

Was ist ein Literaturblog?, fragen mich viele, denen ich davon erzähle, was ich in meiner Freizeit tue. Literaturblogs sind seicht im schlechtesten Sinne des Wortes. Das jedenfalls ist es, was ihre Kritiker ihnen am häufigsten vorwerfen. Neben mangelnder literaturwissenschaftlicher Expertise, lauen Geschmacksurteilen, blinder Begeisterung und der naiven Bereitschaft, sich vor die Marketingkarren sämtlicher Verlage spannen zu lassen. Ich möchte im Folgenden versuchen, diese Urteile über Blogs zu relativieren, damit wir alle am Ende zu einer differenzierteren Sicht darüber gelangen, was Literaturblogs sind, wer sie betreibt und was sie leisten können.

Ein Blog, die Kurzform von „Weblog“, ist ursprünglich, vereinfacht ausgedrückt, ein öffentlich geführtes Tagebuch oder Journal im Netz, das im Vergleich zu klassischen Medien (in denen „Ich“ ja häufig noch immer ein verpöntes Wort ist) einen hohen Grad an Subjektivität aufweist. Die Diskussion in einem Blog ist keine Einbahnstraße, in der Kommentarspalte mischt oft auch der jeweilige Autor eines Artikels mit. Im Idealfall entsteht ein lebendiges Gespräch. Insbesondere für Nischenthemen waren Blogs schon immer gut geeignet, weil sie die Möglichkeit bieten, sich klar zu profilieren und eine weit verstreute Gruppe von Liebhabern durch die Internetpräsenz in Form des Blogs zu vernetzen. Sich in einer Nische als Experte einen Namen zu machen ist vergleichsweise einfach im Gegensatz zu Feldern, die ohnehin von Unzähligen beackert werden.

Man kann nun darüber diskutieren, ob Literatur ein Nischenthema ist. Im Vergleich zu Mode, Reisen und Technik höchstwahrscheinlich. Im Vergleich zu Modelleisenbahnen und Philatelie mutmaßlich nicht. Es gibt bisher keine validen Zahlen dazu, wie viele aktive Literaturblogs im deutschsprachigen Raum existieren. Der Bloggerkollege Tobias Zeising von „Lesestunden“ hat sich vor einiger Zeit die Mühe gemacht, eine „Topliste der deutschen Buchblogger“ zu erstellen, die zum gegenwärtigen Zeitpunkt knapp 1200 Blogs zählt. Der Rang in dieser Topliste trifft keine Aussage über die inhaltliche oder gestalterische Qualität der Blogs, sondern über den Grad ihrer Vernetzung. Wie oft werden sie von anderen Blogs verlinkt, wie oft wird auf sie verwiesen, wie oft taucht ein Blog in einer fremden Blogroll (einer vom Blogger selbst kuratierten Linkliste mit lesenswerten Blogs) auf etc.? Sogenannte Backlinks sind, nicht nur im Bereich von Literaturblogs, eine wichtige Währung. Wer oft verlinkt wird, steigert online, z.B. bei Google, seine Sichtbarkeit und wird leichter von neuen Lesern gefunden. Das ist auch außerhalb des Internets nicht anders: wem es gelingt, dass über ihn gesprochen, dass er lobend erwähnt und empfohlen wird, der hat schon ein gutes Stück Weg zurückgelegt.

Schätzen wir also grob, es gibt, abzüglich der inaktiven und im Affekt erstellten und danach verwaisten, knapp über 1000 mehr oder weniger regelmäßig aktive Literaturblogs. Was treibt einen – meist jungen, meist weiblichen – Menschen dazu, online über seine Leseerfahrungen zu berichten? Ich selbst betreibe meinen Blog seit 2011 und habe aus profanen Gründen damit begonnen: ich wollte mir ein Notizbuch für meine Lektüren einrichten, Gedanken festhalten, die

