

# Gibt es eine Krise des Kulturjournalismus?

■ CORNELIUS HELL

Nein, es gibt keine Krise des Kulturjournalismus; dem Kulturjournalismus geht es unverschämt gut, er ist in Hochglanzformaten und auf TV-Schirmen präsenter denn je. Was unter die Räder kommt, ist die *Kulturkritik*.

Am 6. Oktober 2009 hatte die neue Literatursendung „west.art – Bücher mit Christine Westermann“ im WDR Fernsehen Premiere. In einem Interview wurde die Moderatorin gefragt: *Sie wollen in Ihrer Sendung „west.art – Bücher mit Christine Westermann“ nur Bücher besprechen, die Ihnen gefallen. Warum? Christine Westermann antwortete: Warum sollte ich kostbare Sendezeit damit vertun, zu sagen, was man nicht lesen soll? Die Interviewerin hakte nach: Weil Literaturkritik nicht nur lobt. Außerdem können Verrisse sehr unterhaltsam sein. Und Christine Westermann stellte klar: Ich bin keine Literaturkritikerin, sondern eine Journalistin, die Bücher empfiehlt. Und was soll das Unterhaltende an Verrissen sein?*

Was ist das Unterhaltende daran? – Diese Killerfrage macht auch in seriösen Medien zunehmend viele Themen und Beiträge unmöglich und bestimmt die Form dessen, was noch gebracht werden kann. Und vor Journalistinnen und Journalisten, die irgendetwas empfehlen, kann sich der Medienkonsument schon kaum mehr retten. Gewicht hat diese Empfehlung durch den Promi-Status der Journalistin oder des Journalisten, vielleicht noch durch das Gewicht des jeweiligen Mediums, aber kaum mehr durch vorgetragene und nachprüfbare Argumente.

## Krise der Kritik in Musik, Literatur ...

Argumente und Kriterien waren das Herzstück der Kritik. Ich bin noch mit der

Musikkritik aufgewachsen und habe an der brennend erwarteten Kritik der von mir besuchten Orchester- und Solokonzerte hören und vor allem das Gehörte verbalisieren gelernt. Die Musikkritik haben wir als erste verloren, sie beschränkt sich heute in der Regel auf Opern. Literaturkritik hingegen gibt es noch, aber ihr Einfluss auf das tatsächliche Leseverhalten ist dramatisch geschwunden. Längst schon ist der mediale Rummel um einen Autor viel entscheidender für den Buchkauf als die Kritik. Lobende Besprechungen im gesamten deutschsprachigen Feuilleton sind schon lange keine Garantie mehr für den Verkauf eines Buches. Von dem wunderbaren Prosaband „Im Grenzland“ des Esten Emil Tode hat der Zsolnay Verlag vor etlichen Jahren nach allen enthusiastischen Kritiken weniger Exemplare verkauft als von einem englischsprachigen Autor vor Erscheinen der ersten Kritiken. Andere Verleger freuen sich über die Wirkungslosigkeit der Kritik – der einhellige Verriss eines neuen Romanes von Günter Grass schadet dem Verkauf überhaupt nicht. Aktualität, öffentliches Interesse am Thema und vor allem die Berühmtheit des Autors zählen. Und der Rummel um einige wenige Bücher verdrängt alle anderen. Inhaltsleere Starbiografien werden auf den Literaturseiten rezensiert, aber die Lyrik eines Halbjahres wird in einer einzigen Besprechung „abgearbeitet“, weil nicht mehr Platz ist. Denn der Literaturredakteur ist gehalten, das Leserinteresse zu berücksichtigen, wenn er sich nicht selbst abschaffen will.

Das war einmal anders. Der Bühnenpreisträger Walter Kappacher hat in der Titelgebenden Erzählung des Bandes „Wer zuletzt lacht“ (1997) auch eine Satire auf den Literaturbetrieb seiner Anfangsjahre geschrieben. Unverkennbar sind die Anfän-



Cornelius Hell, Autor, Übersetzer und Literaturkritiker, Gestalter zahlreicher Radiosendungen, diverse Lehraufträge an österreichischen Universitäten. Studium der Theologie und Germanistik, 1993–2002 Generalsekretär des Katholischen Akademikerverbandes Österreich, 2002–2008 Redakteur der „Furche“. Publikationen u. a. über E. M. Cioran, Imre Kertész, Milo Dor und Thomas Bernhard.



