

Zeitschrift: Zeitschrift für schweizerische Archäologie und Kunstgeschichte =
Revue suisse d'art et d'archéologie = Rivista svizzera d'arte e
d'archeologia = Journal of Swiss archeology and art history

Herausgeber: Schweizerisches Nationalmuseum

Band: 39 (1982)

Heft: 2: Kunstkritik, Architekturkritik und Kunstwissenschaft in der Schweiz

Artikel: Kunstkritik in der Presse : mächtig, machtlos?

Autor: Billeter, Fritz

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-167878>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 08.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kunstkritik in der Presse – mächtig, machtlos?

von FRITZ BILLETER

Die Frage lautet: kann die Kunstkritik, kann der einzelne Kunstkritiker einen verändernden Einfluss ausüben – oder anders: verfügt er über Macht? Kann er, wenn das zutreffen soll, einen Künstler «machen» oder aber, umgekehrt, ihn in den Orkus stossen? Kann er institutionalisierte Einrichtungen, die Kunst verbreiten, ausstellen und fördern (z.B. Galerien, Museen, Stipendienfonds, Preisverleihungen, Verlage) in ihren Bestrebungen bestärken oder aber diese nach seinem Sinn modifizieren, wenn nicht gar zu ihrer Umgestaltung den Anstoss geben? Kann er schliesslich seinen eigenen Apparat, d.h. die Zeitung, in deren Auftrag er arbeitet, in einem gewissen Mass mitgestalten oder gar umgestalten?

Aufgrund meiner persönlichen Erfahrungen glaube ich auf diese Fragen mit Ja – oder doch wenigstens mit Jein – antworten zu können, und aufgrund einer wahrscheinlichen Evidenz werden mir viele andere, die sich mit dieser vielfältigen Problematik befassen oder sie erleiden (ich meine hier in erster Linie die Künstler), bzw. sie aus einer gewissen Distanz kennen, ebenfalls zustimmen: ja, die Kunstkritik übt Einfluss aus. Wenn Sie diese Frage einem Künstler als dem wohl belastetsten Glied in der Kette stellen, wird er diesen Einfluss nicht nur bejahen, sondern möglicherweise sogar dämonisieren. Viel schwieriger, wenn nicht unlösbar, wird es aber, wenn man die Kausalzusammenhänge genau verfolgen, wenn man unverbrüchliche, also meinetwegen wissenschaftlich erhärtete Gewissheit über die Stossrichtung, Intensität, Nachhaltigkeit, Erstreckung (in welchem Feldradius wirkt Kunstkritik?) dieses Einflusses erhalten möchte. Wenn ich die erwähnte «wahrscheinliche Evidenz» zu Hilfe nehme, dann leuchtet sofort ein, dass es eine Rolle spielt, auf *welche* der oben aufgezählten *Adressaten* der Einfluss ausgerichtet wird: ein junger, am Anfang stehender Künstler ist leichter zu erreichen und zu beunruhigen als ein bestandener und erfolgsgewohnter; aber auch letzterer bekommt eine lobende oder aber eher negative Kritik stärker zu spüren als eine Institution mit ihrem Beharrungsvermögen und ihrer zählebigen Eigengesetzlichkeit. Und weiter: das Amt für Kulturpflege in Bern ist gegenüber einer Kritik aus Zürich weniger verletzlich oder empfänglich als das Kunsthaus dieser Stadt.