mir beim Lesen kommen. Dieses Bedürfnis war u.a. meinem eher leistungsschwachen Gedächtnis geschuldet und ich hatte die Vorstellung, dass ich dann noch Wochen und Monate nach dem Beenden eines Buches nachlesen könnte, was es in mir ausgelöst und auf welche neuen Fragen und Themen es mich gebracht hat. Im Mai 2011 ging der Blog online, im folgenden August habe ich meine Ausbildung zur Buchhändlerin begonnen. Ich wusste, ich würde zukünftig noch viel mehr lesen und dann – vielleicht – anderen auch außerhalb des Geschäfts mit dem Blog zu guter Lektüre raten können. Meine Gründe unterscheiden sich nicht wesentlich von denen anderer Blogger. Viele wollen ihre Eindrücke festhalten und sich mit einem Text nochmal anders auseinandersetzen, indem sie ihn nach der Lektüre für den Blog rekapitulieren. Die meisten aber sagen, aus meiner Erfahrung: wir haben den Austausch mit anderen Lesern und Leserinnen gesucht. Auch wenn ich das anfangs gar nicht beabsichtigt hatte, habe ich schnell die Vorzüge dieser Begleiterscheinung des Bloggens kennengelernt. Man kommt plötzlich mit anderen Menschen über Bücher ins Gespräch, über das Lesen generell, man trifft Leute, die genauso irrsinnig Bücher verschlingen wie man selbst und ähnliche Freude daran haben.

Die soziale Komponente des Bloggens ist wichtig und ein bedeutsamer Bestandteil dieser Tätigkeit. Was zu früheren Zeiten in Salons stattfand und heute auch noch in privaten Lesekreisen, hat sich im Zuge des Medienwandels auch ins Internet verlagert. Und im Netz geht partizipativ zu, offen, subjektiv – und das ist nicht zwingend gleichbedeutend mit „unbegründet“ und „gefühlsduselig“. Auch wenn das Lesen selbst eine einsame Tätigkeit ist, suchen wir doch gerade bei Büchern, die etwas in uns bewegen, ganz gleich ob positiv oder negativ, danach den Austausch darüber. Genauso, wie man im Freundeskreis über Filme oder Musik fachsimpelt, ohne fünf Instrumente zu beherrschen oder Filmwissenschaftler zu sein, will man als Leser oder Leserin eben auch über Bücher fachsimpeln. Man will das dürfen, auch wenn man kein professioneller Kritiker oder studierter Literaturwissenschaftler ist. Dementsprechend ist der Blogger auch keine literaturkritische Instanz im klassischen Sinne, keine Institution, zu der man aufblickt und dessen Geschmacksurteil man auf der Basis seiner Expertise blind vertraut. Ein Blogger bewegt sich meistens auf Augenhöhe seiner Leserschaft, das ist Teil des Konzepts. Hinter einem Blog steht eine Persönlichkeit, die für die LeserInnen greifbar ist, mit der sie sich identifizieren und deren Meinung sie schätzen, weil es z.B. Überschneidungen im Literaturgeschmack oder anderen Interessen gibt. Auch Sympathie spielt eine Rolle. Das bringt – vorausgesetzt man spekuliert auf ein größeres Publikum - die Notwendigkeit mit sich, sich als BloggerIn auch ein Stück zu exponieren. Das meint nicht, dass man fremden Menschen intensive Einblicke in sein Privatleben gewähren muss, aber je erkennbarer das Profil eines Menschen ist, desto größer natürlich auch die Identifikationsfläche, die er bietet.

