

Burson-Marsteller

Burson-Marsteller ist eine der weltweit größten PR-Agenturen mit Filialen in mehr als 50 Ländern. [1] Die Firma betreibt unter anderem politisches Lobbying und Public Relations für Regierungen und multinationale Unternehmen. 2014 summierten sich die im [Tranparenzregister](#) der EU aufgeführten Kosten und Umsätze der Agentur auf über 6.000.000€. [2]

Burson-Marsteller

Rechtsform	LLC (US-amerikanische Kapitalgesellschaft)
Tätigkeitsbereich	Public Relations, Lobbying
Gründungsdatum	1953
Hauptsitz	New York City, USA
Lobbybüro	37 Square de Meeûs, B-1000 Brussels
Webadresse	burson-marsteller.de

Inhaltsverzeichnis

1 Lobbystrategien und Einfluss	2
2 Fallstudien und Kritik	2
2.1 2015: Interpellation Markwalder: Country Branding für Kasachstan	2
2.2 2012: Kampagne gegen Julia Timoschenko	3
2.3 2012: Demonstration Pro Frankfurter Flughafen	4
2.4 2010: Verdeckte Meinungsmache für Facebook	4
2.5 2007: Kampagne für schweizer Atomkraft-Lobby	4
2.6 1999: Organisierte <i>Demonstration</i> für Monsanto	5
2.7 1997: Kampagne gegen Verbot giftiger Substanzen in Flammschutzmitteln	5
2.8 1996: Beeinflussung des Stuttgarter Bürgermeister-Wahlkampfes im Auftrag der Bahn	5
2.9 1993 und 2000: Gründung nicht-registrierter Intergroups im EU-Parlament	6
2.10 Weitere Fälle von Country Branding	6
3 Organisationsstruktur und Personal	7
3.1 Senior-Berater in Brüssel	7
4 Verbindungen	7
5 Finanzen	8
6 Geschichte	8
7 Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus	8
8 Einzelnachweise	8

Lobbystrategien und Einfluss



Die Lobby- und PR-Agentur betreibt u.a. Krisenkommunikation. Dabei geht es vor allem um die Risikowahrnehmung. Wenn Giftgas aus einer Chemiefabrik entweicht oder Öl aus einem Tanker, sieht Burson-Marsteller seine Aufgabe darin, die öffentliche Wahrnehmung solcher Ereignisse zu managen. Weitere Schwerpunkte von Burson-Marsteller sind die Pflege der Beziehungen von Unternehmen zu Politik und Medien und Image-Kampagnen für Regierungen.

Inwieweit die Kooperationen mit vielen der nachfolgend genannten Akteure mit den Unternehmenswerten von Burson-Marsteller vereinbar sind, ist fraglich. Laut denen versichert die Agentur, nur für Kunden, die sich für Werte wie Transparenz und Ehrlichkeit einsetzen, zu arbeiten.^[3]

Fallstudien und Kritik

2015: Interpellation Markwalder: [Country Branding](#) für Kasachstan



- [Überblick A-Z](#)
- [Lobbyismus in der EU](#)

Im Zuge der Veröffentlichungen des Spiegels zur sogenannten "Kasachstan-Connection", ^[4] veröffentlichte die Neue Zürcher Zeitung im Mai 2015, dass kasachische Politiker einen parlamentarischen Vorstoß im Schweizer Nationalrat beeinflusst hatten. Entworfen und ausgearbeitet wurde dieser Vorstoß von Burson-Marsteller. ^[5]

