



School of
Management and Law

Interdisziplinäre und transnationale Weiterbildung in der Litigation-PR

Konzepte für zielgruppenorientierte und modulare
Weiterbildungsangebote in der Litigation-PR für die
«DACH-Region»

Eine Studie des Zentrums für
Wettbewerbs- und Handelsrecht

Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf
Dr. Daniel Hardegger

Umsetzungspartner:



IMPRESSUM

Herausgeber

ZHAW School of Management and Law
Stadthausstrasse 14
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

Zentrum für Wettbewerbs- und Handelsrecht
www.zhaw.ch/de/sml/institute-zentren/zwh/

Projektleitung, Kontakt

Prof. Dr. Patrick Krauskopf
patrick.krauskopf@zhaw.ch

Dr. Daniel Hardegger
daniel.hardegger@zhaw.ch

28. Februar, 2020

Copyright © 2020
ZHAW School of Management and Law

Alle Rechte für den Nachdruck und die
Vervielfältigung dieser Arbeit liegen bei der
Zentrum für Wettbewerbs- und Handelsrecht der
ZHAW School of Management and Law.
Die Weitergabe an Dritte bleibt ausgeschlossen.

Fassung vom 2. Januar 2020

Abstract

Im Rahmen dieser explorativen Fallstudie untersuchen Prof. Dr. Patrick Krauskopf und Dr. Daniel Hardegger die inhaltlichen, konzeptuellen und strukturellen Herausforderungen in Bezug auf Weiterbildungsangebote in der Litigation-PR in Deutschland, Österreich und der Schweiz («DACH-Region»). Als zusammenfassender Begriff aus Rechtskommunikation, Öffentlichkeits- und Pressearbeit sowie politischer Kommunikation bildet sie das ganze Spannungsfeld ab, das professionelle Kommunikation im Rahmen juristischer oder gesetzgeberischer Auseinandersetzungen abzubilden hat. Dennoch gibt es bis heute kein nachhaltiges, Wissenschaft und Praxis verbindendes und innovatives Weiterbildungsangebot in der «DACH-Region», das die gesamte Diversität der Thematik abzubilden vermag. Dementsprechend stehen im Mittelpunkt dieser Studie die Erwartungen und Bedürfnisse von Organisationen, ExpertInnen und erweiterter Zielgruppen bezüglich möglicher Weiterbildungsangebote sowie die Ausarbeitung erster möglicher Konzepte, die diese Erwartungen und Bedürfnisse erfüllen können.

Key-Words: Rechtskommunikation, Public Affairs, Public Relations, Politikwissenschaften, Kommunikationswissenschaften, explorative Studie, Rechtswissenschaften, Interdisziplinarität

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Einleitung	1
Hauptteil	2
1.1. Methodologie	2
1.1.1. Litigation-PR-Workshop Berlin	3
1.1.2. Explorative Interviews	4
1.1.3. Litigation-PR-Workshop Wien	5
1.1.4. Fazit zur Methodologie	5
1.2. Bestehende Akademische (Weiter-)bildungsangebote	6
1.3. Struktur möglicher Weiterbildungsangebote	7
1.4. Inhaltliche Implikationen der Interviews	8
1.5. Die modulare Litigation-PR-Weiterbildung	10
1.5.1. Lehrmethodik: Praxisorientierung und Format	10
1.5.2. CAS Rechtssprache und juristisches Denken	11
1.5.3. CAS Medienarbeit und Public Relations	12
1.5.4. CAS Rechtskommunikation und Public Affairs	13
1.5.5. CAS Strategic Foresight für die Litigation-PR	14
1.5.6. CAS Strategisches Litigation-PR-Management	16
1.5.7. CAS Cross Border-Litigation-PR	17
1.5.8. CAS Digital-Litigation-PR	18
1.5.9. Abschluss Litigation-PR-Weiterbildung	19
1.5.10. Exkurs: Das Einführungsblockseminar	19
Fazit	20
1.6. Schliessung der Angebotslücke	21
1.7. «Community Building» durch Weiterbildung	22
1.8. Forschungs- und Diskussionsbedarf	24
Exekutive Summary	26
Literaturverzeichnis	27
Abbildungsverzeichnis	29
Appendix I: Interviewleitfaden	30
1. Einleitung	30
2. Kurzvorstellung	30
3. Interviewleitfragen	30
3.1. Rahmendaten	30
3.2. Einführungsfragen	30

3.3.	Litigation-PR in der Organisation	31
3.4.	Information zu Litigation-PR-Inhalten?	31
3.5.	Vergleich der DACH-Staaten und deren Themen	31
3.6.	Inhalte des Kurses	31
3.7.	Struktur des Kurses	31
3.8.	Digitale Bildungs- und Beratungsmöglichkeiten zur Litigation-PR	31
3.9.	Litigation-PR-Datenbank und -Community der ZHAW SML	31
4.	Verabschiedung	32
Appendix II: Auswertungsformular		33
1.	Einleitung	33
2.	Auswertungsformular	33
Appendix III: Forschungsprozess		35
	Zeit	35
	Konzeptionsphase	35
	Datenerhebung und -auswertungsphase	35
	Validierungsphase	35
	Abschlussphase	35
Autoren		36
	Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf	36
	Dr. Daniel Hardegger	36
Partner		37

Einleitung

«Jeder einzelne hat heute die Macht, die früher ein
Medium hatte.»

- Florian Klenk, Dr. phil., Chefredakteur falter-

Unter Litigation-PR versteht man die kommunikative Begleitung und Unterstützung von Stakeholdern im Rahmen von Rechtsstreitigkeiten. Ziel der Litigation-PR ist es unter anderem, die juristische Strategie kommunikativ zu unterstützen, um Schäden an der Reputation der involvierten Stakeholder zu vermeiden und gleichzeitig die jeweilige Perspektive und Position nachhaltig zu präsentieren und zu kommunizieren. Denn Personen oder Organisationen, wie Unternehmen, Behörden, Stiftungen oder Vereine, die im Rahmen juristischer oder gesetzgeberischer Auseinandersetzungen einer entsprechenden, teils ungewollten, Öffentlichkeit ausgesetzt sind, sind mit unterschiedlichsten Reputationsrisiken konfrontiert. Die verstärkte mediale Berichterstattung und damit einhergehende öffentliche Wahrnehmung können dabei einen negativen Einfluss auf die Entwicklung einer Organisation und ihre Mitarbeiter haben, aber auch das persönliche und berufliche Umfeld der Betroffenen negativ beeinflussen. Denn selbst wenn ein Prozess vor Gericht gewonnen wird, kann der dieser aus der Perspektive der Medien und der Öffentlichkeit „verloren“ werden.

Die genannten Herausforderungen erfordern Kenntnisse in den unterschiedlichsten Disziplinen wie der Rechts-, Sozial- oder Kommunikationswissenschaft. Für die Entwicklung nachhaltiger und innovativer Weiterbildungsangebote bedeutet dies, dass sie einerseits die entsprechenden Inhalte gesamtheitlich abbilden müssen, gleichzeitig müssen sie die Bedürfnisse und bestehenden Kenntnisse der Zielgruppen, wie JuristInnen, KommunikationsexpertInnen oder JournalistInnen, ebenfalls miteinbeziehen.

Das Ziel dieser explorativen Studie ist es Lösungsansätze zu entwickeln, wie Weiterbildungsangebote für die Litigation-PR aussehen könnten. Die Daten der Studie basieren dabei auf qualitativen Quellen wie Interviews mit ExpertInnen sowie zwei ko-kreativen Workshops mit ausgewählten Litigation-PR-ExpertInnen. Auf Basis der Interviews sowie des Workshops erfolgt eine erste Strukturierung der Erkenntnisse sowie die Entwicklung resp. Ableitung erster Hypothesen, die einerseits in folgenden Studien weiter zu belegen bzw. zu falsifizieren wären sowie entsprechende Diskussionen anregen sollen und andererseits erste Entwicklungen entsprechender Weiterbildungsangebote zu diesem Thema anzustossen.

Die explorative Studie liefert die Basis für die Entwicklung erster nachhaltiger Weiterbildungsangebote im Bereich der Litigation-PR in der «DACH-Region».

Hauptteil

1.1. METHODOLOGIE

Die Studie folgt einem dreistufigen Aufbau. Zur Exploration grundlegender Bedürfnisse der Zielgruppen der Weiterbildungsangebote im Bereich Litigation-PR wurde ein mehrstündiger ExpertInnenworkshop in Berlin durchgeführt. Dafür wurden 25 ExpertInnen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz eingeladen, die sowohl kommunikative als auch juristische Bereiche abdecken konnten. Um die Litigation-PR in ihrer Breite zu erfassen, wurden sowohl ExpertInnen aus wirtschaftsnahen Bereichen wie auch Organisationen aus dem Themenfeld der Strafverfolgung und Rechtsprechung angesprochen. Die Auswahl der ExpertInnen erfolgte auf Grundlage einer umfassenden Literaturreview, in dessen Rahmen die relevantesten Stakeholdergruppen identifiziert wurden (siehe dazu z.B. Wagner (1987) sowie Holzinger und Wolff (2009)).

In einem zweiten Schritt wurden teilstandardisierte Expertengespräche, nach dem Prinzip des offenen Interviews, durchgeführt. Ziel war es, etwa zwölf ExpertInnen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zu befragen. Die Form des offenen Interviews mit standardisierter Grundstruktur wurde gewählt, um einerseits eine Vergleichbarkeit der einzelnen Interviews zu gewährleisten, andererseits den Interviewenden die Möglichkeit zu geben, bei bestimmten Themen detailliert nachfragen zu können. Erneut wurden ExpertInnen aus allen für die Litigation-PR relevanten Teilgebieten um ein Interview gebeten. Dazu gehören Kommunikationsberatungen, PR-Agenturen, Politikberatungen, Kommunikationsabteilungen von Unternehmen sowie NPOs/NGOs, Presse, Justiz (Straf- /Zivilrecht) sowie Kanzleien in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Diese Tätigkeitsbereiche sollten über alle drei Länder hinweg möglichst gleich repräsentiert sein.

Als letzter Schritt wurden die vorläufigen Erkenntnisse und Lösungsvorschläge im Rahmen eines ko-kreativen Workshops in Wien weiterentwickelt. Es wurden 25 ExpertInnen aus den unterschiedlichsten Bereichen, wie der Justiz, der Politik- und Kommunikationsberatung und den Medien, eingeladen. Im Vorfeld des Workshops wurde ausserdem allen Teilnehmenden den aktuellsten Stand der Studie zugesandt, um den Austausch mit und zwischen den Teilnehmenden möglichst fokussiert.

Um den Untersuchungsbereich möglichst ausführlich zu erkunden, wurde ein exploratives Vorgehen gewählt. So war es das Ziel dieser Studie, mögliche Ausbildungsinhalte für die Weiterbildung im Themenfeld Litigation-PR zu identifizieren, ohne dabei a priori Bereiche durch die Wahl der Erhebungsmethoden auszuschliessen. Vielmehr sollten die ExpertInnen während des Workshops und des Interviews frei ihre Sicht auf das Thema schildern können. Darüber hinaus war es von grossem Interesse, detaillierte Informationen über das individuelle Verständnis des Begriffs Litigation-PR zu erfahren und dabei auch persönliche Negativ- und Positivbeispiele der Teilnehmende zu sammeln, die die Chancen und Risiken der Litigation-PR besonders deutlich machen.

Forschungsprozess

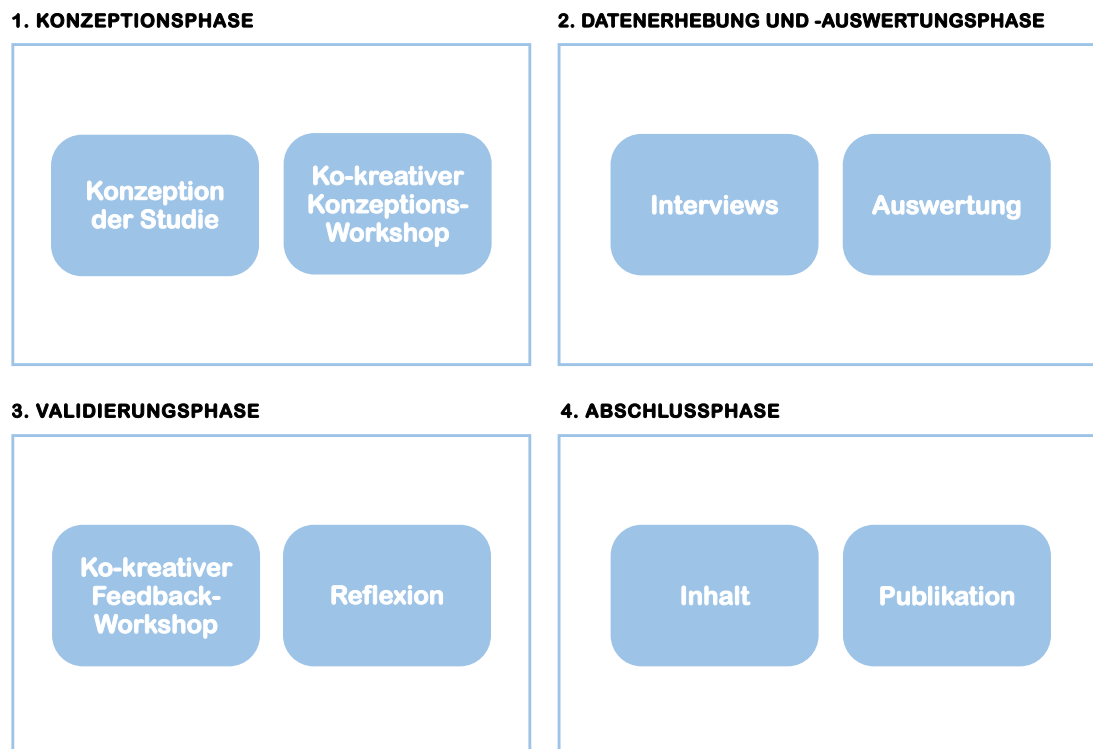


Abbildung 1. Schematische Darstellung des Forschungsprozesses.

1.1.1. Litigation-PR-Workshop Berlin

In einem ko-kreativen Prozess an der Hertie School in Berlin wurden die geladenen ExpertInnen zu den idealen Inhalten und zur Grobstruktur möglicher Weiterbildungsangebote befragt. In einem ersten Teil wurde im Plenum diskutiert, welche Kenntnisse, Methoden, Fähigkeiten, etc. Litigation-PR auszeichnen. Für diesen Schritt standen den Teilnehmenden 15 – 20 Minuten zur Verfügung. Anschliessend wurden die genannten Begriffe von allen Teilnehmenden mit Punkten bewertet. Jeder der Teilnehmenden erhielt 3 – 5 Punkte, die in 5 – 10 Minuten beliebig auf die vorhandenen Begriffe verteilt werden konnten. Anschliessend wurden die Teilnehmenden in mehrere Gruppen aufgeteilt, die jeweils alle thematischen Bereiche abdecken konnten. Dafür wurden die Teilnehmenden vorab Gruppen zugewiesen, wobei darauf geachtet wurde, die Gruppen sowohl fach- als auch branchenspezifisch möglichst heterogen zu gestalten. Für diese Phase waren 50 – 60 Minuten vorgesehen. Dabei galt es folgende Fragen zu beantworten:

1. Inhalte: Welche Inhalte müssten vermittelt werden und in welcher Form soll diese Vermittlung erfolgen?
2. Zielgruppen: Welche Zielgruppen lassen sich identifizieren (institutionelle und gesellschaftliche)?
3. Welchen Themen (berufliche, geschäftliche, organisationsspezifische, oder intrinsische) könnten die Zielgruppen an Litigation-PR interessiert sein?
4. Logistik/Struktur: Wie soll der Kurs logistisch und zeitlich strukturiert sein, um den persönlichen, beruflichen und organisationsbezogenen Bedürfnissen möglichst gerecht zu werden?

Abschliessend wurden die Konzepte jeder Gruppe im Plenum vorgestellt und diskutiert. Die Teilnehmenden hatten die Gelegenheit, zu den Konzepten der anderen Gruppen Fragen zu stellen und kritische Anmerkungen zu machen. Nach Vorstellung aller Gruppen hatten die Teilnehmenden die Gelegenheit, die für sie relevanten Kursinhalte mit Klebezetteln zu markieren. Dabei sollten die Inhalte markiert werden, die sie selbst interessant fänden, solche, die

für ihre Kollegen im Rahmen eines Weiterbildungsprogramms vertiefen sollten, und schliesslich solche, bei denen sie sich selbst als mögliche ExpertInnen im Rahmen einer Weiterbildung sähen.

Die Ergebnisse des Workshops wurden anschliessend aufbereitet und für die Entwicklung des Interviewleitfadens herangezogen. Besonderes Augenmerk wurde auf sich wiederholende Inhalte gelegt, die von einer Mehrzahl der ExpertInnen als besonders relevant betrachtet wurden. Auch die Markierungen der Teilnehmenden wurden gesondert analysiert. Diese Inhalte wurden mit den Ergebnissen der ExpertInneninterviews abgeglichen und gegebenenfalls weiter ausgebaut.

