

# Schlag ins Gesicht

**Burson-Marsteller** Die weltweit tätige PR-Agentur steckt wegen der Kasachstan-Affäre in der Krise. Schon länger verliert die Firma hierzulande an Einfluss.

URS ZURLINDEN

Die Ohrfeige sass, der Schmerz hält an: Alle Mitglieder der FDP-Fraktion seien «aufgefordert, bei der Zusammenarbeit mit Burson-Marsteller (...) bis zur vollständigen Klärung des Falles höchste Zurückhaltung an den Tag zu legen». Was die freisinnige Parteiführung anfangs letzter Woche ihren Bundesparlamentariern nahelegte und via Medienmitteilung ins Land hinaus verkündete, mussten die Leute der einst renommierten PR-Agentur wie ein Schlag ins Gesicht empfinden. Ausgerechnet die FDP, mit der sie jahrelang beste Beziehungen und thematische Übereinstimmung pflegte, ging in einer öffentlich vorgetragenen Verlautbarung auf Distanz zu ihnen. Als ob Burson-Marsteller (BM) nicht schon genug mit Gegenwind zu kämpfen hätte.

## Umsatz sinkt stark

Die undurchsichtige Kasachstan-Affäre um FDP-Nationalrätin Christa Markwalder und Lobbyistin Marie-Louise Baumann, die von Burson-Marsteller nach wie vor als Senior Advisor aufgeführt wird, hat der Agentur mit über 30 Mitarbeitern zugezogen. Der Schweizer Ableger der 1952 von Harold Burson und Bill Marsteller in New York gegründeten Unternehmung war hierzulande bis vor wenigen Jahren klar die Nummer zwei der Branche hinter Überflieger Farner Consulting. Inzwischen

muss sich BM mit ihrem Hauptsitz im Zürcher Binz-Quartier und Büros in Bern und am Boulevard des Philosophes in Genf nach der Decke strecken, um zumindest noch Rang drei zu halten. Der Agenturumsatz ist in den letzten fünf Jahren von rund 12 Millionen auf noch gut 6 Millionen eingebrochen. Wobei die Zahlen mit Vorsicht zu geniessen sind, da sie aus börsenrecht-

lichen Gründen auf eigenen Angaben beruhen, welche BM jeweils der Branchenorganisation Bund der Public Relations Agenturen Schweiz (BPRA) liefert.

Fakt ist: Burson-Marsteller hat definitiv schon bessere Zeiten erlebt. Unter CEO Roman Geiser, der 2003 das Zepter übernommen hatte, stiegen die Honorarumsätze kontinuierlich an, bis 2010 ein erster Rückgang um 4,5 Prozent hinzunehmen war. Die Ära mit Urs Rellstab an der Spitze trug der Agentur dann zwei Mal hintereinander einen empfindlichen Umsatzrückgang ein. Der promovierte HSGler mit frühem Hang zum Journalismus und spätere Kommunikationschef und Vizedirektor von Economiesuisse hatte für den Wirtschaftsdachverband etwa 40 Kampagnen durchgezogen – in den allermeisten Fällen erfolgreich. Sein Wechsel zu Burson-Marsteller leitete hingegen eine glücklose Zeit ein. Der 55-jährige Appenzeller wird von seinen früheren BM-Kollegen, die alle anonym bleiben wollen, übereinstimmend als ausgezeichneter Kampagner beschrieben, aber als schlechter Unternehmer mit miserablen Führungsqualitäten. «Das war der falsche Mann», fasst ein ehemaliger BM-Mitarbeiter die Befunde zusammen.

Die Folgen blieben nicht aus: Etliche Kaderleute verliessen unter Rellstab Burson-Marsteller, wechselten zu anderen Agenturen und nahmen ihre Kunden mit. Darunter waren bekannte Gesichter wie Tony Burgener, der heute bei der Glückskette arbeitet, Roland Bilanz, der nun Geschäftsführer der Erdöl-Vereinigung ist, sowie Martin Hofer, einst Redaktionsleiter

von «10 vor 10» und Chefredaktor des «SonntagsBlicks», Finanzchef Roland Oberhauser, heute bei Farner, und die promovierte Chemikerin Toula Stoffel, die Healthcare-Spezialistin des BM-Teams.

Dazu kam, dass die Millionen schweren Kampagnen inzwischen rar geworden sind und auch die grossen Agenturen sich mit kleineren Brötchen zufriedengeben müssen. Was wiederum im Europa-Headquarter von BM in London auf wenig Verständnis stiess und zu Druck auf den Schweizer Ableger führte. «Die ganz grossen Mandate im hohen sechs- oder sogar siebenstelligen Millionenbereich sind äusserst selten geworden», sagt Matthias Graf, der seit April 2013 als CEO die Geschicke von BM leitet und prompt den Turnaround schaffte.

