

# Gliederung

<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>15</b>
<b>Einleitung .....</b>	<b>33</b>
I. Ausgangslage/Problemstellung.....	33
II. Ziele der Arbeit.....	36
III. Methodische Überlegungen und Gang der Darstellung.....	37
<b>A. Medien .....</b>	<b>41</b>
I. Klärung des Medienbegriffs .....	41
II. Wandel der Medien .....	43
III. Funktion und Wirkung der Medien.....	47
1. Funktion der Medien .....	47
2. Wirkung der Medien .....	48
a. Wirkungsbereiche .....	50
aa. Digital Divide.....	50
bb. Agenda-Setting-Effekt.....	50
cc. Weitere Wirkungsbereiche.....	51
dd. Zwischenfazit.....	51
b. Wirkungspotential.....	52
IV. Medialisierung des Strafverfahrens .....	54
<b>B. Strafverfahren in den Augen der Öffentlichkeit.....</b>	<b>57</b>
I. Was ist Öffentlichkeit? .....	57
II. Öffentlichkeitsprinzip.....	58
1. Historischer Abriss.....	58
2. Öffentlichkeit in der Hauptverhandlung.....	60
3. Inhalt des Öffentlichkeitsgrundsatzes .....	60
<b>C. Öffentlichkeitsarbeit der Justiz.....</b>	<b>63</b>
I. Zusammenarbeit zwischen Justiz und Presse .....	63

1. Darstellung verschiedener Pressegesetze.....	63
a. Bayern .....	63
b. Sachsen.....	66
c. Hessen .....	68
2. Vergleich der drei Pressegesetze .....	69
a. Verweigerungsrecht .....	69
b. Anspruchsberechtigter .....	70
c. Auskunftsverbot der Behörden .....	70
d. Gleichbehandlung der Verleger.....	70
e. Zwischenfazit .....	70
3. Fazit.....	71
II. Medienarbeit der Justiz – insbesondere der Staatsanwaltschaft .....	73
1. Verdachtberichtserstattung der Presse.....	73
a. Erstattung einer Strafanzeige .....	74
b. Staatsanwaltschaftliches Ermittlungsverfahren .....	75
c. Klageerhebung .....	76
d. Erfolgte Verurteilung.....	77
e. Zwischenergebnis.....	77
2. Theorie .....	78
a. Medienarbeit im Allgemeinen .....	79
aa. Presserechtlicher Auskunftsanspruch .....	79
bb. Auskunftsberechtigung .....	80
cc. Grenzen der Auskunft .....	81
dd. Gleichbehandlungsgrundsatz.....	85
b. Medienarbeit in den einzelnen Verfahrensstadien.....	86
aa. Auskünfte im Anfangsstadium.....	86
bb. Auskünfte während eines laufenden Ermittlungsverfahrens.....	86
cc. Anklageerhebung .....	89
ee. Presseberichte im Zwischenverfahren .....	91

ff. Auskünfte in Altverfahren (Strafverfahren).....	91
gg. Pressearbeit während der Hauptverhandlung .....	92
3. Praxis.....	92
4. Aktuelles Fallbeispiel.....	95
<b>D. Einfluss der Medien auf den Schuldspruch und das Strafmaß .....</b>	<b>99</b>
I. Weg zum Schuldspruch .....	99
1. Urteilsfindung .....	99
a. Gegenstand der Urteilsfindung .....	99
b. Urteilsberatung.....	100
c. Form der Abstimmung .....	100
d. Beweiswürdigung .....	101
2. Strafmilderung.....	102
3. Unvoreingenommenheit des Richters .....	103
a. Druck der Öffentlichkeit als außerrechtliches Motiv.....	105
b. Prozessökonomie als außerrechtliches Motiv.....	107
4. Unabhängigkeit der Staatsanwaltschaft .....	107
II. Einfluss aus Sicht der Kommunikationswissenschaft.....	108
1. Analyse des Einflusses.....	108
a. Selektion.....	109
aa. Gatekeeping-Ansatz .....	109
bb. Nachrichtenwerttheorie.....	109
b. Ausgestaltung.....	109
c. Rezeption.....	110
2. Reziproke Effekte .....	111
a. Selbstwahrnehmung .....	111
b. Berichtswahrnehmung .....	111
c. Wirkungsvermutung.....	112
d. Wirkungserfahrungen .....	112
III. Einfluss aus Sicht der Sozialwissenschaften.....	114

1. Theorien und Modelle der Entscheidung im Recht .....	115
a. Lösung komplexer Probleme .....	115
b. Storytelling-Modell.....	117
2. Empirische Forschung und ihre Methoden .....	118
a. Befragung .....	118
b. Experiment .....	118
c. Aktenanalyse .....	118
d. Einzelfallstudien .....	119
3. Zwischenfazit .....	119
IV. Einfluss aus Sicht der Psychologie .....	120
V. Einfluss aus Sicht der Rechtspraxis .....	121
1. Sicht der Strafverteidiger .....	121
2. Sicht der Justiz (Richter, StA) .....	122
VI. Einordnung der verschiedenen Sichtweisen .....	123
VII. Rechtsprechung zum Einfluss der Medien.....	127
<b>E. Litigation PR .....</b>	<b>129</b>
I. Was wird unter Litigation PR verstanden.....	129
II. Litigation PR in Literatur und Wissenschaft.....	130
III. Sinn und Zweck von Litigation PR.....	133
1. Reputationsschutz .....	136
2. Litigation PR und Medienschaffende .....	137
3. Manipulation der Richter und Staatsanwälte .....	137
IV. Europäische Geschichte der Litigation PR .....	139
V. USA als Vorreiter .....	139
1. Rechtssystem in den USA.....	140
2. Entwicklung der Litigation-PR-Praxis in den USA.....	141
3. Fallbeispiele .....	143
a. O.J.-Simpson-Prozess .....	143
b. Amber Heard gegen Johnny Depp.....	145