1.1.2. Explorative Interviews

Die Teilnehmendenakquise wurde zentral durch die ZHAW SML gesteuert und erfolgte per E-Mail über einen Zeitraum von sechs Wochen. Die Anfrage enthielt Informationen zum Hintergrund der Studie, die weitere Verwendung durch die ZHAW sowie eine Begründung, warum die jeweilige Person angefragt wurde. Des Weiteren wurde darauf hingewiesen, dass die Interviews vertraulich behandelt werden und eine namentliche Zitation nur auf ausdrücklichen Wunsch erfolgt. Angefragten ExpertInnen wurden jeweils zwei Wochen eingeräumt, auf die E-Mail zu antworten. Nach einer Woche erhielten die angefragten Personen, die noch nicht geantwortet hatten, eine Erinnerung, ebenfalls per E-Mail. Die Interviews fanden in der Zeit vom 22. Oktober bis 20. Dezember 2020 statt. Insgesamt wurden 12 ExpertInnen angesprochen. Für das Interview wurden 30 bis 40 Minuten veranschlagt. Zur Ergebnisdokumentation wurden die Interviews aufgezeichnet.

Der Interviewleitfragen bezog sich auf die organisationale Verankerung von Litigation-PR, der Informations- und Literaturbeschaffung zu relevanten Themen der Litigation-PR, einem Vergleich zwischen den DACH-Staaten, zu Inhalten und Struktur eines möglichen Litigation-PR-Kurses sowie zu digitalen Bildungs- und Beratungsmöglichkeiten. Insgesamt umfasst der Leitfaden acht inhaltliche Kategorien. Der detaillierte Interviewleitfaden ist im Anhang zu finden und soll im folgenden nur Überblicksartig dargestellt werden.

Der Ablauf des Interviews folgte einem standardisierten Schema: Zu Beginn beschrieben die ExpertInnen ihre aktuelle Position und Tätigkeit, u.a. auch in Bezug auf die Litigation-PR. Anschliessend wurden die ExpertInnen gebeten zu beschreiben, was sie mit dem Begriff Litigation-PR verbinden sowie positive und negative Erlebnisse oder Erfahrungen mit dem Begriff zu skizzieren. Gefragt wurde ausserdem, ob es überraschende Erlebnisse gab, die mit dem Begriff verbunden werden. Anschliessend folgten mehrere Fragen zur organisationalen Verankerung der Litigation-PR. Hierbei wurden organisationale Strukturen und Verantwortlichkeiten erfragt, die Rückschlüsse auf den Umgang mit Themen der Litigation-PR erlauben. So wurde beispielsweise abgeklärt, ob Litigation-PR einer bestimmten Abteilung zugeordnet ist, das Thema direkt von der Geschäftsführung verantwortet, oder ob dieses eher beiläufig behandelt wird. Ausserdem wurden aktuelle Bezüge zum Thema erfragt und ob diese eher punktuell von Relevanz sind, oder kontinuierlich Beachtung verlangen. Nach Abschluss dieser Kategorie wurde im nächsten Teil des Interviews die Informationsbeschaffung erfasst. Dazu wurden die ExpertInnen befragt, wie sie sich über aktuelle Entwicklungen im Bereich der Litigation-PR informieren, welche Quellen sie dabei benutzen und welche sie dabei als besonders hilfreich bzw. informativ bewerten. Die nachfolgende Kategorie befasste sich mit einem Vergleich der DACH-Staaten und den jeweiligen Schwerpunktthemen in diesen Ländern. Der Fokus lag dabei herauszufinden, welche Fragestellungen der Litigation-PR über die drei Länder hinweg immer wieder auftauchen resp. welche Themen vor allem landesspezifisch diskutiert werden.

Nachdem diese eher kontextuellen Fragen beantwortet waren, ging es um konkrete Inhalte und Strukturen möglicher Weiterbildungsangebote. Dafür wurden die ExpertInnen explizit gefragt, welche Inhalte der für sie optimale Kurs enthalten müsse, damit sie bzw. ihre Organisation die Weiterbildung nutzen würden. Zudem wurden die ExpertInnen gebeten, die Wahl der Inhalte kurz zu begründen. Neben wünschenswerten Inhalten wurde zudem explizit danach gefragt, welche Inhalte in einem solchen Kurs nicht enthalten sein sollten. Hinsichtlich der Struktur des Kurses ging es vor allem um Fragen der Flexibilität und Modularisierung der Inhalte sowie die logistischen Anforderungen, sollte der Kurs in Berlin, Wien und Zürich stattfinden.

Zum Abschluss des Interviews wurden die ExpertInnen gefragt, ob noch ungeklärte Fragen bestünden. War dies nicht der Fall, wurde das Einverständnis für eine weitere Kontaktaufnahme bei Rückfragen eingeholt und dem/der ExpertIn für das Interview gedankt.

1.1.3. Litigation-PR-Workshop Wien

Den Abschluss der Studie markierte ein zweiter ko-kreativen Prozess mit ausgewählten ExpertInnen, in dessen Rahmen die wichtigsten Erkenntnisse diskutiert und von diesen reflektiert wurden. Dazu wurde zu Beginn nochmals das Vorgehen im Rahmen der Studie erläutert, um die Teilnehmenden auf einen gemeinsamen Wissensstand zu bringen, und die vier grössten Herausforderungen, die im Rahmen des Workshops in Berlin und des Interviews identifiziert wurden, präsentiert. Anschliessend wurden die Teilnehmende in vier Gruppen aufgeteilt, um sich jeweils abwechselnd den vier Herausforderungen stellen zu können. Wie in Berlin wurden auch im Rahmen des Workshops in Wien die Gruppen vorab zusammengestellt und dabei darauf geachtet, dass die Gruppen sowohl fach- als auch branchenspezifisch möglichst heterogen gestaltet sind. Für den Austausch in Arbeitsgruppen wurde eine Stunde eingeplant, wobei jede Gruppe für jede Herausforderung jeweils gut zwölf Minuten zur Verfügung hatte. Jede Herausforderung wurde von einem Moderator/einer Moderatorin betreut, der/die die Aufgabe hatte, die Diskussion zu leiten und zu inspirieren sowie die Inhalte der Arbeitsgruppen zu protokollieren. Die von Arbeitsgruppen diskutierten Herausforderungen waren dabei die folgenden:

1. CAS Rechtskommunikation: Was müssen die Inhalte einer Weiterbildung in der Rechtskommunikation sein, so dass sie sich von den anderen beiden Basis-Disziplinen abgrenzt? Was sind die besten «Case Studies»?
2. Litigation-PR-«Code of Conduct»: Auf welchen «Werten» müsste ein «Code of Conduct» für die Litigation-PR basieren? Wie könnte das «Leben dieser Werte» aussehen?
3. CAS Cross-Border-Litigation-PR (in der DACH-Region): Wie muss eine Weiterbildung in der Litigation-PR strukturiert sein, dass sie den ganzen DACH-Raum erfahrbar macht?
4. KPIs der Litigation-PR: Wie müssten quantitative und qualitative KPIs definiert sein? Gibt es Beispiele aus den Litigation-PR, aber auch anderen Disziplinen?

Nach Abschluss der Arbeitsgruppendifkussionen wurden die Resultate derselbigen von den jeweiligen ModeratorInnen im Plenum vorgestellt. Dabei hatten alle ExpertInnen nochmals die Gelegenheit, zu den Konzepten der anderen Gruppen Fragen zu stellen, kritische Anmerkungen oder zusätzliche Inhalte oder Ideen einzubringen.

Das im Rahmen des Workshops gesammelten Feedback wurde anschliessend aufbereitet und genutzt, um die Studie in den kritischen Punkten zu überarbeiten. Insbesondere die im Rahmen der Arbeitsgruppen diskutierten Herausforderungen konnten so präzisiert werden. Gleichzeitig konnten so auch die Handlungsempfehlungen für die Entwicklung der Weiterbildungsangebote, aber auch bezüglich Forschung und Praxis in der Litigation-PR, verbessert werden.

1.1.4. Fazit zur Methodologie

Insgesamt ist das gewählte Vorgehen sowohl im Hinblick auf die zur Verfügung stehenden Ressourcen, den Mangel nachhaltiger wissenschaftlicher Forschung zum Thema Litigation-PR, als auch im Hinblick auf die Inter- und Transdisziplinarität der Litigation-PR als sinnvoll zu bewerten. Der zu Beginn der Studie durchgeführte Workshop ermöglichte es, in einem ko-kreativen Prozess relevante Inhalte zu identifizieren und diese direkt mit den anwesenden ExpertInnen zu diskutieren. Dadurch liessen sich besonders relevante Inhalte schnell sammeln und bereits für die Interviews vorstrukturieren. Durch den interdisziplinären Hintergrund der teilnehmenden ExpertInnen wurde zudem schnell ein stakeholderspezifischer Fokus deutlich, der einen Einblick in die jeweilige Schwerpunktsetzungen der Berufsgruppen ermöglichte. Dadurch konnte bei der Gestaltung des Interviewleitfadens und der Rekrutierung von ExpertInnen bereits darauf geachtet werden, dass die relevante Kursinhalte aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet werden. Ein weiterer Vorteil dieses Vorgehens lag darin, dass jene Personen, die zwar Interesse am Thema bekundet hatten, am Tag des Workshops jedoch verhindert waren, teilweise bereits als ExpertInnen für die Interviews gewonnen werden konnten. Dies erleichterte die Rekrutierung erheblich.

Die Durchführung der Interviews gestaltete sich als unproblematisch. Einzelne Interviews mussten aufgrund unvorhersehbarer Umstände neu terminiert werden, wurden aber in allen Fällen nachgeholt. Dies wird als ein Beleg dafür gewertet, dass die angesprochenen ExpertInnen die Thematik als relevant einschätzten und entsprechend interessiert waren, an den Interviews teilzunehmen. Dies zeigte sich über alle Berufsgruppen hinweg.

Obwohl die Teilnehmer häufig durch ihre berufliche Einbindung wenig zusätzliche Ressourcen für ein Interview bereitstellen konnten, war die Erfolgsquote zufriedenstellend. Von den 20 eingeladenen Personen erhielten wir 13 Rückmeldungen und führten letztlich 12 Interviews durch. Die Rücklaufquote ist damit grundsätzlich zufriedenstellend. In nur sehr wenigen Fällen blieb eine Reaktion auf unsere Ansprache komplett aus. Die Interviews dauerten im Durchschnitt gut 45 Minuten.

Die Integration der Ergebnisse der Workshops und Interviews verlief ebenfalls unproblematisch. Aufgrund des dreistufigen Vorgehens gelang es, sowohl einen diversen Überblick über die relevanten Themenfelder der Litigation-PR zu gewinnen als auch im Rahmen der ExpertInneninterviews detaillierte Informationen über einzelne Teilbereiche zu erlangen. Darüber hinaus war es so möglich, die im Workshop in Berlin entwickelten Konzepte mit den Erkenntnissen der Interviews abzugleichen resp. diese zu ergänzen. Dabei zeigte sich, dass einzelne Aspekte in beiden Formaten wiederholt genannt wurden. So war beispielsweise die Unterteilung in Basis- und Vertiefungsbereiche ein häufig genannter Aspekt, der entsprechend für den Entwurf der Kurse Berücksichtigung fand. Der Workshop am Ende der Studie zur Reflexion der Erkenntnisse mit ausgewählten ExpertInnen ermöglichte es schliesslich, einen Blick von aussen auf die Resultate der Studie sichtbar machen und einbinden zu können. Ausserdem konnten einige im Rahmen der Studie identifizierten Herausforderungen mit den ExpertInnen diskutiert und ihre Expertise eingebunden werden. Das ermöglichte es, dass bereits bestehende innovative Lösungsvorschläge, die auch im Workshop in Berlin und den Interviews eingebracht wurden, jedoch aufgrund des inhaltlichen Fokus der Studie aus der Analyse gefallen waren, wieder eingebunden und in die Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen aufgenommen werden konnten.

1.2. BESTEHENDE AKADEMISCHE (WEITER-)BILDUNGSANGEBOTE

Eine nachhaltige universitäre Ausbildung und Weiterbildung in der Rechtskommunikation, entweder als eigener Studiengang oder integriert in bestehende Studiengänge, sucht man in der «DACH-Region» grösstenteils vergebens. Zwar gibt es unterschiedliche Bachelor- und konsekutive Masterprogramme, die sich mit Kommunikationswissenschaft, -management oder PR befassen (beispielsweise am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig), jedoch kein Programm, das sich explizit der Litigation-PR bzw. Rechtskommunikation verschreibt und die ganze thematische Bandbreite abzubilden versucht. Gleichzeitig wurden und werden jedoch Inhalte an den juristischen Fakultäten in Deutschland angeboten, jedoch integriert in bestehende reguläre Studiengänge und nicht als fokussierte vertiefende Weiterbildung. So gab es an der Freien Universität Berlin in der Vergangenheit ein Blockseminar „Rechtskommunikation, Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit – Deutsch für Juristen“ das sich unter anderem mit der Rechtskommunikation befasst hat. Ein weiteres Seminar wurde an der Humboldt-Universität zu Berlin angeboten. Im Studiengang Rechtswissenschaft der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg ist Rechtskommunikation Teil des Studiengangs Rechtswissenschaft und wird dort als Teil der Schlüsselqualifikationen angeboten. Neben der Verankerung in rechtswissenschaftlichen Studiengängen wird Rechtskommunikation auch vereinzelt in anderen Studiengängen gelehrt. Die Universität Bayreuth bietet ein Modul in Strategischer Rechtskommunikation als Teil des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre an. Auch die Universität Hildesheim bietet einen Studiengang an, in dem Rechtskommunikation als Modul verankert ist. So umfasst der Master Barrierefreie Kommunikation ein Modul Barrierefreie Rechtskommunikation.

Etwas anders ist die Situation im Hinblick auf Weiterbildungsstudiengänge aus den Bereichen Kommunikationswissenschaften resp. -management. So existieren sowohl in Deutschland, Österreich als auch der Schweiz Angebote, jedoch umfassen auch diese in der Regel keine substanziellen Angebote zur Litigation-PR. In Deutschland bietet die z.B. SRH Fernhochschule einen weiterbildenden, viersemestrigen Masterstudiengang Medien- und Kommunikationsmanagement an, der lediglich eine einjährige Berufstätigkeit voraussetzt. In Österreich verantwortet die University of Applied Sciences St. Pölten ein viersemestriges Masterprogramm im Bereich PR & Kommunikationsmanagement, das sich an Personen richtet, die sich professionell mit Public Relations befassen wollen und nicht notwendigerweise bereits in diesem Feld gearbeitet haben. In der Schweiz gibt es gleich mehrere Programme, wie z.B. der Master of Advanced Studies (MAS) in Corporate Communication Management der Fachhochschule Nordwestschweiz. Dieser richtet sich jedoch, anders als z.B. im Falle des Masterprogramms der University of Applied Sciences St. Pölten, explizit an KommunikatorInnen mit einschlägiger

Berufserfahrung. Auch die Hochschule Luzern bietet einen MAS in Communication Management an, dessen Zielgruppe dem Programm der Fachhochschule Nordwestschweiz ähnelt.

1.3. STRUKTUR MÖGLICHER WEITERBILDUNGSANGEBOTE

Im Rahmen der Interviews zeigte sich, dass die Vorstellungen darüber, welche Zielgruppe und Struktur das Weiterbildungsprogramm haben sollte, sich teilweise deutlich unterscheiden. Zwar waren sich alle Personen einig, dass Weiterbildung im Bereich der Litigation-PR hilfreich ist, gleichwohl waren die Meinungen darüber, welche Zielgruppe besonders grossen Bedarf hätte, sehr verschieden. Einerseits wurden Journalisten genannt, die vielfach nicht über die nötige Expertise verfügen würden, um die Komplexität von Straf-, Zivil-, und Verwaltungsverfahren zu überblicken und nuanciert darüber berichten zu können. Ähnlich sei es um PR-ExpertInnen bestellt, denen ebenfalls häufig ein vertieftes Verständnis der juristischen Prozesse und Vorgänge fehlen würde, was im besten Fall zu Fehlern in der Koordination mit JuristInnen führe, im schlimmsten Falle den KlientInnen schade. Bei den AnwältInnen fehle hingegen häufig das Verständnis für Medienarbeit und Mediensysteme sowie Kenntnisse über die Vermittlung komplexer juristischer Sachverhalte im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit.

«Eine grössere Anzahl von Journalisten kennt sich bei den mitunter komplexen rechtlichen Hintergründen nicht wirklich gut oder sogar gar nicht aus. Sie haben aber trotzdem eine persönliche Meinung zu den Vorgängen, die sich auch durchaus in den Berichten niederschlägt.»