Die Aufgabe der Kunstkritik in der Presse besteht zunächst einmal in einer Übersetzertätigkeit oder Dekodierung – insbesondere der als schwierig verschrieenen «modernen» Kunst. Übersetzt werden muss die Farb/Form- und Metaphernsprache von Kunst und Künstler in eine begriffliche Wortsprache,

und da dies für den Zeitungsleser geschieht, wird vom Übersetzungstext des Kunstkritikers meistens verlangt, dass er leicht verstehbar sei. Der Kunstkritiker führt aber auch (ob er nun will oder nicht) den Künstler näher an den *Markt* heran, zu dem dieser keinen *direkten* Zugang hat. Oder umgekehrt: der Kritiker kann ihm unter Umständen diesen Zugang mit einer ungünstigen Beurteilung erschweren. Da also der Kunstkritiker auch wie ein *Public Relation Man* funktioniert, möchte ich einen Vergleich aus der Wirtschaft heranziehen, um darzulegen, dass der Einfluss, den man der Kunstkritik von vornherein zuzugestehen gewillt ist, nur schwer überprüft werden kann.

Wir nehmen an, dass eine Firma mit ihrem Produkt an Marktanteilen, Umsatz und Gewinn hat Einbussen erleiden müssen. Sie erhöht darauf hin ihr Werbebudget, ändert die Strategie ihrer Werbung, verstärkt deren Einsatz. Und siehe: nach ungefähr einem Jahr wird das Produkt wieder vermehrt gekauft, Umsatz und Gewinn steigen. Verdankt die Firma diese Blüte nun der besseren und gesteigerten Werbung? Oder aber: war seinerzeit die Werbung schuld, dass die Geschäfte zurückgingen? Die Faktoren, welche ausser der Werbung den Markt beeinflussen, sind zu zahlreich, zu unbeständig, zu unübersichtlich. Es gibt meines Wissens bis jetzt keine wissenschaftliche Methode, die den Anteil der Werbung an Erfolg oder Misserfolg eines Produktes genau bestimmen könnte. Und nun zur Kunstkritik. Angenommen, ein Museum ändert sein Ausstellungsprogramm, weil die Leute immer mehr wegbleiben und das, wie die Museumsleitung glaubt, vor allem auch aufgrund ungnädiger Rezensionen. Angenommen, ein Künstler ändert seinen Stil, seine Technik, weil sich seine Werke schlecht verkaufen und dies wiederum, weil er meint, die Kunstkritik habe ihn schlecht behandelt. Und weiter angenommen: die Kunstkritik weiss jetzt das neue Museumsprogramm und die gewandelte Gestaltungsweise des Künstlers zu rühmen, und die Leute strömen nun herbei, und das Publikum kauft die Werke des Künstlers. Da wird man doch nur mit erheblichen Einschränkungen schliessen dürfen, die nun positiven Besprechungen in den Zeitungen hätten einen solchen Umschwung bewirkt; hundert andere Gründe sind denkbar – und wiederum zweifle ich, dass sie sich wissenschaftlich erfassen lassen –, die ebenfalls zur Wendung zum Besseren beigetragen haben mögen.

Ich glaube, man verwechselt zu oft die in der Tat sehr beschränkte Wirksamkeit der Kunstkritik mit ihrer blossen, aber nun wirklich unleugbaren *Repräsentanz*. Das will heissen: Kunstkritik in der Zeitung verbreitet zwar die Auffassung eines

Einzelnen, eines hoffentlich qualifizierten, aber eines sicher *stellvertretenden* Einzelnen, und sie ist *festgeschrieben*, man kann sie vorweisen und zitieren, während die vielen unwägbareren Vorerwartungen, Urteile und Vor-Urteile, Überdrüssigkeiten und Geneigtheiten eines Publikumpotentials, also auch die negative oder positive Mundpropaganda, die als winzige Rinnale sich schliesslich zum Bach und zum Strom zusammenfinden, gar nicht geortet und gefasst werden können. Die gewisse Autorität, die man der Kunstkritik zuerkennen möchte, beruht vielleicht auf dem uralten «Es steht geschrieben». Dass diese Formel auch heute noch wirkt, beweist eigentlich, dass Schrift, das Aufgeschriebene, die geschriebene Botschaft noch immer nicht völlig *entsakralisiert* ist. Dabei hat man zu bedenken, dass derzeit das «Es steht geschrieben» durch ein «Es war in der Television zu sehen» in starkem Masse ersetzt wird; aber auch der Glaube an dieses Medium soll ja nun bröckeln.

