



Hochschule Macromedia für angewandte
Wissenschaften,
University of Applied Sciences

BACHELORARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades
Bachelor of Arts

Stirbt Filmkritik aus?
Der aktuelle Stand des Filmjournalismus und wie
seine Zukunft aussehen könnte.
im Studiengang Journalistik
Studienrichtung Journalismus

Erstprüfer:
Prof. Dr. Florian Stadel

Vorgelegt von:
Vorname Name: Philipp Stefan Link-Ehnert
Matr.-Nr.: S-34947
Studiengang: Journalistik
Fachrichtung: Journalismus

Stuttgart, im Januar, 2019



Zusammenfassung

Filmkritik ist fast genauso alt wie der Film selbst. Sie soll das Publikum über Filme informieren, unterrichten und unterhalten. Diese Arbeit beschäftigt sich mit dem Thema Filmjournalismus und vor allem Filmkritik. Das Ziel ist es, den aktuellen Stand des Filmjournalismus festzulegen und einen Blick in die Zukunft zu werfen, wie er sich weiterentwickeln könnte.

Anhand mehrerer Quellen wird zunächst der aktuelle Stand erschlossen, also was Filmkritik eigentlich sein sollte, und was es momentan wirklich ist. Die meisten externen Quellen, an denen der Stand der Filmkritik erforscht wird, sind zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Arbeit recht aktuell, sie sind also im Jahr 2018 entstanden. Durch die Videos von Alper Turfan, Vinit Masram und Patrick H. Willems wird zunächst eine Definition für Filmkritik erstellt. Weitergehend wird anhand dieser und anderer Quellen erschlossen, mit welchen Problemen der Filmjournalismus zur Zeit des Verfassens dieser Arbeit zu kämpfen hat. Diese Probleme sind unter anderem eine, mittlerweile, sehr oberflächliche Berichterstattung über Filme, eine sehr Fan orientierte Berichterstattung, die keine wirkliche Kritik zulässt und dass es immer schwerer wird vom Filmjournalismus zu leben.

Neben den erforschten Online-Quellen bilden selbstgeführte Experteninterviews die Grundlage für diese Arbeit. Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde darauf geachtet, dass sowohl erfahrene, klassische Filmjournalisten, als auch junge/neue Filmkritiker aus dem Online-Bereich befragt wurden. Es wurden Interviews mit Spiegel-Redakteur Martin Wolf, freischaffendem Filmjournalist Kay Hoffmann, YouTube Filmkritiker Robert Hofmann und Video-Essayist Marco Risch geführt. Die Interviewpartner haben teilweise eine sehr unterschiedliche Sicht auf den Stand der Dinge, sind sich aber in vielem auch einig.

Zuletzt wird ein Blick in die Zukunft gewagt. Es wurde nach Auswertung der Interviews und Quellen festgestellt, dass die sinnvollste Darstellungsform für Filmjournalismus vermutlich die Video-Form ist. Des Weiteren wurde festgestellt, dass die Besprechung von Filmen immer kleinteiliger wird. Das bedeutet, es werden sich immer mehr Nischen und Unterarten von Filmjournalismus bilden. So kann die Flut an neuen Filmen überschaubarer betrachtet werden und Filme können ihrer Art, Genre oder Zielgruppe entsprechend besprochen werden.



Abstract

Film criticism is almost as old as film itself. Its purpose is to inform, educate and entertain the audience. This work deals with the subject of film journalism and above all film criticism. The goal is to determine the current state of film journalism and to investigate the future, how film journalism could evolve.

First of all, the current state of film criticism will be revealed on the basis of several sources, i.e. what film criticism should actually be and what it really is at the moment. Most of the external sources used to research the state of film criticism are quite current at the time of writing. Through the videos of Alper Turfan, Vinit Masram and Patrick H. Willems, a definition for film criticism is created. Furthermore, these and other sources will be used to determine the problems film journalism is struggling with at the time of writing this work. These problems include, among other things, a now very superficial coverage of films, a very fan-oriented coverage that allows no real criticism and that it is becoming more and more difficult to live from film journalism.

In addition to the researched online sources, self-guided expert interviews form the basis for this work. When selecting the interviewees, it was ensured that both experienced classic film journalists and young / new film critics from the online sector were interviewed. Interviews were conducted with Spiegel editor Martin Wolf, freelance film journalist Kay Hoffmann, YouTube film critic Robert Hofmann and video essayist Marco Risch. Some of the interviewees have a very different view of the state of affairs, but they also agree in many ways.

Finally, a look into the future is dared. After evaluating the interviews and sources, it was established that the most sensible form of presentation for film journalism is probably the video form. In addition, it was found that the discussion of films is becoming more and more fragmented. This means that more and more niches and subspecies of film journalism will emerge. In this way, the flood of new films can be viewed more clearly and films can be discussed according to their type, genre or target group.



Schlüsselbegriffe

1. Filmjournalismus
2. Filmkritik
3. YouTube
4. Franchise
5. Oberflächlichkeit

Key words

1. Film journalism
2. Film critic
3. YouTube
4. Franchise
5. superficiality



Inhalt

Zusammenfassung

Abstract

Schlüsselbegriffe

Key words

Inhalt

Abbildungsverzeichnis

1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	2
1.2 Forschungsfragen	4
1.3 Empirische Untersuchung	4
1.3.1 Der Fragebogen	5
1.3.2 Auswahl der Interviewpartner	7
2 Stand der Filmkritik	8
2.1 Die Differenz zwischen Kritikern und Zuschauern	8
2.2 Relevanz der Filmkritik	11
2.2.1 Definition: Filmkritik	13
2.3 Probleme der Filmkritik	13
3 Auswertung	20
3.1 Interviewpartner	20
3.1.1 Robert Hofmann	20
3.1.2 Martin Wolf	21
3.1.3 Kay Hoffmann	22
3.1.4 Marco Risch	23
3.2 Interview Analyse	24
3.2.1 Frage eins	24
3.2.2 Frage zwei	26
3.2.3 Fragen drei und vier	30



3.2.4 Fragen fünf und sechs	31
3.2.5 Frage sieben	32
3.2.6 Frage acht	32
3.2.7 Frage neun.....	34
3.2.8 Frage zehn	35
3.2.9 Frage elf	36
3.2.10 Frage zwölf	38
3.2.11 Frage dreizehn.....	38
4 Fazit	40
5 Literaturverzeichnis	42
6 Transkripte.....	44
Robert Hofmann, YouTube.....	44
Martin Wolf, Spiegel.....	53
Marco Risch, Nerdkultur.....	59
Kay Hoffmann, Haus des Dokumentarfilms	71



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bewertung des Films Venom auf der Webseite Rotten Tomatoes	2
Abbildung 2: Wie bewerten Nutzer der Seite IMDb Filme	9
Abbildung 3: Wie bewerten Kritiker auf der Seite Metacritic Filme	10
Abbildung 4: Robert Hofmann	20
Abbildung 5: Martin Wolf	21
Abbildung 6: Kay Hoffmann	22
Abbildung 7: Marco Risch	23

1 Einleitung

Diese Arbeit wird sich mit dem Thema des Filmjournalismus beschäftigen. Sie soll Aufschluss darüber geben, wie sich Filmjournalismus in Zeiten der Digitalisierung verändert hat, was die Gründe der Veränderung sind und welche Auswirkungen dies auf die Zukunft dieser Kulturform hat. Dabei werden die Online-Plattform YouTube und Online-Blogs näher betrachtet.

Die Nachforschungen werden anhand von verschiedenen Quellen und einer empirischen Betrachtung des Sachverhalts betrieben. Als empirische Methode wird das Experteninterview herangezogen. Durch das Gespräch mit mehreren Filmjournalisten aus verschiedenen Hintergründen, die ihre Arbeit auf verschiedenen Plattformen ausüben, soll ein Überblick geschaffen werden, was sich verändert hat und wie die Zukunft des Filmjournalismus aussehen könnte.

Zunächst wird auf die Problemstellung eingegangen, und die Forschungsfragen werden formuliert. Anschließend wird sowohl die Auswahl der empirischen Methode erklärt als auch die Auswahl der Interviewpartner.

Im folgenden Kapitel wird der momentane Forschungsstand zum Thema betrachtet. Dabei wird zunächst eine Studie von Stephen Follows betrachtet, die die Unterschiede beim Bewerten von Filmen zwischen Kritikern und Zuschauern aufzeigt. Weitergehend wird der aktuelle Stand der Filmkritik betrachtet. Es wird die Relevanz der Filmkritik untersucht, eine eigene Definition formuliert, was Filmkritik sein sollte, und es werden die Probleme betrachtet, die die Materie momentan hat.

Im dritten Kapitel werden die Interviewpartner zunächst vorgestellt. So soll ein besseres Bild entstehen, das die darauffolgende Interviewanalyse nachvollziehbarer machen soll.

Im letzten Kapitel wird ein Fazit gezogen und ein Ausblick in die potentielle Zukunft des Filmjournalismus gegeben.

1.1 Problemstellung

Anstoß zu diesem Thema gab, unter anderem, folgende Filmbewertung auf der Webseite „Rotten Tomatoes“:



Abbildung 1: Bewertung des Films *Venom* auf der Webseite Rotten Tomatoes ¹

Diese Bewertung des am 4. Oktober 2018 erschienenen Films „Venom“ des Regisseurs Ruben Fleischer² wirft mehrere Fragen auf. Zunächst sollte allerdings erklärt werden, was genau Rotten Tomatoes ist:

Rotten Tomatoes und ähnliche Webseiten wie IMDb und Metacritic, sind Filmdatenbanken, die neben zahlreichen Informationen zu Filmen, also Erscheinungsdatum, Regisseur, Cast usw., Wertungen zu Filmen sammeln und diese in einem Wertungssystem wiedergeben. Diese Systeme sind je nach Seite unterschiedlich. Im Fall von Rotten Tomatoes funktioniert das Wertungssystem wie folgt:

Rotten Tomatoes bietet den Tomatometer. Dieser zeigt in einer Prozentzahl an, wie vielen Kritikern ein bestimmter Film gefallen hat oder auch nicht. Falls mindestens 60% der Filmkritiken zu einem Film positiv ausfallen, wird der Film als „Fresh“ bezeichnet. Unter 60% ist der Film „Rotten“. Dies wird anhand von Rotten Tomatoes Kuratoren festgestellt. Die Kuratoren lesen wöchentlich tausende Filmkritiken und fassen diese zu einem Tomatometer zusammen. Falls ein Film sehr gut bewertet wird und noch andere Kriterien, wie mindestens 80 Kritiken zum Film, erfüllt, wird von der Webseite ein „zertifiziert Fresh“- Status vergeben. Die Seite bietet auch eine Zuschauer-Wertung an. Hier wird ebenfalls in Prozent angegeben, wie die Nutzer der Webseite den Film bewertet haben.³

¹ Rotten Tomatoes Bewertung des Films *Venom*, 2018

² Informationen zum Film *Venom* auf IMDb, 2018

³ Informationen über das Bewertungssystem von Rotten Tomatoes, 2018

Im Falle des Films „Venom“ gehen die Meinungen von Kritikern und Zuschauern, wie in Abbildung eins zu sehen ist, stark auseinander. Dies wirft die Fragen auf, ob Filmkritik von den Zuschauern überhaupt noch angenommen wird oder ob sie sich durch das Promotionsmaterial des Filmvertriebers beeinflussen lassen oder sich einfach selbst ein Bild vom Film machen wollen. Weitere Nachforschung hat ergeben, dass Kritiker auf YouTube den Film „Venom“ ebenfalls besser bewerteten als traditionelle Filmkritiker. Als Beispiel hierfür können die Filmkritiken von YouTuber Robert Hofmann⁴ und Peter Bradshaw, einem Filmkritiker der Zeitung „The Guardian“, verglichen werden.⁵

Daraus ergibt sich folgende Frage: Wird traditionelle Filmkritik noch angenommen oder hören Zuschauer eher auf Film-Reviewer, die den Film mehr wie die Zuschauer, als Film-Fan, und nicht als Kritiker sehen? Die vielleicht auch einfach nur die Meinungen der Zuschauer bestätigen und den Film nur oberflächlich betrachten, im Gegensatz zu Filmkritikern mit mehr Hintergrundwissen über Kino an sich, die den Film dadurch anders bewerten und ihn in den Augen der Zuschauer „schlecht machen“. Und ist diese Annahme für das Thema Film zu verallgemeinern? Oder gibt es Unterschiede was Genre und Art des Films angeht?

Dies führt zur Überlegung, wie sich Filmkritik verändert hat. Hat Filmkritik nicht nur die Plattform geändert, von Print, TV und Radio zum Internet oder hat sie sich grundsätzlich verändert? In Zeiten des Internets und Social Media kann prinzipiell jeder „Filmkritiker“ werden, also seine eigene Meinung über einen Film öffentlich machen. Während auf der anderen Seite viele Zeitungen Filmkritiker entlassen und weniger Platz für Rezensionen machen, wie Elena Rutman in ihrer Master-These schrieb:

„Die Texte würden immer kürzer, Analysen müssten einfachen Sternchen-Bewertungen weichen, People-Geschichten und Interviews lösten aufwändig recherchierte Filmrezensionen ab. Es finde ein Qualitätsverlust statt, weil in den Redaktionen gespart werde. Als Beispiel wurde die "Neue Zürcher Zeitung" angeführt. Sie habe im Herbst 2009 alle ihre fest angestellten Filmkritiker in die Frühpension entlassen. Jetzt gebe es dort keinen Redakteur und keine Redakteurin mehr, die sich ausschließlich mit Filmen befasse.“⁶

Es stellt sich auch die Frage, ob gerade deswegen z.B. YouTube die Zukunft des Filmjournalismus sein könnte. Konventionelle Medien haben immer weniger Platz für Filmjournalismus, während auf YouTube prinzipiell jeder ein Video veröffentlichen kann, das sich in verschiedensten Formen mit dem Thema Film beschäftigen kann. Neben

⁴ Robert Hofmann, 2018

⁵ Peter Bradshaw, 2018

⁶ Elena Rutman, 2010, vgl. S.5

Filmkritiken finden sich auf YouTube unzählige Kanäle, die sich mit Film beschäftigen, ob durch Filmanalysen, Top-10- Listen oder Trailer-Reaktionen.

Ein weiterer Punkt sind die oben angesprochenen Wertungssysteme. Kaum eine Filmkritik, sei es auf YouTube oder in renommierten Zeitungen wie „The Guardian“, kommt ohne ein Wertungssystem aus. Detaillierte und ausführliche Rezensionen sind anscheinend eine Seltenheit geworden.

Die in diesem Kapitel angesprochenen Punkte führen zu folgenden Forschungsfragen:

1.2 Forschungsfragen

- Stirbt traditionelle Filmkritik aus?
- Wie hat sich Filmjournalismus verändert?
- Wie sieht die Zukunft des Filmjournalismus aus?

Die Forschungsfragen sollen durch eine Auswertung von überwiegend Online-Quellen und durch die empirische Methode des Experteninterviews beantwortet werden.

