

PUBLIC RELATIONS

# Beraten und verkauft

Die WMP EuroCom des Ex-„Bild“-Chefs Hans-Hermann Tiedje lässt sich von Spitzenmanagern und Polit-Größen dafür bezahlen, deren Image zu verbessern. Die Firma wächst rasant – mit bisweilen höchst fragwürdigen Methoden, einigen Total-Flops und dubiosen Seilschaften.

Eigentlich schreit die Sache nach Männern vom Schlage eines Hans-Hermann Tiedje: Da gerät ein Politiker in höchste Bedrängnis. Es geht um Millionen und undurchsichtige Auftragsvergaben. Bald schon ist von „Affäre“ und „Skandal“ die Rede. Der Rechnungshof schaltet sich ein. Ein Bundestagsausschuss lädt den Politiker vor. Die Opposition fordert seinen Rücktritt.

Normalerweise wäre das eine typische Mission für den Krisenberater Tiedje, 54, der mit seinem Partner Hans-Erich Bilges und der gemeinsamen Firma WMP EuroCom in Berlin eines der einflussreichsten Beratungsunternehmen der Republik aufgebaut hat. „Wir sorgen für öffentliche Meinungsbildung und sind spezialisiert auf mediales Krisenmanagement“, wirbt die firmeneigene Internet-Seite.

So eine Mannschaft könnte Florian Gerster dieser Tage gut gebrauchen. Doch im Fall des Chefs der Bundesanstalt für Arbeit ist Tiedjes Unternehmen nicht der Ausweg aus der Krise. Es war Anlass und Auslöser.

Gerster dürfte sich die „Meinungsbildung“ anders vorgestellt haben, als er im Frühjahr erkannte, dass seine Behörde nicht nur bei den Jobs ein Vermittlungsproblem hat, und in diesem „extrem negativen Meinungsumfeld“ die WMP verpflichtet: für „positionierende, additive und kreative Kommunikationsdienstleistungen“ und 1,3 Millionen Euro Honorar.

Tatsächlich ist Gerster nun so eindeutig positioniert wie nie zuvor: im politischen Abseits, ein Anstaltschef auf Abruf. Für den Kunden ist das ein Desaster, für WMP eine kommunikative Katastrophe. Man wolle den Beratervertrag auflösen, um die „Handlungsfähigkeit der Bundesanstalt nicht einzuschränken“, ließ der für den Etat zuständige WMP-Mann Bernd Schiphorst vernehmen. Der Rückzug kommt zu spät.

Seit vergangener Woche kann man den WMP-Profis dabei zusehen, wie sie sich mit den eigenen Rezepten selbst zu kurieren versuchen. Mit einem Schlag steht die Berliner Agentur samt ihrem sensiblen Geschäftsmodell dort, wo man um keinen Preis hinwollte: im Blitzlichtgewitter, das auch schon den Frankfurter Konkurrenten Moritz Hunzinger am Ende sehr schnell sehr blass aussehen ließ.

Denn das Geschäft der Lobbyisten und selbst ernannten Kommunikationsstrategen blüht am besten im Verborgenem – dort aber wuchert es wild. Die Nachfrage nach Beratern und Beziehungsmanagern ist in der Bundesmedienrepublik Deutschland so groß wie nie zuvor.

Egal, ob Infineon-Chef Ulrich Schumacher oder KarstadtQuelle-Boss Wolfgang Urban, HypoVereinsbank-Lenker Dieter Rampf oder Opel-Chef Carl-Peter Forster – kaum ein deutscher Top-Manager, der sich nicht zumindest zeitweise neben seiner Pressestelle noch private Nachhilfe gönnt.

Längst gehören auch Spitzenpolitiker zu ihrer Klientel. Finanzminister Hans Eichel bedient sich ihrer Hilfe. Ex-Verteidigungsminister Rudolf Scharping stolperte über die Affäre um seinen Consigliere Hunzinger.