Wenn es sich wirklich so verhält, dass Kunstkritik Einfluss, bzw. Macht ausübt, dann ist diese Macht ganz erheblich geteilt, ja aufgesplittet. TOM WOLFE sieht in seinem Buch *The Painted Word* diese Macht gewaltig. Wolfe sieht (oder sah) Kunstkritiker und Museumsdirektoren im Lancieren einer neuen Künstlergeneration an der amerikanischen Ostküste treu verbündet. Seltsamerweise hat er die Macht des Kunsthandels völlig vergessen. Natürlich erwirbt sich ein Kunstkritiker zusätzlichen Einfluss, wenn er sich dazu verleiten lässt, zum Beispiel ein Museum oder noch schlechter eine Galerie zu beraten. Natürlich geschieht das auch immer wieder – aber eine solche unheilige Allianz dürfte im Sinn einer Gewaltentrennung eben gerade nicht sein. New York mag den massgebenden Grosskritiker kennen; in der Schweiz oder in der Bundesrepublik kenne ich diese Figur nicht. So wie in unserem förderativ gegliederten Land auch unsere besten Künstler (abgesehen von jenen 3 Prozent, die auf der Weltszene eine Rolle spielen) nurmehr als *Lokalkünstler* wirken, so schreiben bei uns dementsprechend auch nur *Lokalkritiker*. In einem solchen begrenzten Feld werden sie aber durchaus Gewicht haben.

Der heute herrschende *Pluralismus* sowohl geistig-politischer als auch künstlerischer Strömungen verbietet es von vornherein, dass zwischen den Zeitungen, sagen wir einer grösseren Schweizer Stadt, sagen wir auf der Ebene der Kunstkritik, grundsätzlich Übereinstimmung zustande kommt; ich stelle jedenfalls eine solche zwischen den Kritikern der NZZ («Neue Zürcher Zeitung») und denen des TA («Tages-Anzeiger») selten fest. Wenn sie sich aber einmal ergibt, dann summiert sich allerdings auch der Effekt. Zum Beispiel hatten im Winter 1979 NZZ und TA gemeinsam allerlei am Jahresprogramm des Kunsthhauses auszusetzen, wenn auch aus je anderen Gesichtspunkten. Dennoch genügte nur schon die formale Übereinstimmung im Angriffsziel, dass die Kunsthausleitung sich veranlasst sah, ihr Programm öffentlich zu rechtfertigen.

Dem Kunstkritiker ist im Gefüge einer ganzen Zeitungsredaktion ein bescheidener Platz eingeräumt. Zwar genießt das «Feuilleton» (wie die Kultursparte früher oft hiess) die sprichwörtliche Narrenfreiheit. Aber wenn eine Zeitung beispielsweise unter den Beschuss von Grossinserenten kommt, wie

gegenwärtig der «Tages-Anzeiger», wird diese eingeschränkt. Der Kunstkritiker neigt übrigens bei einem solchen Klimawechsel an seiner Zeitung dazu (und nicht nur er, auch viele seiner Kollegen – denn sie sind alle sensible Menschen, und ich sage das fast ohne Ironie), den ursprünglich von aussen kommenden und dann von oben an ihn weitergegebenen Druck zu stark an sich zu ziehen; die Folge ist *Selbstzensur*.

