

## WMP Eurocom

Die WMP EuroCom ist ein hervorragend vernetztes Lobbyunternehmen, das seinen Klienten, durch ihr weites Netzwerk aus Kontakten, Tür und Tor zu politischen Entscheidungsträgern öffnet und gleichzeitig durch ihre hohe Medienaffinität verdeckte Öffentlichkeitsarbeit über diverse Leitmedien lancieren kann.

WMP EuroCom AG	
<b>Branche</b>	Kommunikationsberatung
<b>Hauptsitz</b>	Berlin
<b>Lobbybüro Deutschland</b>	Berlin
<b>Lobbybüro EU</b>	
<b>Webadresse</b>	<a href="http://wmp-ag.de">wmp-ag.de</a>

### Inhaltsverzeichnis

1 Kurzdarstellung und Geschichte .....	1
2 Struktur, Geschäftsfelder und Finanzen .....	1
3 Lobbyarbeit: Struktur und Strategien .....	2
3.1 Vorstand und Aufsichtsrat .....	2
3.2 Die Lobbystrategie der WMP EuroCom .....	2
4 Fallbeispiele und Kritik .....	3
4.1 Vergabeaffäre der Bundesagentur für Arbeit .....	3
4.2 Imagekampagne für die Wirtschaft in Sachsen .....	3
4.3 Übernahme der Bewag durch Vattenfall .....	3
4.4 Lobbying für BP bei der Aral-Übernahme und bei der E.on-Ruhrgas-Übernahme .....	3
5 Weiterführende Informationen .....	4
6 Einzelnachweise .....	4

## Kurzdarstellung und Geschichte

Gegründet wurde die WMP EuroCom auf der Terasse von Hans-Dietrich Genschers Privathaus, welcher sofort begeistert in die Unternehmung mit einstieg. Der ebenfalls anwesende Bundesbankpräsident a.D., Karl Otto Pöhl, förderte das Vorhaben durch Empfehlungsschreiben.<sup>[1]</sup> Einer der weiteren Gründer war der ehemalige Chefredakteur der Bild, [Hans-Erich Bilges](#),<sup>[2]</sup> der dann allerdings Ende 2005 aus der WMP EuroCom ausstieg, um im Januar 2006 die Kommunikationsberatungsfirma [Consultum Communications](#) zu gründen,<sup>[3]</sup> die allerdings weiterhin eng mit der WMP EuroCom zusammenarbeitet.<sup>[4]</sup>

## Struktur, Geschäftsfelder und Finanzen

- Knappe Darstellung der Unternehmensstruktur, des Vorstands, ggf. Aufsichtsrat (oder nur Link)
- ganz knapp wesentliche Geschäftsfelder und Umsatzzahlen als Hintergrund, um die Lobbyarbeit zu verstehen (Interessenlagen)

## Lobbyarbeit: Struktur und Strategien

---

### Vorstand und Aufsichtsrat

---

Den Vorstand der WMP EuroCom bilden Hans-Hermann Tiedje und Klaus-Peter Schmidt-Deguella. Tiedje war zuvor u.a. Chefredakteur bei "Bild" und "Bunte" sowie bei G+J. Er gründete die WMP EuroCom-Tochter TV Media Medien Management GmbH, über die WMP EuroCom direkt in der deutschen Medienlandschaft verankert ist. Klaus-Peter Schmidt-Deguella war vor seiner Tätigkeit bei WMP EuroCom Berater der Bundesregierung von 1999 bis 2005 und davor Staatssekretär und Regierungssprecher in Hessen. Auch er hat eine hohe Affinität zu Medien: Er war Chefredakteur bei VOX und war als Redaktionsleiter bei ARD-Aktuell für die Tagesschau, bzw. die Tagesthemen verantwortlich.<sup>[5]</sup>