Was darf's denn sein? Ein Auftritt bei „Sabine Christiansen“? Ein Kamingsgespräch mit dem Verteidigungsminister? Oder ein wohlwollender Kommentar in einer überregionalen Zeitung? Glaubt man den Gerüchteköchen, deren Geschäft das Geraune ist, dann ist das alles kein Problem. Kommunikation ist ihr Metier, Kontakte sind ihr Kapital.

Kein anderes Beratungsunternehmen ist dabei in den vergangenen Jahren ähnlich rasant gewachsen wie der Kommunikations-Krake WMP: Als Aufsichtsratschef fungiert für 40 000 Euro Aufwandsentschädigung Ex-FDP-Außenminister Hans-Dietrich Genscher. Finanzvorstand ist der frühere Wirtschaftsminister und amtierende FDP-Schatzmeister Günter Rexrodt. Der bekannte Unternehmensberater Roland Berger schmückt den Kreis der Mitinhaber.

Und kein anderes Unternehmen hat derart schillernde und streitbare Gründer: Tiedje und Bilges, die erst im Jahr 2000 ihre Unternehmen WMP (Bilges) und TV Media (Tiedje) zusammenwarfen, sind Strippenzieher der ganz besonderen Art.

Beide machten bei „Bild“ Karriere. Beide mögen es hemdsärmelig. Und beide sind nicht für besonderes diplomatisches Ge-

## WMP EUROCOM AG



### VORSTAND

#### Günter Rexrodt

Bundesminister für Wirtschaft a. D., davor u. a. Senator für Finanzen, Berlin, Vorstandsmitglied der Treuhandanstalt, Berlin

#### Hans-Erich Bilges

Gründer der WMP AG, zuvor Chefredakteur für Entwicklungs- und Planungsaufgaben bei Gruner + Jahr

#### Bernd Schiphorst

Medienbeauftragter der Länder Berlin und Brandenburg, Präsident von Hertha BSC Berlin

#### Hans-Hermann Tiedje

Gründer der TV Media GmbH, davor u. a. Chefredakteur von „Bild“, „Bunte“ und „Tango“

### AUFSICHTSRAT

#### Vorsitzender Hans-Dietrich Genscher

Bundesminister des Auswärtigen a. D., Bonn



- ▶ Carl Albrecht Schade
- ▶ Roland Berger
- ▶ Peter Danckert
- ▶ Peter Heesen
- ▶ Ulrich Marseille
- ▶ Gert Schukies
- ▶ Rainer Wend (ausgeschieden)
- ▶ Stephan Zöchling

PETER ROGGANTHIN/DPA

DER SPIEGEL

STEPHAN SCHRAPS



Windhorst



Gerster



Falk



Schalck-Golodkowski

**Tiedje-Kunden:** „Beinschuss, Bauchschuss, Kopfschuss“

schick bekannt. Tiedje drohte unfähigen Mitarbeitern früher gern mit „Beinschuss, Bauchschuss, Kopfschuss“, Bilges mit dem „Flammenwerfer“.

Ihrem Aufstieg tat das keinen Abbruch, im Gegenteil. Ex-„Bild“-Hauer Tiedje durfte 1998 Helmut Kohl in dessen letztem Bundestagswahlkampf als Berater zur Seite stehen. Bilges konnte seine Qualitäten bei der Expo 2000 testen.

Die Ergebnisse sind bekannt: Kohl verlor die Wahl, die Expo geriet zum Fiasko, und Bilges wurde gefeuert. Doch seit das journalistische Duo Infernale im Jahr 2000 zueinander fand, um aus den eigenen Krisen und Kontakten ein neues Geschäftsmodell zu schmieden, laufen die Gespräche prächtig.

Weitgehend unbemerkt knüpften die beiden ein engmaschiges Netzwerk aus wichtigen Akteuren in Wirtschaft, Medien und Politik (daher die Abkürzung WMP). Der Klüngelkreis kennt keine Parteigrenzen: Im WMP-Aufsichtsrat sitzen auch der SPD-Bundestagsabgeordnete Peter Danckert und der Klinikbetreiber Ulrich Marseille, der beim Landtagswahlkampf in Sachsen-Anhalt für die rechtspopulistische Schill-Partei kandidierte. Ein lukrativer Nebenjob, immerhin gibt es ausweislich der Handelsregisterakte dafür rund 10 000 Euro pro Jahr.