Wenn wir nochmal an die Zahl denken, die ich vorhin genannt habe – rund 1000 Literaturblogs im deutschsprachigen Raum – liegt der Schluss nahe, dass es sich dabei um eine heterogene Community handelt. Die Blogs unterscheiden sich in ihrer Gestaltung, ihrer Ausrichtung, ihrer Qualität und ihrem Stil. Das ist eine Binsenweisheit, die von den Blog-Kritikern gern übersehen wird. In ihren Augen sind Literaturblogs oft allesamt das Werk pubertierender Mädchen, die sich leidenschaftlich in eine Literatur versenken, die früher allenfalls als Groschenheft verlegt worden wäre. Um das klarzustellen: es gibt solche Blogs. Und ich will das gar nicht werten. Ich sprach vorhin bereits davon, dass sich Nischenthemen, die von den konventionellen Medien notorisch vernachlässigt werden, weil sie nicht den Massengeschmack treffen, besonders gut für Blogs eignen. Das trifft auch auf Literaturblogs in Bezug auf bestimmte Genres zu. Um das zu begreifen, müssen wir uns fragen, woher wir üblicherweise unsere Buchempfehlungen beziehen. Die meisten werden antworten: vom Buchhändler oder der Buchhändlerin, von Freunden, aus traditionellen Printmedien bzw. dem Feuilleton, dem Radio und vielleicht noch aus dem Fernsehen. Gewöhnlich ist bei dieser Auswahl, abgesehen von den Freunden, eins zu beobachten: Genreliteratur ist unterrepräsentiert. Wann liest man in der ZEIT schon mal die Besprechung eines Fantasy- oder Science-Fiction-Romans? Die Rezension einer Liebeskomödie oder noch spezielleren Genre-Mixes? Nun ist die ZEIT natürlich hoch gegriffen, aber in den meisten öffentlichen Literaturformaten findet diese Art von Literatur nicht statt, obwohl es eine relativ breite Leserschaft dafür gibt (schätzungsweise mehr jedenfalls als für Hochliteratur). Hier werden bestimmte Blogs wichtig, die in diese Richtung orientiert sind. Natürlich auch für Verlage, die ansonsten Schwierigkeiten haben, ihre Nischentitel für die jeweilige Zielgruppe werbewirksam zu platzieren. Das also ist die eine Art von Literaturblog, die sicherlich an sich kaum den Anspruch stellt, einen Text nach literaturwissenschaftlichen Maßstäben zu beurteilen. Sie nehmen eher die beratende Funktion einer Freundin ein, die neue Lektüre empfiehlt.

Andere Literaturblogs haben sich auf die etwas anspruchsvollere Literatur kapriziert, dort gibt es viele Überschneidungen mit Titeln, die auch im Feuilleton besprochen werden. Seit 2013 gab es z.B. jährlich eine Gruppe von Bloggern, die den Deutschen Buchpreis begleitet und die nominierten Titel besprochen hat, 2015 hat die Leipziger Buchmesse mit den „Bloggerpaten“ etwas Ähnliches versucht, um den Preis der Leipziger Buchmesse mehr in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken. An beidem habe auch ich teilgenommen. In diesen Blogs spielt selbstverständlich noch immer der kommunikative Aspekt eine Rolle, aber eben auch ein eigenes Selbstverständnis als kritischer und versierter Leser. In diesem Bereich der Blogosphäre findet man auch gelegentlich Journalisten, die einen Blog als Spielwiese für längere Texte oder Experimente nutzen und von Berufs wegen mit dem Handwerk der Literaturkritik bestens vertraut sind. Nicht selten sind auch studierte

Germanisten, Literatur- oder Kulturwissenschaftler unter ihnen.

Es versteht sich von selbst, dass auch Mischformen zwischen beidem existieren. Gerade diese Freiheit macht Blogs, im Gegensatz zur konventionellen Redaktionsarbeit, ja auch so reizvoll. Man ist nicht auf eine Linie festgelegt, man kann experimentieren, auch in der Form der Rezensionen; man kann sowohl Klassiker als auch Liebesromane besprechen, einen Science-Fiction-Zyklus und Martin Walser. Wichtig zu bemerken ist: es gibt nicht den EINEN Literaturblog, der stellvertretend und exemplarisch für eine ganze Szene stehen könnte; wer das glaubt, dessen Einschätzung gerinnt zu einem Klischee, das mit der Wirklichkeit nicht mehr viel zu tun hat.