Im Vorstand der WMP EuroCom sitzen unter anderem Hans-Dietrich Genscher, Bundesminister des Auswärtigen a.D., der äußerst gut vernetzte Unternehmensberater Roland Berger und der ehemalige Bundesminister der Finanzen und frühere Ministerpräsident Hessens, Hans Eichel.<sup>[6]</sup>

Im Januar 2011 wurde bekannt, dass der ehemalige Porsche-Chef Wendelin Wiedeking als Teilhaber bei WMP EuroCom einstieg und einen Teil seines Vermögens in die PR-Firma investierte.<sup>[7]</sup>

### Die Lobbystrategie der WMP EuroCom

---

Kernpunkt der Lobbyarbeit der WMP EuroCom ist die Vermittlung von exklusiven Treffen der Klienten mit den relevanten politischen Entscheidungsträgern. Hierbei wird dem Kunden die Möglichkeit gegeben, in kleinen und vor allem geschlossenen Kreisen "Überzeugungsarbeit" für das jeweilige Projekt zu leisten.<sup>[8]</sup>

Die zweite Säule der Lobbyarbeit der WMP EuroCom ist das Lancieren von wohlgesonnenen Medienberichten.<sup>[9]</sup> Essentiell hierfür ist die hervorragende Vernetzung der WMP EuroCom, bzw. ihrer Mitarbeiter mit diversen Leitmedien.

*„Ziel unserer Arbeit ist es, journalistisch interessante Botschaften unserer Partner bzw. Kunden der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Wir arbeiten mit den Medien zusammen. Wir finden und formulieren diese Botschaften. Dabei geht es weder um Imagekosmetik noch um Illusionsbildung. Als vormalige oder noch aktive leitende Redakteure sowie als Publizisten sind wir strikt journalistischen Grundsätzen und Überzeugungen verpflichtet. Nur so werden wir von den Blattmachern und Sender-Verantwortlichen sowie anderen Ansprechpartnern der Medien akzeptiert.“<sup>[10]</sup>*

So werden beispielsweise Kommentare oder ausführliche Portraits in Leitmedien verbreitet, in denen die Kunden die Möglichkeit haben, ihre "Sicht" einer breiten Öffentlichkeit darzulegen und so unter dem Deckmantel eines vermeintlich seriösen Journalismus Kampagnenarbeit zu leisten.<sup>[11]</sup>

Die WMP EuroCom-Tochterfirma TV-Media produziert u.a. für den MDR. So können beispielsweise in Talkshows Kunden oder zumindest deren Interessenvertreter platziert werden. In der, von TV-Media produzierten Show „Ein Kessel DDR“ saß zum Beispiel Genscher als Gast auf dem Sofa. So ist auch MDR Chef MDR-Chef Udo Reiter der WMP EuroCom über einen persönlichen Beratervertrag verbunden.<sup>[12]</sup>

## Fallbeispiele und Kritik

---

### Vergabeaffäre der Bundesagentur für Arbeit

---

Im Zusammenhang mit Verstößen gegen das Vergaberecht in der Bundesagentur für Arbeit (BA), geriet Ende 2003 auch die WMP EuroCom in die Schlagzeilen. Die BA hatte hier einen 1,3-Millionen-Euro-Auftrag rechtswidrig ohne Ausschreibung an die WMP EuroCom vergeben.<sup>[13]</sup> Darüber hinaus wurde bekannt, dass BA-Chef Florian Gester schon vorher mit der WMP EuroCom zusammengearbeitet und sich mindestens einmal bereiterklärt hatte, angeblich kostenlos, als Gastredner für eine Image-Veranstaltung eines WMP EuroCom-Kunden aufzutreten.<sup>[14]</sup> Gerster wurde im Zusammenhang mit der BA-Affäre entlassen.

