

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