Krisenmanagement / Teil 6: Abwehr von Rufschädigung

Verantwortung zu übernehmen in Zeiten der Krise ist wichtig – und verdammt schwer zugleich. Das heißt im Umkehrschluss aber nicht, jeden Angriff der Konkurrenz oder unangenehmer Gegner hinnehmen zu müssen. Im Gegenteil: Gerade bei Rufschädigung oder Verleumdungen ist es an der Zeit, anwaltlich dagegen vorzugehen. Von David Rölleke

Mal ehrlich: Sie stecken mit Ihrem Unternehmen in einer handfesten Krise und haben eigentlich ausreichend To dos auf Ihrer Krisenliste. So viele, dass sie gefühlt für zehn Krisen reichen würden. Doch als hätte es das Schicksal wahrlich auf Sie abgesehen, bahnen sich nun auch noch unwahre Tatsachenbehauptungen ihren Weg in regionale oder überregionale Zeitungen. Oder noch schlimmer: in soziale Netzwerke. Braucht kein Mensch, ist aber nicht wegzudiskutieren. Was also tun?

Anonym geht’s leichter

Gerade die vermeintliche Anonymität des Internets und die damit einhergehende sinkende Hemmschwelle machen es Ihren Gegnern leicht, unwahre und rufschädigende Behauptungen zu streuen, deren Wahrheitsgehalt in Zeiten einer Unternehmenskrise selten auf den Prüfstand gestellt wird. Das kann übrigens auch ganz ohne Unternehmenskrise schnell zu einem echten Problem werden. Eine Krise in der Krise quasi! Denn unwahre Tatsachenbehauptungen können der Unternehmensreputation massiv schaden.

Rufschädigung niemals hinnehmen!

Ob unabsichtlich oder absichtlich, ob zur konkreten Rufschädigung oder um als Konkurrent wirtschaftlich besser dazustehen: Verleumdung und Rufschädigung sollten Sie weder in Zeiten der Krise noch außerhalb tatenlos hinnehmen. Die Lösung: ein professionelles Reputationsmanagement!

Reputationsmanagement von Profis

Neben einem PR-Profi, der nach außen hin die professionelle Kommunikation übernimmt, ist es wichtig, im Inneren einen aufs Medienrecht spezialisierten Anwalt im Krisenteam zu haben. Denn: er kann sowohl wettbewerbswidrige wie auch persönlichkeitsverletzende Äußerungen angreifen und löschen lassen bzw. eine Richtigstellung verlangen. Rufschädigungen sind dabei keineswegs auf spezielle Kanäle beschränkt. Sowohl in Foren wie auch auf Blogs, bei Twitter, Facebook oder Instagram, in Zeitungen oder Magazinen: eine Gefahr lauert überall.

Was müssen Sie hinnehmen?

Wichtig zur Unterscheidung ist die Frage, ob es sich um eine reine Meinungsäußerung oder um eine unrichtige Tatsachenbehauptung handelt. Kurzum: wahre Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen müssen hingenommen werden – natürlich auch dann, wenn sie sich negativ auf Sie oder Ihr Unternehmen auswirken. Lässt sich allerdings das Ziel einer Rufschädigung vermuten oder werden unrichtige Behauptungen aufgestellt, lassen sich diese Aussagen im Sinne einer Verleumdung oder übler Nachrede anstreiten.

Diese Rechte können Sie schützen

Die üble Nachrede und die Verleumdung unterscheiden sich insoweit, als dass bei der üblen Nachrede die Wahrheit der angeprangerten Tatsachen nicht bewiesen ist. Bei der Verleumdung hingegen ist dem Täter bekannt, dass seine Behauptungen unwahr sind. Eine immens wichtige Unterscheidung!
Bei rufschädigenden Äußerungen kann das so genannte Unternehmenspersönlichkeitsrecht wirken. Doch auch das Markenrecht oder das Wettbewerbsrecht sind bei Rufschädigung bedeutsam. Je nach Fall greift der gewerbliche Rechtsschutz an dieser Stelle und lässt sich durch juristische Begleitung zu Ihren Gunsten durchsetzen. Ein Unterlassungsanspruch ist dabei ebenso denkbar wie ein Beseitigungsanspruch oder gar eine Berichtigung. Darüber hinaus sind auch Schadenersatzansprüche möglich. Was genau in welcher Reihenfolge angegangen wird, ist dabei Sache Ihres Experten. Je schneller Sie ihn ins Krisenteam holen, desto eher dürfen Sie diesen Punkt von Ihrer To-do-Liste streichen.

Der Autor

David Rölleke

David Rölleke ist ein in ganz Deutschland aktiver PR-Manager. Er betreut Wirtschaftsunternehmen und Prominente sowohl in Kommunikations-fragen wie auch im Krisenmanagement. Seine Karriere begann er als PR-Spezialist für exklusive TV-, Print- und Onlinemedien.

Teil 1 der Krisenmanagement-Serie finden Sie im W+M Onlinemagazin hier

Teil 2 der Krisenmanagement-Serie finden Sie im W+M Onlinemagazin hier

Teil 3 der Krisenmanagement-Serie finden Sie im W+M Onlinemagazin hier

Teil 4 der Krisenmanagement-Serie finden Sie im W+M Onlinemagazin hier

Teil 5 der Krisenmanagement-Serie finden Sie im W+M Onlinemagazin hier