

INITIATIVE NEUE SOZIALE MARKTWIRTSCHAFT

**Was ist diese Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft und wer steckt dahinter.
Hier ein Auszug aus einer Studie der Hans-Böckler-Stiftung**

1. Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) kann als moderner Think Tank begriffen werden. Themen und Ideen werden nicht nur wissenschaftlich durchdrungen, sondern auch kampagnenfähig inszeniert und professionell vermittelt.
2. Die INSM sticht dadurch aus dem Reigen der anderen Initiativen hervor, dass sie die am besten aufgestellte und die inhaltlich und strategisch am besten strukturierte ist. Sie beherrscht das Handwerker Kampagnen-Kommunikation und verfügt über beachtliche Finanzmittel in Höhe von 10 Mio. Euro jährlich. Die weiteren Initiativen sind entweder nicht handlungsfähig oder von anderen Motiven geprägt. Ein konzertiertes Vorgehen ist von ihnen nicht zu erwarten.
3. INSM wurde von Gesamtmetall gegründet und mit einem klaren Auftrag versehen. Der Auftrag besteht darin, wirtschaftsliberale Themen auf die Agenda zu setzen und für einen wirtschaftsfreundlichen Klimawechsel in der Gesellschaft zu sorgen. Allerdings "führt" Gesamtmetall die INSM an einer "langen Leine"
4. Die INSM sticht insbesondere dadurch hervor, dass ihre Organisationsstruktur sehr professionell und effektiv ist: eine kleine schlagkräftige Geschäftsstelle in Köln, intensive Zusammenarbeit mit PR- und Eventagenturen. Insgesamt hat die Initiative einen Netzwerk-charakter, was ihre Beweglichkeit und ihren Einfluss erhöht.
5. Wesentlicher Pfeiler der Initiative ist die Riege der Kuratoren und Botschafter/innen. Sie sind weit über alle gesellschaftlichen Gruppen gestreut und sorgen durch ihre Tätigkeit – u.a. in den Medien – für eine permanente Präsenz der Initiative. Die Botschafter sind ihrerseits wieder in verschiedenen Netzwerken, sodass sich eine effektive Kampagnenführung ergibt. (zu ihnen gehören Prof. Dr. Hans Tietmeyer, Prof. Dr. Paul Kirchhof, Oswald Metzger, Silvana Koch-Mehrin, etc.)
6. Politik braucht in einer Mediengesellschaft eine "PR-Maschine". Die Agentur Scholz & Friends hat die INSM "erfunden" und liefert mit rund 40 Mitarbeitern permanente Zuarbeit. Sie berät mit berolino.pr die Strategie der Initiative und entwickelt die Kampagnen. Sie betreibt auch die Redaktion für die umfangreiche Website mit täglich neuen Meldungen und Infos.
7. Grundlage aller Kampagnen der INSM ist eine solide Wissensfundierung. Am Beginn stehen in der Regel wissenschaftliche Expertisen, meist zugeliefert vom Institut der deutschen Wirtschaft (IW) oder von den Wissenschaftlern und den Botschaftern. Hinzu kommen ständig aktualisierte demoskopische Daten aus dem Hause Allensbach. Dadurch ergibt sich eine Verzahnung mit verschiedenen Disziplinen wie in professionellen Wahlkämpfen.
8. Die INSM ist auch deshalb innovativ und erfolgreich, weil sie die Kampagnenführung mit integrierter Kommunikation betreibt. Dies bedeutet: Sie nutzt alle kommunikativen Formen: Wissenschaftliche Expertise, Aufbereitung der Argumente für die Medien, Beiträge der Botschafter, Anzeigen, Plakataktionen, Beiträge in Zeitschriften, Internet; hinzu kommt eine zeitliche Orchestrierung.
9. Durch die Arbeit der Initiative verschwimmen die Grenzen zwischen PR und Journalismus. Deutlich wird dies durch die Medienpartnerschaften mit der Wirtschaftswoche, impulse, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Die Welt, Handelsblatt. Die INSM beliefert auch Talkshows (Christiansen, Illner etc. mit Gästen). Journalistenwettbewerbe kommen hinzu. Neu ist die Kooperation mit MTV, um jüngere Leute anzusprechen.