

Die Tempojahre

Merkmale des deutschsprachigen New Journalism am Beispiel der Zeitschrift *Tempo*

Bernhard Pörksen

1. Selbstbeschreibung eines Grenzgängers

Es gibt Schlüsselgeschichten, positive und negative, und manche schiefern zwischen den Extremen möglicher Bewertung. Zu dieser dritten Kategorie, von der man nicht weiß, ob sie eine mehr oder minder gut erfundene Anekdote oder eine leise skandalöse Selbstoffenbarung darstellt, gehört eine Episode, von der Christian Kracht berichtet. Ort der Handlung ist Neu-Delhi, Christian Kracht arbeitet zu dieser Zeit als Indien-Korrespondent für den *Spiegel*. Als im Spätsommer 1997 Mutter Teresa stirbt, erhält Kracht die Meldung von einem Mitarbeiter. Was dann geschieht, kann man in einer Illustrierten nachlesen. Er habe, so heißt es hier, die Nachricht bekommen, „als er gerade auf seiner Terrasse in Neu-Delhi eine Tasse Orange Pekoe genoss“ (Kobes 2001: 82), er habe sich gestört gefühlt und beschlossen, die Hauptredaktion nicht zu informieren. Dies blieb natürlich nicht unbemerkt, und man trennte sich von dem Indien-Korrespondenten mit seinem Desinteresse an den Konventionen der Themenselektion und den Spielregeln des Nachrichtenjournalismus. „Heute ärgere ich mich“, so wird Christian Kracht zitiert, „über diesen plumpen Versuch, das große Nachrichtenmagazin auszutricksen.“ (Zit. nach Kobes 2001: 82).

Diese Episode ist, unabhängig von der Frage ihres faktischen Gehalts, in mehrfacher Hinsicht eine Schlüsselgeschichte: Sie ist gewollt originell, ihr Wahrheitsstatus erscheint unsicher und sie illustriert zentrale Merkmale des deutschsprachigen New Journalism: radikale Subjektivität, notfalls unter Verzicht auf thematische Relevanz, ein Aktualitätsbegriff,

der sich nicht allein über die Zeitdimension definiert, die dominante Präsenz des Autors, des journalistischen Ichs. Der Protagonist der Geschichte, der, wie er an anderer Stelle behauptet, den „Jammertod der Mutter Teresa“ (Bessing et al. 2001: 184) so gerne verheimlichen wollte, war lange Zeit einer der bekanntesten Schreiber der Zeitschrift *Tempo*. Christian Kracht erscheint, wenn man seine journalistischen Lehrjahre nachrecherchiert, in gewissem Sinne als Produkt des Magazins und als der idealtypische Vertreter eines subjektiven Journalismus – mit allen Risiken und Nebenwirkungen für die Glaubwürdigkeit und den Seriositätsappeal des Gewerbes insgesamt. Er war Volontär und zuletzt Berater der Chefredaktion bei *Tempo*, hat hier seine ersten literarischen Geschichten und eine preisgekrönte Reportage veröffentlicht und den Bestseller *Faserland* (1995) auf dem Redaktionscomputer verfasst. Die Zeitschrift, der er seine journalistische Ausbildung verdankt, existierte von 1986 bis 1996 und war – auch nach dem Selbstverständnis ihrer Macher – für eine Dekade das Zentralorgan des deutschsprachigen New Journalism. Die Rekonstruktion ihrer Geschichte und ihrer Programmatik und vor allem die Beschreibung der hier verwendeten Präsentationstechniken offenbart, so die These dieses Beitrags, wesentliche Merkmale des Berichterstattungsmusters in konkreter Form. Deutlich wird, dass diese Variante des New Journalism als angewandte, als praktizierte Medienkritik verstanden werden kann: Spielerisch und oft mit den Mitteln der Ironie werden hier die Relevanzhierarchien des klassischen Nachrichtengeschäfts variiert.

2. Geschichte und Konzept

Die Wurzeln der Zeitschrift *Tempo* liegen in Wien.¹ Hier machten die Jungjournalisten Markus Peichl und Michael Hopp gemeinsam mit dem Artdirector Lo Breier das Stadt- und Szenemagazin *Wiener* zu einem Erfolg, steigerten die Auflage auf über 80.000 Exemplare und weckten so das Interesse bundesrepublikanischer Verleger und Zeitschriftenjournalisten an dem Hochglanzblatt für konsumfreudige, junge Erwachsene. Die kühle, an der Werbeästhetik geschulte Fotografie und der respektlose,

¹ Die folgenden Ausführungen basieren, wenn nicht anders angegeben, auf Gesprächen mit den *Tempo*-Machern Lo Breier, Michael Hopp, Lucas Koch, Markus Peichl und Michael Jürgs.

radikal subjektive Journalismus fielen auf, sorgten für Kontroversen und wurden häufig kopiert. Markus Peichl, der ehemalige Chefredakteur des *Wiener*, und der österreichische Verleger Hans Schmid verhandelten schließlich mit verschiedenen möglichen Interessenten und konnten Verleger Thomas Ganske (Jahreszeiten-Verlag) für das Projekt gewinnen. Hans Schmid und Thomas Ganske überwarfen sich jedoch im Laufe der Verhandlungen, was dazu führte, dass Hans Schmid den österreichischen *Wiener* in Deutschland einführte und im Jahreszeiten-Verlag ein neuer Name für den Start des Hochglanzmagazins unter dem abgeworbenen Chefredakteur Markus Peichl gefunden werden musste: *Tempo*. Unter enormem Zeitdruck, immer mit einem Seitenblick auf die Konkurrenz, wurde dann eine Redaktion zusammengestellt und der Artdirector Lo Breier nach Hamburg gelotst. Ende 1985 war eine Nullnummer produziert, und schließlich wurde bereits in der letzten Januarwoche des Jahres 1986 – ohne Leserforschung, ohne ausführliche Testphase – die Erstausgabe in einer Auflage von 400.000 Exemplaren ausgeliefert. Ziel war es, so das etwas paradox wirkende Ansinnen, eine General-Interest-Illustrierte für eine relativ eng gefasste Zielgruppe zu produzieren und sich aus der lokalen Verankerung eines Stadt- und Szenemagazins zu lösen. Markus Peichl in einem Interview:

Wir machen General-Interest für ein spezielles Publikum, das sich im kritischen, alternativen und grünen Spektrum bewegt, aber das festgefahrene, stromlinienförmige Denken der Altlinken ablehnt. (Zit. nach Timpe 1989: 18)

Vor allem 20- bis 30-Jährige sollten es sein, die das Heft kaufen, unideologisch, erfolgreich und engagiert, ökologisch interessiert, aber ohne festes Weltbild, nirgendwo ganz beheimatet und in der Kommentierung des Bestehenden stets seltsam ambivalent. *Tempo* versuchte, sich als die Zeitschrift und das Organ der Selbstverständigung für eine „Generation der Widersprüche“ zu positionieren: Diese Generation, so ihr Erfinder Markus Peichl, kennt „keine Wahrheit“ und „kein Ideal“ und gleichzeitig „viel zu viele“ Wahrheiten und Ideale (Peichl 2000: 15). Ihr fehle es an einer fixierbaren Identität. Vermutlich handelte es sich bei dieser Bestimmung einer Zielgruppe einfach um die „Behauptung einer Generation“ (Hopp 2000: 2) bzw. um eine Übertragung postmodernen Denkens

auf die Welterfahrung intelligenter und karrierebereiter junger Erwachsener. Bemerkenswert ist gleichwohl, dass hier ein Magazin nicht, wie heute gängig, primär vom Anzeigenmarkt her entwickelt wurde, sondern auf der Grundlage einer Zeitdiagnose des zu diesem Zeitpunkt gerade einmal 28 Jahre alten Chefredakteurs: Das Medienecho in den ersten Jahren war in jedem Fall gewaltig – und in der Regel negativ: *Tempo* galt als affirmativ, man predige die Beliebigkeit und den Konsum, so hieß es, sei unpolitisch, infantil und einfach dumm (stellvertretend für viele Winkler 1989: 53). Die Kritik der etablierten Medien, die Häme der Kollegen von *Zeit*, *Spiegel* und *taz*, stärkte allerdings vermutlich die Geschlossenheit der Redaktion. Man verstand sich durchaus selbstbewusst als Avantgarde.

Fotografen und Autoren, Werbetexter und Trendforscher, die später bekannt und teilweise auch berühmt wurden, ließen hier ihre ersten Arbeiten drucken: Der inzwischen vielfach preisgekrönte Künstler Wolfgang Tillmanns fotografierte erste Reportagen; der spätere Trendforscher Matthias Horx schrieb Lifestyle-Geschichten und bereitete sich auf diese Weise erkennbar auf einen Wechsel in das lukrative Fach der marktgängigen Alltagsbeobachtung vor; für eine in der Nullnummer der Zeitschrift publizierte Text erhielt Chefredakteur Markus Peichl den renommierten Kisch-Preis. *Tempo* wirkte über viele Jahre hinweg als Anziehungspunkt einer Generation von jungen Schreibern, die im Milieu dieser Redaktion ihren ganz eigenen Stil finden konnten. Es gelang offenbar, die individuelle Welterfahrung in eine Illustrierte zu verwandeln, sich selbst eine Stimme zu geben. Die „Generation der Widersprüche“, für die man eigentlich die Zeitschrift machen wollte, war zumindest in der Redaktion präsent. Ob allerdings das Konzept der Zeitschrift, in das der Verleger Thomas Ganske massiv investierte, ökonomisch jemals gegriffen hat, ist auch im Rückblick nicht leicht zu entscheiden: Die Anzeigenentwicklung ist nicht mehr präzise recherchierbar, die veröffentlichten Leserdaten sind spärlich und wenig aussagekräftig, die Auflagenentwicklung lässt sich nicht mehr genau rekonstruieren, da die jeweils verbreitete Statistik, wie mehrere Chefredakteure betonen, nicht den tatsächlichen Zahlen entsprach (Hentschel 2000: 29 f.). Orientiert man sich gleichwohl an den offiziell verbreiteten Daten, so zeigt sich, dass sich die Auflage zunächst knapp unter der Marke von 150.000 Exemplaren bewegte, schließlich im dritten Quartal des Jahres 1987 merklich anzog und ein Jahr später den Höhepunkt in der zehnjährigen Geschichte von *Tempo* erreichte: über

185.000 Exemplare konnten damals im Schnitt verkauft werden. Danach blieb die Auflage bis zum ersten Quartal 1991 relativ konstant in einer Höhe von 160.000 bis 170.000, um schließlich deutlich abzusinken. Von 1993 bis zur Einstellung 1996 lag die Anzahl der verkauften Hefte bei knapp über 100.000 Exemplaren (Hentschel 2000: 29).