1.3 Empirische Untersuchung

Wie schon in der Einleitung erwähnt, wird diese Arbeit Experteninterviews als empirisches Untersuchungsmittel verwenden. Zu Beginn der Arbeit sollte die empirische Untersuchung anhand einer Umfrage durchgeführt werden. Nach längerer Überlegung und Recherche fiel die Umfrage weg. Eine Umfrage zu diesem Thema müsste an ein ganz bestimmtes Publikum gerichtet sein, da sich nicht jeder für Film interessiert und sich dadurch nicht mit Filmkritik befasst. Außerdem kann so schlecht eine Aussage zur Zukunft des Filmjournalismus getroffen werden.

Des Weiteren ist die Methode des Experteninterviews besser geeignet, da Personen, die sich schon seit längerer Zeit mit der Materie des Filmjournalismus befassen einen besseren Überblick über die Materie liefern können. Es sollen die Meinungen und Expertise von Filmjournalisten, die für eine Print- oder Online-Publikation arbeiten und von Influencern, die ihren Content vor allem auf der Plattform YouTube veröffentlichen, gegenübergestellt werden. Dies kann zu einem Gesamtbild zusammengefasst werden, um herauszufinden, wie es um den Filmjournalismus steht, wie er sich weiterentwickelt hat und wie seine Zukunft aussehen kann.

Erfahrene Journalisten, die Filmkritik im traditionellen Sinne betreiben, haben sicherlich eine andere Sicht auf die Entwicklung und Digitalisierung des Filmjournalismus als

YouTuber, die sich erst seit einigen Jahren mit dem Thema Film beschäftigen und die ihre Expertise vermutlich aus anderen Quellen ziehen als gelernte Journalisten, die sich aber vermutlich besser mit der „neuen“ Online-Welt auskennen.

1.3.1 Der Fragebogen

Bei der Zusammenstellung des Interview-Fragebogens wurden die aufgeworfenen Forschungsfragen in 13 Fragen aufgeteilt. Dabei wurde darauf geachtet, dass die Fragen den empirischen Standards für ein Experteninterview gerecht werden.

Bei einem Experteninterview handelt es sich um eine qualitative Erhebungsmethode; diese zeichnet sich dadurch aus, dass sie empirisch und systematisch vorgeht, flexibel an den Forschungsstand angepasst ist und die Rekonstruktion von Bedeutung in den Mittelpunkt stellt.⁷

„Das Interview ist ein Gespräch, in dem die Rollen per Konvention meist asymmetrisch verteilt sind, wobei die Forschenden die Fragen stellen und die Teilnehmenden antworten. Das Interview dient der Informationsermittlung.“

Bei der Ausführung der Interviews wird eine journalistische Herangehensweise verwendet. Die Fragen werden also nicht immer in derselben Reihenfolge abgefragt, und es werden Zwischenfragen gestellt, um einen besseren Kontext aus der Antwort des Befragten zu bekommen.

⁷ Tanja Engelmann, 2018

Der Fragebogen stellt sich aus folgenden Fragen zusammen:

1. Warum ist Film- Kritik/Journalismus wichtig?
2. Hat Filmjournalismus nur die Plattform geändert, oder hat er sich auch im Wesentlichen verändert? Wenn ja, wie hat er sich Ihrer Meinung nach verändert?
3. Ist Filmkritik, im traditionellen Sinn, noch nötig? Reicht nicht ein Sterne-System, wie bei Rotten Tomatoes? Wie sehen Sie den Wert eines Punktesystems?
4. Was halten Sie von Webseiten wie IMDb oder Rotten Tomatoes? Und warum?
5. Heutzutage kann jeder Kritiker sein, wenn er möchte. Ist das Filmkritik? Und ist es eine gute oder schlechte Entwicklung in Hinsicht auf traditionelle Filmkritik?
6. Wird dadurch, dass jeder sich Online mit Filmen beschäftigen kann, nicht mehr über Filme gesprochen? Detaillierte Filmanalysen findet man selten in konventionellen Medien, außer auf YouTube o.ä.
7. Glauben Sie, Zuschauer vertrauen eher auf die Meinung von YouTubern o.ä., die näher am Publikum sind und vielleicht eine nachvollziehbarere/selbe Meinung haben?
8. Denken Sie, die Meinungen von „Laien-Reviewern“ oder Youtubern sind zu oberflächlich? Braucht man für Filmjournalismus nicht ein großes Wissen über Film und Kino?
9. Sehen Sie einen Unterschied zwischen geschriebener- und Video-Kritik? Wenn ja welchen?
10. Die Filmlandschaft hat sich stark verändert. Lauter Sequels und Adaptionen. Hat das Einfluss auf den Filmjournalismus?
11. Haben Zeitungen oder andere Publisher vielleicht auch ein Vertrauensproblem, was z.B. bezahlte Kritiken und Werbung angeht? Sind YouTuber oder Blogger weniger beeinflusst und voreingenommen, da sie keine Werbung schalten müssen?
12. Sollte eine Filmkritik vor oder nach dem Anschauen eines Films gelesen/geschaut werden?
13. Wie sieht die Zukunft des Filmjournalismus aus?

1.3.2 Auswahl der Interviewpartner

Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde darauf geachtet, Filmjournalisten aus verschiedenen Bereichen zu befragen. So kann ein besserer Überblick über die Materie geliefert werden. Da es in dieser Arbeit darum gehen soll, wie sich der Filmjournalismus verändert hat und unter anderem auch um die Differenzen zwischen traditionellen Filmkritikern und neueren, unerfahreneren Online- Kritikern, wurde versucht, Leute aus beiden Gebieten zu befragen. Anhand dessen kann die Veränderung, die der Filmjournalismus durchmacht, aufgezeigt werden und ein grobes Bild der Zukunft der Journalismus-Form gebildet werden.

Insgesamt wurde bei rund 20 Filmkritikern, -Machern, -Hochschulen, -Bloggern und -Journalisten angefragt, ob Interesse an einem Interview besteht. Nach längerer Suche und vielen Absagen, fiel die Auswahl auf vier Individuen.

Die Seite des traditionellen Filmjournalismus vertreten Martin Wolf und Kay Hoffmann. Martin Wolf ist Kulturredakteur bei der Publikation „Der Spiegel“, Kay Hoffmann ist selbstständiger Filmkritiker und arbeitet momentan beim „Haus des Dokumentarfilms“ in Stuttgart. Beide sind schon seit über 20 Jahren in der Branche tätig und haben ein fundiertes Grundwissen über das Medium Film.

Für einen frischeren Blick auf den Filmjournalismus wurden zwei Individuen, die ihre Inhalte auf der Online-Video-Plattform „YouTube“ veröffentlichen, ausgewählt. Robert Hofmann und Marco Risch. Robert Hofmanns gleichnamiger Kanal beschäftigt sich mit Filmkritik, während Marco Rischs Kanal „Nerdkultur“ sich mit Hintergrundberichten, Essays und Analysen befasst. Beide sollen einen jungen Blick auf die Zukunft des Filmjournalismus bieten, da sie wortwörtlich die Zukunft des Filmjournalismus sind.

Die Interviews wurden alle über Skype oder telefonisch geführt und aufgezeichnet.

2 Stand der Filmkritik

Nicht nur der Filmjournalismus hat sich größtenteils von Printpublikationen ins Internet verlagert, auch die Diskussionen und Artikel über zuvor besprochene Themen finden hauptsächlich im Netz statt. Dies führt dazu, dass die Quellen für diese Forschungsarbeit, neben den selbstgeführten Experteninterviews, zu einem Großteil aus Online-Artikeln und Videos bestehen.

In diesem Kapitel soll dargelegt werden, wie der Forschungsstand zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Arbeit im Hinblick auf die gestellten Forschungsfragen aussieht.

2.1 Die Differenz zwischen Kritikern und Zuschauern

Wie schon in der Einleitung erwähnt, gibt es einen merkbaren Unterschied zwischen den Bewertungen von Filmkritikern und Zuschauern. Der Filmwissenschaftler Stephen Follows hat diesen Unterschied durch tiefgreifende Recherche bewiesen und visualisiert. In Follows Studie „Do film critics and film audiences agree?“ vom 24. März 2014, die auf seiner Seite „Stephenfollows.com“ veröffentlicht wurde, hat sich der Filmwissenschaftler jeweils die 100 erfolgreichsten Filme der letzten 20 Jahre und deren Bewertungen, angeschaut. Er hat die Bewertungen dieser 2000 Filme auf den Webseiten IMDb, Rotten Tomatoes und Metacritic verglichen.⁸

Zum Verständnis: Auf Metacritic werden die Punktzahlen auf einer Skala von 0-100 zu einem Durchschnittswert errechnet. Auf Rotten Tomatoes wird nur ermittelt, wie viele Bewertungen positiv oder negativ sind und dadurch ein Prozentsatz ermittelt, der lediglich zeigt, wie viele Bewertungen positiv waren. Auf IMDb geben die Nutzer einen Wert von 0-10 an, aus dem dann wieder ein Durchschnittswert errechnet wird.⁹

Bei seinen Untersuchungen kam Follows zu mehreren interessanten Ergebnissen. Eines davon ist, dass Kritiker und Zuschauer Filme tatsächlich unterschiedlich bewerten. Die Bewertungsarten unterscheiden sich in zwei signifikanten Punkten. Zum einen bewerten Kritiker Filme strenger als das Publikum. Im Durchschnitt geben Kritiker Filmen auf einer Skala von eins bis hundert, zehn Punkte weniger als die breiten Massen.

⁸ *Stephen Follows, 2014*

⁹ *Alper Turfan, Cinema Strikes Back, 2018*

Der YouTuber Alper Turfan, Filmjournalist auf dem von „Funk“ finanzierten öffentlich-rechtlichen YouTube Kanal „Cinema Strikes Back“, meint dazu:

„Vielleicht hat sich deswegen auch dieses Klischee des versnobten Filmkritikers etabliert, der sich selbst aufspielen muss, indem er gute Filme schlecht macht. Vielleicht auch deswegen, weil Kritiker einfach durch den täglichen Umgang mit dem Medium Film einen gewissen Qualitätsstandard entwickelt haben, der erstmal in irgendeiner Weise erreicht werden muss.“¹⁰

Zum anderen unterscheidet sich die Bandbreite, in der Kritiker bewerten. Kritiker neigen dazu, schlechte Filme schlechter und gute Filme besser zu bewerten. Dies kann anhand der folgenden Schaubilder begutachtet werden.

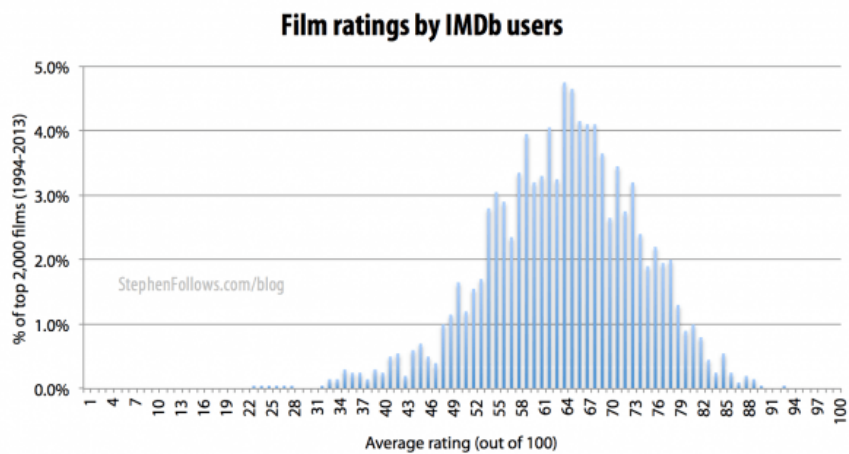


Abbildung 2: Wie bewerten Nutzer der Seite IMDb Filme ¹¹

¹⁰ Stephen Follows, 2014

¹¹ Stephen Follows, 2014

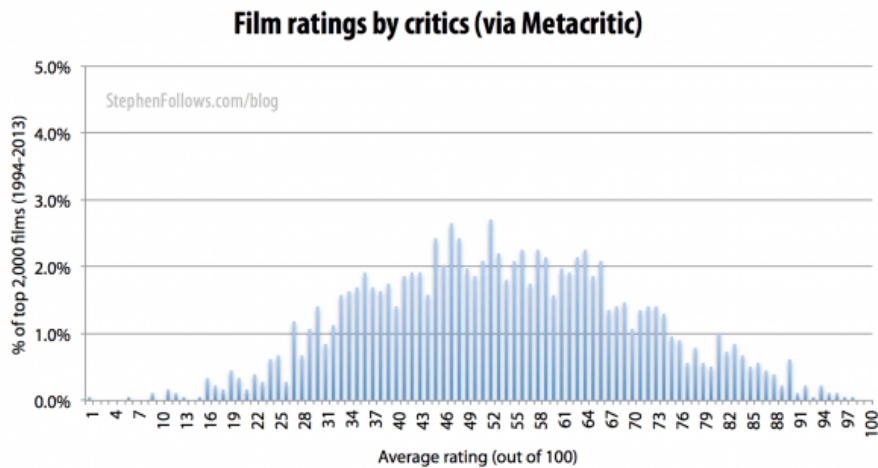


Abbildung 3: Wie bewerten Kritiker auf der Seite Metacritic Filme ¹²

Ein Grund dafür könnte sein, dass Filmkritiker sich viel intensiver mit einem Film beschäftigen. Dadurch wirken die negativen Aspekte eines Films noch deutlicher, genauso die guten Aspekte positiver. Negative Aspekte eines Films bleiben laut Alper Turfan länger in Erinnerung als gute. Dieser Erklärungsansatz würde die beiden Statistiken zumindest gut erklären.¹³

Stephen Follows entdeckte durch seine Studie außerdem, dass das Genre des Films die Bewertungen beeinflusst. Die größten Unterschiede gebe es zwischen den „Popcorn-Genres“ Horror, romantische Komödie und Thriller. Die besten Wertungen gehen meist an schwarze Komödien und Dramen. Auch bei der Auswahl der besten Filme gibt es einen signifikanten Unterschied. Zum Beispiel wird bei allen Wertungsplattformen der Film „The Shawshank Redemption“ von Zuschauern als der beste Film gekürt. Bei Kritikern landet der Film nicht einmal in den Top 10.¹⁴

Es gibt jedoch nicht nur Unterschiede sondern auch Ähnlichkeiten zwischen Kritikern und dem Publikum. Dies spiegelt sich in den Budgets der Filme wieder. So werden Filme mit hohen Produktions- und Marketingkosten oft von beiden Parteien besser bewertet als Filme mit kleineren Budgets. Dies könnte ein Zeichen für das Schwarmdenken sein. Hype und die Meinungen von Freunden und Familie können die Meinung eines Individuums stark beeinflussen. Allerdings bewegen sich die Unterschiede in der

