

Kommunikation in der Unternehmenskrise

Neben der Kommunikationsberatung empfiehlt sich, auch juristische Expertisen an Board zu holen

Plötzlich steht das Kartellamt wegen vermeintlicher Preisabsprachen vor der Tür. Die Behörden interessieren sich für einen Schlachthof, weil Mitarbeiter des Unternehmens sich dort massenhaft mit COVID-19 angesteckt haben. Wenn Unternehmen in solche oder ähnliche Krisensituationen geraten, bedienen sie sich oft der Hilfe professioneller Kommunikationsberater. Dagegen ist aus Sicht der Rechtsberatung überhaupt nichts ein-

DER AUTOR



Prof. Dr. Markus Ruttig ist Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz und Partner bei CBH Rechtsanwälte in Köln. Die Schwerpunkte seiner Tätigkeit liegen im Presse-, Urheber-, Glücksspiel- und Wettbewerbsrecht. Zudem ist er Lehrbeauftragter an der Hochschule Fresenius.

zuwenden. Im Gegenteil: Je besser die Kommunikation nach außen (und nach innen) gesteuert wird und vor allem (am besten vorab) festgelegt ist, wer mit der Presse spricht, desto mehr ist für den Erhalt der **Unternehmensreputation** gewonnen. Mitunter so viel, dass es juristischer Hilfe gar nicht bedarf.

Unternehmenskommunikation ist kein Mittel des Rechts – aber juristische Beratung ist oft erforderlich

Mit den Mitteln des Rechts lässt sich Unternehmenskommunikation nicht planen und auch nicht steuern. Dennoch: Die parallele juristische Beratung in der Krise empfiehlt sich häufig sehr. Denn was die Kommunikationsberatung nicht oder nur bedingt kann, können die Juristen: Rechtliche Folgen einer Äußerung, mithin der gesamten Unternehmenskommunikation, abschätzen, d.h. für das Unternehmen, seine Mitarbeiter, seine Verantwortlichen und für Dritte. Am bedeutsamsten ist für betroffene Unternehmen dabei meist die Kommunikation mit der Presse, weil auch diese buchstäblich vor der

Türe steht. Die Kommunikation über öffentliche Kanäle wie Twitter, Facebook u.a. muss heute selbstverständlich immer mitbedacht werden. Nur für die Kommunikation mit Behörden erscheint es allerdings ohne weiteres selbstverständlich, sofort auch das Justizariat einzuschalten oder externen Rechtsrat einzuholen. Bei einer Durchsuchung durch das Bundeskartellamt werden dann Kartellrechtler und Strafrechtler hinzu zu ziehen sein. Bei skandalösen Zuständen in einem Lebensmittel verarbeitenden Betrieb hingegen Lebensmittelrechtler.

Presserecht und Unternehmenskommunikation

Originär presserechtlicher Beratung kann neben präventiven und begleitenden Funktionen eine repressive Aufgabe zukommen, etwa wenn es darum geht, für das Ansehen eines Unternehmens rechtswidrige, abträgliche **Äußerungen Dritter** zu korrigieren oder zu verbieten. Immer häufiger müssen heute unwahre Behauptungen in den sozialen Medien angegriffen werden. Wie stets kommen daneben Medienunternehmen als Gegner presserechtlicher Ansprüche in Betracht, da sie für die Verbreitung von Äußerungen Dritter haften. Die Medien müssen dabei immer die Grundsätze der **Verdachtsberichterstattung** beachten, dürfen also nicht vorverurteilen und Tatsachen als feststehend wahr berichten, deren Wahrheitsgehalt noch gar nicht feststeht. Auch sind die Betroffenen zu hören und es muss ein hinreichender Anlass für eine identifizierende Berichterstattung bestehen. Fehlt es an nur einem Punkt, muss die Berichterstattung unterbleiben oder das betroffene Unternehmen muss in der Berichterstattung anonymisiert werden. Fehler bei der Verdachtsberichterstattung können Unterlassungs- und Gendarstellungsansprüche, manchmal sogar Schadensersatzansprüche auslösen. Selbstverständlich können auch Äußerungen einzelner Personen ausnahmsweise sehr teuer werden, man denke nur an den einen Satz, der den Kirch-Konzern zum Untergang gebracht und die Deutsche Bank fast 900 Mio. Euro gekostet hat.