3. Die Chefredakteure: Person und Programm

Geleitet wurde *Tempo* in den zehn Jahren seiner Existenz von insgesamt fünf Chefredakteuren. Am Anfang stand Markus Peichl, der eigentliche Erfinder der Zeitschrift. Die stimulierende und fordernde, sich und andere erschöpfende Besessenheit, mit der er die Redaktion führte und zu immer neuen Höchstleistungen anzustacheln versuchte, provozierte wiederholt massive Verspätungen in der Heftauslieferung: Immer wieder erschienen einzelne Ausgaben, weil noch ein Text umgeschrieben, ein Layout gefertigt, eine Geschichte neu konzipiert werden musste, um Wochen zu spät. Die Entlassung durch den schließlich entnervten Verleger im Dezember 1989 kommentierte Markus Peichl mit den inzwischen vielfach kolportierten Sätzen: „Ein pünktliches Heft kann jeder Depp machen. Mit dieser Redaktion wird kein Deppenblatt zu machen sein.“ (Zit. nach *Tempo* 1989: 22) Als Chefredakteur übernahm in der Folgezeit sein Stellvertreter: Lucas Koch versuchte, das Konzept beizubehalten und ein erdrückend groß geratenes Erbe anzutreten, bat aber schließlich um eine Vertragsauflösung, auch von dem Anspruch erschöpft, jeden Monat „den Journalismus wieder neu erfinden zu müssen.“² Auch der dritte, ab dem Januar 1991 tätige Chefredakteur, Jürgen Fischer, agierte als Blattmacher eher vorsichtig, war erkennbar um Kontinuität bemüht, setzte jedoch weniger auf schrill aufgemachte Trendgeschichten, sondern eher auf die klassisch geschriebene Reportage. Mit Michael Jürgs, der 1992 Chefredakteur wurde, erfolgte schließlich ein radikaler Relaunch: *Tempo* sollte unter seiner Leitung zu einer deutschen Variante von *Vanity Fair* werden, zu einer leseintensiven Mischung aus gut geschriebenen und großzügig fotografierten People-Geschichten. Stets fand sich ein Prominenter auf dem Cover, zuvor im Heft noch aggressiv bespöttelte Journalisten,

2 Persönliche Mitteilung von Lucas Koch am 23. 6. 2003.

Schriftsteller und Politiker wurden als Autoren großer Porträts eingeladen, einzelne Schreiber, die das Heft zuvor geprägt hatten, bekamen keine Aufträge mehr. Michael Jürgs zielte auf die Konkurrenz mit dem (in der *Tempo*-Redaktion traditionell verhassten) *Stern*, er wollte „aus dem sicher reizvollen Ungefähr ein wesentliches Blatt“³ machen und setzte den Abschied vom Ich-Journalismus der Gründerzeit durch. Als letzter Chefredakteur wurde schließlich Walter Mayer 1994 eingestellt. Er kehrte das Konzept von Michael Jürgs erneut um und versuchte, die Zielgruppe radikal zu verjüngen. Sein Ziel war es, zu dem Lebensgefühl, das die ersten *Tempo*-Ausgaben geprägt hatte, zurückzufinden und es in eine andere Zeit zu retten: Die Autoren, die Markus Peichl einst angeworben hatte, kehrten zurück, die preisgekrönten Reporter und die hochbezahlten Edelfedern, die unter Michael Jürgs eingestellt worden waren, verließen das Blatt. Walter Mayer baute die ersten Vertreter der so genannten Pop-Literatur zu Starautoren auf: Marc Fischer, Christian Kracht und Eckhart Nickel wurden in manchen Editorials regelrecht gefeiert. Die Optik veränderte sich erneut massiv, sie wurde schneller, dramatischer, fiebriger. Als Thomas Ganske am 11. April des Jahres 1996 mitten in der Produktionsphase für die Mai-Ausgabe der entsetzten Redaktion die sofortige Einstellung des Heftes bekannt gab und diese mit den anhaltenden Verlusten begründete, die er nun nicht mehr tragen wolle, war ein folgenreiches Experiment zu Ende: Es handelt von dem sich selbst verzehrenden Versuch, mit der Tradition eines allmächtig erscheinenden Informationsjournalismus zu brechen. Es handelt von dem Versuch, die etablierten Medien durch eine widersprüchlich anmutende Mischung aus weltanschaulichen Fragmenten, programmatischen Reflexionen und neuartigen Präsentationstechniken herauszufordern.

3 Persönliche Mitteilung am 27. 6. 2003.

4. Weltanschauliche Fragmente, programmatische Reflexionen, Präsentationstechniken

4.1 *Feindbild und Selbstbild: Moral und Coolness*

Die Programmatik der Zeitschrift *Tempo* zeichnete sich durch ein spezifisches Verständnis des eigenen Journalismus, eine robuste Abgrenzung von den etablierten Medien und ein klar konturiertes Feindbild aus. Besondere Kritik galt vor allem den so genannten 68ern. Das offene, gleichsam unverschlüsselte Eintreten für moralische Belange wurde bespöttelt und abgelehnt. Man hatte die „Alt-68er“ im Verdacht, an den „Schaltstellen der intellektuellen Macht“ (Seidl 1988: 53) zu sitzen, erklärte sie zu „fanatischen Lebenskultur-Banausen“ (Biller 1988: 54) und kritisierte sie letztlich auch aus einer moralischen Empörung heraus, die jedoch eher indirekt artikuliert wurde. Markus Peichl:

Womit hatten wir es denn zu tun, als wir unser Zeitschriftenkonzept auszubrüten begannen? Was und wer bestimmte damals den Kulturbetrieb, die Medien, die Universitäten, die Schulen – kurz: das Denken? Es waren die verkrusteten Überreste der 68er. Sie hatten sich fest- und fettgefressen. Sie saßen an allen Schalthebeln, aber sie bewegten nichts mehr. Sie waren zu einer Status-Quo-Gemeinschaft verkommen, und mit ihnen erstarrten ihre Ideale. Solidarität, Engagement, Authentizität, Innerlichkeit, Idealismus, Moral – alles diente nur noch zur Absicherung der eigenen Position und wurde deshalb hohl und hohler. Unsere Generation, die Zeitgeist-Generation, konnte mit diesen Begriffen nichts mehr anfangen, weil die 68er sie zerstört hatten. Wir haben ihre ursprüngliche Bedeutung nie abgelehnt, aber ihre Pervertierung mussten wir bekämpfen. Die einzig taugliche Methode waren rigorose Sprachlosigkeit, bewusster Anti-Intellektualismus und exzessiver Formalismus, also die Hinwendung zu Konsum, Mode, Luxus, Körperbewusstsein, Design. Wenn Inhalte sterben, muss die Form sie wieder beleben. Wenn die Innerlichkeit dahinsiecht, muss Äußerlichkeit sie schützen. Deshalb waren die Erscheinungen des Zeitgeists – Hedonismus, Ästhetizismus und Individualismus – durchaus rebellisch, durchaus moralisch und durchaus ideologisch. (Peichl o. J.: 60)

Die eigene Position erschien als eine implizit wirksame Haltung, nicht als eine offen artikuliert Utopie. In einer der wenigen explizit politischen Statements der Zeitschrift *Tempo*, zu finden in einem Editorial, wurde ein Demonstrant der französischen Studentenrevolte des Jahres 1986 zitiert:

Eine Utopie sei etwas, so der anonym bleibende Student, „was man im Kopf hat, was man in seinem Herzen trägt und nicht auf einem Spruchband wie ein Brett vorm Kopf.“ Und weiter:

Es ist 'ne Haltung, aber kein Programm. An konkreten Dingen kann ich diese Haltung beweisen, aber sonst geht sie keinen was an. Nur wenn man seine beschissenen Utopien für sich behält, können so genannte Demokraten sie nicht rauben, kann keiner damit oder dagegen Politik machen. Nur so bleibst du unberechenbar, nur so bist du stark. (Zit. nach Peichl 1987a: 3).

Später hat Markus Peichl noch hinzugefügt, man habe sich darum bemüht, ein „cooles Magazin“ zu machen, wobei Coolness nicht mit Gleichgültigkeit zu identifizieren sei, sondern als Ausdruck subversiver Gesinnung verstanden werden müsse.

