Ein Mannsbild

Einsam, orientierungslos, unverstanden: Viele junge Männer stecken in der Krise. Einer, der sie erreicht, ist der Podcaster Tim Gabel. Was ist sein Geheimnis?

Von Jonas Junack, Süddeutsche Zeitung Magazin, 08.08.2025

Aufsteigergeschichten sind gerade out«, hatte sein Mitarbeiter gesagt, sie seien auserzählt. Wenn er richtigliegt, sind die Jungs da draußen übersättigt von all den Videos, in denen man ihnen erklärt, wie sie in kürzester Zeit zum Millionär werden. All die Geschichten über den Erfolg, der am Ende doch fast nie einen von ihnen trifft.

Dann tritt Tim Gabel ein. Er ist von oben bis unten gekleidet in Stoffe seiner eigenen Modemarke olakala. Seine Füße stecken in Crocs, geformt wie Schlangenköpfe, unter seinem hautengen Strickpolo zeichnen sich die Muskeln ab. Sein Schädel ist rasiert. Und an seinem Handgelenk schimmert eine Patek Philippe Nautilus. Der Preis dieses Sammlerstücks liegt zwischen 90 000 und 120 000 Euro, schätzt Gabel.

Ein Händedruck, dann nimmt er Platz. Gabel ist der Sohn einer alleinerziehenden Mutter. Wegen des Jugoslawienkriegs floh sie aus dem heutigen Montenegro nach Deutschland. In Stuttgart wuchs er auf – arm in einer reichen Stadt, mit 1,75 Metern eher klein unter großen Jungs. »Ich habe meine kleine Traumata-Welt, aus der kann man erklären, wie ich funktioniere«, sagt er.

Vor ein paar Monaten ist er 30 geworden. Heute hat er mehr als 50 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, eine Modemarke, eine Fitness-App, zwei Podcasts, eine Talentmanagementfirma und mehr als 900 000 Follower auf Youtube. Auf Instagram folgen ihm knapp eine halbe Million Menschen. Und der Tim Gabel Podcast generiert jeden Monat Klicks in zweistelliger Millionenhöhe.

Eva Wilkens ist Head of Partnership bei Youtube, unter anderem für Deutschland, und leitet die Zusammenarbeit mit Influencern wie Gabel. Sie sagt: »Er gehört zu den erfolgreichsten deutschsprachigen Podcastern auf Youtube.« Aber das Wichtigste ist: Fast alle seine Follower sind Männer, der Großteil von ihnen ist unter 35 Jahre alt. Diese jungen Männer verbringen im Alter von 18 bis 25 durchschnittlich 29 Stunden pro Woche mit digitalen Medien, also in Gabels Reich, am Bildschirm ihrer Smartphones.

In der analogen Welt sind fast 40 Prozent der Männer in Deutschland laut einer Untersuchung des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung »sozial einsam«. Das heißt, dass sie keinen Menschen haben, auf den sie sich verlassen können, dem sie sich anvertrauen. Der Soziologe Klaus Hurrelmann hat erforscht, wie Männer aufwachsen. Während Frauen ermutigt würden, aus traditionellen Rollenbildern auszubrechen, gebe es bei ihren männlichen Altersgenossen eine Art Orientierungslosigkeit: »Wir haben eine Krise des Selbstverständnisses junger Männer«, sagt Hurrelmann. Diese Krise nehme ihren Anfang in der Schule. Jungs hätten einen großen Bewegungs- und Tatendrang, seien unruhig, mitunter aggressiv – Qualitäten, die im Bildungssystem eher negativ bewertet werden.

Dies sei eine Erklärung dafür, dass sie schlechtere Schulabschlüsse erzielen. Sie seien außerdem in vielen Studiengängen mit Numerus clausus unterrepräsentiert. Zudem wächst und akademisiert sich der Dienstleistungssektor, in dem mehr Frauen arbeiten, während der männlich dominierte Industriesektor schwächelt. Es entsteht ein immer größeres Prekariat aus jungen Männern. »Viele von ihnen haben das Gefühl, nicht mehr aufsteigen zu können in dieser Gesellschaft«, sagt Hurrelmann. Und das tut weh. Aber abgesehen von einigen Rechtsextremen ist kaum jemand da, der ihnen sagt, dass ihr Schmerz okay ist. Außer Tim Gabel.

Der zuckt mit den Schultern. »Junge Typen sind an einem Scheißpunkt«, sagt er. Daraus macht er Gold. Gabel hat im Laufe seiner Karriere eine Superkraft entwickelt, um die ihn Demokratiebeauftragte, Pfarrer und Politiker im ganzen Land beneiden: Wenn er spricht, hören die jungen Männer zu. Die Frage ist, warum gerade ihm?

Vorheriges Bild 1/5 Nächstes Bild

Er zappelt auf seinem Stuhl, schnellt in den Stand, will raus, spazieren gehen, die Stuttgarter Karlshöhe entlang, von wo man runterschauen kann auf die Stadt. Schon auf der Treppe ins Erdgeschoss sprudeln die Gedanken aus ihm heraus. Gabel spricht in Konzepten. Die »Dunbar's-Number«, die »Dead Internet Theory«, die »Leaky Bucket Theory«, der »Butterfly Effect«, der »produktivitätsgedeckte Kommunismus«. Bamm. Bamm. Bamm.

Seine Sätze klingen, als müsste jede Botschaft auch als 30-Sekunden-Clip funktionieren. Alles hat Nachdruck. Ideen und Konzepte, vor allem aus Wirtschafts- und Naturwissenschaften, kondensiert er zu immer kürzeren Punchlines. Er baut Formulierungen wie: »Algorithmen sind gesetzesanalog, weil sie eine verhaltenssteuernde Wirkung haben.« Jede noch so große Frage bekommt innerhalb von Sekunden eine abschließende Antwort.

Welche Probleme Männer haben? Ein Psychotherapeut, der erfolgreiche Männer behandelt habe, habe ihn gelehrt, dass Männer keine Freunde hätten, mit denen sie über Intimes reden könnten, dass ihr Selbstwert auf ihrer Arbeit fuße und sie ihr »komplettes Bauchgefühl« verloren hätten. Gabel sagt, er habe sein Bauchgefühl nicht verloren, das mache ihn zum »Einäugigen unter den Blinden«, wenn es um Männersachen geht.

Für seine Kritiker ist Gabel ein Werbekörper, der nur Klamotten und Apps verkaufen will. Ein Internet-Bro, der in seinen Videos über Disziplin, Gewichte und seine vielen Sexualpartnerinnen schwadroniert und gleichzeitig versucht, Geld mit seinen psychischen Leiden zu machen. Ein Bodybuilder, der versucht, einen Talkshow-Moderator zu mimen. Doch man kann die Figur Tim Gabel nicht verstehen, wenn man sich nur ihre Einzelteile anschaut.

Fitness-Influencer gibt es in den Weiten des Internets ebenso viele wie prominente Männer, die ihre psychischen Leiden verkaufen, und Typen, die Stunde um Stunde ihren Gedankenfluss ins Podcast-Mikro kübeln. Aber mit Tim Gabel ist aus all diesen Charakteren zum ersten Mal etwas erwachsen, das größer ist als seine Bestandteile. Ein Mischwesen der digitalen Männerwelt, mit einem Ziel vor Augen.

Ralf Paalen, Prokurist in Gabels Unternehmen, sagt: »Tim hat den Anspruch, im Podcast-Bereich in Deutschland die Nummer eins zu werden.« Sein Vorbild sei der US-

amerikanische Podcast-Gastgeber Joe Rogan. Dieser hat sich aus der Kampfsportszene zum erfolgreichsten Podcaster der Welt entwickelt. Donald Trumps Auftritt in seiner Show im Oktober 2024 galt manchen als wahlentscheidend. 60 Millionen Menschen schalteten allein auf Youtube ein, während die beiden über Kampfsportler und UFOs redeten. Rogans Publikum ist ebenso männlich wie das von Tim Gabel, seine Show ebenfalls eher ein Geplauder als ein Verhör. Und Rogans Popularität ist einer der Hauptgründe, weshalb die New York Times den US-Wahlkampf eine »Schlacht der Podcasts« nannte. Eva Wilkens von Youtube sagt: »Auch in Deutschland wächst die politische Relevanz von Podcasts, unter anderem weil es für eine junge Generation existenzieller wird, über ihre Zukunft zu diskutieren.«

Für seine Fans ist Gabel wohl zuvorderst das, was ihnen in der analogen Welt fehlt: eine Leitfigur, ein großer Bruder, ein Bro im Wortsinn. Vor laufender Kamera atmet er Panikattacken weg oder sagt Dinge wie: Er habe schon mit 13 Pornos geguckt, »für mich war das teilweise geiler als es in echt zu machen«. Unter seinen Videos beichten Tausende, dass sie ähnliche Probleme plagen wie ihn. Er hoffe, dass seine Arbeit dabei helfe, »dass auch nur ein Mensch vielleicht nicht in den Knast kommt«. Dies sei der Grund, weshalb er all diese Videos gemacht habe, sagt er beim Spazierengehen.

Meistens empfiehlt er, Sport zu machen und auf soziale Medien zu verzichten. In einem Video sagt er: »Junge, leg mal alles weg und fühl mal!« Seine Ratschläge mögen mitunter banal klingen. Aber Gabel hat in der Männerecke des Internets Platz geschaffen für etwas, das dort im deutschsprachigen Raum bis dato keinen hatte – Intimität. Das Erfolgsrezept: Er verkauft sein Scheitern an die Scheiternden. Die zahlen mit Zeit, indem sie sich die Werbung vor seinen Videos anschauen, oder mit Geld, indem sie seine Fitness-App abonnieren oder seine Klamotten kaufen.

Das älteste Video auf seinem Youtube-Kanal ist aus dem Jahr 2013. Gabel ist damals 18 Jahre alt, die Haare hochgegelt, mit einem Bizepsumfang von fast einem halben Meter. Beinahe täglich filmt er sich damals im Fitnessstudio. Es gibt alte Videos, in denen er so berauscht ist von der Grenzerfahrung des Krafttrainings, dass er auf einer Hantelbank in Tränen ausbricht.

2016 registrieren seine Zuschauer, die jede Muskelpartie an Gabels Körper kennen, dass er abnimmt. Eine Zyste wächst in einen seiner Lendenwirbel hinein. Zwei Bandscheibenvorfälle folgen einige Jahre später. Die Bodybuilder-Karriere ist vorbei, da ist er 21. Aber die Extreme bleiben Teil seines Standardrepertoires. Und seine Anhänger lieben das. »Ich habe darüber nachgedacht, mich umzubringen«, sagt er in einem Video, in dem er diese Phase reflektiert. Ein Fan schreibt: »Tim findet einfach die Worte für die gleichen Gedanken, die ich habe, aber halt nicht in Worte fassen kann.«

In den ersten Jahren nach seiner Verletzung erkennt Gabel, dass er bei vielen jungen Männern noch erfolgreicher ist, wenn er ihnen zeigt, dass er ihre Probleme teilt. Und Probleme gibt es genug. Zu den Symptomen der Männerkrise gehörten psychische Leiden, weniger Lebensqualität und das Fehlen eines positiven Selbstbildes, sagt der Soziologe Klaus Hurrelmann. In einer Studie der Technischen Universität Ilmenau heißt es, ein Influencer schaffe ein »Einer-von-uns«-Gefühl, sei zugänglich und ähnle seinen Fans. Und Gabel gibt sich jede Mühe, diese drei Anforderungen zu erfüllen. 2018 schließt der einstige Bodybuilder seine erste Verwandlung ab. Er vermarktet fortan nicht mehr sein Äußeres, sondern sein Inneres.

Immer öfter nimmt er von da an ein Videoformat namens »Realtalk« auf, das hauptsächlich daraus besteht, dass er mit seinen Kumpels spazieren geht und so lange fragt: Wie geht’s dir, Bro?, bis sie ernsthaft darauf antworten. Er erklärt, wie man, seiner Meinung nach, möglichst viele erfolgreiche Dates hat, was man tun kann, wenn man pornosüchtig ist, oder warum man nicht zu viel kiffen sollte.

Sein Erfolg erzählt mindestens so viel über den Zustand seiner Fans, die versuchen, sich in ihm zu spiegeln, wie über ihn. Am Morgen im Fitnessstudio, zwischen Klimmzügen und Kurzhanteltraining, hatten sie ihm zugenickt und ihm die Hand gegeben wie einem Bürgermeister. Und jetzt, während er durch die Straßen schlendert, werfen sie ihm verstohlene Blicke zu. Wenn sie ihm direkt gegenüberstehen, versteift sich sein Rücken, seine Bewegungen werden eckiger als in seinen Videos. »Es ist, als würdest du auf eine Party kommen, und vielleicht kennen dich alle«, sagt er. Manchmal scheint es, als würde ihn das auch heute noch überraschen.

»Immer mehr junge Männer fühlen sich von der Kirche, dem Staat und den Medien nicht mehr angesprochen – die reden da über ihre Köpfe hinweg«, sagt Klaus Hurrelmann. Dass ihre Krise weitreichende politische Folgen hat, ist spätestens seit der US-Wahl im November 2024 klar. Nachdem die Demokraten einen Großteil dieser Wählergruppe an Trump verloren hatten, der anders als seine Konkurrentin Kamala Harris regelmäßig in den Bro-Podcasts des Landes abhing, kündigten sie an, sich dieser Wählergruppe aufmerksamer zu widmen. Offenbar hatten sie sie vergessen.

Auch in den deutschen Parteizentralen ist das Problem nun bekannt. Aber wo könnte die Politik die jungen Männer noch abfangen, wenn sie den Parteien den Rücken gekehrt haben? Kurz vor der Bundestagswahl 2025 klingelt bei Tim Gabel immer wieder das Telefon. Am anderen Ende der Leitung sind die Kampagnen-Manager vieler Bundestagsparteien.

Im Wahlkampf ist dann der Vizekanzler Robert Habeck, Grüne, bei ihm zu Gast. Auch Gregor Gysi, Linke, Christian Lindner, FDP, Sahra Wagenknecht, BSW, und Roger Beckamp, AfD, setzen sich in Gabels Podcast. Beckamp soll enge Beziehungen zu rechtsextremen Aktivisten und Neonazigruppen pflegen, behauptet das Recherchenetzwerk Correctiv. Unter dem Titel Migration außer Kontrolle? spricht er bei Gabel knapp drei Stunden lang über seine Ideen. Allein auf Youtube schauen fast 700 000 Menschen zu. Nimmt man die Zahlen von Spotify hinzu, erreicht die Podcast-Folge mit dem AfD-Politiker wohl mindestens so viele Menschen wie eine durchschnittliche Ausgabe der Talkshow von Markus Lanz. Nur dass Beckamp allein zu Gast und die Folge fast drei Stunden lang ist.

Es gehöre zur Philosophie des Formats, dass er nicht »superkritisch« sei, um sich von der Konkurrenz im Fernsehen abzugrenzen, sagt Gabel. Die Recherche und die Auswahl der Gäste ist Sache von ihm und zwei Redakteuren. Stundenlang vergrabe er sich zur Vorbereitung in Büchern, Vorträgen und Interviews, sagt Gabel. Der Ablauf ist immer gleich. Gabel fläzt sich mit seinem Interviewgast auf eine Sofalandschaft, im Schneidersitz – auch mal im Liegen – und immer ohne Schuhe oder Skript. Meistens wird geduzt. Gabel sagt: »Ich will, dass sich die Gäste wohlfühlen, auch die, die ich selber gar nicht mag.« Eine Folge dauert zwischen zwei und fünf Stunden, fast jeder Gast schweift irgendwann ab. Das ist gewollt. Nur dann geht das Konzept auf, dann

wird abgehangen. Seit fünf Jahren quatscht Gabel in diesem Rahmen mit seinen Kumpels aus der Youtube-Szene, mit Bodybuildern, Unternehmern, Finanzexperten, Foodtestern oder Zuhältern. Aber auch mit Forschern – und nun eben auch mit Politikern.

Doch nicht jedem gerät der Besuch zum Vorteil. Man muss glaubhaft chillen können. Robert Habeck und Gregor Gysi lümmeln gekonnt in Socken und Schneidersitz neben Gabel. Aber Christian Lindner und Sahra Wagenknecht hocken zeitweise so nah am Rand der Sitzfläche, als wollten sie jeden Moment los. Möglicherweise ist dieses auf seine Art anspruchsvolle Setting der Grund, weshalb CDU und SPD nie einen Politiker oder eine Politikerin in seine Show schickten, obwohl er sie angefragt hatte und beide Parteien zusammen bei den Jungwählern nicht einmal ein Viertel aller Stimmen holten.

Die Podcast-Folge mit Beckamp erscheint vier Tage vor der Bundestagswahl 2025. Ein paar Monate später sammelt ein Beitrag auf der Plattform X Tausende von Likes, der sinngemäß besagt, Tim Gabel würde auch Adolf Hitler einladen, um ihn einfach mal seine Sicht der Dinge präsentieren zu lassen. Ein Werbedeal in mittlerer sechsstelliger Höhe platzt, erzählt der 30-Jährige in einer Podcastfolge. In einem Berliner Café, sagt Linus Meiser, sein Podcastredakteur, hätten zwei Fans Gabel und ihn auf den Podcast angesprochen: Dass er nun den Rechten eine Bühne gebe, fänden sie problematisch.

Zu Beginn der Podcastfolge mit dem AfD-Politiker hatte Gabel sich mit ein paar einordnenden Sätzen an seine Zuschauer gewandt. Er sagte Sätze wie: »Ich denke nicht, dass hier ein Zombie-Mob sitzt. Ihr seid sehr intelligente Menschen.« Jetzt, mehr als vier Monate nach der Veröffentlichung, hält er an einem Aussichtspunkt an, blickt hinunter auf die Hausdächer und kneift unter der Mittagssonne die Augen zusammen. »Es stimmt«, sagt er, »das war nicht die beste Version von mir selbst. Aber ich sehe deshalb keine Untergangsszenarien.« Unter seinen Videos sammeln sich kritische Kommentare, Werbepartner ziehen sich zurück und selbst auf der Straße schlägt ihm der Unmut seiner Zuhörer entgegen: Gabel bekommt jetzt Gegenwind, aber endlich befindet er sich da, wo er hinwollte – inmitten einer politischen Debatte.

In der deutschen Youtuber-Szene leistet er damit Pionierarbeit. Mit ein paar Ausnahmen wie Rezos Zerstörung der CDU oder LeFloids Interview mit Angela Merkel war diese bis dato fast völlig von der politischen Sphäre abgeschnitten. Doch in den jüngeren Folgen des Tim Gabel Podcasts ordnet ein ehemaliger Elitesoldat die Entwicklungen im Konflikt zwischen Israel und Iran ein, ein Mathematiker aus der Finanzwirtschaft bewertet die deutsche Wirtschaftslage, und Sahra Wagenknecht ist noch einmal zu Gast, um darzulegen, wie ihrer Partei bei der Bundestagswahl übel mitgespielt worden sei.