Erschienen in:  
Erna Lackner (Hrsg.),  
Finanzkrise = Kulturkrise?  
Studienverlag, Innsbruck/  
Wien/Bozen 2010  
(= Band 9 der Reihe  
„Kultur und Wirtschaft“,  
herausgegeben von  
Erhard Busek),  
S. 103–108.  
Wiederabgedruckt in:  
Wolfgang Lamprecht (Hrsg.),  
Weißbuch Kulturjour-  
nalismus.  
Löcker Verlag, Wien 2012,  
S. 469–474.

ge des Residenzverlages und die beginnende Konjunktur der „Grazer Gruppe“ angesprochen. Dem Erzähler wird von seinem Verleger geraten: „Geschickte Autoren schauen sich nach ein paar Rezensenten um. Fahren Sie zu literarischen Wettbewerben und Lesungen und Tagungen, wo Rezensenten auftreten. Freunden Sie sich an!“ Das waren noch Zeiten! Welcher Kritiker heute würde sich eine solche Macht nicht wünschen – nicht nur wegen der Eitelkeit, die niemandem fremd ist, sondern weil man doch immer wieder bewirken möchte, dass ein bestimmtes, zu wenig beachtetes Buch gekauft und vor allem gelesen wird. Doch das Fernsehen sowie Stories und Tipps in Hochglanz-Magazinen haben die Literaturkritik in eine elegante Vitrine des Kulturbetriebes entsorgt. Shooting-Stars und ihre Medien-Hypes werden nicht mehr von Kritikern gemacht, und wenn sie daran Kritik üben, ist diese wirkungslos.

### ... und bildender Kunst

Am üppigsten blüht der Kulturjournalismus im Bereich der bildenden Kunst. Große Ausstellungen werden medial noch wahrgenommen – oft sogar in eigenen Beilagen. Diese sind freilich meist das Ergebnis einer sogenannten Medienpartnerschaft, also bezahlte PR-Beilagen. Als solche sind sie gekennzeichnet und zumindest für den routinierten Medienkonsumenten erkennbar. Schon weniger leicht nachzuvollziehen ist die Tatsache, dass diese bezahlten Beilagen in vielen Fällen von denselben Redakteurinnen und Redakteuren gemacht werden, die auch als Kritiker agieren. Dass man sich dabei mit redaktioneller Kritik zurückhält, um die nächste Kooperation nicht zu gefährden, liegt auf der Hand.

Das Buchgeschäft ist nicht lukrativ genug für Medienpartnerschaften. Da laufen die Deals anders – „symbolisches Kapital“ (Pierre Bordieus) wird getauscht: Jeder Verlag zitiert die bedeutendsten Pressestimmen. Wer dort zitiert wird – ob Zeitung oder Rezensent – ist also bedeutend. Einige Kritiker schreiben bewusst auf den einen

zitierbaren Satz hin. Und manche Zeitung bedeutet einem wichtigen Verlag: Wenn ihr uns nicht zitiert, bekommt ihr auch nicht mehr so viel Platz: Ein selbstreferenzielles System. Eine Win-win-Situation, wie man im Geschäfts-Jargon sagt, für Verlage, Zeitungen und Rezensenten. Nur die Kritik bleibt auf der Strecke.

### Ursachen

Bei der Suche nach Ursachen für diese Entwicklung beruft man sich gerne auf das Publikum und die veränderten Lesegewohnheiten. Die Frage ist nur, inwieweit die Medien, die sich darauf berufen, diese veränderten Lesegewohnheiten selbst geschaffen haben und noch immer schaffen. Meiner Meinung nach sind die Ursachen für den Niedergang der Kritik und des Feuilletons zuerst in den Vorstandsetagen der Medienkonzerne zu suchen. Ähnlich wie in den meisten Buchverlagen ist dort die Mischkalkulation – ökonomische Erfolge finanzieren Qualitätsprodukte mit, die nicht profitabel sind – passé, heute muss sich jedes Produkt rechnen; dieser Maxime gegenüber hat man jeden verlegerischen Willen aufgegeben. Das gilt auch für Medienunternehmen, die ursprünglich weltanschaulich geprägt waren. So sind etwa katholische Medienunternehmen von der heute rührend altmodisch klingenden Maxime „Presseapostolat“ ohne größere Reflexion direkt in den Taschenrechner als einzig verbliebenes Konzept gekippt.

Aber natürlich wäre es zu einfach, die Ursache der Entwicklung nur in den Management-Etagen und in Strukturen zu suchen. Zweifellos haben auch einzelne Kulturjournalistinnen und -journalisten diesen Tendenzen Vorschub geleistet: indem sie Gefälligkeitskritiken geschrieben haben, indem sie bedenkenlos Servicejournalismus betrieben und sich stromlinienförmig angepasst haben. Sigrid Löffler hat in einem Interview im September 2009 gesagt:

*Für den Literaturkritiker stellt sich immer dringlicher die Frage, wo heute die Grenze*

*zwischen Anpassung und Widerstand zu ziehen ist. Wie weit soll und muss er gehen in der Anpassung an veränderte Marktbedingungen und Leser-Erwartungen? Und wann ist die Grenze zur Selbstaufgabe überschritten? Wo beginnt die Preisgabe der kritischen Urteilskompetenz und Unabhängigkeit? Ab welchem Punkt untergräbt der Kritiker seine eigene Glaubwürdigkeit, indem er dem Trend zur fröhlichen Konsumenten-Beratung nachgibt? Wo hört die Kritik auf, wo beginnt das Verkaufsgespräch mit dem Kunden? Diese selbstkritischen Fragen stelle ich mir bei jedem Satz, den ich schreibe oder in den elektronischen Medien äußere.*

Solche Appelle an Journalistinnen- und Journalistenpersönlichkeiten sind notwendiger denn je. Wer diesen Beruf ergreift, muss bereit sein, ein Risiko einzugehen im Dienst der Sache, die er oder sie vertritt. Seit ich allerdings im Jahr 2008 in der „Furche“ erlebt habe, wie einschneidende Veränderungen gegen den Widerstand der Redaktion durchgezogen werden, bin ich skeptisch, wieweit sich der oder die einzelne dem Zwang zu marktkonformem Journalismus überhaupt entgegenstellen kann – vor allem in Redaktionen, in denen es kein Redaktionsstatut gibt. Womit noch einmal gesagt ist, wie entscheidend die strukturellen Bedingungen sind.

### Finanzkrise bedrängt den Kulturjournalismus

Es ist klar, dass die Finanzkrise und die von ihr ausgelöste Krise der Realwirtschaft haben natürlich Auswirkungen auf die Feuilletons der Zeitungen, die dadurch – vor allem durch fehlende Werbeeinnahmen – massiv unter Druck kommen. Also muss zum einen gespart werden. Man kann sich leicht ausrechnen, dass das eher in den Kulturreports geschieht als in Politik oder Sport. Dabei stehen schon in den letzten Jahrzehnten immer mehr Bücher und Veranstaltungen bestenfalls gleich vielen Feuilletonseiten gegenüber. Wenn man dazu noch bedenkt, dass jeder Relaunch, also jede Layout-Veränderung im Schnitt zehn Prozent Text gekostet hat, so ist der

Platz geschrumpft. Natürlich werden in einer solchen Situation die Honorare für freie Kritikerinnen und Kritiker nicht steigen. Von ihnen stammt jedoch der Großteil der Texte in den Feuilletons, da die wenigen angestellten Redakteure mit dem Verwalten des Ressorts und der Seitengestaltung mehr als ausgelastet sind und daher zum Schreiben kaum Zeit haben. Die Honorare sind aber zumindest in Österreich so niedrig, dass man als freie Autorin oder freier Autor von Printmedien nicht leben kann. Texte und Kritiken müssen also quasi nebenher – neben einer eigentlichen Haupttätigkeit – geschrieben werden. Das kann ihrer Qualität nicht förderlich sein.

### Finanzielle Abhängigkeit steigt

Das Hauptproblem ist jedoch, dass in der angespannten finanziellen Situation die Abhängigkeit der Zeitungen von Kooperationspartnern steigt. Redakteurinnen und Redakteure geraten also noch mehr unter Druck, gegenüber tatsächlichen oder potenziellen Kooperationspartnern Wohlverhalten zu zeigen. Der Druck, Kooperationen einzugehen, kann sogar das Erscheinungsbild einer Zeitung verändern.

Natürlich werden die Zeitungen, bedingt durch die Krise, auch Mühe haben, ihre Auflagenzahlen zu halten oder gar zu steigern. Damit das erreicht werden kann, wird der Druck auf die Redaktionen steigen, populärer und massentauglicher zu schreiben und vor allem zu illustrieren.

### Verstöße gegen Arbeitsrecht

Dazu kommt, dass schon in den letzten Jahren die klare Trennung von Redaktion und Geschäftsführung in den Printmedien immer öfter ins Schwimmen geraten ist. Man kann sich leicht ausrechnen, wie viel ökonomischer Druck auf diese Weise auf Redakteurinnen und Redakteure weitergegeben wird. Dazu kommt, dass in etlichen Printmedien Redakteurinnen und Redakteure mit fixen Aufgaben, fixen Arbeitszeiten und einem fixen Arbeitsplatz nicht angestellt, sondern mit freien Dienst-

■ Längst schon ist der mediale Rummel um einen Autor viel entscheidender für den Buchkauf als die Kritik.