¹² Stephen Follows, 2014

¹³ Alper Turfan, *Cinema Strikes Back*, 2018

¹⁴ Stephen Follows, 2014

Bewertung nur bei rund fünf Prozent. Für Alper Turfan ist das also kein Indiz dafür, „dass das Budget eines Films etwas darüber aussagt, wie sehr ihn die Menschen mögen.“¹⁵

2.2 Relevanz der Filmkritik

Durch die Studie von Stephen Follows ist bewiesen, dass Kritiker Filme anders sehen als das Publikum. Was ja auch, wie schon Alper Turfan beschrieben hat, sinnig ist. Durch die Studie stellt sich allerdings die Frage, ob Filmkritik überhaupt noch nötig ist und ob Zuschauer sich nicht durch das Marketing der Produktionsfirmen beeinflussen lassen sollten, um zu entscheiden, ob ein Film sehenswert ist oder nicht. „Wieso sollte man der Filmkritik überhaupt eine Existenzberechtigung geben?“ Diese Frage hat sich Alper Turfan gestellt. In seinem Video-Essay „Sind Filmkritiker abgehoben?“, in dem er auch die Studie von Follows bespricht, stellt er sich diese Frage und kommt zur Schlussfolgerung, dass Filmkritikern heutzutage oft die Rolle des „Kaisers in der Arena“ zugesprochen wird. Er sei nichts weiter als ein Filter, der die Zuschauer vor schlechten Filmen warnt und nur gute Werke weiterempfiehlt. Diese „Kaiserrolle“ erwähnten auch einige der Interviewpartner. Dazu mehr im Kapitel „Auswertung“. In seinem Essay führt Turfan weiter aus, dass Filmkritik jedoch viel mehr sei als ein purer Filter.¹⁶

„Wenn eine Kritik gut umgesetzt ist, dann kann sie es schaffen, das Interesse des Zuschauers für einen bestimmten Gegenstand noch zu vertiefen. Der Kritiker kann völlig neue Perspektiven und Ansichten offenbaren und der breiten Masse zeigen, welche Bedeutungen ein Film noch vermittelt. Dabei ist völlig irrelevant, ob der Autor des Werkes auch alles so intendiert hat, das Werk steht letzten Endes immer für sich und ist allgemein auch fast immer klüger als sein Schöpfer.“¹⁷

Alper Turfan geht noch weiter und behauptet, gute Filmkritik könne noch mehr, da sich Filmliebhaber, die sich oft mit gelungener Filmkritik auseinandersetzen, einen geschärften Sinn für das ganze Medium entwickeln würden. Dies hilft ihnen dabei, den Zuschauer zu sensibilisieren, worauf er bei Filmen achten sollte, um die Aussagen der Filmemacher besser zu begreifen.¹⁸

Durch Filmkritik werde der intelligente Filmkonsum gefördert und auch die Art, wie ein Zuschauer mit der Realität umgeht, beeinflusst. Geschichten in Filmen seien oft auch ein „Rüstzeug fürs Leben“, da sie anhand ihrer Figuren Extremsituationen oder

¹⁵ Alper Turfan, *Cinema Strikes Back*, 2018

¹⁶ Alper Turfan, *Cinema Strikes Back*, 2018

¹⁷ Alper Turfan, *Cinema Strikes Back*, 2018

¹⁸ Alper Turfan, *Cinema Strikes Back*, 2018

alternative Lebenswege aufzeigen, durch die der Zuschauer lernt, mit bestimmten Dingen umzugehen.¹⁹

Alper Turfan vergleicht Filmkritiker mit Museumsführern. Sie erklären den Gästen, was sie da gerade gesehen haben. Er selbst sehe sich in der Verantwortung, sich selbst damit zu beschäftigen, was er in der Filmkritik für einen Sinn sehe und aus welcher Motivation heraus er über einen Film spreche. Er setze sich für emotionale und persönliche Filmkritik ein, denn Objektivität und Neutralität seien in jeglicher Hinsicht eine Illusion. Eine vollkommene Objektivität könne es überhaupt nicht geben, Filmkritiker würden oft ihre Worte so wählen, damit alle Zuschauer angesprochen werden.²⁰

Turfan führt sein Argument fort und erläutert, dass Filme selbst nicht objektiv seien, denn sie haben das Ziel, die Emotionen der Zuschauer zu beeinflussen. Die Gefühlswelt spiele eine große Rolle im Medium Film.

„Es wäre dem Kunstwerk gegenüber unaufrichtig, diesen Aspekt außen vor zu lassen. Daher muss jeder Filmkritiker dem Zuschauer auch sein Innerstes darlegen und erklären, was die Handlung eines Films mit seinen eigenen Gefühlen gemacht hat.“²¹

Als einfaches Beispiel führt Turfan aus, dass man in seiner Kritik auch zugeben sollte, dass der Film „Forest Gump“ einen selbst „zum Heulen gebracht hat“. Kritiker bräuchten das Selbstbewusstsein und etwas Narzissmus, um die eigene Gefühlswelt darzulegen.²²

Ein weiterer Punkt, der bei einer Filmkritik beachtet werden sollte, ist der technische Aspekt von Filmen. Vinit Masram veröffentlicht Video-Essays auf YouTube zum Thema Film. In seinem Video „Importance of Film Criticism“ erklärt er, dass nicht nur Regisseure, sondern auch Kameramänner, Editoren, Sound-Designer und viele mehr an einem Film arbeiten und das Kunstwerk zu dem machen, was es am Ende ist. Man müsse, um wirklich über einen Film zu sprechen, auch über die Technik dahinter sprechen. Nicht im Übermaß, nur ein bisschen.²³

¹⁹ Alper Turfan, *Cinema Strikes Back*, 2018

²⁰ Alper Turfan, *Cinema Strikes Back*, 2018

²¹ Alper Turfan, *Cinema Strikes Back*, 2018

²² Alper Turfan, *Cinema Strikes Back*, 2018

²³ Vinit Masram, *Cinema Beyond Entertainment*, 2018

2.2.1 Definition: Filmkritik

Durch die Aussagen von Vinit Masram und Alper Turfan lässt sich der Begriff Filmkritik wie folgt definieren:

Filmkritik ist auf der einen Seite ein Leitfaden für den Zuschauer, um zu bestimmen, welche Filme sehenswert sind, ist aber gleichzeitig auch eine Kunst, die das Publikum informieren und unterrichten soll. Filmkritik sollte alle Aspekte eines Filmes besprechen, nicht nur Handlung und Qualität des Films, sondern auch die Intentionen, welche Gefühle der Film ansprechen möchte, und wie der Film gemacht wurde. Man kann auch seine eigene Meinung anbringen, sie sollte allerdings nicht die komplette Kritik diktieren. Filmkritik ist mehr als „Der Kaiser im Kolosseum“, sie ist eine informierte Auseinandersetzung mit dem Medium Film.

2.3 Probleme der Filmkritik

Als Kontrast zu Alper Turfans Video-Essay steht ein weiteres YouTube- Video von Patrick H. Willems. In seinem Video „We Need to Talk About Film Criticism“ diskutiert er über den momentanen Stand der Filmkritik. Er habe eine Umfrage auf Twitter durchgeführt, in der er seine Follower gefragt hat, welchen Filmkritikern sie vertrauen. Er kam zu dem Ergebnis, dass viele seiner Fans YouTube-Kritikern vertrauen. Dabei führt er an, dass gerade YouTuber bei ihren Kritiken zu oberflächlich seien. Dabei spricht er nicht verallgemeinernd, sondern behauptet, der Großteil der Filmkritiker auf YouTube sei zu oberflächlich und würde zu sehr in eine bestimmte Kategorie fallen. Seine Kritik an der Online-Filmkritik ist, dass die meisten YouTuber weiße Männer Mitte 20 sind. Dies und der Fakt, dass heutzutage jeder Filmkritik ausüben kann, wenn er es möchte, führe dazu, dass viele dieser Kritiker eine ähnliche Meinung haben und sich nicht mehr so sehr mit Filmen auseinandersetzen, wie es für gute Filmkritik der Fall sein sollte.²⁴

Hier sollte hinzugefügt werden, dass dieses Problem auch allgemein auf den Filmjournalismus zu beziehen ist. Casper Salomon spricht in seinem Artikel „Who need film critics? Actually, we all do“, der am 20. Juni 2018 auf der Webseite des Guardian veröffentlicht wurde, davon, dass es keine Vielfalt, was die Herkunft und das Geschlecht von Filmkritikern angeht, gibt. Salomon beschreibt in seinem Artikel, dass sich Zuschauer und Filmemacher beschweren, es gebe fast nur Filmkritiken von weißen

²⁴ Patrick H. Willems, 2018

Männern mittleren Alters. Dies sei nicht nur ein Problem der Filmkritik, sondern auch vom Medium Film selbst.²⁵

Das Verhältnis von männlichen und weiblichen Regisseuren sei sehr ungleich. Das Verhältnis stehe 22 zu eins für die Männer. Genauso gebe es immer weniger weibliche Hauptrollen in Hollywoodfilmen.²⁶

Von den 100 erfolgreichsten Filmen 2017 haben nur 24 Prozent eine weibliche Hauptrolle gehabt.

In dieser Arbeit wird auf dieses Thema jedoch nicht weiter eingegangen, dies würde den Rahmen der Arbeit sprengen.²⁷

Früher vertraute man auf ältere Filmkritiker, die als Experten auf ihrem Gebiet galten, wie Roger Ebert, A.O. Scott und Paulene Kael, so Willems. Heutzutage, vor allem weil das Internet Meinungen und die Filmkultur demokratisiert habe, wolle vor allem das jüngere Publikum Kritiker, die eher wie Freunde wirken. Jemanden mit einem ähnlichen Alter, Interessen und Geschmack, der ihnen vorgibt, was sie zu denken haben, der ihnen sagt, „Hey der Film ist super“ oder „Hey der Film ist Mist“. Er betont dabei, dass es für einen Kritiker nicht wichtig sei, für eine große Publikation zu arbeiten und dass es auch sehr gute YouTube-Filmkritiker gebe. Nur für die Mehrheit der Kritiker sei die einzige Grundlage, die sie haben, „dass sie den Film „The Dark Knight“ fünf Mal im Kino gesehen haben.“ Also wenig Ahnung haben vom Medium Film und der Filmkritik. Um den größten Unterschied zwischen traditioneller Filmkritik und den Reviews auf YouTube zu beschreiben, zieht Willems ein Zitat von Roger Ebert als Referenz:

„Ich glaube nicht, dass der Leser einer Zeitung nur mehrere Variationen von „Sie haben Recht, Sir“ lesen möchte. Ein Filmkritiker sollte kritisches Denken fördern, neue Entwicklungen vorstellen, die lokalen Aspekte beachten, weiter denken als bis zum nächsten großen Fanboy-Special, [...] den größeren Kontext miteinbeziehen, unterrichten, informieren, amüsieren, inspirieren, herzlich sein und wütend werden!“²⁸

Roger Eberts Meinung korreliert mit der in dieser Arbeit erarbeiteten Definition von Filmkritik.

Die meisten YouTuber würden die Meinung des Zuschauers einfach nur reflektieren. Willems erklärt, dass viele YouTuber einfach nur die Meinung der Mehrheit wiedergeben, dies könne unterhaltsam und zufriedenstellend sein, ist jedoch nicht der Sinn der Filmkritik. Kritiker sollten aber ein tiefgreifendes Verständnis für Film haben. Man sollte

²⁵ Casper Salmon, 2018

²⁶ Steve Rose, 2018

²⁷ Guardian Staff, 2018

²⁸ Patrick H. Willems, 2018

nicht sagen: „Der Film hat wunderschöne Kameraeinstellungen“, sondern erklären, warum der Film diese Einstellungen benutzt. Dies wird vom oben angeführten Argument von Alper Turfan unterstützt, dass Filmkritik mehr sein müsse als eine reine Empfehlung.²⁹

Diese Reflektion der Laien-Kritiker auf YouTube führe zu einer Blase, die man für sich selbst kreiert. Patrick H. Willems appelliert daran, dass man als weißer junger Mann, der nur Film-Reviews von weißen jungen Männern konsumiert, nichts über Filme lernen könne, da man so dauerhaft nur in seiner eigenen Meinung bestätigt würde. Diese Bestätigung der eigenen Meinung ergibt sich aus der sogenannten „Filterblase“. Der 2012 vom Internetaktivisten Eli Pariser geprägte Begriff „Filterblase“ beschreibt:

„...die eingeschränkte Welt, in der wir uns persönlich im Web bewegen, weil wir vorgefilterte Inhalte zu sehen bekommen. Ob Google, Facebook oder Amazon – durch Algorithmen der Konzerne werden die Suchergebnisse für uns individuell vorbereitet.“³⁰

Diese Blase führt zu einem eingeschränkten Sichtfeld auf bestimmte Themen. Dazu kommt noch eine selbsterstellte Filterblase, die gerade beim besprochenen Thema des Filmjournalismus zutrifft:

„Wir wählen in wenigen Augenblicken aus, ob uns ein Text, ein Video, ein Musikstück oder ein Diskussionsstrang interessiert. Wir rasen durch das Web mit einem ständigen „Ja/Nein-Button“, klicken uns durch anfängliche Anfänge, ohne das Ganze zu prüfen. So basteln wir uns unsere personifizierte Informationen und Meinungen zusammen und geben konträren Inhalten und Meinungen immer seltener eine Chance.“³¹

Man sollte Kritiken jedoch aus mehreren Blickwinkeln sehen, also von Frauen, Menschen anderer Herkunft und Hautfarbe, von älteren Menschen, von Kritikern, die ein umfangreiches Wissen über Filme haben und vor allem von Leuten, deren Meinung man nicht teilt, um ein wirkliches Verständnis für Film zu entwickeln. Als Beispiel führt Willems den im Februar 2018 erschienenen Film „Black Panther“ von Ryan Coogler an.

Der Film des afroamerikanischen Regisseurs spielt im fiktiven afrikanischen Land Wakanda und behandelt und präsentiert viele Aspekte der afrikanischen Kultur.^{32 33}

²⁹ Patrick H. Willems, 2018

³⁰ Eva Ihnenfeldt, 2016

³¹ Eva Ihnenfeldt, 2016

³² Patrick H. Willems, 2018

³³ Informationen zum Film *Black Panther* auf IMDb

„Bei einem Film wie Black Panther hat ein Review eines 25-jährigen weißen Kritikers auf YouTube nicht viel zu bieten, aber genau das ist die einzige Perspektive, nach der viele Leute suchen. Man kann unendlich viel mehr aus Kritiken von „people of color“ ziehen, da sie eine gebildete Diskussion über die kulturellen und historischen Aspekte des Films führen können. [...] Filmkritik ist eine Diskussion und keine Echokammer.“³⁴

Diese Oberflächlichkeit bemängelt auch Vinit Masram. In seinem Video „Importance of Film Criticism“ spricht er über Videos von YouTube-Kritikern und sagt, sie seien mehr Opinion-Piece als Filmkritik. Und dass sie nichts weiter täten, als das Offensichtliche noch einmal zu wiederholen.³⁵ Diese Beobachtung hat auch Marco Risch, einer der interviewten Experten, gemacht. Dazu mehr im Kapitel „Auswertung“.

