

Deutsche BP

Dieser Artikel wurde für das Themenfeld **Lobbyisten in Ministerien** angelegt. Er enthält bislang nur Informationen über externe Mitarbeiter in Ministerien.

Die Deutsche BP ist ein Tochterunternehmen des international tätigen Mineralöl- und Energieunternehmens BP. Weltweit hatte BP 2005 einen Umsatz von 221 Milliarden Euro und beschäftigt ca. 96.200 Mitarbeiter. Die Deutsche BP hat einen Umsatz von 54,3 Milliarden Euro mit 5.790 Mitarbeitern. Zur BPGroup gehören Aral und Castrol. Neben dem Vertrieb von Erdölprodukten konzentriert sich BP immer stärker auf die Bereiche Gas und Stromproduktion.

British Petroleum (bp 'beyond petroleum')

Rechtsf Aktiengesellschaft
orm
Tätigkei Mineralöl und Energie
tsbereic
h
Gründu 1917
ngsdatu
m
Hauptsi London
tz
Lobbyb
üro
Lobbyb B.P. Europe V.O.F, Archimedes
üro EU Building 11 Rond Point R. Schuman
1040 Brüssel
Webadr www.DeutscheBP.de
esse

Inhaltsverzeichnis

1 Kurzdarstellung und Geschichte	1
2 Lobbystrategien und Einfluss	2
2.1 Greenwashing	2
3 Fallbeispiele und Kritik	2
3.1 Seitenwechsler	2
3.2 Lobbyisten in Ministerien	2
4 Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus	2
5 Einelnachweise	3

Kurzdarstellung und Geschichte

BP wurde in den 1990er Jahren öffentlich mit Menschenrechtsverletzungen und Umweltkatastrophen in Zusammenhang gebracht. Um größeren Einfluss zu erlangen, schlossen sich die Konzerne Exxon, Shell, Ford und BP ab 1989 zusammen um eine Global Climate Coalition zu bilden. Unter diesem zunächst harmlos klingenden Namen machten die Unternehmen Front gegen Klimaschutzvereinbarung und lancierten Kampagnen zur Leugnung des Klimawandels. Ab 1997 verließ BP die Global Climate Coalition und versuchte, sich als nachhaltig wirtschaftendes und soziales verantwortliches Unternehmen zu präsentieren.

Lobbystrategien und Einfluss

Greenwashing

Image-Wandel

Ab 2000 begann der Imagewandel von BP [1] Der Konzern beauftragt die amerikanische PR-Firma Ogilvy & Mather für ein neues Image bei BP zu sorgen.

BP als grünes Unternehmen

Die PR-Firma veränderte den Name von „British Petroleum“ in „beyond petroleum“ was übersetzt werden kann mit „weit mehr als Erdöl“. Außerdem wurde das Logo des Energie Konzernen verändert. Eine gelb-grüne-weiße Sonne soll das Umweltengagement und den Vorrang erneuerbarer Energien widerspiegeln.

Auch in Deutschland möchte BP als „grünes Unternehmen“ wahrgenommen werden. Um diese neue Außendarstellung zu stärken, bewarb BP mit mehreren Anzeigen und Kampagnen das neue Image. Außerdem wurde der Schulwettbewerb Klima&Co der sich um Energiereduzierung befasste, beworben.

Fallbeispiele und Kritik

Seitenwechsler

Die Berliner Repräsentanz von BP wird von einem Politik-Insider geleitet: Ruprecht Brandis ist nun BP Director External Affairs, von 1996 bis 2000 war er hingegen Referatsleiter im Kanzleramt - u.a. mit der Zuständigkeit Energiepolitik. [1]

Lobbyisten in Ministerien

Die Deutsche BP hatte einen Mitarbeiter ins Außenministerium abgestellt, genauere Informationen liegen nicht vor.

Lobbyisten im Auswärtigen Amt

Zeitraum	Unbekannte Einsatzdauer zwischen 2002 und Oktober 2006 [2]
Mitarbeiter	k.A.
Bearbeitete Themen	k.A.

Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus

[Newsletter](#)

[Bluesky](#)

[Facebook](#)

[Instagram](#)

Einzelnachweise

1. ↑ [Politik&Kommunikation 25.03.2010](#), abgerufen am 20.05.2015
2. ↑ [Antwort der Bundesregierung \(pdf\)](#) auf kleine Anfrage der FDP-Fraktion zu "'Monitor' – Bericht über eine neue Art von Lobbyismus in Bundesministerien"