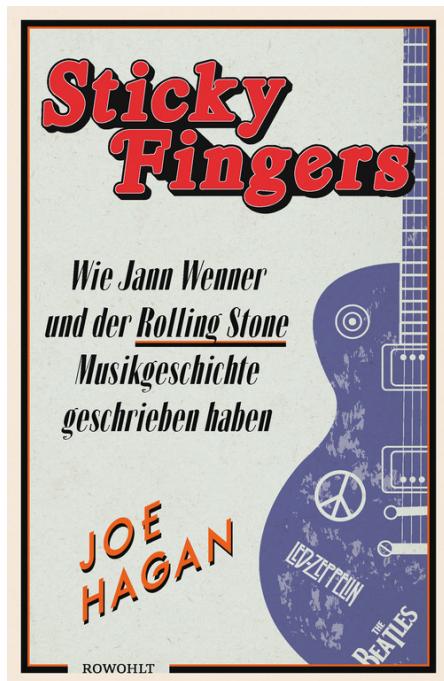


Leseprobe aus:



ISBN: 978-3-498-03037-7

Mehr Informationen zum Buch finden Sie auf www.rowohlt.de.

Joe Hagan

Sticky Fingers

Wie Jann Wenner und der *Rolling Stone*

Musikgeschichte geschrieben haben

Aus dem Englischen von Friederike Moldenhauer

ROWOHLT

Die amerikanische Originalausgabe erschien 2017 unter dem Titel
«Sticky Fingers. The Life and Times of Jann Wenner and *Rolling
Stone Magazine*» bei Alfred A. Knopf, a division of Penguin Random
House LLC, New York, und in Kanada bei Alfred A. Knopf Canada,
a division of Penguin Random House Canada Limited, Toronto.

1. Auflage April 2018

Copyright der deutschsprachigen Ausgabe

© 2018 by Rowohlt Verlag GmbH, Reinbek bei Hamburg

«Sticky Fingers. The Life and Times of Jann Wenner and
Rolling Stone Magazine» Copyright © 2017 by Joe Hagan
Alle Rechte vorbehalten inklusive des Reproduktionsrechts

im Ganzen oder in Teilen in jeder Form

Redaktion Tobias Schumacher-Hernández

Satz aus der Minion Regular, PostScript

Gesamtherstellung CPI books GmbH, Leck, Germany

ISBN 978 3 498 03037 7

Inhalt

Widmung

Motto

Inhalt

Prolog: Get Back

Teil Eins: Der Wunderknabe

1. Atlantis
2. Are You Experienced?
3. California Dreamin'
4. Like a Rolling Stone
5. Born to Run
6. Sympathy for the Devil
7. Bridge over Troubled Water

Teil Zwei: Die siebziger Jahre

1. Temptation Eyes
2. Sticky Fingers
3. California
4. The Cover of Rolling Stone
5. Whatever Gets You thru the Night
6. Love Will Keep Us Together
7. Take It to the Limit
8. Big Shot
9. Stayin' Alive
10. Shattered

Teil Drei: It's Only Rock and Roll

1. Get Back
2. We Don't Need Another Hero
3. Purple Rain
4. We Didn't Start the Fire
5. Nevermind
6. Bridges to Babylon
7. Still Crazy After All These Years

Nachwort

Anmerkungen

Register

Tafelteil 1

Tafelteil 2

Tafelteil 3

Tafelteil 4

Prolog: Get Back

John Lennon saß in einem Kino und weinte.

Der Anblick von Paul, wie er in den letzten zehn Minuten des Films auf dem Dach stand und sang, hatte ihn aus dem Gleichgewicht gebracht. Jann Wenner rutschte auf seinem Sessel hin und her. In der Dunkelheit eines winzigen Kinos in San Francisco rollten seinem Helden die Tränen über die Wangen, einem Beatle, dessen Nase und weltbekannte Brille die erste Ausgabe seiner Rockmusik-Zeitung *Rolling Stone* zierten. Während seine Brillengläser das Licht auf der Leinwand reflektierten, weinte neben ihm Yoko Ono, das rote Tuch für die Beatles-Fans: das Gesicht weiß wie Schnee, die Haare schwarz wie Ebenholz.

An diesem Samstagnachmittag im Frühling 1970 schauten John und Yoko mit Jann Wenner und seiner Frau Jane *Let It Be*, eine Dokumentation über die schwierigen letzten Aufnahmen der Beatles. John und Yoko waren begeisterte Anhänger der Urschreitherapie, sie waren leicht aus dem emotionalen Gleichgewicht zu bringen, und das Bild von Paul McCartney, wie er da auf dem Dach der Apple-Records-Studios im kalten Londoner Wind stand und sang, das war einfach zu viel.

Get back to where you once belonged ...

Für Wenner, den 24-jährigen Wunderknaben der neuen Musikpresse, der wie alle Jugendlichen in den USA die Beatles anbetete, ging hier ein Traum in Erfüllung. Er saß Schulter an Schulter mit «dem berühmtesten Menschen der Welt, verdammt noch mal» und wischte sich angesichts der Dämmerung der größten Band aller Zeiten die eigenen Tränen fort.

«Und es sind nur wir vier mitten in einem leeren Kinosaal», staunte Wenner, «irgendwie dicht aneinandergedrängt, und John heult sich die Augen aus.»

Lennon und Ono waren aus Los Angeles hochgefahren, um in San Francisco diesen jungen Fan zu treffen, dem es gelungen war, die Gegenkultur einzufangen, und der mittlerweile über 200 000 Leser herrschte. Wenner empfing das Paar in seinen funkelnagelneuen Redaktionsräumen in der Third Street wie königlichen Besuch. Während sie an den Arbeitsnischen von Autoren und Redakteuren vorbeigingen, erstarben die Geräusche der Schreibmaschinen; langhaarige Männer in Schlipsen und Levi's-Jeans schauten von ihren Analysen von Captain Beefheart und Pete Townshend auf, um sie anzugaffen. So häufig war ihnen Wengers ungenierte Anbetung von Idolen peinlich gewesen – Groupie, *starfucker* murmelten sie hinter seinem Rücken –, aber jetzt war er tatsächlich mit einem echten Beatle hier. Und Yoko! Das war nicht zu leugnen. Das Superpaar mit den langen Haaren war kleiner, als man gedacht hätte, doch war John Lennon immer noch größer als Jann Wenner, der mit seinen 1,71 Metern zu seinen Helden aufschauen musste wie ein kleiner Vampir.

«Ich meine, du hast sie aus der Ferne vergöttert oder verehrt», so Wenner. «Dann versucht man sich so natürlich wie möglich zu geben, denn ich glaube nicht, dass die Leute es mögen, wenn man sie verehrt. Also ist man eigentlich nur neugierig und fasziniert, man hängt an ihren Lippen, versucht aber gleichzeitig, ein freundlicher und unterhaltsamer Gesprächspartner zu sein, nicht groupiehaft oder unterwürfig.»