Weil auch Coolness nichts anderes ist, als gegen eine Gefühlskälte der Gesellschaft vorzugehen, indem man sich selbst besonders kühl und kalt gibt, um das warme Herz zu erhalten gegen die wirkliche Kälte der Gesellschaft. (...). Coolness ist im Prinzip auch eine affirmative Strategie. Du gibst Dich noch kälter als Dein gesamtes Umfeld, um den eigentlichen Kern an Emotionalität, Wärme und Leidenschaft zu erhalten. (Peichl 2000: 13)

4.2 *Lob der Oberfläche: Philosophie der Alltagskultur*

Ein zentrales Merkmal der inhaltlichen Gestaltung der Zeitschrift *Tempo* war es, dass man die starre Trennung von U- und E-Kultur nicht respektierte; die Trennung von Oberflächlichem und Tiefsinnigem, von Alltagskultur und Bildungsgut erschien bei der Wahl der Themen nicht maßgeblich – eher versuchte man, den „Spaß am Trivialen“ (Peichl o. J.: 61) zu kultivieren und eine Beobachtung der Alltagskultur zu leisten, die es erlauben sollte, Zeitstimmungen zu entschlüsseln, zur klärenden Beschreibung der Gegenwart vorzudringen. In *Tempo* fanden sich Kurzgeschichten über Feuerzeuge und Fast-Food, feuilletonistische Betrachtungen des Gummibärgchens und Essays über Vorabend-Serien, Artikel über Tenden-

zen der Zigarettenwerbung und Texte über die Ästhetik der Turnschuhe.⁴ Im Idealfall gelang in diesen Versuchen der Alltagsbeobachtung eine Frühform des Pop-Journalismus: Zu seinen Charakteristika gehört, dass er der Alltagskultur eine semiotische Qualität zuspricht und aus dem intelligent arrangierten Material der populären Kultur mehr oder minder erhellende Zeitdiagnosen ableitet. Im Falle des Misslingens wird aus der beschwörenden Beschreibung von Kleidermarken und den abfälligen Bemerkungen über weiße Tennissocken eine Form des Snobismus und eine Fetischisierung der Dingwelt, die keinen Verweischarakter mehr besitzt. Sie erklärt dann nichts mehr und ist buchstäblich leer, ohne Aussage.

4.3 Trends und Tendenzen: das Denken in Dekaden

Bereits im ersten Heft, das Ende Januar 1986 an die Kioske ausgeliefert wird, findet sich die folgende Diagnose:

Die Blauen kommen. Man trägt wieder Adel. Wir haben geglaubt, sie seien endgültig weg vom Fenster. Wir haben uns geirrt. Der Trend hat den Adel wieder entdeckt. Stilbewusstsein, Müßiggang und Kultivierung der Langeweile sind angesagt. (Timmerberg 1986: 39)

Ähnliche Behauptungen folgen; sie kennzeichnet ein Missverhältnis von Beleg und Schlussfolgerung. Immer wieder werden allerdings auch zutreffende Zeitbeobachtungen artikuliert. Bereits 1986 findet eine ausführliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen „New Age“ statt (Jenner 1986: 3); ein Trendbericht über „Mind Machines“ (Hopp 1988: 3) wird von zahlreichen anderen Zeitschriften aufgegriffen. *Tempo*-Redakteure organisieren für eine gewisse Claudia Schiffer eine erste Cover-Geschichte, entdecken den späteren DJ-Star Westbam und schreiben mit einem Gespür für entstehende Moden frühzeitig über Hip Hop – einen Musikstil, der die Pop- und Jugendkultur der 1990er Jahre entscheidend prägen sollte (Hentschel 2000: 89). Man ist sich allerdings auch nicht zu schade, neue Zeitalter auszurufen und in einen Wettlauf um das medien-

⁴ Zu dieser feuilletonistischen Betrachtung der Alltagskultur siehe insbesondere die Kolumnen von Peter Glaser, die auch in Buchform (Glaser 1988) erschienen sind.

gängige Schlagwort einzutreten. So werden etwa die 80er Jahre in einer Doppelnummer pauschal als „Spaß-Jahrzehnt“ verabschiedet und die 90er Jahre ebenso global als „Sinn-Jahrzehnt“ begrüßt. Eine kurze Textprobe:

Man muss kein großer Prophet sein, um vorauszusagen, dass in den 90er Jahren wieder nach Klarheit und Wahrheit gesucht werden wird, nach einer verbindlichen Moral für uns alle. Die 80er waren das Jahrzehnt der Verwirrung, des produktiven Durcheinanders, des Kuddelmuddels in Köpfen, Bäuchen und Seelen. Dass damit jetzt Schluss ist, spüren wir alle. Längst wird wieder an Weltanschauungen gebastelt, die den Trümmerhaufen ordnen, zusammenfassen und ihm einen *Sinn* geben sollen. (Horx 1988/1989: 7; Hervorhebung im Original).

Derartige Beschreibungen arbeiten mit verschiedenen Techniken, die der frühere *Tempo*-Redakteur und heutige Trendforscher Matthias Horx – übrigens der Autor des vorangegangenen Zitats – in einem seiner Bücher (Horx 1993: 12ff.) beschrieben hat: 1. Durch tendenzsignalisierende Formeln wie „immer mehr“, „zunehmend“, „mit steigender Tendenz“ (Stichwort: Immermehrismus) werden Detailbeobachtungen zu wirkmächtigen Zeitströmungen stilisiert. 2. Man überschätzt systematisch die stil- und gesellschaftsprägende Macht von einzelnen Subkulturen und übersieht ihre minoritäre Position. 3. Es werden neue Zeitalter proklamiert und vermeintlich endgültig vergangene Epochen beendet. In allen Fällen offenbart sich ein eklatantes Missverhältnis von empirischem Beleg und allgemeiner Behauptung, wie Matthias Horx demonstriert und kritisiert.

4.4 *Ästhetik als Ethik: Moral und Markenbewusstsein*

Programmatisch arbeiten zahlreiche *Tempo*-Autoren mit einer Gleichung, die da heißt: *Ästhetik ist Ethik*. Im Erscheinungsbild einer Person liegt, so die durchaus ernsthaft vertretene These, ihre Verhaltensform begründet; charakterliche Geheimnisse scheinen in der eigenen Ausstattung mit Markenartikeln und der stilgerechten Anpassung an die jeweilige Situation codiert. Diese provozierende Identifikation von Aussehen und Gesinnung, die sich vermutlich bei einem Teil der Redaktion der intensiven

Lektüre von Bret Easton Ellis verdankt,⁵ durchzieht zahlreiche Texte – nur zwei gegensätzliche Beispiele: In einem groß angelegten „Lexikon der neuen rechten Subkulturen“ werden auch einschlägig vorbestrafte Neonazis primär über ihr Outfit präsentiert und abqualifiziert. Das Fazit der Stilkritik mündet unmittelbar in die politische Bewertung:

Neonazis sind das letzte 80er-Jahre-Produkt. Sie bilden eine Subkultur von geradezu multikulturellem Stilkuddelmuddell. Sie plündern hemmungslos bei anderen Subkulturen der 70er und 80er Jahre. Sie basteln sich ihre Gruppen-Egos nach der Maxime: Wenn alle ihr Ding durchziehen, warum nicht auch wir? *Anything goes*, vom Infanteriedrill der DDR-Armee bis zur Germanenduselei. Sie konstruieren ihr Nazi-Image kaum noch aus Ideologie, sondern vor allem aus Versatzstücken, aus Zitaten und aus Zitaten von Zitaten. Die extreme Rechte von heute kann keine Kraft mehr entwickeln. Deshalb ist ihr Hass zwar hässlich, aber er bleibt harmlos. (Schwer 1992: 3)

Zur einer positiven Einschätzung der schriftstellerischen Leistungen von Uwe Timm kommt *Tempo*-Mitarbeiter Christian Kracht, indem er die Schuhe des Literaten auf immerhin einer ganzen Seite analysiert und mit der Rezension eines gerade erschienenen Buches von Uwe Timm verwebt:

Einmal habe ich Sie gesehen, das war am Frankfurter Hauptbahnhof. Sie standen da, betrachteten das Treiben und aßen Nuss-Schokolade, die sie sich riegelweise in den Mund schoben. Damals fielen mir Ihre Schuhe auf. Sie waren nussbraun, an der Seite etwas abgewetzt. Solide Schnürschuhe, wahrscheinlich englisch und wahrscheinlich 20 Jahre alt. Damals dachte ich: Wer solche Schuhe trägt, der darf von sich behaupten, einiges verstanden zu haben. Danach habe ich Ihr neues Buch *Kopffäger – Bericht aus dem Inneren des Landes* gelesen und beim Lesen im Kopf immer hin- und hergeschaltet zwischen Ihren Schuhen und Ihrem Buch, zwischen dem, was ich über Sie wusste und dem, was ich von Ihnen las. Als ich zu Ende gelesen hatte, war mir klar: Sie haben sich und Ihre Sprache in der Gewalt. Wie kaum ein anderer Autor in Deutschland haben Sie Macht über das Wort. Ihnen ist bewusst, welche Assoziationen Wörter und Sätze hervorrufen können. (...) Manchmal schaffen Sie es, mit einem einzigen präzise platzierten Wort beim Leser Erinnerungen auferstehen zu lassen. Die Kindheit ist dann wieder da oder ein Duft oder ein Ausblick, den man als

5 Insbesondere ist hier vermutlich der Roman *American Psycho* (1991) prägend gewesen.

Neunjähriger einmal hatte. Und wenn es jemals möglich war, von den Schuhen eines Schriftstellers auf dessen schöpferische Qualitäten zu schließen, dann bei Ihnen. Sie haben Stil. Sie sind kein Thorsten Becker, der eine New-Wave-Deppenbrille, ein schwarzes Literatenhemd und dazu Stulpenstiefel trägt. Sie tragen auch keine Latzhosen wie Bodo Kirchoff. (Kracht 1991: 128)

4.5 *Lust an der Provokation: der bewusste Tabubruch*

Der provozierende Gestus, der in der Redaktion von *Tempo* systematisch gepflegt wurde, äußert sich auch in geplanten Tabubrüchen und verbaler Aggression: Der Journalist und Schriftsteller Maxim Biller, Autor der ersten Stunde, hat in einer programmatischen Stellungnahme die Feindschaft selbst zu einer erkenntnisfördernden Kategorie erklärt (Biller 2000: 13). Seine Kolumne in *Tempo* hieß entsprechend: „Hundert Zeilen Hass.“ Bei seinen vehementen Abrechnungen mit Größen aus Politik und Kultur bediente er sich mit Vorliebe einer Denkfigur, die man als *strategische Umkehrung von Trends* bezeichnen könnte: Als Richard von Weizsäcker auf dem Höhepunkt seines öffentlichen Ansehens angelangt war, bekam man unter dem Titel „Der Heilige“ folgenden Vorspann zu lesen: „Er ist aufblasbar, abwaschbar, wunderbar. Er hält nette Reden, hat ein nettes Lächeln und tut keinem weh. Alle lieben Richard von Weizsäcker. Nur Maxim Biller nicht.“ (Biller 1986: 46) Entsprechend nutzte der Autor seine auch in Buchform veröffentlichten Kurztexte dazu, die Publizistin Marion Gräfin Dönhoff und den Filmemacher Woody Allen zu attackieren, die Journalistin Lea Rosh als „die Zicke vom Dienst“ (Biller 1991: 186) zu verunglimpfen, einen Literaten als „Scharlatan und Clown“ (Biller 1991: 54) zu diffamieren und den Schriftsteller Thomas Hettche als „poetische Null-Lösung“ (Biller 1991: 220) abzukanzeln. Und so weiter.

Allerdings war Maxim Biller nicht der einzige Vertreter einer bewusst eingesetzten Schmähkritik. Die gezielten Ausfälle und Tabubrüche fanden sich auch in zahlreichen anderen Texten. Zu lesen waren in *Tempo* Geschichten, die von dem vermeintlichen oder tatsächlichen Sexualleben bekannter Politiker, Chefredakteure und Verleger handelten, aber auch durchaus mit großem Ernst betriebene Abrechnungen, die erneut von einem verborgenen moralischen Rigorismus zeugen. Als der ehemalige *Spiegel*-Redakteur Christian Schultz-Gerstein im März des Jahres

1987 tot in seiner Wohnung aufgefunden wurde, erschien in der Mai-Ausgabe von *Tempo* ein Artikel, dessen massive Bearbeitung durch den Chefredakteur Markus Peichl die Heftauslieferung um immerhin zwei Wochen verzögert hatte. Autor war Jochen Siemens. Der Titel seiner medienkritischen Parabel lautete: „Der langsame Tod eines Journalisten.“ Erzählt wurde hier, wie Christian Schultz-Gerstein, ein glänzend formulierender Moralist, Karriere machte, sich aufgrund einer Liebesgeschichte mit dem allmächtigen Herausgeber überwarf und an einer Mischung aus unprofessioneller Leidenschaft und betriebsbedingtem Alkoholismus zugrunde ging und sich schließlich das Leben nahm. „Seine Geschichte“, so konnte man im Vorspann lesen, „ist eine Geschichte über Macht und Ohnmacht des Journalismus.“ (Siemens 1987: 92)

4.6 *Irritation als Programm: Verfremdung des Gängigen*

Wer die einzelnen Ausgaben der Zeitschrift durchblättert und die jeweilige Heftmischung in der Zusammenschau analysiert, der erkennt ein universales Prinzip irritierender, Aufmerksamkeit erzeugender Präsentation: Es ist die Verfremdung des Gängigen, mit der man hier arbeitet und die sich im Bereich des Sprachlichen, des Visuellen und des Inhaltlichen gleichermaßen findet.⁶ Eine solche Verfremdung entsteht durch die provozierende Kombination der Stile, die Verbindung des zuvor Getrennten, die womöglich auch ästhetisch ansprechende Enttäuschung von Erwartungen. Das heißt konkret: Die Kombination von harten Enthüllungsgeschichten mit Modestrecken in einem Heft; das Spiel mit der Werbeästhetik im Bereich der Sozialfotografie und der gesamten Bildsprache der Zeitschrift; die Arbeit mit verschiedenen Schriftgrößen und ungewöhnlichen Bildausschnitten in einem einzigen Text (Hentschel 2000: 39); die Aufhebung der Grenze zwischen Boulevardjournalismus und Qualitätsjournalismus durch die intelligente Auseinandersetzung mit der traditionellen Themenpalette des Boulevardjournalismus; der Versuch, Reibungseffekte zu erzeugen, indem man Politiker einem rigorosen Lifestyle-Test unterzieht und Modemacher und Comic-Autoren zu genuin politi-

⁶ Michael Jürgs ist der einzige Chefredakteur, der auf diese für das Magazin typischen Präsentationstechniken bewusst verzichtet und insgesamt einen deutlich ruhigeren Auftritt durchsetzt. Die unter seiner Ägide erschienenen Ausgaben stehen daher nicht im Zentrum dieser Analyse.

schen Themen befragt. „Ästhetik und Information, Lifestyle und Politik, Form und Geist“, so der ehemalige *Tempo*-Redakteur Oliver Hergesell in einer Rückschau,

das war unzertrennlich. Auch investigative Storys sollten gut aussehen, Modestrecken wurden geschickt präsentiert. *Tempo* machte aus Spaß Ernst und umgekehrt. Spannung entstand aus dem Widerspruch: Neben der Dixie-Enthüllung stand eine über den Adel, Wehners Abrechnung neben einer Chronik des Punk. Kluges hatte neben Banalem seine Berechtigung, Investigatives neben Erzählungen, in denen sich alles um das Ich drehte. (Hergesell 1996: 22)

4.7 Varianten der Darstellung: Arbeit an der Sprachform

Tom Wolfe, der nordamerikanische Protagonist des New Journalism, hat in einem Interview vier zentrale Schreibtechniken identifiziert, die in diesem Berichterstattungsmuster zur Anwendung kommen:

Die erste ist der Aufbau Szene um Szene. Mit anderen Worten, das Erzählen der ganzen Geschichte über eine Folge von Szenen, statt einfacher historischer Darstellung. Die zweite ist die Verwendung echter Dialoge – je mehr, desto besser. Die dritte, am wenigsten verstandene Technik ist der Einsatz von Statusdetails. Das heißt die Erwähnung von Kleidungsstücken, Umgangsformen, der Art, wie Leute Kinder, wie sie Dienstpersonal behandeln. Alles, was darauf hinweist, wo jemand in der Gesellschaft seinen Platz zu haben glaubt oder wo er gesellschaftlich hinzugelangen hofft. Die vierte ist die Benutzung des Gesichtspunktes, das heißt die Schilderung der Szenen durch ein bestimmtes Paar Augen. (Wolfe zit. nach Newborn 1988: 46).

Alle diese klassischen Schreibtechniken des Berichterstattungsmusters sind in einem Panoptikum der Darstellungsformen nachweisbar; es finden sich in *Tempo* Reportagen und Porträts, Interviews und Gespräche, Essays und Kolumnen, Kommentare und Glossen, Rezensionen, feuilletonistische Betrachtungen und immer wieder auch Kurzgeschichten, die die literarische Ambition der Autoren belegen. Zu den eher ungewöhnlichen Mediengattungen – ebenso ein Spezifikum des amerikanischen New Journalism (Haas/Wallisch 1991: 304) – gehören erzählende, dramatur-

gisch durchgeformte Interviews, Mischformen aus Gespräch und Reportage, Zitat und atmosphärischer Skizze.⁷ Neben diesen Großtexten findet sich in den verschiedenen Jahrgängen der Zeitschrift gleichzeitig ein starkes Interesse an der kurzen, sprachlich durchgestalteten Form, die sich für spätere publizistische Innovationen (man denke nur an *Focus*) als prägend erweist: Bereits in *Tempo* wird ein oft unterhaltender, häufig respektloser und oft auch gezielt sinnloser *Listen-Journalismus* praktiziert. Um nur einige wenige Beispiele zu nennen: Man listet „die 100 größten Nervensägen der Nation“ (*Tempo* 1989: 72 ff.) in Form von Kurzporträts auf und stellt „die zehn Länder, in denen Arbeitnehmer am häufigsten krank werden“, „die zehn besten Fußballclubs der DDR-Liga“ sowie „die zehn Artikel, die in Drogeriemärkten am häufigsten gekauft wurden“ zusammen (*Tempo* 1990b: 171). Ein solcher Listen-Journalismus, der als Darstellungsform neu ist und in *Tempo* mit einer elliptisch-verknüpften, durchaus reizvollen Werbesprache korrespondiert, benutzt die schlichte Aufzählung an Stelle einer inhaltlichen Klammer: Es lassen sich so zahlreiche, womöglich prominente Personen beschreiben und mit einem Foto präsentieren, die aber – sieht man einmal von ihrer Zugehörigkeit zu einer mehr oder minder willkürlich gebildeten Zahlen-Gruppe ab – keine weiteren Gemeinsamkeiten aufweisen müssen.

4.8 *Intervenierender Journalismus: Experiment und Enthüllung*

In *Tempo* ist eine Form der Berichterstattung nachweisbar, die man als *intervenierenden Journalismus*⁸ bezeichnen könnte. Sie stellt in der vorfindlichen Häufung sicher ein Novum dar. Gearbeitet wird bei dieser Variante entlarvender Beschreibung mit den Mitteln der verdeckten Recherche; die Vorgehensweise hat experimentellen Charakter: Man geht von einer Hypothese aus, die man durch den eigenen Einsatz und die eigenen Interventionen belegt und dann in Form einer möglichst spektakulären Enthüllungsgeschichte vermarktet. Ein „intervenierender“ Journalist stellt das Ergebnis her, von dessen Existenz er ausgeht, indem er

⁷ Insbesondere der Schriftsteller Maxim Biller hat sich dieser Darstellungsform bedient; eine Sammlung entsprechender Textbeispiele findet sich in Biller (1991).

⁸ Andreas Hentschel (2000: 47) verwendet diesen Begriff m. E. zuerst, allerdings ohne ihn genauer zu explizieren.

sich verkleidet, verstellt, eine Legende schafft, die es ihm ermöglichen soll, eine Realitätsüberprüfung vorzunehmen. Es wird im Zuge der Recherche eben jene Wirklichkeit erzeugt, die man enthüllen will – und die dann aufgeschriebene Geschichte hat zumeist die Form einer schrittweisen Verifikation. Das heißt: Der Beobachter verändert das Beobachtete, bewusst und mit spezifischer Erkenntnisabsicht.