- Nicole Berkmann, Leiterin Konzernale PR und Information, Unternehmenssprecherin, SPAR Österreich -

Als Konsequenz dieser unterschiedlichen Sichtweisen war es nötig, ein auf unterschiedliche Zielgruppen zugeschnittenes Programm zu entwickeln. Dabei gilt es jedoch zu beachten, dass ein auf eine multidisziplinäre Zielgruppe ausgerichtetes Weiterbildungsprogramm dem unterschiedlichen Vorwissen und der Expertise der Teilnehmende gerecht werden muss. So brauchen z.B. JuristInnen keine weitere Basisausbildung in Rechtswissenschaft, PR-ExpertInnen müssen nicht in Medienarbeit unterrichtet werden. Das Weiterbildungsprogramm muss daher zwar einerseits Wissenslücken schliessen, jedoch jeweils angepasst auf eine bestimmte Zielgruppe. Auf Grundlage dieser Überlegungen wurde eine modulare Struktur gewählt, die es erlaubt, das nötige Wissen für unterschiedliche Zielgruppen aufzubereiten und eine redundante Vermittlung zu vermeiden.

«Es ist die Aufgabe von Staatsanwaltschaften, im Rahmen der Medienarbeit auch den Ablauf und das Ergebnis von strafrechtlichen Ermittlungsverfahren zu erklären.»

- René Ruprecht, Dr. jur., LL.M. LL.M., Oberstaatsanwalt, Leiter Medienstelle der Zentralen Staatsanwaltschaft zur Verfolgung von Wirtschaftsstrafsachen und Korruption -

Zudem wurde angemerkt, dass es Unterschiede darin gibt, auf welchen Stand man die Teilnehmenden bringen könnte. So wurde vielfach geäussert, dass das Ziel eines Weiterbildungsprogramms vor allem die Vermittlung vertiefter Kenntnisse resp. ein besseres Verständnis der jeweils anderen Disziplin sein müsse. Nicht möglich sei es hingegen, in einem zeitlich begrenzten Weiterbildungsprogramm die Kenntnisse zu vermitteln, die man normalerweise im Rahmen eines Studiums erwirbt. Das Ziel der Weiterbildungsangebote muss deswegen sein, ein besseres Verständnis der Arbeitsweisen und Herausforderungen der Disziplinen zu schaffen, wodurch die Zusammenarbeit und die Kommunikation zwischen den unterschiedlichen ExpertInnen nachhaltiger und weniger konfliktbehaftet verläuft.

In Kombination mit der Vermeidung redundanter Lehreinheiten ergibt sich ein zweistufiges Programm: In einer ersten Phase werden im Rahmen von Grundlagenmodulen (Basis-CAS) die Kenntnisse vermittelt, die der

jeweiligen Disziplin fehlen. JuristInnen können so beispielsweise Wissen über Mediensysteme, Medienformate und Social Media erwerben, während PR-ExpertInnen und JournalistInnen einen Basis-CAS zum Thema Recht besuchen. Anschliessend können Teilnehmende aus einer Reihe von interdisziplinären CAS vertiefte Kenntnisse in bestimmten Bereichen aneignen, wie etwa dem strategischen Litigation-PR-Management.

Obwohl einzelne Personen ein regelmässiges Format bevorzugten, bspw. in Form von zweiwöchentlichen Samstagsveranstaltungen, sprachen sich die GesprächspartnerInnen hinsichtlich der zeitlichen Taktung in der Mehrheit für Blockveranstaltungen als das präferierte Durchführungsformat aus. Dies hat vor allem organisatorische Gründe: So wurde wiederholt angegeben, dass eine längere Abwesenheit im beruflichen Alltag nicht zu realisieren wäre. Nichtsdestotrotz sollten auch die Blockveranstaltungen möglichst viele Gelegenheiten bieten, das Erlernte praktisch zu üben und im Rahmen der Weiterbildung darüber reflektieren zu können. Die Lösung wäre dementsprechend Weiterbildungsangebote in zwei bis drei Blockveranstaltungen mit entsprechendem zeitlichem Abstand durchzuführen, damit eine Reflektion der praktischen Umsetzung ermöglicht wird und schwierige Themen nochmals aufgegriffen und vertieft werden können.

Auch der Durchführungsort ist von grosser Relevanz. Ein Weiterbildungskurs, der alternierend in Berlin, Wien und Zürich durchgeführt werden würde, würde nach Aussage der InterviewpartnerInnen zu übermässigen logistischen Herausforderungen führen, was potentielle InteressentInnen eher abschrecke. Gleichzeitig wurde durch die InterviewpartnerInnen auch der Wunsch nach einem trans- resp. internationalem Austausch zum Thema Litigation-PR in der «DACH-Region» im Rahmen der Weiterbildungsangebote geäussert.

Daraus ergeben sich zwei Schlussfolgerungen für die Weiterbildungsangebote. Zum einen sollten die jeweiligen Kurse, auch wenn sie sich an ein DACH-Publikum richten, primär am gleichen Ort stattfinden, um die logistischen Anforderungen für die Teilnehmenden möglichst gering zu halten. Gleichzeitig müsste der Kurs sowohl bezüglich der Inhalte wie der Vermittlung dieser so strukturiert sein, dass er die Teilnehmenden aus der «DACH-Region» verbindet, um den Austausch zwischen diesen zu fördern. Dadurch würde die Diversität der Teilnehmenden nutzbar gemacht, was den Mehrwert insbesondere für Teilnehmende mit grösserem logistischen Aufwand erhöht. Mittelfristig böte es sich auch an, insbesondere die Basis-Weiterbildungsangebote enger an den jeweiligen regionalen resp. nationalen Anforderungen auszurichten, während die darauf aufbauenden Erweiterungs-Weiterbildungsangebote bewusst die DACH-Perspektive aufgreifen.

1.4. INHALTLICHE IMPLIKATIONEN DER INTERVIEWS

Neben diesen grundsätzlichen strukturellen Überlegungen umfassten die Interviews zudem weitreichende Empfehlungen, was die Inhalte eines Weiterbildungsprogramms in Litigation-PR umfassen muss. Ausserdem machen die unterschiedlichen Betrachtungen von Litigation-PR, Rechts- und Justizkommunikation nochmals deutlich, dass unterschiedliche Parteien auch unterschiedliche Vorstellungen davon haben, was eine solche Disziplin erreichen kann bzw. muss und welche Grenzen es bei der Praktizierung dieser zu beachten gilt.

**«Es ist oft besser, wenn man den Begriff
Rechtskommunikation verwendet. Das erklärt sich
leichter.»**

- Alfred Autischer, Gründer, Public Relations-Experte, Gaisberg Consulting -

So wurde Litigation-PR in den Interviews vielfach unterschiedlich verstanden, oder für einen ähnlichen Sachverhalt unterschiedliche Definitionen genannt: rechtssichere Kommunikation in Streitfällen, vor allem die Vermeidung rechtlicher Schritte; prozessbegleitende PR; Versuch der Verteidigung oder Nebenklage, die Medien in das Verfahren einzubinden und zu instrumentalisieren; oder kommunikative Begleitung von Gerichtsprozessen. Zudem verwendeten manche GesprächspartnerInnen Litigation-PR und Rechtskommunikation synonym, andere bevorzugten Rechtskommunikation, da diese weniger auf die Einflussnahme abzielt, wie dies bei der Litigation-PR der Fall ist. Weiterhin wurde der Begriff Justizkommunikation verwendet, der in Abgrenzung von Litigation-PR vor allem die Kommunikation von Gerichten beschreibt. Die Justizkommunikation verschreibt sich dabei vor allem der Vermittlung von Informationen und der Aufklärung über juristische Sachverhalte. Diese unterschiedlichen Ansätze,

Definitionen und Charakteristika sowie die damit einhergehenden fachlichen Diskussionen sollten sich in einem Weiterbildungsprogramm wiederfinden und mit den Teilnehmenden diskutiert werden, damit diese sich den terminologischen Herausforderungen im beruflichen Alltag bewusst sind.

«Litigation-PR ist Öffentlichkeitsarbeit der Prozessparteien – nicht des Gerichts.»

- Patrick Guidon, Prof. Dr. jur., Kantonsrichter St. Gallen, Honorarprofessor Universität St. Gallen, Präsident Schweizerische Richterinnen und Richtervereinigung -

Hinsichtlich möglicher Inhalte von Weiterbildungsangeboten waren die InterviewpartnerInnen häufig einer Meinung und spiegelten dabei auch die Ergebnisse des ersten Workshops wider. So wurde die Vermittlung eines grundlegenden juristischen Verständnisses als elementarer Bestandteil einer Litigation-PR-Weiterbildung verstanden. Dabei sollten, je nach Interesse, neben juristischen Grundlagen auch eine Vertiefung in Straf-, Zivil- und Verwaltungsrecht angeboten werden, um den individuellen Schwerpunkten der beruflichen Praxis gerecht zu werden. Zudem wurden wiederholt klassische PR-Themen wie Schreib- und Medientrainings, CEO-Positionierung oder organisationsbezogenes Reputationsmanagement genannt. Das Verständnis über die Funktionsweise von Redaktionen, der Arbeitsweise von JournalistInnen sowie ein Überblick über Mediensysteme sollte ebenfalls Bestandteil der Weiterbildung sein. Auch die Kommunikation in den sozialen Medien, und damit verbundene Probleme, sollten Teil des Kurses sein. Da es sich bei diesen Themen vielfach um Grundwissen handelt, eignen sich diese besonders für die Vermittlung in den Basis-CAS.

Berufspraktische Aspekte sollten ebenfalls durch die Weiterbildung adressiert werden. Dazu gehören sowohl ethische wie juristische Aspekte der täglichen Arbeit von Litigation-PR-PraktikerInnen. Bei den ethischen Aspekten geht es einerseits um gesellschaftspolitische und persönliche Verantwortung von Litigation-PR-PraktikerInnen im Rahmen ihrer Arbeit, andererseits aber auch darum, den Litigation-PR-PraktikerInnen ein Gefühl dafür zu vermitteln, welchen Einflüssen diese selbst ausgesetzt sind. Auch muss ein Wissen darüber erworben werden, wie weit Litigation-PR juristisch überhaupt gehen darf und welche Konsequenzen bei Überschreitung bestimmter Grenzen drohen. Hier bestünde bei allen Zielgruppen vielfach noch ein Defizit. Auch Themen rund um Datenschutz und Cybersicherheit seien im Tagesgeschäft zunehmend von Relevanz und sollten, bezogen auf die Litigation-PR, ebenfalls Teil einer Weiterbildung sein.

Ein weiterer Kursbaustein bezieht sich auf ein tiefergehendes Verständnis des «Ökosystems der Litigation-PR». Dazu gehören z.B. die bekanntesten PresserechtlerInnen, deren Methoden, die relevantesten Agenturen sowie einen generellen Überblick über den Kanzleimarkt. Dieses «Metawissen» wurde von vielen InterviewpartnerInnen als relevant betrachtet und auch im Rahmen des Workshops wiederholt angesprochen.

Im Folgenden soll nun ein Weiterbildungsprogramm beschrieben werden, dass die relevanten Erkenntnisse aus dem Workshop und den durchgeführten Interviews berücksichtigt.

1.5. DIE MODULARE LITIGATION-PR-WEITERBILDUNG

CAS (Certificate of Advanced Studies) sind berufsbegleitende Weiterbildungsangebote, die Interessierten die Möglichkeit eröffnen, sich wissenschaftlich mit einem Thema zu beschäftigen und die dabei gewonnenen Erkenntnisse in die Praxis zu übertragen, ohne dabei direkt den Abschluss eines akademischen Grades wie DAS (Diploma of Advanced Studies) oder MAS (Master of Advanced Studies) erwerben zu müssen. Sie werden nach dem European Credit Transfer System (ECTS) bewertet und damit europaweit anerkannt. Sie bieten damit die notwendige Flexibilität, die die Zielgruppe der Kurse, wie AnwältInnen, JournalistInnen, PR-ExpertInnen wünschen, sowohl im Hinblick die erforderlichen Präsenzzeiten sowie bezüglich der Möglichkeit, die Kursgestaltung den eigenen individuellen privaten und beruflichen Veränderungen anpassen zu können.

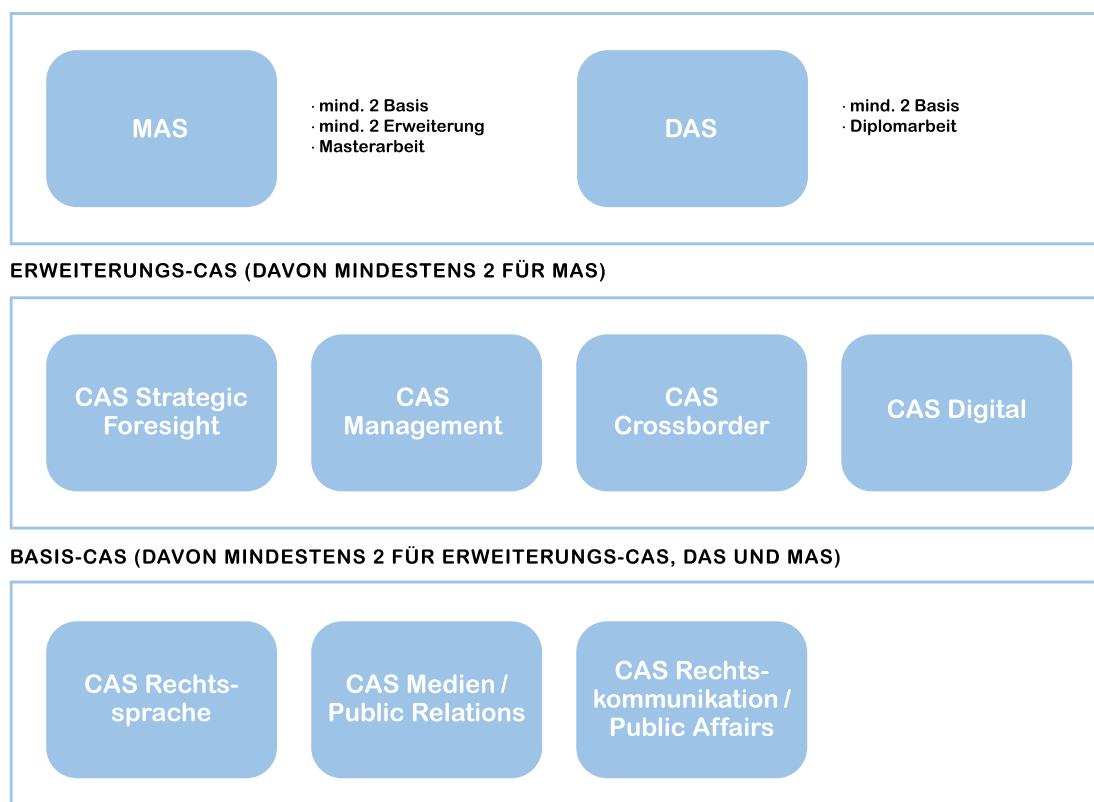


Abbildung 2. Grundstruktur der modularen Litigation-PR-Weiterbildung.

Für die im Rahmen dieser Studie entwickelten CAS würden jeweils 12 ECTS vergeben, was einem zeitlichen Aufwand von 300 bis 360 Arbeitsstunden entspricht. Die CAS werden in jeweils zwei Module zu je 6 ECTS unterteilt, wobei das erste Modul der Einführung dient, während das zweite Modul sich auf die Vertiefung und Anwendung des Wissens des jeweiligen CAS fokussiert. Für den DAS Abschluss wird neben dem erfolgreichen Erwerb zweier Basis-CAS das Verfassen einer Diplomarbeit vorausgesetzt, was einem zusätzlichen Aufwand von 6 ECTS resp. 150 bis 180 Arbeitsstunden entspricht. Um den MAS Abschluss zu erhalten, müssen zuerst zwei Basis-CAS sowie mind. zwei weiterführende CAS erfolgreich abgeschlossen werden. Anschliessend kann eine Masterarbeit verfasst werden, die vom Umfang her 12 ECTS umfasst.

1.5.1. Lehrmethodik: Praxisorientierung und Format

Als Weiterbildungsprogramm, das sich an den Anforderungen der Praxis orientiert, muss ein besonderes Augenmerk auf die Gestaltung der Lehrsituation im Rahmen der CAS gelegt werden. Grundsätzlich lassen sich dabei zwei Arten von Wissen unterscheiden: semantisches Wissen, das sich vor allem auf ein «Wissen was» bezieht, und prozedurales Wissen, das «Wissen wie». Für den Praxisbezug ist vor allem das prozedurale Wissen von Bedeutung, was jedoch nicht losgelöst von der Vermittlung semantischen Wissens betrachtet werden kann. Da

der Kontakt mit den Lehrenden jedoch durch das Blockformat zeitlich limitiert ist und damit eine Priorisierung der Inhaltsvermittlung vorgenommen werden muss, gilt es beide Wissensgruppen ideal auf unterschiedliche Lehr-Lern-Situationen aufzuteilen.