Nicht nur auf YouTube wird der fehlende Tiefgang in der Filmkritik bemängelt. Auch andere Medien leiden unter Oberflächlichkeit und „Ja-Sagern“. Dies behauptet zumindest der Autor Ninja Philipp auf der Webseite „Serien.Ninja.de“. In seinem Artikel „Ist Filmjournalismus als Beruf am Ende?“, vom 25. November 2014, bespricht er eine Konzeptidee der Webseite „Moviepilot.com“, bei der es darum geht, dass die Fans auf der Seite selbst Filmkritiken verfassen können. Im Artikel von Philipp geht es vor allem darum, dass durch diese Idee der Job des Filmjournalisten nicht mehr rentabel wäre:

„Schluss mit verbittertem Elfenbein-Journalismus, ab jetzt machen die coolen Kids ihr Programm selbst! Doch wenn man sich diese Ansagen einmal auf den Hirnlappen zergehen lässt, wird schnell klar, dass sich dahinter eine ziemlich kalte Geschäftsstrategie verbirgt, die letzten Endes eine Kampfansage an und ein Faustschlag ins Gesicht aller professionellen Texter und Journalisten ist. Und die langsam aber sicher eine ganze Branche erodiert.“³⁶

Es geht nicht nur darum, dass Filmjournalismus sich finanziell nicht mehr lohnen würde, es sei auch ein qualitativer Verfall. Eine unkritische Fanberichterstattung habe nicht nur den Vorteil, dass sie nichts, oder sehr wenig, koste, sondern auch, dass dadurch die Filme und die Filmindustrie vermarktet würde. Denn genau das würde Moviepilot tun,

sagt Philipp. Sie würden Filme zusammen mit den Filmstudios vermarkten. Durch Fan-Gelobe, dass meist positiv ausfällt, lässt sich dies besser anstellen als durch kritischen Journalismus.

„Keine Journalisten mehr, die im Zweifelsfall kritische Filmreviews schreiben oder in Interviews unbequeme Fragen stellen. Stattdessen stete Begeisterung, Beifall zu allem,

³⁴ Patrick H. Willems, 2018

³⁵ Vinit Masram, *Cinema Beyond Entertainment*, 2018

³⁶ Ninja Philipp, 2014

und jubelnde Teenager, die alles erstmal megaawesome finden. „Genial, machen wir beim nächsten Teil von HungerGamesDivergentHarryPotterStarWars gleich wieder so!“ Moviepilot.com will der Lieferant für die blökende Masse werden, die Mainstream-Hollywood so gerne herangekarrt haben möchte.³⁷

Philipp wirft dem Gründer von Moviepilot, Tobias Bauckhage, und auch Autor des Artikels auf den sich Philipp bezieht, „Why We Are Empowering Fans to Become Content Creators“, vor, mit seiner Seite dem Qualitäts-Journalismus zu schaden und dass es nicht darum gehe, neue Talente zu fördern, wie er es in seinem Artikel beschrieb. Vielmehr gehe es nur darum, dass die Autoren so die richtige Grundhaltung hätten, also alles super finden, was mit den großen Hollywood-Franchises zu tun hat.³⁸

Philipp äußert in seinem Artikel, dass es sein Wunsch sei, dass Qualitäts-Journalismus nicht untergehe. Neue Talente sollten gefördert werden, dies sollte sich allerdings auch finanziell für sie lohnen. Die Fans und kritische Redakteure sollten koexistieren können und das Eine nicht das Andere ablösen.³⁹

Tobias Bauckhage antwortete auf Ninja Philipps Artikel in der Kommentarfunktion der Seite. Er verteidigte sein Konzept und stellte ein paar Sachen klar, die Philipp kritisierte und die nicht klar genug in seinem eigenen Artikel dargestellt wurden. Die Diskussion im Kommentarbereich zwischen Bauckhage und Philipp wird in dieser Arbeit nicht näher betrachtet, da es ein eher persönlicher Streit ist, der nicht unbedingt als nachhaltige Quelle funktioniert. Bauckhage spricht in einer seiner Antworten jedoch ein Problem an, das für diese Arbeit relevant ist.⁴⁰

Ninja Philipp kritisierte zuvor, dass Moviepilot nur positive Nachrichten veröffentliche und jede kleine Meldung hoch „hype“ würde, da es solche Meldungen auf Facebook und anderen Social Media Plattformen besser ankommen. Bauckhage ist sich dieses Problems bewusst und meint, dass diese Tatsache den Journalismus sehr stark beeinflussen würde. Er sieht das Problem bei Facebook:

„...im Gegensatz zu Google, ist der Facebook-Algorithmus, der dafür sorgt, welcher Content im Newsfeed nach oben kommt, noch ziemlich eindimensional. Er belohnt Engagement und nicht zwangsläufig inhaltliche Relevanz. Er ist demnach deutlich „boulevardiger“ als der Google Algorithmus. In Reaktion auf diesen aktuellen Stand des Facebook Algorithmus sind Facebook-Posts im Moment sehr laut, sehr Headline-fixiert,

³⁷ *Ninja Philipp, 2014*

³⁸ *Ninja Philipp, 2014*

³⁹ *Ninja Philipp, 2014*

⁴⁰ *Tobias Baukhage, 2014*

sehr Klick-fokussiert (egal ob von der NYT, BuzzFeed, Business Insider, Variety, Vice, Empire oder eben auch von uns).“⁴¹

Baukhage ist allerdings der Meinung, dieses Problem würde sich von selbst lösen, da „innovative Publisher“, zu denen er Moviepilot zählt, sich weiterentwickeln werden und ihr Content relevant bleiben müsse, damit die Plattform Bestand habe.⁴²

Philipp sieht dieses Problem als weitaus schlimmer an, er meint, dadurch würde die Oberflächlichkeit des Filmjournalismus nur noch weiter gefördert. Man würde kaum noch etwas über einen Film lesen, das nicht aus zwei „verhärteten Fronten“ kommt. Entweder man generiert Traffic auf seiner Webseite oder Social Media Profil, indem man einen Film in die Himmel lobt oder ihn komplett schlecht redet.⁴³

Ein weiteres Problem des Filmjournalismus, das Casper Salomon in seinem bereits erwähnten Artikel „Who needs film critics? Actually, we all do“, anspricht, ist die Dominanz der Superheldenfilme in der kinematografischen Landschaft. Diese würde Filmkritik obsolet machen, da diese Filme die Zuschauer befriedigen, indem sie sorgfältig auf Wünsche des Publikums eingehen und damit das Vertrauen in die Filmkritik schwächen, da Kritiker das „geliebte“ Franchise der Fans „schlecht machen“.⁴⁴

Er verweist dabei auf den Artikel von Stephen Metcalf, der am 28. Mai 2018 im New Yorker veröffentlicht wurde. Metcalf spricht davon, wie sich große Franchise-Filme seit dem Aufkommen der Blockbuster mit dem Film „Der weiße Hai“ 1975, verändert haben. Früher, so Metcalf, musste ein Film noch „gut“ sein und innerhalb der ein bis zwei Stunden Spielzeit überzeugen können. Heute würde Hollywood auf die immer selbe Formel setzen und Filme auf mehrere Teile aufteilen, als Beispiel das MCU, das Marvel-Cinematic-Universum. In den Zeiten vor diesen Giganten-Franchises, kam ein Film zum selben Thema alle paar Jahre in die Kinos. Heute, wenn man als Beispiel Disney, einen großen Vertreiber von Franchises nimmt, kommen pro Jahr zwei Filme zur Marvel-Reihe und einer zu Star Wars. Das sind einfache Einnahmequellen für das Produktionsstudio, da die Fans dieser Franchises die Filme meist ungeachtet ihrer Qualität sehen. Diese Fülle an Filmen und deren Ähnlichkeit, spiegelt sich auch auf den Filmjournalismus wider, wie auch schon Casper Salomon erwähnte.⁴⁵

Es sei schwer, zu solchen Filmen eine zufriedenstellende Filmkritik zu schreiben, da die eigentliche Zielgruppe und vermutlich auch der Großteil der Zuschauer, also die Fans, keine Kritik an ihren geliebten Franchise-Filmen haben wollen. Dies geht auch mit dem

⁴¹ Tobias Baukhage, 2014

⁴² Tobias Baukhage, 2014

⁴³ Ninja Philipp, 2014

⁴⁴ Casper Salmon, 2018

⁴⁵ Stephen Metcalf, 2018

vorig erwähnten „Ja-Sager“-Journalismus des Artikels von Ninja Philipp einher. Es entsteht selten eine wirkliche, wie von Alper Turfan und Vinit definierte Auseinandersetzung mit solchen Filmen. Dieser Meinung sind auch mehrere der zum Experteninterview herangezogenen Filmkritiker. Dazu mehr im Kapitel „Auswertung“.⁴⁶

Zusammenfassend kann man zum momentanen Stand des Filmjournalismus sagen, dass er auf allen Plattformen mit Problemen zu kämpfen hat. Filmjournalismus leidet unter der Einfallslosigkeit und Fülle an neuen Filmen, wie auch unter der Art, wie Nachrichten und Online-Content im Allgemeinen funktionieren. Dazu kommen die Digitalisierung und Demokratisierung des Filmjournalismus. Dadurch, dass sich jeder zum Filmkritiker erklären kann und eigene Kritiken schreiben kann, wird Filmkritik mehr und mehr uninformatiert und oberflächlich.

⁴⁶ *Casper Salmon, 2018*

3 Auswertung

3.1 Interviewpartner

In diesem Kapitel sollen die Filmjournalisten, die in den Experteninterviews befragt wurden näher vorgestellt werden. Ziel dieses Kapitels ist es, die Standpunkte der Befragten klar zu machen, also ihre Hintergründe und Meinungen zum Filmjournalismus übersichtlich darzustellen. Dazu werden zunächst die Person und ihre Hintergründe vorgestellt. Alle Zitate und Informationen stammen, wenn nicht anders angegeben, aus den Experteninterviews des jeweiligen Befragten. Diese sind im Kapitel „6 Transkripte“ zu finden.

3.1.1 Robert Hofmann



Abbildung 4: Robert Hofmann ⁴⁷

Robert Hofmann ist Filmkritiker und betreibt einen Kanal auf YouTube. Sein gleichnamiger Kanal, „Robert Hofmann“, beschäftigt sich mit Filmen, Serien, Reviews, Trailern und News. Momentan hat der Kanal 555.076 Abonnenten. (12.12.2018 16.22 Uhr) Laut eigener Aussage sei Hofmann einer der bekanntesten Filmkritiker Deutschlands, auch wenn er sich selbst nicht so sieht: „...es gibt immer wieder Medien, die mir sagen: „Sie sind der reichweitenstärkste oder größte Filmkritiker in Deutschland!“. Das würde ich jetzt selbst nicht über mich sagen...“

Hofmann betreibt seinen Kanal seit acht Jahren, er hat 2011 mit YouTube angefangen. Seinen Kanal hat er damals gestartet, weil er das Medium YouTube sehr ansprechend fand und es selbst einmal ausprobieren wollte. Das Thema Film lag ihm schon immer: „Es hat nur Sinn gemacht, über das zu sprechen, was mir am meisten liegt.“

⁴⁷ Bild von Robert Hofmann, 2018

Er hat Filmkritik nicht direkt gelernt und vor YouTube auch nicht praktiziert. Sein Wissen über Filme stammt aus seiner Leidenschaft für den Film und aus seiner Vergangenheit als Schauspieler. Seit Hofmann 13 Jahre alt war hatte er Schauspieltraining und Ähnliches. Er war in verschiedenen Krimis, Fernseh- und Kino-Filmen und Serien zu sehen. Unter anderem hatte er eine kleine Rolle als er selbst, im Jahr 2015 erschienenen Film „Er ist wieder da“, von David Wnendt. Er war aber auch in Serien wie „SOKO Leipzig“ und „Anna und die Liebe zu sehen.“⁴⁸⁴⁹

3.1.2 Martin Wolf



Abbildung 5: Martin Wolf⁵⁰

Martin Wolf ist kein reiner Filmjournalist. Er arbeitet seit 20 Jahren als Kulturjournalist für das deutsche Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“. Er hat auch keine Filmwissenschaft oder ähnliches studiert. Laut eigener Angabe war er schon immer ein begeisterter Film-Zuschauer und zieht sein Wissen über Filme aus seiner eigenen Erfahrung, aus Fachbüchern und aus der mittlerweile 20-jährigen Erfahrung als Kulturredakteur.

Er hat recht früh in seiner Karriere beim Spiegel angefangen, über Film und Fernsehen zu schreiben. Sein erstes Interview in dieser Fachrichtung war mit dem Regisseur Terry Gilliam zu dem 1998 neu erschienenen Film „Fear an Loathing in Las Vegas“.⁵¹

Er schreibt größtenteils für die Printausgabe des Spiegels, hat aber auch schon Videos für das Online-Portal des Spiegels veröffentlicht. „...Das mache ich nicht bei jedem Film, aber ab und zu sind dann auch ein Kollege oder ich mal vor der Kamera zu sehen und

⁴⁸ Infos zu Robert Hofmann auf IMDb

⁴⁹ Infos zum Film Er ist wieder da auf IMDb

⁵⁰ Bild von Martin Wolf auf Spiegel.de

⁵¹ Infos zum Film Fear an Loathing in Las Vegas auf IMDb

erzählen was zu dem Film...“. Im Heft schreibt er Portraits, Veranstaltungsberichte und Filmkritiken.

3.1.3 Kay Hoffmann



Abbildung 6: Kay Hoffmann ⁵²

Kay Hoffman hat in Marburg Kulturwissenschaften studiert. Er wollte seine Arbeit jedoch schon immer in die Richtung Film ausrichten. Durch mehrere Praktika bei ZDF, HR, FAZ und dem Magazin Filmecho hat er dies auch geschafft.

„Seit 1982 arbeite ich als freier Journalist mit Schwerpunkt Film und Medien für die Branchenzeitschrift Filmecho/Filmwoche (Stuttgart-Korrespondent seit 1998), Film & TV-Kameramann, film-dienst, Media Perspektiven, Film-Korrespondenz, Medienwissenschaft: Rezensionen, filmblatt, Süddeutsche Zeitung u.v.a.“⁵³

Laut eigener Aussage hat er viele Filmkritiken, Drehberichte und Festivalberichte geschrieben. Unter anderem hat er auch auf der Berlinale gearbeitet. Seit Mitte der 90er Jahre arbeitet er für das Haus des Dokumentarfilms in Stuttgart. (Quelle: Interview)

Auf seiner eigenen Webseite, filmpublizist.de, beschreibt er seine Arbeit und wirbt für sich: „Als ausgewiesener Medienjournalist berichte ich von Veranstaltungen, Festivals, Fachtagungen, führe Interviews, schreibe Filmkritiken und liefere Hintergrundberichte zur Medienlandschaft Baden-Württemberg. Regelmäßig Moderation von

⁵² Bild von Kay Hoffmann, *Filmpublizist*

⁵³ Informationen zu Kay Hoffmann, *Filmpublizist*, 2018

Filmgesprächen und Workshops. Verfassen von Presseheften und Broschüren für Filmverleihe und andere Institutionen.“⁵⁴

3.1.4 Marco Risch



Abbildung 7: Marco Risch ⁵⁵

Marco Risch betreibt den YouTube Kanal „Nerdkultur“. Dies tut er nicht, wie für YouTuber normal üblich, selbstständig, sondern zusammen mit der Firma Webedia. Man nennt dies einen Owned and Operated Channel, kurz OOC. Der Kanal gehört der Firma, und Marco produziert seine Videos für diese Firma. Dabei geht es darum, nicht Geld durch die Views und Klickzahlen des Kanals zu generieren, sondern ein gutes Produkt zu erstellen, das Geld generieren kann. Ähnliche Beispiele auf YouTube wären hierfür Mediakraft mit dem Kanal „Filmfabrik“.

