

## Burson-Marsteller

**Burson-Marsteller** ist eine der weltweit größten PR-Agenturen.

### Burson-Marsteller

<b>Rechtsform</b>	LLC
<b>Tätigkeitsbereich</b>	Public Relations, Lobbying
<b>Gründungsdatum</b>	1953
<b>Hauptsitz</b>	New York City, USA
<b>Lobbybüro</b>	
<b>Lobbybüro EU</b>	
<b>Webadresse</b>	<a href="http://burson-marsteller.de">burson-marsteller.de</a>

### Inhaltsverzeichnis

1 Kurzdarstellung und Geschichte .....	1
2 Organisationsstruktur und Personal .....	1
3 Verbindungen .....	2
4 Finanzen .....	2
5 Lobbystrategien und Einfluss .....	2
6 Fallstudien und Kritik .....	2
6.1 2012: Demonstration Pro Frankfurter Flughafen .....	2
6.2 2010: Verdeckte Meinungsmache für Facebook .....	3
6.3 1999: Organisierte „Demonstration“ für Monsanto .....	3
7 Weiterführende Informationen .....	3
8 Einzelnachweise .....	4

## Kurzdarstellung und Geschichte

- 2000 wurde die Young & Rubicam Group von der [WPP Group](#) übernommen und somit auch Burson-Marsteller
- 1979 von der Young & Rubicam Group übernommen
- seit 1973 Büro in Deutschland
- 1953 von Bill Marsteller und Harold Burson gegründet

## Organisationsstruktur und Personal

In Deutschland hat Burson Marsteller den Status einer GmbH.

Wichtige Personen:

- Karl-Heinz Heuser ist CEO für Deutschland
- André Wigger Managing Director Deutschland
- Jeremy Galbraith CEO für Europe/Middle East/Africa
- Mark Penn ist der CEO für Burson-Marsteller weltweit

## Verbindungen

---

Burson-Marsteller ist Teil der [WPP Group](#). Zur WPP Group, eines der weltweit größten Medien- und Kommunikationsunternehmen, gehören unter anderem die PR-Agenturen [Hill & Knowlton](#) und [Scholz & Friends](#).

[Derek Taylor](#) wechselte 2009 zu Burson-Marsteller. Er war bis dahin ranghoher Beamter der EU-Kommission in Energiefragen. In der Lobbyagentur ist er ebenfalls als Energieberater tätig. Zwischen den beiden Jobs lagen nur wenige Wochen. Der Wechsel wurde von der EU-Kommission bis heute nicht autorisiert; Sanktionen gab es für Taylor nicht. <sup>[1]</sup>

## Finanzen

---

Auf europäischer Ebene hatte Burson-Marsteller laut [Lobbyregister der EU](#) 2010 einen Umsatz von 8.055.765 €. <sup>[2]</sup> Klienten mit dem höchsten Umsatz waren 2010:

- Bromine Science and Environmental Forum (900.000–1.000.000€)
- Bayer Schering Pharma AG (500.000–600.000€)
- Initiative for a Competitive Online Marketplace (400.000–450.000€)
- Pfizer (350.000–400.000€)
- ExxonMobil (300.000–350.000€)
- Alliance for Consumer Fire Safety in Europe (250.000–300.000€)
- European Peat and Growing Media Association, DTEK Holdings (200.000–250.000€)

Weitere bisherige Kunden (Auswahl): Coca Cola, McDonalds, SAP, Lufthansa, Argentinien, Nigeria, Blackwater und Union Carbide

## Lobbystrategien und Einfluss

---

Burson-Marsteller bezeichnet ihre Tätigkeit u.a. als „perception management“. Dabei geht es vor allem um die Risikowahrnehmung. Wenn Giftgas aus einer Chemiefabrik entweicht oder Öl aus einem Tanker, sieht BM seine Aufgabe darin, die öffentliche Wahrnehmung solcher Ereignisse zu managen.

Weitere Schwerpunkte von Burson-Marsteller sind Krisenkommunikation, Issues Management sowie Pflege der Beziehungen zu Regierungen und Medien.

