

Kommentar | Kritik(er) und der Deutsche Buchpreis

Daniel Kehlmann hat mit seinem kurzen FAS-Statement vom 21.9.2008, den deutschen Buchpreis doch gefälligst abzuschaffen, für einen kleinen Sturm im Wasserglas gesorgt, der vornehmlich im hauseigenen Internet-»Lesesaal« der FAZ ein wenig herumwirbelt. Von **WOLFRAM SCHÜTTE**



Zum einen hatte der österreichische Schriftsteller betont, der mit seinem Buch *Die Vermessung der Welt* aus dem Stand heraus zum deutschen Auflagen-Millionär und internationalen Autor geworden war, sei der Preislauf der Kandidaten für die Shortlist der letzten sechs »entwürdigend«, weil jeder Teilnehmer versichern müsse, auch öffentlich anwesend zu sein, wenn der »Sieger« im Kreis der fünf Verlierer verkündet wird; zum anderen habe die Fokussierung auf die Long- & Shortlist zur Folge, dass die dort nicht aufgenommenen Bücher kaum noch in den Zeitungen besprochen würden.

Wenn auch Letzteres so nicht zutrifft, so werden denn doch die »Nominierten« als deutsche Crème de la crème (zeitlich) bevorzugt, sprich: so schnell & umfangreich wie möglich (mit Erwähnung ihrer Auszeichnung) behandelt. Der Rest kommt dann später – was bei den Umschlagsgeschwindigkeiten im Buchhandel heißt: zu spät (für die potenzielle Käuferkundschaft) – falls nicht Elke Heidenreich einspringt und »Lesen!« befiehlt & brave Leserinnen ihr folgen.

Was die »Demütigung« angeht, die der sportive »Hundertmeterlauf« (Kehlmann) zur Preisvergabe auf der Buchmesse mit sich bringe, der dem Ritual der Hollywooder »Oscar«-Verleihung als Spektakel abgeschaut ist, so frage ich mich, ob solche öffentlichen »Demütigungen« nicht doch eher auf das TV-Schaulesen beim Klagenfurter Bachmann-Preis-Wettbewerb zutreffen.

Kehlmanns kurzatmiger Philippika wider das Paradeferd des »seriösen Literaturbetriebs« sind Bodo Kirchoff, Michael Lenz und Monika Maron applaudierend im »Lesezirkel« der FAZ beigesprungen; und selbst die letztjährige Siegerin, also Nutznießerin Julia Frank, »benedet keinen, der auf der Liste steht«, weil für ihn »die kommenden Wochen ein einziges Gezanke« und man Objekt »öffentlicher Polemiken zur eigenen Person« sein werde.

Für den pekuniär folgenreichen Ruhm des Warholschen Augenblicks wird man aber vielleicht solche medialen Prostitutionen auf sich nehmen müssen, oder?

Kein Buch-, sondern ein Marketingpreis

Selbstverständlich sind es aber Verlags-Lektoren und Kritiker, die den Deutschen Buchpreis (den sie gefordert hatten) nun vehement verteidigen: die einen, weil sie für ihre Schutzempfohlenen auf diesem Weg zum »Markt« endlich einmal kommerzielle Satisfaktion für ihre literarische Lektoren-Arbeit erhoffen; und die Kritiker, weil sie damit einen Spiel-Rahmen geschaffen haben, der als ein aktueller Kanon fungiert, in dem sie Für & Wider und auch gegeneinander argumentieren können & damit Aufmerksamkeit erregen, die ihre Kritiken anderer Bücher nicht mehr finden.

Monika Maron hat jedoch womöglich das Klügste zu der kleinen Debatte unter den Beteiligten beigesteuert: »Es ist vollkommen gleichgültig«, schreibt sie, »ob die Shortlist akzeptabel ist oder nicht, ob das prämierte Buch den Preis verdient haben wird oder nicht, weil dieser Preis kein Buchpreis, sondern ein Marketingpreis ist. Es geht nicht um Literatur, sondern um die Verkäuflichkeit von Literatur ohne großen Aufwand, vom Stapel weg wie die neueste Single vom neuesten Superstar. Diese krawallige Castingshow dient weder den Verlagen noch weniger den Autoren, sondern vor allem den bestsellersüchtigen Buchhandelsketten, deren viel geschmähtes Geschäft wir mit diesem Preis nun aber selbst auf die Spitze treiben. (...) Es spielen alle mit, weil sie fürchten, sonst nicht mehr auf den Listen von Hugendubel und Thalia zu landen oder nie wieder, nicht einmal schlecht, rezensiert zu werden, denn die Literaturkritik ist der andere Gewinner des Spektakels. Plötzlich hat sie wieder Macht, nachdem ihre Hymnen oder Verrisse für den Verkauf nahezu wirkungslos geworden waren.« Und der Kritiker Martin Lüdke (ohne Blick auf Marons Befunde) bekräftigt sie: »Um noch kurz an den Zweck« (des Deutschen Buchpreises) »zu erinnern: es geht hier erst einmal nicht um Literatur, sondern um Verkaufsförderung«. Und das sei wohl gut so, basta.