Mit potenten Auftraggebern vom schwedischen Energiekonzern Vattenfall über den Ölriesen BP bis hin zum russischen Schachgroßmeister Garri Kasparow ist das Unternehmen, das voriges Jahr sechs Millionen Euro Umsatz machte, weiter auf Expansionskurs. Die Tochterfirma TV Media produzierte für den MDR jüngst die sechs-

teilige Ostalgie-Show „Ein Kessel DDR“, wo dann wieder Genscher als Gast auf dem Sofa sitzen durfte. Praktischerweise ist MDR-Chef Udo Reiter Tiedje über einen persönlichen Beratervertrag verbunden. So kann man auch Fernsehen machen – und mitunter Meinung. Eine kleine und sehr feine Wir-sind-wichtig-AG.

„Wir wachsen fast metastasenartig“, hatte WMP-Mann Bilges schon im vergangenen Jahr gewohnt geschmackssicher zu Protokoll gegeben. Manchmal sind Tumoren eben bösartig.

► Im Sommer versuchte Tiedje höchst persönlich, für den fast vergessenen New-Economy-Aufsteiger Alexander Falk ein besseres Meinungsklima zu schaffen. Das sei ein toller Typ mit unglaublichen Visionen. Die „Hörzu“ fiel darauf rein und druckte ein emphatisches Interview. In der gleichen Woche musste Falk ins Gefängnis. Verdacht: Betrug und Verstoß gegen das Börsengesetz. Seither sitzt er in Hamburger U-Haft.

► Das Internationale Olympische Komitee (IOC) nahm Tiedjes TV Media 1999 unter Vertrag, nachdem der Bestechungsskandal um die Spiele in Salt Lake City ans Licht gekommen war. Tiedje sorgte dafür, dass die Berichterstattung wieder „objektiver“ wurde, wie TV Media Anfang dieses Jahres ans IOC schrieb. Unter anderem habe man „Statements, Kolumnen und Pressemeldungen ... in Schlüsselmedien lanciert“. Doch der inzwischen gewechselten IOC-Führung stieß auf, dass TV Media kritische Sport-Journalisten auf eine schwarze Liste gesetzt hatte – und lehnte eine Vertragsverlängerung ab.

► Im Februar wollte Sachsen-Anhalts Wirtschaftsminister Horst Rehberger, FDP-Mann und langjähriger Protegé von WMP-Oberkontrolleur Genscher, über eine Landesmarketinggesellschaft einen Vertrag mit den Berlinern schließen, in dem es unter anderem um die „Platzierung von Minister-Interviews“ in „überregionalen Leitmedien („Süddeutsche Zeitung“, „FAZ“, „Welt“, SPIEGEL, „Bild-Zeitung“ usw.)“ ging. Der Vertrag sollte mit insgesamt 200 000 Euro dotiert werden – 150 000 Euro als Fixhonorar, der Rest „gebunden an Erfolgskriterien“. Dazu kam es nicht, weil das Restkabinett von dem Deal Wind bekam.

Die Geschichte ähnelt bis in Details dem Fall Gerster: Hier wie dort sollte das Geschäft ohne öffentliche Ausschreibung an die WMP gehen. Hier wie dort schaltete sich der Rechnungshof ein. Und in beiden Fällen beillte sich die WMP zu erklären, man trete von sich aus zurück – als der Image-GAU schon passiert war.

Auch in der eigenen Branche sieht man die Firma, die in Berlin-Mitte in der Alten Jakobstraße auf zwei Etagen in einem modernen Bürobau residiert, mit wachsendem Misstrauen. „Unser Interesse muss sein, dass es bei der Vergabe öffentlicher Aufträge eine faire und transparente Ausschreibung gibt“, sagt Jörg Ihlau, Chef des Berliner Ablegers der umsatzstärksten deutschen Agentur ECC Kohtes Klewes.