VI. Litigation PR in Deutschland.....	148
1. Lage in Deutschland.....	148
2. Gründe für Litigation PR in Deutschland.....	150
a. Verkaufszahlen.....	150
b. Mangelndes Budget der Verlage.....	150
c. Pressearbeit der Justiz.....	151
d. Verbandsklagen und kapitalmarktrechtliche Musterverfahren.....	152
3. Fallbeispiele.....	152
a. Mannesmann-Prozess.....	152
b. Zumwinkel-Prozess.....	154
c. Alexander Falk – Prozess I.....	156
d. Alexander Falk – Prozess II.....	159
e. Jörg Kachelmann.....	161
VII. Vergleich Deutschland – USA.....	169
1. Punitive Damages.....	169
2. Pre-Trial-Discovery-Verfahren.....	170
3. Class Action.....	171
4. Jury-System.....	172
5. Zwischenfazit.....	173
VIII. Ausblick in die Zukunft – Entwicklungsfortschritt?.....	174
1. Justiz und Litigation PR.....	175
2. Verteidiger und Litigation PR.....	176
3. Litigation PR im Rahmen der Ausbildung.....	177
4. Litigation PR als Luxus.....	177
5. Meinungsumfrage zum aktuellen Stand der Litigation PR.....	179
<b>F. Grenzen des Umgangs mit Medien – Rechtliche Rahmenbedingungen der Medienarbeit.....</b>	<b>181</b>
I. Verteidigung gleich Kampf?.....	181
II. Ethische Aspekte zur Strafverteidigung.....	182

III. Verteidigerleitbild .....	183
1. Interessentheorie/Vertragstheorie .....	183
2. Organtheorie.....	184
a. Aussage der Organtheorie .....	184
b. Eingang der Organtheorie in die Rechtsprechung .....	185
aa. Bundesgerichtshof.....	185
bb. Bundesverfassungsgericht .....	186
3. Streitentscheid .....	186
IV. Verteidigerfunktion.....	187
1. Beistandsfunktion.....	187
2. Aufklärungsfunktion .....	188
3. Kontrollfunktion.....	188
V. Rechte und Pflichten des Verteidigers .....	188
VI. Zulässiges und unzulässiges Verteidigerhandeln .....	190
1. Standeswidriges Verteidigerhandeln .....	191
2. Strafbares Verteidigerhandeln.....	191
VII. Mandatsverhältnis.....	193
VIII. Besondere Rechte und Pflichten .....	195
1. Verschwiegenheitspflicht.....	195
2. Wahrheitspflicht.....	196
a. Herleitung.....	197
aa. BRAO.....	197
bb. Organfunktion.....	199
cc. Beistandspflicht.....	200
dd. Strafvereitelung gemäß § 258 StGB.....	200
b. Umfang.....	202
c. Lügeverbot in der Praxis .....	203
aa. Lügeverbot gegenüber Justiz.....	203
bb. Lügeverbot gegenüber Presse und PR Berater .....	204

3. Hinzuziehung eines PR Beraters und die Rechtslage .....	205
a. Hinzuziehung eines Beraters .....	205
b. Rechte und Pflichten des PR Beraters .....	205
IX. Konsequenzen bei Verstößen gegen die BRAO .....	206
X. Europäische Rechtsprechung .....	207
<b>G. Taktischer Umgang mit den Medien .....</b>	<b>209</b>
I. Kommunikationswissenschaft im Strafverfahren .....	209
1. Kommunikation im Allgemeinen .....	209
2. Übertragung auf das Strafverfahren .....	211
II. Sozialpsychologie im Strafverfahren .....	214
1. Sozialpsychologische Effekte im Strafverfahren .....	214
a. Inertia-Effekt .....	215
b. Ankereffekt .....	217
2. Gruppendynamik im Strafverfahren .....	219
III. Medienarbeit des Strafverteidigers im Strafverfahren .....	222
1. Unmittelbare Medienarbeit des Strafverteidigers .....	224
a. Auskunftsverweigerung gegenüber der Presse .....	224
b. Offizielle Statements des Verteidigers .....	225
c. Umgang mit nachteiliger Medienberichterstattung .....	227
d. Vorfreispruch .....	230
e. Lancieren von Beiträgen in der Fachpresse .....	230
2. Kooperationen .....	231
a. Hintergrundgespräche des Verteidigers mit Medienvertretern .....	231
b. Hinzuziehung eines Medienanwalts .....	232
c. Hinzuziehung eines PR-Experten .....	232
d. Zusammenarbeit mit der Staatsanwaltschaft und Gegenseite .....	234
3. Gibt es die eine Taktik? Was ist letztlich geboten? .....	235
IV. Initiative Medienarbeit des Beschuldigten .....	238

<b>H. Schluss .....</b>	<b>239</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>247</b>