

[Download free pdf] Greenwash, Inc.: Roman

Greenwash, Inc.: Roman

Von Karl Wolfgang Flender
audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation - Verkaufsrang: #400431 in BcherVerffentlicht am: 2015-09-18Anzahl der Produkte: 1Abmessungen: 8.39 x 1.50b x 5.35l, Einband: Gebundene Ausgabe392 Seiten | 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 fillt 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, abgepackelten Textilfabriken in Indien und giftigen Elektroschrotthalten 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!

Pressestimmen Ein sehr guter, aber sehr böser Roman. [...] Es ist erstaunlich, dass die Popliteratur [...] mit diesem Werk plötzlich zurückkommt und eine neue Stufe der kritischen Relevanz erreicht." (Jan Wiele, FAZ, 30.7.) 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, 16.08.) Exzellent recherchiert und gut zu lesen. (Julia Encke, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 9.8.) Greenwash, Inc. läuft auf Hochtouren, nicht im Schonwaschgang. (Jobst-Ulrich Brand, Focus, 08.08.15) Eine intelligente, freche Satire über die Kunst, professionell zu lügen. (Gunter Keil, Playboy, September 2015) "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, 22.7.) 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, 13.8.) Böse, sehr, sehr böse. Dieser Eindruck drängt sich bereits nach wenigen Seiten unwiderstehlich auf. Aber auch, dass hier jemand zielgerichtet den Finger in eine schwere Wunde legt und erbarmungslos darin herumbohrt. Lustvoll destruktiv nimmt Flender eine ganze Branche aufs Korn. Eine Demontage. Ein ungewöhnliches Debüt. (Emmanuel von Stein, Kölner Stadtanzeiger, 7.8.) "Erschreckend realistisch (...) Eine nagelscherenscharfe Satire auf die Kreise der Reinwascher und Schnschreiber" (Cornelia Geissler, Berliner Zeitung, 16.7.) 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, 11.08.15) "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, 20.07.) 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 totale 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 glauben

wollen. Bis er selbst zum Opfer der eigenen Ambitionen wird. Karl Wolfgang Flender erzählt mit schmerzhafter Präzision die Geschichte eines steilen Aufstiegs und eines rasanten charakterlichen Zerfalls. Ein erbarmungsloses Debt: hochintelligent, schamlos und zynisch.ber den Autor und weitere MitwirkendeKarl Wolfgang Flender, 1986 in Bielefeld geboren, studierte Literarisches Schreiben an der Universitt Hildesheim und war Mitherausgeber der Literaturzeitschrift BELLA triste sowie Mitglied der Knstlerischen Leitung von PROSANOVA 2014. Er arbeitet als Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der UdK Berlin und promoviert dort in Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation.