

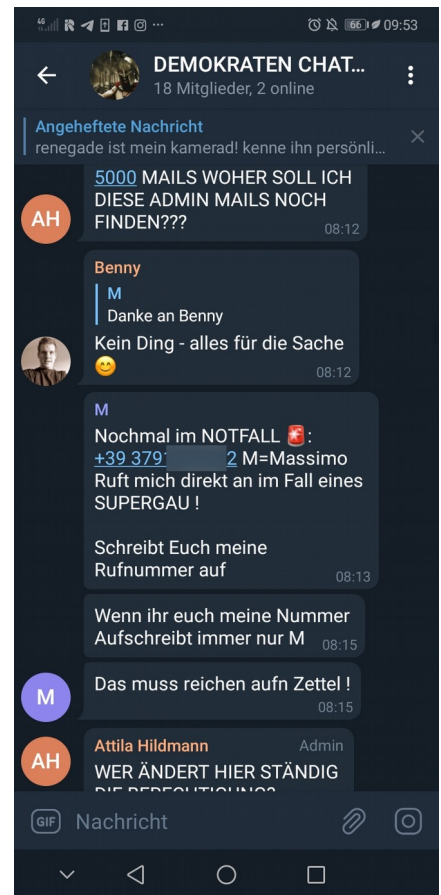
OP TinFoil – DOKUMENTENTCHAT exposed: Massimo und Sara

Massimiliano Battaglini. Massimo. „Prince of Yum“. „Massimo Sex D’Electro“.

Oder einfach „M“.

„M“ muss reichen. Zumindest wenn man sich seine Nummer aufschreibt. Auf einem Zettel. So fordert er es jedenfalls in Attila Hildmanns Admin-Chat zum DEMOKRATENCHAT.

Dort ist er derjenige, der „eine Auge auf den Admin Chat hat“, bleibt aber eher sonst eher im Hintergrund. Im DEMOKRATENCHAT taucht er so gut wie gar nicht auf.



M steht für Massimo. Oder für Megaphone-Man. Egal, denn Massimo ist wichtig für Attila. Er steht neben ihm auf Demos, hält das Megaphone, er schleppt Lautsprecher, er hat ein Auge auf den Admin Chat. Attila selbst nennt ihn einen „Vertrauten“.

Ist M = Massimo = Massimiliano ein Art Faktotum, die rechte Hand des Führers? Ein stiller Weggefährte, loyal, gehorsam?



Eigentlich ist Massimo Künstler, Musiker, Inhaber eines Labels und einer PR-Agentur. Er bezeichnet sich als Social Media Manager. Man darf also annehmen, dass er im Hintergrund zumindest ein Stück weit die Fäden zieht, wenn es um die Kampagne von Attila

Hildmann geht. Zumindest ist es Massimo, der am Ende des Interviews mit STRG-F das Interview beendet und den Presseausweis sehen möchte. (Minute 41ff¹)

Und nein, er schaut nicht gelangweilt in der Gegend rum, er schaut einfach immer so. Auf jedem Bild, wie im Video.



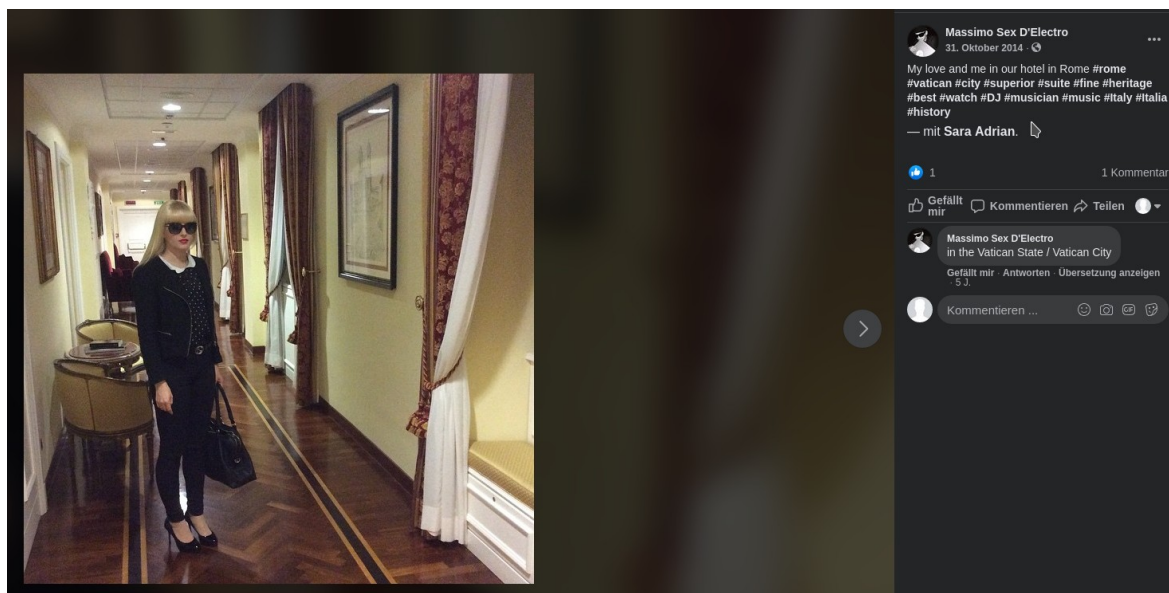
In seinen Social Media Kanälen^{2 3 4} ist er alles andere als aktiv. Auch seine Webseiten^{5 6} sind eher übersichtlich.

Aber die Elektroport-Seite⁷ hat ein wahrlich schickes Logo. Auge, Dreieck... Wahrscheinlich ist er im realen Leben nicht so, wie er in Attilas Videos aussieht: öde.

Aber weder bei Facebook noch bei Instagram fällt er sonderlich aus seiner Rolle als SMM und Musiker. Er ist

eben vorsichtig. M, auf einem Zettel. Aber meist sind diese stillen Wasser, die hinter den Caps-Lock-Klemmern und Schreihälsen stehen, um so gefährlicher.

Wenig Einfluss hat er jedenfalls nicht. Auf Attila hat er direkten Einfluss. Und er taucht überall mit seiner Sara auf. Sara Adrian. Ist Sara seine Freundin? Keine Ahnung. In 2014 nannte er sie „My love“. Sara vergrößert seinen Einfluss. Über Sara hat er eine Reichweite, die nicht zu verachten ist.



1 <https://www.youtube.com/watch?v=IQKpll3QAIg&feature=youtu.be>

2 <https://www.instagram.com/princeofyum/>

3 https://www.instagram.com/electroport_media_agency/

4 https://www.facebook.com/massimosex/?ref=page_internal

5 <http://www.massimosex.com/>

6 <http://www.electrobot.de/>

7 <https://deelectroport.weebly.com/>

Sara und Massimo lernten sich 2008 kennen⁸. Sara war zarte 16, gerade am Erblühen, ein Mädchen voller Freude und mit der inneren Schönheit eines Teenagers und dem Wunsch nach einer Modelkarriere, einer Gesangskarriere. Massimo war bestimmt schon über 21, aber wir wollen nicht urteilen über die beiden... Sie machten halt gemeinsam Musik. Sie singt.

„My love“ kann ja auch freundschaftlich...

Nun. Denn.

Model Sara ist etwas quirliger. Auf den Videos der Demos ist sie fast immer zu sehen, sie macht auch eigene Aufnahmen mit dem Handy, sie ist immer irgendwo in der Nähe, wenn Attila auftritt. Im Grunde ist sie aber Model, PR-Managerin⁹ und nach eigenen Angaben „Europe’s leading luxury & lifestyle influencer“¹⁰. Und ja, das könnte man so sagen, wenn man auf Instagram schaut. Sie hat dort 965K Abonnenten. Das sind fast 1 Million.

Sara war auf dem Cover der Vanity Fair Italia. Auf dem Cover der Zeitschrift „The Art of Luxury“¹¹...



8 <http://e-pop.weebly.com/info.html>

9 <http://www.theroyalpr.com/services.html>

10 <https://www.instagram.com/saraadrianberlin/>

11 <https://www.instagram.com/p/B9bqwqXAzYi/>

Sie arbeitete für Porsche und BMW/Rolls Royce und mit Massimo gemeinsam betreibt sie Elektrobot Music Group¹², ein Label, das damit wirbt, unter anderem Ex-Kraftwerk-Mitglied Wolfgang Flür zu vertreten¹³. Zumindest ist ihre E-Mail-Adresse in Massimos Facebook-Profil angegeben. Wir wissen natürlich nicht, ob Wolfgang es toll findet, wenn Sara, die irgendwie einen leichten Hang zu Art Déco und Attila Hildmann hat, ihn vertritt. Auf jeden Fall nutzt sie ihre doch recht große Reichweite für Werbung von Attilas Demos.

Info Alle ansehen

i The Berlin-based Artist is the founder of the successful Electrobot Records label, a talented musician, a Live-Act, a DeeJay, a Promoter and a well-known radio personality.

👍 5.484 Personen gefällt das

📧 5.241 Personen haben das abonniert

🌐 <http://www.massimosex.com/>

💬 [Nachricht senden](#)

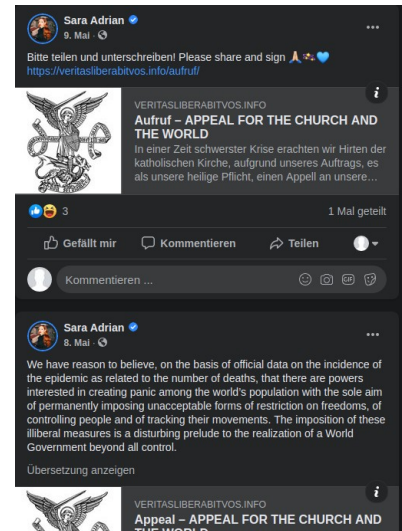
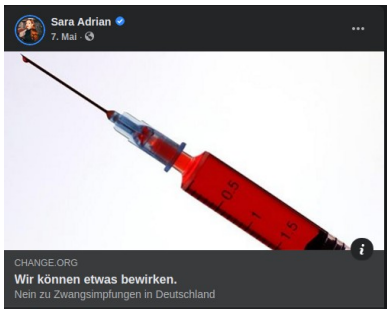
✉ sara.adrian@electrobot.de



