

Fleishman-Hillard

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

Fleischmann-Hillard

Rechtsform	Corporation
Tätigkeitsbereich	Public Relations, Lobbying, Krisenmanagement
Gründungsdatum	1946
Hauptsitz	St. Louis, USA
Lobbybüro	
Lobbybüro EU	35 Square de Meeus, 1000 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	3
6 Weiterführende Informationen	3
7 Einzelnachweise	3

Kurzdarstellung und Geschichte

- das Unternehmen hat 80 Büros weltweit (Stand: Juli 2012)
- seit 2006 mit Büros auf allen Kontinenten vertreten
- 1996 von [Omnicom](#), der weltweit größten Konzerngruppe von Marketing- und PR-Unternehmen, übernommen
- ab 1974 weltweite Expansion
- 1946 in St. Louis von Alfred Fleishman und Bob Hillard gegründet

Organisationsstruktur und Personal

Fleishman-Hillard hat in Deutschland die Rechtsform einer GmbH und verfügt über Büros in Berlin, Frankfurt und München.

Wichtige Personen:

- Hanning Kempe (CEO für Deutschland)
- Armin Huttenlocher (Geschäftsführer Public Affairs/Corporate Affairs für Deutschland)
- Dirk Krieger (Geschäftsführer für Deutschland)

- Caroline Wunnerlich (Geschäftsführerin in Brüssel)
- Dave Senay (President und CEO weltweit)

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.^[1]
- Der ehemalige Vizepräsident der Europäischen Kommission sowie EU-Kommissar für Unternehmen und Industrie **Günter Verheugen** ist seit Juli 2010, nur wenige Monate nachdem er aus dem aktiven politischen Betrieb ausgeschieden war, Berater bei Fleishman-Hillard.^[2]
- Für die Fleishman-Hillard Germany GmbH arbeitet auch **Arne Klempert**, welcher vormals Sprecher der deutschen Wikipedia-Community war und den Verein Wikimedia Deutschland mit aufgebaut hat, zwischenzeitig als dessen Geschäftsführer fungierte und seit 2009 dem internationalen Vorstand der Wikimedia Foundation angehört.^[3] In seiner Funktion bei Fleishman-Hillard berät er Unternehmen in Sachen Digitale Kommunikation u.a. hinsichtlich des "erfolgreichen" Umgangs von Marketing- und PR-Experten mit der Wikipedia-Community, sodass am Ende ein möglichst positives Bild von einem Unternehmen über den Wikipedia-Artikel vermitteln wird.^[4]

Finanzen

Der Umsatz der Agentur aus der Lobbyarbeit, die für Klienten bei den EU-Organen getätigt wurde betrug für das Jahr 2011 9.915.957€.^[5] Zu den Klienten mit dem höchsten Umsatz zählten:

- BARCLAYS CAPITAL, ICAP GROUP (250.000-300.000€)
- FORMACARE, EEA (European Express Association), JP MORGAN, AT&T/VOX (300.000-350.000€)
- EXXON MOBIL, STANDARD & POORS, ISOPA (European Diisocyanate & Polyol Producers Association) (350.000-400.000€)
- AFME (Association for Financial Markets in Europe), SHV ENERGY (500.000-600.000€)

Finanzierung, Ressourcen, Geldgeber, Kunden

Lobbystrategien und Einfluss

Das Unternehmen wirbt auf der Firmenwebsite damit, über langjährige und gesicherte Beziehungen zu hochrangigen politischen Entscheidungsträgern insbesondere in Berlin und Brüssel zu verfügen und somit die Interessen von Unternehmen an die "richtigen" politischen Stellen herantragen und enge Beziehungen zwischen zentralen Entscheidungsträgern und den jeweiligen Unternehmen aufbauen zu können.^[6]

Fleishman-Hillard hat im **Lobbyregister der EU** 31 Lobbyisten eintragen lassen, welche über einen stetigen Zugang zu den Räumlichkeiten des Europäischen Parlamentes verfügen (Stand: Juli 2012). Insgesamt arbeiten 44 Lobbyisten im Büro der PR-Agentur in Brüssel.^[7] Thematisch ist die Agentur sehr breit aufgestellt und bietet ihre Dienste für fast jedes erdenkliche Themengebiet an. Das Unternehmen spezialisiert sich insbesondere auf Government Relations, Reputations- und Krisenkommunikation sowie Digital and Social Media.

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

Einzelnachweise

1. ↑ [Marketing Services](#), Omnicom Group, abgerufen am 26.07.2012
2. ↑ [Agency News](#), fleishmanhillard.com vom 12.07.2010, abgerufen am 26.07.2012
3. ↑ [News & Meinungen](#), fleishman.de, abgerufen am 26.07.2012
4. ↑ [Wikipedia - "Die Unkenntnis ist groß"](#), prmagazin, abgerufen am 26.07.2012
5. ↑ [Transparenz-Register der EU](#), Eintrag von Fleishman-Hillard mit Stand vom 21.03.2012, abgerufen am 26.07.2012
6. ↑ [What We Do](#), fleishmanhillard.com, abgerufen am 26.07.2012
7. ↑ [Transparenz-Register der EU](#), Eintrag von Fleishman-Hillard mit Stand vom 21.03.2012, abgerufen am 26.07.2012