Ein wichtiger Teilaspekt des hier zur Diskussion stehenden Problemkreises ist damit angeschnitten: die Abhängigkeit des Kunstkritikers vom Apparat, von der Zeitung, die er bedient. In diesem Abhängigkeitsverhältnis verdichtet sich für ihn, fast täglich hautnah erfahrbar, seine allgemeine gesellschaftliche Abhängigkeit. Er erfährt nämlich, wenn ihn nicht elitärer Dünkel die Dinge verschwommen sehen lässt, dass seine Arbeit wenig zum wirtschaftlichen Gedeihen seiner Zeitung beiträgt. Das kann man ihm anhand von (gewiss auch diskutierbaren) Zahlen, anhand von Copytests und demoskopischer Ergründung der Lesergewohnheiten jederzeit in Erinnerung rufen. Kunst gehört eben zu jenen schönen Überflüssigkeiten (ähnlich wie der Sport), sie ist abgehoben von den ernstesten Dingen des Lebens – so will es das allgemeine bürgerliche Kulturverständnis. Umgekehrt ist es aber gerade die Zeitung, die dem Kunstkritiker Prestige verleiht, die seiner Kritikerstimme Gewicht gibt, sie in die Weite und Breite trägt, sie hunderttausendfach vervielfältigt.

Die Frage lautet auch hier: ist der Kunstkritiker, der doch offenbar einen gewissen Einfluss nach aussen zu tragen imstande ist, auch *intern* in der Lage, ihn geltend zu machen? Mit anderen Worten: ist es ihm möglich, seinen Apparat, der ihn ohne Zweifel konditioniert, seinerseits umzuformen? Es ist möglich, aber in sehr geringem Masse.

Der «Tages-Anzeiger» kennt, auch in den gegenwärtigen kritischen Tagen, eine Ressortautonomie im vorgegebenen Rahmen. Das Kunstteam innerhalb des Ressorts Kultur umfasst fünf eng zusammenarbeitende Mitarbeiter, und dieses Team organisiert, wiederum im klar gezogenen Rahmen, seine Arbeit selbst. Das Ressort Kultur insgesamt umfasst rund dreissig Mitarbeiter, es wird von zeichnenden Redaktoren und einem Ressortdienstchef geleitet. Diese grössere Einheit verfügt nun über deutlich mehr Gewicht als das Kunstteam, über soviel, dass sie in eigener Initiative beschlossen hat, innerhalb der Zeitung *mehr* Kultur und zum Teil auch qualitativ anders gespiegelte Kultur zu verlangen. Die Ermutigung, diesen Prozess in die Wege zu leiten, kam gerade von den neuen Copytests und demoskopischen Befragungen. Zwar beachten nach wie vor nur etwa vier Prozent der TA-Leser den Kulturteil, in Zahlen ausgedrückt immerhin über 20000 Menschen. Aber aus den Langzeituntersuchungen von Professor Schmidchen geht hervor, dass über 80 Prozent der Befragten mehr über Kultur zu lesen wünschen. Dieser Trend hat, neben anderen Erwägungen, schon dazu geführt, dass der TA seit 1978 jeden Freitag ein Wochenprogramm beilegt. Es enthält – nicht im strengen Sinn – Film-, Theater-, Literatur-, Musik- und Kunstkritiken; aber es ist immerhin von Spezialisten geschrieben.

Darf nun im Ernst behauptet werden, die Bevölkerung des Metropolitangebiets Zürich verlange heute nach mehr Kultur, weil einige Journalisten des TA über Jahre hindurch den Kulturhunger geschürt, Kultur als etwas so Unverzichtbares und Spannendes dargestellt hätten, dass diese Bemühungen nun schliesslich honoriert würden? Nach allem, was ich bisher dargelegt habe, darf man das *nicht* behaupten. Da würde ich vorher noch folgende Bedingungen verantwortlich machen:

Eine mehrheitlich junge Bevölkerung wurde in den letzten Jahren aus der Stadt in die Wohngebiete (besser: *Schlafgebiete*) der Agglomeration verdrängt.

Über mehr Freizeit und über genügend Geld verfügend, kehrt sie aber an den längeren Wochenenden oder für den Abendverkauf in die Stadt zurück, um dann auch ein bisschen Kultur – und warum nicht ein bisschen Kunst? – mitzunehmen.