

[illegible]

Das war auch bei Klaus Pokatzky so, einem „Zeit“-Journalisten, der von Peichl beauftragt worden war, den Sozialdemokraten Bodo Hombach, Wahlkampfmanager des SPD-Kanzlerkandidaten Johannes Rau, für „Tempo“ zu porträtieren. Der Text, der in der April-

174

Nummer des Zeitgeistmagazins erschien, hatte in der Tendenz nicht mehr viel mit dem zu tun, was Pokatzky zu Papier gebracht hatte.

Wesentliche Passagen über Hombach fehlten, beleidigende Sätze wurden eingefügt, Zwischenüberschrift und Bildtext geißelten Hombachs „Managementqualitäten“, mit denen er „genauso gut eine Fast-Food-Kette, einen Computer-Konzern oder ein Zeitgeist-Magazin leiten“ könnte. „Tempo“-Frage: „Könnte einer wie der nicht auch andere Parteien oder gar Dinge wie Butter oder Spülmittel zum Erfolg bei Wählern und Käufern führen?“

Pokatzky, Kriegsdienstverweigerer und Kohlenpott-Sprößling wie Hombach, hatte zwar wochenlang recherchiert, viermal mit Hombach geredet,



Ex-„Tempo“-Autor Pokatzky
„Das muß ich mir nicht bieten lassen“

etwa 15 bis 20 Stunden lang, viel „Tempo“-Geld für Reisen, Bewirtungen und Honorar verbraucht und seinen Text auch noch später abgeliefert als vereinbart. Aber drucken lassen wollte er seine Hombach-Hommage in dem flockig aufgemachten Blatt der hedonistischen Pseudo-Linken (Peichl: „Es muß mehr knallen“) nicht mehr. Empört sandte er der Redaktion Briefe, Fernschreiben und ein Telegramm und verlangte, sein Beitrag dürfe „weder in der Original- noch in einer redigierten Fassung“ veröffentlicht werden.

Zusätzlich verärgert über ein freizügig zusammengestrichenenes, teilweise geändertes und bruchstückhaft veröffentlichtes Herbert-Wehner-Interview, das „Tempo“ im März als auflagefördernden Knüller präsentiert hatte (SPIEGEL 10/1986), kündigte Pokatzky seinem Auftraggeber Peichl die Mitarbeit auf.

Auf drei engbeschriebenen Schreibmaschinen-Seiten schrieb er dem „lieben



„Tempo“-Chefredakteur Peichl: „Es ist die Hölle“

Markus“, das Wehner-Interview sei „von jener Charakter- und Geschmackslosigkeit, die sich in der ‚Bild‘-Zeitung sicherlich trefflich machte, mit der ich aber nichts zu tun haben möchte“. Diese „Sauerei gegenüber einem alten kranken Mann“ empfinde er als „Menschenverachtung“, und er empfahl dem Blatt „einen Berater, der die journalistische Seriosität stärker betont“.

Peichl, seinerseits zornig über den säumigen Porträt-Lieferanten, ließ zwar „mit einer Ho-Ruck-Aktion“ eine einzige von der Redaktion eingefügte Passage „aus den fertigen Lithos“ der Pokatzky-Schöpfung rausnehmen. Aber alles andere stand, obwohl es laut Peichl „ziemlich mau“ war und selbst „die kleinste kritische Distanz“ vermissen ließ (Peichl: „Der ist dem Mann total verfallen“), in manipulierter Version im nächsten Blatt. „Es ist deshalb so schwierig, eine seriöse Zeitung zu machen“, schrieb Peichl wütend an Pokatzky zurück, „weil die freien Mitarbeiter so unseriös sind.“

Doch in dem juristischen Streit um seriösen und unseriösen Journalismus, der dem geharnischten Briefwechsel folgte und bis heute andauert, hat sich der Österreicher Peichl so heillos im deutschen Recht verheddert, daß „Tempo“ seitdem in fast jedem Heft schwere redaktionelle Verfehlungen eingestehen muß. Peichl letzte Woche: „Mit einer solchen Verbissenheit und Verbohrtheit habe ich nicht gerechnet.“