Einige Beispiele im Überblick: Zwei Mitarbeiterinnen der Zeitschrift „beweisen“, dass auf dem Wohnungsmarkt attraktive Behausungen vielfach nur um den Preis sexueller Dienstleistungen zu bekommen sind; sie geben sich zu diesem Zweck selbst als Wohnungssuchende aus und notieren die entsprechenden Offerten (Höhne/Josefus 1990: 28 ff.). Ein Team von Rechercheuren schleust Pistolen und Sprengstoff-Imitate an Bord diverser Linienjets – und will so zeigen, wie leicht sich ein solches Flugzeug entführen oder gar sprengen lässt (Helberg/Kaiser/Lindner 1989: 44 ff.). Eine Redakteurin bietet sich zum Schein als Leihmutter an und möchte so aufdecken, „wie in Deutschland ungeborenes Leben verschachert wird.“ (Schneider 1988: 45)

Für Aufsehen sorgt auch eine Enthüllungsgeschichte, die unter dem Titel „42 Jahre nach Auschwitz: So fanden wir acht Bauplätze für ein Aids-Lager“ (Schneider 1987: 40 f.) erschienen ist. *Tempo*-Journalisten gaben sich für diese Recherche als Mitarbeiter einer Investmentgesellschaft („MedInvest“) aus, sie mieteten einen Mercedes und suchten in zehn Gemeinden nach Bauplätzen für eine „geschlossenen Anstalt für Aids-Infizierte“ (Schneider 1987: 41), mit Arbeitslager, Wachposten und elektrischem Zaun. Der neu gezeichnete Bauplan, den man zusammen mit den protzig aufgemachten Visitenkarten überreichte, war im Wesentlichen mit dem Grundriss des Konzentrationslagers Sachsenhausen identisch; man verwendete „lediglich zeitgemäße Begriffe für die alten Einrichtungen“ (Schneider 1987: 44). Gelockt wurde mit Investitionen und 700 Arbeitsplätzen für Krankenschwestern, Ärzte, Wachposten. Ergebnis der Undercover-Recherche: In acht von zehn Fällen bekundeten die zuständigen Bürgermeister und Gemeindedirektoren Interesse und verschärfen das Vorhaben gezielter Internierung teilweise noch durch eigene Vorschläge.

Ähnlich spektakulär und ebenso mit dem Ziel, ideologisches Denken zu demaskieren, verlief eine Aktion in der DDR: *Tempo*-Redakteure fälschten im Frühjahr 1988 eine komplette Ausgabe des *Neuen Deutsch-*

land, damals noch das Zentralorgan der Sozialistischen Einheitspartei (zu dieser Aktion siehe Hentschel 2000: 47 ff. und Peichl 1987b: 3). Der neue „Glasklar-Kurs“ erobere, so bekam man hier zu lesen, die Massen – dazu dann ein Foto, das Erich Honecker und Michail Gorbatschow beim innigen Bruderkuss zeigte. Berichtet wurde, dass nun endlich die Pressefreiheit realisiert werde. Es folgte ein Text, der die Abschaffung aller Atomkraftwerke in der DDR verkündete und ein Ideenwettbewerb zur Neugestaltung der Mauer; die Vorschläge reichten von der „Sprengung“ bis zum „Modell Christo“ (Rundumverpackung des Objekts mit Sackleinen und Schnur durch den Künstler). Ebenso wurde eine tief greifende Reform der DDR-Justizbehörden und die Abschaffung der „Stasi“ verkündet. 6000 Exemplare dieser inhaltlich komplett reformierten, aber graphisch täuschend echt nachgemachten Sonderausgabe des Parteiblattes konnten von *Tempo*-Mitarbeitern in die DDR geschmuggelt und verteilt werden.

4.9 *Vom Beobachter zum Teilnehmer: Varianten der Identifikation*

Einer der Starautoren der Zeitschrift *Tempo*, Helge Timmerberg, hat in einem Porträt des amerikanischen Gonzo-Journalisten Hunter S. Thompson den Rollenwechsel beschrieben, der für das Berichterstattungsmuster des New Journalism insgesamt charakteristisch ist: Der scheinbar neutrale Beobachter verwandelt sich in den Teilnehmer, er partizipiert an dem Geschehen, das er beschreibt, setzt sich aufs Spiel, identifiziert sich.⁹ Das Ich-Erleben funktioniert als Filter der Weltwahrnehmung. Ein Zitat aus dem Porträt von Helge Timmerberg:

Sein Name ist Thompson. Hunter S. Thompson. Das „S“ steht für Stockton und der Rest für Pionierarbeit im Journalismus. Der Mann hat den „New Journalism“ erfunden. Er nennt seinen Stil „gonzo.“ Ein italienisches Wort, und es bedeutet „verrückt“. Ein „Gonzo-Journalist“ ist jemand, der es zu mühsam findet, in einer durch und durch verrückten Welt so zu tun, als sei der Reporter der einzig normale weit und breit. So zu tun, als habe er noch nie im Suff in die Hose gepisst, wenn er über Alkoholismus

9 Im Gonzo-Journalismus eines Hunter S. Thompson werden die Handlungen des Autors selbst zum dominierenden Geschehen (Haas/Wallisch 1991: 304).

schreibt, als habe er noch nie 'ne Nutte gefickt, wenn Prostitution sein Thema ist, als habe er noch nie seiner kleinen Schwester die Schokolade weggenommen, wenn er über Gewalt gegen Frauen berichtet. (Timmerberg 1988b: 38)

Die Beispiele für einen solchen, hier erkennbar stilisierten und heroisierten Rollenwechsel, der den neutralen Beobachtungsposten des klassischen Informationsjournalismus zugunsten direkter, gleichsam unvermittelter Teilnahme aufgibt, sind zahlreich: Die Schrecken der Isolationshaft recherchiert ein gewisser Tom Kummer, indem er sich für eine Woche im Redaktionskeller einschließen lässt und sich ein striktes Kontaktverbot verordnet; das Protokoll dieser Keller-Woche – ein glänzend geschriebenes Selbstporträt – erscheint in *Tempo* (Kummer 1989: 58-59). Eine Praktikantin, Tochter eines bekannten Politikers und daher unter Pseudonym publizierend, lässt sich drei Tage lang bei einer Prostituierten zur Domina ausbilden und verfasst eine Titelgeschichte zum Thema (Fischer 1988: 48 ff.). Ein mit dem Aids-Virus infizierter Redakteur, für dessen Arbeit sich verschiedene Chefredakteure in anrührender Weise einsetzen, schreibt ab dem Februar 1992 bis zu seinem Tod „das Tagebuch eines Positiven.“ (Tempo 1992: 34 ff.) Der Kolumnist Peter Glaser verfasst eine literarische Reportage, einen Spaziergang durch die Stadt als Besuch in einer seltsamen, fremden und doch auch anziehenden Welt. Nach wenigen Absätzen wird dem Leser deutlich, dass der Autor hier eine Drogenfahrgang beschreibt:

Wo waren wir stehengeblieben? Irgendwo. Ich glaube, Harry, Hermann und ich hatten jeder eine Pille geschluckt, ehe wir vor Jahrmillionen aus Harrys Wohnung in diesen ungeheuerlichen GGG-Space hineintaumelten. Ich meine: GehsteigGassenGegendRaum. Ich sagte Pille und meinte LSD, den Trip. It's only all, but we psychedelike it. (Glaser 1990: 44)

Redakteur Christian Kracht taucht auf einem Foto in der Ausgabe vom April 1995 auf, das ihn mit einer chinesischen Kalaschnikow zeigt. In seiner Ich-Reportage beschreibt er, wie ihn ein Einheimischer in ein Dorf an der afghanisch-pakistanischen Grenze mitnimmt; sie stoßen auf eine Waffenfabrik. Christian Kracht erwirbt einige chinesische Granaten, er lernt schießen, wirft Handgranaten in die Gegend, sprengt einen Felshügel weg – und schreibt:

Ich probierte an diesem Tag noch ein paar andere Waffen aus, der ich noch nie in meinem Leben geschossen hatte: Uzis und Kalaschnikows und natürlich das M16, und ich merkte, dass schießen wie Kartoffelchips essen ist, weil man nie genug davon kriegen kann. (Kracht 1995: 66)

Andere Autoren, Protagonisten der Pop-Literatur, die insbesondere in der Endphase in *Tempo* publizieren, wählen weniger spektakulär und riskant erscheinende Themen für ihre Selbsterfahrungs-Berichte. Die individuelle Befindlichkeit wird zentral, die Eitelkeit gewinnt an Dominanz. So berichtet Eckhart Nickel, um zwei Beispiele aus seiner Feder anzuführen, wie es ihm ergangen ist, als er in einem gelben Porsche durch Deutschland fuhr. Das Resultat der Reise: eine Nagelbettentzündung am großen Zeh (Nickel 1995: 82). In einer anderen Ausgabe schreibt er über den Besuch beim Friseur und eine Grundfrage, die er als „sein Dilemma“ bezeichnet. Der Text beginnt mit den Sätzen:

Meine Haare sind zu lang, das ist nichts Neues, denn seit dem magischen Tag, da meine Mutter aufhörte, mir die Haare zu schneiden, stehe ich immer wieder vor derselben Frage: Haare ab oder Haare wachsen lassen? Das ist mein Dilemma. Jedesmal, wenn ich beim Friseur die Haare gewaschen bekomme, quälen mich die gleichen Gedanken: Lasse ich mir die Haare jetzt abschneiden? Das ist bestimmt ein Fehler, mit langen Haaren würde ich wahrscheinlich glücklich werden. Lasse ich sie aber lang, gehe ich aus dem Salon und denke, kurze Haare würden mein Leben verändern. (Nickel 1996: 86)

