

## 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</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
5.1 2006: Wal-Mart-Fakeblogs .....	2
6 Weiterführende Informationen .....	2
7 Einzelnachweise .....	3

## 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

---

### 2006: Wal-Mart-Fakeblogs

---

Ins Zentrum der Kritik rückte Edelman, als bekannt wurde, dass Edelman für den Kunden Wal-Mart einen *Fake-Blog*<sup>[9]</sup>, also einen fingierten Pro-Wal-Mart-Blog erstellt hatte, der keine Angaben über die finanzielle Ausstattung durch Wal-Mart (bzw. Edelman) enthielt. Die von Edelman aufgebaute Organisation „Working Families for Wal-Mart“ (WFWM) bezahlte den beiden verantwortlichen Bloggern ihre Reise mit einem Wohnwagen von Wal-Mart-Parkplatz zu Wal-Mart-Parkplatz. Dort führten diese Interviews mit Kund\_innen und Mitarbeiter\_innen von Wal-Mart und veröffentlichten diese auf dem Blog. Obwohl die Kooperation von Blog und WFWM auf dem Blog durch einen Banner angezeigt wurde, war die im verborgenen operierende PR-Agentur nicht bekannt.<sup>[10][11][12]</sup>

Die Beteiligung wurde von BusinessWeek aufgedeckt und führte schnell zu Unmut in der Blogger-Szene, wo aus einer früheren Angelegenheit bereits vorhanden war.<sup>[13]</sup> Mit einiger Verzögerung startete Edelman die Krisenkommunikation: CEO Richard Edelman persönlich äußerte sich zur Intransparenz und entschuldigte sich im Namen von Edelman, gleichzeitig nam er den Kunden Wal-Mart aus der Schusslinie („100% our responsibility and our error“).

## 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 09.12.2013
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
9. ↑ [\[1\]](#) (inaktiv)
10. ↑ [Wal-Mart vs. the Blogosphere](#), BusinessWeek vom 17.10.2006, abgerufen am 12.12.2013
11. ↑ [Hunted in Bloggistan](#), Blog basicthinking vom 16.10.2006, abgerufen am 12.12.2013
12. ↑ [Edelman, Wal-Mart, and WOMMA's Code of Ethics](#), Blog basturea vom 13.10.2006, abgerufen am 12.12.2013
13. ↑ [Wal-Mart und Edelman im Bloggerpitch](#), Blog basicthinking vom 03.08.2006, abgerufen am 12.12.2013