

# Interview mit: **GLOTZ**

Er gilt als scharfzüngiger Debattierer und Vordenker der SPD, der Medienwissenschaftler Peter Glotz. Seit Januar baut Glotz an der Hochschule in St. Gallen einen MBA für Media, Communications and Society auf. Glotz war 26 Jahre lang Berufspolitiker, unter Willy Brandt Generalsekretär der SPD und zuletzt Gründungsrektor der Universität Erfurt. Zurzeit hat er Hochkonjunktur auch als Kommentator der Wirren um die CDU.  
.Interview: Oliver Prange

*“Wir sind nicht zur Untätigkeit und zum Gefressenwerden verdammt, aber wir müssen uns bewegen.”*

*“Wir stellen uns vor, dass wenn wir gut sind, wir als Absolventen die zukünftigen Geschäftsführer von RTL oder ProSieben haben.”*

*“Es gibt durchaus Überschneidungsflächen zwischen Kommunikationsmanagern und Journalisten, doch es sind zwei vollkommen verschiedene Berufe.”*

*“Aber ich bin kein Freak wie Negroponte, der immer einen Koffer voller Kabel mit sich führt, damit er in allen Ländern ins Netz kann.”*

**In Deutschland gibt es derzeit ein grosses Politthema, die schwarzen Kassen der CDU. Wie beurteilen Sie die Reaktion der Medien, Stichwort Don Kohleone?**

“Die Reaktionen sind einheitlich und auch professionell. Man muss sagen, dass auch Zeitungen, die in ihrer inhaltlichen Grundlinie der CDU nahestehen, nicht versuchen, die Skandale unter den Tisch zu kehren. Das gilt zum Beispiel für die Frankfurter Allgemeine, die eine konservative Zeitung ist.”

**Die Medien können für diese gute Story auch dankbar sein, sie erhöht die Auflagen.**

“Klar, das kommt dazu. Der Chefredaktor der Süddeutschen Zeitung war intelligent genug, einen der besten Rechercheure, Hans Leyendecker, vom Spiegel abzuwerben. Es gibt auch einen Konkurrenzkampf zwischen Focus, Spiegel, Stern, Süddeutsche Zeitung und der Woche, die versuchen, sich gegenseitig die neusten Enthüllungen abzujagen. Das ist für die Politiker nicht unbedingt angenehm, aber es ist nicht die Aufgabe der Presse, angenehm zu sein. Insofern ist die Schelte der Presse, der man vorwirft, Scharfrichter zu spielen, unberechtigt.”

**Sie würden die Presse nicht kritisieren, weil sie die Story in all ihren Facetten ausschachtet, und zwar nicht in erster Linie wegen der Wahrheitsfindung, sondern weil sie die Auflage steigert?**

“Man kann durchaus der Meinung sein, dass die Presse weniger gut verkäufliche Themen wegdrängt und sich auf gut verkäufliche einschiesst und dadurch einseitig wird.”

**Man liest derzeit auch viele Kommentare von Ihnen über dieses Thema. Für Sie als ehemaliger Bundesgeschäftsführer der SPD muss es ein Genuss sein, die CDU in der Luft zu zerreißen.**

“Nein. Erstens bin ich aus der Parteipolitik seit Jahren raus, und zweitens würde ich auch der SPD dringend raten, sich nicht triumphierend zu verhalten in dieser Situation. Denn eine Zerstörung der CDU führt nicht automatisch zu einer Stärkung der SPD. Es wird ein Prozess entstehen ähnlich wie in Italien, als die Partei der Christdemokraten zusammenbrach, die Stimmen aber nicht zur PDS oder zu einer linken Partei gingen, sondern zu einer neuen – Berlusconi's Forza Italia. So würde es einen neuen Berlusconi geben.”

**Sehen Sie schon einen deutschen Berlusconi am Politikerhimmel?**

“Nein. Deshalb glaube ich, dass Bundeskanzler Gerhard Schröder die nächsten ein bis drei Jahre ein leichteres Leben hat. Langfristig würde ein Zerfall der CDU ein neues Parteiensystem in Deutschland bedingen.”

**Sie stehen aber auch der eigenen Partei kritisch gegenüber.**

“Ich bin heute unabhängiger Publizist. Daher kann ich mir das Recht herausnehmen, kritische Meinungen zu äussern. Die aktuelle Bundesregierung hat ja in den ersten zehn Monaten ihrer Tätigkeit sehr viele Fehler gemacht. Inzwischen hat sie sich ein bisschen gefangen, nicht nur, weil die CDU so schwach ist, sondern aus eigener Kraft. Der Parteitag der SPD im Dezember war ein Turnaround, die Regierung hat sich zurechtgerüttelt.”

**Sie kritisieren die Bundesregierung, sie fahre keinen sozialdemokratischen Kurs, was ja ein hartes Urteil ist für eine Partei, welche die Sozialdemokratie im Namen hat.**

“Die Bundesregierung hat gelegentlich Zweifel gesät. Ich erwähne mal ein banales Beispiel: Da lässt sich der Kanzler überreden, für eine Modezeitschrift in sehr teuren Mänteln zu posieren. Ein solches Image muss man meiden, wenn man auf der andern Seite soziale Kürzungen vornehmen muss. Das sind handwerkliche Fehler in der Public Relations.”

**Aber eine reine Marktwirtschaft, wie sie in den USA praktiziert wird, lehnen Sie ab?**

“Den kalifornischen Kapitalismus lehne ich ab, ich befürworte eher den rheinischen Kapitalismus. Andere Leute nennen das die soziale Marktwirtschaft oder den europäischen Sozialstaat. Wissen Sie, es ist kein angenehmes Gefühl, in Dallas oder Chicago gewisse Stadtviertel nicht betreten zu können, weil einem sonst die Kreditkarte abhanden kommt. So etwas findet in München oder Berlin doch noch nicht statt und hängt mit dem nicht existierenden sozialen Netz in den USA zusammen.”

**Sie haben sich ein Leben lang für die Medien interessiert. Heute fragt man Sie häufig um Meinungen an; 1996 und 1997 moderierten Sie den RTL-Polit-Talk “Im Kreuzfeuer”. Warum sind Sie nie selbst Medienmacher oder Chefredaktor geworden?**

“Das hängt damit zusammen, dass ich 26 Jahre Berufspolitiker war. Mit 31 wurde ich erstmals ins Parlament gewählt, 1996 schied ich mit 57 Jahren aus. Das war doch ein recht hohes Alter, um noch in eine andere, reguläre Karriere einzusteigen. Ich konnte wieder als Professor an die Hochschule zurück. Aber ich war sicher zu alt, um als Chefredaktor zum Spiegel oder zu einer vergleichbaren Zeitung zu gehen.”

**Warum sind Sie nicht einfach früher aus der Politik ausgestiegen?**

“Ich hatte mir das durchaus überlegt. Als ich 1987 mit dem Wechsel des SPD-Vorsitzes von Brandt zu Vogel aus meinem höchsten Amt als Bundesgeschäftsführer und Generalsekretär der SPD ausschied, hätte ich diesen Moment als Zäsur nehmen können, um hauptberuflich in die Wirtschaft zu gehen, denn da war ich noch nicht 50. Doch jetzt ist es zu spät.”

**Wenn man seit 26 Jahren Berufspolitiker ist wie Sie, hat man da überhaupt noch einen Zugang zum Leben auf der Strasse, und ist man nicht zu sehr abgeschottet von der Realität?**

“Man muss sich schon den Zugang zur Wirklichkeit bewahren. Wir haben ja unseren Wahlkreis, in dem wir Sprechstunden haben und die Leute vorbeikommen mit ihren Sorgen. Insofern ist man in die Realität zuweilen mehr eingebunden, als dies ein Professor oder Chefredaktor ist. Andererseits ist es eine besondere Wirklichkeit, denn jene, die zu uns kommen, sind nur ein bestimmter Ausschnitt aus der Gesellschaft. Es passiert ganz leicht, dass man sich der eigenen Gesellschaft stark entfremdet, wenn man über Jahre hohe Ämter inne hat, stets mit Personenschutz herumläuft, in gepanzerten Limousinen fährt und in Air-Force-One-Flugzeugen um die Welt düst.”

