

STEPHAN WEICHERT / CHRISTIAN ZABEL

**DIE**

**α**

**JOURNALISTEN**

DEUTSCHLANDS  
WORTFÜHRER IM PORTRÄT

HERBERT VON HALEM VERLAG

Stephan Weichert / Christian Zabel (Hrsg.)

# Die Alpha-Journalisten

Deutschlands Wortführer im Porträt

Herbert von Halem Verlag

**Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Stephan Weichert / Christian Zabel (Hrsg.)

*Die Alpha-Journalisten.*

*Deutschlands Wortführer im Porträt*

Köln : Halem, 2007

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

<http://www.halem-verlag.de>

<http://www.alpha-journalisten.de>

© Copyright Herbert von Halem Verlag 2007

ISBN 978-3-938258-29-3

UMSCHLAGGESTALTUNG: Claudia Ott, Düsseldorf

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: Druckhaus Köthen, Köthen

Copyright Lexicon © 1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon ® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

## Inhalt

<b>Geleitwort</b>	9
Von Tissy Bruns	

### ZUM PHÄNOMEN DES ALPHA-JOURNALISMUS – DREI EINFÜHRENDE ESSAYS UND EINE PARABEL

<b>Die Seele des Alpha-Journalisten.</b>	14
<b>Zum Selbstverständnis der journalistischen Funktions- und Leistungselite</b>	
Von Stephan Weichert und Christian Zabel	
<b>Von Bonn nach Berlin:</b>	55
<b>Der gewachsene Hauptstadtjournalismus</b>	
Von Sophie Mützel	
<b>Celebrity Journalism.</b>	75
<b>Wie Thomas L. Friedman zum globalen Alpha-Kolumnisten aufstieg</b>	
Von Thomas Schuler	
<b>Mumpitz-Monday oder:</b>	91
<b>Eine kafkaeske Parabel über das zweitälteste Gewerbe der Welt</b>	
Von Hans Hoff	

## DEUTSCHLANDS WORTFÜHRER IM PORTRÄT

<b>Der Wettermacher</b> Michael Hanfeld über Stefan Aust	106	<b>Der Dickbrettbohrer</b> Christian Meier über Josef Joffe	188
<b>Der Kontakter</b> Leif Kramp über Manfred Bissinger	114	<b>Der Berliner Muezzin</b> Joachim Huber über Hans-Ulrich Jörges	198
<b>Der Glaubenskrieger</b> Iris Ockenfels über Henryk M. Broder	126	<b>Der Gemeinmacher</b> Ulrike Simon über Michael Jürgs	208
<b>Der Menschenfänger</b> Hans-Jürgen Jakobs über Giovanni di Lorenzo	136	<b>Der Weltverbesserer</b> Christian Bartels über Christoph Keese	216
<b>Gott auf dem Gänsemarkt</b> Roger Boyes über Kai Diekmann	144	<b>Mister Charming</b> Andreas Stopp über Claus Kleber	224
<b>Die Freischwimmerin</b> Diemut Roether über Bettina Gaus	154	<b>Der Ankermann</b> Dietrich Leder über Peter Kloeppel	234
<b>Der Wertgewaltige</b> Tilmann P. Gangloff über Sigmund Gottlieb	162	<b>Der Grenzgänger</b> Rainer Stadler über Roger Köppel	244
<b>Die Deutschlandspielerin</b> Barbara Nolte über Maybrit Illner	170	<b>Der Goldschürfer</b> Ulrike Langer über Thomas Leif	252
<b>Der Gesichtsvermieter</b> Christian Sonntag über Günther Jauch	180	<b>Der Kommissar</b> Robert Bongen über Hans Leyendecker	262

<b>Der Faktenschaffer</b> Torsten Zarges über Helmut Markwort	272	<b>Der Aufreger</b> Jakob Augstein über Frank Schirrmacher	324
<b>Die Bombenlegerin</b> Peter Littger über Sonia Mikich	280	<b>Der Komponist</b> Henrik Schmitz über Claudius Seidl	332
<b>Der Gesinnungs-Gallier</b> Daland Segler über Frank Plasberg	290	<b>Der Kronprinz</b> Bernd Gäbler über Gabor Steingart	340
<b>Die letzte Instanz</b> Alexander von Streit über Heribert Prantl	298	<b>Das Sonntagskind</b> Steffen Grimberg über Claus Strunz	350
<b>Die Stimme des Westens</b> Peer Schader über Ulrich Reitz	306	<b>Der Großstadt-Indianer</b> Alexander Kühn über Franz Josef Wagner	358
<b>Das Orakel vom Arabellapark</b> Steffen Burkhardt über Patricia Riekel	314	<b>Der Salonlöwe</b> Ralph Kotsch über Wolfram Weimer	366

## GLOSSAR

<b>Die lieben Kollegen – ein (politisch unkorrektes) Glossar zur deutschen Journalistenszene</b> Von Hajo Schumacher	377
<b>Verzeichnis der Herausgeber und Autoren</b>	385
<b>Sach- und Personenregister</b>	397
<b>Fotonachweise</b>	415

# Geleitwort

Von Tissy Bruns

Politik, hat Ferdinand Lassalle gesagt, beginnt mit dem Aussprechen dessen, was ist. Journalismus fängt damit nicht nur an. Sich mit dem zu beschäftigen, was ist, der Realität also, das ist die Maxime, mit der unsere Zunft steht oder fällt. Journalisten wollen und sollen die Welt erklären.

Neuerdings befassen wir uns in wachsendem Maß mit uns selbst. Journalisten, früher die Kritiker in den ersten Reihen des Zuschauer-raums, stehen im Rampenlicht. Das ist problematisch. Aber eine Realität ist es auch. Politik, Publizistik, die neue Kommunikationsbranche stellen sich wechselseitig auf die Bühne, beklatschen und kritisieren sich – von den Bürgern werden die öffentlichen Akteure zusehends als eine Kaste wahrgenommen, die sich im Fernsehen zwar heftig streitet, tatsächlich aber in einem Boot sitzt, weit entfernt von der Lebenswirklichkeit der Menschen. Unser Berufsstand, grundgesetzlich durch Artikel 5 privilegiert und nach unserem eigenen Regelwerk zuerst der Wahrheit verpflichtet, verändert sich rasant. Wir bilden uns zwar gern ein, die Gestalter dieser Veränderungen zu sein. Tatsächlich sind wir es nicht. Wir werden mitgerissen von einer technologischen Entwicklung der Kommunikation, für die der Begriff ›Revolution‹ nicht zu groß ist.

Es rast die Zeit, wir rasen mit: Wenn die älteren von uns fünf oder acht Jahre zurückblicken, werden sie feststellen, dass sich in diesem Abschnitt ihres Berufslebens viel mehr verändert hat und weiter beschleunigt verändern wird, als in den zwei oder drei vorhergegangenen Jahrzehnten. Fernsehen rund um die Uhr. Stündliche Nachrichten. Viele Privat-, mehrere Informationssender. Google. Online-Journalismus. Politiker unter Dauerbeobachtung. Politische Kommunikation über Massenmedien, aber ohne Medienmacher, via Fernsehen oder iPod direkt in die Wohnzimmer. Verlust des geschlossenen Raums für die Politiker. Auflösung der Zonen, in denen Informationen professionell, also von uns Journalisten, verwertet und bewertet werden können, bevor sie die Bürger erreichen. Und vor allem: Kein Ort mehr, nirgends, der die Bürger zur gemeinsamen politischen Information versammelt. Früher hat die Fernsehnation zusammen *Tatort* gesehen und das Länderspiel und die *Tagesschau*. Heute muss die Politik, und politische Journalisten nicht anders als die Politiker, um ihren Platz in der Wahrnehmung der Bürger kämpfen. Es ist ein Kampf um die härteste Währung in der Mediengesellschaft: der um Attention, um Aufmerksamkeit.

Brauchen wir ›Alpha-Journalisten‹, gewissermaßen als journalistische Kehrseite eines Phänomens, das wir in der Politik als Personalisierung analysieren, beschreiben und beklagen: als Träger persönlicher Glaubwürdigkeit, weil die der ganzen Branche ins Rutschen gekommen ist? Oder ist auch das nur eine von vielen anderen Erscheinungen, die eine überhitzte Durchgangskrise in ein neues Zeitalter hervorbringt? Einige Spitzenjournalisten als schillerndes Pendant zu einem neu entstehenden Medienproletariat, dessen erste Vorboten längst zu besichtigen sind, über die wir aber höchst ungern reden. Schlecht bezahlte Jungredakteure. Freie in prekären Vertragsverhältnissen. Journalisten, für die sich mehr als Status und Bezahlung der Inhalt ihrer Arbeit verschlechtert hat, weil sie nicht mehr Informationen er- und verarbeiten, sondern nur noch Info-Häppchen, Quotes, Stimmen, Zitate weiterreichen, als seien sie neue Fließbandarbeiter.