„Das schadet der ganzen Branche“, schimpft Axel Wallrabenstein, Chef der Berliner PR-Agentur Publicis. Es komme „nicht von ungefähr, dass weder Hunzinger noch die WMP in einem Branchenverband organisiert ist – da gibt es klare und

einzuhalten Standards“, die auch Interessenkollisionen gar nicht erst aufkommen lassen würden.

Die gehören bei der WMP fast zur Tagesordnung: Rainer Wend, SPD-Abgeordneter und WMP-Aufsichtsratsmitglied, ist der Erste, der Konsequenzen zog. Es ging auch kaum anders: Am Freitag saß er just jenem Wirtschaftsausschuss vor, der über Gersters dubiosen Beratervertrag urteilen sollte. Da sah man selbst bei der WMP Handlungsbedarf. Wend gab den Aufsichtsratsposten mit sofortiger Wirkung ab. So sensibel sind die Herren fürs Grobe nicht immer.

Wends Aufsichtsrats- und Parteifreund Danckert etwa tritt seit Jahren energisch gegen die Pläne für einen Großflughafen in Berlin-Schönefeld ein. Weil das in seinem brandenburgischen Wahlkreis gut ankommt? Sicher. Dass die WMP parallel auch ein ökonomisches Interesse hatte, nämlich ein Mandat der Firma Airail, die ein konkurrierendes Flughafenprojekt bei Stendal plant, wussten die wenigsten.

Ganz nonchalant geht auch FDP-Mann Rexrodt mit seiner Rolle als Multifunktionsfunktionär um. In einem Beitrag für die „Welt am Sonntag“ machte er sich schon vor zweieinhalb Jahren für die Interessen des Energiekonzerns und WMP-Kunden Vattenfall in Deutschland stark. Voriges Jahr plädierte er in einem Gastkommentar in der „Financial Times Deutschland“ für eine Fusion von E.on und Ruhrgas – entgegen der Parteilinie. Dass sich auch Politik-Kollege Danckert für die vom Kartellamt untersagte Liaison aussprach, verwundert kaum noch: Auch E.on ist WMP-Kunde.

Danckert sagte dem SPIEGEL auf Anfrage, er habe von den Mandaten nichts

SPD-Fraktionschef Franz Müntefering nach, ob der „Handlungsbedarf“ sehe. Müntefering sah keinen.

Die WMP-Nebentätigkeiten der beiden Abgeordneten riefen indes bereits die Bundestagsverwaltung auf den Plan. Im vorigen Sommer empfahl sie den WMP-Leuten, den Hinweis auf ihre Funktion als Abgeordnete von der WMP-Website nehmen zu lassen – laut Paragraph 5 der Verhaltens-

ski. Gemeinsam mit dessen ehemaligem Chefeinkäufer für Kunst und Antiquitäten, Axel Hilpert, plant Tiedje zurzeit eine Luxusferienanlage am idyllischen Schwielowsee nahe Potsdam – Tiedje ist Mit-Geschäftsführer in der zu diesem Zweck erst im Juli gegründeten Theodor Fontane Besitz- und Betriebsgesellschaft mbH.

Krenz-Spross Carsten (ehedem strammer FDJ-Funktionär) fand bei Tiedje zwi-

- Platzierung von Minister-Interviews und Einzelgeschichten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Technik sowie Tourismus in deutschen Printmedien, insbesondere in den überregionalen Leitmedien (Süddeutsche Zeitung, FAZ, Welt, Spiegel, Bild-Zeitung usw.);
- Platzierung von Interviews mit beidseitig klar definierten Themenkreisen in Print- und elektronischen Medien;
- Präsenz von Landespolitikern in landesweit ausgestrahlten Fernsehsendungen, insbesondere in den dominierenden politischen Gesprächssendungen;

#### Geplatzter WMP-Vertrag (Ausschnitt): Sensibles Geschäftsmodell

regeln für Abgeordnete ist Werbung mit der Bundestagsmitgliedschaft unzulässig. Sowohl Rexrodt als auch Danckert hätten auf Nachfrage versichert, so heißt es bei der Pressestelle des Bundestages, von dem Online-Hinweis nichts gewusst zu haben – und ließen ihn flugs entfernen.