Theoretisches Wissen soll deshalb vor allem in Selbstlernphasen erworben werden und durch Reflexionsfragen begleitet werden. Die Präsenzphasen sollen hingegen vor allem dazu genutzt werden, die zuvor aufbereiteten Lehrinhalte in Übungen, Simulationen, und anhand von Fallbeispielen zu reflektieren und zu vertiefen. Dabei dienen Übungen dem Erwerb praktischer Fähigkeiten, wie z.B. dem Verfassen von Pressemitteilungen, Memos, oder der strategischen Prozessplanung. Simulationen erlauben es hingegen, das Handeln in komplexeren, erfolgskritischen Situationen zu trainieren und unmittelbares Feedback von ExpertInnen sowie anderen Teilnehmenden zu erhalten. Zudem soll die Arbeit mit Fallbeispielen den Praxisbezug stärken und eine durch die Lehrenden angeleitete kritische Diskussion dieser ermöglichen. Die Kombination dieser und weiterer Lehrformate stellt sicher, dass die Anforderungen der Praxis ausreichend in der Lehre Berücksichtigung finden.

1.5.2. CAS Rechtssprache und juristisches Denken

Im Basis-CAS Rechtssprache und Rechtskommunikation soll den Teilnehmenden juristische Zusammenhänge vermittelt werden und diese in das juristische Denken und die juristische Sprachlogik eingeführt werden. Ziel ist es, die Teilnehmende nach Abschluss des CAS in die Lage zu versetzen, die juristische Denkweise zu verstehen und sicher im Umgang mit juristischer Fachterminologie zu sein. Entsprechend richtet sich der CAS vor allem an Personen ohne dezidiert juristische Vorbildung. Dazu zählen beispielsweise juristisch interessierte PR-BeraterInnen, JustizkorrespondentInnen sowie Fachleute aus Verbänden und Verwaltung.



Abbildung 3. CAS Rechtssprache und juristisches Denken.

Inhaltlich vermittelt der CAS juristische Grundlagen in Form einer Lehrinheit »Jura für Nicht-JuristInnen« sowie spezifische rechtswissenschaftliche Kenntnisse in den Bereichen Medien- und Persönlichkeitsrecht. Damit sollen die wichtigsten juristischen Kenntnisse abgedeckt werden, die für eine spätere Tätigkeit in der Litigation-PR-Praxis notwendig sind. Zudem wird in der Einheit »Jura für Nicht-JuristInnen« die juristische Denkweise vermittelt, die eine

bessere Auseinandersetzung mit der juristischen Argumentationslogik ermöglichen soll. Darüber hinaus soll das Verständnis für die anwaltliche Tätigkeit gestärkt werden, um damit eine bessere Perspektivübernahme für die juristische Sicht zu ermöglichen. Dafür werden in den Lehreinheiten «Praxis der anwaltlichen Arbeit» und «Verständnis des Rechtsberatungsmarkts» die nötigen Grundlagen geschaffen, um sowohl den anwaltlichen Berufsalltag besser zu verstehen als auch die Marktbedingungen, in denen sich die anwaltliche Beratungspraxis bewegt.

Der CAS Rechtssprache und Rechtskommunikation ist in der Gesamtstruktur des Litigation-PR-Weiterbildungskonzepts ein Basis-CAS. Als solcher legt er die Basis für die Teilnahme an den weiterführenden CAS (1.5.5 bis 1.5.8) sowie die Abschlüsse DAS Litigation-PR und MAS Litigation-PR.

1.5.3. CAS Medienarbeit und Public Relations

«Wenn der Unterschied zwischen einem Beschuldigten und einem Angeklagten, oder zwischen einer Anklageschrift und einem Strafbefehl völlig unklar ist, weiss ich überhaupt nicht, wo ich anfangen soll. Und so ist es dann auch schon zu spektakulären Fehlmeldungen gekommen.»

- Lisa Jani, Richterin am Amtsgericht Berlin, Pressesprecherin für den Bereich des Strafrechts Berlin -

Der Basis-CAS Medienarbeit und Public Relations zielt darauf ab, Teilnehmenden das journalistische Handwerk (z.B. journalistische Recherchearbeit) sowie Struktur unterschiedlicher Medientypen (z.B. die Arbeit eines investigativ arbeitenden Redaktionsteams im Vergleich zur Arbeit einer Onlineredaktion) als Bindeglied zur

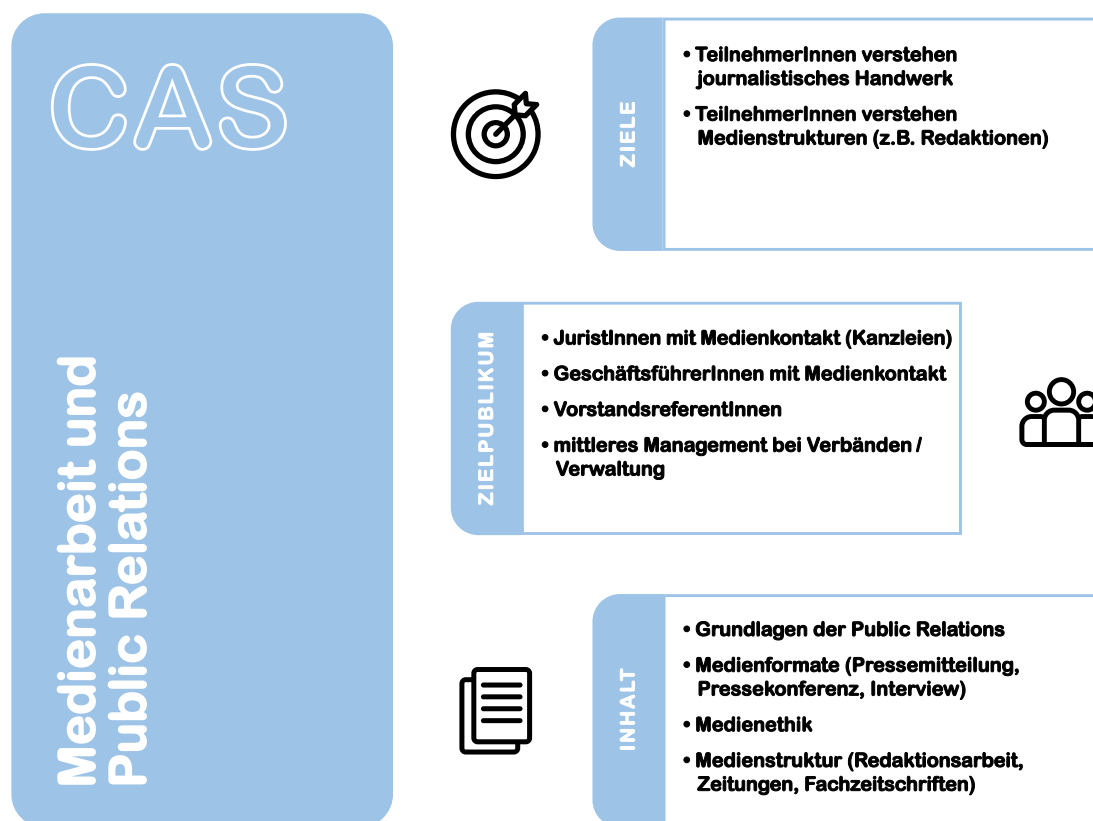


Abbildung 4. CAS Medienarbeit und Public Relations.

Öffentlichkeit verständlich zu machen. Entsprechend richtet sich das Programm an JuristInnen mit Medienkontakt (unabhängig oder als Teil einer Kanzlei oder Unternehmens), GeschäftsführerInnen kleiner und mittlerer Unternehmen mit Medienkontakt, VorstandsreferentInnen sowie das mittlere Management bei Verbänden und Verwaltung.

Vor diesem Hintergrund befasst sich der CAS inhaltlich mit all jenen Themen, die für eine praktische Medienarbeit relevant sind. Dazu gehört eine Einführung in das journalistische Arbeiten sowie Medienformate (Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Interviewführung und -organisation, usw.) und deren Nutzung/Wirkung. Auch grundlegende Kenntnisse über Medienstrukturen werden vermittelt. Dabei wird sowohl ein Verständnis für die Redaktionsarbeit geschaffen als auch auf die distinkten Merkmale von Tageszeitungen, Wochenzeitschriften und Onlinemedien eingegangen und die jeweils unterschiedlichen journalistischen Logiken beleuchtet. Zudem reflektiert der Kurs über grundlegende Fragen der Medienethik in der Berichterstattung sowie deren praktische Konsequenzen in der Zusammenarbeit mit JournalistInnen und Medienschaffenden. Ausserdem werden prominente Akteure aus allen drei Ländern und deren strategisches Vorgehen anhand von Fallbeispielen diskutiert. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Sensibilisierung für die Einflussnahme durch die strategische Rechtskommunikation, der sich journalistisch-arbeitende Personen zunehmend ausgesetzt sehen.

Der CAS Medienarbeit und Medienstruktur ist in der Gesamtstruktur des Litigation-PR-Weiterbildungskonzepts ein Basis-CAS. Als solcher legt er die Basis für die Teilnahme an den weiterführenden CAS (1.5.5 bis und 1.5.8) sowie die Abschlüsse DAS Litigation-PR und MAS Litigation-PR.

1.5.4. CAS Rechtskommunikation und Public Affairs

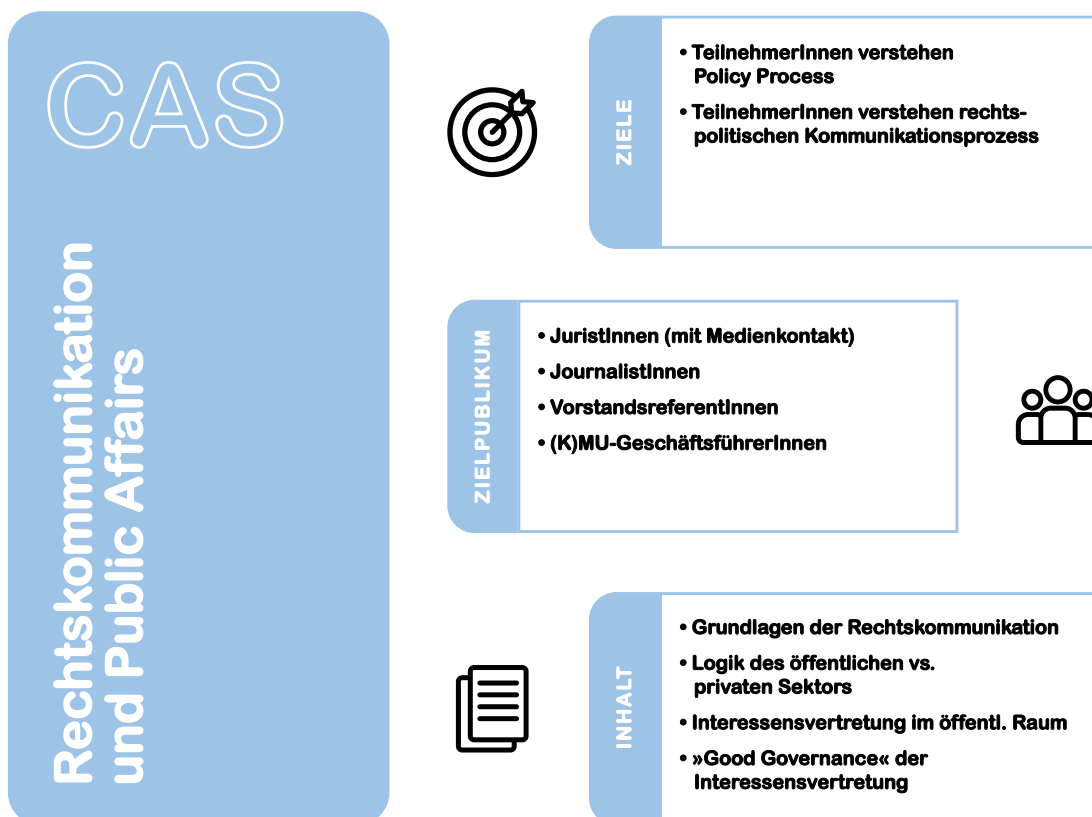


Abbildung 5. CAS Rechtskommunikation und Public Affairs.

«Sehr viele Journalisten, mit denen ich zu tun habe,
sind sich gar nicht so sehr der Herausforderung
bewusst, die von strategischer Rechtskommunikation
ausgehen kann, da Sie gar nicht bemerken, welcher
Beeinflussung sie ausgesetzt sind.»

- JournalistIn/JuristIn -

Im Basis-CAS Rechtskommunikation und Public Affairs erwerben die Teilnehmenden grundlegende Kenntnisse über die Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Rechtskommunikation, erhalten Einblicke in den «Policy Process» und Governance sowie die Grundlagen (rechts-)politischer Kommunikation. Entsprechend richtet sich der Kurs an JuristInnen, JournalistInnen, VorstandsreferentInnen sowie GeschäftsführerInnen kleinerer und mittlerer Unternehmen, die sich mit Fragestellungen an der Schnittstelle von Wirtschaft, Politik und Recht befassen.

Thematisch umfasst das erste Modul zwei Säulen: Die erste Säule beinhaltet eine grundsätzliche Einführung in die Themen der Rechtskommunikation. Dies umfasst z.B. Kenntnisse über die Massnahmen zur strategischen Kommunikation, CEO-Positionierung und Reputationsmanagement. Die zweite Säule umfasst das Themenfeld Public Affairs inkl. die Grundsätze der «Governance» sowie deren Bedeutung für die Litigation-PR. Dies beinhaltet die unterschiedlichen Ansätze zur politischen Steuerung und Prozesse politischer Entscheidungsfindung, wie z.B. die Zusammenarbeit von Parlament und Ausschüssen resp. Kommissionen oder zwischen Verbänden und Behörden. Zudem werden die unterschiedlichen Logiken des öffentlichen und privaten Sektors im Hinblick auf die Kommunikation und Entscheidungsfindung vermittelt. Im zweiten Modul werden die davor erworbenen Kenntnisse im Rahmen von Fallbeispielen und Simulationen angewendet und diskutiert. Dies beinhaltet z.B. die beispielhafte Umsetzung einer Interessensvertretung im öffentlichen Raum und eine «Good Governance» derselbigen. Hierbei geht es, zum Beispiel, um unterschiedliche Kommunikationsformate (Pressemitteilung, Parlamentarischer Abend, offene Diskussionsforen etc.) und deren zielgerichteter Einsatz im Rahmen der Litigation-PR.

Der CAS Public Affairs und Public Relations ist in der Gesamtstruktur des Litigation-PR-Weiterbildungskonzepts ein Basis-CAS. Als solcher legt er die Basis für die Teilnahme an den weiterführenden CAS (1.5.5 und 1.5.8) sowie die Abschlüsse DAS Litigation-PR und MAS Litigation-PR.

1.5.5. CAS Strategic Foresight für die Litigation-PR

«Litigation-PR ist planbar. Hier geht es nicht um einen
unerwarteten Meteoriten, der das Fabrikgebäude trifft.»

- Mirjam Teitler, Dr. jur., Rechtsanwältin, Mitglied Geschäftsleitung und Rechtskonsulentin Verband
Schweizer Medien -

Teilnehmende des CAS Strategic Foresight für Litigation-PR verstehen die Vorteile und Grenzen der «Strategic Foresight» zur Entwicklung nachhaltiger und innovativer Litigation-PR-Strategien und dessen Anwendung im Rahmen der Litigation-PR-Beratung. Die Zielgruppe dieses CAS besteht aus Personen, die sich für die strategische

Planung von Litigation-PR-Prozessen interessieren und dabei vor allem vertiefte Methodenkenntnisse zur Anwendung in der Praxis erwerben möchten.