Was Blogs eint und zu ihren am höchsten zu schätzenden Qualitäten gehört, ist ihre Unabhängigkeit. Blogger sind ausschließlich sich selbst und keiner beauftragenden Redaktion verpflichtet. Das Problem dort ist meistens die halsbrecherische Geschwindigkeit der Buchbranche, der immer kleiner werdende Raum für Buchbesprechungen und der Zwang zur Aktualität. Ein Titel, der bereits seit zwei Monaten erschienen ist, beginnt für konventionelle Redaktionen bereits Staub anzusetzen. In allen wichtigen Zeitungen ist er besprochen worden, die Karawane zieht weiter. Diesem Diktum muss sich kein Literaturblogger unterwerfen. Er kann Bücher von vor zwanzig Jahren besprechen, wenn sie ihm zufällig in die Hände fallen. Unabhängige Angebote wie Blogs können helfen, Büchern zu einer deutlich längeren Lebenszeit zu verhelfen als sie normalerweise hätten. Sie können Bücher sichtbar machen, die unterhalb des Radars laufen, Titel aus kleinen Verlagen z.B. (We Read Indie). Während das Feuilleton gerade schon drei literarische Spitzentitel weiter ist, kann der Blogger nochmals ein Buch wieder ins Gespräch bringen. Das nützt dem Buch – schließlich kann nicht in jede Neuerscheinung dasselbe Marketingbudget investiert werden – , das nützt dem Blogger, indem er womöglich etwas aufspürt, das andernfalls nur von einer verschwindend geringen Anzahl an Lesern bemerkt worden wäre, damit hebt er sich hervor; und das nützt letztlich auch den Verlagen, die immer darüber erfreut sind, wenn ihre Bücher ein etwas längeres Echo in den Medien erzeugen. Blogger können also, wenn sie wollen, Entschleuniger sein und Trüffelschweine. Der Weg des Trüffelschweins ist ungleich steiniger, denn das Interesse des Publikums liegt sehr häufig doch im verführerisch Neuen und gerade Angepriesenen. Aber manche lassen sich von der Steinigkeit des Weges nicht beirren, wie z.B. meine Bloggerkolleginnen von „Das Debüt“, die nicht nur eine regelmäßig stattfindende Lesereihe mit Debütanten ins Leben gerufen, sondern auch einen mit 500 € dotierten Literaturpreis für das beste Debüt des Jahres ausgelobt haben – die Jury besteht ausschließlich aus Literaturbloggern.

Wenn Unabhängigkeit für Blogs so wichtig ist, muss sich natürlich jeder die Frage stellen, wie er diese Unabhängigkeit bewahren will. In den letzten zwei Jahren hast sich die Wahrnehmung von

Blogs in der Buchbranche drastisch verändert. Waren sie, als ich begann, noch ein weitgehend unerforschtes Terrain, das man für seinen Dilettantismus belächeln konnte, werden sie heute als wichtige Multiplikatoren wahrgenommen. Absurderweise, ohne dafür bisher irgendwelche validen Belege zu haben. Ob Blogs tatsächlich, wie es so schön heißt, „verkaufsrelevante“ Besprechungen liefern, ist ungewiss. Gleiches gilt allerdings auch für klassische Werbeanzeigen oder Rezensionen; selten lässt sich ein Verkaufserfolg monokausal auf eine einzige gute oder schlechte Besprechung zurückführen. Man setzt auf eine gute PR-Mischung und zu diesem Mix gehören mittlerweile auch die BloggerInnen. Zum Angebot von Randomhouse gehört beispielsweise das „Bloggerportal“, in dem man sich anmelden und Bücher nach den eigenen Vorlieben empfehlen lassen kann, über das Portal ist die Bestellung von Rezensionsexemplaren möglich, es werden Zusatzinformationen zu einzelnen Titeln bereitgestellt usw. Bei einer Verlagsgruppe wie Randomhouse, die viele verschiedene Verlage unter einem Dach vereint, erleichtert und beschleunigt das die Kommunikation zwischen Bloggern und den Presseabteilungen. Auf jeder Buchmesse finden Bloggertreffen statt, namhafte Verlage wie Hanser oder Suhrkamp laden zur Besichtigung der Verlagshäuser und Programmvorstellungen ein. In diesem Juni fand zum ersten Mal die „Litblogconvention“ in Köln statt, eine Kooperationsveranstaltung von fünf Kölner Verlagen, bei der Bloggern verschiedene Vorträge und Diskussionen gegen Eintritt geboten wurden, eine Art Weiterbildungsangebot mit Netzwerkeffekt.

