



Kurzfassung der Master Thesis in 30 Zeilen

## **Litigation-PR für Topmanager**

### **Erfolgsfaktoren und Fallstricke unter besonderer Berücksichtigung der Wirkung der CEO-Kommunikation in der Mediengesellschaft**

eingereicht von

**Susanne Kleiner**

Communications MSc / Diplom-Betriebswirtin (BA)

eingereicht an der

Donau-Universität Krems / Internationales Journalismus Zentrum

im Rahmen des Universitätslehrgangs Communications MSc

PR und Integrierte Kommunikation

verfasst in D-Stuttgart

eingereicht im August 2010

Seitenzahl gesamt: 130

## **1 Forschungsgegenstand**

Ist ein Unternehmen in einen Rechtsstreit verwickelt, stehen sein guter Ruf und der Ruf seines Topmanagers auf dem Spiel. Das gilt besonders, wenn der höchste Repräsentant im Zuge der CEO-Kommunikation strategisch in den Medien personalisiert und positioniert wurde. Zum Schutz der Reputation steigt der Bedarf an Litigation-PR, der rechtsstreitbegleitenden Öffentlichkeitsarbeit, im deutschsprachigen Raum. Entsprechend jung ist die Forschungstätigkeit auf diesem Gebiet. Das gilt auch für die CEO-Kommunikation. Die Korrelation zwischen Litigation-PR und CEO-Kommunikation ist als deutliche Forschungslücke zu identifizieren. Diese Master Thesis entwickelt die wissenschaftliche Auseinandersetzung weiter und leistet einen Beitrag zur Professionalisierung der Litigation-PR.

## **2 Theorie**

Die theoretische Ausarbeitung der Litigation-PR und CEO-Kommunikation stützt sich neben der überwiegend veröffentlichten Praktikerliteratur auf zwei junge wissenschaftliche Werke.

## **3 Ziel/Fragestellungen**

Diese Master Thesis verfolgt das Ziel, die kommunikative Wirkung von Topmanagern vor Gericht im Kontext der Mediengesellschaft zu analysieren und Faktoren herauszuarbeiten, die bei der prozessbegleitenden PR-Arbeit für Spitzenrepräsentanten und deren Organisationen zu berücksichtigen sind. Der Fokus liegt dabei auf der Korrelation zwischen der Litigation-PR und der CEO-Kommunikation.

## **4 Forschungsdesign**

Dieser Forschungsarbeit liegt der anwendungsorientierte Ansatz nach Ulrich zugrunde. Die empirische Untersuchung wurde mittels Experteninterviews und deren qualitativer Inhaltsanalyse nach Gläser/Laudel und Mayring<sup>1</sup> durchgeführt. Als Experten wurden acht PR-Berater mit praktischer Erfahrung in der Litigation-PR, bestenfalls in der CEO-Kommunikation, ausgewählt.

---

<sup>1</sup> Vgl. Gläser, Jochen/Laudel, Grit: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, 3. Überarbeitete Auflage, Wiesbaden, 2009 und Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse, 10., neu ausgestattete Auflage, Weinheim, Basel, 2008.

## **5 Ergebnisse**

Diese Arbeit bildet zwei Stoßrichtungen ab. Sie gibt den PR-Praktikern Handlungsansätze an die Hand und leitet aus den Forschungsergebnissen Hypothesen ab, die in vertiefenden Forschungsprojekten zu verifizieren bzw. falsifizieren sind. Um der Anwendungsorientierung gerecht zu werden, wurden Parameter benannt, die in die Systematik einer PR-Konzeption für den Fall „Topmanager vor Gericht“ einfließen. Dasselbe gilt für die Fallstricke und Erfolgsfaktoren der Litigation-PR für Topmanager.

## **6 Literatur**

- Eisenegger, Mark/Wehmeier, Stefan (Hrsg.): Personalisierung der Organisationskommunikation. Theoretische Zugänge, Empirie und Praxis, 1. Auflage, Wiesbaden, 2010.
- Heinrich, Ines: Litigation-PR: PR vor, während und nach Prozessen. Perspektiven, Potenziale, Problemfelder, 1. Auflage, Burtenbach, 2010.

## **7 Schlagwortkatalog**

- CEO-Kommunikation
- Gerichtsprozess
- Rechtsstreitbegleitende Öffentlichkeitsarbeit
- Reputation
- Reputation Management
- Krisenkommunikation
- Litigation-PR
- Personalisierung
- Positionierung von Topmanagern
- Prozessbegleitende Kommunikation
- Prozess-PR
- Strategische Kommunikation bei Rechtsstreitigkeiten
- Unternehmenskommunikation