### Imagekampagne für die Wirtschaft in Sachsen

---

Im Zusammenhang mit einer Imagekampagne für das Land Sachsen musste der Vorstand der WMP EuroCom AG, Hans-Erich Bilges im November 2003 vor dem sogenannten Sachsenring-Untersuchungsausschuss aussagen. Die PDS warf der sächsischen Staatsregierung vor, mit der, von WMP EuroCom geleiteten PR-Kampagne „Sachsen den Sachsen“ eine versteckte CDU-Wahlkampagne initiiert zu haben und nicht, wie von Seiten der CDU behauptet, eine „Imagekampagne“ für die sächsische Wirtschaft. Im Untersuchungsausschuss räumte Bilges ein, er habe sich im Vorfeld der Kampagne mit mehreren Vertretern der Staatsregierung getroffen. Auch wurden die PDS und die SPD als "Gegner" genannt.<sup>[15]</sup> Die WMP EuroCom musste sich allerdings 2003 wieder aus dem, mit 200.000 Euro dotierten Beratervertrag zurückziehen, weil bekannt wurde dass, der Vertrag nicht öffentlich ausgeschrieben wurde.<sup>[16]</sup>

### Übernahme der Bewag durch Vattenfall

---

2000 plante Vattenfall den Berliner Energieversorger Bewag zu übernehmen. Der damalige Eigner der Bewag, E.on, einigte sich mit Vattenfall Anfang August 2000 über die Übernahme, ohne jedoch das Mitspracherecht des Berliner Senats zu beachten. Hier blockierten die beiden CDU Senatoren Peter Kurth und Wolfgang Branoer die Übernahme durch Vattenfall mit einer einstweiligen Verfügung, weil sich der Senat schon auf einen anderen Investor geeinigt hatte. Daraufhin schaltete Vattenfall die WMP EuroCom ein. Deren Vorstand, Hans-Erich Bilges, traf sich mit dem damaligen Bürgermeister Eberhard Diepgen (CDU), der hierauf sagte, alles würde für Vattenfall sprechen. Der Berliner Senat zog auf Druck Diepgens die einstweilige Verfügung zurück. Die WMP EuroCom arrangierte zusätzlich weitere Treffen zwischen dem Vattenfall-Vorstandschef Josefsson und dem damaligen sächsischen Wirtschaftsminister Kajo Schommer (CDU) sowie mit dem damaligen Bundeswirtschaftsminister Werner Müller (parteilos).<sup>[17]</sup> Durch das intensive Lobbying der WMP EuroCom und der "Empfänglichkeit" der jeweiligen Politiker kam schließlich die Übernahme der Bewag durch Vattenfall zu Stande.

### Lobbying für BP bei der Aral-Übernahme und bei der E.on-Ruhrgas-Übernahme

---

Auch bei der geplanten Übernahme der Tankstellenkette Aral durch BP war die WMP EuroCom involviert. BP plante von E.on die Tankstellenkette Aral zu übernehmen und E.on war im Gegenzug an den BP-Anteilen von Ruhrgas interessiert. Da die Übernahme von Aral vor dem Kartellamt hätte scheitern können, versuchte BP

schon im Vorfeld der Übernahme die öffentliche Wahrnehmung zu ihren Gunsten zu beeinflussen. Hierzu organisierte WMP EuroCom Gespräche und Treffen zwischen dem BP-Chef Lord John Browne mit Fraktionsvorsitzenden, Ausschussvorsitzenden und Ministerialbeamten. Auch ein Lunch mit politischen Eliten, inklusive Dinner-Speech von Browne wurde von WMP EuroCom initiiert.<sup>[18]</sup> Gleichzeitig lancierte WMP EuroCom eine Medienkampagne. Hierzu organisierte WMP EuroCom ein Interview mit Browne im Spiegel und ein ausführliches Portrait in der Welt am Sonntag.<sup>[19]</sup>

Um E.on in der Ruhrgas-Übernahme zu unterstützen versuchte die WMP EuroCom ebenfalls über die Medien ein positive Assoziationen zu generieren. Beispielsweise sprach sich Günther Rexrodt (FDP), damals Bundestagsabgeordneter und ehemaliger Wirtschaftsminister in einem Artikel in der Welt für die geplante E.on-Ruhrgas-Übernahme aus. In diesem Zusammenhang sollte allerdings erwähnt werden, dass Rexrodt gleichzeitig Finanzvorstand von WMP EuroCom war, die zu dieser Zeit von BP bezahlt wurde.<sup>[20]</sup>