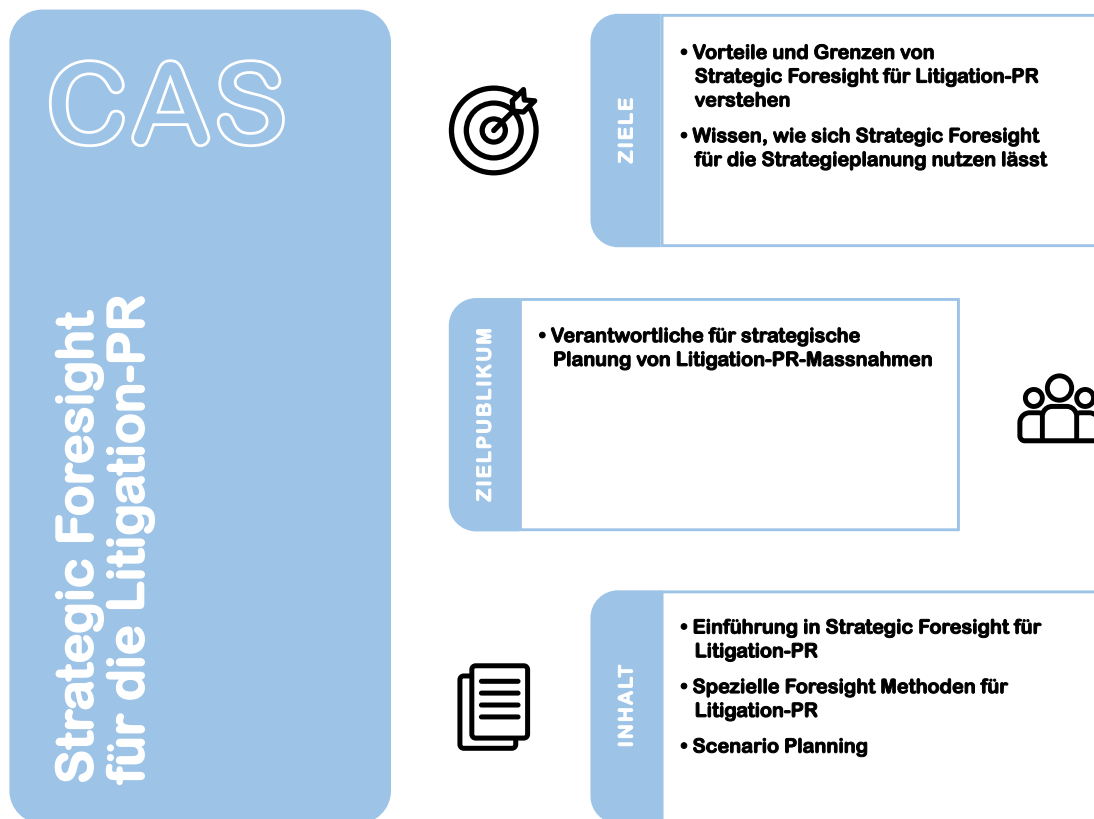


Abbildung 6. CAS Strategic Foresight für die Litigation-PR.

Inhaltlich befasst sich der Kurs mit der strategischen Vorausschau im Rahmen von Rechtsstreitigkeiten und Rechtsentwicklungsprozessen. Der Fokus des CAS liegt dabei vor allem auf der Vermittlung eines methodischen Verständnisses zur Planung und Durchführung von Foresight Prozessen und der Entwicklung von Szenarien. In einer einführenden Kurseinheit werden dafür die nötigen Grundlagen und Anwendungsfelder von Strategic Foresight anhand von Fallbeispielen diskutiert. In der zweiten Kurseinheit werden spezielle Foresight-Methoden verwendet, z.B. Szenario-Planung, die sich bei der strategischen Planung von Litigation-PR-Prozessen sinnvoll anwenden lassen.

Die Teilnahme am CAS Strategic Foresight für Litigation-PR setzt den erfolgreichen Abschluss von mindestens zwei Basis-CAS voraus (1.3.2, 1.3.3, oder 1.3.4).

1.5.6. CAS Strategisches Litigation-PR-Management

«Selbst, wenn eine Sachlage rechtlich eher ungefährlich ist, kann diese für den Betroffenen in der Öffentlichkeit sehr schädigend sein – auch wenn am Ende ein Freispruch oder eine Einstellung steht.»

- Christina Ratz, Mag., LL.M., Leitende Staatsanwältin, Ressortmediensprecherin, Bundesministerium
Verfassung, Reformen, Deregulierung und Justiz -

Der CAS Strategisches Litigation-PR-Management vermittelt die nötigen Kenntnisse und Fähigkeiten zur strategischen Steuerung von Litigation-PR-Prozessen. Dieser CAS richtet sich vor allem an Personen, die sich für das strategische Litigation-PR-Management und damit für die Steuerung relevanter Aspekte der Litigation-PR interessieren. Entsprechend setzt sich die Zielgruppe vor allem aus AnwenderInnen zusammen, die im CAS erworbene in ihrem beruflichen Alltags vor allem komplexe Litigation-PR-Fälle mit unterschiedlichen Stakeholdern managen müssen.

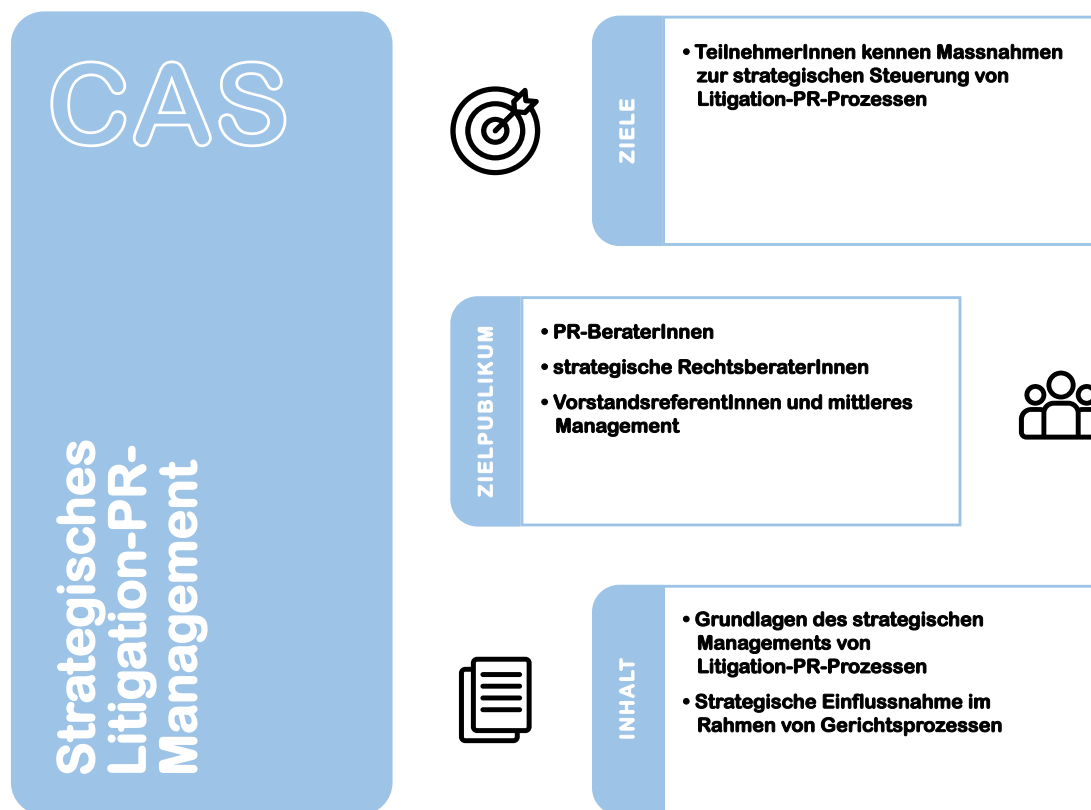


Abbildung 7. CAS Strategisches Litigation-PR-Management.

Der Fokus dieses CAS liegt auf der operativen Steuerung von Litigation-PR-Prozessen. Anhand von Fallbeispielen erlernen Teilnehmende, die strategische Anwendung von Managementwerkzeugen im Kontext der Litigation-PR-Beratung und können die Angemessenheit unterschiedlicher Ansätze für die jeweilige Situation bewerten. Zudem erwerben die Teilnehmenden vertiefte Kenntnisse über unterschiedliche Phasen des Litigation-PR-Prozesses sowie wie die Interessen und Bedürfnisse der darin involvierten unterschiedlichen Stakeholder, wie z.B. JuristInnen, PR-ExpertInnen und MandantInnen, nachhaltig und sinnvoll organisiert und verwaltet werden können.

Die Teilnahme am CAS Strategisches Litigation-PR-Management setzt den erfolgreichen Abschluss von mindestens zwei Basis-CAS voraus (1.3.2, 1.3.3, oder 1.3.4).

1.5.7. CAS Cross Border-Litigation-PR

«Es ist schwierig, Litigation-PR in einem Land zu machen, dessen Mediensystem man nicht kennt.»

- Mascha Santschi Kallay, Dr. iur., Rechtsanwältin -

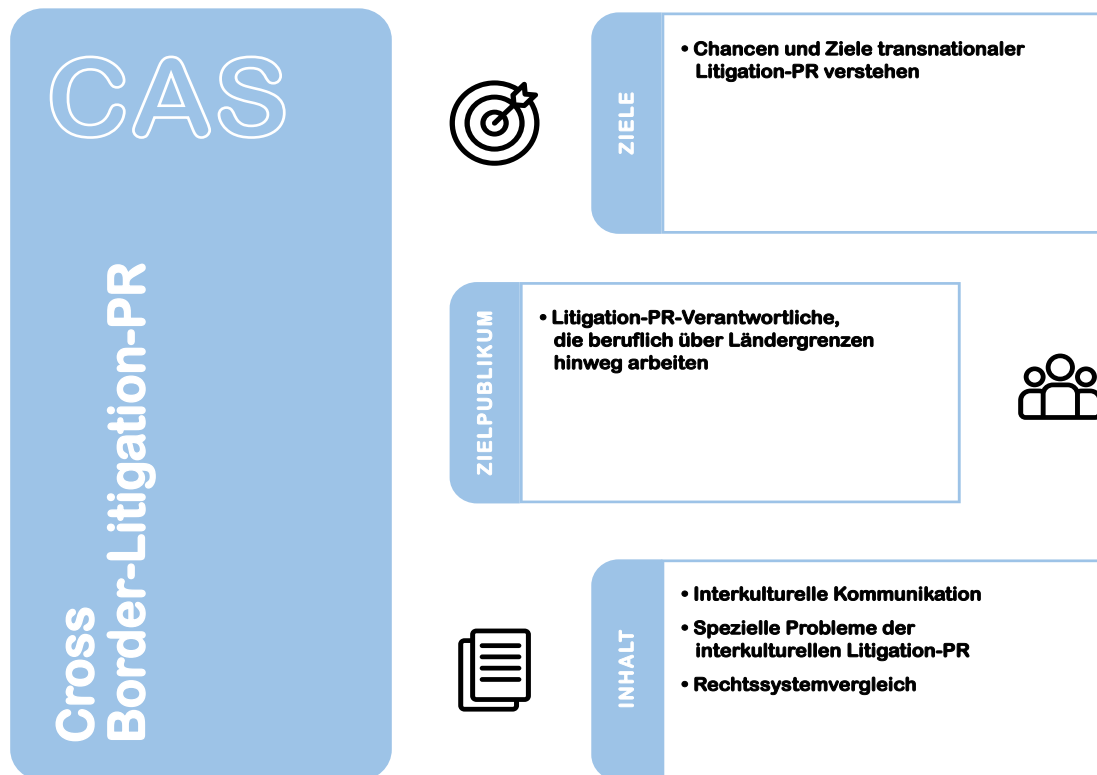


Abbildung 8. CAS Cross Border-Litigation-PR.

Im Rahmen des CAS Cross Border-Litigation-PR verstehen die Teilnehmende die Chancen und Risiken transnationaler und internationaler Litigation-PR. Der CAS richtet sich damit an solche Personen, die sich beruflich mit Litigation-PR über Ländergrenzen hinweg auseinandersetzen und dafür ein theoretisch-fundiertes Wissen an der Schnittstelle zwischen interkultureller Kommunikation und Litigation-PR erwerben möchten.

Der CAS vermittelt entsprechend Kompetenzen im Bereich interkultureller Kommunikation in der Litigation-PR, mit einem speziellen Fokus über die unterschiedlichen Rechts- und Mediensysteme der «DACH-Region». In der Kurseinheit «Interkulturelle Medienkommunikation» erwerben die Teilnehmende dabei vertiefte Kenntnisse über interkulturelle Kommunikationsprozesse und deren Gestaltung im Rahmen der Medienarbeit. Anschliessend wird dieses Wissen auf spezielle Probleme im Kontext der Litigation-PR angewandt. Zudem erhalten die Teilnehmenden einen Einblick in die unterschiedlichen Rechts- und Mediensysteme in Deutschland, Österreich und der Schweiz, um somit Litigation-PR-Probleme resp. -Herausforderungen besser bewerten und daraus heraus nachhaltige Lösungen entwickeln zu können.

Die Teilnahme am CAS Strategische Litigation-PR setzt den erfolgreichen Abschluss von mindestens zwei Basis-CAS voraus (1.3.2, 1.3.3, oder 1.3.4).

1.5.8. CAS Digital-Litigation-PR

«Das Problem bei Litigation ist, dass, je nachdem woher das Momentum kommt, diese mal mehr, mal weniger umfassend ist. Man bekommt z.B. Unterlagen auf den Tisch und weiß nicht, ob diese vollständig sind.»

- Michael Nikbakhsh, Wirtschaftsjournalist, profil –

Nach Abschluss des CAS Digital-Litigation-PR verstehen Teilnehmende den Nutzen digitaler Forensik, die Kommunikationszusammenhänge im digitalen Raum und können diese in der Praxis nutzen. Zielgruppen sind PR- und Politikberater, strategische Rechtsberater sowie Vorstandsreferenten und das mittlere Management in kleinen und mittelständischen Unternehmen.

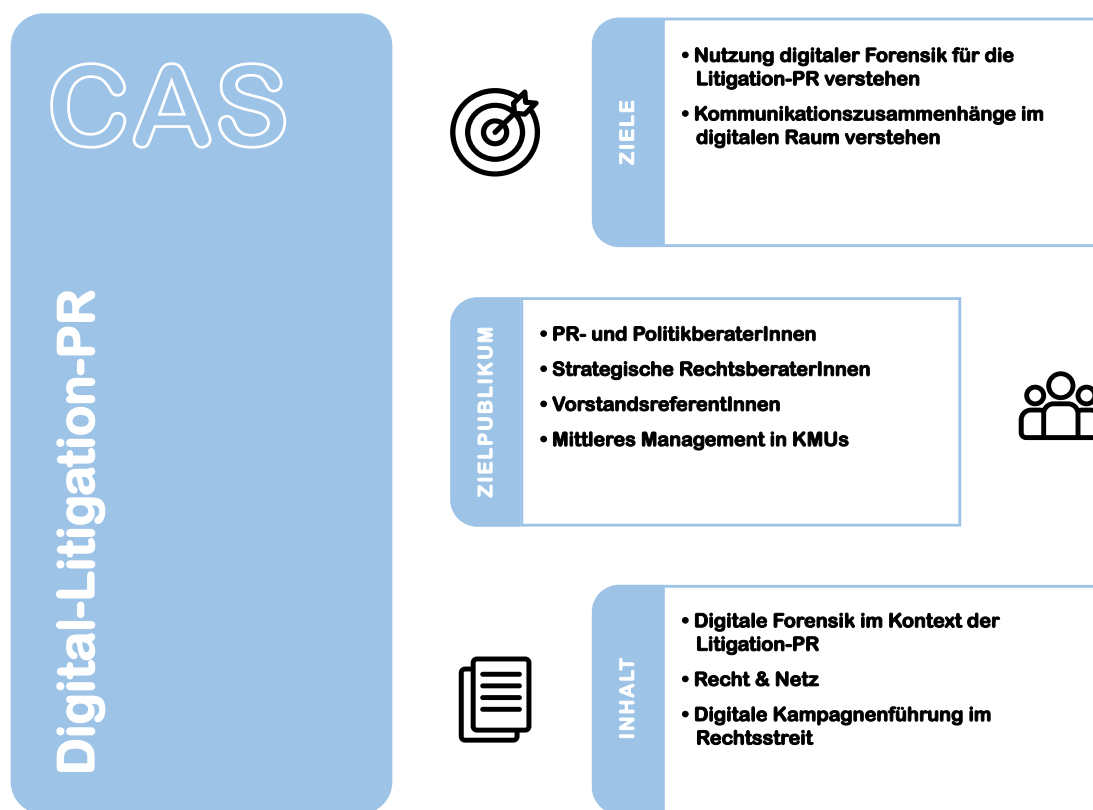


Abbildung 9. CAS Digital-Litigation-PR.

Der Kurs umfasst drei thematische Schwerpunkte: Zu Beginn werden die Möglichkeiten und Grenzen von Methoden der digitalen Forensik anhand von Fallbeispielen aufgezeigt. Dabei werden aktuelle Problemstellungen im Kontext der digitalen Desinformation aufgegriffen und vor dem Hintergrund forensischer Analysemethoden kritisch diskutiert. Anschliessend werden die Spezifika der Kommunikation im «Internet» reflektiert, insbesondere bei der Übersetzung juristischer Sprachlogik in einschlägige digitale Kommunikationsformate (Webseiten, soziale Medien, etc.), und konkrete Anwendungsbeispiele diskutiert. Der dritte Schwerpunkt liegt zudem auf der digitalen Kampagnenführung im Rahmen von juristischen Auseinandersetzungen und den damit einhergehenden Herausforderungen und Risiken.

Die Teilnahme am CAS Digital-Litigation-PR setzt den erfolgreichen Abschluss von mindestens zwei Basis-CAS voraus (1.3.2, 1.3.3, oder 1.3.4).