Die virtuelle Lösch-Aktion ändert an den Realitäten wenig. Es sei „ein Unding, dass Abgeordnete, die an Entscheidungsprozessen beteiligt sind, nebenher PR machen. Das darf nicht sein“, schimpft etwa Peter Radunski, freier Berater bei Publicis und selbst ehemaliger Wissenschaftssenator von Berlin.

Für Kopfschütteln in der Branche sorgt derweil sogar WMP-Mann Tiedje wegen seiner zahlreichen Nebenjobs. So verlor er

schon zeitlich ebenso eine berufliche Heimat wie der Ex-„Bild“-Redakteur und Stasi-Spitzel Klaus-Dieter Kimmel (IM „Fuchs“).

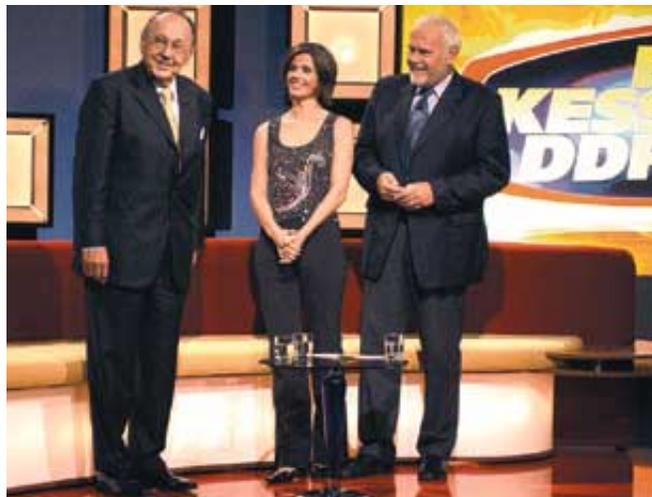
Und dann ist da noch André Plath. Der 43-jährige Berliner diente zwischen 1979 und 1982 im Wachregiment „Feliks Dzierzynski“ des Ministeriums für Staatssicherheit und avancierte in dem Eliteregiment, das direkt Stasi-Chef Erich Mielke unterstand, binnen drei Jahren zum Feldwebel. Offiziell betrieb Plath zwischenzeitlich eine Konzert- und Medienagentur.

In den vergangenen Jahren trat Plath indes mehrfach in undurchsichtigen Missionen auf den Plan – und tauchte dabei immer wieder im Dunstkreis Tiedjes auf.

So boten Tiedjes TV Media und die zu ihrem Netzwerk gehörende Crocodile Media im Frühjahr 2001 mehreren Zeitschriften Geschichten über angeblich verseuchte Babynahrung des Herstellers Hipp an. Zunächst biss niemand an – bis Tiedje den damaligen „Max“-Chefredakteur Hajo Schumacher auf die Story aufmerksam machte. Kurz darauf meldete sich Plath bei „Max“. Er habe in Costa Rica recherchiert, dass Hipps vermeintliche Bio-Bananen mit Pestiziden verseucht seien. Ein Vorwurf, der sich letztlich nicht erhärten ließ.

„Max“-Redakteure trafen sich mit dem angeblichen Enthüller – und waren erstaunt. Zum einen, weil das Material mit Fotos und Zitaten von Bananenbauern vor Ort für einen freien Autor fast zu perfekt war. Zum anderen, weil Plath – nach Aussage der „Max“-Redakteure – für den augenscheinlichen Knaller so gut wie kein Geld verlangte. „Max“ recherchierte die Geschichte nach und druckte sie in Heft 19/2001 als Titel-Story. Wenn Geld kein Grund war, was dann? Über Plaths mögliche Motive rätseln „Max“-Redakteure noch heute.

