

1. **Börsennotierte Immobiliengesellschaften (REITS): Vielleicht wird die Milliardenerte auf dem Mietwohnungsmarkt noch verhagelt. INSM in Sorge.**
Quelle 1: *insm - Nicht mehr erreichbar (06.09.2006)*
Quelle 2: [nachdenkseiten \[PDF - 140 KB\]](#)
2. **39 Stunden: Ein Gradmesser für die Schwäche der Gewerkschaften**
Quelle: [taz](#)
3. **Produktionsfirma des ZDF zahlt „Aufwandsentschädigung“ für Prügelschüler**
Gewalt an Schulen, ein typisches Beispiel dafür, wie mit Skandaljournalismus Kampagnen inszeniert werden.
Quelle: [Spiegel](#)
4. **Jeanne Rubner in der SZ: „Der Sozialstaat fördert die Kinderlosigkeit“.**
Dass der Sozialstaat an allem Übel schuld ist, daran mussten wir uns inzwischen gewöhnen. Selbst von Frauen und gar noch im Feuilleton der SZ vom 6.4.06 wird die unsinnige These des Bielefelder Bevölkerungswissenschaftlers Birg weitergesponnen, wonach Bismarck für die niedrige Geburtenrate verantwortlich ist.
5. **Heiner Flassbeck: Nur wenn die Löhne im gleichen Maß steigen wie die Produktivität, wächst die Wirtschaft. Das jedoch verhindern die Arbeitgeberverbände - zu unser aller Schaden**
Quelle: [taz](#)
6. **Roland Koch: Ältere Arbeitnehmer sollen weniger Geld verdienen.**
Leider geht Koch nicht mit gutem Beispiel voran. Jede Hirnblähung ist offenbar für eine Schlagzeile gut.
Quelle: [Focus](#)
7. **Deregulierer in den USA stehen vor einem Scherbenhaufen**
Tom Allison, ehemaliger Chef des Handelskomitees und Hauptbetreiber der Deregulierung in der amerikanischen Luftfahrtindustrie, beklagt, dass damit nahezu alles schlechter geworden ist.
Quelle: [iht](#)
8. **Drei Viertel der Wissenschaftler kinderlos, sagt eine „wissenschaftliche Studie“ nach einer Befragung von Doktoranden und wissenschaftlichen Assistenten.**
Fehlt nur noch eine Studie die herausfindet, dass 98% aller Abiturienten und Auszubildenden kinderlos sind.
Quelle: *Berlin Online - Nicht mehr erreichbar (06.09.2006)*
9. **Die Arbeitgeber-Initiative INSM wollte das Meinungsklima in Deutschland verändern und benutzte dafür den Journalismus. Eine Studie untersuchte die Wirkungsweise der Kampagne.**
Die untersuchte Berichterstattung nimmt überwiegend die Perspektive der INSM ein,

insbesondere, wenn exklusive Medienkooperationen geboten werden. Eine geschickte Kombination aus wissenschaftlichem Anspruch und effektivem Marketing der Inhalte führt dazu, dass vor allem solche Redaktionen die aufwändigen Themenangebote aufgreifen, die politisch der INSM nahe stehen. Die INSM schafft es, dass Journalisten die Initiative und ihre versteckte Funktion als ein strategisches Element in der Interessenvertretung von Arbeitgeberverbänden nur unzureichend transparent machen. Den Rezipienten werden Informationen zur Einordnung der Berichterstattung vorenthalten.

Die Redaktionen müssen hier für mehr Transparenz sorgen. Eine schlichte Übernahme von Inhalten ohne redaktionelle Prüfung ist mit einem publizistischen Qualitätsanspruch nicht zu vereinbaren. Mit kritischer Medienberichterstattung über fragwürdige Methoden der Initiative können die Medien dagegen nur an Glaubwürdigkeit gewinnen.

Quelle: [message](#)