1.5.9. Abschluss Litigation-PR-Weiterbildung

Der Abschluss der DACH-Litigation-PR-Weiterbildung kann über einen DAS sowie einen MAS erfolgen. Beide machen sichtbar, dass der Teilnehmer/die Teilnehmerin in der Lage ist, die Erkenntnisse aus den jeweiligen CAS mit dem eigenen bereits vorhandenen Fachwissen, z.B. als AnwältIn, als JournalistIn oder als PR-ExpertIn, zu verbinden und integrieren zu können. Während der DAS bereits nach Abschluss zweier Basis-CAS, von denen keiner Deckungsgleich mit dem bereits bestehenden Fachwissen des jeweiligen Teilnehmenden sein darf, im Rahmen einer Diplomarbeit erworben werden kann, werden für den MAS zusätzlich mindestens zwei weiterführende CAS sowie der Abschluss einer Masterarbeit resp. der Besuch des dazugehörigen Masterkolloquiums benötigt.

1.5.10. Exkurs: Das Einführungsblockseminar

Ziel dieses einführenden Blockseminars ist es, den Teilnehmenden ein grundlegendes Verständnis über Litigation-PR zu vermitteln, die relevanten Disziplinen darzustellen sowie konkrete «Use Cases» einzuführen, anhand derer die Relevanz von Litigation-PR in der Praxis deutlich wird. Das Zielpublikum ist damit breiter angelegt und umfasst alle jene, die grundsätzliches Interesse am Thema haben.

Im Rahmen des Blockseminars soll in einem ersten Teil Litigation-PR als Fachthema aus anwaltlicher, journalistischer und PR-Sicht diskutiert und definiert werden, um so ein interdisziplinäres Verständnis zu stärken. Aus praktischer Perspektive wird in einem zweiten Teil das Thema anhand dreier Fallbeispiele bearbeitet, die das Spannungsfeld der involvierten Disziplinen deutlich machen und für die jeweilige Sichtweise sensibilisieren sollen. Hier wird zudem der Bezug zu länderspezifischen Eigenheiten der «DACH-Region» hergestellt. Die Beispiele stammen entsprechend jeweils aus einem der drei Länder.

Aufgrund der Struktur dieses einführenden Seminars kann dieses als «Appetizer» für die deutliche umfangreicheren CAS-/DAS-/MAS-Studiengänge verstanden werden. Die Schwerpunktsetzung des Seminars kann zudem über die verwendeten Fallbeispiele individuell an die Bedürfnisse der Teilnehmenden, resp. der Organisation innerhalb derer dieses Blockseminar stattfindet, angepasst werden.

Fazit

Litigation-PR wird in dieser Studie als interdisziplinäres Fachgebiet bestehend aus Public Relations, politischer Kommunikation und Rechtswissenschaft verstanden. Abbildung 10 veranschaulicht dies. Entsprechend ist es für Litigation-PR-AnwenderInnen notwendig, über ein vertieftes Verständnis dieser Disziplinen zu verfügen, um eine adäquate Betreuung von MandantInnen und KlientInnen zu ermöglichen. Zudem werden juristische Auseinandersetzungen zunehmend auch online bestritten, was es für Litigation-PR-ExpertInnen notwendig macht, auch in Bezug auf die digitale Welt und deren Möglichkeiten, Risiken und Herausforderungen effektive Beratung anbieten zu können.

Disziplinen der Litigation-PR

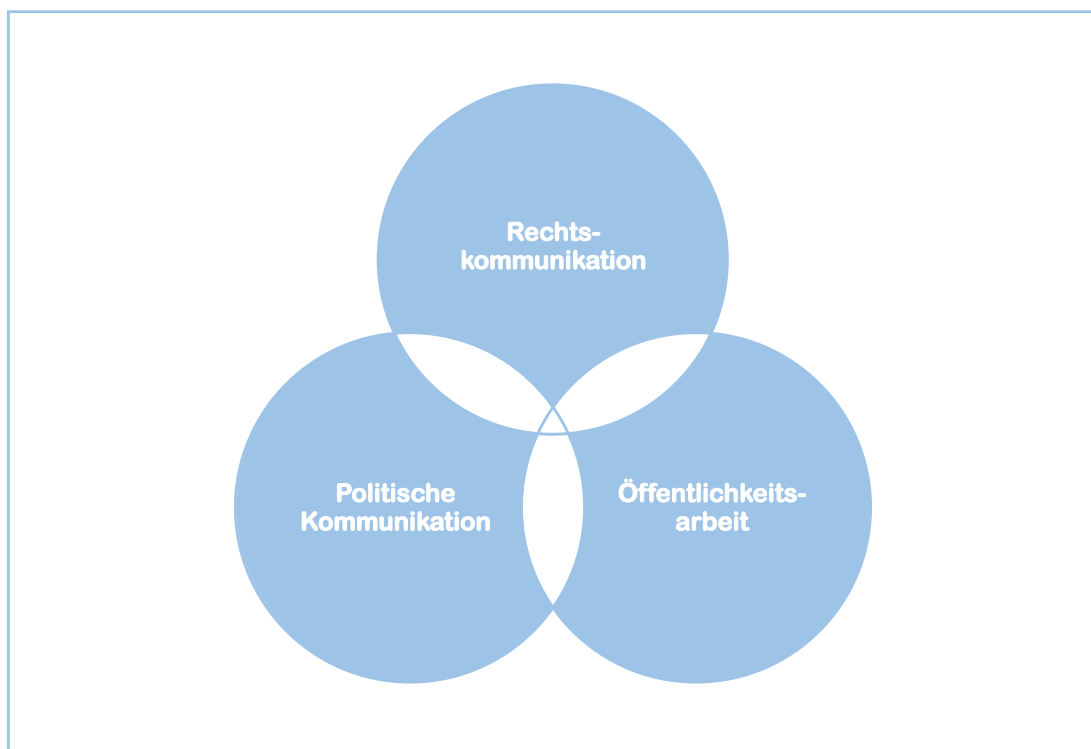


Abbildung 10. Disziplinen der Litigation-PR.

«Litigation-PR ist ein Thema, das ja schon sehr hochstehend ist. Wenn ich so einen Kurs besuchen darf, dann kann ich auch schon was. Ich würde nie Neulinge im Team für sowas einsetzen.»

- Nicole Berkmann, Leiterin Konzernale PR und Information, Unternehmenssprecherin, SPAR Österreich -

Eine Reihe von Professionen mit spezifischen Kenntnissen und Fähigkeiten kann sich grundsätzlich Litigation-PR-Problemen ausgesetzt sehen. Die Kursstruktur folgt daher dem Kerngedanken, dass Teilnehmende mit unterschiedlichen beruflichen und akademischen Hintergründen zu Beginn der Weiterbildung genau solches Wissen erwerben, das diesen bisher fehlte. RechtswissenschaftlerInnen besuchen z.B. die Grundlagen-CAS Medienarbeit und Public Relations sowie Rechtskommunikation und Public Affairs, da diese bereits über die notwendigen juristischen Kenntnisse verfügen, um die rechtswissenschaftliche Seite der Litigation-PR abzudecken. Zudem erlauben die auf den Basis-CA aufbauenden Erweiterungs-CAS, sich in speziellen Themenbereichen zu vertiefen, um Wissen und Kenntnisse zu erwerben, die für den jeweiligen Berufsalltag besonders nützlich und hilfreich sind. Diese Kurse umfassen dabei Inhalte, die sich auf konkrete Anwendungsbereiche beziehen: So erwerben beispielsweise Teilnehmende des CAS Strategic Foresight für die Litigation-PR Fähigkeiten, die sie bei der strategischen Planung von Litigation-PR-Prozessen benötigen. Im CAS Strategisches Litigation-PR-Management hingegen geht es um die operative nachhaltige Steuerung der unterschiedlichen Stakeholder im Rahmen der Litigation-PR. Neben diesen Anwendungsbereichen umfasst das Weiterbildungsangebot auch Kurse, die sich mit der Litigation-PR in der digitalen Welt und im interkulturellen Bereich befassen.

1.6. SCHLISSUNG DER ANGEBOTSLÜCKE

«Dieser CAS muss den Anspruch haben, die Teilnehmenden auf einen gemeinsamen Wissensstand zu bringen. Im Fokus wären dabei Inhalte zur Rechtsordnung und deren Auswirkung auf die Litigation-PR sowie Kenntnisse zur 'Übersetzungsleistung' juristischer Sprache, d.h. wie diese zu interpretieren ist sowie wie deren Inhalte in der Öffentlichkeit verständlich kommuniziert werden können. Auch innovative Inhalte, wie crossmediale Kommunikation oder juristisches Grafikdesign, die im Rahmen weiterführender Angebote vertieft werden könnten, können thematisiert werden. Volker Dohr, Moderator Arbeitsgruppe CAS Rechtskommunikation am DACH-Litigation-PR-MeetUp Wien 2020, Dozent, ZHAW SML, Winterthur

Damit hebt sich das im Rahmen dieser Studie entwickelte Weiterbildungsangebot erheblich von bestehenden Angeboten ab. Denn es gibt in der «DACH-Region» keine akademisch-fundierte innovative und auf die Verbindung von Praxis und Forschung fokussierten Weiterbildungsangebote, die sich speziell der Litigation-PR widmen. Die übrigen Weiterbildungsangebote decken vor allem den Bereich des Kommunikationsmanagements, vereinzelt dabei auch den politischen Bereich ab, stellen jedoch den Bezug zu rechtswissenschaftlichen Themen nicht systematisch her. Das geplante Angebot schliesst damit eine Lücke und trägt zudem zur Professionalisierung der Disziplin in der «DACH-Region» bei.

«Es gibt in der DACH-Region kein akademisches Weiterbildungsangebote zur Litigation-PR, das Theorie und Praxis verbindet.»

Während die Basis-CAS das Ziel haben, die Teilnehmenden trotz der unterschiedlichen beruflichen Hintergründe auf einen gemeinsamen Wissensstand zu bringen, erlauben die darauf aufbauenden Erweiterungs-CAS die Vertiefung und Erweiterung der Fähigkeiten im Bereich Litigation-PR. Diese Strukturierung ermöglicht es den Teilnehmenden, die Kurse nach ihren jeweiligen aktuellen sowie zukünftigen persönlichen Bedürfnissen zu besuchen. So kann ein Litigation-PR-Experte, der sich nachhaltiger mit der inter- und transnationalen Ebene der Litigation-PR auseinandersetzen will, im Rahmen des CAS Cross Border-Litigation-PR sich die dafür hilfreichen Kenntnisse aneignen. Parallel kann ein Litigation-PR-Experte, der die Herausforderungen eher im Bereich der Digitalisierung sieht, sich diesem Thema als Teilnehmer des CAS Digital-Litigation-PR zuwenden.

«Ein CAS, der sich auf die Herausforderungen im DACH-Raum fokussiert, müsste sich vor allem zwei Themen widmen. Erstens müssen die sprachkulturellen Unterschiede, die in den Medien, der Politik sowie der Justiz existieren diskutiert werden. Zweitens müssen die Unterschiede der Medienlandschaften der drei Länder erfahrbar gemacht werden, wobei der Blick über den DACH-Raum hinaus als zusätzlicher Reflexionsrahmen genutzt werden kann. Für die Teilnehmenden wäre gleichzeitig die internationale Vernetzung im Rahmen des CAS ein grosser Mehrwert.»

Martin Jenewein, Moderator Arbeitsgruppe CAS Cross-Border-Litigation-PR (in der DACH-Region) am DACH-Litigation-PR-MeetUp Wien 2020, Senior Partner, SMJ Partners, Wien

Gleichzeitig stehen die Erweiterungs-CAS nicht singulär, sondern können von Teilnehmenden auch bewusst kombiniert werden. Der Strategic Foresight für die Litigation-PR, der die Entwicklung vorrausschauender Litigation-PR-Szenarien zum Thema hat, und der CAS Strategisches Litigation-PR-Management, welcher sich mit der vorausschauenden Steuerung des Litigation-PR-Prozesses, beschäftigt, haben zum Beispiel grosses Potenzial, die Beratung nachhaltig zu verbessern, da hier der methodische Zugang der Litigation-PR mit der Praxis der täglichen Arbeit in der Litigation-PR verbunden wird. Denn die Strategic Foresight erlaubt es, mögliche Entwicklungen des Litigation-PR-Prozesses anhand unterschiedlicher Szenarien vor auszuplanen und für die relevantesten Entwicklungen Handlungsoptionen vorzubereiten, die dann im Rahmen des strategischen Litigation-PR-Managements bei Bedarf abgerufen werden können. Ein solches Vorgehen reduziert die mit Litigation-PR-Prozessen notwendigerweise verbundene Unsicherheit und erhöht damit das Kontrollempfinden der MandantInnen. Dass Foresight als strategischer Planungsansatz seine Berechtigung hat, belegt der vielfache Einsatz in unterschiedlichen Kontexten – von multinationalen Konzernen wie Shell und Volkswagen, bis zu öffentlichen Institutionen wie der CIA oder der EU-Kommission.

Um den Praxisbezug dieser Inhalte sicherzustellen, werden die Präsenzphasen der jeweiligen Module vor allem durch praktische Formate begleitet. Ziel ist es, handlungspraktische Fähigkeiten zu vermitteln, die von den Teilnehmenden in ihrem Berufsalltag unmittelbar umgesetzt werden können. Praktische Formate umfassen beispielsweise Übungen, Simulationen und Fallbeispiele. Theoretisches Wissen erwerben die Teilnehmenden in Selbstlernphasen, welches dann im Kontakt mit den Lehrenden und im Austausch mit den Peers auf die Praxis übertragen wird.

1.7. «COMMUNITY BUILDING» DURCH WEITERBILDUNG

Im Rahmen der Studie wurde auch das Bedürfnis sichtbar, dass die Kurse nicht nur der Vermittlung von Wissen dienen sollen, sondern den Teilnehmenden auch Möglichkeiten bieten müssen, das persönliche und berufliche

Netzwerk in der Schweiz, Deutschland und Österreich zu erweitern. Dies zeigt sich auch im Hinblick auf die Präferenzen bezüglich der Zeitplanung der Kurse, der Orte der Durchführung sowie auch im Hinblick auf die Nutzung einer digitalen Lösung zur Litigation-PR, die sich insbesondere aus den durchgeführten Interviews ergeben haben.

«Die Weiterbildungsangebote müssen auch eine DACH-Litigation-PR-Community schaffen.»

Bei der Zeitplanung muss zwischen dem «Einführungsblockseminar» und den CAS, die sich tiefer und nachhaltiger mit den Themen auseinandersetzen, unterschieden werden. Ersteres kann gut innerhalb zweier bis dreier direkt aufeinanderfolgender Tage durchgeführt werden, da es sich hier vor allem um grundlegende Inhalte handelt, die auch der Inspiration dienen sollen. Bei den CAS macht es hingegen mehr Sinn, diese über eine längere Zeitspanne zu strecken. Das hat erstens mit dem tiefgreifenden Verständnis bezüglich der zu vermittelnden Inhalte zu tun. Denn um bei den Teilnehmenden ein nachhaltiges Verständnis schaffen zu können, muss diesen die Gelegenheit gegeben werden, das Wissen aus dem Kurs selbst anzuwenden und nachzubereiten zu können, um die daraus resultierenden persönlichen Erkenntnisse im Rahmen des CAS zu besprechen. Zweitens würde eine direkte Aneinanderreihung der Kurstage bedeuten, dass die Teilnehmenden über eine Woche aus ihrem beruflichen Alltag ausscheiden. Es hat sich im Rahmen der Studie gezeigt, dass dies sowohl von EntscheidungsträgerInnen, die nicht selbst einen Kurs besuchen würden, aber über die Teilnahme anderer letztlich entscheiden, als auch von möglichen Teilnehmenden eines CAS, nicht gewünscht ist, da es den beruflichen wie privaten Alltag zu sehr unterbricht.

Die Frage der Vereinbarkeit des beruflichen und privaten Alltags mit der Teilnahme an einem CAS muss auch im Hinblick auf den Durchführungsort diskutiert werden. Gerade die Vereinbarkeit mit dem privaten Alltag wird dann wichtig, wenn für die Teilnahme am Kurs Reiseaufwände notwendig sind, die im sonst üblichen Alltag nicht vorgesehen sind, so dass die Teilnehmenden zusätzliche Abklärungen machen müssen z.B. bezüglich der Betreuung von Familienmitgliedern. Gleichzeitig hat sich aber auch gezeigt, dass Teilnehmende durchaus bereit sind, für die Teilnahme an einem CAS entsprechende Reisen auf sich zu nehmen, wenn sie davon ausgehen können, dass nicht nur das am Kurs vermittelte Wissen, sondern auch die im Rahmen des Kurses entstehende «DACH-Litigation-PR-Community» für ihre berufliche und persönliche Weiterentwicklung von Nutzen ist. Gerade dieser «Community»-Aspekt muss deswegen sowohl in Bezug auf die jeweiligen Kursinhalte, die Kursstrukturierung als auch im Hinblick auf die Präsentation und Kommunikation der Kurse immer mitgedacht werden.

«Die interdisziplinäre Forschung zum Thema Litigation-PR steht gerade erst am Anfang.»

