Edelman

Edelman ist eine globale Kommunikations- und Lobbyagentur mit 6000 Mitarbeitern und 60 Niederlassungen.[1] Im Jahr 2020 war das Unternehmen mit ca. 840 Mio. $ die größte PR-Agentur weltweit nach Honorarertrag.[2]

Edelman	
Rechtsform	Private Company
Tätigkeitsbereich	Public Relations, Lobbying
Gründungsdatum	1952
Hauptsitz	New York City, Chicago
Lobbybüro	
Lobbybüro EU	Avenue Marnixlaan 28, 1000 Brussels
Webadresse	www.edelman.com

Inhaltsverzeichnis

1 Kurzdarstellung und Geschichte 1
2 Organisationsstruktur und Personal 1
3 EU Lobbyregister 2
4 Lobbystrategien und Einfluss 2
4.1 Kollaborativer Journalismus 3
5 Fallstudien und Kritik 3
5.1 2025: COP 30 in Belém 3
5.2 2020: „Aktionsplan Leerverkäufe“ für Wirecard 3
5.3 2006: Wal-Mart-Fake-Blog 4
6 Weiterführende Informationen 4
7 Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus 4
8 Einzelnachweise 4

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: [3]

Organisationsstruktur und Personal

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

- Deutschland: Niels Giese CEO, Gabriele Ingeborg Stöwe, Prokuristin
- Global: Richard Edelman, Präsident und CEO[4]

- 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[5]

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[6]: 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 offcial.“ Die traditionelle Pyramide der Autorität, „with elites driving communications top down to mass audiences ... is now joined by an inverted pyramid of community.“[7] Edelman engagiert sich besonders im Graswurzel-Lobbying. Dabei soll der Eindruck erweckt werden, eine Kampagne sei auch von der breiten Bevölkerung unterstützt.[8] Ein herausragendes Beispiel dafür ist Energy Citizens. 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 Edelmann 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 Edelmann koordiniert wurde. Die Agentur setzte sich massiv dafür ein, dass der US-Kongress keine Gesetze zur Bekämpfung des Klimawandels verabschiedete. [9]

Kollaborativer Journalismus

Die Agentur Edelmann stellt Collaborative Journalism als Strategie vor, die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Laut Edelmann sinkt das Vertrauen der Menschen in die traditionellen Medien und Nachrichten und Informationen werden auf neue Weise und auf neuen Kanälen konsumiert. Es sollen Journalisten aus digitalen, sozialen, Print- und Rundfunkmedien mit Experten für "Earned and Paid Media", Analytik und Kreativität zusammengebracht werden, die Edelmann als kollaborativen Journalismus b=ezeichnet. "The idea is simple: We cover brands as our beats" (Die Idee ist einfach: Wir berichten über Marken als unser Spezialgebiet)

Fallstudien und Kritik

2025: COP 30 in Belém

Edelmann übernimmt die Kommunikation der COP30 (Conference of the parties – UN Klimakonferenz). Für den Zeitraum von Juli 2025 bis 21. Februar 2026 erhält die PR-Agentur dafür 834 850 US-Dollar. Laut PR Week UK heißt es dazu im US Foreign Agent Registration Act: "Diese Bemühungen [von Edelmann] sollten Transparenz und Offenheit der Präsidentschaft fördern und einen sinnvollen Dialog mit verschiedenen Interessengruppen sicherstellen. Darüber hinaus sollte die Strategie die Bedeutung der COP30 als Chance unterstreichen, die Klimaführung und Rechenschaftspflicht der [brasilianischen] Bundesregierung zu stärken und die Zusammenarbeit mit Regierungsstellen, Partnerorganisationen und anderen wichtigen Akteuren zu stärken.“ Auf Nachfrage von PR Week UK bei UNDP (United Nations Development Programme), wird ein Interessenkonflikt nicht gesehen. [10]] Da Edelmann Klienten aus dem Bereich der fossilen Energien wie z.B. Shell und Chevron hat, ergibt sich zwangsläufig ein Interessenkonflikt bei der Vertretung einer Klimakonferenz, die den Ausstieg aus fossiler Energie zum Ziel hat.

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. [11] Ziel war es, bei Ansprechpartnern in Politik, Medien und der Börse für ein Leerverkaufsverbot von Aktien zu werben. Diekmann nahm hierfür den Kontakt zum Bundes„finanzministerium auf. [12] Guttenberg veröffentlichte wenig später einen Gastkommentar in der *FAZ*, welcher deutliche Ähnlichkeiten mit dem Argumentationspapier von Edelman aufwies. [13] Seit Mai 2018 sitzt Guttenberg zudem im externen Beratervorstand von Edelman. [14]

2006: Wal-Mart-Fake-Blog

Ins Zentrum der Kritik rückte Edelman, als bekannt wurde, dass Edelman für den Kunden Wal-Mart einen *Fake-blog*[15], 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.[16][17][18]

Die Beteiligung wurde von BusinessWeek aufgedeckt und führte schnell zu Unmut in der Blogger-Szene.[19] 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-registerabgerufen 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. ↑ Edelman - Edelmann and API Partner www.sourcewatch.org, abgerufen am 20.10.2025
10. ↑ Edelman wins COP30, critics hit back vom 31.07.2025, abgerufen am 19.11.2025
11. ↑ Wie ein Heer von Beratern Wirecard unterstützte capital.de, vom 09.02.2021, abgerufen am 10.01.2021
12. ↑ Wireacrd-Untersuchungsausschuss / Welche Rolle hatte Kai Diekmann im Finanzskandal? deutschlandfunk.de, vom 11.02.2021, abgerufen am 10.01.2021

13. ↑ Zweifel an Guttenbergs Glaubwürdigkeit tagesschau.de, vom 12.01.2021, abgerufen am 16.12.2021
14. ↑ Edelman taps distinguished global leaders for new Advisory Board edelman.de, vom 02.05.2018, abgerufen am 10.01.2021
15. ↑ Walmarting Across America (inaktiv)
16. ↑ Wal-Mart vs. the Blogosphere, BusinessWeek vom 17.10.2006, abgerufen am 09.05.2016
17. ↑ Hunted in Bloggistan, Blog basicthinking vom 16.10.2006, abgerufen am 09.05.2016
18. ↑ Edelman, Wal-Mart, and WOMMA's Code of Ethics, Blog basturea vom 13.10.2013, abgerufen am 09.05.2016
19. ↑ Wal-Mart und Edelman im Bloggerpitch, Blog basicthinking vom 03.08.2006, abgerufen am 09.05.2016