Das ist alles sehr schmeichelhaft, aber von außen fragt sich dann natürlich der ein oder andere, wie unabhängig ein Blogger unter diesen Umständen sein und bleiben kann. Die Antwort kann für mich nur lauten, sich immer wieder kritisch zu hinterfragen, die eigene Arbeit zu reflektieren, Transparenz zu schaffen (die übrigens auch das geltende Recht erfordert) und sich nicht unter Wert zu verkaufen. Man muss sich nicht für jede Werbeaktion hergeben, bloß, weil man geschmeichelt war, dass man überhaupt gefragt wurde. Und man sollte offen kommunizieren, wann für eine Leistung (wie z.B. einen Veranstaltungsbericht) Geld geflossen ist.

Auch wenn man meinen könnte, dass das Bloggen über Literatur ein Hobby ist wie viele andere auch, verbinden manche deutlich ambitioniertere Ziele mit ihrem Freizeitvertreib. Zwar begreifen noch immer viele das Literaturbloggen als Hobby und haben neben dem Blog ihren Brotjob, der ihre Leidenschaft finanziert. In den letzten zwei Jahren aber hat zunehmend eine Diskussion über die Professionalisierung und Monetarisierung von Literaturblogs eingesetzt. Das hängt sicher auch mit der frohen Kunde zusammen, dass sich mit Blogs tatsächlich Geld verdienen lässt. Jedenfalls im Bereich Mode, Lifestyle, Reisen, Technik und Kochen. Dort werden Auslandsreisen gesponsert und Postings in sozialen Netzwerken vergütet, die Blogger und Bloggerinnen werden zu schicken Events geladen, auf denen es Häppchen gibt und gute Worte. Und wer würde es schon ablehnen, mit seinem Hobby ein bisschen Geld zu verdienen, wenn sich die Gelegenheit ergibt? Was in den oben

genannten Sparten vergleichsweise einfach ist (oder, vielleicht muss man sagen, war: die Konkurrenz wird immer größer), ist in der Buchbranche nicht so einfach zu bewerkstelligen. Grob gesagt gibt es vier verschiedene Arten, auf der Basis eines Blogs Geld zu verdienen: gekaufte Backlinks, Affiliateprogramme, Bannerwerbung oder Sponsored Posts.

Backlinks habe ich zu Beginn schon einmal erwähnt. Vereinfacht gesagt kauft sich der Kooperationspartner, also z.B. ein Unternehmen, beim Blogger oder der Bloggerin einen Link auf dessen Homepage (je mehr Backlinks, desto besser die Sichtbarkeit bei Google). Kann man machen, ist aber unseriös und hat unter Umständen desaströse Folgen, wenn es um den Listenplatz bei Google geht. Google kann unlauteren Wettbewerb wie diesen abstrafen, d.h. der Blog wird unter Umständen von der Suchmaschine nicht mehr gefunden (oder rückt so weit in den Suchergebnissen nach hinten, dass das auf dasselbe hinausläuft).

