

# Deutsche BP

Die Deutsche BP ist ein Tochterunternehmen des international tätigen Energiekonzern „beyond petroleum“. Weltweit hatte BP im Jahr 2014 einen Umsatz von 358 Milliarden Dollar und beschäftigt ca. 85.000 [1] Mitarbeiter. Die Deutsche BP hat einen Umsatz von 54,3 Milliarden Euro [2] und beschäftigt 5.790 Mitarbeiter. Außerdem gehören unter anderem Aral und Castrol zur BP Group . Neben dem Vertrieb von Erdölprodukten konzentriert sich BP immer stärker auf die Bereiche Gas und Stromproduktion. Die Berliner Repräsentanz wird von Ruprecht Brandis geleitet [3] . Brandis war von 1996 bis 2000 Referatsleiter im Kanzleramt – unter anderem mit der Zuständigkeit Energiepolitik.

## 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](http://www.DeutscheBP.de)  
**esse**

## Inhaltsverzeichnis

1 Kurzdarstellung und Geschichte .....	1
2 Lobbystrategien und Einfluss .....	2
2.1 Greenwashing & Image Wandel .....	2
3 Fallbeispiele und Kritik .....	2
3.1 Seitenwechsler .....	2
3.2 Riskante Suche nach Öl und Gas .....	2
3.3 Consumer Energy Alliance .....	2
3.4 Deep Water Horizon .....	3
4 Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus .....	3
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 die 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 [\[4\]](#). Der Konzern beauftragt die amerikanische PR-Firma Ogilvy & Mather für ein neues Image bei BP zu sorgen. Die PR-Firma veränderte den Name von „British Petroleum“ in „beyond petroleum“, was mit „weit mehr als Erdöl“ übersetzt werden kann. 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 beworben, bei dem das Thema Energiereduzierung lautete.

### Fallbeispiele und Kritik

---

#### Seitenwechsler

---

Die Berliner Repräsentanz von BP wird von einem Politik-Insider geleitet: Ruprecht Brandis ist nun BP Director External Affairs, von von 1996 bis 2000 war er hingegen Referatsleiter im Kanzleramt – u.a. mit der Zuständigkeit Energiepolitik. [\[5\]](#)

### Riskante Suche nach Öl und Gas

---

BP suchte immer riskanter nach neuen Ölquellen und Gasvorkommen. Für diese Suche benötigte BP die Zustimmung der Politik. Im Jahr 2009 waren die Lobbyausgaben von Erdöl- und Erdgasindustrie so hoch wie nie zuvor. Die Branche – darunter BP – gab im Jahr 2009 175 Millionen US-Dollar für Lobbying aus.

### Consumer Energy Alliance

---

Im Jahr 2010 gelangte eine Powerpoint-Präsentation eines Treffen der US-amerikanischen Gasindustrie an die Öffentlichkeit [\[6\]](#). Diese stellte Lobbystrategien der Ölindustrien vor. So sollte mit einer Fünf-Jahres Kampagne lokale Gruppe als Unterstützer für Offshore-Bohrungen gewonnen werden. Explizit als Zielgruppe genannt wurden: Veteranenverbände, Verbraucher, Redaktion, Wissenschaftler, und Think Tanks. Dieser Vortrag wurde von der Front Group „Consumer Energy Alliance“, die von BP unterstützt wird, gehalten. Dies war eine gezielte BP-Kampagne, die um die Unterstützung für riskante Offshore-Bohrungen werben sollte.

## Deep Water Horizon

Die immer riskantere Suche nach neuen Ölquellen und Gasvorkommen birgt die Gefahr von Unfällen. Bei Offshore-Bohrungen explodierte im April 2010 die Ölplattform „Deepwater Horizon“ <sup>[7]</sup>. Eine Folge dieser Explosion war die Ölkatstrophe am Golf von Mexiko. Um Schaden von BP abzuwenden, versuchte das Unternehmen den Ausmaß des Unfalls zu vertuschen. So wurden während und nach der Ölkatstrophe Journalisten von BP an der Berichtserstattung vor Ort gestört, z.b. wurden Fotojournalisten daran gehindert, über den Golf von Mexiko zu fliegen, um das Ausmaß der Katastrophe zu dokumentieren <sup>[8]</sup>. Nach der Katastrophe floss erneut viel Geld in PR-Maßnahmen: Im Jahr 2010 gab BP allein von April bis Ende Juli jede Woche fünf Millionen US-Dollar aus <sup>[9]</sup>, um das Image nach der Öl-Katastrophe wieder herzustellen.

2015 haben sich BP und die USA zu einer Entschädigungszahlung von insgesamt 18,7 Milliarden US-Dollar geeinigt. Zu zahlen sind die 18.7 Milliarden Dollar, innerhalb den nächsten 18 Jahren. Insgesamt zahlte der britische Öl-Konzern mehr als 43 Milliarden Dollar seit 2010 für die Folgen und Beseitigungen der Katastrophe. Der Einigung ging ein 5 Jähriger Rechtsstreit voraus in dem BP die Schuld an der Katastrophe zunächst von sich wies. So beschuldigte BP, den Subunternehmer Transocean, da diese die geplatzten Rohre geliefert sowie eingebaut hatten. Das US-Justizministerium sieht die Schuld allerdings eindeutig bei BP. Das Ministerium erklärt das BP eindeutig vorsätzlich und fahrlässig gehandelt habe. <sup>[10]</sup>.

## Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus

Newsletter

Bluesky

Facebook

Instagram

## Einelnachweise

1. ↑ [BP Annual Report](#) von 2014, abgerufen am 01.06.2015 Webseite von BP, zuletzt aufgerufen am 29. Mai 2015
2. ↑ [Annual Report](#) von 2014, abgerufen am 01.06.2015, Webseite von BP, zuletzt aufgerufen am 29. Mai 2015
3. ↑ [Brandis leitet Berliner Büro der Deutschen BP](#), Politik und Kommunikation, 25. März 2015, zuletzt aufgerufen am 29.5.2015
4. ↑ [\[http://www.taz.de/!52966/\]](http://www.taz.de/!52966/) Greenwash von BP Klarsicht dank Ölteppich] vom 24. 5. 2010, abgerufen am 01.06.2015
5. ↑ [Politik&Kommunikation 25.03.2010](#), abgerufen am 20.05.2015
6. ↑ [Sourcwatch: Consumer Energy Alliance](#) abgerufen am 01.06.2015
7. ↑ [Ölpest: Warum explodierte die "Deepwater Horizon"? vom 6. Mai 2010](#), abgerufen am 01.06.2015
8. ↑ [Ölpest im Golf: BP-Zensoren verschleiern die Umweltkatastrophe](#) vom 12.06.2010, abgerufen am 01.06.2015
9. ↑ [Dirty Money: Big Oil and corporate polluters spent over \\$500 million to kill climate bill, push offshore drilling](#) vom 27.11.2010
10. ↑ [\[http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/einigung-mit-us-justizministerium-die-strafe-sichert-der-golfregion-konstante-einkommen/12004658-2.html\]](http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/einigung-mit-us-justizministerium-die-strafe-sichert-der-golfregion-konstante-einkommen/12004658-2.html) Einigung mit US-Justizministerium BP zahlt höchste Strafe der Wirtschaftsgeschichte] vom 02.07.2015, abgerufen am 03.07.2015