

## Forum Europe

Forum Europe ist ein Unternehmen mit Hauptsitz in England, dass seit dem Ende der 1980er Jahre Veranstaltungen in Brüssel organisiert. Bei Konferenzen zu europapolitischen Themen bietet Forum Europe Unternehmen die Möglichkeit, Sichtbarkeit in politischen Entscheidungsprozessen zu erlangen. Über finanzielle Sponsoring-Programme werden unterschiedliche Kategorien der Sichtbarkeit auf den Konferenzen angeboten.

### Forum Europe



<b>Branche</b>	Veranstaltungsorganisation
<b>Hauptsitz</b>	Castle House, 1-7 Castle Street, Cardiff, CF10 1BS
<b>Lobbybüro</b>	
<b>Deutschland</b>	
<b>Lobbybüro EU</b>	
<b>Webadresse</b>	<a href="http://www.forum-europe.com/index.asp">http://www.forum-europe.com/index.asp</a>

### Inhaltsverzeichnis

<a href="#">1 Organisationsstrukturen</a> .....	1
<a href="#">2 Fallbeispiele und Kritik</a> .....	2
<a href="#">3 Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus</a> .....	2
<a href="#">4 Einzelnachweise</a> .....	2

## Organisationsstrukturen

Forum Europe wurde Ende der 1980er Jahre gegründet und organisiert seitdem Veranstaltungen zu zentralen politischen Prozessen auf EU-Ebene, beispielsweise zur Finanzmarktregulierung, Handels- oder Umweltpolitik.

Den eigenen Angaben zu folge sind etwa die Hälfte der organisierten Veranstaltungen durch externe Auftraggeber veranlasst, die anderen Veranstaltungen werden von Forum Europe selbst initiiert. Zu den externen Auftraggebern gehören neben den EU-Institutionen auch nationale Regierungen, Unternehmen, Handelsverbände oder internationale Organisationen. Die Auftraggeber und Sponsoren aus der Wirtschaft sind vor allem multinationale Unternehmen.

Zur Presse und zum Marketing äußert sich Forum Europe auf der eigenen Website dahingehend, dass eine „besondere Beziehung“ zu europäischen Medienvertretern gepflegt wird. Betont wird dabei, dass die Medien als neutrale Berichterstatter fungieren und nicht als PR-Instrument genutzt werden.<sup>[1]</sup>

## Fallbeispiele und Kritik

---

Forum Europe bietet Unternehmen durch Sponsoring von Veranstaltungen unterschiedliche Möglichkeiten mit politischen Entscheidungsträgern zusammenzukommen. Dabei können die Unternehmen zwischen verschiedenen Kategorien des Sponsorings wählen, die wiederum verschiedene Möglichkeiten der Sichtbarkeit gestatten. Häufig gibt es beispielsweise eine Staffelung in Platinum-, Gold- und Silver-Pakete. Die Preise sowie die jeweiligen Leistungen variieren je nach Veranstaltung oder Konferenz.

Kritik an den Sponsoring-Methoden entstand vor allem im Zusammenhang mit den organisierten Konferenzen zu den TTIP-Verhandlungen. Bei der Konferenz Anfang Februar 2015 mit dem Titel „The 2nd Annual EU-US Trade Conference“ wurden unterschiedliche „Sponsorship-Packages“ angeboten. Das „plenary session sponsoring“ kostete beispielsweise 10.000 Euro und beinhaltete u.a. einen Platz auf der Rednerliste, eine ganzseitige Anzeige im Konferenzprogramm, prominente Werbung auf der Bühne und Einladungen für fünf Mitarbeiter. Für 7.500 Euro bekam man das "working lunch session sponsoring" und konnte dafür die Thematik in fachspezifischen Arbeitsgruppen aussuchen, eine halbseitige Anzeige schalten, bekam drei Eintrittskarten und einen Platz für Bühnenwerbung.<sup>[2]</sup>

Bei weiteren Veranstaltungen und Konferenzen, finden sich ebenfalls derartige Sponsoring-Modelle, die laut Pia Eberhardt von der Organisation Corporate Europe Observatory, den Anschein erwecken, dass man „über diese Treffen den Zugang zu zentralen politischen Entscheidungsträgern verkauft.“<sup>[3]</sup>

## Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus

---

Newsletter

Bluesky

Facebook

Instagram

## Einzelnachweise

---

1. ↑ [Brochure von Forum Europe](#), abgerufen am 10.02.2015
2. ↑ [Sponsorship & Exhibition Prospectus](#), abgerufen am 10.02.2015
3. ↑ [Freihandelsabkommen "Wer Geld hat, kauft sich das Ohr der Mächtigen" - Interview mit Pia Eberhardt von CEO](#), abgerufen am 10.02.2015