

## Edelman

**Edelman** ist eine globale Kommunikations- und [Lobbyagentur](#) mit 6000 Mitarbeitern und 60 Niederlassungen.<sup>[1]</sup> Im Jahr 2020 war das Unternehmen mit ca. 840 Mio. \$ die größte PR-Agentur weltweit nach Honorarertrag.<sup>[2]</sup>

Edelman	
<b>Rechtsform</b>	Private Company
<b>Tätigkeitsbereich</b>	Public Relations, Lobbying
<b>Gründungsdatum</b>	1952
<b>Hauptsitz</b>	New York City, Chicago
<b>Lobbybüro</b>	
<b>Lobbybüro EU</b>	Avenue Marnixlaan 28, 1000 Brussels
<b>Webadresse</b>	<a href="http://www.edelman.com">www.edelman.com</a>

### Inhaltsverzeichnis

1 Kurzdarstellung und Geschichte .....	1
2 Organisationsstruktur und Personal .....	1
3 EU Lobbyregister .....	2
4 Lobbystrategien und Einfluss .....	2
4.1 Kollaborativer Journalismus .....	2
5 Fallstudien und Kritik .....	3
5.1 2020: „Aktionsplan Leerverkäufe“ für Wirecard .....	3
5.2 2006: Wal-Mart-Fake-Blog .....	3
6 Weiterführende Informationen .....	3
7 Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus .....	3
8 Einzelnachweise .....	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: <sup>[3]</sup>

## Organisationsstruktur und Personal

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

- Deutschland: Niels Giese CEO, Gabriele Ingeborg Stöwe, Prokuristin
- Global: Richard Edelman, Präsident und CEO<sup>[4]</sup>
- Brüssel: Claudia La Donna CEO, Caroline Ronse, Finance Director;

## EU Lobbyregister

Unter "Edelmann Public Relations Worldwide" finden sich mit Datum vom 22.08.2025 folgende Einträge<sup>[5]</sup>

Unternehmen /Verband	Ausgaben für Lobbytätigkeit in Mio. Euro	Zahl der akkreditierten Lobbyist*innen	Zahl der Lobbyist*innen (Vollzeitäquivalent)	Zahl der Treffen mit der EU-Kommission
	>€ 1,000,000			
Edelmann Public Relations Worldwide	Klienten: Amazon Europe Core SARL, 300 000€-399 000€, Mars Inc. 200 000-299 000€, International Consolidated Airlines Group 200 000-299 000€, Anheuser-Busch 100 000 €-199 000€, Astra-Zeneca 100 000€-199 000€, Ball Beverage Packaging Europe Limited 100 000€-199 000€, BSEF - The International Bromine Council] 100 000€-199 000€,	35	25	1/2025, 1/2022

## Lobbystrategien und Einfluss

Auf der Webseite von Edelman wird ein „dritter Weg“ der Kommunikation, neben „paid and earned media“ propagiert<sup>[6]</sup>: Den Veränderungen auf dieser Welt sei am 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.“<sup>[7]</sup> Edelman engagiert sich besonders im Graswurzel-Lobbying. Dabei soll der Eindruck erweckt werden, eine Kampagne sei auch von der breiten Bevölkerung unterstützt.<sup>[8]</sup> Ein herausragendes Beispiel dafür ist<sup>[9]</sup> Auf der Homepage der Organisation heißt es "From all 50 States, we come together to make our voices heard. American natural gas and oil are solving big challenges and bringing us a better tomorrow. See and hear the stories of Energy Citizens just like you." Die Agentur Edelman vertritt das American Petrol Institute (API) dem sie 2009 bei der Gründung der Astroturf-Gruppe Energy Citizens half. Energie Citizens führte 2012 eine nationale Werbekampagne durch, die den Anschein einer massiven Unterstützung durch die Bevölkerung für Fracking erwecken sollte und von Edelman koordiniert wurde. Die Agentur setzte sich massiv dafür ein, dass der US-Kongress keine Gesetze zur Bekämpfung des Klimawandels verabschiedete.<sup>[10]</sup>

## Kollaborativer Journalismus

Die Agentur Edelman stellt<sup>[11]</sup> als Strategie vor, die öffentliche Meinung zu beeinflussen