In der Tat: Dieses nationale Event hatte nach dem Ende des »Literarischen Quartetts« (und während die feministische Marketenderin Heidenreich die TV-Szene betreten hatte) im deutschsprachigen Literaturbetrieb als dessen inszenierte Krönungsmesse noch gefehlt. Speziell die deutschsprachige Nachwuchsliteratur, die schon jahrelang durch den Klagenfurter Bachmann-Preis eine Aufmerksamkeit heischende Anschubfinanzierung erfahren hatte (aber verlegerisch nicht hinreichend amortisier- & exportierbar war), sollte mit dieser Marketingoffensive des Börsenvereins ins öffentliche Bewusstsein eines Lesepublikums gehoben werden, das sich von der einzelnen, qualifizierten Kritik nicht mehr affizieren ließ und nur mehr - wie in anderen Konsumbereichen auch - konformistisch bei seinen Kaufentscheidungen lieber Rankinglisten & deren Erregungsinszenierungen folgte.

Die zwei Dutzend »anspruchsvollen« literarischen Verlage mit ihren ökonomischen Mischkalkulationen brauchen immer mal wieder einen selbst entwickelten (d. h. nicht teuer eingekauften) »Bestseller«, der ihr prekäres Geschäftsrisiko »absichert« und ihr wagemutiges Programm, das primär nicht nur auf absehbaren Profit setzt, zumindest vor sich selbst rechtfertigt.

Willfähiges Kellnerieren

Die Literaturkritiker, die sich hier - sei's als temporäre Juroren, sei's als Rezensenten von deren Entscheidungen - gerieren, kellnerieren, ohne mit der Wimper zu zucken als willfähige Zirkulationsagenten des literarischen Marktes und dessen Konzentrationswünschen. Dabei fällt für sie - deren SWF-Bestenliste außer ihrem bescheidenen monatlichen Zubrot als Orientierungshilfe für Buchhandel und Leser längst folgenlos bleibt - etwas ab, wovon jeder Domestik insgeheim träumt, der seinen Beruf für den Nabel der Welt hält: Macht, Einfluss, Erfolg. Insofern ist der Deutsche Buchpreis (& alle anderen derartigen Veranstaltungen) auch ein Sinn- & Zweckstiftungsprogramm für die deutschsprachige Literaturkritik. Indem sie einen

dramatisierten Wettstreit um oder gegen die von ihren Auswahlagenten kanonisierten Bücher auf der Long- & Shortlist inszeniert, versucht sie das nach - ondit - »Orientierung« suchende Publikum wieder an sich zu binden. Wer einmal mitbekommen hat, wie stolz Kritiker sind, dass sie diesen oder jenen deutschen Autor »gemacht« haben (indem sie als Juror für seine Auszeichnung »gekämpft« haben), kennt den Selbstwert steigernden Surplus solcher aktiven Beförderungshilfe im Literaturbetrieb.

Bei dieser nationalverlegerischen PR-Aktivität für deutschsprachige Literatur wird aber billigend in Kauf genommen, was unausgesprochen dadurch auf der Strecke bleibt. Es ist jene singuläre Qualität des deutschsprachigen Verlagswesens, das es mit keiner anderssprachlichen Buchkultur auf der Welt teilt: die hohe und vielfältige Präsenz übersetzter aktueller Weltliteratur. Was die deutschsprachigen Verlage auf diesem weiten Feld zur Lektüre anbieten, ist in der Regel qualitativ der einheimischen Literatur überlegen - eine ästhetische Wahrnehmung und Urteilsfähigkeit, welche durch die Fixierung auf das Hickhack deutschsprachiger Konkurrenzen aus dem Blick geraten ist. Selbst wer unter den Kritikern sich von der nationalen Melange das literarische Urteil nicht trüben lässt und die überragende Qualität der übersetzten Importe je nach Fall hervorhebt, kann dem qualitativ Besseren (also der Begründung dessen, wozu Kritik primär berufen ist) den Resonanzboden nicht mehr verschaffen, weil der zugehöhnt wird von den »verkaufsfördernden« PR-Aktivitäten der kritischen Erntehelfer beim Einbringen der deutschsprachigen Jahresproduktion zur Kür des »besten deutschen Romans.

| [WOLFRAM SCHÜTTE](#)