

Litigation PR

Klinikkommunikation an der Schnittstelle von Recht und öffentlicher Meinung

Markenaufbau, Reputationsmanagement und Erhalt von Glaubwürdigkeit sind zu wichtigen Wettbewerbsfaktoren im Klinikmarkt geworden. Damit werden Kliniken aber auch anfälliger für reputationsschädigende Szenarien und die ökonomischen Auswirkungen. Die intensive Berichterstattung über die fahrlässig verschuldeten Klebsiellen-Infektionen an einer deutschen Universitäts-Kinderklinik, fehlerhafte Robodoc-Operationen oder ein Skandal um Medikamentenexperimente und Abrechnungsdelikte in Hessen zeigen eindrucksvoll das hohe und unkalulierbare Risiko einer negativen Berichterstattung für die Reputation und damit die Marke von Kliniken. Das eigentlich reputationsschädigende Moment lässt sich dabei in diesen Fällen nicht primär in der Akutphase der Krise, sondern vor allem in ihrer Dauer und dem Handeln der Akteure im zeitlichen Verlauf orten: Über die Klebsiellen-Infektionen wurde bundesweit über einen Zeitraum von zwei Jahren in den Medien berichtet. Verantwortlich dafür waren vor allem die langwierigen Ermittlungen der Staatsanwaltschaft, Zivilklagen Betroffener und verschiedene gerichtliche Verhandlungstermine, die immer wieder neue Informationen für die Medien generiert haben. Wie aber lassen sich negative Effekte auf die Reputation in einem solchen Umfeld verhindern? Im Interesse eines aktiven Reputationsmanagements erfordern solche Szenarien langfristig angelegte Kommunikationsstrategien, die sowohl die Informationen aus Ermittlungs- und Gerichtsverfahren, als auch deren Auswirkung auf die Entwicklung der öffentlichen Meinung berücksichtigen.

Aus Krisen um Klebsiella, Robodoc & Co. lernen

In den USA wird diese Aufgabe durch die sog. „Litigation PR“, die strategisch geplante Kommunikation rund um Ermittlungs- und Gerichtsverfahren, wahrgenommen. Zugrunde liegt die Erkenntnis, dass öffentliche Meinung und juristischer



Dr. Berend von Thülen (44) ist selbstständiger Berater für Klinikkommunikation und hat verschiedene Kliniken in der Krisenkommunikation und Litigation PR betreut.

Verlauf eng verflochten sind: Gerichtsverfahren sind in der Regel öffentlich und für Medien zugänglich, Journalisten verfügen häufig über gute Kontakte zu den Ermittlungsbehörden. Damit wird die Übersetzung der meist komplizierten juristischen Sachverhalte in eine transparente und strategisch geplante Kommunikation zur Voraussetzung für die wirksame Steuerung von öffentlicher Meinung und Reputation. Die enge Kooperation zwi-

schen Rechts- und Kommunikationsexperten und die aktive Nutzung juristischer Informationen für die Kommunikation ist hier das zentrale Element.

Warum ist Litigation PR für Kliniken in Deutschland relevant? Das Kerngeschäft der medizinischen Dienstleistung am Menschen birgt per se erhebliche Krisenrisiken, da Fehlleistungen an Gesundheit oder Leben von Patienten schnell juristische Relevanz gewinnen: Rund 10.000 zivil- und 4.500 strafrechtliche Verfahren wegen Behandlungsfehlern werden pro Jahr angestrengt, mit steigender Tendenz. In mehr als 60% der Fälle treffen diese Verfahren Kliniken. Gleichzeitig ist das öffentliche Interesse an solchen Fällen deutlich gestiegen: Medien nutzen verstärkt Tribunalszenarien und Skandale als aufgabenrelevante Themen. Der Trend zur Stärkung von Patienteninteressen veranlasst Krankenkassen zu Überlegungen, Versicherte bei der Durchsetzung von Ansprüchen gegen medizinische Dienstleister zu unterstützen. Schließlich gibt es Reformbestrebungen im juristischen Bereich, beispielsweise Sammelklagen nach US-Vorbild zu ermöglichen, die eine Plattform für öffentlichkeitswirksame Inszenierungen bieten. Der vor einem Jahr eingeführte Fachanwalt für Medizinrecht schafft die Voraussetzungen hierfür.

Viele Kliniken sind derzeit jedoch nur ungenügend auf Krisen und insbesondere auf die speziellen kommunikativen Erfordernisse öffentlich inszenierter, juristischer Auseinandersetzungen vorbereitet. Häufig ist die Kommunikation reaktiv und wird unter rechtlischem und nicht auch unter kommunikationsstrategi-

ischem Gesichtspunkt geführt. Die Standardauskunft vieler Pressestellen „Aus Rücksicht auf die laufenden Ermittlungen geben wir hierzu keine Informationen“, die Journalisten in solchen Fällen häufig erhalten, dokumentieren dies. Die journalistische Reaktion darauf ist ebenso klar wie nachvollziehbar: Es werden andere Informationsquellen genutzt, die meist vielfältig vorhanden sind, ob Patienten, Angehörige oder undichte Stellen bei Ermittlungsbehörden.

Damit verletzen Kliniken, die so agieren, jedoch einen zentralen Grundsatz der Krisenkommunikation: Das Unternehmen als Erstinformant zu positionieren und sich damit die „Informationshoheit“ zu sichern. Sicherlich gelangen nicht alle medizinischen Fehlleistungen und Schadensfälle in das Visier der Medien. Wenn aber staatsanwaltschaftliche Ermittlungen eingeleitet werden oder Kliniken gar mit ersten Medienanfragen konfrontiert sind, ist es höchste Zeit zum Handeln. Dann sind die Kommunikationsexperten gefragt, denn: „Niemand würde doch einen PR-Fachmann anheuern, um vor Gericht vertreten zu werden – also sollte ein Rechtsanwalt auch nicht die öffentliche Kommunikation übernehmen“, wie Barry Blandberg, Anwalt einer großen US-Kanzlei, in einem Interview mit dem internationalen Fachmagazin PR Week 2004 kommentierte.

► Kontakt:

Dr. Berend von Thülen
C3 Public Relations, Gießen
Tel.: 0641/4809940
Fax: 0641/4941813
thuelen@t-online.de