

Die letzten Dandys

Michael Bahnerth und Mark van Huisseling gehören zu den umstrittensten Journalisten, obwohl sie kaum je über Politik oder Wirtschaft schreiben. Sie schreiben über sich selbst, auch dann, wenn sie über andere schreiben. Sie sind unsere letzten Vertreter des Dandy-Journalismus.

Herr Bahnerth, Herr van Huisseling: Wer von Ihnen ist bei Berufskollegen unbeliebter?

Michael Bahnerth: Das muss wohl Mark van Huisseling sein. Er ist gefährdeter diesbezüglich, einfach weil er in Zürich arbeitet und dort mehr Berufskollegen hat.

Mark van Huisseling: Persönlich glaube ich, dass ich beliebt bin. Zumindest bei denen, die mich kennen. Aber der Konkurrenzkampf in Zürich ist hart, und entsprechend gross ist der Neid auf jeden, der irgendwie auffällt.

Ich-Sucht, Schnöseligkeit und ein rein ästhetischer Massstab: Einverstanden, wenn ich Sie als journalistische Dandys bezeichne?

Bahnerth: Ich weiss nicht, ob Dandy das richtige Wort ist. Und ein rein ästhetischer Massstab? Ich denke eher, dass ich einen hohen ethischen Massstab habe. Dass die Leute, die bei mir moralisch durchfallen, dann möglicherweise auch noch scheisse aussehen, dafür kann ich nun wirklich nichts.

van Huisseling: Ich finde, Dandy ist ein Kompliment. Aber mit „Schnöseligkeit“ bin ich nicht einverstanden. Damit verbinde ich Schludrigkeit. Und die muss ich mir nicht vorwerfen lassen. Immerhin gab es noch nie eine Gendarstellung.

Bahnerth: Im Grunde kümmert mich nicht gross, ob die Leute denken, ich sei ein Dandy, ein Playboy, depressiv, habe ein Problem mit Frauen etc. Unter dem Strich sind das ja wahrscheinlich alles Neider.

van Huisseling: Es gibt doch diesen italienischen Begriff der Sprezzatura – die Kunst, etwas Schwieriges ganz leicht erscheinen zu lassen. Das war eigentlich immer mein Ziel.

Bahnerth: Du hast recht. Man kann jederzeit 30 Fremdwörter auswendig lernen, die nur zehn Prozent der Leute verstehen. Aber das ist nur Bluff. Das Komplizierte in einfachen Worten sagen zu können, ist das wirklich

Schwierige. Darum gibt es auch so viele Journalisten, die das Komplizierte noch komplizierter machen. Zum Beispiel Daniel Binswanger.

van Huisseling: Der hat allerdings eine beachtliche Karriere hingelegt. Mit dem richtigen Look, den richtigen Themen, im richtigen Medium. Ich glaube, die Idee dazu hatte allerdings nicht er, sondern Finn Canonica. Macht aber nichts, oder?

Bahnerth: Nein.

van Huisseling: Auf der anderen Seite kann man natürlich auch im Seichten ertrinken.

Bahnerth: Klar. Aber man kann auch über das Seichte zur Tiefe gelangen und dann ertrinken.

Eine für Dandys wesentliche Frage: Wer ist besser angezogen: Markus Somm oder Roger Köppel?

van Huisseling: Ich denke, Roger Köppel hat seinen Stil gefunden. So ein bisschen KMU-Chef.

Bahnerth: Markus Somm trägt tolle Anzüge, lediglich an der Frisur könnte er noch arbeiten. Zu Roger Köppel: Als ich für die Bundesratswahl ein paar Tage in Bern war, hatte Köppel meiner Meinung nach drei Tage lang dasselbe Jackett an. Das geht gar nicht. Aber letzten Endes sind unsere Chefs Intellektuelle. Da müssen wir vielleicht ein wenig grosszügigere Massstäbe anlegen.

van Huisseling: Nicht unbedingt. Ich weiss, dass sich Roger mit Stil auseinandergesetzt hat. Ich glaube, er hat dann einfach mal den Punkt erreicht, an dem man sagt: „Ich habe genug Sorgen. Ich will mir nicht über meine Kleidung den Kopf zerbrechen müssen.“ So tendiert man eben zu einer Uniform. Für mich macht er es richtig. Die einfachste Stilregel, die ich jedem Mann mit auf den Weg geben kann, ist, sich einen Anzug zu kaufen. In einem

Anzug kann man 90 Prozent der potenziellen Stilsünden gar nicht mehr begehen.

