsfluss und Meldepflichten

1. Die Medienstelle kann ihre Aufgaben nur erfüllen, wenn sie über alle für die Öffentlichkeit bedeutsamen Vorgänge ihrer Dienststelle

informiert ist. Die betroffenen Stellen (z.B. Richter/innen, Staatsanwälte/Staatsanwältinnen) prüfen daher, ob eine Angelegenheit die Öffentlichkeit interessieren könnte, informieren die zuständige Medienstelle im gegebenen Fall und überlassen der Medienstelle alle notwendigen Informationen. Sie weisen auf allfällige der Informationsweitergabe entgegenstehende Hindernisse hin.

2. Die Medienstellen sind mit Rücksicht auf die besondere Dringlichkeit ihrer Tätigkeit von der Einhaltung des Dienstweges befreit. Sie verkehren untereinander unmittelbar, haben jedoch darauf zu achten, dass die Medienstelle einer organisatorisch dazwischen liegenden Dienststelle möglichst umgehend denselben Informationsstand erhält.

3. Bei Themen und Verfahren von besonderem überregionalen öffentlichen Interesse oder zentraler rechts- oder justizpolitischer Bedeutung stimmen sich die Medienstellen mit dem/der Ressortmediensprecher/in im Bundesministerium für Justiz über die Informationserteilung und Pressemitteilungen ab.

In diesen Angelegenheiten ist der/die Ressortmediensprecher/in im Bundesministerium für Justiz über Interviews (Radio, Fernsehen, Printmedien) und Mediengespräche (z.B. Pressekonferenz, Pressegespräch, Pressefrühstück) vorab zu informieren.

4. Darüber hinaus hat die Medienstelle den/die Leiter/in der Dienststelle über wichtige Angelegenheiten zu informieren und Informationen von besonderer Bedeutung mit dem/der Leiter/in der Dienststelle abzustimmen.

In Angelegenheiten von überregionaler Bedeutung haben die Medienstellen vor der Informationserteilung Kontakt mit der Medienstelle der übergeordneten Dienststelle aufzunehmen. Diese kann die Informationserteilung über derartige Angelegenheiten an sich ziehen.

5. Bei in Punkt VIII.2. genannten Ereignissen ist die Medienstelle der Vollzugsdirektion unverzüglich zu informieren.

6. Bei Zweifel über die Zulässigkeit der Informationserteilung hat sich der/die Mediensprecher/in mit dem/der Ressortmediensprecher/in im Bundesministerium für Justiz oder mit dem/der Mediensprecher/in der übergeordneten Dienststelle abzustimmen.

7. Zur Sicherstellung eines koordinierten Einschreitens mehrerer Medienstellen haben diese untereinander die Informationserteilung abzustimmen.

8. Die Präsidenten/Präsidentinnen der Oberlandesgerichte und die Oberstaatsanwaltschaften berichten jährlich dem Bundesministerium für Justiz über die Tätigkeit und Erfahrungen der Medienstellen ihres Zuständigkeitsbereichs. Die Justizanstalten erstatten der Vollzugsdirektion jährlich Bericht über die Tätigkeit ihrer Medienstelle. Die Vollzugsdirektion erstattet dem Bundesministerium für Justiz jährlich einen zusammenfassenden Bericht. Die Berichte sollen nach der Struktur des vom Bundesministerium für Justiz herausgegebenen standardisierten Formulars verfasst werden. Dieses ist im Intranet im Bereich „Öffentlichkeitsarbeit“ veröffentlicht.

9. Die personelle Besetzung der Medienstelle, deren Telefon- und Telefaxnummer, E-Mail- Adresse, sowie jede Änderung derselben sind vom/von der Leiter/in der Dienststelle sowohl der übergeordneten Dienststelle als auch dem Bundesministerium für Justiz unverzüglich mittels E-Mail in elektronisch weiterverarbeitbarer Form anzuzeigen. Das Bundesministerium für Justiz informiert auf der Website der Justiz (www.justiz.gv.at) im Bereich „Presse/Medienstellen“ über die aktuellen Kontaktdaten der Medienstellen.

10. Zur Sicherstellung einer transparenten Informationspolitik sollen die Medienstellen Informationsmaterial, Pressemitteilungen und nach Möglichkeit eine anonymisierte Übersicht über die für die Medien relevanten Verhandlungstermine der Dienststelle (siehe Vorlage im Intranet/Bereich Öffentlichkeitsarbeit; vgl. OGH vom 28. November 2013, 6 Ob 165/13b) über die Website der Justiz öffentlich zur Verfügung stellen.

XII. Schlussbestimmungen

1. Dieser Erlass tritt mit 1. August 2014 in Kraft und wird im Intranet der Justiz veröffentlicht. Mit diesem Zeitpunkt tritt der Erlass des Bundesministeriums für Justiz zu JMZ 4410/9-Pr 1/2003 über die Zusammenarbeit mit den Medien (Medienerlass) außer Kraft.

Appendix E

Lebenslauf

Name: Ermina Strukan

Geburtsdatum: 26.08.1988

Geburtsort: Jajce, Bosnien und Herzegovina

Adresse: Trambauerstrasse 5/46
1100 Wien

Email: strukan.ermana@gmail.com

Bildungsweg:

Seit Okt. 2012	Mag.-Studium Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Uni Wien
Okt. 2008 - Apr. 2012	Bakk.- Studium Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Uni Wien
Nov. 2007 – Mai 2008	Diplomstudium Rechtswissenschaften, Uni Wien
Sep. 2004 – Mai 2007	Erstes Gymnasium Zenica, Bosnien und Herzegowina

Berufserfahrung:

Seit April 2012	Schneider Minar Jenewein Consulting GmbH, Wien
-----------------	---

Jän. 2008 – März 2012 Confiserie Heindl, Wien

Praktika/Kurse

Mai 2014 Grundmodul 2 am Freidrich Funder Institut Wien

März 2014 APA Workshop – Der Weg zur optimalen
Presseaussendung

Februar 2012 Praktikum bei Schneider | Minar | Jenewein GmbH

Okt. 2010 – Mär. 2011 Praktikum bei Confiserie Heindl GmbH (Werbung-
und PR-Abteilung)

Oktober 2010 Grundmodul 1 am Friedrich Funder Institut Wien

Februar 2010 Praktikum bei ASA Prevent Gruppe Sarajewo (PR
Abteilung)

Appendix F

Abstract

Diese Magisterarbeit widmet sich dem Thema der Öffentlichkeit im Vorprozess aus Sicht der Litigation PR. Dabei ging es primär um die Erforschung der Meinungen unterschiedlicher Akteure und um die Frage, wie die Öffentlichkeit im Vorprozess gesehen wird und wer die Akteure dieser Öffentlichkeit sind. All diese Fragen wurden im Bezug zum Fallbeispiel Ernst Strasser gewählt. Durch die qualitative Herangehensweise konnten die verschiedenen Einstellungen der Gesprächspartner reflektiert und anschließend verglichen werden.

Die Arbeit besteht aus zwei Teilen. Der erste Teil beinhaltet die theoretischen Annäherungen zur Öffentlichkeit, zur Nachrichtenwerttheorie und zu den Strategien der Litigation PR.

Im zweiten Teil wurden die forschungsleitenden Fragestellungen mittels einer qualitativen Herangehensweise beantwortet.