Wenner führte sie in sein Büro, vorbei an einer Hanfpflanze aus Plastik und einem Poster von Mickey Mouse, der sich gerade Heroin spritzt, und bemühte sich, das Bild eines selbstbeherrschten, an Prominenz gewöhnten Mediabarons abzugeben. Jedes Detail an ihm sah nach modi-

schem Verleger aus: Wenner war unersetzt und trug ein Button-down-Hemd und Jeans, sein schulterlanges Haar war modern gestylt, er rauchte Zigaretten der Marke True. Er hatte persönlich dafür gesorgt, dass das Paar nicht im Hilton, sondern in dem gehobeneren Huntington Hill wohnte und hatte die beiden in der Hoffnung, sie zu beeindrucken, in seinem Porsche-Cabriolet zum Sightseeing abgeholt. Wenner stellte gern fest, dass «Menschen wie John Lennon das Gefühl haben möchten, es mit jemand Wichtigem zu tun zu haben».

Es funktionierte, aber nicht in dem Sinne, wie er sich es vorgestellt hatte: Was das Wochenende anging, erinnerte sich Yoko Ono vor allem an Jane Wenner, Janns Frau, eine schick angezogene, spindeldürre Person mit Wangenknochen wie gemeißelt und frechem Blick. «Ich dachte, was hat dieser Mann für ein Glück!», erinnerte sich Ono. «Wie hat er die denn abgekriegt?»

Während sich Wenner und Lennon vorn im Porsche unterhielten, quetschten sich die Frauen auf die Rückbank. Die Fahrt führte über die Hügel, wo Ono in den dreißiger Jahren gelebt hatte. Ihre Familie war aus Japan eingewandert, und beide Elternteile waren Sprösslinge von reichen und bekannten Familienclans. Während Wenner Lennon ganz nebenher Ratschläge gab, wie er sein angekündigtes Album bewerben könne, und ihn über ihr Leben in Los Angeles befragte (John und Yoko lebten in der Villa, in der die Fernsehserie *The Beverly Hillbillies* spielte), wirkte die Nähe zu John Fucking Lennon auf den Verleger wie eine Droge. Hier saß genau der Beatle, der 1964 Wengers Welt zum Explodieren brachte, als der Berkeley-Student zum ersten Mal *A Hard Day's Night* in den Sommer-Semesterferien in einem Kino in Pasadena anschaute. Das listige Lächeln und der Esprit schienen von der Leinwand herab genau ihm gegolten zu haben. Wenner hatte sogar seinen Romanversuch nach einer Liedzeile von den Beatles benannt: *Now These*

Days Are Gone. Bei dem Text, den er nicht abschloss, handelte es sich um einen nostalgischen Schlüsselroman à la *Der Fänger im Roggen*, dessen Held in diesem Fall in Berkeley studierte.

Seit der allerersten Ausgabe des *Rolling Stone* war Lennon dessen Leitstern gewesen: In seinem ersten Leitartikel vom 9. November 1967 erklärte Wenner, dass es im *Rolling Stone* «nicht nur um die Musik geht, sondern auch um die Dinge und Haltungen, die mit dieser Musik einhergehen». Unterstrichen wurde diese Aussage mit dem Titelbild, auf dem Lennon in seiner Rolle als Musketeer Gripweed in Richard Lesters Antikriegskomödie *Wie ich den Krieg gewann* abgebildet war. In einer anderen Ausgabe erklärte Wenner Lennon nur wenige Monate vor seinem Besuch in San Francisco zum «Mann des Jahres». Sein Urteil begründete er wie folgt: «Seit 1965 nehmen die Beatles den größten Einfluss auf neue gesellschaftliche Denkweisen und Stil, die man für immer mit den sechziger Jahren verbinden und erinnern wird, so wie Charlie Chaplin die entscheidende Figur in den Zwanzigern gewesen ist.»

Außerdem fühlte sich jeder Moment mit John Lennon wie eine Geschichte an, die Wenner für den Rest seines Lebens erzählen würde, eine Seite in einem Geschichtsbuch, in das er hineingeschlüpft ist – und das er tatsächlich später veröffentlichen wird. Jedes Detail an diesem Wochenende ist mit Bedeutung aufgeladen: Lennons weiße Turnschuhe, die an seinem Handgepäck baumelten, der erschrockene Ausdruck auf dem Gesicht des Pagen in dem teuren Hotel, als Lennon ihm lässig die Tasche zuwarf. Mit Staunen und einer gewissen Befriedigung beobachtete Wenner beim Mittagessen, wie Lennon die Fans verjagte, die sich ihm näherten. «Die Leute kamen an und batzen um ein Autogramm, und er knurrte nur <Gehen Sie weg!>», berichtete Wenner.

Als sie sich nachmittags um vier die Beine auf der Polk Street vertreten wollten – der Himmel war bewölkt und kein

Mensch auf der Straße –, entdeckten sie zufällig ein kleines Kino, das in der Matinee *Let It Be* zeigte. Wenner ging davon aus, dass Lennon ihn schon gesehen hatte, was aber nicht zutraf. Ebenso überraschend war es, dass die Frau an der Kasse, die ihnen die Tickets verkaufte, Lennon nicht erkannte – nur ein weiterer Hippie mit Bart, der aussah wie John Lennon. Auch keiner der Handvoll Zuschauer, die im Kino saßen, bemerkte, dass John, Yoko und die Wengers sich hineingeschlichen hatten. «Es war so ein emotionaler Moment, Paul auf dem Dach singen zu sehen», erinnerte sich Jane Wenner. «Und überhaupt war es kaum zu glauben, dass John den Film noch nie gesehen hatte. Und er war so mitgenommen.»

Eine Stunde später weinten auch Jann und Jane Wenner. Draußen auf dem Bürgersteig umarmten sich die vier im Abendlicht. «Er weinte, sie weinte, und wir versuchten nur, uns zusammenzureißen», berichtete Wenner.

Aber auch wenn das das Ende der Beatles gewesen sein möchte, war es für Jann Wenner erst der Anfang. Schließlich hofierte er John Lennon für ein Exklusivinterview im *Rolling Stone*. Und noch bevor das Wochenende vorbei war, machte Lennon eine vielversprechende Bemerkung.

Er schrieb Wenner Folgendes in eine Ausgabe von Arthur Janovs *Der Urschrei*:

Lieber Jann,

nach vielen Jahren der «Suche» – Tabak, Gras, LSD, Meditation, Vollkornreis, alles Mögliche – bin ich endlich auf dem Weg zur Freiheit, d. h. ich bin ECHT + NÜCHTERN. Ich hoffe, dieses Buch hilft dir so sehr wie Yoko + mir [und das hat es]. Ich erzähle dir die «wahre Geschichte», wenn wir fertig sind.

Alles Liebe,

*

Sobald die erste Ausgabe des *Rolling Stone* im November 1967 erschienen war, war die Zeitung ein Erfolg.

