

BOULEVARD

Wirtschaftspapst? Wendehals!

Einst war Hans-Olaf Henkel ein Freund der „Bild“. Dann kam das Zerwürfnis mit Chefredakteur Kai Diekmann. Vier Jahre danach rechnet das Blatt mit ihm ab.

Auf Seite zwei hat „Bild“ mehrere Spalten freigeräumt. Über einem Foto des früheren BDI-Chefs und heutigen Euro-Skeptikers Hans-Olaf Henkel, 71, stehen in großer Schrift Beschimpfungen: „Ranschmeißer“, „Trittbrettfahrer“, „Wendehals“. Der Text darunter ist eine Attacke. Es geht um den Euro und Henkels Kehrtwende bei diesem Thema, um seine öffentlichen Auftritte, seine Eitelkeiten. Darum, dass er sich ein bisschen selbst ins Abseits geredet hat in den vergangenen Monaten.

So weit geht das in Ordnung. So weit muss Henkel das ertragen. So weit ist das im Rahmen dessen, was ein Boulevardblatt wie „Bild“ macht. Natürlich kann jeder der Meinung sein, dass Henkel nervt. Und viele sind es auch.

Doch der Text ist auch mehr. Er ist eine öffentliche Demontage, die nicht auf die Positionen Henkels zielt, sondern auf seine Person.

Da wird insinuiert, Henkel habe nur deshalb eine Euro-kritische Haltung, weil er eine US-Großbank berät. Einen Beleg für diese Rufschädigung gibt es nicht. Anonyme Kritiker stehen da für „fast alle, die man in Berlin auf Henkel anspricht“. „Bild“ wirft ihm vor, er lasse sich „öffentlich gern Ex-BDI-Präsident nennen“, das wirke „seriös, wichtig“. Dabei nennt ihn das Blatt in der Überschrift selbst Ex-BDI-Chef. Und dann steht unter dem Foto, das ihn mit seiner Ehefrau und deren Zwillingsschwester zeigt: „Eine Frau ist nicht genug.“

„Bin ich jetzt auch schon Bigamist?“, empört sich Henkel. Und: „Ich habe mich in einer Frage korrigiert und gebe das auch öffentlich zu. Ist das verwerflich?“

Jahrelang konnten Henkel und „Bild“ gut miteinander. Von 2001 bis 2007 war der Ökonom mit mehr als hundert Kommentaren

präsent. „Bild“ lobte zudem seine Bücher und druckte vorab Auszüge.

Dann kam der Bruch. Henkel hatte wieder einmal ein Buch geschrieben, „Der Kampf um die Mitte“ hieß es. Er bot das Buch „Bild“ zum Vorabdruck an. Nichts geschah. Das Buch kam ohne die bisher gewohnte publizistische Hilfe heraus. Einen Monat später erschien ein Buch von „Bild“-Chefredakteur Kai Diekmann, „Der große Selbst-Betrug“. Es ist im gleichen Genre angesiedelt wie Henkels Bücher, dem der konservativen Gesellschaftskritik.

Auf einer Party, so erzählt Henkel, habe ihn ein Freund angesprochen, wie es mit dem Buch so laufe. Nicht so toll wie sonst, habe er gesagt. Ohne „Bild“ sei es schwerer, zudem sei da ja noch Diekmanns Buch.

Irgendwie muss wohl dieser Small Talk auch Diekmann zu Ohren gekommen

sein. Ende November 2007 schrieb er einen Brief an Henkel. „Mit Verbundung“ habe er gehört, dass „Sie Ihrem Ärger über den Nicht-Abdruck Ihres jüngsten Buches coram publico Luft gemacht haben“.

„Lieber Herr Henkel, ich wusste gar nicht, dass Ihnen meine Telefonnummer entfallen ist“, schrieb der „Bild“-Chef weiter. „Entfallen scheint Ihnen ebenfalls zu sein, wie intensiv sich ‚Bild‘ in den letzten Jahren Ihrer Bücher angenommen hat.“ Eine „kleine Erinnerungsstütze“ war dem Brief beigelegt: insgesamt 18 Buchauszüge oder Artikel, in denen Henkel bejubelt wird. Mehrmals als „Gewinner des Tages“ auf Seite eins.

Da war Henkel für „Bild“ noch „Supermanager“, „Wirtschafts-Papst“, „unser klügster Manager“, „Industrie-Kapitän“, „wortgewaltiger Vorkämpfer für die Marktwirtschaft“, „Bestseller-Autor“, „Boss der Bosse“ und „Überzeugungstäter“ – keine Spur von „Wendehals“, „Ranschmeißer“, „Trittbrettfahrer“.

Dann machte Diekmann noch einmal klar, mit wem es sich Henkel gerade verscherzt hat: „Bild“ habe in den vergangenen Wochen und Monaten jede Menge Sachbücher anderer Autoren „ordentlich in die Bestseller-Listen gebracht“. Diekmann beendete schließlich die „weitere Zusammenarbeit“ mit Henkel. Seit dem Tag findet der in „Bild“ kaum mehr statt, und wenn, dann nicht positiv.

Vermutlich ist der aktuelle Text keine späte Rache für das alte Party-Gerücht. Weshalb ein Springer-Sprecher recht haben mag, wenn er bemerkt, „eine Kausalität zwischen aktueller Berichterstattung und Kolumnenende“ von Henkel sei „abwegig, da dazwischen ein Zeitraum von vier Jahren liegt“. Diekmann selbst äußert sich nicht zum Fall Henkel.

Der Fall zeigt jedoch, was es heißt, ein Freund der „Bild“ zu sein – und es nicht mehr zu sein. Henkel hat von der einen, der angenehmen Seite der „Bild“, jahrelang profitiert. Jetzt ist er ein Opfer der anderen, der unangenehmen Seite der „Bild“, geworden. Er sieht das Blatt jetzt als „veritable Rufvernichtungsmaschine“.

Einmal noch hebt „Bild“ Henkel nach dem Zerwürfnis auf die Titelseite. Unter der Schlagzeile: „Die 30 nervigsten Talk-Show-Gäste“ steht Henkel ganz oben auf Platz eins. Erklärung: „Schon sein Blick durch die randlose Brille sagt: ‚Ich-hab-recht-und-du-bist-ne-Bratwurst!‘“



OLIVER LANG / DAPD

Chefredakteur Diekmann: Die andere, unangenehme Seite



„Bild“-Zeitungsausschnitt: „Bin ich jetzt schon Bigamist?“

MARKUS BRAUCK