

DER POLARISATOR



Foodwatch-Direktor Thilo Bode veröffentlichte am 20. August sein neues Buch „**Die Diktatur der**

Konzerne“. Seine Kritik an den Verflechtungen von Politik und globaler Wirtschaft löste kontroverse Reaktionen aus. *pressrelations* hat für das *prmagazin* die Debatte zwischen dem 15. August und dem 14. Oktober aus vier verschiedenen Perspektiven analysiert.

Foodwatch-Gründer Thilo Bode ist Kampagnenprofi und Schlagzeilen-Garant. Auch sein jüngstes Buch „Die Diktatur der Konzerne“ polarisiert: in den Medien, bei Lesern und Usern. Kein Wunder bei Begriffen wie Demokratieversagen (27 Nennungen), Lobbyismus (20) und Machtasymmetrien (20) – darauf liegt der Fokus der im Beobachtungszeitraum veröffentlichten Medienartikel.

Wegen der kontroversen Meinungen bietet sich die Untersuchung mithilfe der Content-Centricity-Methode an. Sie kombiniert Medienresonanzanalyse (Medien-/Themenentwicklungen), Social-Media-Monitoring (User-Reaktionen), Keyword-Analyse (Suchinteresse/-intention) und Content-Analyse (Foodwatch-eigene Kanäle).

Thilo Bode vermarktet sein Buch in zahlreichen Interviews und TV-Auftritten in reichweitenstarken Medien, darunter das Spiegel-Interview „Täuschen. Betrügen. Lügen“ (18. August). Darin positioniert er sich zum Thema Machtmissbrauch durch Konzerne: „Die neuen Superstarfirmen kaufen Konkurrenten vom Markt, sie kaufen sich Politiker als Berater, sie kaufen sich Anwaltskanzleien, die Prozesse gegen Regierungen führen können.“

Markus Lanz präsentiert Bode in seiner ZDF-Talkshow (23. August) als „einen von diesen Unbequemen, von denen es gar nicht genug geben kann“. Der NGO-Chef untersuche jetzt „für ein sehr lesenswertes Buch, wie globale Konzerne die Demokratie zerstören“. Bode fokussiert bei Lanz auf den problematischen rechtlichen Umgang mit den in den Dieselskandal verwickelten Unternehmen: „Anscheinend ist es so, dass Konzerne, selbst wenn sie offensichtlich rechtswidrig handeln, sehr sanft angefasst werden. Besonders die Automobilindustrie in Deutschland. [...] Ich halte das, um es mal ganz kurz zu sagen, für einen Tiefpunkt der Demokratie in Deutschland.“

Speziell die TV-Auftritte bei „Markus Lanz“ sowie beim „Kölner Sommer Treff“ im WDR er- >

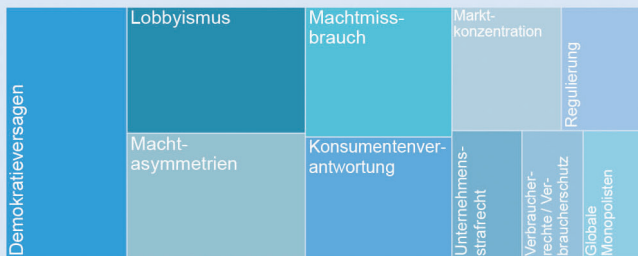
Die Content-Centricity-Methode
 kombiniert Medienresonanzanalyse,
 Social-Media-Monitoring, Keyword-
 Analyse und Owned-Media-Analyse.