Kleine Pause, er stößt die Tür einer Bäckerei auf. Am Tresen bestellt er ein Stück Salamipizza, ein Käsebrötchen und einen Eistee. Vor dem Laden nimmt er Platz. In einem Podcast nannte er sich einmal einen »großen Kapitalisten«. Bürokratie und Bauvorgaben machen ihn demnach rasend. Sozialabgaben und Steuerlast seien viel zu hoch, Staatsschulden eine tickende Zeitbombe. Doch nun, vor seinem Pizzastück, sagt er: »Ich bin der größte Proponent (Befürworter, Anm. der Redaktion) der sozialen Marktwirtschaft. Diese gesunde Mitte.«

Der Tübinger Medienwissenschaftler Nils Borchers beobachtet das Phänomen, dass sich Influencer politisch äußern und Räume besetzen, die einst den traditionellen Medien vorbehalten waren. Er sagt, problematisch sei, dass es dabei so gut wie keine Qualitätskontrolle gebe. Ein weiteres Problem ist, dass die Geschlechtertrennung im Internet noch verschärft wird. Gabel hat viele Mitarbeiterinnen und eine Freundin, die er aus der Öffentlichkeit raushält, aber in fast 200 Folgen seines Podcast tauchten bloß 16 weibliche Gäste auf. Das liegt an seinem maskulinen Umfeld aus der Fitnessbranche und an den Algorithmen der Plattformen. Männern werden eher Videos von und mit Männern vorgeschlagen, Frauen eher Videos von und mit Frauen. Ein Artikel im Asian Journal of Research in Education and Social Sciences, der sich X, Facebook, Youtube und anderen Plattformen widmet, kommt zu dem Schluss, dass »Algorithmen Geschlechterstereotype verstärken«.

Anfang Mai 2025 sitzt Tim Gabel in der Hamburger Messehalle auf der Bühne des OMR Festivals, eines der größten Branchentreffen der Marketing- und Digitalunternehmer Europas. Neben ihm Michael Bröcker, Chefredakteur von Table Media. Bröcker sagt, Gabel mache »Kernjournalismus«. Gabel winkt ab, aber es ist ein

Ritterschlag. Der einstige Bodybuilder und anschließende Jungsversteher macht eine zweite Verwandlung durch. Aus seiner alten Hülle schält sich eine politische Figur, ausgestattet mit dem Vertrauen einer Zielgruppe, die das Gefühl hat, von allen alleingelassen worden zu sein – außer von Tim Gabel.

Wenn man so will, ist sein Erfolg ein Indikator der Krise. Und er verdankt ihn auch der Tatsache, dass andere die jungen Männer links liegen gelassen haben, die sich nun an ihn wenden. Dass sie im Bildungssektor, im Sozialleben und auf dem Arbeitsmarkt keinen Halt finden, selbst wenn sie die Hände ausstrecken, und dass das Einzige, was sie positiv gestalten können, mitunter ihr eigener Körper ist.

Tim Gabel steht auf und schlendert zurück in Richtung Innenstadt, die Schlangencrocs schubbern über den Asphalt. Er sehe, dass er einer der wenigen sei, die einen »Sechser im Lotto plus Superzahl von Gott bekommen haben« und dass sein Weg »nicht replizierbar« sei. »Started from the bottom, get rich or die trying – das Rezept funktioniert nicht«, sagt er, was so viel heißt, wie: das Aufstiegsversprechen, es gilt nicht mehr.

Gabel wirft einen letzten Blick auf seine Armbanduhr, die fast doppelt so viel wert ist wie ein durchschnittliches Jahresgehalt. Dann verschwindet er durch die Tür seines Büros. Wenn es stimmt, was sein Mitarbeiter gesagt hatte, dass Aufsteigergeschichten out sind – dann sind Geschichten vom Scheitern besonders von jemandem gefragt, dem praktisch alles gelingt.