

7. Februar 2005

medien heft

Zwischen Relevanz und Trash

"Das Magazin" wird 35

Oliver Meier

In der Medienlandschaft der 70er-Jahre war das "Tages-Anzeiger Magazin" (TAM) eine einzigartige Erscheinung. Leidenschaftlich der Aufklärung verpflichtet, setzte es journalistische und weltanschauliche Standards. Seither hat sich nicht nur der Name, sondern auch das mediale und gesellschaftliche Umfeld gewandelt. Was ist aus der Edelbeilage geworden und wie steht es um das journalistische Selbstverständnis seiner Macher? Zu diesen und anderen Fragen nahm Chefredaktor Res Strehle vergangenen Dienstag in der Zürcher Paulus-Akademie Stellung. Ein Blick in die Urgründe der Publikation.

Niklaus Meienberg liegt auf dem Tisch, zwischen Buchdeckel geklemmt, als Erinnerung, und als Versprechen. Doch der gelbe Reportagenband bleibt unberührt an diesem Abend in der Paulus-Akademie Zürich; er ziert bloss das Zwiesgespräch, wie die Blumen am anderen Ende des Tisches, dort wo der "Magazin"-Chefredaktor sitzt, um sich den Fragen von Studienleiterin Lisbeth Herger zu stellen. Fragen zum "Erfolgsrezept der Beilage", zum "Informationswert von Reportagen", aber auch: "Ob in Sachen Provokation journalistische und ethische Grenzen überschritten werden und ob der anwalt-schaftliche Journalismus zugunsten einer Quotenpublizistik aufgegeben wurde, beispielsweise indem Feminismus als lächerliches Zerrbild zitiert wird", wie es in der An-kündigung der Paulus-Akademie heisst.

"Die besten Schreiber der Schweiz"

Meienberg war das Aushängeschild des renommierten "Tages-Anzeiger Magazins" (TAM), und wie dieses eine einmalige Erscheinung in der helvetischen Medienlandschaft der 70er-Jahre. Weil sie Themen lancierten, statt der Aktualität nachzurrennen, weil sie mit Leidenschaft ans Werk gingen, mit dem emphatischen Anspruch, aufklärerisch zu wirken. "Das Magazin war eine ganz tolle Sache. Und wenn es einen Magazinschreiber

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: ++41 (0)1 299 33 11, Fax: ++41 (0)1 299 33 91, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste; Bezug der Medienheft Dossiers (zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement

inkl. Versand und exkl. Mwst. SFr. 30.-- (Ausland SFr. 35.--)

medien heft

gegeben hat, dann war es Meienberg. Das hatte etwas fast Symbiotisches. Das Magazin wäre nicht dasselbe gewesen ohne Meienberg und Meienberg nicht derselbe ohne das Magazin. Er hätte nirgendwo anders eine Plattform gefunden, wo er solche Reportagen – in dieser Länge und von diesem Gewicht – hätte schreiben können", sagte Peter Bichsel, selbst langjähriger Mitarbeiter, der Journalistin Marianne Fehr (1999: 165).

Wer etwas vom Geist erfahren will, der damals auf der TAM-Redaktion herrschte, kann einen Blick in Fehrs 1999 erschienene Meienberg-Biografie werfen, die zahlreiche Akteure zu Wort kommen lässt, darunter die 2002 verstorbene Schriftstellerin und Journalistin Laure Wyss: "Wir hatten wenig Sitzungen, aber man redete miteinander. Wir hatten nie ein Programm formuliert, wir liessen uns einfach ständig etwas einfallen. Wir schauten, dass es ein Prestige war, im Magazin schreiben zu können, und sagten: Die besten Schreiber der Schweiz sind knapp gut genug für unser Magazin (1999: 165)." Meienberg, knapp gut genug für das Magazin, hat hier rund dreissig Reportagen und Interviews publiziert, die meisten über französische Themen, aber auch Glanzstücke wie "Blochen in Assen, und auch sonst" oder seine historische Recherche über die siebzehn während dem Zweiten Weltkrieg erschossenen "Landesverräter". Im August 1976 nahm die Ära Meienberg beim TAM ein abruptes Ende, als er eine böse Glosse über den Fürst von Lichtenstein schrieb, die den Verleger Otto Coninx derart verärgerte, dass dieser sich nur mit einem Publikationsverbot zu helfen wusste, das erst 14 Jahre später wieder aufgehoben wurde.