CONTENT CENTRICITY RESEARCH

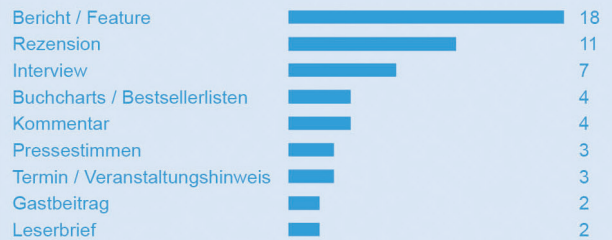
THILO BODES BUCH „DIKTATUR DER KONZERNE“ AUS VIER ANALYSE-PERSPEKTIVEN

1. MEDIENZENTRIERT Redaktioneller Content / Veröffentlichte Meinung

1.1 Inhaltliche Schwerpunkte in den Artikeln



1.2 Artikelaufmachung



1.3 Tonalität der redaktionellen Beiträge

★★★★☆ 3,22 Sterne

2. MEINUNGSZENTRIERT User-gen. Content / Aktive Öffentlichkeit

2.1 Tonalität der user-generierten Beiträge

★★★★☆ 3,36 Sterne

2.2 Bewertungen in Online-Shops

★★★★☆ 3,94 Sterne



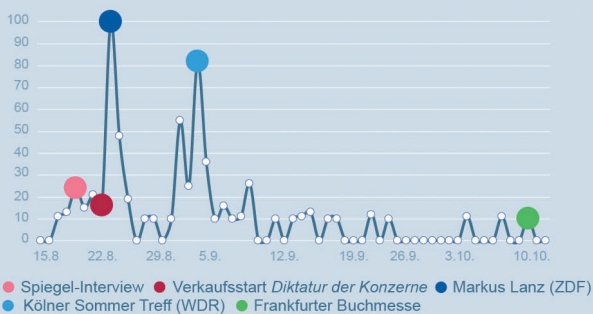
4. UNTERNEHMENSZENTRIERT Owned Media Content / Foodwatch

4.1 Tonalität der Kommentare zu den Own Posts / Tweets

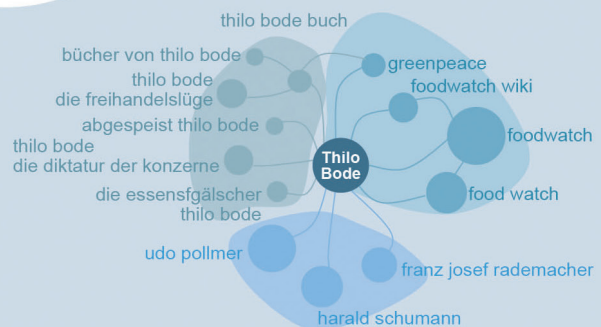
★★★★☆ 3,88 Sterne

3. NUTZERZENTRIERT Suchverhalten / Nutzerintention

3.1 Suchinteresse Thilo Bode



3.2 Nutzerintention im Zusammenhang mit Thilo Bode



Medienpanel: 01 | 250 Printmedien, über 4000 Onlinequellen aus Deutschland; 54 Print- & Online-Beiträge mit inhaltlichem Bezug zur Buchveröffentlichung 02 | 1311 untersuchte Social-Media-Beiträge 03 | Ø 927 Suchen / Monat (August – Oktober) 04 | 4 Own Facebook Posts (insgesamt 42), 10 Own Tweets (insgesamt 186)

Erarbeitet und zur Verfügung gestellt von: **pressrelations**

zielten viel Aufmerksamkeit und steigerten das Suchinteresse der Nutzer deutlich. Bei Google wird Bode neben dem Begriff „Foodwatch“ vor allem im Zusammenhang mit seinen Büchern gesucht, besonders häufig mit seinem jüngsten Buch „Die Diktatur der Konzerne“.

Foodwatch bewarb den Titel auch auf eigenen Kanälen: Auf der Facebook-Fanpage beziehen sich 4 von 42 Beiträgen darauf, auf dem Twitter-Kanal sind es 10 von 186 Tweets. Die User-Reaktionen auf diese Posts und Tweets sind überwiegend positiv (knapp vier Sterne).

Die Buchbesprechungen in den Medien fallen überwiegend neutral aus (78 Prozent). 17 Prozent der Beiträge sind positiv, nur 5 Prozent negativ. Interessant sind dabei die Verfasser der kritischen Beiträge und deren unterschiedliche Beurteilungen.