Köppel hätte eine Stilberatung bei gewissen „Weltwoche“-Titelseiten nötig. Die über kriminelle Ausländer vom vergangenen Januar sah aus wie von Julius Streicher gemacht.

van Huisseling: Beauty is in the eye of the beholder. Ab und zu erlebe ich live mit, wie viel Gehirnarbeit in diese Titelseiten einfließt. Das ist alles durchdacht und gewollt. Und das Ergebnis kommt dann so an wie bei Ihnen. Oder vielleicht so, wie beim Absender gewünscht. Ich weiss es nicht. Aber es ist auf jeden Fall nicht zufällig.

Bahnerth: Ich würde gerne auf die wirklich wichtige Frage zu sprechen kommen, warum es so viele schlecht angezogene Journalisten gibt.

van Huisseling: In der Schweiz meint man, dass eine sorgfältig gewählte Hülle auf einen inhaltsarmen Menschen hinweist. Ich finde das falsch. Ich denke, Stil hat auch viel mit Haltung zu tun. Nehmen wir den grossen Tom Wolfe in seinem geckenhaften weissen Anzug. Das hätte Wolfe jetzt wirklich nicht nötig. Er könnte sagen: „Ich bin ein Geistesriese und lasse mir die Haare aus den Ohren wachsen.“

Bahnerth: Auf der anderen Seite gibt es natürlich den fantastischen Hunter S. Thompson, der nicht wirklich ein Stilgott war und trotzdem Haltung bewies. Hunter lebte in der Nähe von Aspen. Und da gab es Bürgermeisterwahlen. Hunter liess sich aufstellen, wollte aber gar nicht Bürgermeister werden. Er wollte einfach den, der Bürgermeister werden wollte, unbedingt verhindern. Das war so ein ultrakonservativer Typ mit Bürstenhaarschnitt. Darum liess sich Hunter eine Glatze rasieren und sprach dann immer von seinem „langhaarigen Kontrahenten“. Das finde ich grossartig. „My long-haired opponent.“

van Huisseling: Gibt es bei der „Basler Zeitung“ eigentlich eine Direktive, wie man sich anziehen soll?

Bahnerth: Ich sage den Leuten immer, dass sie sich anständige Schuhe kaufen sollen. Anständige Schuhe sind enorm wichtig, bei den Schuhen trennt sich ja die Spreu vom Weizen. Im Sommer habe ich Shorts verboten. Hat aber niemand ernst genommen.

Wäre der Schweizer Journalismus besser, wenn sich die Schweizer Journalisten besser anziehen würden?

Bahnerth: Zumindest sähe der Schweizer Journalismus dann besser aus.

van Huisseling: Ich würde es von der anderen Seite her angehen: Wären die Journalisten besser angezogen, hätten sie mehr Haltung, mehr Ambition, wären gebildeter, würden am Arbeitsplatz bessere Leistungen erbringen. Obwohl ich, ganz ehrlich gesagt, nicht finde, dass der Schweizer Journalismus schlecht ist.

Bahnerth: Stimmt. Es gibt schon ein paar, die schreiben können. Aber in meiner Wahrnehmung gibt es relativ wenige Leute, die von unten nachkommen. Wir alten Säcke können ja noch immer machen, was wir wollen. Das ist mein Eindruck, womöglich ist es aber auch Selbstüberschätzung. Im Übrigen mag ich den Jean-Martin Büttner irgendwie.

van Huisseling: Der schreibt aber nur zwei Mal im Jahr über Bob Dylan, oder?

Bahnerth: Richtig. Und auch nur, wenn er gut drauf ist.

van Huisseling: Ich muss sagen, dass ich nicht mehr Experte für Schweizer Journalismus bin. Seit meiner Selbstständigkeit habe ich aufgehört, Schweizer Zeitungen regelmässig zu lesen. Ich kann mir erstens nicht die Abonnements leisten – 741 Franken für die „NZZ“ mit der „NZZ am Sonntag“! – und zweitens nehme ich mir nicht die Zeit dafür. Ich lese jede Woche den „New Yorker“ von vorn bis hinten. Und den „Economist“, wegen meines bescheidenen Vermögens. Und monatlich „Vanity Fair“, die amerikanische Ausgabe.

Die Verwandlung des Mark van Huisseling in MvH war ein Markenaufbau wie aus dem Lehrbuch. Die Sonnenbrille als Markenzeichen, die Klammersätze als Erscheinungsbild.

van Huisseling: Wie so oft kommt der Masterplan erst im Nachhinein. Ich war Korrespondent in London, wo Edelfedern und grosse Schriftsteller auch über scheinbar kleine Dinge schreiben. Smart writer, dumb stuff. Dieses Konzept wollte ich in die Schweiz holen. Die Idee mit den Initialen MvH kam vom damaligen „Weltwoche“-Produktionchef Andreas Dietrich. Ich glaube, das war, weil Mark van Huisseling als Kolumnenüberschrift einfach zu lang war. Wenigstens das mit der Sonnenbrille war dann meine Idee, weil ich dachte, dass irgendwie jeder ein Markenzeichen braucht. Che Guevara hatte das Béret, Helmut Schmidt die Zigarette. Für mich war es eben die Sonnenbrille.

Bahnerth: Man macht nie einen Fehler, wenn man eine Sonnenbrille aufsetzt.



Mark van Huisseling (l.), Michael Bahnerth: Sonnenbrillen, gut geschnittene Anzüge und keine Angst vor hohem Risiko bei den eigenen Texten.

Wie sehr hat es Sie geärgert, dass die Domain www.mvh.ch schon dem Musikverein Herisau gehört?

Bahnerth: Oh – shit happens. *(lacht)*

van Huisseling: Ja, das war der erste harte Schlag. Der zweite war, dass meine Exfrau www.vanhuisseling.ch besetzt hat.

Kommen wir zu Ihnen, Herr Bahnerth. Ihr Porträt der Basler Regierungsrätin Eva Herzog sorgte für Aufruhr. Gerüchte, Fantasien, Unterstellungen: Constantin Seibt fand, der Artikel sei „quasi mit dem Pimmel gemalt“.

Bahnerth: Ja, ja, der Seibt. Schreibt der noch? Also, ich hatte bei diesem Porträt nie das Gefühl, dass ich Frau Herzog ernsthaft verunglimpfe. Ich finde ebenfalls nicht, dass ich sämtliche Frauen in ihrer Würde verletzt oder gar generell den Feminismus angepinkelt habe. Ich war wirklich erstaunt, was für ein Shitstorm da kam.

Sie lächeln maliziös, während Sie das sagen.

Bahnerth: Ich schmunzle, richtig. Sehen Sie: Frau Herzog hatte einem Interview zuerst zugestimmt, dieses dann aber wieder abgesagt. Also schrieb ich den Text kalt. Ich finde, als Regierungsrätin gehört es einfach dazu, dass man auch ein bisschen was Privates preisgibt. Ich wollte ja nicht über die Farbe ihres Höschens schreiben oder den Umgang mit dem Klimakterium. Ich habe dann ein wenig spekuliert, was der Grund ihrer Weigerung sein könnte. Hatte sie vielleicht mal in ihrer Studentenzeit eine lesbische Phase gehabt und mit ihrer Geliebten im Bett einen Joint geraucht? And if so, who

the fuck cares? Ausser die SP natürlich, ein mimosenhafter Frauenclub, auch was die Männer angeht.

Darf ein Journalist alles schreiben, solange er gut schreibt?

Bahnerth: Das nicht. Aber ich hatte nie das Gefühl, dass ich da irgendwelche Grenzen dermassen überschreite, dass ich extrem beleidigend und frauenfeindlich würde.

Wollten Sie einfach Ihre eigene Version von „Frank Sinatra Has a Cold“? Wenn Frau Herzog ein Interview verweigert, dann philosophiert man eben über die psychologische Bedeutung ihrer rotgefärbten Haare ...

Bahnerth: ... und kolportiert das Gerücht, dass sie eine Affäre mit einem Berufskollegen hat? Nein. Was ich im Schweizer Journalismus einfach vermisse, das sind Artikel, bei denen sich der Schreiber was traut, die kein Anästhetikum sind. Nicht, dass ich jetzt Provokation ein ultimativ tolles Stilmittel fände. Aber es ist schon sehr betulich hier. Übrigens: Gibt es noch mehr Wein?

van Huisseling: Ich glaube, es geht einfach darum, dass man hinget und beschreibt, was man sieht. Mit der klaren Deklaration, dass man gerne mehr erfahren hätte, aber die handelnden Personen nicht zur Verfügung standen. Vermutlich aber lag Mischa mit vielem richtig, was er geschrieben hat. Ich habe über einige Prominente kalt geschrieben, und als ich sie dann kennenlernte, habe ich festgestellt, dass ich mit meiner Einschätzung meistens recht gut lag. Das ist schön – man hat Menschenkenntnis bewiesen. Auf der anderen Seite ist es aber auch ernüchternd, wie wenig sich hinter der Fassade verbirgt. Ich habe vor Jahren mit Wolfgang Joop über Selbstfindung gesprochen. „Selbstfindung und dieser ganze Quatsch“, meinte Joop. „Es ist erstaunlich, wie wenig dann da ist, wenn man sich gefunden hat.“

Bahnerth: Das ist ein Zitat. Das ist nicht von ihm.

Woody Allen vielleicht?

van Huisseling: Gut möglich. Das macht Joop gern. Eigentlich wollte er ja nur, dass ich sage: „Nein, nein, Herr Joop. Bei Ihnen ist bestimmt ganz viel da!“

„Manchmal erinnert MvH an den Song ‚Loving is easy‘ von Barclay James Harvest“, hat Herr Bahnerth geschrieben. Sie hätten jetzt die

Gelegenheit, ihm für diese Beleidigung eine reinzuhauen, Herr van Huisseling.

van Huisseling: Warum denn? Ich finde das super, wenn man unbeschwert und leichtfüssig durchs Leben zieht. Ich fand es auch gut, dass mich Mischa als schreibenden Manager beschrieben hat. Das ist die Realität.

Sie haben ja auch einigen Besitz zu verwalten: Wohneigentum im Zürcher Kreis 8 und in der Altstadt von Ibiza, ein Porsche, Brioni-Anzüge – das Leben ist gut zu Ihnen.

Bahnerth: Vielleicht liegt es daran, dass Mark auch gut zum Leben ist.

Haben die Kritiker von MvH nicht realisiert, dass in Wahrheit nichts tiefer ist als die Oberfläche? In den Stars, die wir anhimmeln, enthüllen sich unsere Sehnsüchte.

van Huisseling: Ich glaube tatsächlich, dass meine Kritiker nicht so weit gedacht haben. In Wahrheit gibt es nichts Besseres für einen Star, als kontrovers behandelt zu werden. Ein Star braucht einen Teil der Öffentlichkeit, der ihm nicht wohlgesonnen ist. So können sich seine Fans rückversichern, dass sie das Richtige tun, dass sie die reine Lehre vertreten.

