

Stephan Weichert / Christian Zabel

Die Alpha-Journalisten 2.0

Deutschlands *neue* Wortführer im Porträt

Unter Mitarbeit von Leif Kramp

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 2.0.

Deutschlands neue Wortführer im Porträt

Köln : Halem, 2009

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 2009

ISBN 978-3-938258-92-7

UMSCHLAGGESTALTUNG: Claudia Ott, Düsseldorf

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINIDR, s.r.o. (Tschechische Republik)

Copyright Lexicon © 1992 by The Enschedé Font Foundry.

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

Inhalt

Geleitwort	7
Von Manfred Bissinger	
Digitale Leitwölfe.	11
Das Paradoxon des neuen Alpha-Journalismus 2.0	
Von Stephan Weichert und Christian Zabel	
Sie nennen es Arbeit. Selbstbild und Arbeitsweisen junger Journalisten	45
Von Annette Milz	
The End of Journalism?	55
Wie das Internet den Qualitätsjournalismus verändert	
Von Thomas Schuler	

DEUTSCHLANDS *NEUE* WORTFÜHRER IM PORTRÄT

Der Einheizer	78	Das Tornado-Mädchen	118
Ben Schwan über Robert Basic		Ben Bolz über Mercedes Bunz	
Der Filter	86	Der Gedankensammler	126
Matthias Dell über Markus Beckedahl		Christoph Lixenfeld über Thierry Chervel	
The Dreamer	94	Der Prophet	134
Iris Ockenfels über Wolfgang Blau		Miriam Janke über Holm Friebe	
Die Lokal-Matadora	106	Der Globetrotter	146
Anna von Garmissen über Katharina Borchert		Simone Schellhammer über Matthias Gebauer	

Der Lyriker Clemens Niedenthal über Peter Glaser	154	Der Eremit Barbara Nolte über Florian Rötzer	212
Der Konvertit Christian Meier über Hans-Jürgen Jakobs	162	Der Wilderer Leif Kramp über Jörg Sadrozinski	220
Der Nestbeschmutzer Christian Sonntag über Thomas Knüwer	172	Der Rosinenpicker Robert Bongen über Mario Sixtus	232
King Kong Alexander Kühn über Matthias Matussek	182	Der Dampferkapitän Christian Bartels über Frank Thomsen	242
Don Gnadenlos Stefan Winterbauer über Rainer Meyer	192	Der Leserversteher Alexander von Streit über Dirk von Gehlen	251
Der Crashtest-Dummy Jan Feddersen über Stefan Niggemeier	200	Der Teamplayer Henrik Schmitz über Jochen Wegner	258
Verzeichnis der Herausgeber und Autoren			269
Bildnachweise			277
Sach- und Personenindex			278

Geleitwort

Von Manfred Bissinger

Der Siegeszug der Zeitung hat das Buch nicht verdrängt. Der Aufstieg des Radios hat weder Zeitungen noch Zeitschriften überflüssig werden lassen; trotz tausender Fernsehprogramme blüht der Hörfunk wie nie zuvor und keines dieser Medien wird untergehen, wenn das Internet weiter wächst und wächst und wächst. Sie drucken, sie pixeln, sie senden in friedlicher Koexistenz mit- und nebeneinander. Alten wie neuen Medien ist gemeinsam, dass sie Vertriebskanäle von Nachrichten und Fakten, von Gerüchten und Skandalen, von Träumen und Geschichten sind. Neuerdings gerne auch *content* genannt. Eine gute Reportage, ein scharfer Kommentar, ein zartes Gedicht werden auch in Zukunft ihre Leser finden – *online* oder *offline*.

Ob *Zeit*, *Spiegel*, *Stern*, *Brigitte* oder *Bunte*, ob *Panorama*, *Monitor*, *Tageschau* oder *heute-journal*, ob *FAZ*, *Süddeutsche*, *Tagesspiegel* oder *Welt* – sie alle verdanken Meisterschaft, Glaubwürdigkeit und Erfolg einerseits ihrer journalistischen Professionalität und andererseits ihrer Wahrhaftigkeit. Sie setzen bis heute die Qualitätsstandards.

