

Laszlo Trankovits

Die Obama-Methode

Strategien für die Mediengesellschaft

Was Wirtschaft und Politik von Barack Obama
lernen können

Verlag Neue Zürcher Zeitung

Inhalt

| | |
|---|-----|
| Vorwort | 9 |
| Friedensnobelpreis für eine Botschaft | 13 |
| I Die Strategie des Siegers | |
| 1 Obama kennt seine Stärken | 18 |
| 2 Marktgesetze auch in der Politik | 31 |
| 3 Altes mit Neuem verknüpfen | 43 |
| 4 Popstar der Politik | 52 |
| 5 Kämpfer und Medienprofi | 60 |
| 6 Krisen, Niederlagen, Verleumdungen | 67 |
| 7 „Immediate Response“ und permanenter Wahlkampf | 74 |
| II Die Web-2.0-Welt zum Verbündeten machen | |
| 1 Großmacht Web 2.0 | 90 |
| 2 Neue Medien – neue Hierarchien | 95 |
| 3 Netzwerke, Freundeskreise und soziale Plattformen | 104 |
| 4 Geld sammeln im Netz | 116 |
| 5 Echte und vorgetäuschte Basisbewegungen | 121 |
| 6 Web 2.0, Obama und Demokratie | 133 |
| 7 Tücken der Transparenz | 140 |
| III Medienkrise und neue Spielregeln | |
| 1 Machtkämpfe und Kontrollversuche | 148 |
| 2 Zeitungskrise und ihre Folgen | 152 |
| 3 Macht des Zorns | 158 |
| 4 Macht der Comedy | 163 |

IV Die glaubwürdige Botschaft in einer verunsicherten Welt

- 1 Ein ständiger Kampf um das Ansehen 168
- 2 Die Lust am Skandal 177

V Obamas perfekte Show

- 1 Inszenierung und Auftritt 190
- 2 Die ideale Frau an seiner Seite 196

VI Obama und die Bundestagswahl 2009

- 1 Deutschland ist anders 204

33 Regeln zum Überleben in der Informationsgesellschaft 209

Nachwort 213

Danksagung 216

Anmerkungen 217

Der Autor 224