Das Bedürfnis, sich im Rahmen der Kurse mit anderen Teilnehmenden auch nachhaltig direkt auszutauschen und dadurch das private wie berufliche Netzwerk in der Schweiz, Deutschland und Österreich erweitern zu können, wurde auch im Hinblick auf die Integration digitaler Lösungen in der «Litigation-PR» sichtbar. So besteht durchaus der Wunsch, sich über eine entsprechende digitale Plattform auch im Alltag mit Inhalten aus der Litigation-PR auseinandersetzen zu können. Jedoch kann diese nicht den persönlichen Austausch im Rahmen der CAS ersetzen, sondern nur ergänzen. Neben dem Bedürfnis, sich mit anderen Teilnehmenden vernetzen zu können, kommt hier noch hinzu, dass in der Litigation-PR als interdisziplinäres Thema die Kommunikation ein zentraler Bestandteil des zu vermittelnden Wissens ist. Eine digitale Lösung zur Vermittlung von Wissen und zum Austausch von Expertisen, die die Inhalte der CAS flankiert und gleichzeitig eine «Community» unter den Teilnehmenden schafft, kann hier dennoch unterstützend wirkend.

1.8. FORSCHUNGS- UND DISKUSSIONSBEDARF

*«Woran lässt sich der Erfolg von Litigation-PR bemessen? Vor dem Hintergrund vielfältiger Perspektiven, z.B. Behörden, Justiz und PR-Berater, ist eine quantitative Definition von Erfolg schwierig. Zudem ist erfolgreiche Litigation-PR situationsabhängig: Auch eine juristische Niederlage kann medial ein Erfolg sein, wenn die Reputation des Betroffenen gewahrt bleibt. Weiterhin geht es aber auch um die Wahrung des Rechtsstaates und des Vertrauens der Menschen in diesen.»
Christoph Abels, Moderator Arbeitsgruppe KPIs in der Litigation-PR am DACH-Litigation-PR-MeetUp Wien 2020, Doktorand, Hertie School, Berlin*

Im Rahmen der Interviews wurde ausserdem festgestellt, dass im Bereich der Litigation-PR erheblicher Forschungs- und Diskussionsbedarf besteht. Denn die inter- und transdisziplinäre Zusammenarbeit, die für eine erfolgreiche und nachhaltige Litigation-PR notwendig ist, entwickelt sich gerade erst. Entsprechend bestehen vielfach Konflikte und Missverständnisse, was Übersetzungsleistungen sowie die Schaffung von Strukturen, die eine bessere Kooperation ermöglichen, nötig machen.

So fehlen zum Beispiel im Hinblick auf die praktische Anwendung der Litigation-PR aktuell belastbare Erfolgsindikatoren (Key Performance Indicators, KPIs), die eine Bewertung der Litigation-PR-Beratung im Hinblick auf deren Nutzen erlauben. Das Problem fehlender Messbarkeit besteht auch in anderen Bereichen, die die PR und politischen Kommunikation betreffen, und setzen sich in die Litigation-PR entsprechend fort. Nichtsdestotrotz sollte sich auch diese Disziplin zum Ziel setzen, relevante Leistungsindikatoren zu entwickeln, die die Validierung der Beratungsleistung ermöglichen und damit diese im Rahmen iterativer Prozesse nachhaltig verbessern. Dieser Herausforderung könnte im Rahmen der interdisziplinären Zusammenarbeit begegnet werden, was die Entwicklung einer innovativen Lösung für Erfolgsindikatoren in der Litigation-PR beschleunigen würde.

«Gerade im tagesaktuellen Bereich ist es für Litigation-PR-Experten relativ einfach Journalisten Informationspakete zu schicken, die eine gewisse Schlagseite haben. Das gibt es, das ist eine Realität. Aber nicht nur in Österreich.»

- Michael Nikbakhsh, Wirtschaftsjournalist, profil -

Gleichzeitig besteht auch Diskussionsbedarf im Hinblick auf ethische und gesellschaftspolitische Verantwortung der Litigation-PR. Denn die Tatsache, dass unterschiedliche Disziplinen im Rahmen der Litigation-PR zusammenarbeiten, bedeutet auch, dass unterschiedliche Wertvorstellungen, Kulturen und Herausforderungen zusammenkommen. Die damit einhergehenden Spannungen zeigen sich darin, dass es bis heute keine einschlägige wissenschaftliche Definition von Litigation-PR gibt. Je nach kulturellem, beruflichem Hintergrund sowie den persönlichen Erlebnissen im Bereich der Litigation-PR wird der Begriff unterschiedlich definiert und eingeordnet. Gleichzeitig empfinden alle Akteure und Stakeholder das Bedürfnis, den Austausch über die Litigation-PR zu intensivieren, um ein grösseres Verständnis für die jeweiligen Herausforderungen und individuellen Möglichkeiten, aber auch Restriktionen und Risiken, zu schaffen. Die Etablierung einer neutralen Plattform, die den Raum für einen nachhaltigen und lösungsorientierten Diskurs schafft, würde auch die Qualität der Weiterbildungsangebote weiter verbessern, da diese direkt die im Rahmen der Plattform angestossenen Fragestellungen und Erkenntnisse aufnehmen können.

Langfristig sollte auch darüber nachgedacht werden, die akademische Qualität des Weiterbildungsangebots durch den Aufbau eines deutschsprachigen Fachjournals für Litigation-PR zu flankieren. Dies würde eine Möglichkeit schaffen, die im Rahmen der DAS und MAS angefertigten Abschlussarbeiten, bei entsprechender Qualität, öffentlichkeitswirksam zu positionieren und zugleich die Forschungsbasis weiter zu festigen. Gleichzeitig wird durch einen hochwertigen Forschungsoutput auch die Sichtbarkeit des Weiterbildungsangebots selbst weiter erhöht.

«Die Herausforderung eines Litigation-PR-«Code of Conduct» (CoC) ist, dass man auf Basis bestehender CoC den Diskurs beginnen muss, um am Ende eine sinnvolle Lösung zu erzeugen. Jedenfalls müsste ein „Gremium“ mit Litigation-PR-Spezialisten besetzt werden, dessen Aufgabe es wäre, für die Einhaltung des CoC zu sorgen sowie Sanktionen zu verhängen. Dieser CoC müsste von Werten wie Fairness, Respekt, Transparenz geprägt sein sowie die Achtung des Rechtsstaates, die Wahrung der Persönlichkeitsrechte und die Informationsbeschaffung innerhalb des Rechtsrahmens miteinbeziehen.»

Sarah Furlinger, Moderatorin Arbeitsgruppe Litigation-PR-«Code of Conduct», Sprecherin Wettbewerbsbehörde, Wien

Exekutive Summary

Die Litigation-PR ist eine sich schnell entwickelnde Disziplin, jedoch bezüglich Bildung und Forschung noch weitestgehend unerschlossen. Das ist ebenso eine Herausforderung wie auch eine Möglichkeit. Die Herausforderung liegt darin, dass die trans- und interdisziplinäre Zusammenarbeit in diesem Bereich zwar von vielen Stakeholdern gewünscht wird, aber es aktuell keine Institution gibt, die dies als neutraler Ort ermöglicht. Andererseits schafft diese Situation auch die Möglichkeit, innovative Weiterbildungsangebote zu schaffen, die den Teilnehmenden aktuellste Erkenntnisse aus Praxis und Forschung präsentiert. Aus den Resultaten dieser Studie ergeben sich dementsprechend drei konkrete Handlungsempfehlen, wie weiter vorgegangen werden könnte:

1. **Entwicklung und Etablierung der Basis-CAS:** Die Basis-CAS sind das Fundament für die Weiterbildungsangebote im Bereich der Litigation-PR an der ZHAW. Denn diese müssen, nach diesem Konzept, alle Teilnehmenden auf den gleichen Wissensstand bringen, um darauf aufbauen die Erweiterungs-CAS entwickeln und anbieten zu können. Gleichzeitig sind sie auch im Hinblick auf den DAS und MAS die ersten Weiterbildungsangebote, die die Teilnehmenden besuchen müssen, so dass sie bezüglich des Gesamtkonzept an erster Stelle stehen.

Empfehlung: Mit einer Fokussierung auf die Basis-CAS könnten einzelne oder alle bis Mitte 2020 entwickelt werden. Dies schafft gleichzeitig die Möglichkeit, bis Mitte 2021, wenn die Basis-CAS das erste Mal starten würden, die Community in der «DACH-Region» durch entsprechende kommunikative und partizipative Massnahmen weiter zu etablieren. Damit wäre der Grundstein für eine fundierte Litigation-PR-Weiterbildung in der «DACH-Region» gelegt.

2. **Strukturierung der Erweiterungs-CAS und damit verbundener Forschungsthemen:** Parallel zur Entwicklung und Etablierung der Basis-CAS böte es sich an, die Erweiterungs-CAS weiter zu strukturieren und die damit einhergehenden Forschungsfragen zu evaluieren. Denn die thematische Fokussierung bedingt, dass die interdisziplinäre Zusammenarbeit innerhalb der Erweiterungs-CAS vertieft wird und sich schliesslich auch im Curriculum der Weiterbildungsangebote widerspiegelt.

Empfehlung: Erste Massnahmen zur Strukturierung der Erweiterungs-CAS können bereits während der Entwicklung der Basis-CAS angegangen resp. mitgedacht werden. Ab Mitte 2020 könnten dann die Erweiterungs-CAS mehr und mehr in den Fokus der weiteren Entwicklungsschritte rücken. Um die für die Erweiterungs-CAS notwendigen trans- und interdisziplinären Expertisen zu schaffen, sollte genügend Entwicklungszeit eingerechnet werden, so dass die ersten Erweiterungs-CAS Mitte 2021 veröffentlicht würden.

3. **Integration der «Litigation-PR-Community» in einem «DACH-Litigation-PR-Lab»:** Um das Thema an sich wie die damit verbundenen Forschungsthemen und Weiterbildungsangebote nachhaltiger zu verankern, ist die Etablierung einer «Community» rund um das Thema Litigation-PR wichtig. Dabei geht es nicht nur darum, Litigation-PR als wichtiges Thema der beruflichen Weiterbildungsthema zu präsentieren, sondern auch den Diskurs innerhalb und mit der «Community» zu ermöglichen und zu gestalten. Dadurch wird der interdisziplinäre Austausch gefördert und es können für aktuelle wie auch kommende Herausforderungen neue und innovative Lösungen entwickelt werden.

Empfehlung: Der Aufbau einer Community wurde im Rahmen der Litigation-PR-Tagung, der Workshops resp. MeetUps in Deutschland und Österreich wie auch im Rahmen dieser Studie bereits initiiert. Diese Massnahmen müssten nun in ein Gesamtkonzept überführt werden, dass die «Litigation-PR-Community» nachhaltig, sowohl bezüglich der Strukturen wie der Inhalte, etabliert, dabei den offenen Austausch in den Mittelpunkt stellt. Die Lösung wäre die Etablierung eines «DACH-Litigation-PR-Labs», dass als interdisziplinärer Kondensationspunkt von Praxis und Forschung, sowie der Überführung von Erkenntnissen in entsprechende Bildungsangebote, dient und dabei allen Interessierten aus der «Litigation-PR-Community» offensteht.

Literaturverzeichnis

Im Rahmen dieser explorativen Fallstudien wurde auf Literatur aus verschiedensten Disziplinen zurückgegriffen, um eine inhaltliche und theoretische Basis und Übersicht für den Forschungsgegenstand entwickeln zu können. Die nachstehend aufgeführte Literatur ist jene, die im Rahmen dieses Prozesses bezüglich der angewandten Methodik wie des Themas am relevantesten ist.

- Bentele, C. (2016). *Zuverlässigkeit und Grenzen von Litigation-PR durch die Staatsanwaltschaft*. Marburg: Tectum.
- Castendyk, O. (1994). *Rechtliche Begründungen in der Öffentlichkeit: Ein Beitrag zur Rechtskommunikation in Massenmedien*. Wiesbaden: Springer.
- Christiansen, P. (2012). Die Medien sollen es richten: Der rechtliche Rahmen für Litigation-PR. In L. Rademacher & A. Schmitt-Geiger (Hrsg.), *Litigation-PR: Alles was Recht ist: Zum systematischen Stand der strategischen Rechtskommunikation* (S. 123 – 150). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Christoph, C. (2014). Recht riskant? Rahmenbedingungen der Kanzleikommunikation in Deutschland. In M. Stumpf & S. Wehmeier (Hrsg.), *Kommunikation in Change und Risk* (pp. 183–200). Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-00218-3_9
- Boehme-Nessler, V. (2010a). Die Öffentlichkeit als Richter? Chancen und Risiken von Litigation-PR aus verfassungsrechtlicher und rechtssoziologischer Sicht. In V. Boehme-Nessler (Hrsg.), *Die Öffentlichkeit als Richter?* (S. 20 – 51). Baden-Baden: Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845223681-20>
- Boehme-Nessler, V. (2010b). BilderRecht: Die Macht der Bilder und die Ohnmacht des Rechts Wie die Dominanz der Bilder im Alltag das Recht verändert. Berlin: Springer.
- Friedrichsen, G. (2010). Zwischenruf: "Litigation-PR" - Prozessführung über Medien? *Zeitschrift Für Rechtspolitik*, 8, 263–265. Verfügbar unter <https://www.jstor.org/stable/23430011>
- Guidon, P. (2019). Wechselwirkung zwischen Medien und Gerichten. *Anwaltsrevue*, 06/07, 271 – 274.
- Heinrich, I. (2012). Litigation-PR: Kommunikationsmanagement zum Schutz der Reputation im Gerichtssaal der öffentlichen Meinung. In L. Rademacher & A. Schmitt-Geiger (Hrsg.), *Litigation-PR: Alles was Recht ist: Zum systematischen Stand der strategischen Rechtskommunikation* (S. 23 – 40). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hunecke, I. (2011). Cui bono? Gerichtsberichterstattung und ihre Auswirkungen. Litigation-PR und Schlagzeilenjournalismus als Gefahr für den Rechtsstaat? *Neue Kriminalpolitik*, 23(3), 85 – 99.
- Holzinger, S. & Wolff, U. (2009). *Im Namen der Öffentlichkeit: Litigation-PR als strategisches Instrument bei juristischen Auseinandersetzungen*. Wiesbaden: Gabler.
- Höch, D., & Schertz, C. (2015). Strategische Rechtskommunikation – Grundfragen der Litigation-PR aus anwaltlicher Sicht. In R. Singer (Hrsg.), *Anwaltliches Berufsrecht, Berufsethik und Berufspraxis* (S. 227 – 246). Baden-Baden: Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845261690-227>
- Kepplinger, H. M., & Zerback, T. (2009). Der Einfluss der Medien auf Richter und Staatsanwälte. *Publizistik*, 54(2), 216–239. <https://doi.org/10.1007/s11616-009-0036-y>
- Liesem, K. (2018). Der Verdacht: Strategische Kommunikation der Justiz im Strafverfahren. In K. Liesem & L. Rademacher (Hrsg.), *Die Macht der Strategischen Kommunikation* (S. 159 – 174). Baden-Baden: Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845277998-159>
- Müller-Neuhof, J. (2010). Gute Nachrichten. Wert und Wirkung von Rechtskommunikation und Rechtsöffentlichkeit

- in den Medien und für die Medien – eine Übersicht. In V. Boehme-Neßler (Hrsg.), *Die Öffentlichkeit als Richter?* (S. 139–153). Baden-Baden: Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845223681-139>
- Pöschl, S., & Döring, N. (2012). Der Einfluss von Medien auf Gerichtsverfahren: Ein Forschungsüberblick aus kommunikationswissenschaftlicher und psychologischer Perspektive. In F. Fechner (Hrsg.), *Zeugenbeeinflussung durch Medien - Philosophische, psychologische und juristische Gedanken zu einem Aspekt der „Litigation-PR“* (S. 89 – 116). Münster: Monsenstein und Vannerdat.
- Rademacher, L., & Schmitt-Geiger, A. (2012). Litigation-PR in der Diskussion: Potenziale der strategischen Rechtskommunikation. In L. Rademacher & A. Schmitt-Geiger (Hrsg.), *Litigation-PR: Alles was Recht ist: Zum systematischen Stand der strategischen Rechtskommunikation* (S. 15 – 20). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18980-2_1
- Rehbinder, M. (2011). Litigation-PR als professionelle Dienstleitung: zur Rechtskommunikation in der Mediengesellschaft. In R. Sethe (Hrsg.), *Kommunikation: Festschrift für Rolf H. Weber zum 60. Geburtstag* (S. 771 – 780). Bern: Stämpfli.
- Schmitt-Geiger A. (2013) Litigation-PR: Strategische Rechtskommunikation bei Unternehmenskrisen. In: Thießen A. (Hrsg.) *Handbuch Krisenmanagement* (S. 291 – 304). Springer VS, Wiesbaden
- Schmitt-Geiger, A. (2012). Deutschland und die USA: Ist die US-amerikanische Litigation-PR auf Deutschland übertragbar? In L. Rademacher, & A. Schmitt-Geiger (Hrsg.), *Litigation-PR: Alles was Recht ist. Zum systematischen Stand der strategischen Rechtskommunikation* (S. 57 – 73). Wiesbaden: Springer VS.
- Sieber, A. (2018). *Manager am Medienpranger: Erfolgsstrategien mit Litigation-PR*. Bamberg: FAW.
- Streeck, K. (2010). Litigation-PR als beauftragte Beeinflussungsdienstleistung. In V. Boehme-Neßler (Hrsg.), *Die Öffentlichkeit als Richter?* (S. 129 – 138). Baden-Baden: Nomos.
- Wagner, J. (1987). *Strafprozessführung über Medien*. Baden-Baden: Nomos.
- Wolff, U. (2010). Warum die Gerechtigkeit PR-Spezialisten braucht. In V. Boehme-Neßler (Hrsg.), *Die Öffentlichkeit als Richter?* (S. 139 – 153). Baden-Baden: Nomos.

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1.</i> Schematische Darstellung des Forschungsprozesses.	3
<i>Abbildung 2.</i> Grundstruktur der modularen Litigation-PR-Weiterbildung.	10
<i>Abbildung 3.</i> CAS Rechtssprache und juristisches Denken.	11
<i>Abbildung 4.</i> CAS Medienarbeit und Public Relations.	12
<i>Abbildung 5.</i> CAS Rechtskommunikation und Public Affairs.	13
<i>Abbildung 6.</i> CAS Strategic Foresight für die Litigation-PR.	15
<i>Abbildung 7.</i> CAS Strategisches Litigation-PR-Management.	16
<i>Abbildung 8.</i> CAS Cross Border-Litigation-PR.	17
<i>Abbildung 9.</i> CAS Digital-Litigation-PR.	18
<i>Abbildung 10.</i> Disziplinen der Litigation-PR.	20

Appendix I: Interviewleitfaden

1. EINLEITUNG

Der folgende Interviewleitfaden wurde im Rahmen dieser Studie verwendet. In die Entwicklung des Leitfadens flossen die Erkenntnisse aus anderen Studien mit ähnlichen Herausforderungen und Fragestellung ein.¹ Da die Interviews nach dem Prinzip des «offenen Interviews» geführt wurden, diente der Leitfaden vor allem dazu, die Fragestellungen und Themen im Rahmen des Gesprächs mit den Teilnehmenden nicht aus dem Fokus zu verlieren. Während damit dem Interviewer die Möglichkeit gegeben wird, Nachfragen und Verständnisfragen zu stellen, hat der TeilnehmerIn die Möglichkeit, frei eigene Perspektiven, Erfahrungen und Bedürfnisse zu schildern.

2. KURZVORSTELLUNG

Sehr geehrte/r [NAME DES TEILNEHMERS/DER TEILNEHMERIN]

vielen Dank, dass Sie heute Zeit haben!

Mein Name ist [NAME DES INTERVIEWERS]. Im Auftrag der ZHAW School of Management and Law führen wir eine Studie zur Litigation-PR in Deutschland, Österreich und der Schweiz durch. Ziel der Studie ist es, zu verstehen, was die inhaltlichen und strukturellen Anforderungen an Weiterbildungsmöglichkeiten in der Litigation-PR in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind. Wir werden mit Ihnen unter anderem darüber sprechen, wie aktuell Litigation-PR-Inhalte kommuniziert werden, wie diese angewendet werden und welche Rolle diese jetzt und in der Zukunft spielen könnten.

Das Gespräch, das wir mit Ihnen heute führen, würden wir gerne auf Audio aufzeichnen, um die Auswertung zu erleichtern. Die Aufnahme wird vertraulich behandelt und nur im Rahmen dieser Studie verwendet. Wir werden Sie des Weiteren nicht ohne ihre Zustimmung in der Studie namentlich zitieren. Sind sie damit einverstanden?

[START DER AUFNAHME]

Kurz zum Ablauf des Gesprächs: Wir werden uns nun ca. 45 – 60 min mit Ihnen zu unterschiedlichen Fragestellungen rund um das Thema Litigation-PR und Weiterbildungsangebote in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Haben Sie noch Fragen bevor wir mit dem Interview beginnen?

3. INTERVIEWLEITFRAGEN

3.1. RAHMENDATEN

- Bitte sagen sie kurz etwas zu Ihrer Person, zu Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation, dem/der Sie angehören und zu Ihrer aktuellen Position und Rolle darin.

3.2. EINFÜHRUNGSFRAGEN

- Was bedeutet Litigation-PR für Sie und Ihr Unternehmen/Ihre Organisation? Was verbinden Sie mit dem Begriff?

¹ siehe dazu: Krauskopf, P. L., Hardegger, D. & Schlimok, C. (2019). *Nutzerorientierte digitale Kommunikation von Compliance-Inhalten*. ZHAW School of Management and Law. Verfügbar unter: <https://www.zhaw.ch/storage/sml/institute-zentren/zwh/upload/compliance-studie-2019.pdf>

- Was waren für Sie positive Erlebnisse mit Litigation-PR (innerhalb Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation), z.B. in welcher Situation hat die Litigation-PR zuletzt Schaden abgewendet oder wann hat es eine neue (Geschäfts-) Möglichkeit für Sie eröffnet?
- Was waren für Sie negative Erlebnisse mit Litigation-PR (innerhalb Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation), z.B. wann wurden sie zu spät auf Litigation-PR-Risiken aufmerksam gemacht oder haben Sie die Möglichkeiten der Litigation-PR nicht richtig eingeschätzt?
- Was waren für Sie überraschende Erlebnisse mit Litigation-PR (innerhalb Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation)?

3.3. LITIGATION-PR IN DER ORGANISATION

- Wie ist das Thema Litigation-PR in ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation verankert bzw. wie ist die Verantwortung dafür organisiert?
- Wo spielt Litigation-PR in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation aktuell die grösste Rolle? Welche Litigation-PR-Themen beschäftigen Sie und/oder Ihr Unternehmen/Ihre Organisation aktuell besonders und warum?
- Setzen Sie bzw. ihr Unternehmen sich fortlaufend mit Litigation-PR-Inhalten auseinander (proaktiv) oder informieren Sie sich, wenn Sie oder Ihre Organisation vor einer akuten Herausforderung stehen? (reaktiv)

3.4. INFORMATION ZU LITIGATION-PR-INHALTEN?

- Wenn Sie sich über Litigation-PR informieren wollen, wie gehen Sie da vor? Welche Quellen nutzen Sie?
- Was sind ihre Erfahrungen mit diesen Quellen? Welche dieser Quellen empfinden sie als besonders gut, welche nicht? Warum?

3.5. VERGLEICH DER DACH-STAATEN UND DEREN THEMEN

- Wenn Sie an die Litigation-PR in Deutschland, Österreich und der Schweiz denken, gibt es Themen, oder Herausforderungen, die alle drei Länder betreffen? Können Sie Beispiele nennen?
- Wenn Sie an die Litigation-PR in Deutschland, Österreich und der Schweiz denken, gibt es Themen, oder Herausforderungen, die spezifisch für eines der Länder sind? Können Sie Beispiele nennen?
- Kennen Sie Themen oder Fälle nennen, die sie als besonders transnational resp. international wahrgenommen haben? Auch über den DACH-Raum hinaus?

3.6. INHALTE DES KURSES

- Wenn Sie den idealen Litigation-PR-Kurs entwickeln könnten, welche Inhalte müsste dieser Kurs umfassen, dass Sie und/oder Ihr Unternehmen/Ihre Organisation den Kurs besuchen? Warum gerade diese?
- Welche Inhalte würden Sie nicht in diesem Kurs erwarten? Warum gerade diese?
- Wie sollten die Inhalte aufgebaut sein? Als einzelne Module? Wenn ja, was wären die Basismodule? Was eher Zusatzmodule?
- Angenommen, der Kurs fände nicht in Ihrer Nähe, sondern in Berlin/Zürich/Wien statt, was für Auswirkungen hätte dies auf Ihre Erwartungen an den Kursinhalt?

3.7. STRUKTUR DES KURSES

- Wie modular und flexibel sollte der ideale Litigation-PR-Kurs Ihrer Meinung nach sein?
- Wenn Sie nun zurück an die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Deutschland, Österreich und der Schweiz denken, haben Sie noch Anmerkungen zu den Inhalten und der Struktur?

3.8. DIGITALE BILDUNGS- UND BERATUNGSMÖGLICHKEITEN ZUR LITIGATION-PR

- Angenommen, eine digitale Plattform würde Sie beim Thema Litigation-PR in Ihrem Unternehmensalltag unterstützen. Was würden Sie sich von dieser Plattform wünschen?
- Wie könnte eine Realisierung Ihres Wunsches funktionieren?

3.9. LITIGATION-PR-DATENBANK UND -COMMUNITY DER ZHAW SML

- Um den Austausch zwischen und mit InteressentInnen und ExpertInnen der Litigation-PR in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu verbessern und nachhaltiger zu gestalten, baut die ZHAW SML aktuell im Rahmen der Litigation-PR-Tagung 2020 auch eine entsprechende Community auf.
- Hätten Sie Interesse, Teil dieser Community zu werden? Wenn ja, dürfen wir Ihre Daten (Vorname, Nachname, Mailadresse, Anschrift, Teilnahmen an Inhalten) eintragen?

4. VERABSCHIEDUNG

- Vielen Dank für Ihre Zeit und das inspirierende Gespräch! Zwei Fragen haben wir noch zum Abschluss: Dürfen wir Sie bei Nachfragen nochmals kontaktieren und haben Sie noch eigene Anliegen oder einen Kommentar zu den Fragestellungen der Studie?

[ENDE DER AUFNAHME]

Appendix II: Auswertungsformular

1. EINLEITUNG

Das folgende Auswertungsformular wurde im Rahmen dieser Studie verwendet. Es hat zum Ziel, einen schnellen Überblick für die Inhalte des jeweiligen Interviews zu liefern, um die Auswertung und Diskussion im Rahmen der Studie zu vereinfachen und zu fokussieren. Die einzelnen Abschnitte dienen dabei als Leitfaden bei der Analyse der Interviews, geben dabei aber gleichzeitig die notwendige Freiheit, um die Interviews, die in offener Form geführt wurden, entsprechend der jeweiligen inhaltlichen Entwicklung analysieren zu können.

2. AUSWERTUNGSFORMULAR

Interview-Code:

Interview-Datum und Uhrzeit:

Kurzauswertung

- Was fiel im Rahmen des Interviews sofort auf?
- Was war ein Schlüsselsatz im Rahmen des Interviews?
- Gab es Besonderheiten, die in der Auswertung zu berücksichtigen sind?
- Bei welchen Aussagen war der Teilnehmer/die Teilnehmerin besonders ehrlich?
- Bei welchen Aussagen wirkte der Teilnehmer/die Teilnehmerin unsicher?

Ausgewählte Zitate

Selbstbeschreibung des Studienteilnehmenden:

Definition Litigation-PR

Unterschiedliche Definitionen von Litigation-PR; Unterschiede zwischen Rechtskommunikation, Justizkommunikation und Litigation-PR; Besonderheiten der Disziplin

Erlebnisse

Positiv

Negativ

Überraschend

Verantwortlichkeiten

Wie ist Litigation-PR in der Organisation verankert? Wer trägt die Verantwortung? Wie stehen Kommunikations- und Rechtsabteilung zueinander?

Aktuelle Herausforderungen

Informationsbeschaffung

*Welche Quellen werden zur Informationsbeschaffung genutzt? Wird eher digital oder Print gelesen?
Welche Fachliteratur wird genannt? Wird auf wissenschaftliche Literatur zurückgegriffen?*

Unterschiede/Gemeinsamkeiten DE-AU-CH

*Welche Unterschiede/Gemeinsamkeiten gibt es zwischen den drei Ländern? Gibt es
Unterschiede/Gemeinsamkeiten innerhalb der Länder?*

Inhalte der Kurse

Sinnvoll

Nicht sinnvoll

Zeitliche Taktung der Kurse

Örtliche Durchführung der Kurse

Digitales Bildungsangebot

Sonstige Anmerkungen

*Inhalte/Kommentare/Gedanken des Studienteilnehmenden, die nicht über die obigen Kategorien
abgedeckt werden, jedoch für die Auswertung wichtig sind.*

Appendix III: Forschungsprozess

ZEIT	KONZEPTIONSPHASE	
2 Monate	Konzeption der Studie	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der Forschungsfrage • Festlegung Erhebungsinstrumente • Definition Studienablauf
	Ko-kreativer Konzeptions-Workshop	<ul style="list-style-type: none"> • Experteninput in interaktivem Workshopformat • Identifizierung und Diskussion relevanter Themenbereiche • Ableitung von Interviewfragen • Ableitung von Kriterien für InterviewpartnerInnen
	DATENERHEBUNG UND -AUSWERTUNGSPHASE	
2 Monate	Interviews	<ul style="list-style-type: none"> • Auswahl und Anfrage der InterviewpartnerInnen • Durchführung von Interviews
	Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> • Strukturierte Auswertung der Interviews und Diskussion der Resultate • Rückfragen bei InterviewpartnerInnen bei Verständnisfragen
	VALIDIERUNGSPHASE	
2 Monate	Ko-kreativer Feedback-Workshop	<ul style="list-style-type: none"> • Ergebnisvalidierung mit ExpertInnen • Identifizierung offener Fragestellungen
	Reflexion	<ul style="list-style-type: none"> • Kritische Diskussion der bisherigen Ergebnisse auf Basis der Rückmeldungen aus dem Feedback-Workshop • Einarbeitung des zusätzlichen Feedbacks und inhaltlicher Abschluss der Studie
	ABSCHLUSSPHASE	
1 Monat	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Freigabe der Zitate der InterviewpartnerInnen • Abschluss der grammatikalischen und orthographischen Korrekturen sowie der Designanpassungen
	Publikation	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung der Kommunikation der Publikation der Studie an die ExpertInnen der Workshops und der InterviewpartnerInnen • Vorbereitung der öffentlichen Präsentation der Publikation über die entsprechenden Kanäle

Autoren

PROF. DR. PATRICK L. KRAUSKOPF



Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf ist Leiter des Zentrums für Wettbewerbs- und Handelsrecht an der ZHAW School of Management and Law. Er ist Anwalt (Zürich/New York) und Chairman/Partner der Kanzlei AGON PARTNERS. In der Vergangenheit war er Gerichtsschreiber am Bundesgericht in Lausanne und Vizedirektor sowie Chief of International Affairs der Wettbewerbskommission (Weko). Prof. Krauskopf hat an der Universität Berkeley, California, und Fribourg, Schweiz (Dr. iur.) sowie an der Harvard Law School (LL.M.) studiert.

DR. DANIEL HARDEGGER



Dr. Daniel Hardegger ist Verhandlungs- und Innovationsexperte und Mitarbeiter am Zentrum für Wettbewerbs- und Handelsrecht der ZHAW School of Management and Law und Business Development Manager von Novamondo. Er promovierte an der London School of Economics am Institut für Internationale Geschichte und leitete und koordinierte verschiedenste Projekte und Verhandlungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft auf nationaler wie internationaler Ebene. Er ist Gründer und Koordinator von Negotiations.CH, einem Netzwerk von Verhandlungsspezialisten. Ausserdem war er Initiator und Vorstandsmitglied für strategische Entwicklung von Polis180 e.V., einem Thinktank zur Aussen- und Europapolitik in Berlin.

Partner



AGON PARTNERS ist eine auf Kartell- und Wettbewerbsrecht spezialisierte Kanzlei mit "Full-Service-Approach": AGON PARTNERS unterstützt, berät und vertritt Firmen, Organisationen und Privatpersonen in sämtlichen Aspekten kartellrechtlicher Zivil- und Verwaltungsverfahren, einschliesslich verfahrensbegleitender Kommunikationsmassnahmen und wettbewerbspolitischer Kampagnen sowie dem Design und der Implementierung von vorbeugenden Compliance-Programmen

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml

Im Rahmen dieser explorativen Fallstudie untersuchen Prof. Dr. Patrick Krauskopf und Dr. Daniel Hardegger, was die inhaltlichen, konzeptuellen und strukturellen Herausforderungen in Bezug auf Weiterbildungsangebote in der Litigation-PR in der Deutschland, Österreich und der Schweiz («DACH-Region») sind. Als Spannungsfeld aus Rechtskommunikation, Öffentlichkeits- und Pressearbeit bildet sie das ganze Spannungsfeld ab, das professionelle Kommunikation im Rahmen juristische oder gesetzgeberischer Auseinandersetzungen abzubilden hat. Dennoch gibt es bis heute kein nachhaltiges, Wissenschaft und Praxis verbindendes und innovatives Weiterbildungsangebot in der ««DACH-Region»», das die gesamte Diversität der Thematik abzubilden vermag. Dementsprechend stehen im Mittelpunkt dieser Studie die Erwartungen und Bedürfnisse von Organisationen, ExpertInnen und erweiterter Zielgruppen bezüglich der möglicher Weiterbildungsangebote sowie die Ausarbeitung erster möglicher Konzepte, die diese Erwartungen und Bedürfnisse erfüllen können.



AACSB
ACCREDITED

swissuniversities