Über die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM), den am besten aufgestellten Think-Tank und der aktivsten PR-Maschine für einen wirtschaftsliberalen Kurs- und Klimawechsel in Deutschland, mit einem Etat von 10 Millionen Euro jährlich, professioneller Organisationsstruktur und permanenter Medienpräsenz berichtet Rudolf Speth in einer ausführlichen Analyse, veröffentlicht von der Hans-Böckler-Stiftung.

Die INSM ist gegründet und hauptsächlich finanziert vom Arbeitgeberverband Gesamtmetall. Als PR-Maschine fungiert eine Tochter der Werbeagentur Scholz & Friends, die Aperto AG, sie beschäftigt rund 40 Personen für die INSM. Als wissenschaftlicher Zulieferer fungiert das arbeitgebernahe „Institut der deutschen Wirtschaft“ (IW) und für demoskopische Daten ist der Hoflieferant für die CDU, das Institut für Demoskopie Allensbach zuständig. Durch Medienpartnerschaften mit der Wirtschaftswoche, impulse, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Die Welt, Handelsblatt und – für jüngere Leute – mit dem Musik-Sender MTV würden die Grenzen zwischen PR und Journalismus aufgeweicht. Auch Fernseh-Talkshows würden mit Gästen „beliefert“.
Ziel ist eine mehrjährige Kampagne, die das Klima für wirtschaftsliberale Reformen verbessern soll.

“Eine Analyse der Hans-Böckler-Stiftung” [PDF]