Der kasachische Auftrag an Burson-Marsteller wird zusammengefasst unter dem Titel „Interpellation Markwalder“ und beinhaltet die folgenden Aufgaben: „Entwurf des Texts, Treffen mit Parlamentarierin CM [für Christa Markwalder], Übersetzung und Lieferung an den Klienten, mehrere Überarbeitungen (gemäß Feedback des Klienten und der Parlamentarierin CM), endgültige Textfassung“. Die Kosten für diese Arbeit belaufen sich auf 7.188 Franken. ^[6] Auftraggeber ist die kasachische Partei **Ak Schol**. Ak Schol präsentiert

sich im Westen als Teil der Opposition, ist aber tatsächlich eine regimetreue Partei.^[7] Die entscheidenden Personen in dieser Zusammenarbeit sind Ak Schol Parteichef **Asat Perusaschew** und **Marie-Louise Baumann**, Senior Adviser von Burson-Marsteller. Marie-Louise Baumann arbeitete in der Schweizer Bundeskanzlei sowie im Generalsekretariat der Schweizer Liberalen, bevor sie zu Burson-Marsteller wechselte. In der Schweiz gilt sie als gut vernetzt. Aus internen E-Mails geht hervor, dass sich Perusaschew Kontakt zu Politikern wünscht, um das Image von Kasachstan zu verbessern. Außerdem wünscht sich Perusaschew, dass der Exil-Kasache Vikotr Chrapunow ausgeliefert wird.

Durch die Arbeit von Burson-Marsteller wurde tatsächlich Kontakt zwischen führenden Politikern der Schweiz und der Ak Schol Partei hergestellt. Perusaschew durfte sein Anliegen im Bundeshaus vortragen und für seine Interessen werben. **Christa Markwalder** konnte sich darauf hin eine Zusammenarbeit vorstellen: «Weil Perusaschew sich glaubwürdig als liberale Opposition präsentiert hat, die sich für Wirtschaftsfreiheit, gegen Korruption und für Menschenrechte einsetze, schien mir das unterstützungswürdig.»^[8] Burson-Marsteller formulierte darauf hin einen Entwurf, der über die Unterstützung des Kasachischen Demokratisierungsprozesses durch den Schweizer Bundesrat entscheiden sollte. Da der Begriff "Menschenrechte" gleich dreimal auftauchte, wurde der Entwurf von kasachischer Seite erst einmal abgelehnt. Perusaschew befürchtete, dass der Begriff seinem politischen Status im Heimatland schaden könnte. Im Antrag vom 14. Juni 2013 ist der Begriff Menschenrechte aus dem Entwurf gestrichen worden, die Ak Schol Partei wird dagegen positiv hervorgehoben. Außerdem verfasste Burson-Marsteller Anfragen, die Christa Markwalder im Parlament einreichte. Markwalder zeigt sich im Nachhinein «geschockt, dass Baumann jeden Schritt mit Kasachstan absprach und dies mir gegenüber nicht transparent mache. Es kann doch nicht sein, dass jemand Geld dafür kassiert, wenn ich eine Interpellation einreiche, die darauf abzielt, das Verhältnis Schweiz - Kasachstan zu verbessern.»^[9]

Nach Bekanntwerden der Affäre Baumann/Markwalder/Perusaschew veröffentlichte Burson-Marsteller in einer Stellungnahme auf ihrer Webseite die Kündigung Baumanns: «Wir distanzieren uns in aller Form vom Vorgehen unserer Mitarbeiterin». Kurz darauf verschwand diese Meldung wieder. Burson-Marsteller erklärte, man habe versehentlich ein falsches Statement veröffentlicht. Seit 2014 arbeitet Baumann nicht mehr als Verwaltungspräsidentin für Burson-Marsteller. Baumann ist heute freie Mitarbeiterin.^[10]

Insgesamt bescherte Burson-Marsteller das Mandat von Ak Schol Umsätze in Höhe von 150.000 Franken. Die Agentur arbeitete an einem europaweiten «Public-Affairs-Effort» für die angebliche kasachische Oppositionspartei.

