Auf unseren Hinweis auf den Rückzug einer kritischen Rezension des Fleischhauer-Buches „Unter Linken“ bei Amazon erreichte uns eine interessante Information eines unserer Nutzer. PR-Einflussnahme gibt es nicht nur bei Journalisten der üblichen Medien und bei den Medien selbst. Diese PR-Arbeit ist auch schon im Netz kommerziell organisiert. Für manche NachDenkSeiten-Leser mag diese Information nicht neu sein, mich hat sie dennoch „beeindruckt“. Albrecht Müller

Der erwähnte NachDenkSeiten-Leser schreibt zu unserem “Nachtrag zu Spiegel-Fleischhauer, Unter Linken” vom 13. Mai 2009:

> Der von Ihnen geschilderte Fall erinnerte mich an eine – kürzlich zur Kenntnis genommene – neue Art von Marktforschung & Marketing im Internet Web 2.0, das sogenannte “Social Media Marketing”. Ziel ist hier offenbar, über ein entsprechendes Monitoring, die im www veröffentlichten Meinungen über Produkte, Marken, Unternehmen zu sammeln und auszuwerten. Anhand dessen kann dann eine Strategie gefunden werden, gezielt Reputation aufzubauen. In den USA hat das laut unten stehendem Unternehmen “ethority” scheinbar schon Erfolg bzw. wird diese Dienstleistung bereits von einflussreichen Unternehmen in Anspruch genommen. Dahinter verbirgt sich aus meiner Sicht ein gewaltiges Potential für Mißbrauch, Meinungsmache und Manipulation. Viele Foren-Beiträge etc. sind ja auch heute schon bezahlte Auftragsarbeiten. Diese neue Dienstleistung könnte das in Zukunft dramatisch professionalisieren.
>
> Quelle 1: www.ethority.de
> Quelle 2: www.ethority.de
> Quelle 3: www.ethority.de

Soweit der dankenswerte Hinweis des NachDenkSeitenLesers.

Das heißt konkret:
Wir Leser von Rezensionen wissen gar nicht, welches ehrliche individuelle Meinungsäußerungen sind und welche kommerziell organisiert sind. Ich selbst war schon Opfer einer eigenartigen Meinungsprägung, als „Machtwahn“ im Frühjahr 2006 erschien. Damals brachte Amazon als redaktionellen Beitrag zu diesem Buch den Text einer Person, die in Verbindung mit einer Vorfeldorganisation der Bertelsmann Stiftung, nämlich mit dem CAP, stand. Entsprechend fiel die Rezension für ein Buch, das sich wie auch die NachDenkSeiten kritisch mit Bertelsmann auseinandersetzt, aus.

Das heißt konkret weiter:
Wir wissen auch nicht, welche Beiträge auf den vielen Foren die Meinung von einzelnen Personen und damit Ausdruck pluraler Meinungsverhältnisse sind und welche Texte die Produkte gekaufter Intervention sind. Schauen Sie sich zum Beispiel das Forum zu einer Rezension des Fleischhauer-Buches bei FAZNet an. Die Autorin Julia Encke hatte unter dem Titel: „Kritik der Linken – Der Mann, den sie die rote Ratte nannten“ eine ziemlich kritische Rezension geschrieben.
Im Forum zu diesem Beitrag wird die Autorin nun massiv fertig gemacht. Das kann Ausdruck der primitiven Denkweise rechtskonservativer Kreise sein, die Einträge im Forum können aber auch teilweise Folgen der erwähnten kommerziellen Intervention und Mund-zu-Mund-Propaganda sein. Ich neige dazu, dass auch die kommerzielle Intervention am Wirken ist, weil ich das rechtskonservative Lager und auch die FAZ -Leser nicht für so verblöded und gehässig halte.

Das Eindringen kommerzieller PR in die Internetforen bestätigt im übrigen unsere Entscheidung für die NachDenkSeiten: wir haben gut daran getan, kein Forum aufzumachen. Wir würden nämlich von den kommerziellen Forenmachern überflutet.