Das fing, im Mai-Heft, damit an, daß „Tempo“ eine halbseitige Gegendarstellung drucken mußte („Klaus Pokatzky hat recht, wir bedauern unseren Fehler“), die dem vergrätzten Autor aber nicht genügte. Sie mußte, besonders

schmerzlich, in gleicher Länge, zudem besser placiert und im Inhaltsverzeichnis groß angekündigt, in der Juli-Nummer noch einmal erscheinen.

Zwischendurch, in der Juni-Ausgabe, war es der „Tempo“-Redaktion im Genzug gelungen, dem widerborstigen Pokatzky gehörig eins auszuwischen. Sie veröffentlichte einen Leserbrief von „J. Einstein“ aus „Bergen-Engheim“, in der/die Leser/in aus dem Hessischen unter der Überschrift „Rad ab“ gehörig mit der verstümmelten Pokatzky-Eloge auf Hombach abrechnete. Der Brief genügt in seiner Diktion nicht nur den stylevollen Ansprüchen neudeutscher Yuppie-Literatur, er macht auch klar, wes-



„Tempo“-Anwalt Kersten
Am Brunnen der Philologie

MARITIM

**„Ich genieße das vorzügliche
Dinner in der Orangerie im MARITIM Seehotel
Timmendorfer Strand und freue mich
auf meine Geschäftsreise nach Nürnberg.“**



**„Im dortigen MARITIM gibt es nämlich auch einen
Gourmettreff, »Die Auster«, und der »Waller mit
Jacobsmuscheln in Grün« soll dort superb sein.
Ich schätze es, wenn ich mich auf Qualität verlassen
kann. Was mir besonders gefällt: In jedem MARITIM
Hotel habe ich ein anderes Ambiente – aber immer
den bewährten Komfort und Service –, und von
meinen Vorteilen als Stammgast in der
MARITIM Hotelgruppe profitiere ich auch.“**

**MARITIM First-Class-Hotels, immer an ausgesuchten
Plätzen, mit Spezialarrangements für Ferien,
Kuraufenthalt, Kurzurlaub oder Wochenenden.
Ihre Top-Adressen für Geschäftsreisen, Tagungen
und Kongresse.**



**Falls Sie mehr über unseren Sonderservice
für Stammgäste wissen möchten,
genügt ein Anruf in den MARITIM Hotels:**

**Bad Homburg Tel. (06172) 28051
Bad Salzungen Tel. (05222) 1451
Bad Sassendorf Tel. (02921) 5990
Braunlage Tel. (05520) 3051
Darmstadt Tel. (06151) 80041
Fulda Tel. (0661) 2820
Gelsenkirchen Tel. (0209) 15951
Hamm Tel. (02381) 13060
Hannover Tel. (0511) 16531
Kiel Tel. (0431) 35050
Mannheim Tel. (0621) 45071**

**Nürnberg Tel. (0911) 23630
Golf & Sporthotel
Timmendorfer Strand Tel. (04503) 4091
Seehotel
Timmendorfer Strand Tel. (04503) 5031
Kurhaushotel
Travemünde Tel. (04502) 811
Strandhotel
Travemünde Tel. (04502) 75001
Würzburg Tel. (0931) 50851**

**Informationen und Reservierungen der
MARITIM Hotels Brasilien, Malta, Teneriffa,
über MARITIM Hotel Reisedienst Düsseldorf
Tel. (0211) 350678**

halb liberale Blätter wie die „Zeit“ das Schickeria-Magazin als „neues Spielzeug für die Infantilgesellschaft“ verspotten. Wortlaut:

Das Bodo-Hombach-Porträt war langweilig genug. Jetzt auch noch eine Gegendarstellung lesen zu müssen, in der sich der Autor von den einzigen halbwegs kritischen Stellen, die nicht an Lobhudelei und arschkriechendes Gesülze erinnern, distanziert, ist eine Zumutung. Hat Herr Pokatzky ein Rad ab oder ein Konto wg. Hombach?

Auf diese Frage wußte „Die Red.“ in einer kursiv gesetzten Zusatzbemerkung auch keine Antwort: „Wir müssen Gegendarstellungen abdrucken und seien sie noch so querulant.“

Weil Leserbrief wie Redaktionschwanz „beleidigende bzw. verleumderische Behauptungen enthalten“, verlangte Rechtsanwalt Michael Nesselhauf im Namen seines Mandanten Pokatzky vom Hamburger Jahreszeiten-Verlag eine Unterlassungserklärung und eine Richtigstellung. Pokatzky: „Ich lasse mir von diesen Herren nicht unterstellen, ich sei käuflich. Das muß ich mir nicht bieten lassen.“

Das Hamburger Landgericht erließ eine einstweilige Verfügung, die der „Tempo“-Redaktion verbot, die Leserbrief-Außerungen zu verbreiten. „Tempo“-Anwalt Joachim Kersten sah jedoch die Grenze der Schmäh-Kritik „nicht überschritten“ und legte Widerspruch ein. Es müsse möglich bleiben, „kritische Leserbriefe abzdrukken“.

In einem ausführlichen Schriftsatz, der eine gute bibliographische Ausstattung belegt, wies Kersten das Gericht seinerseits in die Schranken. „Gerichte mögen sich als eine moralische Anstalt verstehen“, schrieb Kersten, „ob indessen die Sprachreinigung zu ihren vordringlichen Aufgaben zählt, mag arg bezweifelt werden.“ Er empfahl der Kammer, sich „in Fragen der Sprachreinigung“ der Zunft zu bedienen, die sich „wissenschaftlich mit Sprache beschäftigt: der Philologie“.

So sei der Leserbrief-Text zwar „in neudeutsch-salopper Form gehalten“, jedoch keineswegs so abgefaßt, daß er „nicht hingenommen werden müßte“. Das „arschkriechende Gesülze“ sei nicht auf die Person, sondern auf die Sache bezogen. Und überhaupt: „arschkriechend“ sei nach dem „Illustrierten Lexikon der deutschen Umgangssprache“, einem Standardwerk, ein Synonym für das harmlose Wort „liebedienerisch“. Auch wenn die saloppe Form „arschkriechend“ nach den Benimmregeln der Frau Pappritz „nicht ganz salonfähig sein mag“, so sei es doch „Teil der Meinungsfreiheit“, eine Zeitschrift herauszubringen, „die sich der modernen und saloppen Umgangssprache bedient“.

Dudens großes Wörterbuch der deutschen Sprache übersetze den „Arschkriecher“ als „(derb abwertend) übertrieben schmeichlerischen Menschen“, und, so fragt der Anwalt, „was

Auch mit dem Wörtchen „Querulant“ im redaktionellen Zusatz befaßt sich Kersten „in wissenschaftlicher Genauigkeit“ und führt die Kammer „an den Brunnen der Philologie“. Er verweist auf das 1876 erschienene Fremdwörterbuch Joseph Kehrens, der den „Querulanten“ als „Klagsüchtigen, eine Klage bei Gericht Einreichenden“ definiert. Ker-

Weil der Text des Leserbriefes „identisch mit dem Stil eines bestimmten Autors der Tempo-Redaktion“ war, reichte Nesselhauf beim Landgericht Hamburg erneut Klage ein: „Das Wörtchen

Weil der Text des Leserbriefes „identisch mit dem Stil eines bestimmten Autors der Tempo-Redaktion“ war, reichte Nesselhauf beim Landgericht Hamburg erneut Klage ein: „Das Wörtchen

[illegible]

... den, der Siegen-Markt
nicht verlassen, gibt er
sich nicht zufrieden mit
seiner neuen Stellung als
Landesrat. Er hat sich
auch in der Provinz
für die Verbesserung der
Verhältnisse der Armen
eingesetzt. Er hat sich
auch für die Verbesserung
der Verhältnisse der
Armen eingesetzt. Er
hat sich auch für die
Verbesserung der Verhältnisse
der Armen eingesetzt.

