Auch heute erschienen in BILD wieder drei Artikel dieser Art, davon zwei vom ehemaligen Pressesprecher der Allianz AG Santen. In einer Vertreterinformation der Allianz AG vom August 2005 ist diese Vermischung von Propaganda für private Interessen mit redaktioneller Arbeit angekündigt. Interessant dazu ein Hinweis eines unserer Leser: "Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA erstellt halbjährlich den so genannten "GWA Monitor" ("Agentur-Chefs schätzen die Entwicklung der Branche ein "). In der aktuellen Ausgabe wird die "Zunehmende Integration von PR in Werbung" als Trend identifiziert. Albrecht Müller.

Als Werbemedium, in das "zunehmend" PR integriert wird, führt die Studie beispielhaft die BILD-Zeitung an [PDF – 1.9 MB, Seite 8].

Hier sind zum Beleg die Ergüsse der Bild-Zeitung von heute:

1. Schock-Studie
   Angst vor Altersarmut immer größer!
   Von OLIVER SANTEN
2. Riester-Rente
   So belohnt der Staat Ihre Vorsorge
   Von OLIVER SANTEN
3. Post von Wagner – Liebe Rente

Und hier ein Zitat aus der erwähnten Vertreterinformation der Allianz Lebensversicherung-AG vom August 2005. Auf Seite 7 heißt es dort unter der Überschrift „Presse":

> Klar. Wer mit dem Bild.T-Online.de kooperiert, der ist auch in der Bild-Zeitung vertreten. Und zwar nicht nur als Anzeige, sondern so, wie es sich für eine Kooperation gehört: Rundum.
> Die Informationen zur VolksRente werden in zwei Formen aufbereitet – als Anzeige und als redaktionelle Artikel.

Was uns vor fast anderthalb Jahren von der Allianz Lebensversicherung-AG angekündigt worden ist, erleben wir seitdem permanent. Das ist eine andauernde Verletzung der journalistischen und demokratischen Regeln. Es ist ein Anschlag auf die demokratische Meinungsbildung.

Aber das Wissen darum ist bis in höchste Spitzen hinein inzwischen verlorengegangen. So

berichtete der Deutschlandfunk über die Meinung des Intendanten des Südwestfunks Voß am 24.1.2007 folgendes:

> SWR-Intendant Voß verteidigt Werbeverträge von ARD-Moderatoren.

Wir haben schon öfter über solche Werbeauftritte von Moderatoren berichtet. Ein markantes Beispiel ist der ARD-Moderator Reinhold Beckmann, der ständig für den Münchner Finanzdienstleister WWK wirbt. Wir haben auch belegt, dass dies Auswirkungen auf seine Argumentation und die Fragen in seinen Sendungen hat. Und dass der Heidelberger Finanzdienstleister MLP die Sendung von Harald Schmidt förderte, ist auch nicht ohne.
Ich deute die Einlassung von Voß so, dass er uns darauf vorbereiten will, dass die Nachfolge für Sabine Christiansen auf jemand hinauslaufen soll, der oder die im Werbegeschäft tätig ist.

Und hier noch eine Mail eines unserer Nutzer, die die Rentendebatte auf die Ebene des Alltags vieler Menschen herunterholt:

Die “Schrumpf”-Rente: Ein Zwischenruf von der Generation Praktikum

Sehr geehrte Nachdenker/innen,

die Frage nach gesetzlicher oder privater Rente stellt sich für mich gar nicht. Denn nach meinem Studium mit Diplom komme ich seit zwei Jahren nur in unbezahlten Praktika unter, werde von meinen Eltern etwas unterstützt und arbeite nebenher geringfügig in einem Supermarkt. Rentenversicherungsbeiträge werden da nur minimal abgeführt. Unter diesen Umständen kann ich mir weder eine private Altersvorsorge noch die Aufzucht und Pflege von Kindern leisten.
Ja, das mit den Kindern ist jetzt bewusst zynisch formuliert. Dabei lasse ich mich von Sinn & Raffelhüschen & Miegel inspirieren. Für die scheinen Kinder keinen Selbstzweck zu haben sondern nur die Funktionen Beitragszahler, Kundschaft und Humankapital. Um mich auf dieses Niveau herabzulassen: Die Kinder von heute werden in vielen Jahren – wenn es so weiter geht – nicht meine Rente bezahlen, sondern ich deren Stütze.

Wenn Meinhard Miegel ein so talentierter Hellseher ist, dass er die Rentenrendite für die nächsten 100 Jahre voraussagen kann, wäre ich sehr dankbar für die Lottozahlen der nächsten Samstagsziehung. Das wäre sehr hilfreich.

Mit freundlichen Grüßen
T. M.