Affiliateprogramme funktionieren auf Provisionsbasis. Der Blogger entscheidet sich für einen Partnershop und verlinkt künftig bei seinen Buchvorstellungen auf diesen Shop. Wenn der Leser oder die Leserin sich dann zum Kauf entschließt, wird der Blogger prozentual an den Einnahmen beteiligt. Das klingt erst einmal ganz einfach, ist in der Buchbranche aber aufgrund moralischer Bedenken und mangelnder Alternativen keine so selbstverständliche Sache. Bisher bietet, das muss man so anerkennen, amazon das lukrativste Affiliateprogramm. Das liegt daran, dass die Provision in Relation zum gesamten Einkauf berechnet wird. Kauft also jemand das vom Blogger empfohlene Buch und dazu noch einen Flachbildfernseher, kann sich das finanziell rentieren. Hinzu kommt, dass nahezu jeder ein Benutzerkonto bei amazon besitzt. Die Hürde, dort einzukaufen, ist also deutlich geringer. Man bestellt lieber dort, wo man schon ein Konto besitzt, statt sich wieder in einem neuen Onlineshop anzumelden, den man danach vielleicht nie wieder besucht. Es gibt auch innerhalb der Buchbranche Unternehmen, die Affiliateprogramme anbieten: z.B. Thalia, Osiander, Hugendubel und buecher.de. Dennoch ist es bisher nicht gelungen, amazon den Rang abzulaufen in punkto Lukrativität und Bequemlichkeit. Hat man also Bedenken, auf amazon zu verlinken (ich tue das z.B. nicht), bleiben einem wenig Alternativen, die sich wirklich lohnen.

Bannerwerbung erklärt sich eigentlich von selbst. Der Blogger vermietet Platz auf seinem Blog für einen Werbebanner und wird dafür bezahlt (gelegentlich auch für die Klicks, die der Werbebanner generiert).

Sponsored Posts sind solche Beiträge, die Auftragsarbeiten für einen Kunden sind. Das können, auf die Buchblogszene bezogen, Rezensionen sein, Beiträge zu Blogtouren (d.h. zu einem Titel werden auf verschiedenen Blogs unterschiedlichste Beiträge veröffentlicht), Veranstaltungsberichte und Produkttests, z.B. von E-Readern, wobei hier meistens das Testprodukt bereits die Bezahlung darstellt und darüber hinaus kein Geld fließt. Damit werden aber natürlich schon einige Probleme

sichtbar. Erstens tut es jedem Blog gut, den Grad an Werbung, mit der die Leser konfrontiert werden, möglichst gering zu halten. Zu viel Werbung lässt eine Seite unattraktiv und unseriös erscheinen. Zweitens stellt sich bei bezahlten Rezensionen die berechtigte Frage, wer diese Zahlungen leisten sollte. Über diese Frage ist sich die Szene noch immer nicht ganz einig. Für mich ist jedenfalls klar, dass jede Glaubwürdigkeit über den Jordan geht, sobald z.B. ein Verlag für eine Rezension eines seiner Titel bezahlt – anders sieht es natürlich aus, wenn eine Redaktion Rezensionen in Auftrag gibt und als Mittler dazwischengeschaltet ist. Ich selbst schreibe z.B. regelmäßig bezahlte Kurzrezensionen für das österreichische Magazin „Buchkultur“. Einen Buchblog zu finanzieren (oder finanziell rentabel zu machen) ist also, nach derzeitigem Kenntnisstand, keine einfache Sache und erfordert Kreativität sowie die Bereitschaft, neue Konzepte auszuprobieren. Ich halte es für relativ unwahrscheinlich, dass Literaturblogs an sich in Zukunft ein nennenswertes Auskommen ermöglichen.

Was ein Blog immer sein kann: eine Visitenkarte und ein Aushängeschild. Das gilt nicht nur für Literaturblogger, sondern für Journalisten und Autoren gleichermaßen. Ein Blog ist eine Möglichkeit, sich und seine Arbeit einem möglichst breiten Publikum vorzustellen, sich zu vernetzen und dadurch unter Umständen an bezahlte Aufträge zu gelangen.