Die Bucht von San Francisco war ein Nährboden für psychedelische Kultur, es bildete ein Firmament von Namen und Orten, die für eine Generation schnell zu Prüfsteinen wurden: Die Bay Area stand für Haight-Ashbury, die Grateful Dead und Jefferson Airplane, Ken Kesey und das Künstlerkollektiv Merry Pranksters, Bill Graham und seine Konzerthalle Fillmore, für Hells Angels ebenso wie für Black Panthers. Vieles drehte sich um Musik, aber es war mehr als das. Es war eine Weltsicht, in der die Jugend bestimmte, was echt war. John Lennon formulierte es für den *Rolling Stone* folgendermaßen: «Damals war Rock 'n' Roll echt, alles andere war unecht.» Der ursprüngliche Rock 'n' Roll, den Elvis Presley aus ländlichem schwarzem Blues gemacht hatte, war schon durch (recht unechte) Teenageridole wie Frankie Avalon und Ricky Nelson reduziert und destilliert worden. Auch die Invasion durch die Briten drei Jahre zuvor verblasste angesichts der Bürgerrechtsbewegung und des Vietnamkriegs. Die psychedelische Gegenkultur aus San Francisco versprach eine Revolution, die gegen kapitalistische Bestrebungen immun war.

Zu jener Zeit war Wenner der Star seines eigenen Magazins. Bekamen die Leser zum ersten Mal den *Rolling Stone* in die Hände, war Wenner für sie eine gedruckte Offenbarung. Der Chefredakteur mit dem in amerikanischen Ohren seltsam schwedisch klingenden Namen – war Jann ein Mädchen? –, der mit langem a ausgesprochen wurde, drang als ungeladener Guest ins Fillmore ein, hatte sich an Kifferwitze gewöhnt und sah Nacktheit, wie sie in Kunsthochschulen

praktiziert wurde, als das, was sie war. In Antikriegsrhetorik war er ebenso geübt, wie er privilegiert war, als Erster eine brandneue LP von den Stones in die Hände zu bekommen. Bei den Zeitungskiosken kam *Rolling Stone* wie ein verstohlener Händedruck an. Mit einem gerissenen kleinen Verkaufstrick brachte Wenner die Zeitung an den Mann: Zu jedem Abonnement gab es einen «roach clip», eine Klammer zum Halten fast aufgerauchter Joints, gratis dazu. Jedes dieser «praktischen kleinen Dinger» wurde von seinem Schwager, dem Bildhauer Bob Kingsbury, angefertigt.

Wenner war der Fan, der er vorgab zu sein, aber das war nur eine Seite von ihm. Auch wenn er mit der Gegenkultur im Gleichschritt marschierte, war er ebenso ein adretter junger Mann, der Kennedy verehrte und dessen Pläne, in Harvard zu studieren, durchkreuzt worden waren, was ihn nach Berkeley verschlug. Das war ein Hort linker Radikaler, wo Wenner die Hälfte seiner Zeit damit verbrachte, seine Kommilitonen aus der High Society zu beobachten. Als hartnäckiger gesellschaftlicher Aufsteiger, dessen Frechheiten seine Freunde manchmal anmaßend fanden, stürmte Wenner Debütantenbälle und ging mit seinen reichen und schönen Freunden übers Wochenende Ski laufen, wo sie in eleganten Ferienapartments wohnten und von ihren Bekannten, den Kennedys und Hearsts, erzählten. Stets bemüht, seine jüdischen Wurzeln und seine latente Homosexualität zu verbergen, stellte er den Söhnen und Töchtern des alten San Francisco nach, während sie, die Kinder kalifornischer Industrieller, aus den steifen Bezirken von Pacific Heights ins cannabisverqualmte Haight-Ashbury zogen. Dort lockten atemberaubende Freiheit und unbegrenzte Möglichkeiten, die Welt war durch realitätzerschmetternde Chemikalien aus den Angeln gehoben. Es war «die freieste Generation, die dieses Land jemals gesehen hat», staunte Ralph Gleason, Musikkritiker des *San Francisco Chronicle* und Wengers Mentor und Mitbegründer des *Rolling Stone*.

ling Stone. «Kein Make-up, keine toupierten Frisuren, keine Button-down-Hemden oder Krawatten und keine Anzüge von Brooks Brothers.»

Wenner saugte diese neuen Werte auf - Sex, Drogen und Rock 'n' Roll - , doch gehörten sie zu einem umfassenderen Plan. Er verstand, dass es neben den Drogen und der Freiheit auch Ruhm und Geld gab. Er selbst hatte ein Internat in Los Angeles besucht, das auch die Sprösslinge des Hollywood-Adels beherbergte, mit Liza Minnelli etwa ging er zum Schulball. Mit deren glitzernden Herkunft tröstete sich Wenner über sein eigenes zerrüttetes Zuhause hinweg. Um sich in dieses soziale Geflecht einzufügen, informierte er sich über seine Kommilitonen eingehend in den Jahrbüchern und gewann ihre Anerkennung mit einer ruppigen Studentenzeitung, die er gründete, um sich beliebt zu machen und die Professorenschaft zu nerven.

Um die Kids zu erreichen, die verstanden hatten, dass 1967 das Jahr der Revolution war, um die Kids zu erreichen, *die es draufhatten* - musste man die richtige Tonlage treffen und die Geheimsprache sprechen, wie Bob Dylan in seinen zugedröhnten Texten. Denen lauschte Jann Wenner auf dem Fußboden seiner Wohnung in Berkeley, den Kopf zwischen zwei KLH-Lautsprechern, im Blut LSD. Später sagte Wenner, er habe sich mit der «Miss Lonely» in dem bahnbrechenden Dylan-Song «Like a Rolling Stone» identifiziert, der Debütantin und Dylans Objekt der Verachtung, der er seine bitteren Lektionen darlegt.

Aber Wenner lernte schnell. Intuitiv begriff er, was die neue Rockzuhörerschaft auszeichnete. Im Gegensatz zu den Fans der britischen Bands war sie hauptsächlich männlich. Für Marketingspezialisten war diese neue Jugendkultur weitgehend Neuland - und Wenner war der Pionier. Bis 1966 waren die wichtigsten US-amerikanischen Publikationen über die Beatles und die Rolling Stones *16* und *Tiger Beat*. Die aus New York stammenden Zeitschriften richteten

sich vor allem an weibliche Teenager und machten Paul und John sowie Mick und Keith zu belanglosen Objekten romantischer Verklärung. Indem er Rockmusik mit demselben Anspruch behandelte, wie junge Männer nun *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* diskutierten, erlaubte es Wenner auch den Jungs, ihre männlichen Idole hingerissen zu begaffen. Fünf Monate vor dem Erscheinen dieses Albums lagen die ersten Ausgaben des *Rolling Stone* am Kiosk. «Hätte James Joyce elektrische Gitarre gespielt, hätte er wahrscheinlich ein Album wie *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* aufgenommen», formulierte Wenner in einer Musikkritik, die er dem *High-Fidelity*-Magazin anbot (und die als «prätentiöser Quatsch» durchfiel).

In gewisser Hinsicht war der *Rolling Stone* eine natürliche Reaktion auf das Album *Sgt. Pepper's*, welches das Aufkommen von Langspielplatten mit einer Geschwindigkeit von 33 1/3 rpm markierte. Außerdem war es ein öffentliches Statement, mit dieser Zeitung hatte man zu rechnen, und sie ließ sich zum Fetisch erheben – es handelte sich in der Tat um Nachrichten von der Jugendfront. Das Monterey International Pop Festival im Juni 1967 stellte einen Wendepunkt dar, denn hier kamen neue Rockbands aus London, New York und Los Angeles für ein Medienspektakel zusammen, von dem in den USA alle Nachrichtenkanäle berichteten. Organisiert und umgesetzt wurde es von Plattenmachern aus Los Angeles, und die Werbung übernahm der Pressesprecher der Beatles, der Jann Wenner mit dem Erstellen von Werbematerial beauftragte. Indem er die Plattenleute hofierte, die kaum etwas darüber wussten, was die Kids in San Francisco machten und sagten, wenn sie unter sich waren, positionierte sich Wenner auf perfekte Weise als Mittelsmann zwischen der Gegenkultur von Haight-Ashbury, von wo sich alle Kiffer Tipps für LPs, Politik, Dope und Sex erhofften, und dem, was damals unter dem Namen rechtschaffene Welt lief. Beide Universen befanden

sich schon auf Kollisionskurs, doch Wenner beschleunigte diesen Prozess noch. «Die Geschäftswelt, für die die Plattenfirmen standen, war einfach so altmodisch und fremd», erläuterte Wenner, «sie näherten sich der Rockmusik nur widerwillig an.»

Im Vorlauf für den *Rolling Stone* bediente sich Wenner freimütig an der kurzlebigen Zeitung *Sunday Ramparts*, die im Juni 1967 eingestellt wurde. Nach Monterey besorgte sich Wenner 7500 Dollar, wobei der Großteil der Summe von Janes Vater, einem Zahnarzt aus Manhattan, stammte. Wenner recycelte die aufgelöste Zeitung einfach als seine eigene. Die Druckerei musste noch nicht einmal die Einstellungen an der Druckpresse ändern. Wenner nutzte sogar dasselbe Design und Layout, eine Parodie auf spießige britische Zeitungen wie die Londoner *Times*. Die ersten Ausgaben zeichneten sich durch primitive Einfachheit aus, aber die sachliche Aufmachung wirkte neben Underground-Magazinen wie *Crawdaddy!* oder dem *Oracle* aus San Francisco gewagt, denn Letztere bestachen durch bewusst amateurhafte Layouts. Im Gegensatz dazu war der *Rolling Stone* grundlegend kommerziell: Die Fleet-Street-Drucktype und die feinen Trennlinien wurden von einer Werbeagentur gestaltet, deren Gründer Howard Gossage ein Kumpel von Tom Wolfe und Marshall McLuhan war.

Genau das war es, das radikal konventionelle Erscheinungsbild des *Rolling Stone*, was Wengers wichtigste Innovation darstellte. Als er das ganze Paket mit einem psychedelischen Logo versah, legitimierte und etablierte er den Underground auf einen Schlag. Der charakteristische Schriftzug stammte von Posterkünstler Rick Griffin und zeichnete sich durch gewundene Ligaturen sowie geschwungene Serifen aus, die unmissverständlich eine Anspielung auf die Ladenschilder der Head-Shops in Haight-Ashbury darstellten.

Von seinem Drehstuhl in einer Lagerhausetage in der Brannan Street aus berichtete Wenner mit seiner «kleinen Rockmusik-Zeitung aus San Francisco» der Szene private Details bekannter Persönlichkeiten. Für die erste Ausgabe fuhr er einfach rüber nach Haight-Ashbury, um die Grateful Dead in ihrem Wohnzimmer zu interviewen und ihnen zu helfen, ihre Festnahme wegen Cannabis-Besitzes öffentlich zu machen. Der Keyboarder Ron «Pigpen» McKernan nutzte die Gelegenheit, um für ein Foto fröhlich grinsend mit einem Gewehr zu posieren. *All the news that's fit*, kopierte Wenner den altehrwürdigen Leitspruch des etablierten Ostküsten-Journalismus. Die Überschriften illustrierten diesen Anspruch: Ein neuer Film von den Beatles!; Eric Burdon verlässt die Animals!; Jim Morrison exponiert!; John und Yoko rocken Toronto; Chicago 7: Jugend vor Gericht; Paul McCartney gets back; Bob ist zurück!

Im Jahr 1967 war es immer noch ziemlich radikal, Artikel von intellektuellen College-Absolventen wie Jon Landau oder Greil Marcus abzudrucken, die sich mit James Brown oder Jefferson Airplane beschäftigten, als sei es ernste Kunst – wie etwa Jazz. «Auch wenn er ernstzunehmende Popkritik nicht erfunden hatte, war Jann derjenige, der sie populär gemacht hat», beobachtete Mick Jagger, dessen Band schon fünf Jahre lang vor Teenager-Mädchen gespielt hatte, bevor der *Rolling Stone* gegründet wurde. «Es gab auch vorher schon Zeitschriften, genau wie es Kritiken gab, aber die Magazine flogen ein bisschen unter dem Radar und wurden nicht ernst genommen. Das aber war eine Zeitung, in der es um Musik ging und die sich der halb-ernsthaften Kritik verschrieben hatte.»

Sogar im fernen London fingen Mods wie Rocker an, *Rolling-Stone*-Hefte zu tauschen. Plötzlich hörte Jagger von Jann Wenner, dem Typen aus San Francisco mit der Chuppe, erst seine Zeitung nach seiner Band zu benennen und dann seine letzte Platte zu verreißen. Bob Dylan erhielt ei-

nen Brief von Wenner, in dem er ihn bat, eine Geschichte für ein neues Musik-Journal zu schreiben, das wie sein sechsminütiger Radiohit hieß. Wenner druckte jede kleinste Äußerung von Pete Townshend von The Who ab, als handele es sich um ein Exklusivinterview mit Gott am zweiten Schöpfungstag. Ein Beispiel dafür ist das Gespräch, das die beiden in Wengers Apartment in Potrero Hill im Frühjahr 1968 geführt hatten. Es erschien auf zwölf Seiten in zwei Ausgaben, circa 16 000 Wörter. Townshend fand es toll. Und für Achtzehnjährige, die sich Sorgen machten, eingezogen zu werden, während sie heimlich einen Joint am offenen Fenster rauchten, waren Townshends Aussagen in dem Artikel «The Who Sell Out» wirklich Neuigkeiten.

«Rockmusik ist riesig», erklärte Townshend Wenner. «Es ist eines der größten Ereignisse in der Musikgeschichte. Sie ist der klassischen Musik ebenbürtig ... Es ist einem egal, in welcher Zeit die Songs entstanden sind, was sie bedeuten, worum es in ihnen geht. Es ist die verdammte Explosion, die sie auslösen, wie wenn man ein Gewehr abfeuert. Es ist das Ereignis. Darum geht es bei Rockmusik. Darum hat Rockmusik solchen Einfluss.»