Das Internet ist den alten Medien allein im direkten Dialog mit den Lesern voraus. Per Mausklick ploppen gewünschte Informationen hoch, im *chat* kann ohne Zeitverzug debattiert werden. Über *links* ist die Informationsfülle einmalig. Die alte Regel: »Der Leser hat kein Archiv« gilt nicht mehr. Google & Co. eröffnen eine neue Welt?

Für Journalisten meiner Generation stellt sich mit der unendlichen Vermehrbarkeit des *world wide web* nicht die Frage der Technik, auch wenn Computer und Bildschirm nichts von dem haptischen Vergnügen einer Zeitung oder eines Buches haben. Uns stellt sich mehr die Frage nach den Inhalten und der Urheberschaft, nach den Quellen des *user-contents*. Wir lebten gut mit der klaren Trennung von Journalismus und Geschäft; im Internet aber sind die Grenzen fließend, wenn nicht ganz außer Kraft gesetzt. Gut, es gibt positive Beispiele, *SPIEGEL ONLINE* führt vor, wie es korrekt gehandhabt werden kann. Auf zu vielen *web*-Seiten aber geht es wild durcheinander; gelegentlich ist weder Urheber noch Absender zu identifizieren. Geschweige denn die Absichten, die sie verfolgen.

Gar keine Frage, im Internet entsteht etwas Neues, eine Art neuer Öffentlichkeit ohne öffentlichen Auftrag. Noch ist aber unbeantwortet, ob die Laien-Autoren, die wir ja im Gewande von Leserreportern (allerdings von Journalisten redigiert!) aus der Presse kennen, ob die überhaupt bereit sind, sich den Gesetzen der traditionellen Publizistik zu unterwerfen: die Pflicht zur eigenen Recherche, der Nachprüfbarkeit, der Faktentreue, der Unabhängigkeit und Wahrheit als Grundlage jeden Artikels. Oder wollen sie einfach nur mediale Glücksritter sein, für die das Internet ein interessanter Propaganda-Kanal ist, über den – durch journalistische Formate getarnt – beste Geschäfte zu machen sind?

Wer die Porträts der Alpha-Journalisten z.o., also der »Wortführer im Internet« in diesem Buch liest, kann da eher beruhigt sein. Sie sind sich ihrer Verantwortung bewusst. Selbst die, die nur Spaß haben wollen. Sie kommen in der Regel aus dem Journalismus, unser Handwerk ist ihnen nicht fremd. Sicher sind auch einige eher »ich«-bezogene Men-

schen darunter, deren Gefühle gelegentlich über die Fakten obsiegen. Wenn aber Robert Basic sagt: »Mein Haus, mein Himmel, mein *Blog* – mehr muss nicht sein«, dann ahnt man, dass sie in unserer Mediengesellschaft verwurzelter sind, als sie womöglich zugeben mögen.

Einige in diesem Buch Vorgestellte sind alte Profis, wie Hans-Jürgen Jakobs, dem schon beim *Spiegel* die journalistische Freiheit über alles ging. Oder Matthias Matussek, der einem im Internet mehr als Komödiant entgegen springt, als der egomanische Heinrich-Heine-Kenner, der er auch ist. Oder gar Stefan Niggemeier, der mit seinem *Bildblog* für die Wahrheitsfindung mehr leistet, als manche Zeitungsredaktion. Oder der Literat Peter Glaser, von dessen klarer Sprache schon manche des Öfteren profitieren konnten.

Ja, »Deutschlands neue Wortführer« sind ein besonderes Völkchen kreativer, wagnisorientierter und erfinderischer Journalisten-Unternehmer, ähnlich den Augsteins, Friedmans oder Nannens nach dem Zweiten Weltkrieg. Wie seinerzeit stehen auch heute die Medien an einem Scheideweg. Neue Karrieren bereiten sich vor.

Die Frage ist, ob sich das Internet nicht eine Art *Code of Conduct* geben sollte, wie er stillschweigend jahrzehntelang für die alten Medien gegolten hat. Wir »Bellheims« sind gerne bereit, für die neuen Kollegen Formulierungshilfe zu leisten. Erste Ideen und Hinweise finden sich schon in diesem Buch.

Manfred Bissinger, im Februar 2009