### **Inwiefern spürt man als hoher Politiker überhaupt die Verantwortung für das Volk?**

“Das hängt vom Amt ab. Ich war während vier Jahren in Berlin verantwortlicher Senator für Wissenschaft und Forschung. Dabei habe ich für die Berliner Universitäten und Forschungseinrichtungen sowie die Forschungspolitik des Landes Berlin die Verantwortung getragen. Meine Leistung bestand darin, dass ich das Wissenschaftskolleg gegründet habe. Heute ist dies eine weltberühmte und sehr erfolgreiche Institution. In anderen Angelegenheiten habe ich aber auch Misserfolge gehabt und dafür einstehen müssen.”

### **In welchen?**

“Ich habe versucht, die Fachhochschulen und Universitäten in eine Gesamthochschule zusammenzufügen. Das war eine grosse Anstrengung, die schliesslich im Sande verlaufen ist. Es lag nicht nur an mir, sondern auch am Besoldungsrecht und anderen bestimmten Rahmenbedingungen der Hochschulpolitik in Deutschland. Aber es war ein eindeutiger Misserfolg.”

### **Woher kommt Ihr Interesse an den Medien?**

“Nun, ich bin Kommunikationswissenschaftler und habe mich schon seit meiner Jugend mit der Entwicklung der Medien wissenschaftlich befasst, dann auch politisch. Ich war dann der führende Medienpolitiker der SPD. Mein zweites Thema war die Bildungspolitik. Ich habe vor allem viel Hochschulpolitik gemacht als Corektor der Universität München, als SPD-Sprecher für Hochschulpolitik im bayerischen Landtag, im Bundestag, als parlamentarischer Staatssekretär, im Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft und später als Senator für Wissenschaft und Forschung. Das sind also die zwei Stränge, die ich mit meiner Person verkoppelt habe. Im Laufe eines längeren politischen Lebens kommt man an verschiedene Themen heran.”

**Und diese beiden Stränge, die Medien und die Bildung, verknüpfen Sie nun bei Ihrer neuen Aufgabe, der Professur Media, Communications and Society am St. Galler Institut Media Communications Management.**

“Ja, ich verkopple hier zwei Lebenserfahrungen miteinander. Ich vertrete hier den Lehrstuhl Medien und Gesellschaft und wirke zudem mit an der Studienreform der HSG und schaffe ein neues Bildungsprodukt mit einem englischsprachigen MBA.”

**Aus welchen beruflichen Richtungen kommen Ihre Studenten, und welche Jobs sind für sie nach dem Studiengang geeignet?**

“Wir stellen uns vor, dass wenn wir gut sind, wir als Absolventen die zukünftigen Geschäftsführer von RTL oder ProSieben haben, den künftigen Kommunikationschef der Swisscom oder der Deutschen Telekom oder DaimlerChrysler. Also Kommunikationsexperten und Medienmanager. Nicht Journalisten. Wir sind keine Einrichtung zur Ausbildung von Journalisten. Im September werden wir die ersten Auswahlgespräche führen. Im Februar 2001 starten wir mit dem ersten Studiengang.”

**Wie praxisorientiert kann diese Ausbildung sein?**

“Theorie und Praxis spielen beide eine wichtige Rolle. Wir vermitteln drei Bereiche: General Management, Leadership-Skills und Medien-Kommunikationsmanagement. Wir werden uns auch spezifisch mit E-Commerce beschäftigen, mit Public Communications und Medienpolitik sowie Medienrecht.”

**Warum beziehen Sie Journalisten nicht mit ein, schliesslich wechseln heute viele Journalisten auf Unternehmensseite und umgekehrt?**

“Es gibt durchaus Überschneidungsflächen zwischen Kommunikationsmanagern und Journalisten, doch es sind zwei vollkommen verschiedene Berufe. Der Kommunikationschef der Deutschen Telekom, Jürgen Kindervater, ist Journalist. Er war früher Chefredaktor der Fachzeitschrift Funkschau. Er macht seinen Job sehr gut. In anderen Fällen funktioniert es manchmal nicht. Kommunikationsleute haben mehr mit Marketing und Werbung zu tun als mit Journalismus. Sie müssen eine Corporate Identity im Markt prägen und sogenanntes “positive thinking” vermitteln, was etwas völlig anderes ist, als kritische Kommentare zu den Fällen Schäuble oder Haider zu verfassen.”