## Fallstudien und Kritik

---

### 2020: „Aktionsplan Leerverkäufe“ für Wirecard

---

Im Zuge des Bilanzskandals der [Wirecard AG](#) wurde bekannt, dass Edelman ab Anfang 2020 für den Konzern tätig war und im März 2020 einen „Aktionsplan Leerverkäufe“ für [Wirecard](#) erstellte, in welchen auch der ehemalige Chefredakteur der *BILD*-Zeitung [Kai Diekmann](#) und der ehemalige Wirtschafts- und Verteidigungsminister [Karl-Theodor zu Guttenberg](#) (CSU) eingespannt wurden. <sup>[12]</sup> Ziel war es, bei Ansprechpartnern in Politik, Medien und der Börse für ein Leerverkaufsverbot von Aktien zu werben. Diekmann nahm hierfür den Kontakt zum Bundesfinanzministerium auf. <sup>[13]</sup> Guttenberg veröffentlichte wenig später einen Gastkommentar in der *FAZ*, welcher deutliche Ähnlichkeiten mit dem Argumentationspapier von Edelman aufwies. <sup>[14]</sup> Seit Mai 2018 sitzt Guttenberg zudem im externen Beratervorstand von Edelman. <sup>[15]</sup>

### 2006: Wal-Mart-Fake-Blog

---

Ins Zentrum der Kritik rückte Edelman, als bekannt wurde, dass Edelman für den Kunden Wal-Mart einen *Fake-blog* <sup>[16]</sup>, 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. <sup>[17][18][19]</sup>

Die Beteiligung wurde von BusinessWeek aufgedeckt und führte schnell zu Unmut in der Blogger-Szene. <sup>[20]</sup> 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](#)

## Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus

---

Newsletter

Bluesky

Facebook

Instagram

## Einzelnachweise

---

1. ↑ [Über Uns](#), edelman.de, abgerufen am 10.01.2022

2. ↑ [Ranking der größten PR-Agenturen weltweit nach Honorarertrag](#), de.statista.com 17.05.2021, abgerufen am 10.01.2022
3. ↑ [History of Edelman](#), abgerufen am 09.05.2016
4. ↑ [Who We Are](#) Webseite von Edelman, abgerufen am 10.01.2021
5. ↑ [transparency-register](#) abgerufen am 15.09.2025
6. ↑ [Who We Are - The Details](#) Webseite von Edelman, abgerufen am 09.05.2016
7. ↑ [Zusammenfassung Trust Barometer 2013](#), abgerufen am 09.05.2016.
8. ↑ [LobbyControl e.V. \(Hrsg.\) 2012: LobbyPlanet Brüssel "Das EU-Viertel"](#), S. 35
9. ↑ [Energy Citizens](#)
10. ↑ [Edelman - Edelman and API Partner](#) www.sourcewatch.org, abgerufen am 20.10.2025
11. ↑ [Brand Journalism](#)
12. ↑ [Wie ein Heer von Beratern Wirecard unterstützte](#) capital.de, vom 09.02.2021, abgerufen am 10.01.2021
13. ↑ [Wirecard-Untersuchungsausschuss / Welche Rolle hatte Kai Diekmann im Finanzskandal?](#) deutschlandfunk.de, vom 11.02.2021, abgerufen am 10.01.2021
14. ↑ [Zweifel an Guttensbergs Glaubwürdigkeit](#) tagesschau.de, vom 12.01.2021, abgerufen am 16.12.2021
15. ↑ [Edelman taps distinguished global leaders for new Advisory Board](#) edelman.de, vom 02.05.2018, abgerufen am 10.01.2021
16. ↑ [Walmarting Across America](#) (inaktiv)
17. ↑ [Wal-Mart vs. the Blogosphere](#), BusinessWeek vom 17.10.2006, abgerufen am 09.05.2016
18. ↑ [Hunted in Blogistan](#), Blog basicthinking vom 16.10.2006, abgerufen am 09.05.2016
19. ↑ [Edelman, Wal-Mart, and WOMMA's Code of Ethics](#), Blog basturea vom 13.10.2013, abgerufen am 09.05.2016
20. ↑ [Wal-Mart und Edelman im Bloggerpitch](#), Blog basicthinking vom 03.08.2006, abgerufen am 09.05.2016