Der Begriff, der diesem Buch den Namen gegeben hat, kann nur auf zwiespältige Assoziationen treffen. ›Alpha-Journalisten‹ lassen mich frösteln wie die ›Alpha-Tiere‹, die mehrere Jahre die Reportagen über das rot-grüne Führungspersonal unter Gerhard Schröder und Joscha Fischer bevölkert haben. Müssen wir uns so tierisch vergleichen? Andererseits: Nehmen wir es nüchtern hin. Medienbetriebe sind nun einmal Haifischbecken, natürlich abgesehen vom jeweils eigenen, der ein Karpfenteich ist. Deshalb löst der Begriff das subversive Gelächter aus, das insbesondere Frauen beim Anblick der allfälligen Hahnenkämpfe unwiderstehlich überkommt: alles sehr laut, sehr stark, sehr mächtig – aber eben auch nötig, um zu überdecken, dass Schein und Sein in einem latenten Missverhältnis stehen. Es könnte sein, dass wir mit unseren Alpha-Journalisten Macht und Meinungsführerschaft für die Medien reklamieren, die unser Berufsstand in Wahrheit jeden Tag mehr verliert. Denn der Einfluss des politischen Journalismus auf die Köpfe und Herzen der Menschen wird immer schwächer, weil er im großen Rauschen untergeht.

Ob wir unsere Stars nun so nennen oder nicht: Strukturen, Hierarchien, Funktionen in unserer Branche sortieren sich neu. Offenbar reichen die klassischen Kategorien – Verleger, Chefredakteur, Herausgeber, Intendant – nicht aus, um die Größen unserer Zunft zu charakterisieren, die den altbekannten Machtinsignien ein neues hinzugefügt haben: Präsenz, Bekanntheit, Ruhm. Die Alpha-Journalisten sind öffentliche Akteure, die keine vierte Gewalt über sich haben und keiner Wiederwahl ins Auge sehen müssen. Deshalb müssen sie Gegenstand öffentlicher Kritik werden. Das Verhältnis von Nähe und Distanz zum beobachteten Objekt ist, handwerklich und ethisch, bekanntlich die Gretchenfrage des Journalismus. Und wenn – wie in diesem Buch – Journalisten über Journalisten schreiben, wird das unvermeidlich zur Gratwanderung, sowohl für das Objekt wie für den Betrachter. Denn wer sich in die Öffentlichkeit begibt, muss sich inszenieren, wenn er in ihr nicht umkommen will. Als Gegenstand journalistischer Beobachtung wird der Alpha-Journalist damit unvermeidlich zum ›Exponat‹;

sein journalistischer Betrachter wiederum sieht im Objekt immer auch sich selbst. Der geneigte Leser sollte sich der Komplikationen des Unterfangens bewusst sein: Es ist leichter, Kanzlerinnen, Parteichefs oder Minister in Grund und Boden zu kritisieren, als bei einem wichtigen Berufskollegen Legende und Wirklichkeit zu trennen. Ein Versuch aber, der in dem vorliegenden Band unternommen wird, der muss gemacht werden: Medienjournalisten porträtieren die aktuellen Wortführer der bundesdeutschen Journalistenschaft; zusammen mit den einleitenden Essays entsteht ein spannender Einblick in die personelle Verfasstheit und die elitären Netzwerke der Medienbranche.

BERNHARD PÖRKSEN (Hrsg.)  
**Trendbuch Journalismus.  
Erfolgreiche Medienmacher über  
Ausbildung, Berufseinstieg und die  
Zukunft der Branche**

*edition medienpraxis, 1*

2005, 300 S., BROSCHUR, 190 X 120 MM

EUR(D) 16,00 / EUR(A) 16,40 / sFr. 27,50

ISBN 978-3-931606-87-9



Die Krise auf dem Medienmarkt trifft vor allem die jungen Kreativen: Allorten wird gespart, macht sich nach Jahren der Euphorie ein Klima der Ernüchterung breit. Der Kampf um Aufträge wird für ein Heer von freien Medienarbeitern immer härter. Gleichzeitig lösen sich tradierte Grenzziehungen zwischen Journalismus, Werbung und Public Relations auf, es entstehen neue Formate und Darstellungsformen und mit ihnen neue Berufsbilder. Auf diese Situation muss sich einstellen, wer heute als Journalist arbeiten will. Welche Kompetenzen, so lautet die Kernfrage, sollte man in einer veränderten Medienwelt beherrschen? Wie kommt man rein? Wie bleibt man drin? Wie hält man sich flexibel?

Antworten geben einige der erfolgreichsten Medienmacher der Republik. Zu ihnen gehören u.a. Stefan Aust (*Spiegel*-Chefredakteur), Kai Diekmann (*Bild*-Chefredakteur), Gabriele Fischer (*brand eins*-Chefredakteurin), Andreas Fritzenkötter (Sprecher des Bauer-Verlages), Werner Funk (Blattmacher), Michael Jürgs (Bestseller-Autor), Katja Kessler (Klatsch-Reporterin), Sandra Maischberger (Talkmasterin), Michael Naumann (*Zeit*-Herausgeber), Michael Spreng (Politikberater), Helge Timmerberg (Star-Reporter), Sebastian Turner (Werber) und Anne Will (*Tagesthemen* Moderatorin).



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Lindenstr. 19 · 50674 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)