Was sich hier in aller Deutlichkeit offenbart, ist ein Spannungsverhältnis zwischen der Anteil nehmenden Subjektivität und der Relevanz der Inhalte. Denkbar sind folgende Extremwerte: Die subjektive Darstellungsweise behandelt ein außerordentlich relevantes Thema – oder aber: Sie kippt ab in einen rein für den einzelnen Autor wichtigen Inhalt, sie funktioniert als Rechtfertigung für Egozentrik und ein Schreiben zum Zweck der Selbsterfahrung und des persönlichen Lustgewinns. Subjektiver Journalismus ist dann nicht mehr nur Methode der Darstellung und nicht mehr nur Form der Präsentation, sondern auch gleichzeitig die zentrale Botschaft: Der Autor kennt gewissermaßen nur sich selbst; alles, was über ihn hinausweisen könnte, erscheint ihm fundamental uninteressant. Allerdings existiert zwischen diesen Extrempolen noch eine andere, eine weitere Möglichkeit, gleichsam eine Zwischenform: Vordergründig rein

egozentrisch wirkende Inhalte erscheinen zumindest auf den zweiten Blick von besonderer Relevanz – und werden vermutlich gerade deshalb gelesen. So hat auch der bereits zitierte Redakteur Helge Timmerberg in *Tempo* vor allem über sich selbst berichtet, eine unglückliche Liebe beschrieben, die eigenen Kokainerfahrungen analysiert und von den Schwierigkeiten mit der Steuerfahndung und den eigenen Versagensängsten erzählt, gleichwohl besitzen seine inzwischen auch in Buchform erschienenen Texte eine über ihn selbst hinausweisende Brisanz (siehe insgesamt Timmerberg 2001). Damit stellt sich die Frage, warum es Geschichten gibt, die (vordergründig) nur von einem einzelnen Journalisten handeln, aber die doch für zahlreiche Leser von Interesse sind. Eine mögliche Antwort lautet: Was hier verhandelt wird, besitzt eine spezifische Form der Aktualität. Es ist nicht (notwendig) tagesaktuell, kalendarisch aktuell oder latent aktuell, sondern zeichnet sich durch eine geradezu *archetypische Aktualität* aus. Das heißt: Die Texte, die dieser archetypischen Aktualität genügen, handeln vordergründig nur von einem Einzelnen und seinen ganz ureigenen, seinen privaten Erfahrungen – und hintergründig doch immer auch von der Begegnung mit dem Unbekannten, dem Fremden, von Siegern und Verlierern und von der Möglichkeit eines anderen, wilderen Lebens, das sich nicht in gängige Raster einpassen lässt. Archetypisch aktuell heißt also: Es werden Grundfragen menschlicher Existenz, womöglich jedoch aus einer rein ichbezogenen Perspektive, zum Thema.

4.10 Radikale Subjektivität: zwischen Fakt und Fiktion

Subjektiver Journalismus operiert nicht allein mit dem Risiko der thematischen Irrelevanz, sondern steht immer auch in der Gefahr, die Inhalte selbst zu fiktionalisieren. Das recherchierte Material wird jedenfalls in *Tempo* – verglichen mit dem Nachrichten-Journalismus – ungleich freier gestaltet. Das Problem eines subjektiv arbeitenden und ästhetisch faszinierten Schreibens ist jedoch: Irgendwann gewinnt die sprachlich-gestalterische, die dramaturgische Kompetenz an Eigendynamik, sie rastert das Geschehen und bedingt schließlich eine womöglich ungleich unterhaltendere, brillant formulierte Stilisierung des Vorgefundenen, die aber nicht mehr den Fakten entspricht. Diese Gefahr wird durch eine

erkenntnistheoretisch naive Objektivitätskritik womöglich noch verstärkt, die innerhalb der Redaktion von *Tempo* verbreitet war. Eine solche Form der Kritik arbeitet mit der schlichten Gegenüberstellung von (ohnehin unerreichbarer) Objektivität und (ohnehin gegebener und somit unvermeidlicher) Subjektivität, sie kontrastiert allein absolute Wahrheit und individuelle Wirklichkeitskonstruktion, reklamiert für den eigenen Standpunkt zumindest implizit den Status letzter Gewissheit – und leitet aus einer unnötigen Polarisierung vermutlich die falschen, schreibpraktischen Schlussfolgerungen ab. So vertritt Helge Timmerberg die These, New Journalism sei ein anderes Wort für „Entheuchelung“ und bedeute „eigentlich nur, in einer verlogenen, korrupten und intriganten Welt nicht ständig so zu tun, als käme der Reporter von einem anderen Stern.“ (Timmerberg 1988a: 19) Er schreibt:

Was immer sie in den orthodoxen Journalistenschulen sagen, es ist falsch. Halt' dich raus, sagen sie. Dich gibt es nicht. Deine Gedanken, Hoffnungen, Träume, Sehnsüchte, Fehler, Versagen, Ängste, Visionen... vergiss es. Du bist lediglich ein kabelloses Mikrofon, so 'ne Art Medium. Halt dich raus. Und halt *uns* raus. Kein Wort über Internes. Wie wir über Geschichten reden, wenn niemand zuhört. Das geht den Leser nichts an. Journalismus ist ein wildes Geschäft, schmutzig sowieso, natürlich auch korrupt. (Timmerberg 1988a: 18; Hervorhebung im Original)

In einem Interview, das Jahre später entstanden ist, fügt er prägnant hinzu:

New Journalism ist durch seine extreme Subjektivität ehrlich. (...). Der traditionelle Journalismus beharrt auf einer Objektivität, die es nicht gibt. Journalisten sind Menschen. Menschen haben Meinungen. Menschen haben Antipathien. Menschen haben auch mal schlecht gefrühstückt. Es gibt keine objektiven Menschen, deshalb gibt es auch keinen objektiven Journalismus. Die Einen geben das zu, die Anderen nicht. (Timmerberg 2002: 34).

Der erste Chefredakteur von *Tempo*, Markus Peichl, setzt diese Kritik des Objektivitätsideals, die für alle Spielformen des New Journalism typisch ist, schließlich tendenziell in eine journalistische Strategie um, wenn er unter dem Titel „Schimäre ist alles, alles ist Schimäre“ schreibt:

Unsere Kritiker ärgert der Erfolg: *Tempo* produziere künstliche Trends, predige nur den Schein und nicht die Wirklichkeit. Welche Wirklichkeit bitte? Die des *Sterns* oder die des *Spiegels*. Die der CDU oder die der Grünen? Die des 70jährigen Landwirts oder die des 25jährigen Yuppies? Des altlinken Intellektuellen oder des Stahlarbeiters bei Krupp-Rheinhausen? Des *Spex*-Möchtegern-Avantgardisten oder der *Zeit*-Wollsocke? Glaubt wirklich noch jemand, dass es nur eine einzige Wirklichkeit gibt? Jede Zeitschrift produziert Scheinwelten und Scheinwirklichkeiten. Nur wir sollen nicht dürfen? (Peichl 1988: 3).

Die Konsequenz dieser Einsicht in die Pluralität des Wirklichen wird dann in einer anderen programmatischen Äußerung noch etwas genauer ausformuliert. Markus Peichl spricht hier selbst von der „Faszination des Fiktiven“:

Weil ohnehin nichts mehr galt, weil in der Gesellschaft alle Werte entwertet und alle Wahrheiten entwahrheitet waren, mussten sich in *Tempo* die Grenzen der Realität erproben lassen. Es galt, der Lächerlichkeit des Seriösen zu entkommen, indem man ernsthaft das Sich-nicht-Ernstnehmen probte, es galt die Fiktionsmechanismen *aller* Medien offenzulegen, indem man sie augenzwinkernd einsetzte, statt sie nur der *Bild-Zeitung* in die Schuhe zu schieben. (Peichl o. J.: 61; Hervorhebung im Original)

Es ist denkbar, wenn auch natürlich Spekulation, dass einzelne Autoren diese Form der Erkenntnis- und Medienkritik bewusst oder unbewusst missverstanden haben und sich subjektiv legitimiert fühlen konnten, auf die Recherche gleich ganz zu verzichten. Zumindest hat man äußerst interpretationsbedürftige Losungen ausgegeben. Was heißt es, die „Grenzen der Realität“ zu erproben? Was bedeutet es, wenn man die „Fiktionsmechanismen“ der Medienwelt offen legt, indem man sie anwendet? Wie kann man sicher sein, dass diese Form der augenzwinkernden Entlarvung, die man betreiben möchte, auch tatsächlich von den Lesern verstanden wird? Exemplarisch wird der riskante Grenzgang zwischen Fakt und Fiktion und damit zwischen journalistischer Recherche und literarischer Gestaltung am Beispiel des Autors Tom Kummer deutlich, der seine Karriere in der *Tempo*-Redaktion begann und schließlich beim Magazin der *Süddeutschen Zeitung* als Interview-Fälscher aufflog. Die Ambivalenz der Chefredaktion im Umgang mit dem brillanten Schreiber und dem weniger qualifizierten Rechercheur illustriert die Risiken eines sub-

jektiven Journalismus, der für die „gute Geschichte“ notfalls die akkurate Faktendarstellung opfert: Tom Kummer wurde von Markus Peichl als Autor entdeckt, er veröffentlichte in *Tempo* vor allem Porträts und Reportagen und arbeitete zeitweise als festes Mitglied der Redaktion und unterlag damit einer stärkeren Kontrolle.¹⁰ Nach Aussage von Lucas Koch¹¹ wurde Tom Kummer jedoch bereits 1990 auffällig. Die Geschichte „Satanische Wildnis“ (Kummer 1990: 96 ff.) – eine äußerst spannende Reportage über eine Gruppe junger Teufelsanbeter – erwies sich als ein Werk der Montage und des Plagiats: Ein Leser, der die entsprechenden Fotokopien des Originaltextes gleich als Beweisstücke mitlieferte, informierte die Chefredaktion, dass der Autor hier zumindest Teile der Geschichte abgeschrieben hatte: Lucas Koch verzichtete jedoch auf eine Entlassung von Tom Kummer, da ihm sein schreiberisches Talent zu wichtig war. Erst Michael Jürgs entschied sich gegen eine weitere Zusammenarbeit, da im Falle einer (ungedruckt gebliebenen) Geschichte über einen russischen Massenmörder Zweifel auftauchten und sich Tom Kummer, angesprochen auf seine Art und Weise der Recherche, über das anachronistische Journalismusverständnis, das in solchen Nachfragen zum Ausdruck käme, beschwerte.¹² Unter dem letzten Chefredakteur Walter Mayer – dies zeigt erneut die Ambivalenz – holte man den gerade noch verfeimten Schreiber erneut in die Redaktion zurück. Das heißt im Sinne einer verallgemeinernden Zusammenfassung: Die Grenzen der Realität wurden in *Tempo* immer wieder neu ausgelotet, ohne dass man sich bei der Suche nach dem Scoop und dem möglichst originell präsentierten Stoff allzu sehr um den Seriositätspakt mit dem Leser geschert hätte.¹³

10 Tom Kummer schreibt auch damals schon wiederholt über Prominente, er verfasst glänzend geschriebene, psychologisierend angelegte Porträts von Menschen, die er erkennbar nie getroffen hat. Für das Magazin der *Süddeutschen Zeitung* wird er später Prominente interviewen, denen er nie begegnet ist: Der Anspruch, authentischer, „wahrheitsgetreuer“ Berichterstattung wird durch diesen Wechsel der Darstellungsform gesteigert.