Ich komme noch einmal auf die Verwandlung des Mark van Huisseling in MvH zurück. Ist das ein Rat, den Sie Journalisten geben würden? Macht euch zur Marke?

van Huisseling: Ich denke, wenn man unverwechselbar oder sonst irgendwie unersetzbar wird, dann ist das nur ein Vorteil. Bei Ringier ist es ja mittlerweile so, dass es am Morgen heisst: „Bahnerth: Heute SMS-News-Gruppe, 30 Zeichen.“ Dann ist es doch prima, wenn man sagen kann: „Moment mal, ich bin ein Dandy und schreibe das Porträt einer Politikerin, die ein Interview verweigert, und brauche dafür noch vier Wochen.“

Bahnerth: Stimmt. Und trotzdem mag ich das Wort Dandy immer noch nicht. Aber „divenhaft“ ist okay. Dass man sich die Wahl der Themen nicht diktieren lässt. Dass man nach dem Lustprinzip arbeitet. Am Ende läuft es natürlich darauf hinaus, dass ich nichts anderes kann. Oder nichts anderes gut kann.

van Huisseling: Du musst gar nicht gut sein. Nur besser als die anderen, sagt Roger Köppel. Dabei kommt mir entgegen, dass die meisten Männer im Journalismus ab 40, spätestens 50 in die Relevanz-Falle gehen. Dann wollen sie nur noch über Obama, Putin und, EU-Ausgangsschreibe. Aber nicht über etwas,

INFO

Literarische Dandys

Von Lord Byron über Charles Baudelaire hin zu Oscar Wilde: Im 19. Jahrhundert gab es immer wieder literarische Dandys. Sie zeichneten sich durch extravagante Kleidung, einen verfeinerten Geist und die Verachtung bürgerlicher Moralvorstellungen aus. Heute sind es vor allem die Vertreter des New Journalism, die sich als Dandys inszenieren, allen voran der stets cremefarben gekleidete Tom Wolfe („Fegfeuer der Eitelkeiten“).

was mit People oder Stil zu tun hat. Da wird einem ein riesengrosses Feld überlassen, wo man wirklich etwas Eigenes machen kann.

Bahnerth: Weil du dann eben nicht in diesen alten Korsetts drinsteckst: Ausland, Wirtschaft, Feuilleton usw. In den, wie man so sagt, seichten Seiten der Zeitung – im Klatsch, in der „Gesellschaft“, im „Leben“ – kannst du dich ja so richtig austoben. Und oft kommt dabei auch mehr heraus als bei all jenen, die immer relevant, intellektuell und politisch sein wollen. Die haben so Scheuklappen, dass ihre Texte am Ende nur noch blinde Scheisse sind.

van Huisseling: Ich möchte jetzt das Tyler-Brûlé-Prinzip anwenden: Ich kritisiere etwas in der Hoffnung, einen Auftrag zu bekommen. Was ich wirklich bescheiden finde, ist die „Sonntagszeitung“. Als Wirtschaftsjournalist war ich früher immer aufgeregt, was die jetzt wieder für einen Scoop landen. Was heute kommt, ist überschaubar. Das beweist für mich einmal mehr, dass aus einem guten Rechercheur kein guter Chefredakteur werden muss. Ein Chefredakteur muss ein Blattmacher sein. Er muss ein Gefühl haben für Storys, die in der Luft liegen. Wenn man die „Sonntagszeitung“ liest, findet man aber nicht einmal heraus, was für eine Jahreszeit herrscht.

Bahnerth: Genau das ist doch die grosse Tragödie des Journalismus – dass er einen oft nicht mehr wirklich interessiert. Also mich zumindest.

Eigentlich sind Sie ja auch Schriftsteller, Herr Bahnerth, vor allem in Ihrer Kolumne „Bahnerths Maladien“. Kein anderer Schweizer Journalist erzählt auch mit so viel leiser Zärtlichkeit.

Bahnerth: Sagen Sie mal, Herr Imseng: Sind Sie schwul?

Ist Sprache Ihre Geliebte? Muss der Journalismus literarischer werden? Brauchen wir Erzählungen aus der Wirklichkeit?

Bahnerth: Unbedingt! Die Leute lesen zwei Seiten über Karl den Kühnen, der rein gar nichts mit ihrem Leben zu tun hat, sofern die gut geschrieben sind. Ein guter Text funktioniert immer.

van Huisseling: Vor allem bei Bezahl-Print. Das ist ja ein Premium-Produkt für Sehschwache ab 55. Ich glaube wirklich, dass die die Musse und Intelligenz für anspruchsvolle Texte haben.