2012: Kampagne gegen Julia Timoschenko

Anlässlich der anhaltenden ausländischen Kritik an Julia Timoschenkos Inhaftierung hat die ukrainische Regierungspartei Partei der Regionen (PRU) von Präsident Janukowitsch Burson-Marsteller damit beauftragt, sowohl ihre Aktivitäten als Regierungspartei insgesamt als auch ihre Position im Fall Timoschenko in ein besseres Licht zu rücken. Zu diesem Zweck wurden unter anderem mehrere Pressetermine für den stellvertretenden Generalstaatsanwalt der Ukraine, Renat Kuzmin, bei dessen Besuch in Brüssel Anfang Mai organisiert. Bereits am 1. April hatte Kuzmin in der Financial Times Timoschenko der Beteiligung an einem Auftragsmord in den 90er Jahren und der Steuerhinterziehung beschuldigt.^[11] Eine derart gemeinsam gestaltete und von Burson-Marsteller koordinierte Öffentlichkeitsarbeit des obersten Strafverfolgers und der Regierungspartei verletzt nach Einschätzung von Timoschenkos Parteidräger Hryhorij Nemyria den Status von Kuzmin als unabhängiger Jurist.

Martin Nunn, ein Brite, der die PR-Firma [Whites Communications](#) in Kiew leitet, hat bei der Staatsanwaltschaft des Vereinigten Königreichs angefragt, ob Burson-Marsteller mit seinem Engagement nicht gegen britische Anti-Korruptionsgesetze verstößt. Dies sei der Fall, weil Kuzmin von der PRU einen Vorteil in Form öffentlicher Aufmerksamkeit erhalten.^[12]

2012: Demonstration Pro Frankfurter Flughafen

Am 1. Februar 2012 fand unter dem Motto *Ja zu FRA!* auf dem Römerberg in Frankfurt/Main eine Kundgebung für den Flughafenausbau statt. Organisiert wurde die Demonstration von Burson-Marsteller. Mit der Kundgebung reagierten die Unternehmen [Fraport](#) AG, [Lufthansa](#) und Condor darauf, dass sie in der Debatte um den Ausbau des Frankfurter Flughafens zunehmend in die Defensive geraten waren.^[13] Burson-Marsteller hat für die Kundgebung eine Webseite erstellt sowie Plakate und Radiospots entwickelt. Die Firmen unterstützten die Veranstaltung massiv.^[14] Fraport bezahlt seinen Mitarbeitern z.B. die Fahrtkosten, auch ein Bus-Shuttle soll es geben. Lufthansa hat zudem Kunden aus dem Miles and More-Programm per Mail um ihr Kommen gebeten. Es wurde Geld investiert und der ganze Apparat der Unternehmen eingespannt – all dies aber als Kommunikation von oben herab. Die TeilnehmerInnen der Demonstration waren in die Planung nicht eingebunden. Sie sollten den Unternehmen nur mehr Glaubwürdigkeit verschaffen. Burson-Marsteller betreiben mit der Aktion also [Grassroots-Lobbying](#), bzw. [Astroturfing](#), und wiedersprechen damit den ethischen Selbstverpflichtungen der PR-Branche, laut denen nichts unternommen werden darf "was die Öffentlichkeit zu irrgen Schlüssen und falschem Verhalten veranlasst."^[15]

Es gibt demnach einen klaren Unterschied zu einem eigenständigen Protest von Bürgerinnen und Bürgern. Eine Form demokratischer Beteiligung wie eine Demonstration, die die Stimme der Bürgerinnen und Bürger von unten in die Öffentlichkeit und an die Politik herantragen soll, wird als Unternehmens-PR von oben nach unten zweckentfremdet. Fraglich ist dabei, inwiefern Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu der Kundgebung kommen, weil es vom Arbeitgeber erwartet wird und eher als Teil des Jobs verstanden wird denn als eine eigenständige demokratische Meinungsäußerung. Diese Problematik wird auch nicht dadurch gelöst, dass Fraport und Lufthansa offiziell sagen, dass die Teilnahme freiwillig sei.^[16] Diese inszenierte Kundgebung hat somit keinesfalls den gleichen Stellenwert wie Proteste von eigenständigen Bürgerinitiativen.