11 Persönliche Mitteilung von Lucas Koch am 23. 6. 2003.

12 Persönliche Mitteilung von Michael Jürgs am 27. 6. 2003.

13 Allerdings greift auch eine allzu selbstgerechte Kritik zu kurz. Sie übersieht, wie dies häufig bei allein normativ ausgerichteten Argumentationsmustern der Fall ist, die (natürlich teilweise selbstinduzierten) Zwänge, unter denen die Redaktion stand und begreift die vorhandenen Verfehlungen nicht als immanente Risiken eines innovativen Berichterstattungsmusters. Konkret: Das immanente Risiko des Grenzgangs zwischen Fakt und Fiktion ist die legitim erscheinende Fälschung. Das immanente Risiko eines subjektiven Journalismus ist die Irrele-

4.11 Schreiben ist Leben: Theorie und Praxis

Ex-Chefredakteur Markus Peichl hat die Arbeitsatmosphäre in der Redaktion folgendermaßen beschrieben:

Ich glaube schon, dass wir ein ganz gutes Team waren, dass wir uns auf einer bestimmten Ebene verstanden und dass wir Dinge miteinander erlebt haben, die über das hinausgehen, was man Arbeit nennt... Der Umgang miteinander, der gegenseitige Respekt, die Überzeugung, die Welt erobern zu können, und doch dauernd mit dem Rücken an der Wand zu stehen... Die Feste, die Parties, der Tanz-nicht-auf-dem-Vulkan, aber gelegentlich auf Tischen und Fenstersimsen... Die Dame, die diesen Fenstersimstanz besonders gut beherrschte, ist heute Ressortleiterin beim *Stern*, der Mann, der sie auffing, arbeitet inzwischen beim *Spiegel*. Gefangen wurde jeder, irgendwann, irgendwie. Nicht, dass wir das nicht wussten. Wir hatten alle den *Fänger im Roggen* gelesen, einen 68er-Lehrer gehabt oder zumindest Rudolf Augstein im Fernsehen gesehen. Die Naivität und Unverbrauchtheit anderer Generationen war uns versagt, die Kraft, die man nur erleben kann, wenn man selber etwas ganz eigenes, ganz anderes schafft, die haben wir uns für ein paar Jahre mit aller Macht geholt. (Peichl o. J.: 63).

Journalismus wird hier zumindest implizit als Lebensform definiert, als eine Ekstase kreativen Arbeitens in einer Gemeinschaft von prinzipiell Gleichgesinnten. Eine solche Berufsauffassung geht von dem besonderen Verhältnis von Autor und Text aus; der Text ist nicht zu trennen von seinem Verfasser: Schreiben ist Leben und Leben ist Schreiben – so lautet die programmatische Gleichung, der man hier folgt. Autor und Text stehen in einem Verhältnis der Identität und damit der wechselseitigen Beglaubigung. Dass jedoch eine zwischen echtem Interesse und schlichter Aufgabenerfüllung schwankende Professionalität auch eine nützliche Schutzschicht bilden kann, erscheint niemandem, der in den ersten Jahren bei *Tempo* arbeitet, plausibel; Routine gilt als ein Synonym für Spießigkeit. „Der Sprung in die Professionalität“, so resümiert der ehemalige Redakteur Oliver Hergesell selbstkritisch, „hat nie geklappt. Das wahre Ich zeigte sich in den Ausgaben der ersten zwei Jahre, da ging es immer mit Vollgas voran, Zweifel, Zwischentöne wurden so gut wie nie artiku-

vanz der verhandelten Themen. Das immanente Risiko der Suche nach dem möglichst originellen, möglichst neuen Zugriff ist der Verlust der Genauigkeit und die schnelle Erschöpfung der eigenen Kraftressourcen.

liert, und wenn, dann nur, um sich Glaubwürdigkeit zu verschaffen. Jede Professionalisierung raubte *Tempo* Energie, weil gerade das Nicht-Angepasste Quelle der Kraft war.“ (Hergesell 1996: 23). Der Titel dieses Essays, der kurz nach der offiziellen Einstellung von *Tempo* erscheint, lautet „kollektive Selbstverbrennung“ und bringt das Grundproblem kreativer Innovation und rebellischer Gesten auf den Punkt: Sie entziehen sich der Institutionalisierung, lassen sich nicht auf Dauer stellen und müssen, wenn sie authentisch bleiben wollen, weitgehend ohne Plan und Deadline geschehen. Insofern ist dem Zwang zur Innovation unvermeidlich eine existentielle Grenze gesetzt. Institutionalisierte Rebellion, auch in Gestalt einer Zeitschrift, ist ein Oxymoron.

5. Von den Fakten zu den Fiktionen: Journalismus und Literatur

Es ist verschiedentlich die These geäußert worden, New Journalism sei ein durch und durch amerikanisches Phänomen, es habe keine ernstzunehmenden deutschsprachigen Varianten gegeben (Haas/Wallisch 1991: 310 und Wallisch 2000: 89). Dem muss hier – gerade auch wenn man die Spätfolgen der ökonomisch letztlich erfolglosen, aber ansonsten prägenden Zeitschrift *Tempo* betrachtet – widersprochen werden. Für zahlreiche Autoren, die heute längst als erfolgreiche Journalisten oder als freie Publizisten tätig sind, waren „die Tempojahre“, um einen Buchtitel des Schriftstellers Maxim Biller aufzugreifen, entscheidend: Die Programmatik des subjektiven Journalismus ist über die Prägung einzelner Personen längst in die etablierten Blätter (*Spiegel*, *Stern*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, *Die Zeit*, *Bild* etc.) hineindiffundiert und hat auch diverse Kollegen, die nicht mit der Ursprungs-Redaktion in Verbindung standen, inspiriert.¹⁴ Zahlreiche ehemalige Redakteure sind inzwischen auf dem Buchmarkt präsent und haben Artikel-Sammlungen publiziert, was für die Zeitlosigkeit des gewählten Sujets und die entsprechende literarisch-journalistische Qualität der Ar-

¹⁴ So setzt etwa Florian Illies die *Tempo*-Programmatik ausgesprochen erfolgreich in einer essayistischen Form um: Seine Generationen-Porträts sind durchweg Bestseller (siehe etwa Illies 2003).

beiten spricht (vgl. Haas/Wallisch 1991: 304).¹⁵ Darüber hinaus haben diese und andere Autoren, die bei *Tempo* ihren eigenen Stil pflegen konnten, literarische Arbeiten veröffentlicht, die zum Teil auf ihren journalistischen Erfahrungen basieren: Helge Timmerberg hat die Biographie eines inhaftierten Drogendealers verfasst (Miehling/Timmerberg 2003); entstanden ist eine Mischung aus der Geschichte des Kriminellen und des Journalisten, eine Art Tatsachenroman (vgl. Haas/Wallisch 1991: 303). Andrian Kreye (1993) hat nicht nur einen Band mit Reportagen auf den Markt gebracht, sondern auch eine Sammlung von Texten, die er in Anspielung auf die nordamerikanische Tradition des New Journalism als „Faction“ bezeichnet, als eine „Mischung aus Fakten und Fiktion.“ (Kreye 2001: 11) Christian Kracht und Eckhart Nickel (1998) haben eine *Tempo*-Titelgeschichte zu einem erzählenden Reiseführer ausgearbeitet. Und von Maxim Biller (u. a. 1990 und 1994), Marc Fischer (2001 und 2002), Christian Kracht (1995 und 2001) und Otmar Jenner (2002) sind inzwischen Romane und Erzählungen erschienen; ein ehemaliger Volontär, Moritz von Uslar, ist als Autor von Theaterstücken und als Star-Interviewer in Erscheinung getreten, Debatten und Tagungen zum Verhältnis von Journalismus und Literatur verdanken sich dem Engagement einzelner *Tempo*-Autoren (siehe Ernst 2001: 78f.).¹⁶ Erkennbar ist auch, dass sich – trotz des gelegentlich übersteigert wirkenden Individualismus einzelner Autoren – durchaus erfolgreiche Netzwerke gebildet haben: Ehemalige Redakteure schreiben wieder und wieder über ehemalige Redakteure, die heute Bücher veröffentlichen, verschaffen ihnen ein Forum in den großen Magazinen und Illustrierten und gelegentlich auch in den Klatschkolumnen der Republik. In den Büchern sind selbst dann gelegentlich in literarisch verfremdeter Form einzelne Gestalten der Redaktion präsent, hier werden Trendforscher karikiert, hier arbeitet man sich an einzelnen Chefredakteuren ab, ringt scharfzüngig formulierende, intellektuell selbstbewusstere Kolumnisten nieder und erläutert in einer für Insider erkennbaren Weise auch die eigene Position und Haltung, die einen

15 Man denke nur an die Bücher von: Maxim Biller (1991 und 2001), Peter Glaser (1988), Otmar Jenner (1995), Christian Kracht (2002), Andrian Kreye (1993) und Helge Timmerberg (2001).

