



## Karl Wolfgang Flender : Greenwash Inc.

Firmen mit einem problematischen Portfolio haben einen Ansprechpartner. Sie wenden sich vertrauensvoll an Mars & Jung, welche ihnen unkonventionell und unkompliziert zu einer reinen Weste verhelfen. Mars & Jung ist eine Werbeagentur, die sich mit dem sozial,- umweltbewussten Image von Firmen beschäftigt. Ob in Indien eine Kleiderfabrik abbrennt, in der Kinder arbeiten, eine Kosmetikfirma Palmöl aus Borneo bezieht oder ein Nahrungsmittelkonzern Genmais verwendet, Mars & Jung hat die Lösung. Die Agentur organisiert Krisenmanagements vor Ort, beschafft Fairtrade-Zertifikate oder bietet publikumswirksame Imagekampagnen.

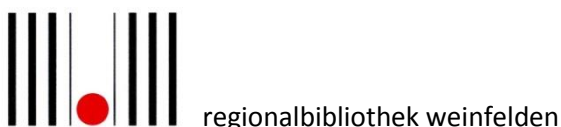
Topmitarbeiter von Jung & Mars ist Thomas Hessel. Ursprünglich war Thomas Hessel ein engagierter Journalist, der sich zum Ziel setzte über Ungerechtigkeiten und politische Skandale zu schreiben. Als ihm allerdings ein Job bei der renommierten Werbeagentur Jung & Mars, von dessen Chef Jens, angeboten wird, wirft er all seine Bedenken über Bord und lebt sich schnell in den Agenturgeist ein. Thomas ist aufopferungsbereit, kreativ und vor allem skrupellos und so macht er schnell Karriere. Der Preis für dieses unglaublich schnelle Leben ist hoch. Für ein Privatleben bleibt kaum Zeit. Ständig ist Thomas dabei sich bei Jens anzubiedern, sei es beim Sport, auf Partys oder riskanten Einsätzen für die Agentur. Für PR-Stories reist er um die ganze Welt und geht für den Erfolg seiner Projekte über Leichen. Er liefert, was von ihm verlangt wird: die Lügen, die wir alle glauben wollen.

Karl Wolfgang Flenders beschreibt eingehend die Machenschaften der Werbeagentur und mit welchen einfachen Mittel sie die Gesellschaft glauben macht, dass alles nur aus uneigennütigen Motiven heraus entstehe, zum Wohle unser aller. Mit Thomas Hessel hat er einen Protagonisten geschaffen, der dem Zeitgeist entspricht, jung dynamisch, sportlich, aufopferungsvoll, aber auch skrupellos und verantwortungslos. In seinem Roman überzeichnet er ganz bewusst die Charaktere und so liest sich das Buch als unterhaltsame Satire. Noch während des Lachens, bleibt einem dieses im Hals stecken und man fragt sich, ob nicht doch mehr Wahrheit dahinter steckt, als einem lieb ist.

Das Buch liest sich wie ein Ökothriller und lässt uns als bessere Menschen zurück, da wir schon von Anfang an erkannt haben, dass eine böse Tat nicht gut wird, nur weil sie mit Geld abgegolten und schön geredet wird. Ein gutes und spannendes, aber auch böses Buch über die Welt des Öko-Marketings.

Besuchen Sie uns in der Regionalbibliothek Weinfelden und fragen Sie nach diesem Buch.

Neu finden Sie uns ab 9. Februar 2016 zu den gewohnten Zeiten an der Gaswerkstrasse 13 im Stedy-Gwürz-Haus.



Ein Tipp von:

Rahel Ilg, Bibliotheksleiterin