Bahnerth: Vergessen wir die News! Schreiben wir über Sehnsucht und Verlust, über das Leben und den Tod. Das sind doch die Dinge,

die die Leute wirklich interessieren. Aber da fehlt halt auch der Mut dazu. Wir wissen ja, wie die Verleger klagen: „Wir sind alle am Arsch. Print ist tot. Noch fünf Jahre vielleicht.“ Mark hat aber seinen Sonderfrieden gemacht, nicht wahr?

Als Journalist und Corporate Publisher. Ein hybrides Geschäftsmodell.

van Huisseling: Ich sehe das anders. Wenn ich zum Beispiel für die „Weltwoche“ die Stil-Beilage mache, dann darf da nichts Negatives drinstehen. Wenn ich hingegen für das Kundenmagazin einer Firma eine Reisereportage über Lappland mache und schreibe: „sprödes Hotel, unattraktive Gäste, schlechtes Frühstücksbüfett – fahren Sie besser nach Grindelwald“, dann sagt der Marketingleiter dieser Firma: „Ist doch lustig. Wir haben ja keine Aktien von Reiseunternehmen in Lappland.“ Ein Verlag hingegen würde finden: „Moment mal: Lappland hätte vielleicht eine Anzeige geschaltet.“ Also komme ich heute zum Schluss, dass Corporate Publishing eigentlich die letzte Freiheitsbastion ist. In diesem Rahmen kannst du machen, was du willst.

Erste Schlussfrage: Hat Mark van Huisseling schon einmal bereut, MvH geworden zu sein?

van Huisseling: Ich habe mir damit eine Auflage gemacht, die manchmal schwierig zu erfüllen ist. Ich muss öffentlich meinem Image entsprechen. Ich kann keine Nachsicht verlangen. Aber über alles gesehen überwiegen die Vorteile stark.

Zweite Schlussfrage, nun an Herrn Bahnerth: Sie schreiben, dass Sie als junger Mann ein „kleiner, narzisstischer Idiot“ waren. Und heute?

Bahnerth: Ich werde wahrscheinlich immer ein Stück ein kleiner, narzisstischer Idiot sein. Nur weiss ich das jetzt. Man ist, glaube ich, als Schreiber immer Egozentriker. Und von mir aus auch Dandy. Aber anders geht es ja nicht. Du hast ja nur dich selbst als Waschmaschine, wo das ganze Zeugs reinkommt. Und wenn es wieder rauskommt, sagst du: „Guck mal hier: So sieht die Welt aus, wenn ich sie gewaschen habe.“ Insofern labe ich ganz gut am Nektar meiner Neurosen.

DOMINIK IMSENG
arbeitet als Werber und Journalist in Zürich.

www.dominikimseng.com



ZU DEN PERSONEN



Michael Bahnerth

Michael Bahnerth wurde 1964 in Basel geboren. Er schrieb für die „Weltwoche“, „Facts“ und das Magazin der „FAZ“, bevor er nach Berlin zog und für die Ressorts Leben und Reisen der „Zeit“ tätig war. 2011 kehrte Bahnerth nach Basel zurück und ist heute Textchef und Mitglied der Chefredaktion der „Basler Zeitung“. 2015 erschien von ihm „Marieli Colomb“, das literarische Porträt eines in den 1970er-Jahren verstorbenen Basler Stadtoriginals.



Mark van Huisseling

Mark van Huisseling, Jahrgang 1965, ist seit 2002 Kolumnist der „Weltwoche“, für die er auch die Stil-Beilage „WW-Magazin“ leitet. Ausserdem ist er für verschiedene Kundenmagazine verantwortlich. Der gebürtige Berner hat drei Bücher veröffentlicht: „How To Be A Star“ (2006), „Wie man berühmte Menschen trifft“ (2009) und „Zürich“ (2013), ein Essay über die Zwinglistadt. Im Moment schreibt er an seinem ersten Roman. Mark van Huisseling lebt in Zürich und auf Ibiza.