In der darauffolgenden Woche war Spiro Agnew auf dem Titelblatt des Magazins *Time*. Dass jemand es gewagt hatte – oder aus der Perspektive des Mainstreams sich überhaupt damit beschäftigte –, sich im seriösen Journalismus mit der Rockkultur auseinanderzusetzen, war eine Offenbarung. Auf der Pirsch nach Ruhm und Legitimation waren die Musiker geschmeichelt. «Ich sag Ihnen mal, was Jann gemacht hat», erklärte Keith Richards. «Er hat eine richtig gute Gruppe von Autoren zusammengesucht, wirklich nette Jungs. Die hatten keine Angst, loszuziehen und Fragen zu stellen. Und sie haben etwas, das einfach nur ein Fanmagazin hätte sein können, in echten Journalismus verwandelt. Das hat Jann meiner Meinung nach erreicht.»

Fünf Monate nachdem das Townshend-Interview erschienen war, überholte Wenner *Time* mit einer Story über das Phänomen Rock-Groupies. Indem er eine ganzseitige Anzeige in der *New York Times* schaltete, lud er die Mainstreampresse dazu ein, einen Blick auf seine Sammlung pikanter Nacktfotos zu wagen.

Wie nicht weiter verwunderlich, brauchte Wenner, getrieben von ungefiltertem Ehrgeiz, nun einen Chefredakteur. Seine Freundin, Jane Schindelheim, ein zartes und neurotisches Pflänzlein aus Manhattan, verdrehte die Augen, wenn es um die schlichten Hippies ging, die in ihren Dreckslöchern in San Francisco hausten. Doch als sie Jann Wenner während ihrer Tätigkeit als Empfangsdame bei *Ramparts* kennenlernte, konnte sie nicht anders, als seinen glühenden Ehrgeiz, naiven Charme und die damit einhergehende Vulgarität zu bewundern. Er zeichnete sich durch unwirsche Arroganz und kindliche Launen aus, hinterging Leute und drangsalierte forsch – all dies gespeist von einem freimütigen Verlangen nach Arbeit und Exzess. Jemand musste doch auf diesen kleinen Barbaren aufpassen, dessen Gier nach Geld, Drogen und Sex drohten, seinen scharfen Intellekt zu überholen und ihn in den dicken Jungen Augustus Glupsch aus dem Buch *Charlie und die Schokoladenfabrik* zu verwandeln, der sich im Schokoladenfluss der sechziger Jahre verliert.

Schon bald sollte sie seine Frau und Mitinhaberin der Zeitung werden, aber ebenso sein Kompass und seine Hüterin, seine Stilberaterin und paranoide Aufseherin, die sich um ihn Sorgen machte und hinter den Kulissen die Fäden zog. Ihre verführerische Schönheit und ihr guter Geschmack bildeten ein Gegengewicht zu Wengers Extrovertiertheit und seinem häufig anstößigen Verhalten. Diese Kombination war die Formel für den *Rolling Stone*, der teils eine gesellschaftliche Institution und teils ein privater Club war. Jane manikürte Wengers Sozialleben, förderte seine

größten Talente und kittete Freundschaften mit Leuten, die er und seine manchmal rücksichtslose Zeitung vergrault hatten. «Sie ist die Einzige, die in dieser schnellen Zeit stillsteht», erinnerte sich Annie Leibovitz, für die Jane Wenner in den Anfängen ihrer Karriere sowohl Muse als auch ordnende Kraft war. «Ich glaube, ihnen war irgendwie klar, dass sie beide attraktiv waren. Einige Menschen fühlten sich eher von Jane und ihrem Charakter angezogen als von Jann.»

Die beiden fühlten sich hingegen nur mit Unterbrechungen voneinander angezogen, zumindest in sexueller Hinsicht. Während Jann seine Sexualität sowohl mit Männern als auch mit Frauen auslebte, tröstete sich Jane mit Affären. Sie bändelte mit Leibovitz an, deren intimes Verhältnis zu beiden Wengers den Reigen aus Ehrgeiz und Vergnügen vervollständigte, der in den siebziger Jahren den kreativen Kern des *Rolling Stone* bildete. Trotz des ewigen Hin und Hers von Nähe und Distanz waren Jann und Jane einer Sache immer loyal gegenüber, dem Magazin. In Bezug auf den *Rolling Stone* wurden sie einander nie müde, was zu einer bemerkenswert erfolgreichen Ehe führte, die anscheinend die Bewegungen einer sich stets verändernden Kultur nachzeichnete.

*

Nachdem der Idealismus der «Woodstock Nation» durch das berühmt-berüchtigte Konzert in Altamont im Dezember 1969 ausgelöscht worden war, kam dem *Rolling Stone*, der schon immer einen Fuß in der Tür des Kommerzes hatte, eine besondere Position zu, von der aus er die siebziger Jahre dominierte. Mit der Plattenindustrie im Rücken konnte Wenner sich mit Hilfe des Journalismus neue Gesellschaftsschichten erschließen. Er befeuerte den Ehrgeiz etablier-

ter amerikanischer Schriftsteller wie Tom Wolfe und Hunter S. Thompson und bot deren Berichte von explodierenden Sandwiches seinen bekifften Lesern als episches Frühstück an. Thompson, der wichtigste Autor in der Geschichte des *Rolling Stone*, verpasste Wengers Zeitung einen wichtigen Baustein seiner DNA. Seinen «Gonzo-Journalismus», eine Mischung aus subjektiver Berichterstattung und darstellender Kunst, sowohl laut als auch gründlich recherchiert, konnten die Hohepriester der Mainstreampresse nicht ignorieren. Ebenso wenig konnten sie die Leserschaft unberücksichtigt lassen, die den *Rolling Stone* bewunderte. Nach dem Erfolg des Kultbuches *Angst und Schrecken in Las Vegas* setzte Wener seinen neuen Star 1972 direkt auf den Präsidentschaftswahlkampf an und sorgte dafür, dass seine Zeitung sich an den Kandidaten für die Jugend, Senator George McGovern aus South Dakota, ranhängte. Thompsons Buch über die Wahlen, *Angst und Schrecken im Wahlkampf* machte 1972 den *Rolling Stone* zum unangefochtenen Sprachrohr der Rockmusik-Generation.

Wie Tom Wolfe 1987 in einem Artikel sagte, war Jugendkultur das Wichtigste, was neben Vietnam und der Bürgerrechtsbewegung in den sechziger Jahren entstanden war. «Alles, was in den Sechzigern historisch bedeutsam war, war davon überschattet, was junge Leute machten», so Wolfe. «Und das taten sie, weil sie Geld hatten. Zum ersten Mal in der Geschichte der Menschheit hatten junge Menschen Geld, die persönliche Freiheit und die Zeit, Monuments und Vergnügungspaläste zu bauen, die ihrem Geschmack entsprachen.»