Internationale Olympische Komitee: TV Media unter Vertrag, nachdem Bestechungsskandal um die Spiele in Salt Lake City ans Licht gekommen waren → Berichterstattung wieder „objektiver“ → man habe „Statements, Kolumnen und Pressemeldungen [...] in Schlüsselmedien lanciert“ (Quelle: Spiegel: beraten und verkauft)

Sachsen Anhalt: Wirtschaftsminister Horst Rehberger (FDP): Vertrag, in dem es u.a. um „Platzierung von Minister-Interviews“ in „überregionalen Leitmedien“ ging → Rechnungshof bekam das mit und WMP muss aussteigen (wieder keine öffentliche Ausschreibung) (spiegel beraten und verkauft)

## Weiterführende Informationen

---

### Einzelnachweise

---

1. ↑ [Public-Affairs: Das Netz](#) Die Zeit 50/2002, abgerufen am 01. Februar 2012.
2. ↑ [Geschäftsführung](#) Consultum Communications, abgerufen am 01. Februar 2012.
3. ↑ [Geschäftsführung](#) Consultum Communications, abgerufen am 01. Februar 2012.
4. ↑ [Hans-Erich Bilges: Ex-"Bild"-Chef gründet Berater-Firma](#) Manager Magazin vom 03. Januar 2006, abgerufen am 01. Februar 2012.
5. ↑ [Aufsichtsrat](#) WMP EuroCom, abgerufen am 01. Februar 2012.
6. ↑ [Vorstand](#) WMP EuroCom, abgerufen am 01. Februar 2012.
7. ↑ [PR-Beratungsfirma: Wiedeking ist wieder da](#) Financial Times Deutschland, vom 19. Januar 2011, abgerufen am 01. Februar 2012.
8. ↑ [Public-Affairs: Das Netz](#) Die Zeit 50/2002, abgerufen am 01. Februar 2012.
9. ↑ [Public-Affairs: Das Netz](#) Die Zeit 50/2002, abgerufen am 01. Februar 2012.
10. ↑ [Idee](#) WMP EuroCom, abgerufen am 01. Februar 2012.
11. ↑ [Public-Affairs: Das Netz](#) Die Zeit 50/2002, abgerufen am 01. Februar 2012.
12. ↑ [Beraten und Verkauft](#) Der Spiegel 49/2003, abgerufen am 01. Februar 2012.
13. ↑ [BA-Verwaltungsrat entzieht Gerster Vertrauen](#) Netzzeitung vom 24. Januar 2004, abgerufen am 01. Februar 2012.
14. ↑ [Bundesanstalt für Arbeit: Gersters teure BMW-Flotte](#) Spiegel Online vom 06. Dezember 2003, abgerufen am 01. Februar 2012.
15. ↑ [Sachsenring: Gut für die Wirtschaft, schlecht fürs Image](#) Manager Magazin vom 26. November 2003, abgerufen am 01. Februar 2012.

16. ↑ [LOBBYING: „Bewerber abgeschossen“](#) Focus vom 01. Dezember 2003, abgerufen am 01. Februar 2012.
17. ↑ [Public-Affairs: Das Netz](#) Die Zeit 50/2002, abgerufen am 01. Februar 2012.
18. ↑ [Public-Affairs: Das Netz](#) Die Zeit 50/2002, abgerufen am 01. Februar 2012.
19. ↑ [Public-Affairs: Das Netz](#) Die Zeit 50/2002, abgerufen am 01. Februar 2012.
20. ↑ [Public-Affairs: Das Netz](#) Die Zeit 50/2002, abgerufen am 01. Februar 2012.