

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-\$.^[1]

Edelman

Rechtsform	Private Company
Tätigkeitsbereich	Public Relations, Lobbying
Gründungsdatum	1952
Hauptsitz	New York City, Chicago
Lobbybüro	Avenue Marnixlaan 28 und Avenue Marnix 22, 1000 Brussels
Webadresse	www.edelman.com

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-Fake-Blog	2
6 Weiterführende Informationen	2
7 Einelnachweise	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: ^[2]

Organisationsstruktur und Personal

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

Deutschland:

- Susanne Marell, Geschäftsführerin^[3]

Global:

- Richard Edelman, Präsident und CEO

Brüssel:

- Martin Porter, Chair Edelman Europe Public Affairs^[4]

Finanzen

Der Umsatz der Organisation aus der Lobbyarbeit, die für die Klienten bei den EU-Organen getätigt wurde, betrug im Geschäftsjahr 07/2012-06/2013 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 Danone und Johnson & Johnson. ^[5]

Lobbystrategien und Einfluss

Auf der Webseite von Edelman wird ein „dritter Weg“ der Kommunikation, neben „paid and earned media“ propagiert^[6]: 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.“^[7] Edelman engagiert sich besonders im Graswurzel-Lobbying. Dabei soll der Eindruck erweckt werden, eine Kampagne sei auch von der breiten Bevölkerung unterstützt.^[8]

Fallstudien und Kritik

2006: Wal-Mart-Fake-Blog

Ins Zentrum der Kritik rückte Edelman, als bekannt wurde, dass Edelman für den Kunden Wal-Mart einen *Fake-blog*^[9], 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.^{[10][11][12]}

Die Beteiligung wurde von BusinessWeek aufgedeckt und führte schnell zu Unmut in der Blogger-Szene, wo aus einer früheren Angelegenheit bereits vorhanden war.^[13] Mit einiger Verzögerung startete Edelman die Krisenkommunikation: CEO Richard Edelman persönlich äußerte sich zur Intransparenz und entschuldigte sich im Namen von Edelman, gleichzeitig nahm 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 24.04.2014
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