Wenger war qua Geburtsrecht und persönlicher Neigung wie geschaffen dafür, diese Monuments zu errichten. Das Baumaterial war Rockmusik, aber den Grundstein legten die Prominenten. Im Prinzip war der *Rolling Stone* der Ausdruck von Wengers Wunsch nach Ruhm und Macht. Er erfand Berühmtheit neu, indem er sie auf die Jugendkultur

ausrichtete, was gleichbedeutend mit intimen Geständnissen und freier Sexualität, Integrität und Authentizität war. Das Verständnis von Berühmtsein in der Post-Sixties-Ära bestand darin, dass jedes Wort über John Lennons Traurigkeit gedruckt und alles, was Bob Dylan je gesagt oder getan hatte, zur Ansprache zur Lage der Nation erhoben wurde. Es bedeutete, dass Hunter Thompson jede Geschichte schreiben konnte, auf die er Lust hatte, wobei es im Prinzip immer um ihn selbst ging. Es bedeutete auch, dass es sich nur lohnte, mit Mick Jagger ins Bett zu gehen, wenn man eine Nikon griffbereit hatte. Das Selbstbild war das neue Aphrodisiakum.

Die Siebziger waren nach Wolfe das «Ich-Jahrzehnt», in dem es darum ging, endlos «das eigene Selbst zu erneuern, umzuformen, zu erheben und zu polieren.» Das war ein im Wesentlichen kalifornisches Ansinnen, das auf den Fluren von Berkeley und den Hügeln von Hollywood entstand, wo die Hingabe an den Hedonismus tief in die Kultur des Westens, in seinen Eskapismus und seinen Drang nach Neuerfindung eingeschrieben war. Das machte Jann Wenner zu einem Leithammel, wie er im Buche steht, seine eigene Neugier und Begierden waren eine perfekte redaktionelle Schablone für den *Rolling Stone*. «Er führt mit seinen Gelüsten – ich nehme, ich sehe, ich habe», analysierte Art Garfunkel die Situation, der in den siebziger Jahren ein enger Freund von Wenner war.

In ihrem luxuriös eingerichteten viktorianischen Haus auf der California Street in San Francisco betrieben Wenner und seine Frau einen florierenden Drogensalon. Dort zog die Mischung aus Vergnügen und journalistischem Geschäft die gerade angesagten Stars an, sei es Michael Douglas, Jackson Browne oder John Belushi. Die Ironie bestand darin, dass Wenner in seinem Magazin jede erdenkliche Art von Freizügigkeit feierte, privat sich aber zurückhielt. Doch erlaubte ihm seine latente Homosexualität – und

die seiner wichtigsten Fotografin – in der Zeitung die aktuellen Strömungen aufzunehmen, da Androgynität und un-eindeutige Sexualität gerade in waren. So verstand Wenner intuitiv das Verlangen junger Männer, deren Schlafzimmerswände mit Postern von Robert Plant oben ohne gepflastert waren. Wenner erlaubte es sein Schwulsein, «besser und eingehender die Sexualität dieser Jungs da oben auf der Bühne wahrzunehmen, und ich konnte das auf eine Art und Weise nachvollziehen, die anderen Leuten entging. Ich verstand, wie sexuell aufgeladen die ganze Sache war. Alles an Rockmusik ist Sex, bestimmt. Ich habe das besser verstanden. Und ich konnte das sehen, ich war dem gegenüber offen. Ich genoss es. Genauso wie die Mädchen, und so wie die Jungs, die es vielleicht nicht zugaben, aber es hatte viel mit Sex zu tun.»

Indem er das Talent von Annie Leibovitz, die in seine Frau verliebt war, nutzte, konnte Wenner den homosexuellen Subtext einer heterosexuellen Rockkultur erahnen lassen, indem er die Bilder entsprechend gestalten ließ. Er persönlich war Herr über das Drehkreuz, durch das der Star für das Cover des *Rolling Stone* schreiten musste, das seinen persönlichen amerikanischen Moment wiedergab. Teenageridol David Cassidy posierte 1972 nackt für Leibovitz' Titelbild, und wie im *Playboy* gab es ein Centerfold von ihm. Das war ein Signal, denn von dieser Ausgabe wurden Tausende von Exemplaren verkauft, und sie etablierte damit einen neuen Standard für Selbstdarstellung (und Neuerfindung des Selbst). Außerdem erfreute sich Jann Wenner an diesem Anblick. Er verwandelte das Cover des *Rolling Stone* in einen Beichtstuhl. Paul Simon, George Harrison, Fleetwood Mac, James Taylor, Carly Simon, Crosby, Stills, Nash & Young waren begierig, sich auf dem Papier über ihre Dramen auszulassen und manchmal auch ihre nackte Haut zu zeigen, um sich vom *Rolling Stone* und sei-

ner grundlegenden *Selbstverliebtheit* von ihren Sünden reinigen zu lassen.

Und da das Plattencover das wichtigste Mittel für die Kundenansprache war, galt das auch für Wenner's Magazin. Er verwandelte es in ein kulturelles Ereignis, auf der Titelseite wurden leuchtende Farben hinzugefügt (Truman Capote, angetan mit einem Filzhut, bekam einen Regenbogen drum herum), ein Foto glich einem stimmungsvollen Studioporträt (Kris Kristofferson im Schatten), und augenzwinkernder Humor (ein Pin-up wie aus einer Illustration von Alberto Vargas ritt auf einem silbernen Dildo für ein Porträt von Steely Dan) kam ebenso zum Zug wie abenteuerliche Bebilderung (Daniel Ellsberg als römische Büste) oder wo immer möglich großzügige Dosen unbekümmter Sexualität. (Dazu instruierte Wenner Annie Leibovitz, ihr Motiv Linda Ronstadt aussehen zu lassen wie eine «Nunne aus Tijuana».)

All das war nicht unbedingt ausschließlich im *Rolling Stone* zu finden: Art-Director George Lois entdeckte die Ironie des Pop beim *Esquire*, und Hugh Hefner sorgte für eine liberale Haltung dem Sex gegenüber im *Playboy*, aber der *Rolling Stone* vermittelte auf neue Art und Weise authentische Berühmtheit. Unter Illustrator und Comiczeichner Rick Griffins Banner konnte Wenner Dustin Hoffman, Jane Fonda, Bette Midler, Richard Pryor, George McGovern und sogar John Denver auf demselben Kontinuum platziieren wie die Beatles, Bob Dylan und die Rolling Stones. All das wurde auf dem Cover von *Sgt. Pepper's* vorweggenommen - es war eine wilde Mischung aus Persönlichkeiten und Ikonen, die offenbar nichts miteinander zu tun hatten, aber alle demselben Jungbrunnen entsprangen.

