

# Edelman

**Edelman** ist die weltweit größte eigenständige PR-Agentur. Im „World PR-Report“, der von Edelman mitfinanziert wird, führt das Unternehmen die Liste der TOP10-PR-Agenturen an – mit Einnahmen aus dem PR-Geschäft 2012 i.H.v. 656 Mio. US-\$.<sup>[1]</sup>

## Edelman

<b>Rechtsform</b>	Private Company
<b>Tätigkeitsbereich</b>	Public Relations, Lobbying
<b>Gründungsdatum</b>	1952
<b>Hauptsitz</b>	New York City, Chicago
<b>Lobbybüro</b>	
<b>Lobbybüro EU</b>	Avenue Marnixlaan 28 und Avenue Marnix 22, 1000 Brussels
<b>Webadresse</b>	<a href="http://www.edelman.com">www.edelman.com</a>

## Inhaltsverzeichnis

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

## Kurzdarstellung und Geschichte

- 1952 wurde Edelman von Daniel Edelman in Chicago gegründet
- 1985 übernahm Richard Edelman das Unternehmen
- 1995 präsentiert sich Edelman als erste PR-Agentur mit einer eigenen Homepage im Internet

Quelle: <sup>[2]</sup>

## Organisationsstruktur und Personal

In Deutschland hat Edelman den Status einer GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main.

Deutschland:

- Susanne Marell, Geschäftsführerin<sup>[3]</sup>

Global:

- Richard Edelman, Präsident und CEO

Brüssel:

- Martin Porter, Chair Edelman Europe Public Affairs<sup>[4]</sup>

## Finanzen

---

Der Umsatz der Organisation aus der Lobbyarbeit, die für die Klienten bei den EU-Organen getätigt wurde, betrug im Geschäftsjahr 07/2011-06/2012 zwischen 1,5 und 1,75 Mrd. Euro. Größte Kunden der Agentur waren dabei u.a. Chevron, das [European Justice Forum](#), General Electric, [The Energy Partnership](#), die Business Software Alliance (BSA) sowie die International Trademark Association (INTA). <sup>[5]</sup>

## Lobbystrategien und Einfluss

---

Auf der Webseite von Edelman wird ein „dritter Weg“ der Kommunikation, neben „paid and earned media“ propagiert<sup>[6]</sup>: Den Veränderungen auf dieser Welt ist sei besten mit „Public Engagement“ zu begegnen. Dazu passt das Ergebnis von Edelmans *Trust Barometer 2013*: „A professor or person like yourself is now trusted nearly twice as much as a chief executive or government official.“ Die traditionelle Pyramide der Autorität, „with elites driving communications top down to mass audiences ... is now joined by an inverted pyramid of community.“<sup>[7]</sup> Edelman engagiert sich besonders im Graswurzel-Lobbying. Dabei soll der Eindruck erweckt werden, eine Kampagne sei auch von der breiten Bevölkerung unterstützt.<sup>[8]</sup>

## Fallstudien und Kritik

---

## Weiterführende Informationen

---

- [Edelman bei PowerBase](#)
- [Edelman bei SourceWatch](#)

## Einzelnachweise

---

1. ↑ [TOP 10 des World PR Report](#), abgerufen am 09.12.2013.
2. ↑ [History of Edelman](#), abgerufen am 09.10.2012
3. ↑ [Webseite von Edelman Deutschland](#), abgerufen am 09.12.2013
4. ↑ [Webseite von Edelman Brüssel](#), abgerufen am 09.12.2013
5. ↑ [Eintrag zu Edelman im Transparenzregister der EU](#), abgerufen am 09.12.2013
6. ↑ [Webseite von Edelman](#), abgerufen am 09.12.2013
7. ↑ [Zusammenfassung Trust Barometer 2013](#), abgerufen am 09.12.2013.
8. ↑ LobbyControl e.V. (Hrsg.): LobbyPlanet Brüssel, S. 35