Marco Risch ist 33 Jahre alt und arbeitet seit rund acht Jahren im Bereich YouTube und Journalismus, auch wenn er sich selbst nicht direkt als Journalist sieht. Zuerst arbeitete er für einen anderen YouTube- Kanal als Produzent und Editor. Hatte dort auch eigen produzierte Sendungen. Seit knapp fünf Jahren erstellt er journalistische Inhalte, und seit drei Jahren arbeitet er an Nerdkultur. Sein Interesse am Thema Film besteht seit er sechs Jahre alt ist.

Man kann dem Interview entnehmen, dass Marco Risch ein fundiertes Grundwissen über die Plattform YouTube, Filmjournalismus und die Kombination von beidem hat.

⁵⁴ Informationen zu Kay Hoffmann, *Filmpublizist*, 2018

⁵⁵ Bild von Marco Risch, *blm.de*

3.2 Interview Analyse

In diesem Kapitel werden die Experteninterviews kritisch analysiert und gegenübergestellt. Sie werden auch mit bisher verwendeten Quellen und neuen Quellen verglichen, um zu einem eindeutigen Schluss zu kommen, der die aufgeworfenen Forschungsfragen beantworten soll.

Dabei wird systematisch vorgegangen, dies bedeutet, dass die einzelnen Fragen nacheinander behandelt werden und die vier Antworten zu jeder Frage gegenübergestellt werden. Es wird versucht, die systematische Vorgehensweise so gut wie möglich einzuhalten. In manchen Fällen, werden allerdings auch Antworten aus anderen Fragen mit einbezogen, wenn sie thematisch passend sind. Das systematische Vorgehen soll als roter Faden dienen. Hierbei werden manche Antworten tiefer behandelt als andere, da sie mehr Kontext bieten und neue Blickwinkel aufwerfen können. Es wird auch nicht jede Frage gleichbehandelt, da manche Fragen im Nachhinein relevanter als andere sind, um die Forschungsfragen zu beantworten.

3.2.1 Frage eins

Die erste Frage ist mit eine der wichtigsten dieses Interviews. Anhand der Antworten wird gezeigt, wie die Befragten zum Filmjournalismus stehen, was Filmjournalismus sein sollte und wo er steht. Dies fungiert als Ergänzung zu im Kapitel "Stand des Filmjournalismus" erwähnten Meinungen von Alper Turfan, Vinit Masram und Patrick H. Willems.

Durch die Interviews wird klar, dass alle vier Befragten der Meinung sind, Filmjournalismus, und vor allem Filmkritik, als eine Orientierungshilfe für Konsumenten des Mediums Film dienen soll. Gerade Robert Hofmann und Kay Hoffmann merken an, dass Filmkritik als Filtermechanismus für das Publikum dienen soll, da gerade in Deutschland jedes Jahr über 1000 Filme veröffentlicht werden.

"In Deutschland starten über 1000 Filme im Jahr, also in der Woche bis zu 20. Und das ist ja nur hier! Da kommt ja noch Netflix und Amazon Prime und Co. dazu! Ich höre so oft von Leuten, dass sie gar keinen Überblick mehr haben."
- Robert Hofmann

Auch Martin Wolf erklärt, dass Filmjournalismus als Orientierungshilfe dienen soll, merkt aber an, dass eine Filmkritik gleichzeitig auch unterhaltend und bildend sein sollte.

"Man sollte Freude daran haben, den Text zu lesen, ob man sich für den Film interessiert, ist dabei zweitrangig. Jeder Text über einen Film sollte allein funktionieren." - Martin Wolf

Marco Risch hält Filmjournalismus für gesellschaftlich relevant. Er erklärt in seiner Antwort aber auch, dass er glaubt, Filmkritik im klassischen Sinne würde aussterben. Dies begründet er mit den niedrigen Klickzahlen, die Filmkritiken auf YouTube einspielen. Risch beschäftigt sich auf seinem Kanal "Nerdkultur" vorwiegend mit Franchise-Filmen und Blockbustern. Dies bestätigt sich, wenn man seine Videos der letzten Monate anschaut (Stand 30.12.2018).⁵⁶

Passend dazu ist Martin Wolf der Meinung, Filmkritik über große Franchises würde sich gar nicht lohnen.

"Das Publikum für bestimmte Filme geht überhaupt nicht mehr danach, was im Spiegel oder in Spiegel Online darüber geschrieben wird. Als Beispiel die ganzen Franchise Filme. Zum ersten Avengers oder Batman Film fällt einem vielleicht noch was ein, und das interessiert dann auch vielleicht noch jemanden. Aber nach spätestens dem vierten Fortsetzungsfilm ist das dann wirklich ziemlich egal. Da sind die Filme Variationen des immer Gleichen und die Texte dann zwangsläufig auch." - Martin Wolf

Hier besteht ein Zusammenhang. Die Aussage von Risch bestätigt in gewisser Weise die Annahme von Wolf. Da Risch nur über diese großen Filme berichtet, liegt es nahe, dass er die Annahme hat, Filmkritik sterbe aus. Risch widerlegt aber auch die Aussage von Wolf in gewisser Weise, da seine Videos gut ankommen und er es schafft, Filmkritik oder filmkritikähnliche Inhalte zu Franchise-Filmen zu produzieren. Risch widerlegt auch eine Aussage von Kay Hoffmann, die er in der Antwort die auf die Frage, "Die Filmlandschaft hat sich stark verändert. Lauter Sequels und Adaptionen. Hat das Einfluss auf die Filmjournalismus?", gibt.

"Ich glaube es ist nicht so einfach, eine seriöse Filmkritik zu finden, die sich mit dem populären Kino auseinandersetzt, [...] da gibt es, glaube ich, nur eine kleine Gruppe an Filmkritikern, die sich damit auseinandersetzen. Richtige Filmkritiker sehen das eher als Kindergarten." - Kay Hoffmann

Risch widerlegt die Aussage insofern, dass seine Videos sehr wohl "seriöse Filmkritik" sind und den Standards entsprechen, die im Kapitel "Definition: Filmkritik" definiert wurde. Des Weiteren wird Hoffmanns Aussage widerlegt, wenn man auf die Plattform YouTube schaut. Dort gibt es unzählige Kanäle, die sich mit dem "populären Kino" beschäftigen. Neben dem Kanal Nerdkultur sind einige Beispiele der Kanal "Cinema

⁵⁶ *YouTube Bibliothek von Nerdkultur, 2018*

Strikes Back" von Alper Turfan (Quelle), "Filmanalyse" von Wolfgang M. Schmitt und das Filmformat "Kino+" des Kanals "Rocketbeans TV".

Dies führt zu einem schon im Kapitel "Probleme des Filmjournalismus" angesprochenen Problem der Oberflächlichkeit des Filmjournalismus und gleichzeitig zur nächsten Frage.

3.2.2 Frage zwei

Zu dieser Frage gab es sehr unterschiedliche Ansätze unter den vier Journalisten. Um diese Frage richtig zu beantworten, müssen auch Antworten auf andere Fragen hinzugezogen werden.

Robert Hofmann spricht hier von der Veränderung vom Offline- zum Onlinebereich. Martin Wolf erklärt, dass die Gate-Keeper-Funktion des Filmjournalisten durch das Aufkommen von Social Media stark verändert wird. Risch spricht davon, dass Filmkritik ausstirbt, seine Antwort ist mit der Antwort auf die erste Frage verbunden. Kay Hoffmann spricht das Thema der Oberflächlichkeit an.

Robert Hofmann spricht davon, dass es schwer war, sich als Video-Journalist zu etablieren. Die Offline-Journalisten hätten ihn am Anfang nicht akzeptiert.

"Das Gefühl, das ich vorher hatte, war eben, dass es eine extreme Ablehnung gab gegen diese „Neue Welt“, diese „Video Welt“. Weil schreiben – Filmkritik ist ja immer was Geschriebenes gewesen, glaube ich – ist nochmal was ganz anderes, etwas Künstlerisches, wobei da könnte man auch diskutieren ob es einfach ist, sich vor eine Kamera zu setzen und zusätzlich mit seiner Mimik auszudrücken, was man sagen möchte." - Robert Hofmann

Er ist der Meinung, dass für viele ältere Journalisten der Wandel zur Videoform eine Herausforderung war. Auch weil die Branche sich weiterentwickelte und immer schneller wurde.

"...die eher alteingesessen sind und die es vielleicht auch gewohnt waren, sich Zeit zu nehmen, um einen Artikel zu verfassen und dann besonders bissig sein und dann noch die nächste tolle Metapher zu verwenden, um möglichst intelligent wirken zu wollen. Das fällt so ein bisschen weg, wenn du es vor der Kamera machen musst und die Leute dir in den Augen ansehen, ob du echt oder eben nicht echt bist." – Robert Hofmann

Diesen Zwist zwischen "Alt" und "Neu" kann man auch in anderen Quellen finden. Ein prominentes Beispiel hierfür ist der 2008 entstandene "Streit" zwischen Josef Schnelle, einem Redakteur der Berliner Zeitung und den Moviepilot Redakteuren Batzman und Ines Walk. Schnelle kritisiert in seinem Artikel „Warum wir Filmkritik brauchen“, Online-

Bloggs dafür, dass durch sie die Qualität des Filmjournalismus abnehme.⁵⁷ Die beiden Moviepilot- Redakteure argumentieren dagegen mit ihren Artikeln „Brauchen wir eine Online- und Blog-Filmkritik?“ und „Blogger zerstören die Filmkritik!“.^{58,59}

Man sollte annehmen, dass solche Streitigkeiten in der heutzutage digitalisierten Zeit immer mehr abnehmen. Wobei es auch heute noch Leute gibt, die sich mit dem Onlinebereich nicht anfreunden können. Kay Hoffmann ist ein Beispiel dafür. In seinem Interview erklärte er oft, dass er sich mit dem Online-Bereich nicht auskenne und ein: "Old-Fashioned-Guy" ist, "der eben mehr noch mit den Print -Sachen arbeitet und die liest." - Kay Hoffmann

Laut Hoffmanns eigenen Beobachtungen sei der Filmjournalismus Online sehr oberflächlich und nichts weiter als eine "Service-Leistung".

Hoffmann kritisiert jedoch nicht nur den Online-Bereich. In seiner Antwort auf die erste Frage erklärt er auch, dass Filmjournalismus allgemein zu oberflächlich werde und nicht genügend Platz bekomme. Er kritisiert die Süddeutsche Zeitung dafür, dass sie nur noch über ein bis zwei Filme schreibe oder ein Interview bringe. Die restlichen Filme würden mit kurzen Inhaltsangaben erwähnt werden.

"Das ist einfach keine richtige Auseinandersetzung mehr mit den Filmen, die produziert wurden. Wenn ich nach Filmkritiken suche, ist es ganz schwer, welche zu finden, die sich wirklich mit einem Film auseinandersetzen." - Kay Hoffmann

Diese Oberflächlichkeit, die auch schon im Kapitel "Probleme der Filmkritik" angesprochen wurde, sieht auch Marco Risch, sieht sie aber nicht unbedingt als Problem. Das erklärt er in seiner Antwort auf die Frage "Denken Sie, die Meinung von „Laien-Reviewern“ oder YouTubern sind zu oberflächlich, braucht man für Filmjournalismus nicht ein großes Wissen über Film und Kino?". Hier nimmt er ein Beispiel anhand des Films "Avengers - Infinity War". Die auf YouTube meist- geklickte Kritik zu diesem Film ist vom Kanal "Jay und Arya". Die beiden gleichnamigen Autoren veröffentlichen auf ihrem Kanal Videos zum Thema Film. Die Videos könnten aber eher als Comedy eingestuft werden als tiefgehende Filmkritik. Marco Risch merkt an:

"Die haben die meist geklickte Review zu Infinity War gemacht. Nur ist die meist geklickte Review eine bezahlte Promotion von Disney. [...] Also bezahlt im Prinzip von - sie waren auf dem Event, hatten exklusiv Zugang, ihre Meinung sei aber nicht gekauft und sie machen das aber alles ganz frei und selbst. Das glaube ich denen auch. [...] Und

⁵⁷ Josef Schnelle, 2008

⁵⁸ Batzman, 2008

⁵⁹ Ines Walk, 2008

natürlich sind sie begeistert, sind ja viele Leute von Infinity War. Im Gegensatz dazu ist die zweit meist geklickte Review zu dem Film meine, die hat nur halb so viel Views, ist sehr kritisch mit dem Film, ist hoch anspruchsvoll glaube ich, und bedient nur einen ganz kleinen Meinungsteil der Zuschauer."

Er ergänzt dazu:

"Insofern batteln sich hier grade super deeper Filmjournalismus und ein ganz einfaches Opinion Piece, und im Zweifelsfall ist das flachere natürlich besser geklickt. Die haben aber auch ein größeres Zielpublikum. [...] Ich habe mit meinem Video aber auch ganz viele andere flache Opinion Pieces ausgestochen. Damit meine ich nicht Cinema Strikes Back oder Robert Hofmann, sondern jeden, der seine Meinung zu Infinity War auf YouTube schnell hochgeladen hat. Damit hat das Publikum wieder entschieden, was relevant ist und anscheinend ist irgendwie beides relevant." – Marco Risch

Zunächst geht es erst mal nicht darum, dass die meistgeklickte Review zu einem der erfolgreichsten Filme 2018 bezahlte Promotion ist. Darauf wird später eingegangen. Der interessante Punkt hierbei ist, dass die beliebteste Filmkritik zu diesem Film als "Opinion Piece", also einfaches Meinungsstück eingestuft werden kann. Sie erfüllt also nicht die in dieser Arbeit definierten Standards der Filmkritik. Hier wird das von Patrick H. Willems angesprochene Problem deutlich. Gerade junge Menschen wollen oft in ihrer Meinung bestätigt werden und konsumieren Inhalte, die genau das tun. Diese Tatsache bestätigt wiederum die Aussage von Martin Wolf, dass Filmkritik für Blockbuster-Filme unnötig sei, da die Zielgruppe solcher Filme eigentlich gar keine Kritik an ihren geliebten Franchises haben möchte. Dennoch bleibt nicht außer Acht zu lassen, dass Nerdkulturs Video das zweitbeliebteste deutsche Video zu diesem Film ist.

