

Hans-Erich Bilges

Hans-Erich Bilges, Lobbyist, Journalist, ehem. Mitglied der Chefredaktion der „Bild“.

1998 Gründete er die [WMP Eurocom](#) AG und 2006 die [Consultum Communications](#) GmbH, zwei PR-Agenturen, die für ihre Kunden Lobbyismus und Imagepflege über die Medien betreiben.

Anfang 2012 wurde bekannt, dass seine Agentur Consultum Communications das Image von Aserbaidshan verbessern soll, wo 2012 der Eurovision Song Contest stattfindet.

Inhaltsverzeichnis

1 Karriere	1
2 Verbindungen / Netzwerke	1
3 Wirken	2
3.1 2003: Imagekampagne für die Wirtschaft in Sachsen	2
4 Zitate	2
5 Einzelnachweise	2

Karriere

- 01/2009 Überführung der CPM Consulting in die [Consultum Communications](#) GmbH & Co. KG; Geschäftsführender Gesellschafter
- 01/2006 Gründung der CPM Consulting GmbH & Co. KG; Geschäftsführender Gesellschafter
- 07/1998–12/2005 Gründer, Vorstand und Gesellschafter der [WMP Eurocom](#) AG
- 11/1989–06/1998 Chefredakteur für redaktionelle Planungs- und Entwicklungsaufgaben bei Gruner+Jahr
- 10/1976–10/1989 Mitglied der BILD-Chefredaktion
- 07/1974–09/1976 Leiter der Bonner Büros BILD und BILD am SONNTAG
- 04/1968–06/1974 Korrespondent der WELT

Quelle: ^[1]

Verbindungen / Netzwerke

Die von Bilges gegründete Kommunikationsagentur [Consultum Communications](#) ist personell gut vernetzt. Sie hat durch Hans-Dietrich Genscher, Michael Glos nicht nur sehr gute Kontakte in die deutsche Politik, sondern hat durch den ehemaligen Botschafter Polens Janusz Reiter und den früheren Botschafter der USA John C. Kornblum, auch international gute Verbindungen. Zudem ist u.a. durch den ehemaligen ZDF-Intendant [Dieter Stolte](#) sowie durch Ernst Elitz, den ehem. Intendant des Deutschlandradio und ehem. Chefredakteur des Süddeutschen Rundfunks, der Kontakt zur deutschen Medienlandschaft gegeben. ^[2]

Wirken

2003: Imagekampagne für die Wirtschaft in Sachsen

Im Zusammenhang mit einer Imagekampagne für das Land Sachsen musste 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.^[3] Bilges 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.^[4]

Zitate

„Unser Netzwerk wächst fast metastasenartig“, sagte Bilges über seinen früheren Arbeitgeber [WMP Eurocom](#).

„Wir verkaufen keine PR-Stories, sondern journalistische Geschichten. Redaktionen fragen sogar häufig, ob wir eine Idee für sie haben.“, sagte Bilges zum Vorwurf, unter seinen Methoden, über Medien Image-Kampagnen zu generieren, würde der seriöse Journalismus leiden.^[5]

Einzelnachweise

- ↑ [Consultum Communications - Geschäftsführung](#) abgerufen am 01.02.2012
- ↑ [Consultum Communications - Beirat](#) abgerufen am 01.02.2012
- ↑ [Sachsenring: Gut für die Wirtschaft, schlecht fürs Image](#) Manager Magazin vom 26. November 2003, abgerufen am 01.02.2012
- ↑ [LOBBYING: „Bewerber abgeschossen“](#) Focus vom 01. Dezember 2003, abgerufen am 01. 02.2012
- ↑ [Public Affairs: Das Netz](#) Die Zeit 50/2002, abgerufen am 01.02.2012