Hinzu kommt, dass zwei der wichtigsten Standbeine von Burson-Marsteller umdisponierten: Das Nuklearforum Schweiz hat sein Budget radikal eingedampft, nachdem die AKW-Befürworter auf eine Volksabstimmung gegen den Atomausstieg und damit auf die «grösste Politschlacht» («NZZ am Sonntag») der Schweizer Geschichte mit einem geschätzten Gesamtbudget von über 25 Millionen Franken verzichtet hatten. Ausserdem verteilte Interpharma, das Sprachrohr der gut betuchten Pharmabranche, die Aufträge neu auf mehrere Agenturen. Vor allem das Nuklearforum beschäftigte einst mit einem Jahresbudget von rund drei Millionen Franken bis zu zehn PR-Spezialisten. BM-Chef Urs Rellstab hatte seine Truppe für die Abstimmungsschlacht bereits rekrui-

tiert, nach deren Absage kam es prompt zum Abgang des Appenzellers. Über sein Ausscheiden und über die Kritik an seiner Führung wollte er gegenüber der «Handelszeitung» nicht reden.

## 7000 Mitarbeiter in 110 Ländern

Unklar ist, wie Burson-Marsteller mit dem 2010 deklarierten Verzicht auf PR für die Tabakindustrie buchhalterisch umgeht. Das Mandat von Philip Morris ging an VR-Mitglied Marie-Louise Baumann über, die dafür im selben Jahr eine eigene Firma gründete aber nach wie vor auch für BM tätig ist. Baumanns Lobby-Arbeit für Kasachstan ist übrigens für die internationale Schiene von Burson-Marsteller keineswegs ein Sonderfall: Die Agentur mit nach eigenen Angaben 7000 Mitarbeitern und über 150 Niederlassungen in 110 Ländern soll einst auch den rumänischen Diktator Nicolae Ceausescu, Pinochet in Chile und die argentinische Militärjunta beraten sowie Leugner des Klimawandels organisiert haben.

Inzwischen hat sich Burson-Marsteller aus dem Tief etwas erholt, Matthias Graf ist mit den Abschlüssen des vergangenen Jahres und des ersten Quartals 2015 zufrieden. «Es ist eine neue Ära von BM ausgebrochen», sagt er. Seine Strategie: Weg vom überproportionalen Anteil des Bereichs Public Affairs, hin zur Unternehmenskommunikation mit sehr wohl internationaler Ausrichtung. Damit, so Graf, werde Burson-Marsteller die Nummer drei im helvetischen Ranking sicher halten können.



### Aderlass in der Chefetage

Burson-Marsteller-(BM-)Führungskräfte



**Urs Rellstab**  
2010 bis Ende 2012 CEO bei BM, heute eigenes Büro – Campaign-Shop.



**Tony Burgener**  
2009 bis 2011 bei BM als Leiter des Büros in Genf, heute Direktor Glückskette.



**Martin Hofer**  
2005 bis 2012 bei BM in Geschäftsleitung, heute YJOO Communications.



**Roland Bilanz**  
2002 bis 2013 bei BM in Geschäftsleitung, heute Erdöl-Vereinigung.

FOTOS: KERSTONE (2)/ZVG (4)

## CHRISTA MARKWALDER Ramponierter Ruf

**Ehrenamt** Noch im November 2014 schien die Welt für Christa Markwalder in Ordnung: Mit 154 von 167 gültigen Stimmen wurde die Berner Freisinnige zur Vizepräsidentin des Nationalrates und damit zur designierten höchsten Schweizerin des kommenden Jahres gewählt. Der bisher tadellose Ruf der Juristin, die mit einem 50-Prozent-Pensum bei der Zurich Insurance Group als Senior Public Policy Analyst arbeitet, ebnete problemlos den Weg zum erstrebten Ehrenamt.



Christa Markwalder.

seurin der undurchsichtigen Vorgänge: Marie-Louise Baumann, umtriebige Lobbyistin und Senior Advisor bei Burson-Marsteller. Ihre Fäden ins Bundeshaus hatte sich die 69-jährige Baumann in ihren früheren Tätigkeiten gestrickt: Während zwei Jahrzehnten war sie im Generalsekretariat der FDP tätig. Davor amtierte sie zehn Jahre lang in der Bundeskanzlei.

**Affäre** Heute ist Markwalders Wahl zur Nationalratspräsidentin ziemlich ungewiss. Die 39-jährige Jungpolitikerin droht über eine Affäre zu stolpern, die ihr ein Verfahren wegen Amtsgeheimnisverletzung oder sogar Nachrichtendienst einbringen könnte. Die Regis-

ANZEIGE

## DER NEUE CR-V, NEUE PERSPEKTIVEN Ab CHF 28 300.–

4x4

9-GANG-AUTOMATIKGETRIEBE

DIESEL 1.6 160 PS

Honda  
CONNECT



CR-V 2.0 i-VTEC 4WD S, 5 Türen, 114 kW/155 PS, 1997 cm<sup>3</sup>; Katalogpreis CHF 28 300.– (Foto: CR-V 1.6 i-DTEC 4WD Executive Automat, 5 Türen, 118 kW/160 PS, 1597 cm<sup>3</sup>; Katalogpreis: CHF 47 000.–). Gesamtverbrauch kombiniert (80/126/8/EWG): 4,4-7,7/100 km. CO<sub>2</sub>-Emissionen gemischter Zyklus: 115-179 g/km (Durchschnitt aller Neuwagen: 144 g/km). Energieeffizienzklasse: A-F.

**HONDA**  
The Power of Dreams