Robert Hofmann wurde in seinem Interview direkt zu diesem Meinungsbestätigungstrend befragt und hat seine eigene Sicht darauf. Er merkt an, dass dies nicht nur bei YouTube oder Filmjournalismus der Fall sei. Man solle YouTube nicht über einen Kamm scheren, da es sehr divers und unterschiedlich ist, wie das Fernsehen.

"Die Leute müssen sich eben selbst ihr YouTube zusammenbauen, und klar kann sich jeder suchen, was ihn bestätigt, aber es ist ja auch mit CNN oder FOX News nicht anders oder in anderen Medien. Dieses Argument dient immer ein bisschen dazu, die neuen Medien noch mehr zu bekämpfen, was alte Medien immer noch gerne tun." – Robert Hofmann

Er ergänzt dazu:

"Man braucht auch ein bisschen Medienkompetenz, um zu suchen und herauszufinden, auf wen vertraue ich da, aber du kannst dich immer mit Leuten umgeben, die Ja-Sager sind und dein Weltbild bestätigen, und das gibt es aber schon immer..." – Robert Hofmann

Er argumentiert, dass Leute ihr Suchverhalten anpassen müssen und für sich selbst entscheiden sollen, welche Inhalte sie konsumieren. Dies schließt wieder an das Video von Patrick H. Willems an, in dem er erklärt, man müsse sich Meinungen von unterschiedlichen Personen anderer Herkunft usw. anschauen, um sich über Filme wirklich zu bilden und intelligent mit dem Medium umzugehen.

Das ist nicht das einzige Beispiel, das Marco Risch aufbrachte. Der Ende 2017 erschienene achte Teil der Star Wars Saga, "Star Wars Episode 8 - Der letzte Jedi" sei:

"Eine interessante Beobachtung, was sind denn die erfolgreichsten Videos zu „The Last Jedi“? Es gibt die ganz starken Meinungsstücke, die ganz am Anfang des Jahres passiert sind. Sehr, sehr viele erfolgreiche Videos zu dem Film sind allerdings erst entstanden, als der Film im Home-Release war. [...] Sie haben die Kritiken gebraucht, um ihre Meinung bestätigt zu fühlen und sich andere Meinungen anzuschauen. Es ist sehr oft Meinungsbestätigung, die Leute bei Kritiken suchen. Das sieht man anhand der Kommentare." - Marco Risch

Dies bestätigt nicht nur die zuvor besprochene Annahme, sondern zeigt auch, dass Franchise-Filme, in manchen Fällen, eine tiefere Beschäftigung mit der Materie benötigen.

"Das ist, was die Leute von dem Film wollten, da der Film so viel Gesprächsbedarf hervorgerufen hat. Das zeigt aber nur ganz prominent, wie sich sowas entwickeln kann." - Marco Risch

Für Risch ist dies auch ein Beweis seiner zuvor angesprochenen Hypothese, dass die klassische Filmkritik nicht das ist, was die Leute wollen. Sondern, dass man sich, auch ohne das Produkt zu bewerten, mit der Materie beschäftigen sollte und den Leuten Raum lassen sollte, um ihre eigene Meinung zu finden.

3.2.3 Fragen drei und vier

Die dritten und vierten Fragen können thematisch zusammengefasst werden. Oft wurden die Fragen im Interview zusammengestellt oder die vierte weggelassen, da die Interviewpartner sie schon mit ihrer Antwort auf die dritte Frage beantwortet hatten.

Bei dieser Frage waren sich alle vier Befragten grundsätzlich einig. Wertungssysteme geben nur einen groben Überblick, ob der Film dem Publikum gefallen hat oder nicht. Sie ersetzen allerdings die Filmkritik nicht. Marco Risch sieht Wertungssysteme und Seiten wie Metacritic erneut als Zeichen für das Aussterben der Filmkritik. Die Verweildauer von Lesern und Zuschauern werde immer kleiner:

„Es ist nicht mehr die große allumfassende Filmkritik. Es geht darum, jemandem einen schnellen Überblick zu verschaffen.“ – Marco Risch

Robert Hofmann ist ähnliches aufgefallen. Er erklärt, dass er sogar seine Bewertungen der Filme aus der Infobox seiner Videos genommen hat, da viele Zuschauer oft nur eine Zahl sehen wollen und ihnen dies schon zur Orientierung ausreicht. Er vergleicht die Wertungssysteme mit einer Bewertung wie „Stiftung Warentest“, geht aber weiter und ist der Meinung, Filmkritik muss mehr sein, als eine Nummer. Ein weiterer Punkt, den er anspricht, ist:

„Ich glaube Publikum, welches sich anspruchsvollere Filme anschaut, beschäftigt sich tendenziell mehr damit, was man zu sagen hat. Das große breite Blockbuster- Publikum macht es sich da, denke ich, etwas einfacher.“ – Robert Hofmann

Ähnliches ist auch Martin Wolf aufgefallen:

„Wenn es wirklich nur darum geht, ist jetzt Avengers drei so gut wie der sechste oder der vierte. Ganz ehrlich, für diese Art von Film reichen, glaube ich, Wertungssysteme aus. Die Fans davon sind an geschriebener Kritik, nicht interessiert.“

Er erklärt, wie schon Hofmann, dass man in die Tiefe gehen muss und dem Leser manche Dinge erklären muss, damit er sich vorab ein wirkliches Bild vom Film machen kann. Alle vier Befragten bringen mit ihren Antworten wieder die zuvor angesprochene Oberflächlichkeit vor. So auch Kay Hoffmann. Er ergänzt dazu, dass manche Wertungen durch die Nutzer entstehen, wie zum Beispiel die Nutzer-Wertung bei Rotten Tomatoes. Dies würde dazu führen, dass man solche Wertungen nicht nachvollziehen kann und sie nicht der Wirklichkeit entsprechen, da sie von den Nutzern manipuliert werden können. Diese Annahme hängt wieder mit der schon zuvor angesprochenen Meinungsbestätigung zusammen. Das kann auch die Unterschiede von Kritiker- und Zuschauerbewertungen erklären.

3.2.4 Fragen fünf und sechs

Die fünfte und sechste Frage werden ebenfalls zusammengefasst, da die sechste Frage als Nachfrage auf die fünfte fungiert.

Bei diesen Fragen lässt sich der Unterschied zwischen den Befragten feststellen. Die beiden YouTuber sprechen bei dem Thema von „Survival oft he fittest“, also wer sich Online beweisen kann, wird auch Erfolg haben. Dies ist verständlich, da sie sich ja sozusagen beide „hochkämpfen“ mussten, um heute erfolgreich zu sein. Robert Hofmann ist der Meinung, nur wer auch gute Inhalte produziert, wird auf lange Sicht Erfolg haben. Das Publikum wird dies regulieren. Marco Risch ist derselben Meinung, ergänzt aber, dass auch erfolgreiche Kanäle, Blogs oder Spiegel-Artikel im Vergleich mit anderen populären Medien, wie zum Beispiel Schmink-Tutorials auf YouTube, immer noch sehr überschaubare Views/Klicks haben.

Kay Hoffmann nennt es eine „Demokratisierung“ und sieht sowohl gute als auch schlechte Seiten. Er führt an, dass dadurch versteckte Talente entdeckt werden können, es dadurch aber auch „unreflektierte Kommentare“ wie „Das ist aber ein toller Film“ entstehen können, mit denen man nicht viel anfangen kann. Dies hängt auch wieder mit der schon angesprochenen Oberflächlichkeit im Filmjournalismus zusammen. Der Leser müsse entscheiden, was er möchte. Er sieht aber auch den positiven Effekt, dass Leute sich mehr mit dem Thema Film beschäftigen könnten, ist sich aber nicht sicher, ob dies auch der Fall ist. Er ergänzt, dass es dem Kino guttun würde, wenn es so wäre, denn

„Das Kino läuft ja Gefahr, von anderen Medien an die Wand gedrängt zu werden. Gerade von Streaming- Anbietern.“ – Kay Hoffmann

Martin Wolf sieht es auch positiv, man sei nicht mehr nur auf die konventionellen Medien angewiesen, um sich mit dem Thema Film zu beschäftigen. „Jeder kann sich Journalist nennen und jeder hat die Möglichkeit, sein Zeug zu verbreiten. [...] Das öffnet das Spektrum, und es ist ja niemand gezwungen, sich das anzugucken.“ Er warnt aber davor, dass dabei oft Werbung als Journalismus verkauft wird.

„Stichwort Influencer. Da gibt es junge neue Kollegen, die werden von der Produktionsfirma eingeladen, da gibt es dann Goodies und Komplimente. Und danach finden sie die Filme dann großartig.“ – Martin Wolf

Das beste Beispiel hierfür ist die Filmkritik zu „Avengers: Infinity War“ von Jay und Arya. Das Stichwort Influencer wird später in diesem Kapitel besprochen.

3.2.5 Frage sieben

Zu dieser Frage gibt es nur zwei Antworten, die von Martin Wolf und Marco Risch. Kay Hoffmann antwortete auf die Frage, er würde sich dazu nicht genug mit YouTube und Ähnlichem auskennen. In Robert Hofmanns Interview wurde die Frage nicht gestellt, da er recht früh in der Bearbeitung dieser Arbeit befragt wurde, und die Frage da noch nicht Teil des Fragebogens war.

Martin Wolf ist der Meinung, für ein jüngeres Publikum treffe dies zu:

„Weil die gar nicht hören wollen, dass der neue Avengers Film vielleicht gar nicht so gut ist. Das sind Fans, und der Blogger oder Influencer, der es aus der Fanperspektive sieht, trifft den Geschmack teilweise viel, viel besser als jetzt so ein älterer Sack wie ich. [...] Da glaube ich, hat man als klassischer Filmkritiker verloren. Und zwar zu Recht. Das will für solche Art Filme einfach niemand wissen. Gerade nicht die Leute, für die der Film gemacht ist.“ - Martin Wolf

Er erklärt, dies hänge sowohl von der Zielgruppe des Films als auch von der Zielgruppe der Medien ab. Dies trifft allerdings nicht ganz zu, wenn man in Betracht zieht, dass sowohl Marco Risch als auch Robert Hofmann in ihren Interviews erwähnt haben, dass mehr als die Hälfte ihres Publikums älter sei als sie selbst.

Marco Risch ist hingegen der Meinung, dass Zuschauer wirklich mittlerweile einem Influencer mehr vertrauen als einem Kritiker. Er argumentiert, dass Kritiker sowieso schon einen schlechten Ruf hätten:

„Der klassische Filmkritiker hat immer so den Stempel, dass er so ist, wie die Kritikerin in Birdman. Dass es im Endeffekt ja doch ihre eigene Meinung ist und sie eigentlich auch ein Influencer ist und sie das Gefühl hat, sie müsse die Leute erziehen und eigentlich überhaupt nicht journalistisch unabhängig sei.“ – Marco Risch

Das bedeute nicht, dass alle klassischen Kritiker auch so sind. Er erklärt allerdings, dass er selbst die Erfahrung gemacht habe, dass er selbst, als über Promo-Deals bezahlter Influencer, mehr journalistische Unabhängigkeit habe als mancher klassische Kritiker.

3.2.6 Frage acht

Bei dieser Frage sind die Meinungen der Befragten unterschiedlich. Robert Hofmann und Kay Hoffmann sind der Überzeugung, man brauche ein gewisses Grundwissen, um über Filme zu berichten. Marco Risch und Martin Wolf hingegen meinen, solange man mit den Inhalten Erfolg hat, sei es egal, ob man oberflächlich berichte oder nicht.

Robert Hofmann wurde die Frage nicht direkt gestellt, man kann jedoch aus anderen Antworten schließen, dass er der Meinung ist, man brauche Hintergrundwissen. Dies rechtfertigt er anhand seiner eigenen Erfahrung:

„...diese Vielseitigkeit hilft dabei zu verstehen, wie das Ganze zusammenhängt, wie man Filme anpackt und diese für die Zuschauer beschreibt. Das ist, denke ich, nochmal besser, wenn man eben mehrere Stationen durchlaufen hat.“ - Robert Hofmann

Die Oberflächlichkeit, auf die diese Frage Bezug nimmt, erklärt Hofmann anhand seiner eigenen Herangehensweise. Er versucht, die Filme zunächst objektiv zu betrachten und erst gegen Ende seiner Reviews subjektiv zu werden. Er versucht, seine eigene Meinung nicht zu sehr in die Kritik einfließen zu lassen.

Kay Hoffmann ist ebenfalls der Meinung, man brauche Hintergrundwissen. Er denkt nicht, dass „Laien-Reviewer“ zu oberflächlich seien, da auch Film-Fans oft ein großes Wissen über Filme haben. Gerade weil sich um Influencer oft Communitys bilden, sei ein tiefgründiges Wissen über gewisse Spezialgebiete sehr wichtig:

„Solche Leute schlagen mit ihrem Wissen sicher jeden Filmkritiker, gerade wenn es um Franchises wie Star Wars, Marvel oder diese japanischen Animes geht. Dieses Spezialwissen geben sie dann eben an ihre Community weiter. Sowas gab es im Printbereich eigentlich nicht, und wenn dann selten. „

Durch die angesprochenen Communitys können gewisse Filme auch sehr „gepushed“ werden, meint Hoffmann. Unabhängig von Hoffmann kann man annehmen, dass dadurch auch Meinungen stark beeinflusst werden können, wenn der Influencer seine Reviews nicht objektiv, sondern subjektiv gestaltet. Dies bezieht sich auf die von Marco Risch angesprochenen Opinion Pieces.

Marco Rischs Antwort zu diesem Thema wurde bereits im Hinblick auf die zweite Frage betrachtet. Auf eine Zwischenfrage zum Thema Oberflächlichkeit antwortet er, dass es irrelevant ist, ob man sehr oberflächlich oder tiefgehend berichtet. Es zähle nur, was dem Zuschauer gefällt. Dabei vergleicht er seine Videos mit denen von Robert Hofmann. Seine Videos seien weniger oberflächlich als Hofmanns, Robert habe aber das Talent, 15 Minuten frei zu sprechen, und das sei genau das, was seine Zuschauer wollen.