¹² <http://www.electrobot.de>

¹³ <http://www.electrobot.de/artists.html>

Auch ihr Facebook-Profil¹⁴ ist interessant, obwohl sie dort nicht die große Reichweite hat. „Nur“ 85K Abonennten. Dort ist natürlich der bekannte „Bill Gates“-Plandemie-Impfzwang-Schwurbel zu finden.



Sara bestätigt sich im Übrigen auch als Photographin¹⁵. Im Jahre 2016 hatte sie in Berlin eine eigene Ausstellung. Die Bilder erinnern so ein bisschen an Leni Riefenstahl.

Könnt Ihr erkennen, welches von Sara ist und welches von Leni?



Naja, Vorbilder sind wichtig. Ist Attila so ein Vorbild?

Oder Massimo?

Sara ist natürlich auch Mitglied im Demokratenchat. Warum sollte Sie auch nicht? Schließlich interessiert Sie sich ja besonders für Attilas Ergüsse und für Neues aus der Aluhut-Zone.

Allerdings schreibt sie nicht so richtig viel in der Gruppe. Sie verlegt sich eher auf Insta.

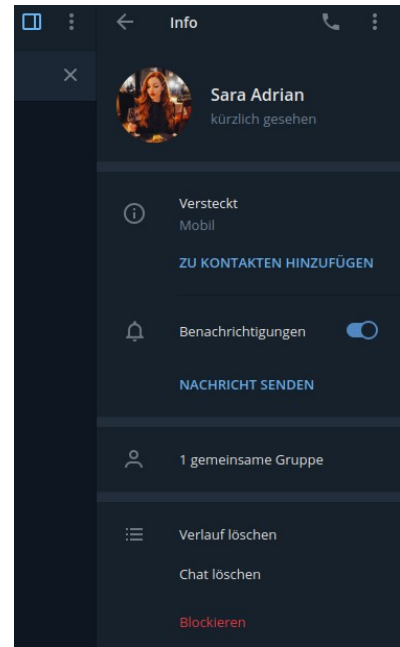
¹⁴ <https://www.facebook.com/sara.adrian.artist>

¹⁵ <http://saraadrian-photography.blogspot.com/>

Dennoch, Massimo und Sara: man darf nicht unterschätzen, was sie tun.

Wir fragen uns, was diese beiden dazu bringt, Attila so zu pushen. Hat Attila sie als Agentur beauftragt? Coachen sie ihn? Oder bieten sie nur aus Überzeugung ihre Reichweite? Saras Reichweite?

In jedem Fall gibt es einige – nicht nur BMW und Porsche, Wolfgang Flür und Co. -, die sich gegebenenfalls mal Gedanken machen sollten, was ein Social Media Influencer macht. Er influencet. Er nutzt Reichweite. Was da gepostet wird, muss nicht der Wahrheit entsprechen, aber wenn von 1 Million Followern 1% den Quatsch glauben, dann sind das 10.000 Menschen.



Stellt Euch jetzt einfach mal vor, 10 Influencer dieser Größe machen gemeinsam Front gegen Covid-19. Sie ergänzen sich, sie verlinken sich gegenseitig. Folgst Du einem, okay, folgst Du mehreren – da ist sie dann, die Social-Media-Blase.

"Eine Lüge muss nur oft genug wiederholt werden. Dann wird sie geglaubt."
Joseph Goebbels (angeblich)

In solchen Blasen ist das leicht. Wenn wie im DEMOKRATENCHAT des Attila Hildmann dann noch jede Wahrheit als Lüge und jede Lüge als Wahrheit deklariert wird, wenn viel sachliche Argumentation als Trollerei behandelt und gelöscht oder mit den Worten „Stimmt alles nicht, Google doch mal, informier Dich, wach auf“ kommentiert wird, dann sind wir an dem Punkt, an dem nicht mehr die Ratio das Leben der Menschen bestimmt, sondern der Influencer-Dschungel.

Die QAnon-Bewegung ist meisterhaft im Influencing. Sie basiert darauf. Sie lebt davon und sie wächst. Wie Anonymous in den USA, so stellen wir uns auch hier gegen jedes Medium, das angeblich „alternative Fakten“ verbreitet, gegen jeden Influencer, der Verschwörungstheorien unterstützt, gegen jeden Schreihals, der meint, die Wahrheit für sich gepachtet zu haben. Wir nennen sie Schwurpler. Aluhüte, wir lachen. Aber wir zeigen, wer sie sind. Was sie sind.

We are Anonymous. We are Legion. We do not forgive. We do not forget. Expect us.