

Ralph M. Bloemer

## Peter Glotz: Ferenczy - Die Erfindung des Medienmanagements

1999

<https://doi.org/10.17192/ep1999.2.2963>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bloemer, Ralph M.: Peter Glotz: Ferenczy - Die Erfindung des Medienmanagements. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 16 (1999), Nr. 2, S. 171–172. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1999.2.2963>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

### III Buch, Presse und andere Druckmedien

#### **Peter Glotz: Ferenczy – Die Erfindung des Medienmanagements**

München: Bertelsmann 1998, 240 S., ISBN 3-570-00115-6, DM 42,90

Reden wir also über den Ex-Berufspolitiker, Ex-Vordenker der SPD und sein Porträt des guten Barons von Kecskemét. Reden wir über eine seltsame Wahlverwandtschaft und dieses verblüffende Statement des Medienethikers und Moralisten Peter Glotz, den wohl der Zeitgeist zum Pragmatismus bekehrt hat (*difficile est satiram non scribere*).

Ferenczys Leben gäbe jede Menge Stoff für einen Schelmenroman ab – Glotz hingegen macht aus dem kapriziösen Werdegang des ungarischen Multitalents eine Mischung aus Apologie, Anekdotensammlung und „Fallstudie“ (S.17) mit essayistischem Einschlag, die zur wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Phänomen „Medienmanagement“ einladen soll. Zwar werden die Schattenseiten und Abwege dieser „Lichtgestalt“ des deutschen PR-Wesens nicht unterschlagen, aber im gleichen Atemzug relativiert oder mit einem flotten „nebbich“ weggewischt. Schließlich hat der charismatische „Seelenverkäufer“ (S.77), dessen Großtante bezeichnenderweise als Vorleserin bei Kaiserin Sissi zu Adel und Ansehen kam, uns Deutschen soviel geschenkt...

Nach dem Krieg, den Ferenczy als nationalistischer Offizier und glühender Antikommunist bestritt, erschien dieser geschmeidige Magyaren-Junker (angeblich nur mit einer Badehose bewaffnet) in München mit dem Anspruch, sich und mit ihm die hiesige Medienlandschaft in ein „Gesamtkunstwerk“ zu verwandeln. In seiner operettenhaften Selbststilisierung (Vorliebe für Schmuckwesten, bleierne Herrendüfte) und Unberechenbarkeit an den Surrealismus-Meister Dali erinnert – mit dem ihn wohl nicht nur ein publizistisches Interesse, sondern vielleicht auch ein mentaler Gleichklang der Exzentrik verband (vgl. Foto S.30) – schnürte er geschickt multimediale Pakete aus gefälligen Stoffen und Literatur zur Vergangenheitsbewältigung, die er sich in Schreibwerkstätten von Autoren wie Kosalik und Will Berthold (z. B. *Der Arzt von Stalingrad, Division Brandenburg, Dirlewanger, Fallschirmjäger*) maßschneidern ließ. Gemäß seinem Wahlspruch „Träume ernähren die Wirklichkeit“ (S.102) setzte er mit untrüglichen Instinkt mehrere Bewußtseinswellen in Gang, die schließlich in Oswald Kolles Aufklärungsergüssen gipfelten. Als in den Siebzigern das Illustriertengeschäft stagnierte, verfügte Ferenczy bereits über ein derart ausgedehntes Beziehungsnetz in den Chefredaktionen (mit Leuten, die er vorher installiert hatte), daß er sich auf „atmosphärische PR“ verlegen konnte: Trotz seines sprachlichen Handicaps („fließend gebrochenes Deutsch“, S.109) war er ein gefragter Mann, wenn es darum ging, Menschen und Ereignisse über „seine“ Journalisten – berüchtigt sind Ferenczys Verträge, die ihm den Spitznamen „Mr. 25 Prozent“ und ein sattes Vermögen aus Frondiensten einbrachten –

ins rechte Licht rücken bzw. negative Meldungen unterdrücken zu lassen. Abgewickelt wurden diese nebulösen Aktionen natürlich ohne schriftlichen Verkehr („Das Telefon ist seine Stradivari“, S.206). Nebenbei: Diese Korruption der Vierten Gewalt scheint den Kommunikationsprofessor Glotz nur wenig zu stören, er schiebt diese Praxis auf den „allgemeinen Sittenverfall“ (S.130).

Abgesehen von den sonstigen, weitgefächerten Aktivitäten dieses „PR-Paten“ (u. a. für so schillernde Gestalten wie die Las Vegas-Dompteure Siegfried & Roy und allerlei TV-Stars) ist aus medienwissenschaftlicher Sicht eine Pionier-Idee interessant, die Ferenczy nach einem abschlägigen Bescheid hinsichtlich seines Antrags auf Privatfernseh-Lizenz in Bayern (1969) umsetzen wollte: Mit dem sogenannten „Kassettenfernsehen“ (Videos als Beilage zu Printmedien) blieb er allerdings erfolglos. Auch das Projekt „Alfa-TV“, als eine Art „Arte“-Kanal für mittel- und osteuropäisches Publikum mit kulturaufklärerischem und völkerverbindendem Auftrag, scheint weniger von pekuniären als vielmehr ideellen Motiven gespeist zu sein. Seine Kontakte zu prominenten Politikern (Kreisky, Brandt, Genscher) nutzte der nimmermüde, mittlerweile neunundsiebzigjährige Verknüpfungskünstler nach der Wende 1989 öfters für Symposien zur europäischen Integration. Darin zeigt sich auch die Janusköpfigkeit Ferenczys, der es stets verstand, das Nützliche mit dem Angenehmen (vielmehr „Einnehmenden“) zu verbinden. In letzter Zeit wurden Gerüchte manifest, daß der Newcomer Moritz Hunzinger für 25 Mio. DM knapp die Hälfte von Ferenczys Imperium übernehmen wollte – diese Fusion ist allerdings vorerst gescheitert, da der „alte Hase“ im gemeinsamen Unternehmen nicht die zweite Geige spielen wollte (vgl. SPIEGEL, Nr.37/38, 1998).

Bleibt noch, Peter Glotz zu empfehlen, vielleicht mit Biographien über andere kakanische Medienmagnaten in deutschen Diensten, z. B. Helmut Thoma von RTL und Ron Sommer von DEUTSCHE TELEKOM, sein Erfurter Rektorengelb aufzubessern. Allerdings werden bei diesen beiden Herren wohl die zu zitierenden Anwaltsbriefe, nicht aber die Listen von Orden und Auszeichnungen (S.202/203) so umfassend sein wie bei dem ungarischen „Händler der Eitelkeiten“.

Ralph M. Bloemer (Bonn)