Martin Wolf ist derselben Meinung:

„In dem Moment, in dem die dafür ein Publikum finden, die sich das angucken, was die da machen, hat das seine Berechtigung. [...] Und wenn das populär ist, dann scheinen die etwas richtig zu machen. Da warne ich vor Hochmut der Kritiker.“ - Martin Wolf

3.2.7 Frage neun

Bei dieser Frage sind die Journalisten sich einiger als bei anderen. Alle vier sehen ein Potenzial in Video-Kritik. Marco Risch beschreibt dieses Potenzial indem er sagt:

„Man kann quasi die gleichen manipulativen Filmstilmittel benutzen, während man über diese Filme redet. Das Schöne ist, man muss nicht sagen: „Diese Schauspiel-Leistung war schlecht.“, sondern man zeigt einfach einen ganz kleinen Ausschnitt dieser Schauspiel-Leistung und dann kann jeder für sich selbst urteilen. Das Video ist in dem Moment der eigene Beweis dafür, was man gesagt hat. Während das rein geschriebene Wort oft nur die reine Behauptung ist.“ – Marco Risch

Des Weiteren erläutert Risch, dass etwas Geschriebenes über ein visuelles- oder auditives Medium nicht so gut funktioniert, als wenn man denselben Ausspielweg des besprochenen Mediums wählt. Er greift hier zu einem extremen Vergleich. Er erläutert, dass er Musik-Journalismus für unnötig halte, wenn es reine Kritik ist. Es sei nichts anderes als ein Meinungsdictat des Musikgeschmacks des Autors und somit so nützlich „als würde ein Blinder über seinen Lieblings-Porno sprechen“. Es habe nichts auszusagen. Diese Aussage könnte man jedoch wieder auf die angesprochenen Opinion Pieces beziehen.

Außerdem erläutert Risch:

„Nicht umsonst sind in jeder Online-Filmkritik Film-Clips und Trailer eingebunden. Der Leser kann sich, während er die Kritik liest, zumindest ein Bild machen, wie der Film aussieht. Das hat man eben beim „Spiegel“ im Heft nicht. Das ist tatsächlich, glaube ich, ein Problem.“ – Marco Risch

Daran kann man die Aussagen von Martin Wolf anschließen. In seiner Antwort erläuterte er, dass der „Spiegel“ teilweise Links zu Ausschnitten eines Filmes im Heft hat, um genau dies zu tun. Dies erscheint allerdings etwas umständlich. Wolf erklärt, dass er findet, Video sei eine Ergänzung zum Geschriebenen. Er sieht allerdings auch die Vorteile des Video-Journalismus, indem er dasselbe erklärt wie Risch. Er sagt aber „ein gut geschriebener Text über einen Film sollte für sich funktionieren“.

Kay Hoffmann sieht den Vorteil der Video-Form darin, dass sie persönlicher ist. Der Kritiker kann somit ein besseres Vertrauensverhältnis zum Zuschauer aufbauen. Außerdem kann man mit Gestik und Mimik besser ausdrücken, was man dem Zuschauer erzählen möchte.

Dieser Meinung ist auch Robert Hofmann. Er ergänzt mit seiner Antwort, dass sich Geschriebenes oft elitärer, oder in seinen Worten: „etepetete“, liest als sich das

gesprochene Wort anhört. Es sei einfacher, sich mit Sprache an sein Publikum zu richten als mit geschriebenen Worten.

Die von den Interviewpartnern gegebenen Antworten spiegeln sich auch in einer weiteren Quelle wider. Der Filmkritiker Chris Stuckmann hat auf seinem gleichnamigen YouTube Kanal, im Juni 2014, das Video „On Film Criticism“ veröffentlicht. In diesem Video erläutern er selbst und mehrere andere Video-Kritiker ihre Sicht auf Filmkritik und gerade Video-Filmkritik. Stuckmann selbst meint, Video-Kritik soll die geschriebene Kritik nicht ablösen, sondern sie ergänzen. Der Video-Reviewer John Fickinger des Kanals „theFlickPick“ und die beiden Moderatoren des Kanals „Schmoesknow“, Kristian Harloff und Mark Ellis erläutern, dass sie über ihre Video-Kritiken mit ihren Fans kommunizieren wollen, sodass eine Unterhaltung über Filme entsteht. Es soll sein, als würde man sich mit einem Freund über Filme unterhalten. Der Filmreviewer Jeremy Jahns sieht einen Unterschied zwischen Kritikern und Video-Reviewern. Er meint Reviewer würden in ihren Videos einfach ihre Meinung preisgeben und somit nachvollziehbarer sein als klassische Kritiker. Dies bestätigt wiederum die bereits angesprochene These der Meinungsbestätigung und der immer oberflächlicher werdenden Welt der Filmkritik.⁶⁰

3.2.8 Frage zehn

Die Antworten zu dieser Frage wurden teilweise bereits behandelt. Robert Hofmann sieht den Einfluss insofern, dass man immer mehr aussuchen muss, über was man berichtet. Die Fülle an Filmen, die dadurch jährlich erscheinen, ist zu groß, um komplett abgedeckt zu werden, deswegen würde sich nur darauf konzentriert, was gerade aktuell ist. Kleine Filme würden dadurch etwas untergehen und Franchise Filme wird es immer mehr geben, solange sie erfolgreich sind.

Kay Hoffmanns Aussage dazu wurde schon besprochen. Er glaubt, für solche Filme braucht man keine Filmkritik, da sich Kritiker mit sowas nicht befassen würden. Weitergehend erläutert er, dass er die Gefahr sieht, wenn den Zuschauern nichts Neues geboten wird, werden sie sich vom Kino abwenden. Dies sei wiederum ein Sieg für die Streamingdienste, auf denen die eher kleineren Filme veröffentlicht werden.

Einer ähnlichen Meinung ist auch Martin Wolf, ihm wurde die Frage nicht direkt gestellt, er beantwortete sie allerdings schon in einer vorigen Antwort. Er meint, für Franchise-Filme brauche man keine Filmkritik, da würde ein Wertungssystem ausreichen. Er teilt die Meinung von Robert Hofmann, man müsse mehr aussuchen, worüber man berichtet.

⁶⁰ Chris Stuckmann, 2014

Marco Risch erklärt, dass diese Entwicklung ein Teufelskreis sei:

„Es ist ein Diktat des Franchises, es ist ein ewiger Kreislauf. Leute kennen nur die großen Franchises, Leute wollen mehr über diese Franchises wissen, und selbst müssen wir mehr über die Franchises berichten, und das wird damit befeuert, dass die Leute nur die Franchises kennen. Ein ewiger Teufelskreis.“

Er sieht kein wirkliches Problem mit der Entwicklung der kinematografischen Landschaft. Er sagt, die Zuschauer würden diktieren, was populär ist. Er wünsche sich allerdings, dass die Qualität solcher Franchise-Filme zunehmen würde. Die HBO Serie „Game of Thrones“ und der Film „The Dark Knight“ seien Beispiele dafür, dass erfolgreiches Mainstreamkino auch anspruchsvoll sein kann. Dies würde er momentan in der Kino-Landschaft vermissen.

Durch die Dominanz der Blockbuster-Filme im Kino sieht Risch wiederum die Chance für die kleinen Filme im Streaming-Bereich.

3.2.9 Frage elf

Bei dieser Frage wurden mehrere Punkte aufgeworfen, deren sich der Autor dieser Arbeit zunächst nicht bewusst war. Die Antworten von Martin Wolf und Marco Risch lassen darauf schließen, dass weniger Zeitungen oder Webseiten ein solches Problem haben, sondern Influencer.

Kay Hoffmann und Martin Wolf verweisen beide darauf, dass bei einem Print-Produkt die Anzeigenabteilung und die Redaktion strikt getrennt sind. Wolf ergänzt, dass er nicht einmal weiß, welche Anzeigen geschaltet werden, wenn er seine Artikel schreibt. Kay Hoffmann führt aus, dass er allerdings selbst die Erfahrung gemacht habe, dass ein Kulturmagazin einen hohen Geldbetrag gefordert habe, wenn sie über eine Veranstaltung, die er organisiert hat, berichten sollen. Ein solches Problem besteht also in Einzelfällen auch bei Printpublikationen.

Martin Wolf meint, ein solches Problem würde wohl eher bei Bloggern und Influencern bestehen, da diese oft mit Produktplatzierungen arbeiten. Hier könnte die Grenze zwischen Journalismus und PR, also Öffentlichkeitsarbeit, verschwimmen. Diese Annahme wird von Marco Risch bestätigt:

„Wir sind ja noch werbeabhängiger als die Zeitung selbst. Die haben ja zahlende Abonnenten. Gerade die kleinen Influencer und Selbstständigen, sind von den großen Verleihern abhängig.“ – Marco Risch

Zur Information: Mit Influencer sind im Prinzip Internet-Berühmtheiten, oder einfach Personen, die im Internet Inhalte veröffentlichen und sich selbst inszenieren, gemeint. „Der Begriff Influencer kommt aus dem Englischen und bedeutet, jemanden zu beeinflussen. Kinder und Jugendliche (und natürlich auch Erwachsene) folgen Influencern auf Instagram, YouTube und Facebook, also in sozialen Netzwerken.“⁶¹

Dabei verweist er auf Robert Hofmann. Dieser würde hauptsächlich durch bezahlte Kooperationen mit Filmverleihern sein Geld verdienen. Risch und Hofmann selbst betonen, Hofmanns Arbeit würde dadurch nicht beeinflusst. Risch nimmt sich hier selbst als Beispiel. Er würde auch mit Promo-Deals Geld verdienen und auch Merchandise seiner Partner tragen. Dies würde ihn aber in seiner Unabhängigkeit nicht beeinflussen.

„Deswegen scheue ich mich aber nicht „Solo: A Star Wars Story“ als schlechten Film zu bezeichnen. Oder Avengers Infinity Wars als unendlich bedeutungslos.“ – Marco Risch

Im Interview bestätigt Hofmann, dass er sein Geld über Werbe-Deals verdient. Er könne davon sehr gut leben. Seine Fans wollen ihn allerdings auch unterstützen:

„Ich merke auch, wie immer mehr Leute schreiben und fragen, ob sie mich nicht mit Patreon oder anders mit Geld meine Arbeit unterstützen können. Momentan brauche ich das nicht, aber es ist schön zu wissen, dass man auch einen Rückhalt hat.“

- Robert Hofmann

Marco Rischs Begründung dafür ist, Influencer könnten nicht ohne fremde Hilfe von ihrer Arbeit, zumindest auf YouTube, leben. Er erläutert, dass 100.000 Views knapp 100 Dollar entsprechen. Davon kann er nicht leben, wenn er für ein Video, das 250.000 Views generiert, eine Woche Arbeitszeit benötigt.

„Niemand ist abhängiger von Werbedeals als Influencer.“ – Marco Risch

Eine Abhängigkeit von Werbe-Deals oder anderen Arten der Monetarisierung (z.B. Patreon) von Videos auf YouTube wird klar, wenn man sich die Monetarisierungs-Regeln der Seite selbst und kontroversen was „Copyright Strikes“ angeht, anschaut. In einem Artikel des Spiegels vom 17. Januar 2018, erklärt Autor Markus Böhm, dass die Plattform es gerade kleineren Kanälen schwerer macht, durch ihre Videos Geld zu verdienen. Ein Kanal braucht seit dem 20. Februar 2018 mindestens 1000 Abonnenten und eine Videoabrufzeit von mindestens 4000 Stunden.⁶²

In einem Online-Artikel der Seite Polygon erläutert die Autorin Julia Alexander, dass es gerade bei YouTubern, die sich mit Filmen befassen, das Problem gibt, dass große

⁶¹ Kira Brück, 2018

⁶² Markus Böhm, 2018

Studios (in diesem Beispiel Universal Studios) ihnen Copyright-Verletzungen vorwerfen. Dabei fallen die Videos, in denen sie Bildmaterial aus Filmen der Studios verwenden unter die „Fair Use“-Richtlinien von YouTube. Im Artikel wird das Problem anhand des Beispiels von Chris Stuckmann besprochen. Neben Stuckmann beschwerten sich noch andere YouTuber über dieses Problem. Dies geht sogar so weit, dass YouTuber Matthew Danczak Copyright-Verletzungen vorgeworfen wurden, nur weil ein Bild des Films im Hintergrund seines Videos auf seinem Bildschirm als Desktophintergrund zu sehen war.⁶³

Dies sind nur ein paar Beispiele für die Probleme, die YouTuber haben, um mit ihren Videos Geld zu verdienen.

3.2.10 Frage zwölf

Diese Frage stellte sich im Nachhinein als irrelevant heraus. Dabei geht es um persönliche Präferenzen, und es ist je nach Art und Inhalt eines Artikels oder Videos unterschiedlich.

3.2.11 Frage dreizehn

Die Befragten sehen alle etwas anders in die Zukunft. In ihren Antworten spiegelt sich wieder, was sie schon im Laufe des Interviews erwähnt haben.

Robert Hofmann ist der Meinung, die „neuen“ Medien werden immer weiter erforscht werden. Es wird sich, wie man anhand des bisherigen Trends sehen kann, immer mehr in die Online Richtung bewegen. Auch ältere Leute werden sich immer mehr mit diesem Thema beschäftigen müssen. Er glaubt, es wird in eine Richtung gehen, in der man sich schnell über einen Film informieren kann, also in Richtung Wertungssysteme. Er meint, man müsse dafür kämpfen, dass sich das Filmverständnis in Deutschland weiterentwickle.

Kay Hoffmann spricht mit seinem Blick in die Zukunft Themen an, die schon von Marco Risch und Ninja Philipp im Kapitel „Forschungsstand“ angesprochen werden. Dass es für Filmjournalisten immer schwerer werden wird, von dem Beruf zu leben. Da auch traditionelle Medien sich kaum noch mit dem Thema Film befassen. Er mahnt, Filmjournalismus darf nicht zu einer „Hobbyveranstaltung“ werden. Des Weiteren erklärt er, Film würde in der öffentlichen Wahrnehmung immer irrelevanter. Er sehe schlechte Zeiten auf uns zukommen, gerade für die Filmkritik.

⁶³ *Julia Alexander, 2018*

Hier schließt Marco Rischs Meinung an. Er hat schon im Laufe des Interviews erwähnt, dass klassische Filmkritik seiner Meinung nach aussterben wird. Er ist der Meinung, dass Filmjournalismus mehr sein muss als die pure Kaufempfehlung. Filmjournalismus werde kleinteiliger und spezialisierter. Portale, die versuchen, die breite Masse zu bedienen, werden verschwinden. Diese Ansicht begründet er wirtschaftlich. Werbeanbieter werden sich immer mehr nach Zielgruppen richten, dies wird Auswirkungen auf die Inhalte haben, die von den jeweiligen Autoren kreiert werden. Zur Qualität des Filmjournalismus deutet er an, dass es danach gehen wird, was das Publikum sehen will. Das ist anscheinend momentan ein bezahltes Opinion Piece zu einem großen Blockbuster Film.

Martin Wolf führt an, dass die Zukunft des Filmjournalismus mit der Zukunft des Films zusammenhängt. Kleinere Filme werden immer rarer, und die Studios der großen Filme haben kein Interesse mehr daran, dass man sich journalistisch mit ihnen auseinandersetzt. Wolf ist der Meinung, man muss sich immer mehr herauspicken, über was man berichtet. Filmjournalismus werde es in Zukunft schwer haben, es wird allerdings auch immer etwas geben, über das der Filmjournalist berichten kann.

4 Fazit

Dieses Kapitel soll ein Fazit zum bisher Besprochenen ziehen und versuchen, die Forschungsfragen so gut es geht zu beantworten. Außerdem werden anhand der bisher dargelegten Informationen Vermutungen angestellt, wie die Zukunft des Filmjournalismus aussehen könnte.