**Als Kommunikationswissenschaftler umfasst Ihre Forschung auch das Internet. Könnte es sein, dass man die Wirkung des Internets überschätzt, da es ein Pull-Medium ist und aktiv aufgerufen werden muss und nicht etwa ein Push-Medium wie die Zeitung?**

“Ich bin ganz sicher, dass es viele Überschätzungen gibt bei diesen neuen Medien. Die einen sehen die Zukunft tiefschwarz und die Welt in Unglück versinken wie bestimmte europäische Philosophen, die anderen veranstalten diesen Hype wie Bill Gates und Nicolas

Negroponte. Beides ist falsch. Die Realität wird in der Mitte liegen. Ich glaube nicht, dass man die Zeitung je am Computer lesen wird. Das Internet wird die anderen grossen Medien nicht substituieren, sondern ergänzen.”

**Nach der Time-Warner-Übernahme durch AOL fragt man sich, welche europäischen Internetfirmen europäische Medienkonzerne aufkaufen werden.**

“Dass das passiert, kann ich mir lebhaft vorstellen. Das geht ganz schnell. Man muss nur sehen, wie schnell die Schlacht zwischen Vodafone Airtouch und Mannesmann geschlagen wurde. Da schien sich das Management von Mannesmann zunächst durchsetzen zu können, doch dann verpasste es einen Deal mit Vivendi, wodurch Vodafone in die stärkere Position geriet und Mannesmann nun schlucken kann. Das passierte innerhalb von drei Tagen.”

**Ist diese Beschleunigung in der Wirtschaft wirklich notwendig?**

“Was ist schon notwendig? Sie ist möglich geworden. Menschen nutzen ihre Möglichkeiten. Wenn einer schneller ist als der andere, hat er Vorteile. Die Schnellen fressen die Langsamen. Man kann dabei nicht von Notwendigkeiten sprechen, es passiert einfach.”

**Welche konkreten Zusammenschlüsse könnten sinnvoll sein?**

“Ein solches Szenario will ich nicht aufzeichnen. Natürlich stehen die grossen Internetfirmen aus den USA wie eBay und AOL im Verdacht, auch an europäischen Märkten interessiert zu sein. Insofern kann man nur hoffen, dass sich auch europäische Unternehmen weiterentwickeln. T-Online ist beispielsweise in Europa grösser als AOL. T-Online geht jetzt an die Börse und wird voraussichtlich einen hohen Wert lösen. Das gleiche gilt für Firmen wie Intershop und SAP. Wir sind nicht zur Untätigkeit und zum Gefressenwerden verdammt, aber wir müssen uns bewegen.”

**Vom Internet erwartete man die Lösung von Verteilproblemen. Statt dessen drohen neue Lösungen die Internetunternehmen ins Hintertreffen zu bringen. Um den privaten Nutzern Breitbandzugang zu verschaffen, testen die Telefongesellschaften die digitale Technik für Abonnenten, die ihre Drähte in Breitbandkanäle verwandeln würde. Glauben Sie, dass die Telefongesellschaften deshalb eines Tages am längeren Hebel als die Internetfirmen sitzen werden?**

“Ich glaube eher, dass die Internetfirmen alles tun werden, um an Breitbandkabel heranzukommen. Das kann ich daran erkennen, dass die Deutsche Telekom auf Druck der EU daran ist, ihr Kabelnetz zu verkaufen. Man sieht nun ein grosses Interesse insbesondere der Amerikaner, die Kabelkapazitäten aufzukaufen. Das Kabel wird in

Europa bislang nur für die Fernsehverbreitung genutzt, aber man kann es vielfältiger einsetzen. In der Tat gibt es jetzt einige Leute, die systematisch versuchen, die kleinen Netzbetreiber, die über Gemeinschaftsantennen verfügen, aufzukaufen.”

### **Wieviel verstehen Sie selbst vom Internet?**

“Ich halte mich systematisch informiert, bin aber kein Heavy User. Ich merke das an meinen Assistenten, die in den Zwanzigern und mit der Tastatur verwachsen sind. Wenn ich eine Internetrecherche brauche, kontaktiere ich unser Archiv und lasse diese Leute es für mich machen. Sie kennen sich in jeglichen Datenbanken aus. Ich schaue mir aber systematisch Websites an und lese entsprechende Literatur. Aber ich bin kein Freak wie Negroponte, der immer einen Koffer voller Kabel mit sich führt, damit er in allen Ländern ins Netz kann.”