16 Zu den Varianten und dem Aktualitätsbegriff des Buchjournalismus siehe den erhellenden Überblick von Haas (1999: 323 ff.)

von den einstigen Kollegen bis in die Gegenwart hinein unterscheidet.¹⁷ Und noch heute trifft man sich, weiß voneinander, arbeitet gelegentlich zusammen, beobachtet die Karrieren der Kollegen, den langsameren oder schnelleren Marsch in die etablierten Medien, weiß von literarischen Ambitionen, gefälschten Interviews und preisgekrönten Reportagen. Für viele der ehemaligen Mitarbeiter sind „die Tempojahre“ Anlass für den etwas wehmütigen Rückblick. Was man im März 1991 der Zeitschrift *Tempo* zu entnehmen vermochte, stimmt vermutlich auch für diese selbst. Hier war zu lesen:

Manchmal werden Zeitschriften, für kurze historische Augenblicke, zu Sprachrohren einer verstreuten Avantgardengemeinschaft, deren Interessen, Behauptungen und Gelüsten die Zukunft gehört. Dann scheinen diese Blätter plötzlich aus mehr als Papier zu bestehen. Um sie ranken sich Anekdoten und Mythen, und ihre Namen werden noch nach Jahrzehnten mit Ehrfurcht genannt. In ihnen gelingt die Selbstverständigung einer Generation, sie betreiben die Fortsetzung der öffentlichen Diskussion mit anderen Mitteln. (Freyermuth 1991: 86)

Literatur

- Bessing, Joachim/Christian Kracht/Eckhart Nickel/Alexander von Schönburg/Benjamin von Stuckrad-Barre (2001): *Tristesse Royale. Das popkulturelle Quintett*. München: List.
- Billier, Maxim (1986): Der Heilige. In: *Tempo*. H. 8. S. 46-49.
- Billier, Maxim (1988): Wir und '68. In: *Tempo*. H. 4. S. 54-56.
- Billier, Maxim (1990): Wenn ich einmal reich und tot bin. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Billier, Maxim (1991): *Die Tempojahre*. München: dtv.
- Billier, Maxim (1994): Land der Väter und Verräter. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Billier, Maxim (2000): Feige das Land, schlapp die Literatur. In: *Die Zeit* vom 13. 4. Nr. 16. S. 47-49.
- Billier, Maxim (2001): *Deutschbuch*. München: dtv.
- Ernst, Thomas (2001): *Popliteratur*. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt/Rotbuch Verlag.
- Ellis, Bret Easton (1991): *American Psycho*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

17 Exemplarisch sei hier noch einmal auf Christian Krachts Bericht über eine Deutschland-Reise verwiesen, die unter dem Titel *Faserland* (1995) erschienen ist. Zahlreiche Rezensionen dieses Buches verdanken sich kollegialem Engagement.

- Fischer, Marc (2001): Eine Art Idol. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Fischer, Marc (2002): Jäger. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Fischer, Monika (1988): Ich war Domina. In: Tempo. H. 8. S. 48-54.
- Freyermuth, Gundolf S. (1991): Traumschläger. In: Tempo. H. 3. S. 86-89.
- Glaser, Peter (1988): Glasers heile Welt. Peter Glaser über Neues im Westen. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Glaser, Peter (1990): Willkommen im Crazy Age! In: Tempo. H. 8. S. 42-49.
- Haas, Hannes/Gianluca Wallisch (1991): Literarischer Journalismus oder journalistische Literatur? Ein Beitrag zu Konzept, Vertretern und Philosophie des „New Journalism“. In: Publizistik. Jg. 36. S. 298-314.
- Haas, Hannes (1999): Empirischer Journalismus. Verfahren zur Erkundung gesellschaftlicher Wirklichkeit. Wien/Köln/Weimar: Böhlau.
- Helberg, Michael/Claudia Kaiser/Roger Lindner (1989): Gesprengt. In: Tempo. H. 9. S. 44-49.
- Hentschel, Andreas (2000): Tempo (1986-1996). Eine Dekade aus der Perspektive eines populären Zeitgeistmagazins. Magisterarbeit im Fach Volkskunde an der Universität Augsburg. Materialienverzeichnis als Anhang. Unveröffentlichtes Manuskript, 112 Seiten.
- Hergesell, Oliver (1996): „Kollektive Selbstverbrennung“. In: Die Woche vom 14. 6. S. 22-23.
- Höhne, Andrea/Claudia Josefus (1990): Der Immobilienstrich. In: Tempo. H. 7. S. 28-33.
- Hopp, Michael (1988): Intelligenz ist machbar, Herr Nachbar. In: Tempo. H. 7. S. 3.
- Hopp, Michael (2000): Interview mit Michael Hopp am 18. 4. 2000 in Hamburg. In: Hentschel. Anhang S. 1-3.
- Horx, Matthias (1988/1989): Der kleinste gemeinsame Mensch. In: Tempo. H. 12/1. S. 7-8.
- Horx, Matthias (1993): Trendbuch 1. Der erste große deutsche Trendreport. Düsseldorf/Wien/New York/Moskau: Econ.
- Illies, Florian (2003): Generation Golf zwei. München: Blessing.
- Jenner, Otmar (1986): Schöne neue Welt. In: Tempo. H. 12. S. 3.
- Jenner, Otmar (1995): Berichte vom Ende der Welt. Von Bagdad zum Prenzlauer Berg. Berlin: BasisDruck.
- Jenner, Otmar (2002): Sarajevo Safari. München: Knauer.
- Kobes, Sabine (2001): Lümmel mit Lebensart. In: Gala vom 15. 11. S. 82.
- Kracht, Christian (1991): Wie die Schuhe, so der Dichter. In: Tempo. H. 12. S. 128.
- Kracht, Christian (1995a): Faserland. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Kracht, Christian (1995b): Ballern wie blöd. In: Tempo. H. 12. S. 60-66.
- Kracht, Christian/Eckhart Nickel (1998): Ferien für immer. Die angenehmsten Orte der Welt. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Kracht, Christian (2001): 1979. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Kracht, Christian (2002): Der gelbe Bleistift. München: dtv.

- Kreye, Andrian (1993): Aufstand der Ghettos. Die Eskalation der Rassenunruhen in Amerika. Köln: Kiepenheuer& Witsch.
- Kreye, Andrian (2001): Grand Central. Menschen in New York. München: Knauer.
- Kummer, Tom (1989): Der Selbstversuch. In: *Tempo*. H. 7. S. 58-59.
- Kummer, Tom (1990): Satanische Wildnis. In: *Tempo*. H. 3. S. 96-101.
- Miehling, Roland/Helge Timmerberg (2003): Schneekönig. Mein Leben als Drogenboss. Berlin: Rowohlt.
- Newborn, Brant (1988): Meine Absicht war es immer, ins zentrale Nervensystem eines Menschen hineinzuschlüpfen. Tom Wolfe, prominentester Vertreter des New Journalism, über den Einsturz gesellschaftlicher Formen und die Verwischung der Grenzen zwischen Literatur und Berichterstattung. In: *Die Weltwoche* vom 28. 1. Nr. 4. S. 46-47.
- Nickel, Eckhart (1995): Ich, das Porschloch. In: *Tempo*. H. 5. S. 78-82.
- Nickel, Eckhart (1996): Einen perfekten Haarschnitt, bitte. In: *Tempo*. H. 2. S. 84-88.
- Peichl, Markus (o. J.): Die Dame vom *Spiegel* oder warum ich *Tempo* machte. In: Merian Extra: Der Verlag. S. 56-63. [Keine Angaben zum Jahr der Veröffentlichung im Heft].
- Peichl, Markus (1987a): Alle reden vom Wetter... In: *Tempo*. H. 1. S. 3.
- Peichl, Markus (1987b): Geht doch rüber... In: *Tempo*. H. 4. S. 3.
- Peichl, Markus (1988): Schimäre ist alles, alles ist Schimäre. In: *Tempo*. H. 2. S. 3.
- Peichl, Markus (2000): Interview mit Markus Peichl am 19. 4. 2000 in Hamburg. In: Hentschel. Anhang S. 1-19.
- Schneider, Susanne (1987): 42 Jahre nach Auschwitz. So fanden wir acht Bauplätze für ein Aids-Lager. In: *Tempo*. H. 8. S. 40-45.
- Schneider, Susanne (1988): Ich war Leihmutter. In: *Tempo*. H. 10. S. 45-53.
- Schwer, Bernd (1992): Lumpensammler. In: *Tempo*. H. 3. S. 3
- Seidl, Claudius (1988): Wir und '68. In: *Tempo*. H. 4. S. 53.
- Siemes, Jochen (1987): Der langsame Tod eines Journalisten. In: *Tempo*. H. 5. S. 92-96.
- Tempo (1989): Die 100 größten Nervensägen der Nation. In: *Tempo*. H. 5. S. 72-80.
- Tempo (1990a): Das Meisterstück. In: *Tempo*. H. 1. S. 22-23.
- Tempo (1990b): top ten. In: *Tempo*. H. 1. S. 171.
- Tempo (1992): Das Aids-Tagebuch. In: *Tempo*. H. 2. S. 34-38.
- Timmerberg, Helge (1986): Die Blauen kommen. In: *Tempo*. H. 1. S. 38-44.
- Timmerberg, Helge (1988a): Das Glück des Süchtigen. Helge Timmerberg über Gonzo-Journalismus. In: *Medium Magazin*. H. 2. S. 18-19.
- Timmerberg, Helge (1988b): Hart, härter, Hunter. In: *Tempo*. H. 4. S. 38-42.
- Timmerberg, Helge (2001): Tiger fressen keine Yogis. Stories von unterwegs. Münster: Solibro.
- Timmerberg, Helge (2002): „Hunter S. Thompson warf mit Äxten um sich“. In: *Der Tagesspiegel* vom 10. 2. Nr. 17673. S. 34.
- Timpe, Wolfgang (1989): Zur Sache, Peichl. [Interview mit Markus Peichl]. In: *neue medien*. H. 3. S. 15-21.

- Wallisch, Gianluca (2000): Kreative Wirklichkeit. In: message. H. 2. S. 84-89.
Winkler, Willi (1989): Abgefeiert. In: Die Zeit. Nr. 7. S. 53.