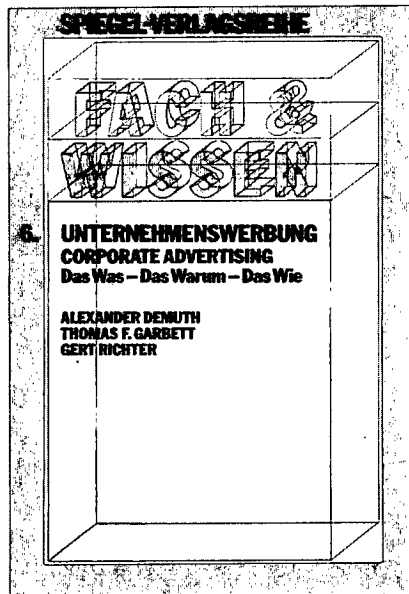
Pokatzkys Verdacht, Leserbriefertext und Einsender „J. Einstein“ seien fingiert, bestätigte sich nach ersten Recher-

Das war zwar glatt gelogen und, wie er heute zugibt, eine „Dummheit“ obendrein. Aber „die Tragweite einer eidesstattlichen Versicherung“, sagt Peichl, „die habe ich nicht gekannt“. Den Text, vom Hausjuristen des Jahreszeiten-Ver-

stabo[®]
Hans Kolbe & Co. · Stabo Funktechnik
Langer Garten 23 · 3200 Hildesheim
Tel. 0 51 21/5 70 44-6 · Telex 927 261

Was ist Unternehmenswerbung?

Wie muß das Konzept einer erfolgreichen Unternehmenswerbung aussehen? Warum tritt diese Form der Werbung zunehmend neben die klassische Produktwerbung, gelegentlich sogar an deren Stelle?



Ein Band der SPIEGEL-Verlagsreihe FACH & WISSEN: „Unternehmenswerbung – Corporate Advertising“ gibt Antwort. Die Autoren zeigen, wie eine wirkungsvolle Kampagne entsteht und welche Fehler vermieden werden sollten.

Im Mittelpunkt des Bandes stehen Fallbeispiele: 25 Firmen stellen ihre Kampagnen vor und sagen, warum sie Unternehmenswerbung machen und was sie erreicht haben.

Umfang: 202 Seiten mit zahlreichen Abbildungen.
Schutzgebühr: DM 30,-.

SPIEGEL-Verlag, Vertriebsabteilung, Postfach 110420, 2000 Hamburg 11. Lieferung nur gegen Vorkasse, im Inland portofrei. Überweisungen mit dem Vermerk „Unternehmenswerbung“ bitte auf das Konto Nr. 1413 004 (BLZ 200 304 00), Bankhaus Marcard & Co., Hamburg.

lags entworfen, habe er nur „flüchtig“ durchgelesen und auf Drängen der Rechtsabteilung unterschrieben.

Jetzt ermittelt die Hamburger Staatsanwaltschaft wegen „falscher Versicherung an Eides Statt“, und dieses Delikt kann nach deutschem Strafrecht „mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft“ werden. Um mit milderer Strafe oder gar straffrei davonkommen, hat Peichl inzwischen seine falsche Aussage vor Gericht berichtigt.

Die „Tempo“-Leser erfahren nun in der September-Nummer, die Ende dieser Woche erscheint, wie es wirklich war: „Dieser ‚Leserbrief‘ ist kein Leserbrief und stammt auch nicht von J. Einstein, sondern wurde vom Chefredakteur von ‚Tempo‘, Markus Peichl, verfaßt. Wir bedauern unser Fehlverhalten.“

„Mit dieser Riesenblödsinnigkeit“, sagt der Österreicher selbstkritisch, „stehe ich natürlich schlecht da.“ Und deshalb habe er seinem Verlag auch „angeboten“, als Chefredakteur zurückzutreten“. Peichl: „Es ist die Hölle, in ein Land zu kommen, das man nicht kennt.“

SCIENCE-FICTION

Butterfahrt ins All

Der deutsche Groschenroman-Held Perry Rhodan wird 25 Jahre alt.