### **Aber als Kommunikationswissenschaftler haben Sie wahrscheinlich früh erkannt, welchen Einfluss das Internet auf die Menschheit hat. Warum gehören Sie nicht zu den Internetmilliardären?**

“Diese Frage ist natürlich berechtigt, und ich muss sie mir gefallen lassen wie wahrscheinlich andere auch. Ich bin als Berater der Telekom durchaus in wirtschaftliche Prozesse eingebunden. Aber mit knapp 61 Jahren ein ganz neues Leben anzufangen, ist vielleicht doch etwas spät.”

### **Es gibt ja in Managerkreisen das Sprichwort: “The one who can, does; the one who can’t teaches or consults.”**

“Ob alle Berater von McKinsey und Andersen und die ganze Gilde Eunuchen sind, will ich nun mal dahingestellt lassen. Im übrigen gibt es auch ganz intelligente Leute, die aus der Unternehmensberatung ins praktische Geschäft und wieder zurück wechseln.”

### **Wenn Sie die Frage auf sich selbst beziehen würden: Vielen Wissenschaftlern fehlt die Geschäftstüchtigkeit.**

“Ich glaube nicht, dass die mir fehlt. Tatsache ist, dass ich eben ein anderes Leben geführt habe. Wenn ich Sie fragen würde: ‘Sie sehen sportlich aus, warum sind Sie nicht Mittelstürmer beim FC Basel?’ dann müssten Sie mir die gleiche Antwort geben. Ich habe ein Leben lang mit Wirtschaft zu tun gehabt, bin aber kein Unternehmer geworden.”

### **Mit 61 wollen Sie kein neues Leben mehr anfangen, sagen Sie, doch im Privaten haben Sie gerade mit Ihrer dritten Frau ein Kind bekommen. Da scheint mir doch eine gewisse Aufbruchmentalität noch immer da zu sein.**

“Ich habe vor zehn Jahren zum dritten Mal geheiratet und im Oktober 1997 einen Sohn bekommen. Insofern habe ich meine Experimentierfreudigkeit im privaten Bereich bewiesen.”

**Als erste Aufgabe in St. Gallen haben Sie sich vorgenommen, die Forschung aufzubauen.**

“Ich habe zum einen Lehraufgaben und unterrichte vier Stunden wöchentlich, zum anderen baue ich das MBA-Bildungsprodukt auf und zum dritten die Forschung. Aber das hängt alles miteinander zusammen.”

**Welche Rolle spielt die Werbung bei diesem MBA?**

“Wir haben ein Modul, das sich mit Werbung beschäftigt.”

**Kann man Werbung wissenschaftlich lernen?**

“Dasselbe kann man auch über den Journalismus sagen. Ich glaube, man kann einiges wissenschaftlich sowohl über den Journalismus als auch über die Werbung lernen. Ein genialer Werbemann wird man aber nicht, indem man Kurse belegt. Die Genialität muss man besitzen.”

**Wer ist für Sie in der Werbung genial?**

“Eine besondere Figur ist doch Oliviero Toscani, der die Werbung für Benetton entworfen hat.”

**Die Werbung, die gerade aktuell mit Leuten wirbt, die zum Tode verurteilt sind, ist sehr umstritten.**

“Ja, aber sie hat zweifelsohne Schule gemacht. Ich will damit nicht sagen, man könne alle Werbung auf die Art machen, wie es Toscani für Benetton tut. Aber eine solche Idee durchzuziehen, verlangt grosse Kraft.”

**Würden Sie grossen Markenartikel-Konzernen, die jahraus, jahrein die gleiche Werbung machen, raten, eine solche Kraft zu beauftragen?**

“Ich würde in der Tat empfehlen, nicht immer die gleiche Werbung zu machen.”

**Wie aktiv wollen Sie in der Schweiz werden?**

**Würden Sie schon wegen Verwaltungsrats- oder Consulting-Mandaten angefragt?**

“Das muss man der Zeit überlassen. Ich habe gerade erst meinen Wohnsitz mit meiner Familie ganz in die Schweiz und nach St. Gallen verlegt. Mal sehen, was kommt.”