## Fallstudien und Kritik

---

### 2012: Demonstration Pro Frankfurter Flughafen

---

Am 1. Februar 2012 fand unter dem Motto „Ja zu FRA!“ auf dem Römerberg in Frankfurt/Main eine Kundgebung für den Flughafenausbaustatt. Organisiert wurde die „Demonstration“ von Burson-Marsteller. Mit der Kundgebung reagierten die Unternehmen [Fraport AG](#), [Lufthansa](#) und Condor darauf, dass sie

in der Debatte um den Ausbau des Frankfurter Flughafens zunehmend in die Defensive geraten waren.<sup>[3]</sup> Burson-Marsteller hat für die Kundgebung eine Webseite erstellt sowie Plakate und Radiospots entwickelt. Die Firmen unterstützten die Veranstaltung massiv.<sup>[4]</sup> Fraport bezahlt seinen Mitarbeitern z.B. die Fahrtkosten, auch ein Bus-Shuttle soll es geben. Lufthansa hat zudem Kunden aus dem Miles and More-Programm per Mail um ihr Kommen gebeten. Es wurde Geld investiert und der ganze Apparat der Unternehmen eingespannt – all dies aber als Kommunikation von oben herab. Die TeilnehmerInnen der Demonstration waren in die Planung nicht eingebunden. Sie sollten den Unternehmen nur mehr Glaubwürdigkeit verschaffen.

Es gibt demnach einen klaren Unterschied zu einem eigenständigen Protest von Bürgerinnen und Bürgern. Eine Form demokratischer Beteiligung wie eine Demonstration, die die Stimme der Bürgerinnen und Bürger von unten in die Öffentlichkeit und an die Politik herantragen soll, wird als Unternehmens-PR von oben nach unten zweckentfremdet. Fraglich ist dabei, inwiefern Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu der Kundgebung kommen, weil es vom Arbeitgeber erwartet wird und eher als Teil des Jobs verstanden wird denn als eine eigenständige demokratische Meinungsäußerung. Diese Problematik wird auch nicht dadurch gelöst, dass Fraport und Lufthansa offiziell sagen, dass die Teilnahme freiwillig sei.<sup>[5]</sup> Diese inszenierte Kundgebung hat somit keinesfalls den gleichen Stellenwert wie Proteste von eigenständigen Bürgerinitiativen.

## 2010: Verdeckte Meinungsmache für Facebook

---

Im Mai 2010 wurde bekannt, dass Burson-Marsteller im Auftrag von Facebook verdeckt negative Berichte über Google in den Medien verbreiten ließ. Im Kern ging es dabei um den mangelnden Schutz der Privatsphäre durch Google. Der Fall wurde bekannt, nachdem ein von Burson-Marsteller angefragter Blogger an die Öffentlichkeit ging. Facebook gab daraufhin zu Burson-Marsteller beauftragt zu haben.<sup>[6]</sup>

## 1999: Organisierte „Demonstration“ für Monsanto

---

Im Dezember 1999 organisierte Burson-Marsteller für den Gentechnik-Konzern Monsanto eine Demonstration. Die rund 100 Mitglieder einer baptistischen Kirche wurden teilweise mit 25 Dollar bezahlt, dass sie zeitgleich zu einer Demonstration gegen Genmanipulationen, vor einer Anhörung der Food and Drug Administration (F.D.A.) demonstrierten. Burson-Marsteller organisierte hierzu auch freie Verpflegung und einen kostenlosen Bustransfer für die Demonstranten. Monsanto beauftragte Burson-Marsteller in einem Vertrag über mehrere Millionen Dollar, bei der Kampagne zu helfen. Burson-Marsteller Mitarbeiter und Berater versuchten hierzu Repräsentanten aus Kirchen, Arbeiterbewegungen und anderen Gruppen zu rekrutieren, die dann bei den F.D.A.-Anhörungen sprechen sollten.<sup>[7]</sup>

## Weiterführende Informationen

---

- [Burson-Marsteller bei PowerBase](#)
- [Burson-Marsteller bei SourceWatch](#)
- [Deutsche Webseite von Burson-Marsteller](#)

## Einzelnachweise

---

1. ↑ [EU-Beamte klüngeln mit der Wirtschaft](#) taz vom 26.11.2011, abgerufen am 26.03.2012
2. ↑ [Transparenzregister Burson-Marsteller](#), <http://europa.eu>, abgerufen am 02.03.2012
3. ↑ [Flughafen Frankfurt und Burson-Marsteller: "Ja zu FRA" beauftragt umstrittene PR-Agentur](#), fr-online.de, abgerufen am 02.03.2012
4. ↑ [Burson-Marsteller : "Wir würden niemals Demonstranten bezahlen"](#), fr-online.de, abgerufen am 02.03.2012
5. ↑ [Lufthansa: Keine unzulässige Werbung für Pro-Flughafen-Demo in Frankfurt](#), wiesbadener-kurier.de, abgerufen am 02.03.2012
6. ↑ [Facebook Busted in Clumsy Smear on Google](#), thedailybeast.com vom 11.05.2011, abgerufen am 06.03.2012
7. ↑ [Monsanto Campaign Tries to Gain Support for Gene-Altered Food](#), The New York Times vom 08.12.1999, abgerufen am 09.03.2012