2010: Verdeckte Meinungsmache für Facebook

Im Mai 2010 wurde bekannt, dass Burson-Marsteller im Auftrag von [Facebook](#) verdeckt negative Berichte über [Google](#) in den Medien verbreiten ließ. Im Kern ging es dabei um den mangelnden Schutz der Privatsphäre durch Google. Der Fall wurde bekannt, nachdem ein von Burson-Marsteller angefragter Blogger an die Öffentlichkeit ging. Facebook gab daraufhin zu, Burson-Marsteller beauftragt zu haben.^[17]

2007: Kampagne für schweizer Atomkraft-Lobby

Das Berner Büro von Burson-Marsteller übernahm im Frühjahr 2006 das Nuklearforum Schweiz. Die Wochenezeitung WOZ berichtete, dass das Nuklearforum, eine Lobbyorganisation der schweizer Atomwirtschaft, Burson-Marsteller damit beauftragte, für mehr Akzeptanz gegenüber neuen Atomkraftwerken in der Schweiz zu sorgen. Das Nuklearforum betraute den Burson-Marsteller-Mitarbeiter

Roland Bilang, der bereits Erfahrungen in der Akzeptanzförderung zur Gentechnik in der Schweiz gesammelt hatte, mit ihrer Geschäftsleitung. Während Burson-Marsteller im Auftrag von verschiedenen US-Ölfirmen wie Exxon, Texaco, Chevron sowie Ford und General Motors den Klimawandel als Ammenmärchen verkaufte, konnte die PR-Agentur mit der Atomindustrie als Auftraggeber gar nicht oft genug betonen, dass die Klimakatastrophe bevorsteht.^[18] Anfang 2007 beschloss der Schweizer Bundesrat eine neue Energiestrategie, die u.a. den Neubau von Atomkraftwerken einplante^[19].

1999: Organisierte Demonstration für Monsanto

Im Dezember 1999 organisierte Burson-Marsteller für den Gentechnik-Konzern [Monsanto](#) eine Demonstration. Die rund 100 Mitglieder einer baptistischen Kirche wurden teilweise mit 25 Dollar bezahlt, dass sie zeitgleich zu einer Anhörung der Food and Drug Administration (FDA) pro Genmanipulationen demonstrierten. Burson-Marsteller organisierte hierzu auch kostenlose Verpflegung und einen Bustransfer für die Demonstranten. Monsanto beauftragte Burson-Marsteller in einem Vertrag über mehrere Millionen Dollar, bei der Kampagne zu helfen. Burson-Marsteller-Mitarbeiter und -Berater versuchten hierzu Repräsentanten aus Kirchen, Arbeiterbewegungen und anderen Gruppen zu rekrutieren, die dann bei den FDA-Anhörungen sprechen sollten.^[20]

1997: Kampagne gegen Verbot giftiger Substanzen in Flammschutzmitteln

Burson-Marsteller rief im Auftrag der vier weltgrößten Hersteller von bromierten Flammschutzmitteln das sogenannte [Bromine Science and Environment Forum](#) (BSEF) ins Leben. Über dieses Forum wurde auf europäischer Ebene massiver Lobbyismus betrieben, um ein drohendes Verbot von umweltschädigenden Substanzen, welche in Elektro- und Elektronikgeräten, Textilien oder Bauprodukten zum Zweck des Flammschutzes zur Anwendung kamen, zu verhindern. Allerdings blieb dies ohne Erfolg. Der Einsatz dieser Substanzen wurde im Jahr 2001 vom EU-Parlament verboten.^[21]

Das BSEF wird bis heute von Burson-Marsteller betrieben und wird von der Agentur im [Transparenzregister](#) sowohl 2012 als auch 2014 als Mandant mit dem größten Umsatz angeführt. Laut eigener Aussage erfüllt die Organisation zwei Aufgaben:

- Die Beauftragung "[...] unabhängiger Wissenschaftler mit der Evaluierung und Durchführung von innovativer Forschung" zu den Produkten der im Forum zusammengeschlossenen Firmen.
- "Entscheidungsträger und andere Interessenten über die Ergebnisse dieser Forschung zu informieren, und die Bromindustrie in Umwelt- und Gesundheitsfragen zu repräsentieren."^[22]

1996: Beeinflussung des Stuttgarter Bürgermeister-Wahlkampfes im Auftrag der Bahn

Die [DB Projekt Stuttgart 21 GmbH](#) engagierte 1996 die Lobby-Agentur Burson-Marsteller, um die OB-Kandidaten im Bürgermeister-Wahlkampf zu unterstützen, die Stuttgart 21 befürworteten.^[23] Die Agentur sollte zudem für die Projekt GmbH die Meinungsführerschaft in der Debatte um Stuttgart 21 sichern. Es ging also um eine Einflussnahme auf die Wahlentscheidung zugunsten der Deutschen Bahn und deren Großprojekt Stuttgart 21.

Dabei habe die Projekt GmbH als 100-prozentige Tochter der [Deutschen Bahn](#) großen Wert darauf gelegt, "daß bei der Außendarstellung die Konzernmutter im Hintergrund bleibt." So heißt es in einer stichpunktartigen Fallstudie, mit der Burson-Marsteller Ende der 90er Jahre auf ihrer Webseite für die eigene Arbeit warb. Die Fallstudie verschwand 2001 nach einem Relaunch der Webseite wieder – wir haben sie jetzt nochmal ausgegraben. [\[24\]](#) (hier zum [Nachlesen als pdf](#))

Zielgruppe der PR-Kampagne waren sowohl Top-Entscheider in Politik und Wirtschaft als auch die stimmberechtigten Bürger Stuttgarts. Für deren Ansprache wurden Flyer und Werbeanzeigen produziert sowie eine Telefon-Hotline eingerichtet.

Am 10. November 1996 gewann der Stuttgart 21-Befürworter Wolfgang Schuster knapp mit 43,1% der Stimmen vor Rezzo Schlauch mit 39,3% (Wahlbeteiligung 53,9%). Damit errang auch die [Deutsche Bahn](#) Sieg gegenüber der erstarkenden Protestbewegung gegen das Bahnhofsprojekt.

Weitere ausführlichere Informationen gibt es bei LobbyControl: [Stuttgart 21: wie die Bahn den Bürgermeister-Wahlkampf 1996 beeinflusste](#)

1993 und 2000: Gründung nicht-registrierter Intergroups im EU-Parlament

Peter Linton, einer der Senior-Berater von Burson-Marsteller, war maßgeblich an der Initiierung und dem Aufbau von 2 informellen Arbeitsgruppen, sogenannten [Intergroups](#) des EU-Parlaments beteiligt.

1993 war Linton einer der Mitgründer der Intergroup [Transatlantic Policy Network](#)^[25], welche für die Finanzierung einer Vielzahl von Ausflügen mit sowohl amerikanischen als auch europäischen Abgeordneten bekannt ist. Im Jahr 2000 stieß Burson-Marsteller über Peter Linton maßgeblich die Gründung der ebenfalls nicht-registrierten Intergroup [European Internet Foundation](#) an. [\[25\]](#)

Weitere Fälle von [Country Branding](#)

Burson-Marsteller beriet in der Vergangenheit mehrere Regierungen, die sich mit Vorwürfen von schwersten Menschenrechtsverletzungen konfrontiert sahen:

- **Nigeria** Während dem Biafra-Krieg (1967-1970) beauftragte die nigerianische Regierung die Agentur, um Berichte über einen Völkermord in der Öffentlichkeit anzuzweifeln. [\[26\]](#)
- **Argentinien** Nach dem Bekanntwerden des Verschwindens und der Ermordung von 35.000 Zivilisten stand die argentinische Militärdiktatur (1976-1983) international in der Kritik. Zudem litt das Land unter einer schweren Wirtschaftskrise. Burson-Marsteller erhielt daraufhin 1.1 Mio. US-Dollar von der Junta um "die Förderung von Vertrauen in und Wohlwollen gegenüber Land und Regierung voranzutreiben". [\[27\]](#) Im Rahmen dieser Kampagne wurde auch eine "umfangreiche Betreuung" von ausländischen Journalisten während der FIFA-WM 1978 als wesentlicher Bestandteil der Image-Pflege ausgemacht. [\[28\]](#)
- **Indonesien** Die indonesische Regierung bezahlte 5 Mio. US-Dollar an Burson-Marsteller um das Image des Landes in Fragen der Menschenrechte und des Umweltschutzes zu verbessern. Vorausgegangen war ein Massaker des indonesischen Militärs an Hunderten Zivilisten, die 1991 für die Unabhängigkeit der Region Ost-Timor demonstrierten. 1996 wurde ein weiterer Vertrag über 5 Mio. US-Dollar abgeschlossen. [\[29\]](#)
- Darüber hinaus arbeitete die Agentur an Image-Kampagnen für den rumänischen Diktator Nicolae Ceaușescu und die saudische Königsfamilie. [\[30\]](#)

Organisationsstruktur und Personal

Worldwide Präsident und CEO	Donald A. Baer
Präsident und Senior-Berater in Brüssel	David Earnshaw [31]
CEO Brüssel	Karen Massin [32]
CEO Deutschland	Alexander Fink [33]

Senior-Berater in Brüssel

Jim Currie	seit April 2007	zuvor in verschiedenen hohen Funktionen bei der EU-Kommission, zuletzt Generaldirektor für Umwelt
David Harley	seit April 2010	zuvor stellv. Generalsekretär des Europäischen Parlaments
Derek Taylor	seit August 2009	Taylor wechselte als ranghoher Beamter der EU-Kommission in Energiefragen. In der Lobbyagentur ist er ebenfalls als Energieberater tätig. Zwischen den beiden Jobs lagen nur wenige Wochen. [34]
Peter Linton		Mitgründer der Intergroups Transatlantic Policy Network (TPN) und European Internet Foundation.
John Robin son		zuvor Journalist zu EU-Themen und Sprecher der Europäischen Kommission. Linton und Robinson gründeten 1989 die Beraterfirma Robinson-Linton Associates, die später mit Burson-Marsteller fusionierte.

(Stand: Juli 2015) Quelle: [35]

Verbindungen

- Burson-Marsteller ist Teil der WPP Group. Zur WPP Group gehören u.a. die PR-Agenturen Hill & Knowlton, Scholz & Friends und Hering Schuppener
- Burson-Marsteller ist Mitglied der folgenden Organisationen:
 - AmCham EU
 - BritCham
 - Centre for European Policy Studies
 - European Policy Centre
 - Friends of Europe
 - European Public Affairs Consultancies' Association (EPACA)
 - Association Belges des Conseils en Relations Publiques (ABCPR)

Finanzen

Burson-Marsteller gibt im [Tranparenzregister](#) der EU für das Geschäftsjahr 2014 Kosten von über 5.000.000 € und einen Umsatz von 1.000.000€ an.^[36] Klienten mit dem höchsten Umsatz waren dabei:

- Bromine Science and Environmental Forum (mind. 1.000.000€)
- Eli Lilly Benelux SA (200.000-299.000€)
- Dow Corning Europe SA (200.000-299.000€)
- LUNDBECK A/S (200.000-299.000€)
- [ExxonMobil](#) (200.000-299.000€)
- European Peat and Growing Media Association, DTEK Holdings (200.000-299.000€)

Auf europäischer Ebene hatte Burson-Marsteller laut [Tranparenzregister](#) 2012 einen Umsatz von 8.965.000 €.^[37] Klienten mit dem höchsten Umsatz waren 2012:

- Bromine Science and Environmental Forum (mind. 10.000.000€)
- H LUNDBECK A/S (5.000.000-5.250.000€)
- [Bayer](#) Schering Pharma AG (250.000-300.000€)
- Initiative for a Competitive Online Marketplace (250.000-300.000€)
- [ExxonMobil](#) (200.000-250.000€)
- European Peat and Growing Media Association, DTEK Holdings (100.000-150.000€)

Weitere bisherige Kunden (Auswahl): [Coca Cola](#), Shell, Unilever, Phillip Morris,^[38] Adidas, [Bayer](#), [BASF](#), [SAP](#), [Pfizer](#), Samsung, RTL Group, [Nestlé](#), [REWE](#), Mazda,^[39] [McDonalds](#),^[40] [Lufthansa](#),^[41] Johnson und Johnson,^[42] Blackwater,^[43]

Geschichte

- 2000 wurde Burson-Marsteller als Teil der Young & Rubicam Group von der [WPP Group](#) übernommen
- 1979 von der Young & Rubicam Group übernommen
- seit 1973 Büro in Deutschland
- 1953 von Bill Marsteller und Harold Burson in den USA gegründet

Quelle:^[44],^[45]

Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus

[Newsletter](#)

[Bluesky](#)

[Facebook](#)

[Instagram](#)

Einelnachweise

1. ↑ Webseite B-M abgerufen am 16.07.2015
2. ↑ Transparencyregister Burson-Marsteller, <http://europa.eu>, abgerufen am 16.07.2015
3. ↑ Webseite B-M - Our Purpose and Values, abgerufen am 16.07.2015

4. ↑ http://www.spiegel.de/thema/kasachstan_connection/ Kasachstan-Connection], Spiegel Online, abgerufen am 21.07.2015
5. ↑ Kasachstan-Affäre Der lange Arm der Lobbyisten ins Bundeshaus, Neue Zürcher Zeitung vom 6.5.2015, abgerufen am 25.06.2015
6. ↑ Kasachstan-Affäre Der lange Arm der Lobbyisten ins Bundeshaus, Neue Zürcher Zeitung vom 6.5.2015, abgerufen am 25.06.2015
7. ↑ Der Diktator und seine Freunde, Handelsblatt vom 17.06.2015, abgerufen am 21.07.2015
8. ↑ Kasachstan-Affäre Der lange Arm der Lobbyisten ins Bundeshaus, Neue Zürcher Zeitung vom 6.5.2015, abgerufen am 25.06.2015
9. ↑ Kasachstan-Affäre Der lange Arm der Lobbyisten ins Bundeshaus, Neue Zürcher Zeitung vom 6.5.2015, abgerufen am 25.06.2015
10. ↑ FDP-Chef Müller zur Kasachstan-Affäre «Seid bitte vorsichtiger bei Lobbyisten», Neue Zürcher Zeitung vom 6.5.2015, abgerufen am 25.06.2015
11. ↑ Tymoshenko faces another legal probe, Financial Times vom 01.04.2012, abgerufen am 21.07.2015
12. ↑ Anti-Tymoshenko party hires top PR firm in EU capital, euobserver.com, abgerufen am 10.05.2012
13. ↑ Flughafen Frankfurt und Burson-Marsteller: Ja zu FRA beauftragt umstrittene PR-Agentur, fr-online.de, abgerufen am 02.03.2012
14. ↑ Burson-Marsteller : „Wir würden niemals Demonstranten bezahlen“, fr-online.de, abgerufen am 02.03.2012
15. ↑ DRPR - Sieben Selbstverpflichtungen, abgerufen am 21.07.2015
16. ↑ Lufthansa: Keine unzulässige Werbung für Pro-Flughafen-Demo in Frankfurt, wiesbadener-kurier.de, abgerufen am 02.03.2012: archiviert in web.archive.org
17. ↑ Facebook Busted in Clumsy Smear on Google, thedailybeast.com vom 11.05.2011, abgerufen am 06.03.2012
18. ↑ Die Tricks der Meistermanipulatoren, WOZ 51/06 vom 21.12.2006, abgerufen am 15.7.15
19. ↑ Burson-Marsteller röhrt Werbetrommel für AKW-Neubau in der Schweiz, LobbyControl vom 22.2.2007, abgerufen am 15.7.15
20. ↑ Monsanto Campaign Tries to Gain Support for Gene-Altered Food, The New York Times vom 08.12.1999, abgerufen am 09.03.2012
21. ↑ Burson-Marsteller Brussels lobbying for the bromine industry, Corporate Europe Observatory vom Januar 2005, abgerufen am 25.07.2012
22. ↑ [http://www.bsef.com/who-we-are BSEF - Who we are, abgerufen am 21.07.2015
23. ↑ Stuttgart 21: wie die Bahn den Bürgermeister-Wahlkampf 1996 beeinflusste, lobbycontrol.de vom 26.09.2012, abgerufen am 26.09.2012
24. ↑ Fallstudie: DB Projekt Stuttgart 21, burson-marsteller.de, abgerufen über archive.org am 26.09.2012
25. ↑ ^{25.025.1} About Us/Our People/Senior Consultants, www.burson-marsteller.be, abgerufen am 29.08.2012
26. ↑ Burson-Marsteller: PR firm at centre of Facebook row, theguardian.com vom 12.05.2011, abgerufen am 17.07.2015
27. ↑ "The Fate of Freedom Elsewhere: Human Rights and U.S. Cold War Policy toward Argentina", William Michael Schmidli, Cornell University Press 2013
28. ↑ Es war auch mal anders: Die WM 1978 in Argentinien, Focus Online vom 02.05.2012, abgerufen am 17.07.2015
29. ↑ How Indonesia Wins Friends and Influences U.S. Foreign Policy, prwatch.org, abgerufen am 17.07.2015
30. ↑ Anti-GM warrior Melchett joins PR firm that advised Monsanto, theguardian.com vom 08.01.2002, abgerufen am 17.07.2015