Eine andere Schweiz

Damals, sagt Res Strehle im Gespräch mit Lisbeth Herger, habe der Verleger noch "aktiv in die Medien eingegriffen", was heute selten sei und "zum Teil nur noch bei Regionalzeitungen" stattfinde. Er spricht von einer anderen Zeit, von einer anderen Schweiz, von der "Füdlbürger-Schweiz" der 60er-Jahre, gegen die das frühe TAM um Peter Frey, Laure Wyss, Niklaus Meienberg und Peter Bichsel angeschrieben habe – mit klaren Themen und einem klaren Feindbild. Und mit wenig Konkurrenz: "Es gab damals wenig Lesestoff am Wochenende, keine Sonntagszeitungen und fast keine Wochenmagazine. Die Leute hatten Zeit zum Lesen, sie waren dankbar für das Heft, das auch einen Zeitgeist ausdrückte, quasi eine Spätfolge von 1968." Was das TAM in den 70er-Jahren geschrieben habe, sei inzwischen "eine Art Konsens der Schulbücher" und die 68er seien selbst Teil der Medien, der wirtschaftlichen und staatlichen Institutionen; vermeintlich gesicherte Wahrheiten seien verschwunden, man sei misstrauischer gegen Ideologien aller Art. "Auch ich als 68er kann nicht mehr das gleiche Magazin machen wie damals", stellt Strehle fest.

Auflage explodiert

35 Jahre Magazin – das sind 190 weniger, als die Neue Zürcher Zeitung auf dem Buckel hat, die ihren Geburtstag jüngst mit viel Pomp, Selbstzufriedenheit und allerlei Beilagen zelebriert hat. Wohl das originellste Geschenk erhielt die Jubilarin Ende Dezember vom "Magazin", in Form eines kecken, dem NZZ-Layout nachempfundenen, "Extrablatts", und einer Titelgeschichte, die von der Krise einer Institution zu berichten wusste: "Die Neue Zürcher Zeitung widerspricht in vielem den Zeichen unserer schnelllebigen Zeit. Aber jetzt brechen die Leserzahlen und die Inserate des Weltblatts ein. Eine Institution wankt. Was tun?", hiess es im Vorspann. Titel: "Abschied von der Gelassenheit – Die NZZ entdeckt den freien Markt" (Nr. 50/2004).

medien heft

Man kann das auch als verklausulierte Selbstbeschreibung lesen – unter anderen Vorzeichen, versteht sich: Die Institution "Magazin", so die Botschaft, ist gefestigt, sie hat die "Zeichen unserer schnelllebigen Zeit" erkannt, der Verlag hat sich längst dem freien Markt zugewandt. Auf spektakuläre Weise: Nachdem sich die "Tamedia", die "Espace Media Groupe" und die "Basler Zeitung Medien" unter dem Namen "Metropool" in einer neuen Anzeigenkombination gefunden haben, liegt "Das Magazin" seit Anfang Januar auch der "Berner Zeitung", der "Basler Zeitung" und dem "Sothurner Tagblatt" bei. Auf einen Schlag ist die Auflage von 280'000 auf über 530'000 Exemplare gestiegen. "Dank der Verbreitung in zwei weiteren attraktiven Kernmärkten der Deutschschweiz wird 'Das Magazin' in seinem Marktsegment sowohl im Anzeigen-, als auch im Lesermarkt nachhaltig gestärkt", teilten die Verlagshäuser den potenziellen Werbekunden mit (vgl. Communiqué vom 26.08.2004). Zumindest was die Verbreitung betrifft, ist der programmatische und wenig bescheidene Name inzwischen berechtigt. "730'000 Personen lesen Das Magazin", frohlockt die "Tamedia" auf ihrer Webseite und fügt an: "Weil eine WEMF-Sonderstudie die Leserschaft erst Ende 2005 ausweisen wird, wettet der Chefredaktor Res Strehle seinen besten Anzug, dass wir die prognostizierte Leserschaft auch erreichen werden." (tamedia.ch über "Das Magazin")

Das Prinzip Überraschung

Trotz dieser "Mainstream-Auflage" hält der Chefredaktor an bewährten Maximen fest. Strehle spricht von der "ewig wählenden Handschrift" des Magazins, von langen, erzählenden und vertiefenden Texten mit einem dramaturgischen Aufbau. Forderungen nach kurzen und "aktuellen" Lesestoffen kann er wenig abgewinnen. Die wachsenden "Zeitungsberge", mit denen sich die Leser am Wochenende konfrontiert sehen, haben allerdings auch die "Magazin"-Macher unter Druck gesetzt. "Wir müssen als Supplement härter um unsere Existenzberechtigung kämpfen als früher. Wir müssen das machen, was die anderen nicht machen, wir müssen überraschen, wir müssen einen anderen Ansatz suchen, andere Themen suchen. Nur so erhalten wir eine gewisse Aufmerksamkeit", sagt Strehle, wobei er sich gegen "billige Provokationen" verwahrt. Einfach das Gegenteil von allen anderen zu schreiben, das sei ein falscher Weg. "Wenn wir provozieren, ist meistens auch die Debatte nicht interessant, die Leute regen sich auf, geben uns eins zurück, das ist relativ spannungslos" – ein klarer Hieb gegen die "Weltwoche", die sich unter der Ägide von Roger Köppel darin gefiel, gegen den medialen (so genannt "linken") "Mainstream" anzuschreiben. Bereits bei seinem Amtsantritt hatte Strehle vielsagend angekündigt, es werde "keine Geschichte geben, die behauptet, es ist alles halb so schlimm mit dem Klima, obwohl Klimakatastrophen immer wieder Angst auslösen" (Strehle 2001).

"Das Magazin", sagt Strehle, bleibt dem Prinzip Aufklärung verpflichtet: Alles muss öffentlich werden, alles muss diskutiert werden – sofern es relevant ist. Bloss: wann ist ein Thema relevant? Der Chefredaktor definiert: "Es ist dann relevant, wenn es sich um eine aktuelle Zeitfrage handelt, die sehr viele Leute beschäftigt, die viele Leute betrifft. Themen, die uns dauernd begleiten, zum Beispiel Migration, Geschlechterverhältnisse, Staat, Globalisierung." Aber auch unterhaltende, witzige und lustvolle Stoffe sollen Eingang ins "Magazin" finden – damit es kein "freudloses Blatt" wird, wie der frühere WOZ-Redaktor Strehle dies der früheren Wochenzeitung (WOZ) attestiert. "Wir wollen nicht nur relevant sein, sonst sind wir unverdaulich", meint Strehle und spricht von einem Spannungsverhältnis zwischen Relevanz und "Trash".

Die Causa Kummer

Dass die Beilage ihren hehren Ansprüchen nicht immer genügen konnte, ist bekannt. Im Mai 2000 durchlebte es die wohl heikelste Phase seiner 35-jährigen Geschichte, nachdem das deutsche Nachrichtenmagazin "Focus" den Berner Reporter Tom Kummer in einem Aufsehen erregenden Artikel der Fälschung bezichtigt hatte (Nr. 20 vom 15.5.2000). Wie sich herausstellte, hatte er zahlreiche Blätter und Magazine im deutschsprachigen Raum mit verblüffenden, teils fingierten, teils zusammengebastelten Star-Interviews aus Hollywood versorgt. Neben der "Süddeutschen Zeitung", deren Freitagbeilage nicht weniger als neunzehn der inkriminierten Interviews publiziert hatte, gehörte auch "Das Magazin" zu Kummers willigen Abnehmern. Ende Mai musste der damalige Chefredaktor Roger Köppel bekannt geben, dass sein Blatt "einem Fälscher auf den Leim gekrochen" war und zwei einschlägige Beiträge – ein Interview mit Bruce Willis und ein Gespräch mit Sharon Stone – veröffentlicht hatte. "'Das Magazin' hat sich im Frühjahr 1999 fristlos von Tom Kummer getrennt, nachdem in einer nicht publizierten Reportage gravierende Unzulänglichkeiten zu Tage getreten waren. Beweise für gefälschte Interviews, die Kummer in diversen deutschen Magazinen, aber auch in Buchform bei dtv publiziert hatte, lagen damals keine vor. Diese Situation hat sich durch den Bericht in 'Focus' und die offenbar verbrieften Aussagen der Hollywoodagenten nun geändert. Wir haben bisher vergeblich versucht, Tom Kummer für eine Stellungnahme in dieser Sache zu erreichen. Wir werden aber unsere Leserschaft über den Fortgang der Ermittlungen auf dem Laufenden halten. Schon jetzt möchte ich mich im Namen des 'Magazins' für die unwissentliche Verbreitung von gefälschten Beiträgen bei allen Leserinnen und Lesern entschuldigen. Auch wir haben uns von einem begnadeten Märchen-erzähler verführen lassen (Köppel 2000)".

"Perfekte publizistische Droge"

Während Ulf Poschardt und Christian Kämmerling, die beiden Chefredaktoren des "SZ-Magazins", ihre Pulte räumen mussten, durfte Köppel seinen Chefsessel behalten, weil er nachweisen konnte, dass er von Kummer übertölpelt worden war. Kummer dagegen blieb verfeimt, als Betrüger und als Ausgeburt eines "Borderline-Journalismus", der in den 80er-Jahren im Umfeld der Zeitschrift "Tempo" begründet worden war und – wie der Journalist Nils Minkmar schrieb – als "perfekte publizistische Droge" seinen Weg in den flotten Magazinjournalismus der 90er-Jahre gefunden hat (Minkmar 2000).

Im November 2001, kurz nachdem Strehle als Chefredaktor eingesetzt worden war, hielt "Der begabte Hochstapler" erneut Einzug ins "Magazin", in Form eines wohlwollenden Porträts, verfasst vom Schriftsteller Martin Suter: "Tom Kummer wollte Künstler sein. Per Zufall wurde er Journalist. Und verstand sein Handwerk als Inszenierung" (Nr. 45/2001). Eine zweite Chance erhielt der Berner Reporter nicht, obwohl er darum gebeten hat, wie Strehle in der Paulus-Akademie verrät. Zu Kummer habe er ein "ambivalentes Verhältnis": "Sein Vergehen ist zwar schlimm, er hat eines der höchsten Güter des Journalismus verletzt, aber irgendwann ist jede Strafe abgesessen, nach fünf Jahren Schreibverbot ist das eigentlich erledigt". Kummer sei ein kreativer und ein sehr begabter Kopf, und er hätte ihn wieder schreiben lassen, unter kontrollierten Bedingungen, sei dann aber vom Chefredaktor des "Tages-Anzeigers" gebremst worden, sagt Strehle im Gespräch mit Lisbeth Herger, einen Tag bevor "Spiegel Online" mit der neusten Verfehlung des "verfeimten Star-Journalisten" aufwartete: "In der jüngsten Wochenendbeilage der 'Berliner Zeitung' erschien eine lange Reportage über einen kunstvollen Autofriedhof bei Los Angeles. (...) Kummers Reportage mit dem Titel 'Der Traum vom Auto' entpuppte sich zwar nicht als Fälschung, es stellte sich jedoch heraus,

dass Kummer den gleichen Text bereits 1999 im Magazin der 'Süddeutschen Zeitung' veröffentlicht hatte. Teile des Artikels waren bereits 1998 in der 'Neuen Zürcher Zeitung' erschienen (Spiegel 2005)".

Ein neues Frauenbild?

Als Köppel zur "Weltwoche" übersetzte, um das Traditionsblatt umzubauen, trat der renommierte Wirtschaftsjournalist und "Meienberg-Schüler" Strehle im August 2001 seinen Chefposten an – und weckte hohe Erwartungen. "Mir ist Glaubwürdigkeit wichtiger als Provokation. Wir wollen zudem wärmer werden, das heisst mehr Menschen als Räume zeigen, und wir wollen das bisherige Frauenbild in unserem Blatt korrigieren, das zeitweilig eher dem Frauenbild aus Männermagazinen entsprochen hat, Wir stocken unseren Frauenanteil in der Redaktion von einer auf drei Stellen auf. (...) Schliesslich wollen wir mindestens eine politische Geschichte pro Ausgabe bringen", sagte er in einem Interview mit dem "Tages-Anzeiger" (Strehle 2001).

Und wie lautet die Zwischenbilanz? Jede Woche eine politische Geschichte, das sei nach wie vor ein Ziel, hält Strehle fest, muss allerdings zugeben, dass dies nicht immer gelingt. Bisweilen sind es "indirekt politische Geschichten", die am meisten zu reden geben – vor allem wenn sie zu einem heiklen Zeitpunkt veröffentlicht werden. Lisbeth Herger nennt das Beispiel einer Reportage über vier kosovo-albanische Jugendliche aus Emmen, die "Das Magazin" am Vortag der Abstimmung über die Einbürgerungsvorlagen veröffentlicht hat ("Wir Verfluchten", Nr. 39/2004). "Ein heisser Lauf", meint Herger und fragt, ob damit nicht "eine laufende Stimmungsmache" unterstützt worden sei. Doch der Chefredaktor verneint: "Ich stehe zu diesem Artikel, er ist von einer warmen Grundhaltung, einer erkennbaren Sympathie für die Jugendlichen getragen, die ich als unproblematisch erachte." Im Übrigen habe ihn die Erfahrung gelehrt, dass man die "propagandistische" Wirkung eines journalistischen Textes nicht überschätzen dürfe, der Widerspruch sei in der Regel grösser als die Zustimmung.

Eher ins Schlingern gerät Strehle, wenn Herger die Diskussion auf Geschlechterfragen lenkt und einen Artikel zerpflückt, der – wie die Gesprächsleiterin moniert – mit einer personalisierten Geschichte eine These zu belegen versuchte, in der Art: "Frauen schlagen Männer genauso wie umgekehrt, nur sind Männer noch die Ärmeren, weil sie sich dafür schämen, geschlagen zu werden." Chefredaktor Strehle: "Ich glaube, es ist legitim und auch interessant, über einen geschlagenen Mann zu berichten. Das würde ich jederzeit wieder machen." Allerdings: der Versuch, daraus eine allgemeine These abzuleiten, das sei sicher eine journalistische Fehlleistung gewesen.

Inszenierungsjournalismus

Wer das Auftreten des "Magazins" in den letzten Jahren verfolgt hat, kann geneigt sein, von einer janusköpfigen Beilage zu sprechen. Jean-Martin Büttner ist beizupflichten, wenn er in seinem 2003 erschienen Essay über Meienberg schreibt: "Aus dem derben und dann wieder ziselierten Aufklärungsjournalismus des Niklaus Meienberg ist ein hochprofessioneller Inszenierungsjournalismus geworden, der virtuos mit Personen, Kulissen und Dramaturgie hantiert. Der die gut geschriebene Geschichte der gut gemeinten Ideologie vorzieht; und der nicht mehr erziehen und politisch formen, sondern möglichst geistreich unterhalten will. Das ist auch ein Gewinn. Vor allem das 'Magazin' und die 'Weltwoche' funkeln mit glänzend geschriebenen, auch kritischen Porträts und Reportagen und Glossen, die ohne Didaktik, wenn auch meistens ohne Dialektik operie-

medien heft

ren (Büttner 2003). Und weiter: "'Das Magazin' (...) macht brillant vor, was auch Tageszeitungen immer häufiger, wenn auch ungelenkt probieren: die systematische Personalisierung und Ereignisberichterstattung, die alle tieferen Widersprüche in Handlung auflöst und das Politische beschreibend zum Verschwinden bringt."

Auf der einen Seite: Glanzstücke wie die ganz ins Schwarz gehaltene, aber wohltuend unaufgeregte Ausgabe unmittelbar nach der Zerstörung des World Trade Centers ("Zeit zur Besinnung – Warum es keinen heiligen Krieg geben wird", Nr. 38/2001), der eindrückliche Bericht über die letzten Wochen des an Lungenkrebs erkrankten Ruedi Vetterli und seiner Lebenspartnerin Heidi Witzig ("Im Zeichen des Krebses", Nr. 51/2003), das Sonderheft über die Liebe ("Zwölf Herzspezialisten erzählen", Nr. 36/2003) oder die unglaubliche Milieureportage aus der "Kokainstadt Zürich" ("Das Leben mit der Droge", Nr. 52/2001). Auf der anderen Seite peinliche Ausfälle, die das "Spannungsverhältnis zwischen Relevanz und Trash" (Strehle) arg in die Richtung des Letzteren strapazierten: Der ebenso dümmlich geschriebene wie illustrierte Artikel über den "Mann von heute", der offenbar nichts mehr zu lachen hat ("Prügelknabe", Nr. 43/2004), die aufgemotzte Geschichte über das Fischsterben im Thunersee ("Erst der Fisch, dann der Mensch", Nr. 3/2005) oder die zweifellos gescheiterte "Expedition zu den Dreizehnjährigen" von Jungjournalistin Michèle Roten ("Generation 13", Nr. 46/2004). Germanistikstudentin Roten ist es auch, die seit dem 10. Januar auf einer freigewordenen Seite wöchentlich über ihren Universitätsalltag schwadronieren darf (Kolumne "Miss Universum"), und zwar in direkter Nachbarschaft zur ebenfalls neu geschaffenen Rubrik "Bekenntnisse", in der prominente Zeitgenossen über ihre relevanten Leidenschaften und Abneigungen berichten.

Freiwilliger Lohnverzicht

Auch unter Strehle blieb "Das Magazin" im Gespräch, nicht zuletzt deshalb weil die Edelbeilage unter Spardruck geriet. Um Entlassungen zu vermeiden verzichtete die Redaktion im Dezember 2003 auf siebeneinhalb Prozent ihres bisherigen Lohns. "Angesichts des Budgets 2004 waren wir vor die Alternative gestellt: Stellenabbau oder Lohnkürzung", sagte Strehle der "Aargauer Zeitung" (Lüthi 2003). Nun, da die Beilage "sowohl im Anzeigen-, als auch im Lesermarkt nachhaltig gestärkt" ist (Metropool), könnte der freiwillige Lohnverzicht der Redaktion von den Verlags-Verantwortlichen eigentlich wieder rückgängig gemacht werden, meint Herger im Gespräch mit Chefredaktor Strehle. Dieser sagt dazu nichts, schmunzelt nur, und erklärt dem Publikum noch die komplizierte Zutrittsfarben-Hierarchie beim WEF in Davos, wo er sich jüngst zwecks Berichterstattung aufhielt. Und wenn Strehle dann über all die farbigen "Badges" spricht, die weissen für die wichtigen Personen, die blauen für die wichtigen und die gelb-orangen für die weniger wichtigen Journalisten, dann fühlt man sich an eine Truppenübung der Schweizer Armee erinnert, die Niklaus Meienberg 1986 auf unnachahmliche Weise durch den Dreck zog – nicht im "Magazin" allerdings, sondern in der "Weltwoche". Meienberg: "Die einheimischen Truppen in diesem Manöver namens Dreizack sind die Blauen, und diese werden später manövermässig von den Roten bekämpft – also von derselben Farbe, die draussen in Deutschland gegen die Grünen angetreten ist (...). In den Wagons hocken die Soldaten, wie immer vortrefflich getarnt, und dösen. Es riecht säuerlich. Sie gehörten in Effretikon noch zu den Blauen, im Laufe der Verschiebung wurden sie dann rot. Später werden sie über den Rhein setzen und von dort aus die Blauen angreifen, während die Blauen ihnen nachsetzen, und auch zusetzen. Einer von den Soldaten sagt: 'gopfertamisiech', ein anderer 'Heilandsack', und alle sind überzeugt, dass es in dieser Nacht keinen Schlaf geben werde, und niemand weiss genau, was dieses Farbenspiel soll." (zit. in Meienberg 1989)

Oliver Meier studiert Geschichte, Medienwissenschaften und Deutsche Literatur an der Universität Freiburg und schreibt als freier Journalist für die Berner Zeitung.

Literatur:

Basler Zeitung Medien, Espace Media Groupe, Tamedia: Communiqué, 26.08.2004:
<http://www.tamedia.ch/medienlinks/2/2396.pdf>

Büttner, Jean-Martin (2003): Was er als Stil betrieb, ist heute eine Marke. In: Tages-Anzeiger, 19.09.2003.

Fehr, Marianne (1999): Meienberg. Lebensgeschichte des Schweizer Journalisten und Schriftstellers. Zürich.

Focus (2000): "Frei erfunden", "nie geführt", Nr. 20, 15.05.2000.

Köppel, Roger (2000): Causa Kummer. In: Das Magazin, 25.05.2000.

Lüthi, Nick (2003): Lohnverzicht und Expansionslust. In: Aargauer Zeitung, 16.12.2003.

Meienberg, Niklaus (1989): Vielleicht sind wir morgen schon bleich u. tot. Chronik der fortlaufenden Ereignisse, aber auch der fortgelaufenen. Zürich, S. 11–28.

Minkmar, Nils (2000): Das gedopte Magazin. In: Die Zeit, 22/2000:
http://www.zeit.de/archiv/2000/22/200022.m-kummer_.xml

Spiegel (2005): Tom Kummer verpatzt seine zweite Chance. 02.02.05:
<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,339795,00.html>

Strehle, Res (2001): "Das Magazin ist nicht meine persönliche Politpostille". Interview. In: Tages-Anzeiger, 13.09.2001

tamedia.ch: Das Magazin: <http://www.tamedia.ch/dyn/d/dasmagazin>.

Der Text befindet sich im Internet unter:

http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k23_MeierOliver.html