Ich persönlich erlebe die Debatte um Literaturblogs insgesamt als zu einseitig und vor allen Dingen geradezu einschläfernd repetitiv. Nahezu jeder Artikel oder Beitrag in konventionellen Medien setzt sich vorrangig mit der Frage auseinander, ob Literaturblogs das Feuilleton ersetzen können oder wollen. Und sie stellen immer wieder gebetsmühlenartig heraus, dass literaturkritische Kategorien und fachliche Expertise dort vor der „Subjektivität“ und „Leidenschaft“ zurückstehen müssen, die grundsätzlich als etwas Schlechtes, Unseriöses betrachtet werden. Dabei werden meistens Blogs als Beispiele herangezogen, die vom Feuilleton nicht weiter entfernt sein könnten (und sich in dieser selbstgewählten Entfernung sehr wohlfühlen) und/oder besonders Genreliteratur empfehlen. Statt Blogs als ergänzendes Angebot wahrzunehmen, werden sie in einen permanenten Wettstreit mit der klassischen Literaturkritik verwickelt. Sind sie weit entfernt von den Ansprüchen des Feuilletons, werden sie belächelt. Nähern sie sich ihm, müssen sie mit dem Vorwurf leben, es kopieren zu wollen, ohne die nötigen Fähigkeiten mitzubringen. Blogger sollen, lautete einmal die Forderung, wenn sie nicht das Feuilleton sein wollen, doch neben der klassischen Rezension alternative Formate entwickeln, denn die Rezension sei ein traditionell im Feuilleton beheimatetes Textformat. Dieser Streit ist endlos, konstruiert und auf lähmende Art selbstreferentiell. Er nützt niemandem; der Literatur schon gar nicht. Zumal sich der Diskurs über Literatur nicht nur in Richtung Blogs öffnet. Projekte wie der FAZ Lesesaal, sobooks, log.os oder andere Social Reading Projekte setzen auf ein offenes, schrankenloses Gespräch über Literatur. Jeder, der will, kann sich beteiligen, ins

Gespräch einsteigen, eigene Gedanken entwickeln. Das bedeutet nicht zwangsläufig, dass Bewertungskriterien verwässert und die Diskussion verflacht wird, auch wenn die Befürchtung immer wieder geäußert worden ist. Ich kann nicht ausmachen, dass sich die konventionelle Kritik eklatant verschlechtert hätte, seit auch „Normalleser“ sich auf Blogs oder entsprechenden Plattformen über Bücher austauschen. Das sind zwei verschiedene Schlachtfelder. Darüber hinaus steht auch die vermeintlich konventionelle Literaturkritik des öfteren im Kreuzfeuer: zuletzt Elke Heidenreich mit ihren Äußerungen über Michelle Steinbeck und Denis Scheck wegen seines freundschaftlichen Treffens mit Christian Kracht vor dem offiziellen Erscheinungstermin des Romans. Wir sollten, so meine Meinung, zwar nicht unkritisch auf das Phänomen „Literaturblogs“ blicken und nicht übermütig werden („WIR sind heute die Meinungsmacher, nicht mehr das Feuilleton“ kann nicht die Antwort der Blogosphäre sein), aber am Ende aus der Endlosschleife der immer gleichen Fragen und Plattitüden entkommen, wenn es um deren Betrachtung geht. Das Ganze konstruktiver angehen, Blogs empfehlen, wenn sie gut sind, statt bloß vor denen zu warnen, die es nicht sind. Nicht bloß von außen auf Literaturblogger blicken und fragen „Und wo positionieren Sie sich im Gegensatz zum Feuilleton“, sondern kooperativ sein, wenn sich Möglichkeiten dazu ergeben. Die Literaturkritik ist ein altes Geschäft und auch wenn sie sich heute mit anderen Gegebenheiten und Möglichkeiten konfrontiert sieht als vor 150 Jahren, bin ich zuversichtlich, dass sie sich hält; am besten wenn sie Offenheit und Bereitschaft gegenüber anderen Spielarten der Literaturvermittlung entwickelt.