


Richtig kommunizieren

Best Practice

für Unternehmenskommunikation
in der Insolvenz

 MIT
FACHBEITRÄGEN
HOCHKARÄTIGER
INSOLVENZ- UND
KOMMUNIKATIONS-
EXPERTEN

 handelsblatt-insolvenzrecht.de
HBInsolvenzrecht

Konzeption und Organisation:

EUROFORUM
an informa business

Medienpartner

Handelsblatt
Substanz entscheidet.



Inhalt

Seite 3

Vorwort

Seite 4

Der Insolvenzverwalter sollte sich auf der Kommunikationsebene als Dienstleister begreifen

Prof. Dr. Lucas F. Flöther

Seite 5

Kommunikation in der Krise „Schweigen ist Silber, Reden ist Gold?“

Nadja Raiß

Seite 6

PR und Kommunikation in der Krise

Christoph Möller

Seite 7

Kommunikationsstrategien während der Insolvenz

Michael Winterhoff

Seite 8

Kommunikation innerhalb der Insolvenzgeldvorfinanzierung – wichtig oder Zeitverschwendung?

Stephanie Paris

Seite 9

Legal Tech: Sanierungsberatung wird überflüssig und Insolvenzverwalter werden abgeschafft

Dr. Christian Heintze

IMPRESSUM:

EUROFORUM Deutschland SE
Prinzenallee 3, 40549 Düsseldorf
V.i.S.d.P. Carina Roßmeier

© 2017 EUROFORUM Deutschland SE. Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk unterliegt dem Urheberrecht und weiteren Gesetzen zum Schutz geistigen Eigentums. Bei Interesse an einer Weiterverwertung kontaktieren Sie uns bitte vorab mit einem Hinweis auf den Verwendungszweck. Die Inhalte wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität wird jedoch keine Gewähr übernommen.





Schweigen ist Silber, doch wie wird Reden Gold?

Eine Unternehmensinsolvenz verliert heutzutage mehr und mehr ihr Stigma, ein Akt des Scheiterns zu sein. Trotzdem ist die richtige Kommunikation im Falle einer solchen Krise ein Schlüssel zur Motivation aller Betroffenen. Kunden, Mitarbeiter und Gläubiger haben Fragen, die beantwortet werden müssen. Die richtige Kommunikationsmaßnahme zur richtigen Zeit kann verlorenes Vertrauen wiederaufbauen und schädlichen Gerüchten und Imageschädigungen vorbeugen. Gleichzeitig gilt es, die gesetzlich geregelten betrieblichen Informationspflichten zu beachten. Krisenkommunikation ist demnach ein Balanceakt zwischen gesetzlichen Vorgaben und freiwilligen Kommunikationsmaßnahmen, der ohne Netz und doppelten Boden gemeistert werden will. Da viele verschiedene Instanzen in eine Unternehmenskrise involviert sind, ist es oft sehr schwierig, den Wünschen aller Seiten gerecht zu werden.

In unserem White Paper „Best Practice für Unternehmenskommunikation in der Insolvenz“ führen hochrangige Experten aus der Kommunikations-, Insolvenz- und Restrukturierungsbranche mit Abstracts zum Thema Krisenkommunikation durch die wichtigsten Punkte einer gelungenen Presse und PR. Informieren Sie sich jetzt über Best-Practice-Tipps, meistern Sie den Kommunikationsakt und lenken Sie Ihr Unternehmen durch die Insolvenz.





Prof. Dr. Lucas F. Flöther

Rechtsanwalt und Partner, Fachanwalt
für Insolvenzrecht FLÖTHER & WISSING
Rechtsanwälte · Insolvenzverwaltung ·
Sanierungskultur



Der Insolvenzverwalter sollte sich auf der Kommunikationsebene als Dienstleister begreifen

Der berühmte Kommunikationsforscher Paul Watzlawick prägte einst den Satz „Man kann nicht nicht kommunizieren“. Dieses Axiom trifft auf ein Insolvenzverfahren in ganz besonderem Maße zu. Hunderte, manchmal hunderttausende Personen sind an einem Insolvenzverfahren beteiligt. Sie haben vitales, nicht selten existenzielles Interesse an dessen Verlauf und dessen Ausgang. Jedes Wort, das die Insolvenzverwaltung äußert, jeder Schritt, den sie geht, wird mit höchstem Interesse beobachtet, gewichtet, begrüßt, kritisiert.

Die Zahl der Stakeholder-Gruppen, die an einem Insolvenzverfahren beteiligt sind, ist immens. Sie variiert aber auch. Konkret wird dies erkennbar an der wachsenden Zahl von Insolvenzverfahren, bei denen Anleihegläubiger und Aktionäre die an Köpfen die weitaus größte Gläubigergruppe bilden. Und die Insolvenzverwaltung sollte – wenn sie klug ist – dem Informationsbedürfnis jeder dieser Gruppen gerecht werden. Moderne Insolvenzverwaltung kann sich also nicht mit den starren und unzugänglichen Informationskanälen vergangener Jahrzehnte begnügen. Dies gilt umso mehr, als sich heute jeder Mitarbeiter oder Kleinanleger über die sozialen Medien an ein Millionenpublikum wenden kann.

Erhöhter Kommunikationsbedarf besteht auch infolge der wachsenden Zahl von Schutzschirm- und Eigenverwaltungsverfahren. Der erhöhte Verhandlungs- und Abstimmungsbedarf bis hin zur Mediation fordert von Insolvenz- oder Sachwaltern Kommunikationsaufgaben und -fähigkeiten. Anforderungen, die das Berufsbild grundlegend verändern werden.

Der einfachste Weg, alle Zielgruppen zu erreichen, ist natürlich die Pressearbeit: Informationen werden dadurch in kürzester Zeit weit

verbreitet. Dem Wirkungsgrad der Pressearbeit sind aber enge Grenzen gesetzt, und zwar gleich in mehrfacher Weise: Ein Insolvenzverfahren ist ein nicht-öffentliches Verfahren; die Art der Informationen, die über die Medien verbreitet werden können, ist also limitiert. Zweitens müssen oft detaillierte und/oder umfangreiche Informationen vermittelt werden: Medien müssen sich jedoch bei ihrer Berichterstattung auf wenige Informationen beschränken und diese vereinfachen. Und schließlich entscheiden die Medien selbst, ob und welche Informationen sie verbreiten. Medien sind demnach als Informationsverteiler „unzuverlässig“.

Die Insolvenzverwaltung muss sich also auf Kanäle zur Informationsvermittlung stützen, die sie selbst kontrollieren kann. Erste Wahl sind dabei die digitalen Medien: Über Internetseiten oder auch soziale Medien kann die Insolvenzverwaltung Informationen jeder Art an die meisten der relevanten Zielgruppen vermitteln. Der Insolvenz- und Sachverwalter sollte sich dabei auch auf der Ebene der Kommunikation verstärkt als Dienstleister begreifen. Das bedeutet vor allem: Die Zielgruppen dort abholen, wo sie sich befinden. „Juristendeutsch“ ist nicht die Sprache der Wahl, wenn der überwiegende Teil der Gläubiger aus Kleinanlegern im Rentenalter besteht. Kein Mensch weiß, was „Forderungen zur Tabelle anmelden“ bedeutet, der sich nicht täglich mit Insolvenzrecht beschäftigt. Der tiefgreifende Kulturwandel, der auf insolvenzrechtlicher Ebene mit dem ESUG längst begonnen hat, steht auf kommunikativer Ebene erst an seinem Anfang.