

# Fleishman-Hillard

**Fleishman-Hillard** ist eine der weltweit größten PR-Agenturen.

**Fleischmann-Hillard**

[[Bild:<datei>|center]]

**Rechtsform** Corporation

**Tätigkeitsbe** Public Relations, Lobbying,  
**reich** Krisenmanagement

**Gründungs** 1946  
atum

**Hauptsitz** St. Louis, USA

**Lobbybüro**

**Lobbybüro** 35 Square de Meeus, 1000  
**EU** Brussels

**Webadresse** [fleishmanhillard.com]

## Inhaltsverzeichnis

1 Kurzdarstellung und Geschichte .....	1
2 Organisationsstruktur und Personal .....	1
2.1 Verbindungen .....	2
3 Finanzen .....	2
4 Lobbystrategien und Einfluss .....	2
5 Fallstudien und Kritik .....	2
6 Weiterführende Informationen .....	2
7 Einelnachweise .....	2

## Kurzdarstellung und Geschichte

- seit 2006 mit Büros auf allen Kontinenten vertreten
- 1996 von [Omnicom](#) übernommen
- ab 1974 weltweite Expansion
- 1946 in St. Louis von Alfred Fleishman und Bob Hillard gegründet

Gründung, Gründer, Motive, lobbyrelevante Veränderungen

## Organisationsstruktur und Personal

Fleishman-Hillard hat in Deutschland die Rechtsform einer GmbH.

Wichtige Personen:

- Hanning Kempe (CEO für Deutschland)
- Armin Huttenlocher (Geschäftsführer Public Affairs/Corporate Affairs)
- Dirk Krieger (Geschäftsführer)
- Dave Senay (President und CEO weltweit)

Mitglieder, Mitgliederorganisationen (Verbände) Organisationsstruktur, Rechtsform, zentrale Entscheidungsgremien, Sitz und Lobbybüros der Organisation  
wichtige Personen (aktuell und ehemalig), z.B. Präsidium oder Cheflobbyisten (in Berlin/Brüssel)

## Verbindungen

---

- Innerhalb des Omnicom-Konzerns gehört Fleishman-Hillard zum **Diversified Agency Services (DAS)**, einem weltweit agierenden Marketing- und PR-Unternehmen, zu welchem u.a. auch die PR-Agenturen **Ketchum Pleon**, **Porter Novelli** und **Clark & Weinstock** gehören.

Mitgliedschaften in anderen Organisationen, Kooperationen o.ä.

## Finanzen

---

Finanzierung, Ressourcen, Geldgeber, Kunden

## Lobbystrategien und Einfluss

---

Ziele, Interessen, Ausrichtung (national vs. europ/internat.), Politikfelder erkennbare Konstanten, Einflussstrategien Abschätzung des Einflusses, Wichtigkeit des Akteurs

## Fallstudien und Kritik

---

genauere Recherchen zu einzelnen Lobbyprojekten, Kampagnen

## Weiterführende Informationen

---

## Einelnachweise

---