

Gestern demonstrierte ein Freund der NachDenkSeiten mit diesem Plakat - [Vorderseite](#) und [Rückseite](#). Wir Macher der NachDenkSeiten sind dafür sehr dankbar, denn die Arbeit und Mühe unserer ehrenamtlichen Helfer und Zulieferer verdient einfach eine viel weitere Verbreitung. Deshalb bitten wir Sie, dem Beispiel von H.-J. Müller - siehe unten A. - zu folgen oder auf andere Weise Ihre Freunde und Bekannten darauf aufmerksam zu machen, dass es diese Informationsmöglichkeit www.NachDenkSeiten.de gibt. Dies auch als Gegengewicht zur kommerziellen Werbung und PR für Stuttgart 21 und ähnliche Projekte und Vorstellungen. Siehe unten B.. Albrecht Müller.

a. Zum Plakat für die NDS schrieb H.-J. Müller

Liebe Nachdenkseiten-Macher,

noch nie wurde ich mit meinem (diesem Mail angehängten) Plakat so oft auf die Nachdenkseiten angesprochen, wie gestern auf der Montagsdemo gegen Stuttgart 21. Es gibt viele, auch sehr junge Menschen, die wissen wollten, was sind denn die Nachdenkseiten, was erfährt man da, was man bei den Stuttgarter Zeitungen nicht erfährt. "Wenn wir heimkommen, gehen wir sofort auf die Nachdenkseiten," erklärten die Menschen.

Ein Stuttgarter, der schon beim NDS-Gesprächskreis war, vom geringen Interesse aber enttäuscht war, meinte nun, dass Stuttgart 21 vielleicht ein Wendepunkt sein könnte und sich engagierte Menschen finden, die den Unterschied zwischen der Stuttgarter Lokalpresse und eines kritischen Journalismus herausarbeiten könnten. Wäre es denn möglich, in den Nachdenkseiten die Sensibilität der Stuttgarter auf sowas zu lenken?

Meine neueste Kreation meiner Plakate hänge ich dem Mail an.

Mit freundlichen Grüßen,
H.-J. Müller

b. Kommerzielle PR, auch im Netz für Stuttgart 21

Wir hatten schon ausführlich darüber berichtet, dass die Deutsche Bahn AG für allerlei Zwecke - im Tarif Auseinandersetzungen und für den Börsengang zum Beispiel - Public Relations Agenturen eingesetzt hat, konkret Berlinpolis zum Beispiel. Siehe unter anderem die folgenden Hinweise:

- [LobbyControl enthüllt verdeckte PR-Aktivitäten der Deutschen Bahn](#)

- [Berlinpolis streitet ab – aber nicht den Kern: die Verwicklung in die PR-Affäre der Deutschen Bahn AG](#)
- [Bahn manipulierte auch Internet-Foren – Prominente warben verdeckt für das Unternehmen](#)

Auch Joachim Gauck wurde als Bundespräsidentenkandidat im Netz beworben. Die große Zustimmung in der Internetgemeinde war professionell von einem Mitarbeiter der Werbeagentur Scholz & Friends erarbeitet worden.

Jetzt gibt es eine Reihe von Hinweisen auf die PR Arbeit für Stuttgart 21. Nicht die Sache, Werbung spricht für dieses Wahnsinnsprojekt. Dazu erreichten uns einige E-Mails:

Die Bahn nutzt Werbeagenturen, die privat aussehende Blogs pro S21 betreiben.

- [Metronaut.de](#)
- [Andreas-Buehler.eu](#)
- [Netzpolitik.org](#)

Die [Facebook Seite](#) ist interessant:

Da posten massiv Leute, die überwiegend wenige Freunde haben und nur mit anderen Pro21 Seiten verlinkt sind. Massive Meinungsmache, die den Anschein einer „pro“-Bürgerbewegung haben soll...