Auch im Wahlkampf des Tiedje-Spezis und WMP-Aufsehers Marseille in Sachsen-Anhalt spielte Plath eine Rolle. Mit dem Hinweis, er sei freier Journalist der „Agen-



MDR-Show „Ein Kessel DDR“\*: Potente Auftraggeber

gewusst. „Mit dem operativen Geschäft habe ich nichts zu tun.“ Ganz wohl scheint er sich selbst nicht zu fühlen: Vorige Woche fragte er nach eigenen Worten bei

Auffällig geworden ist Tiedje auch durch sein Faible für Top-Leute aus dem Umfeld des untergegangenen DDR-Regimes. Egon Krenz, letzter Staatsratsvorsitzender im Osten, wurde von ihm ebenso in Medienfragen beraten wie der einstige Devisenbeschaffer Alexander Schalck-Golodkow-

\* Hans-Dietrich Genscher mit den Moderatoren Franziska Schenk und Gunther Emmerlich am 20. August.

tur Wirtschaft“, überredete er die Vorsitzende des sachsen-anhaltinischen Bundes der Steuerzahler, Helga Elschner, zu einem Interview über die staatliche Verschwendung im Lande. Die Frau war „vom Donner gerührt“, als sie das Interview kurze Zeit später in der Wahlkampfpostille „Schill exklusiv“ entdeckte, die das Interview gekauft haben will. Weil Plath mit keinem Wort erwähnt habe, dass das Interview zur Parteipropaganda dienen sollte, erwirkte sie eine einstweilige Verfügung.

Ähnlich ominös war Plaths Auftreten Ende 2001 in der Schweiz. Seinerzeit wurden Tiedje und Co. von MG Technologies beauftragt, beim Aufbau eines Berliner Lobby-Büros mitzuhelfen und die richtigen Kontakte in die Politik zu liefern. Der damalige MG-Chef Kajo Neukirchen konnte Unterstützung in Sachen Krisen-PR gut gebrauchen. Seit Monaten tobte eine Schlammschlacht zwischen ihm und einem seiner Großaktionäre, den Neukirchen zwischenzeitlich sogar von Detektiven beschatten ließ.

War womöglich auch Plath angesetzt? Sicherheitsleute jedenfalls überraschten auf dem Anwesen des Großindustriellen in einem Schweizer Prominentenwohntort im Herbst 2001 einen Unbekannten. Offensichtlich wollte der Mann dort Fotos machen. Von den Wächtern angesprochen, was er auf dem Privatgrund mache, erklärte der Gestellte patzig, er habe sich nur die schöne Gegend anschauen wollen. Dann brauste er davon.

Die Sicherheitsleute notierten sich die Wagennummer und stellten über den Autovermieter den Fahrer fest: einen gewissen André Plath aus Berlin, der vergangene Woche für eine Stellungnahme nicht zu erreichen war. Nachdem eine WMP-Mitarbeiterin am Donnerstag noch erklärte, sie würde Plath ein Fax mit SPIEGEL-Fragen zukommen lassen, kam am Freitag die Antwort, man könne die Anfrage nicht weiterleiten, „da ein Herr Plath nicht in unserer Firma beschäftigt ist“.

Charmant: Tiedjes Co-Streiter Bilges rümpfte einst mit Blick auf die Arbeitsweise seines Konkurrenten Hunzinger die Nase und sprach von „Stasi-Methoden“.

WMP hat mit derartigem Geschäftsgebaren offenbar auch unter den eigenen Mitinhabern bereits Vertrauen eingebüßt. Die WMP-Aktionäre und Mitgründer Ulf und Ernst Wilhelm Rittinghaus würden ihren 13-prozentigen Anteil an der Agentur inzwischen gern loswerden.

Die Berliner Kommunikationsprofis haben sich derweil für eine schon bei Altkanzler Kohl bewährte Krisentaktik entschieden: Abtauchen und Aussitzen. Vom SPIEGEL mit den Vorwürfen konfrontiert, antwortete der sonst wortgewaltige Tiedje knapp: „Zurzeit sehe ich keinen Anlass, mich Ihnen gegenüber – wozu auch immer – zu äußern.“

MARCEL ROSENBACH,  
JÖRG SCHMITT