Während der Einfluss der Jugendkultur immer größer wurde, erarbeitete sich Wenner ein Netzwerk einflussreicher Konspiratoren: Zu den wichtigen Autoren und Fotografen gehörten Tom Wolfe und Richard Avedon, mit David

Geffen fand er einen ehrgeizigen Plattenproduzenten und mit Ahmet Ertegun einen Agenten, und zu seinen Freunden zählte er wichtige Persönlichkeiten aus Hollywood wie Barry Diller und Richard Gere. Neben mächtigen Figuren aus Washington wie Richard Goodwin und Politikern wie Ted Kennedy waren ihm die Gesellschaftsdamen und Ikonen wie Diane von Fürstenberg und Jackie Onassis, in deren exklusivem Gefolge schwule Männer gern gesehen waren, die liebsten. Das war Wenners Erfolgsrezept. «Die Freundschaften, die ich mit einigen geschlossen hatte, zusammen mit ihrem Bedürfnis nach Publicity plus der erwiesenen Integrität und dem Wert des *Rolling Stone*, fiel das alles leicht», erklärte Wenner und beeilte sich, noch eine letzte Zutat hinzuzufügen: «und meinem Charme».

Das alles resultierte darin, dass Wenner zwischen 1971 und 1977 der wichtigste Magazinherausgeber in den USA war. Unter seiner Ägide wurden die unterschiedlichen Geschichten der sechziger Jahre zu einer umfassenden vierzehntäglichen Serie mit Rock-Nachrichten, harten, wilden (und unmöglich langen) journalistischen Beiträgen, politisch linker Meinung, Storys über sexuelle Befreiung und Drogen – Drogen waren immer wichtig. Der *Rolling Stone* war ein Männermagazin, obgleich es auch Frauen lassen, es war ein Magazin der Weißen, obwohl es Schwarze zum Fetisch erhob; es war links, obwohl es von Wenners Hang zum Establishment beeinflusst war. Und durch seinen Erfolg wurde Wenner schließlich ein voll anerkanntes Mitglied dieses Establishments. *Time* zählte ihn 1974 zu den Top 200 «Gesichter(n) der Zukunft» in den USA, dabei war er mit 28 Jahren einer der Jüngsten auf der Liste («ein brillanter, dreister Autokrat mit einem Blick für lukrative Märkte und talentierte Autoren»).

Als Wenner 1977 mit seinem Blatt von San Francisco nach New York umzog, gehörte Rockmusik schon so sehr zum (profitablen) Mainstream, dass sie ihre eigene Gegen-

kultur hervorgebracht hatte: Punk. Aber da er die etablierten Größen des Musikgeschäfts fest im Griff hatte, überstand Wenner diesen kulturellen Sturm. Das Erfolgsrezept des *Rolling Stone* ließ sich von Jahr zu Jahr anpassen und erlaubte es, jeden neuen Trend aufzunehmen und auszuschlagen. Während er angriffslustige talentierte Autoren wie Charles M. Young und einen großen schlaksigen Punkanhänger mit dem Spitznamen «The Reverend» anheuerte (er beauftragte ihn mit einem Artikel über die Sex Pistols, obwohl er die Band verachtete), übte sich der Herausgeber im Austesten seiner Macht andernorts. In Washington versuchte er seinen politischen Einfluss zu erweitern, indem er seine Leserschaft in eine Art Jugendlobby verwandelte. Danach bemühte er sich in Hollywood darum, sich als Filmproduzent neu zu erfinden und nebenbei seine Lieblingsstars auf dem Cover des *Rolling Stone* zu platzieren. Tatsächlich kam die Teenager-Filmkomödie *Ich glaub', ich steh' im Wald*, der ultimative Jugendfilm der achtziger Jahre, zum Teil deswegen zustande, weil Wenner erkannte, dass er keine Ahnung von dem hatte, was junge Menschen machten.

Als der kalifornische Republikaner Ronald Reagan 1981 ins Weiße Haus gewählt wurde, hatte Wenner seine Ära so überzeugend mit der Weltsicht des *Rolling Stone* geprägt, dass er den gepflegten Rasen des neuen Jahrzehnts wie ein später römischer Kaiser betrat, umringt von glitzernden Freunden und vor Selbstgerechtigkeit strotzend. Aufgrund seines Drangs nach Prominenz und Exzess, dessen er sich nicht schämte, wurde er zum Objekt von Verachtung und Parodie, aber auch reich - genau zur rechten Zeit, da seine Generation dem Ethos «Gier ist geil» folgte und Reichtum und Macht als Geburtsrecht ansah. Und Wenner hatte bewiesen, dass seine ursprüngliche Erkenntnis von 1967 noch immer richtig sein sollte: Im Grunde genommen waren die sechziger Jahre ein Geschäft. Das sollte nicht heißen, dass der damalige Idealismus Unsinn gewesen wäre, nur bot ein

Abo des *Rolling Stone* die Möglichkeit, diesen Idealen verbunden zu bleiben. Für Wenner waren Idealismus und Geld niemals ein Widerspruch. «Diese Dichotomie traf nicht zu», erklärte Wenner. «Das ist Amerika! Rock and Roll ist Amerika!»

In den achtziger Jahren wurde Rockmusik zu einer allmächtigen Institution, er war das Gegenteil von revolutionär, jedenfalls nicht in dem Sinne, dass Jann Wenner die Jugendrevolution zu einem spektakulär einträglichen Geschäft gemacht hatte. Danach beschritt er den Kreuzweg einer Babyboomer-Karriere und machte aus jedem einzelnen Aspekt eine Zeitschrift. Er brachte ein Elternmagazin heraus, als er Kinder hatte (*Family Life*), und kreierte eine Zeitschrift für Männer, als er in der Midlife-Crisis steckte (*Men's Journal*). Im Frühjahr 1995 hatte er sein Coming-out und verließ Jane für den Modedesigner Matt Nye, als es gerade anfing, schick zu sein, sein Coming-out zu haben. Mittlerweile führte Wenner persönlich Interviews mit amtierenden Präsidenten, angefangen mit Bill Clinton 1992, und brachte Bob Dylan in seinem Privatjet zu der Fernsehaufzeichnung der Rock and Roll Hall of Fame, einer Institution, die er mit der Hilfe von Ahmet Ertegun von Atlantic Records gegründet hatte und die ihm als persönlicher Machtbereich diente. Jann Wenner erkör sich selbst – und war tatsächlich – der Hüter der Geschichte der Rockmusik. Diese Story wurde gesponsert von denselben Marktkräften, die Klassik-Rock-Radiosender besaßen, Rock-and-Roll-Themenrestaurants betrieben und endlos Sendungen und Filme über die sechziger Jahre produzierten. Rock verkaufte Bier, Autos, Kleidung und Uhren sowie stapelweise *Rolling-Stone*-Ausgaben. Zeitweise brachte das Magazin 25 Millionen Dollar Reingewinn jährlich ein, was Jann Wenner zum Medienbaron von Manhattan machte.