Es war „wie ein Weltuntergang“, als der messianische Terraner ins Außerirdische aufbrach.

„Weißglühende Flammenzungen“ durchzuckten die Nacht. Ein „unbeschreiblich machtvolles Geräusch“ erhob sich, das „nur noch von dem einer detonierenden Kernbombe übertroffen werden konnte“. Dann stieg „majestätisch“ das Raumschiff auf und bohrte sich „in den blutrot aufleuchtenden“ Himmel. Mit einem Urknall entwand, vor 25 Jahren, ein galaktischer Ritter in die Tiefe des Raumes, der Millionen auf Erden fasziniert hat. So begann, im September 1961, eine unendliche Geschichte – die deutsche Science-fiction-Serie „Perry Rhodan“.

„Unternehmen Stardust“ hieß das erste Trivialheftchen, in dem Rhodan, Major der „U.S. Space Force“, gemeinsam mit den astrophilen Herren Bull, Flipper und Dr. med. Manoli zu einer Mondpartie startet. Und seither ist der Erfolg der Romanserie in geradezu überirdischen Dimensionen vorgestoßen, „einmalig in der Geschichte der utopischen Literatur“, wie der Moewig Verlag berauscht mitteilt.

Rund 1600 Rhodan-Titel – Heftromane, Taschenbücher und Hardcover – sind bis jetzt erschienen. Woche für Woche kommt PR, wie die Fans ihren interstellaren Darling nennen, in 700 000 Exemplaren auf den Markt; Lizenz Ausgaben sind unter anderem in Japan und Frank-



Erster Perry-Rhodan-Roman von 1961
Sado-Macho mit Thermokanone

reich im Umlauf. Mehr als eine Milliarde beträgt die PR-Gesamtauflage. Auch ein Kinofilm (1966) kündigt vom Ruhm des SF-Giganten: „Perry Rhodan – SOS aus dem Weltall“.

Zehn Autoren, mehrheitlich der mächtigen PR-Lesergemeinde entsprungen, sind gegenwärtig dabei, das Rhodan-Epos fortzuspinnen, getreu dem verlegerischen Credo, PR sei „die Vision einer besseren Welt“, ein beglückend „humanitäres astropolitisches Menschheitsmodell“. Und zum 25jährigen Berufsjubiläum seines extraterrestrischen Goldesells will Moewig, Mitglied im Bauer-Verlagsimperium, ein kolossales PR-Memorial inszenieren.

Zu Tausenden – 5000 werden erwartet – sollen am 6. und 7. September PR-Aficionados in Saarbrücken einfallen und in der Saarlandhalle, zwischen Raumschiffmodellen, umwabert von Trockeneisnebeln, den Vorträgen erfahrener Ufo- und Rhodanologen lauschen. In Talk-, Dia- und Multivisionsshows soll der Perrymane tief in die Mysterien des PR-Universums eindringen; auch feiert der Shuttle-Kongreß die Uraufführung eines Perry-Rhodan-Songs.

Rhodan for ever! Wieviel hat die Galaxis diesem Milchstraßen-Feger zu verdanken! In gewaltigen Raumschiffen von 500 Metern Durchmesser hat er das All erforscht, als heilsbringender Eroberer bedrohte Außerirdische gerettet und sich schließlich zum Herren der kosmischen Hanse aufgeschwungen.

Mit „starker Hand und hartem Willen“ trotzte der Astropolitiker dem kriegerischen Insektenvolk der Chrumruch; er besiegte die scheußlichen, von Echsen abstammenden Topsider, rüstete gegen die halslosen, vieräugigen Maahks und