Unternehmensreputation
 Äußerungen Dritter
 Verdachtsberichterstattung
 Unternehmenspersönlichkeitsrecht
 Unterlassungsansprüche

Eine Berichterstattung im Zeitpunkt der Recherche, also vor Veröffentlichung, zu verhindern, wird nur äußerst selten gelingen. Selbst dann nicht, wenn man – etwa aufgrund eines umfassenden Fragebogens, um dessen Beantwortung man in kürzester Zeit gebeten wird – als Betroffener befürchten muss, dass bestimmte Zusammenhänge in der künftigen Berichterstattung unwahr und das **Unternehmenspersönlichkeitsrecht** schädigend dargestellt werden. Nur in extremen Ausnahmefällen können daher Gesetzesübertretungen der Presse während der Recherche dazu führen, dass eine Berichterstattung vorab untersagt wird. Der BGH hat vor zwei Jahren die Ausstrahlung von Videoaufnahmen aus Hühnerställen, die erhebliche Missstände und Verstöße gegen Tierschutzbestimmungen dokumentierten, erlaubt, obwohl die Kameras nachts unter Verstoß gegen §123 StGB in den Ställen angebracht worden waren (Urt. v. 10.4.18 – VI ZR 296/16).

Whistle Blower: Die größte Gefahr kommt von innen

Äußerungsrechtlich besonders spannende, für Unternehmen – und oft auch für Behörden – aber sehr kritische Fälle, sind diejenigen, in denen ein Unternehmen oder eine staatliche Organisation von Whistle Blowern angegriffen wird, der Gegner also aus den eigenen Reihen kommt. Kennt das betroffene Unternehmen den „Maulwurf“, ist dies für die Folgenabschätzung und für die Einschätzung der Lage ungemein hilfreich. Denn nicht zwangsläufig müssen Whistle Blower immer die Wahrheit sagen. Dann ist es hilfreich, wenn weitere für das Unternehmen oder die Behörde schädliche Äußerungen unterbunden werden können. Ist der Whistle Blower hingegen unbekannt und könnte er sogar noch im Unternehmen arbeiten, erschwert dies die richtige Kommunikationsstrategie erheblich.

Bei der Planung von Abwehrmaßnahmen darf man sich als Betroffener keine Hoffnungen machen, dass die Presse den Namen eines Informanten preisgibt und die

undichte Stelle auf diese Weise gefunden und zum Verstummen gebracht werden kann. Schon früh haben Verleger, wie etwa Rudolf Augstein, bewiesen, dass man als Journalist lieber ins Gefängnis geht, anstatt seine Quelle zu verbrennen (vgl. BVerfG, Urt. v. 5.8.66 – Az. 1 BvR 586/62- SPIEGEL).

Ebenfalls nicht beizukommen ist den Medien mit Hilfe des Urheberrechts, wenn die Presse umfangreiche Dokumente zum Nachweis der Wahrheit und Authentizität des Verdachts veröffentlicht. Der BGH wies nach Vorlage an den EuGH erst Ende April dieses Jahres in der Entscheidung „Afghanistan-Papiere“ entsprechende **Unterlassungsansprüche** der Bundesrepublik Deutschland ab (I ZR 1399/15), mit denen diese die Westdeutsche Allgemeine Zeitung daran hindern wollte, die als Verschlussache eingestuft Berichte des Parlaments über die Sicherheitslage in Afghanistan abzdrukken.

Zusammenfassend zeigt sich, dass einem Unternehmen in der Krise nicht nur ein Kommunikationsberater helfen kann, sondern das krisenbedrohte Unternehmen optimal erst mit einer flankierenden presserechtlichen und fachspezifisch juristischen Beratung aufgestellt sind.

CBH Rechtsanwälte

zählt mit rund 100 Berufsträgern zu den TOP 50 Wirtschaftskanzleien in Deutschland. Am Kölner Standort wurde die Kanzlei 1963 gegründet und ist bundesweit vertreten. CBH ist auf fünf strategische Schwerpunkte des Wirtschafts- und Verwaltungsrechts fokussiert: Unternehmen & Finanzen, Personal & Sozialwesen, Geistiges Eigentum, Medien & IT, Bau & Immobilien sowie Verwaltung & Wirtschaft.

Ansprechpartner:
 Herr André Ueckert
 Managing Partner
 Fachanwalt für Arbeitsrecht
 a.ueckert@cbh.de
 T 0221 95 190-85

CBH Rechtsanwälte
 Cornelius Bartenbach Haesemann & Partner
 Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB
 Bismarckstraße 11-13
 50672 Köln
 www.cbh.de