

(Pdf free) Greenwash, Inc.: Roman

Greenwash, Inc.: Roman

Von Karl Wolfgang Flender

DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrang: #137275 in eBooksVerffentlicht am: 2015-07-22Erscheinungsdatum: 2015-07-22File Name: B00Y3RWO6O | File size: 30.Mb

Von Karl Wolfgang Flender : Greenwash, Inc.: Roman before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Greenwash, Inc.: Roman:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gut, wenn auch ein wenig langatmig gegen EndeVon Peter DvorakGutes Thema, bis nach der Hlfte teilweise sogar wirklich sehr gut. Danach flt die Spannung doch ziemlich ab - manchmal auch etwas dick aufgetragen und mit

Klischees gespickt. Aber dennoch: Man liest es sehr gerne, es liest sich gut und hinterlässt ein komisches und zweifelndes Gefühl, wenn man wieder einmal hört, dass Krombacher für jeden gekauften Bierkasten 1 Quadratmeter Regenwald schützt - empfehlenswert. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Unbedingt lesen! Von I. Petschke Super Buch. Spannend vom ersten bis zum letzten Satz. Schlimm nur, dass es wahrscheinlich wirklich oft so oder ähnlich läuft. 5 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Menschen glauben, was sie glauben wollen. Von Dr. M. Auf dieser einfachen Wahrheit beruht jede Art von Propaganda. Natürlich ist das heute anders. Man spricht von Public Relations, damit der eigentliche Sinn der Verabstaltung nicht sofort deutlich wird. Thomas Hessel arbeitet in einer Agentur, die sich der positiven Imagepflege gewidmet hat. Kommt ein böser Kapitalistenkonzern in schlechtes Licht, dann tritt Mars Jung auf den Plan und sorgt für ein positives Bild. Dafür fliegt Hessel um die ganze Welt und sorgt für "ereignisbasierte Kommunikation" im Sinne der Auftraggeber. Früher einmal war er Journalist. Ob er so ein richtiger Investigativer war, ist nicht überliefert. Aber die Leute wollen die Presse nicht mehr lesen. Und deshalb ging Hessel lieber gleich zum Original. Wozu in der Zweitverwertung leben, wenn man in den PR-Agenturen besser bezahlt wird? Aber irgendwie scheint Hessel das nicht gut zu bekommen. Ständig muss er Beruhigungsdrops einwerfen. Auch die Libido leidet. Ein Wunder ist das nicht. Wer hohles Zeug fabriziert, kann nicht glücklich werden. Auf den ersten Blick liest sich dieser Roman wie eine bitterböse, zynische Satire auf Leute, die mit dem Versuch der Verwalterung von Menschen Geld verdienen. Bei einer Satire muss man mit Bertreibungen rechnen. Die Charaktere werden in den Punkten bezeichnet, auf die es ankommt. Der Rest bleibt flach. Zwischentöne fehlen, denn es soll ein Prinzip offengelegt werden. Hessel befasst sich mit Brandrodungen in Brasilien, abgefackelten Textilfabriken in Indien und giftigen Elektroschrotthalde in Ghana. Den Kunden seines Arbeitgebers liegt ihr nachhaltiges grünes Image am Herzen. Und Hessel soll es formen. Menschen brauchen Bilder, denn so lassen sich Botschaften geschickt und ohne Umwege im Unterbewusstsein verankern. Und selbst wenn Hessel dabei auffliegen sollte, für Leute wie ihn ist immer irgendwo ein Platz frei. So weit, so gut. Liest man das gut lesbare Buch ein paar Tage sacken, dann stellen sich natürlich schon einige Fragen. Wer hat eigentlich schon mal glaubhafte, überzeugende und wirkungsvolle Imagekampagnen gesehen, die bei auch nur einem der drei Handlungsorte ansetzen? Agenturen wie die imaginären Mars Jung arbeiten wohl viel effektiver auf ganz anderen Gebieten, aber das war dem Autor vielleicht zu heiß. Der Roman besitzt auch eine gewisse abstrakte Komik. Obwohl kaum einer der Leser aus eigener Erfahrung die Arbeitsweisen und das Arbeitsklima solcher Agenturen kennen wird, glaubt man doch zu gerne, dass es gewiss so sein muss, wie es in diesem Roman eindrucksvoll beschrieben wird. Und genau das ist wahre PR in großer Vollendung: Dem Publikum etwas vorspielen, was es gerne glauben möchte. Hut ab!

Kurzbeschreibung Sie haben ein Unternehmen mit problematischem Portfolio? Genmais? Produktion in asiatischen Sweatshops? Kein Problem: Mars Jung kümmert sich darum. Die Agentur bietet eine ganzheitliche Betreuung, von viralen Imagekampagnen über die Beschaffung von Fairtrade-Zertifikaten bis zum Krisenmanagement vor Ort. Falls es irgendwo mal brennt. In einer Textilfabrik zum Beispiel. In der es keine Fluchtwege gibt. Thomas Hessel ist in dieser Greenwash-Welt zu Hause. Und er verfügt über die perfekten Eigenschaften, um hier Karriere zu machen: Kreativität, Empathie, Aufopferungsbereitschaft und Skrupellosigkeit. Für PR-Stories reist er nach Brasilien, Indien oder Ghana und geht für den Erfolg seiner Projekte über Leichen. Er liefert dabei, was von ihm verlangt wird: die Lüge, die wir alle hören wollen. Bis er selbst zum Opfer der eigenen Ambitionen wird. Karl Wolfgang Flenders Debt erzählt mit schmerzhafter Präzision die Geschichte einer steilen Karriere und eines rasanten charakterlichen Zerfalls. Pressestimmen Ein sehr guter, aber sehr böser Roman. (...) Es ist erstaunlich, dass die Popliteratur, gerade als man schon dachte, es gebe sie nicht mehr oder sie sei berholt, mit diesem Werk plötzlich zurückkommt und eine neue Stufe der kritischen Relevanz erreicht." Jan Wiele, FAZ Ein furioser, böser Roman über die Welt des ko-Marketing. Greenwash Inc. ist eine glänzend geschriebene Satire in der Tradition von Bret Easton Ellis' American Psycho - nur ohne Gewalt! Joachim Scholl, DEUTSCHLANDRADIO KULTUR Exzellent recherchiert und gut zu lesen. Julia Encke, FAS Greenwash, Inc. läuft auf Hochtouren, nicht im Schonwaschgang. Jobst-Ulrich Brand, FOCUS Eine intelligente, freche Satire über die Kunst, professionell zu lügen. Günter Keil, PLAYBOY "Mit seiner Schilderung der Werbe-Branche trifft Autor Karl Wolfgang Flender ins Tiefschwarze. Sein Roman Greenwash, Inc. geht scharf und bleibt doch im Halse stecken." Pascal Fischer, NDR Kultur In Greenwash Inc. rechnet Flender nicht nur mit fragwürdigen Methoden der PR-Branche ab, sondern kommentiert gleichzeitig neue Medienrealitäten. (...) Das Buch ist (...) eine große Freude. Barbara Koppel, fm4 Böse, sehr, sehr böse. Dieser Eindruck drängt sich bereits nach wenigen Seiten unwiderstehlich auf. Aber auch, dass hier jemand zielgerichtet den Finger in eine schwelende Wunde legt und erbarmungslos darin herumbohrt. Lustvoll destruktiv nimmt Flender eine ganze Branche aufs Korn. Eine Demontage. Ein ungewöhnliches Debt. Emmanuel von Stein, KLNER STADTANZEIGER Die Tradition eines gesellschafts-satirischen Erzählens lag viele Jahre brach. Schön, dass ihre Wiederentdeckung begonnen hat." Christian Hippe, SR 2 KulturRadio "Erschreckend realistisch (...) Eine nagelscherenscharfe Satire auf die Kreise der Reinwascher und Schmschreiber" Cornelia Geissler, BERLINER ZEITUNG American Psycho trifft Bioladen Ihres Vertrauens. (...) Ein Buch, das einen sehr zum Denken anregt. (...)

Eine wirklich lohnende Lektüre, auch wenn es weh tut. Anna Jeller, radio superfly Wien Karl Wolfgang Flender zerlegt akribisch das gute Gewissen. (...) Greenwash Inc. (...) erinnert an die Lobby-Satire Thank You for Smoking, ist aber kaltherziger, präziser. Gegen jede Moral. Erik Heier, tip Berlin "Was wie eine zynische Satire beginnt, spitzt sich zu einem existentiellen Thriller zu." Ein extrem gut lesbarer, erschreckend realer und spannender Roman." RADIO FRITZ "Das Buch ist nicht nur literarisch verpackte Aufklärung, es ist einfach auch ein ziemlich spannender Roman." EGO FM "Ein barsartig-gutes Buch, das hinter die Kulissen gucken lässt." SCHROT KORN "Ein erstaunliches Romandebüt, weil es bereits jetzt über eine hohe stilistische Reife verfügt und sich außerdem traut, einen skrupellosen Unsympathen als Helden zu etablieren." BIELEFELDER "Ein bitterbises Erstlingswerk." Burkhart Hoeltzenbein, WESTFALENBLATT "Ein Roman über die Schattenseiten der PR-Welt." ENORM "Packend und fesselnd." GLÜCKREVIEW Kurzbeschreibung Sie haben ein Unternehmen mit problematischem Portfolio? Genmais? Produktion in asiatischen Sweatshops? Kein Problem: Mars Jung kümmert sich darum. Die Agentur bietet eine ganzheitliche Betreuung, von viralen Imagekampagnen über die Beschaffung von Fairtrade-Zertifikaten bis zum Krisenmanagement vor Ort. Falls es irgendwo mal brennt. In einer Textilfabrik zum Beispiel. In der es keine Fluchtwege gibt. Thomas Hessel ist in dieser Greenwash-Welt zu Hause. Und er verfügt über die perfekten Eigenschaften, um hier Karriere zu machen: Kreativität, Empathie, Aufopferungsbereitschaft und Skrupellosigkeit. Für PR-Stories reist er nach Brasilien, Indien oder Ghana und geht für den Erfolg seiner Projekte über Leichen. Er liefert dabei, was von ihm verlangt wird: die Lügen, die wir alle hören wollen. Bis er selbst zum Opfer der eigenen Ambitionen wird. Karl Wolfgang Flenders Debüt erzählt mit schmerzhafter Präzision die Geschichte einer steilen Karriere und eines rasanten charakterlichen Zerfalls.