31. ↑ [Leadership Team](#) Webseite B-M, abgerufen am 16.07.2015
32. ↑ [Leadership Team](#) Webseite B-M, abgerufen am 16.07.2015
33. ↑ [Management Team](#) Webseite B-M, abgerufen am 16.07.2015
34. ↑ [EU-Beamte klüngeln mit der Wirtschaft](#) taz vom 26.11.2011, abgerufen am 26.03.2012
35. ↑ [Senior Consultants](#) Webseite B-M, abgerufen am 16.07.2015
36. ↑ [Transparenzregister Burson-Marsteller](#), <http://europa.eu>, abgerufen am 16.07.2015
37. ↑ [Transparenzregister Burson-Marsteller](#), <http://europa.eu>, abgerufen am 09.04.2014
38. ↑ "Still on top of his empire – The founder and chairman of [Burson-Marsteller](#)", abgerufen am 16.07.2015
39. ↑ [Transparenzregister Burson-Marsteller](#), <http://europa.eu>, abgerufen am 16.07.2015
40. ↑ [Wallraff erhielt Honorare von McDonald's](#), Spiegel Online vom 11.05.2014, abgerufen am 16.07.2015
41. ↑ [Burson helps Lufthansa with crisis comms after Germanwings crash](#), PR Week vom 25.03.2015, abgerufen am 16.07.2015
42. ↑ [The godfather of modern PR Harold Burson on moral responsibilities and controversial clients](#), PR Week vom 19.02.2014, abgerufen am 16.07.2015
43. ↑ [Blackwater Hires PR Giant in Image Seige](#), The Washington Post vom 05.10.2007, abgerufen am 16.07.2015
44. ↑ [Webseite-B-M - Geschichte](#) abgerufen am 10.04.2014
45. ↑ [Webseite-B-M - Our Heritage/Milestones](#) abgerufen am 10.04.2014