■ Katholische Medienunternehmen sind von der heute rührend altmodisch klingenden Maxime „Presseapostolat“ ohne größere Reflexion direkt in den Taschenrechner als einzig verbliebenes Konzept gekippt.

verträgen beschäftigt werden. Das verstößt zwar klar gegen bestehende Gesetze, die Betroffenen hüten sich aber davor, rechtliche Schritte zu unternehmen, weil sie wissen, dass sie im Fall einer Klage in der gesamten Medienszene keine Chance mehr haben.

### Schlechte Prognosen

Angesichts dieser Tatsachen kann ich für die nächste Zukunft nur düstere Prognosen abgeben. Kritik und reflektierender Essay werden weiter abnehmen – es würde mich wundern, wenn es das „Spectrum“ der „Presse“ in dieser Form in zehn Jahren noch geben sollte. Kulturjournalismus wird sich noch mehr auf den Mainstream, die großen Aufführungen und die bekannten Stars konzentrieren. Und damit die Dichotomisierung der Kunstwelt noch weiter vorantreiben: Entweder ein Buch ist ein Bestseller, oder es existiert nicht. Entweder man „startet“ als Künstlerin, als Künstler „voll durch“, wie eines der blödesten Lieblingswörter trendiger Reportagen heißt, oder man wird nicht wahrgenommen.

Aber Kulturjournalismus wird es natürlich weiterhin geben. Erstens kann man schon aus Prestige Gründen die Kultur- und Feuilletonseiten nicht ganz abschaffen. Kultur ist auch noch immer eine wichtige Schiene, um Promis ins Blatt zu holen: in Reportagen, Interviews und Home-Stories; oder als Kolumnisten. Verärgern sollte man sie dann halt nicht – durch schlechte Kritiken etwa. Aber Kritiken sind sowieso ein Minderheitenprogramm.

### Große Wünsche

Wünschen würde ich mir natürlich das genaue Gegenteil: einen Kulturjournalismus, der verborgenen Qualitäten auf der Spur ist, neue Kulturinitiativen kritisch begleitet und vor allem unbestechlich urteilt, ohne den bequemen und oft aufgezwungenen Respekt vor bekannten Größen. Eine Kritik eben, die diesen Namen verdient. Das heißt, die auch ihre Kriterien formuliert – und im Blatt genug Platz dafür bekommt. Man muss da keineswegs frühere Zeiten glorifizieren, wo sich Kritiker oft genug als

Besserwisser aufgeführt haben, die genau wussten, wie ein Autor zu schreiben hätte. „Schlag ihn tot, den Hund! Er ist ein Rezensent!“ So endet ein Gedicht Goethes über einen Gast, der sich auf Kosten des Dichters vollgefressen hat, um dann das Essen zu kritisieren – ein sprechendes Bild für ein Verhältnis von Autor und Kritiker, wie man es sich nicht zurückwünschen möchte. Und man muss nur einmal konsequent die Kritiken von Marcel Reich-Ranicki zu einem Autor lesen – sagen wir zu Thomas Bernhard – um zu sehen, auf welcher schmaler Basis er geurteilt und wie oft er sich geirrt hat.

### Sachverstand gefragt

Und dennoch: Die Kritik ist der Kern des Kulturjournalismus. Denn in den Interviews, die als solche ins Blatt gerückt werden oder Eingang in Vorberichte und Hintergrundgeschichten finden, sprechen Künstler, die von ihrem Werk begeistert sind und diese meist zu vermitteln verstehen. Nur selten passiert es, dass man einen Autor über seinen neuen Roman oder einen Regisseur über das kommende Stück sprechen hört und weiß: Das möchte ich nicht lesen oder nicht sehen. Aber ob die Pläne tatsächlich etwas taugen und vor allem: ob sie realisiert wurden, aufgegangen sind – um, das zu beantworten, braucht es Sachverstand und unabhängiges Urteil. Das sich natürlich auch irren kann – aber dazu haben wir ja mehrere Medien, dass sich solche Irrtümer korrigieren bzw. dass die Leserin, der Leser sich aufgrund von unterschiedlichen Urteilen selbst eine Meinung bilden kann. Dazu muss es Urteile geben, die nicht von den PR-Abteilungen der Verlage, Theater, Filmverleihe und Museen stammen. Und Kritikerpersönlichkeiten, die durch ihre Kompetenz zu einer Autorität geworden sind. Mit der Kritik sind wir aufgewachsen. Durch sie haben wir die Qualität von Aufführungen und Interpretationen verstehen, Bilder sehen, Autoren kennen und Bücher kritisch lesen gelernt. Wir können uns das geistige Leben nicht vorstellen ohne Kritik. Darum wollen wir uns nicht vorstellen, dass es sie nicht mehr geben wird. ■