Das hieß nicht, dass er beliebt war. In den folgenden Jahren führten Jann Wengers ungeschönte Widersprüche

dazu, dass er fast jeden in den Wahnsinn trieb. Aber es war auch genau diese schizophrene Persönlichkeit, die zwischen Verletzlichkeit und wuterfülltem Ehrgeiz schwankte, die sein Magazin am Laufen hielt. Er war *sowohl* liberaler Kriegsgegner *als auch* habgieriger Kapitalist, *naiv und gewitzt*, Freund *und* Feind, hetero *und* schwul, Chefredakteur *und* Verleger. Seine Mutter sagte über ihn: «Ich hatte immer das Gefühl, dass Jann sich mit 12 benahm, als sei er 75. Mit Sicherheit ist er der Konservativste in unserer Familie.»

Der Erfolg führte dazu, dass Wengers Gespür für Kultur abstumpfte, was den Weg zu seinem Untergang ebnete. Er verpasste den Aufstieg von MTV und Hip-Hop und später das Internet. Die kulturellen Umwälzungen in Manhattan bekam er mit, als beobachte der reiche Onkel das Zentrum der Bewegung mit zusammengekniffenen Augen von einer Skipiste im Sun Valley aus, wo er in den neunziger Jahren gern den Winter verbrachte. Es war seine eigene jüngste Erfindung, *Us Weekly*, die sein schwächelndes Rockmagazin angesichts des Zusammenbruchs sowohl der Platten- als auch der Printindustrie und später 2008 der gesamten Wirtschaft rettete. Dieses zickige Promimagazin war zwar extrem lukrativ, aber kulturell gesehen toxisch. Die von Kriegen gezeichnete Präsidentschaft von George W. Bush sorgte kurz für eine Erholung des *Rolling Stone* als einst rechtsschaffenes linkes Blatt, und der Marktcrash 2008 ließ einen letzten Star an Wengers Journalistenfirmament aufgehen: Matt Taibbi trat das Erbe von Hunter S. Thompson an, seine Attacken gegen die Finanzbranche ließen mit fast einem Schlag den Ruf des späten *Rolling Stone* wiederaufleben.

Dieses Buch basiert auf über 100 Stunden Gesprächsmaterial mit Jann Wenner, auf seinen umfangreichen Archiven mit Briefen, Dokumenten, Aufzeichnungen und Fotografien. Darüber hinaus habe ich 235 Interviews mit Musikern, Autoren, Herausgebern, Freunden, Liebhabern, aktu-

ellen und früheren Mitarbeitern des *Rolling Stone* geführt. Jann Wenner's Leben erzählt die Geschichte eines Mannes und seiner Generation. Sie ist aber auch eine Parabel auf das Zeitalter des Narzissmus. Mittels Bildern und Worten war Wenner der wichtigste Architekt der Regeln, die das moderne Feiern des Selbst bestimmen, das «Ich» in dem Ich-Jahrzehnt. Schließlich konnte jeder der Selbstverliebtheit der Rockstars und Prominenten nacheifern. Seine Vorreiterstellung für grenzüberschreitenden Journalismus und die liberalen Haltungen der Demokratischen Partei bildeten wichtige Aspekte für das Erfolgsrezept des *Rolling Stone*, aber zuallererst war Wenner jemand, der Ruhm kreierte. Heute sind die Signifikanten des Ruhms - Bekenntnisse, ein glattes Image und Sex - derart in die modernen Medien eingegangen, dass sich nur wenige an die Zeiten erinnern, als der Umgang mit ihnen neu war. Aber der Rahmen für den amerikanischen Narzissmus, von der Erlaubnis, die persönlichen Dämonen der Öffentlichkeit zu präsentieren, bis zum Vormarsch des Selfies, basiert auf Jann Wenner's richtungsweisender Art, ein Magazin zu machen. Im Zeitalter von Social Media besteht die Währung in kalkulierter Authentizität. Und der *Rolling Stone* trug zur Definition, was Authentizität bedeutete, bei, und zwar lange, nachdem der Begriff vom Idealismus der Sechziger, in denen er entstanden ist, entkoppelt war. Vielleicht ist es kein Zufall, dass Wenner und Präsident Donald J. Trump, dessen Weg zur Macht auf Prominenz basierte, ein Jahrgang sind. Tatsächlich sahen Wenner's älteste Freunde eine Ähnlichkeit zwischen Trumps Persönlichkeit - wenn nicht gar in seiner Politik - und der des *Rolling-Stone*-Gründers. Wenner ist ein zutiefst narzisstischer Mensch, für den die ultimative Bestätigung seiner Existenz in der Berühmtheit liegt. Einmal wollte Jann Wenner sogar Präsident werden.

Seiner Exfrau Jane zufolge fehlte ihm das «Was wäre wenn»-Gen. Seit seiner Kindheit an hortete er zwanghaft je-

des Dokument über sein Leben, seien es Zeitungsausschnitte, Briefe, Briefentwürfe, Umschläge, Kontoauszüge oder Fotos, weil er davon überzeugt war, eines Tages *wichtig* zu sein. Nie schien es ihm in den Sinn zu kommen, dass der *Rolling Stone* auch scheitern könnte. Warum sollte er auch? Wenn sein Appetit anscheinend grenzenlos war, so dachte Wenner, musste es einfach funktionieren. Er war «verrückt nach Leben, verrückt zu reden, verrückt danach, gerettet zu werden, er war begierig nach allem», wie es Jack Kerouac in *On the Road* beschrieb. Wenner lebte regelmäßig über seine Verhältnisse, machte im Handumdrehen Freunde zu Feinden und konsumierte Drogen wie ein Wikinger. Für ihn war es eine Art offenkundige Bestimmung, dass der Schatz der größten und wohlhabendsten Generation in der Geschichte der Menschheit 1967 im Norden Kaliforniens zu finden war, ein verlässlicher Rückenwind trieb Jann Wenner voran.

*

Das Interview mit John Lennon, das über zwei Ausgaben im Januar und Februar 1971 mit den Titelporträts von Annie Leibovitz erschien, markierte das erschütternde Ende der Beatles. Lennons unverblümte Ehrlichkeit und Feindseligkeit und die schiere Masse an Worten trugen dazu bei. Aber das Interview etablierte den *Rolling Stone* auch als Mittelpunkt einer Kultur und fand international Beachtung. Nicht ganz zufällig sorgte es auch dafür, dass Wengers Magazin, das unter finanziellen Nöten litt, wieder Boden unter den Füßen bekam. Aber wie gewohnt konnte es Wenner, was Lennon anging, nicht dabei belassen. Der Erfolg des Interviews war einfach zu durchschlagend. Und so plante er, es als Buch zu veröffentlichen. Obwohl John Lennon strikt dagegen war, brachte Wenner es trotzdem heraus. Lennon

kochte. «John nahm es so schlecht auf», erzählte Yoko Ono. «Es geht nicht darum, was drinsteht oder um das Interview, sondern um die Tatsache, dass Jann ihn hintergangen hat ... Er hatte sich für das Geld und gegen die Freundschaft entschieden.»

Für den jungen Verleger war es ein einschneidender Moment. Und im gleichen Augenblick war sein Verhalten in jeder Hinsicht typisch für ihn. Die beiden sprachen nie wieder miteinander.

[...]