Die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung (26. August) brachte einen Gastbeitrag von Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer des Spitzenverbands der Deutschen Lebensmittelwirtschaft und selbst ernannter „Intimfeind“ Bodes. Minhoff betont die positiven Effekte international agierender Lebensmittelkonzerne: „An jedem globalen Problem ist auch immer einer ‚schuld‘: so die Energiekon-

ten“. Mit Blick darauf kritisiert der Sozialwissenschaftler Steffen Vogel in der Süddeutschen Zeitung (27. August): „Ärgerlich ist zudem, dass Bode dazu neigt, pauschal ‚die‘ Politik als Ganzes zu kritisieren. [...] Gerade in populistischen Zeiten sollte Kritik genauer und nuancierter sein.“

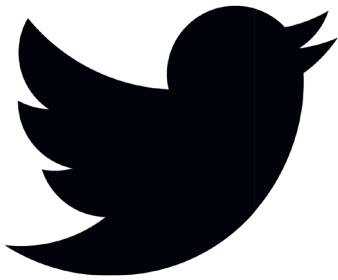
Kritik gibt es auch an Bodes Sicht auf den sogenannten „Drehtüreffekt“ beim Wechsel von Politikern in Unternehmen und umgekehrt. Patrick Kammerer, Kommunikationschef von Coca-Cola in Deutschland, wirft dem Foodwatch-Chef bei presesprecher.com (10. Oktober) vor, ein David-gegen-Goliath-Szenario zu zeichnen, das weniger der raschen Einführung einer Zuckersteuer als der medialen Aufmerksamkeit für die „eigene NGO-Marke“ diene. Die von Bode angeprangerten Seitenwechsel gebe es auch zwischen NGOs und Politik beziehungsweise Unternehmen.

Die aktive Web-Öffentlichkeit steht Bodes Buch überwiegend neutral gegenüber. 1.311 Posts beziehen sich auf „Die Diktatur der Konzerne“. Davon wurden 928 Beiträge unter anderem durch Retweets geteilt. 264 Kommentare sind positiv, 840 neutral, 207 negativ. Allerdings wurden, wie online üblich, fünfmal mehr kritische Beiträge geteilt als positive. Die Polarisierung der User-Meinungen führt zu einer im Schnitt eher mittleren Bewertung in Social Media (gut drei Sterne).

In Online-Buch-Shops wird der Band positiver bewertet (vier Sterne). Von den Pro-Bode-Kommentaren erzielte ein Tweet vom 2. Oktober die meiste Interaktion: „Diktatur der Konzerne Der Meinung von O.G. Klein in der taz kann ich nur zustimmen. Die Regierenden sind keine Volksvertreter sondern Handlanger der Konzerne mit Aussicht auf einen Ruhestandsposten in den Firmen (siehe #RWE #HambacherForst #Fraport etc.)“.

Die lebhafteste Pro-und-kontra-Diskussion entwickelte sich aus einem Tweet vom 23. August: „Im ZDF erzählt der Autor Thilo Bode etwas von einer angeblichen weltweiten Diktatur allmächtiger Konzerne. In der Zeitung liest man, wie Siemens in Berlin nicht einmal eine simple Baugenehmigung bekommt. Weltherrschaft ist auch nicht mehr, was sie mal war.“ Ein YouTube-Kommentar vom 2. September lautet: „Endlich ein relevanter Denker im Gespräch. Lese gerade sein Buch“.

Am lakonischsten und vielleicht auch prägnantesten bringt ein Tweet vom 27. August das beherrschende Thema des Bode-Buchs auf den Punkt: „Die Macht der Mächtigen 200. Aufguss“.



Ein Tweet bringt das Thema des Bode-Buchs auf den Punkt: „Die Macht der Mächtigen 200. Aufguss“.

zerne für den Klimawandel und nicht die Pauschal-touristen auf dem Schweröl-Urlaubsdampfer. Man fragt sich mit jeder weitergelesenen Seite: Welche Welt wünscht sich der Autor, wenn er Folgen der Wohlstandsentwicklungen in Indien, Afrika und Südamerika beklagt?“

Beifall erhält Bode aus einer von ihm wohl kaum erwünschten Ecke. Das rechte contra-magazin (21. September) veröffentlichte eine sehr positive Rezension und begrüßte darin die im rechten Spektrum übliche Kritik an angeblichen „globalen Eli-