Zunächst sollte die Form des Filmjournalismus betrachtet werden. Durch die Aussagen der Interviewpartner, die besprochenen Quellen und die allgemeine Entwicklung der Digitalisierung, lässt sich die Schlussfolgerung ziehen, dass die beste Methode, um über Filme zu sprechen, das Video ist. Film ist ein visuelles Medium und sollte auch in einem solchen besprochen werden. Alle Interviewpartner sehen die Vorteile der Videoform. Behauptungen, wie zum Beispiel, „Die Schauspielleistung war sehr schlecht“, können mit einem kurzen Ausschnitt des Films gezeigt werden, dadurch kann sich der Zuschauer selbst ein Bild machen. Ein weiterer Grund für diese Annahme ist die Rolle von Influencern. Zuschauer können sich besser mit dem Autor eines Videos identifizieren, wenn sie ihn sehen oder hören. Dies wurde nicht nur von den Interviewpartnern angesprochen, sondern wird auch von den Video-Reviewern in dem bereits besprochenen YouTube-Video „On Film Criticism“ von Chris Stuckmann erläutert. Die Beschäftigung mit Filmen ist mittlerweile oft wie eine Diskussion mit Freunden. Geschriebene Filmkritik wird sicherlich nicht komplett aussterben, sondern eher eine kleine Nische im Filmjournalismus werden. Was wiederum auf den nächsten Punkt anspielt.

Es wird angenommen, dass der Filmjournalismus immer kleinteiliger werden wird. Das heißt, es wird nicht mehr große Plattformen geben, die alle Themen abdecken, sondern der Filmjournalismus wird sich in viele kleine Teile aufspalten, die sich auf Verschiedenes konzentrieren. Dies kann eine Plattform wie Kino oder Streamingdienste sein, die Art von Film, also z.B. Blockbuster oder Autorenfilme, oder sich auf ein bestimmtes Genre konzentrieren. Dies bestätigt nicht nur Marco Risch im Interview, sondern zeigen auch Robert Hofmanns und Martin Wolfs Aussagen zur immer unübersichtlicher werdenden Filmwelt und allgemein der Fülle an Filmen, die veröffentlicht werden. Durch eine kleinteilige Aufteilung kann diese Fülle besser betrachtet werden. Ein weiteres Zeichen dafür ist die bereits angesprochene finanzielle Lage des Filmjournalismus. Durch eine Aufteilung des Filmjournalismus lassen sich auch viel besser und gezielter Zielgruppen ansprechen.

Auch die Art, wie über Filme berichtet wird, wird immer aufgeteilter werden. So wie es momentan aussieht, wird ein großer Teil eher in Opinion Piece ähnlicher Form

besprochen. Diese Annahme besteht durch das von Marco Risch angesprochene Beispiel mit Jay und Arya und der Kritik zu Infinity War. Des Weiteren bestätigt dies das Video von Patrick H. Willems. Hier beantwortet sich auch die titelgebende Frage dieser Arbeit. Stirbt Filmkritik aus? Es bleibt anzunehmen, dass Filmkritik im traditionellen Sinne nicht aussterben wird, sondern ein kleiner Teil des Filmjournalismus werden wird. Dies kann man auch über die klassische Filmkritik in Text-Form sagen. Die Video-Form mag vielleicht die Zukunft sein und zu einem Großteil verwendet werden, die Text-Form wird jedoch nicht komplett verschwinden. Filmkritik wird in verschiedenen Formen weiter existieren, sei es in der klassisch angehauchten Form von Robert Hofmann, als meinungsbeeinflusste Unterhaltung aus Fan-Sicht wie von Jay und Arya oder in dem essayistischen Stil von Marco Risch. Es bleibt nur zu hoffen, dass die eher meinungsbeeinflusste Opinion Piece Form nicht zu sehr überhand gewinnt und dabei der in dieser Arbeit definierte Zweck des Filmjournalismus untergeht.

Der wertende Teil von Filmkritik, der als Kaufberatung aufgefasst werden kann, wird größtenteils wegfallen, da dies für einen Großteil der heute erscheinenden Filme nicht mehr erwünscht und nicht mehr nötig ist. Gerade, wenn sich die Filmlandschaft so weiterentwickelt, wie sie es gerade tut, also immer mehr große Franchise-Filme im Rampenlicht stehen, wird die Kaufberatung immer obsoleter. Wie auch in den Interviews klar wird, reicht zur Kaufberatung eine Wertung wie auf Rotten Tomatoes, zumindest für solche Filme, aus. Eine gewisse Bewertung von Filmen wird immer stattfinden, das ist der Sinn von Kritik. Wie und aus welcher Sicht der Film bewertet wird, ist das, was sich verändern wird.

Wie die Zukunft des Filmjournalismus aussieht, wird vom Publikum diktiert. Es wird geschaut, was gefällt. Und wie in dieser Arbeit erläutert wird, gefällt oft das, was mit der eigenen Meinung korreliert. Es liegt allerdings auch in der Verantwortung des Zuschauers, dass er sich nicht in einer Blase einsperrt, die nur sein eigenes Weltbild bestätigt. Der Großteil des Filmjournalismus mag zwar gerade, vor allem auf der Plattform YouTube, sehr meinungsbezogen sein. Dies muss allerdings nichts Schlechtes sein. Auch eine oberflächliche Betrachtung eines Films kann das Interesse für das Medium beim Publikum wecken. Jemand, der sich wirklich für Film interessiert, wird sich früher oder später mit tiefgreifender Filmkritik oder Filmanalysen beschäftigen und aus seiner Blase ausbrechen. Es bleibt zu hoffen, dass es dann noch genug Nischen gibt, die sich tiefgehend mit dem Medium Film beschäftigen.

5 Literaturverzeichnis

Alle Quellen wurden am 14.01.2019 vor Abgabe der Arbeit nochmal überprüft.

Bild Rotten Tomatoes Bewertung des Films Venom, Besucht am 14.01.2019, 16 Uhr,
https://www.rottentomatoes.com/m/venom_2018/

Informationen zum Film Venom auf IMDb, Besucht am 14.01.2019, 16 Uhr,
<https://www.imdb.com/title/tt1270797/>

Informationen über das Bewertungssystem von Rotten Tomatoes, Besucht am 14.01.2019, 16 Uhr
<https://www.rottentomatoes.com/about>

Venom Kritik Review (2018), Besucht am 14.01.2019, 16 Uhr,
<https://www.youtube.com/watch?v=lpdo5ualrWc>

Venom review – Tom Hardy flames out in poisonously dull Spider-Man spinoff, Besucht am 14.01.2019, 16 Uhr, Autor: Peter Bradshaw, 2018
<https://www.theguardian.com/film/2018/oct/03/venom-review-tom-hardy-marvel-spider-man-spin-off>

Filmkritik: Im Wandel oder vom Aussterben bedroht? Besucht am 14.01.2019, 16 Uhr, Autor: Elena Rutman, 2010
<http://docplayer.org/26286223-Filmkritik-im-wandel-oder-vom-aussterben-bedroht.html>

Vorlesung von Tanja Engelmann, Besucht im siebten Semester an der Macromedia Hochschule in Stuttgart.

Do film critics and film audiences agree? Besucht am 14.01.2019, 16 Uhr, Autor: Stephen Follows, 2014
<https://stephenfollows.com/do-film-critics-and-audiences-agree/>

Sind Filmkritiker abgehoben? Besucht am 14.01.2019, 16 Uhr, Autor: Alper Turfan / Cinema Strikes Back
<https://www.youtube.com/watch?v=OhRKXphJnNU>

Importance of Film Criticism, Besucht am 14.01.2019, 16.30 Uhr, Autor: Vinit Masram / Cinema Beyond Entertainment
<https://www.youtube.com/watch?v=XH27Bh7Z8Yc&t=2s>

We Need to Talk About Film Criticism, Besucht am 14.01.2019, 16.30 Uhr, Autor: Patrick H. Willems
https://www.youtube.com/watch?v=_ti2nJnJZnY

Who need film critics? Actually, we all do, Besucht am 14.01.2019, 16.30 Uhr, Autor: Casper Salmon
<https://www.theguardian.com/film/2018/jun/20/who-needs-film-critics-diversity-hollywood-oceans-8-wrinkle-in-time>

One Female director for every 22 men: Hollywood's stark diversity problem, Besucht am 14.01.2019, 16.30 Uhr, Autor: Steve Rose, 2018
<https://www.theguardian.com/film/2018/jan/04/hollywood-diversity-sees-no-improvement-in-2017-report-finds>

Number of female Hollywood leads fell in 2017, study shows, Besucht am 14.01.2019, 16.30 Uhr, Autor: Guardian Staff, 2018
<https://www.theguardian.com/film/2018/feb/22/women-lead-characters-2017-biggest-films-stats-hollywood>

Was ist eigentlich...eine "Filterbalse"? Sachen, die man wissen sollte, Besucht am 14.01.2019, 16.30 Uhr, Autor: Eva Ihnenfeldt, 2016
<https://steadynews.de/marketing/was-ist-eigentlich-eine-filterblase-sachen-die-man-wissen-sollte>

Informationen zum Film Black Panther, Besucht am 14.01.2019, 17 Uhr
<https://www.imdb.com/title/tt1825683/>

Ist Filmjournalismus als Beruf am Ende? Besucht am 14.01.2019, 17 Uhr, Autor: Ninja Philipp/ Tobias Baukhage, 2014 <http://www.serien.ninja/ist-filmjournalismus-als-beruf-ende/>

How Superheroes Made Movie Stars Expendable, Besucht am 14.01.2019, 17 Uhr, Autor: Stephen Metcalf, 2018 <https://www.newyorker.com/magazine/2018/05/28/how-superheroes-made-movie-stars-expendable>

Bild von Robert Hofmann, 2018 Besucht am 14.01.2019, 17 Uhr
<https://www.berliner-zeitung.de/digital/im-gespraech-mit-robert-hofmann--ueber-filme-reden--das-kann-ich--30945084>

Infos zu Robert Hofmann auf IMDb, Besucht am 14.01.2019, 17 Uhr
https://www.imdb.com/name/nm2823473/?ref_=nv_sr_1

Infos zum Film Er ist wieder da auf IMDb, Besucht am 14.01.2019, 17 Uhr
https://www.imdb.com/title/tt4176826/?ref_=nm_flmg_act_1

Bild von Martin Wolf, Besucht am 14.01.2019, 17 Uhr
<http://www.spiegel.de/impressum/autor-67.html>

Infos zum Film Fear an Loathing in Las Vegas, Besucht am 14.01.2019, 17 Uhr
https://www.imdb.com/title/tt0120669/?ref_=nv_sr_1

Bild von Kay Hoffmann, Besucht am 14.01.2019, 17.30 Uhr
<http://www.filmpublizist.de/index01.html>

Informationen zu Kay Hoffmann, Besucht am 14.01.2019, 17.30 Uhr
<http://www.filmpublizist.de/sites/filmjourn.html>

Bild von Marco Risch, Besucht am 14.01.2019, 17.30 Uhr
<https://www.blm.de/blm-events/referenten/marco-risch.cfm>

YouTube Bibliothek von Nerdkultur, Besucht am 14.01.2019, 17.30 Uhr
<https://www.youtube.com/channel/UCHyt6whzbCcG18q3m4ws6jw/videos>

Die Internet-Blogs zersetzen das informierte und unabhängige Urteil – Warum wir Filmkritik brauchen, Besucht am 14.01.2019, 17.45 Uhr, Autor: Josef Schnelle, 2008
<https://www.berliner-zeitung.de/die-internet-blogs-zersetzen-das-informierte-und-unabhaengige-urteil-warum-wir-filmkritik-brauchen-15602110>

Blogger zerstören Filmkritik! Besucht am 14.01.2019, 17.45 Uhr, Autor: Batzman, 2008
<https://www.moviepilot.de/news/blogger-zerstoeren-die-filmkritik-100759>

Brauchen wir eine Online- und Blog- Filmkritik? Besucht am 14.01.2019, 17.45 Uhr, Autor: Ines Walk, 2008 <https://www.moviepilot.de/news/brauche-wir-eine-online-und-blog-filmkritik-100762>

On Film Criticism, Besucht am 14.01.2019, 17.45 Uhr, Autor: Chris Stuckmann, 2014
<https://www.youtube.com/watch?v=wJdfJVyDEQE>

Was, bitteschön, ist ein Influencer? Besucht am 14.01.2019, 17.45 Uhr, Autor: Kira Brück, 2018 <http://www.codingkids.de/wissen/was-bitteschoen-sind-eigentlich-diese-influencer>

Für One-Hit-Wonder gibt's kein Geld mehr, Besucht am 14.01.2019, 18 Uhr, Autor: Markus Böhm, 2018 <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/youtube-monetarisierung-durch-neue-regeln-erst-ab-1000-abonnenten-a-1188304.html>

6 Transkripte

Robert Hofmann, YouTube

Wie lange machst du das schon?

Angefangen habe ich 2011, also bald acht Jahre. Davor war ich Schauspieler.

Was hat dich dazu bewegt, deinen YouTube Channel über Filme zu machen?

Da ich mit 14 schon mit dem Schauspielern angefangen habe und auch gedreht habe, lag mir das schon immer. Ich war in Krimis, Fernseh- und Kino-Filmen, und Film allgemein war schon immer meine Welt. Es hat nur Sinn gemacht, über das zu sprechen was mir am meisten liegt.

Dadurch hast du sicher auch ein großes Hintergrundwissen, was Filme angeht?

Seit ich 13 war hatte ich Schauspiel Coaching, das bedeutet Improvisationstraining, Sprachunterricht, Spracherziehung, Schauspieltraining und so weiter und sofort. Ich hatte natürlich auch Castings und Set-Erfahrung, ich habe ja auch Jahrelang als Schauspieler gelebt.

Das gibt einem sicherlich ein größeres Filmwissen, man weiß wie Filme aufgelöst werden, man weiß wie Filme funktionieren, man kennt die Hierarchien am Set, und man weiß wie ein Filmset aussieht. Man kennt auch die verschiedenen Macharten, ob man Fernsehen macht oder Kino. Grundsätzlich habe ich dadurch sicher ein anderes Filmwissen aber auch eine Empathie dafür, zu wissen, dass an einem Film viele Leute mitarbeiten und Blut und Schweiß vergossen haben. Also auch wenn ein Film nicht ganz gelungen ist, möchte ich deswegen Filme nie klein reden, weil grundsätzlich immer viel Arbeit drinsteckt. Und deswegen habe ich, glaube ich, eher so ein zweiseitiges, vielleicht sogar dreiseitiges Verständnis.

Ich bin sowohl Zuschauer, habe schon vor der Kamera gearbeitet – mache ich ja jetzt mit YouTube theoretisch immer noch, und ich arbeite dazu noch viel mit Studios und treffe auf Terminen auch oft Pressekollegen. Ich bin also filmtechnisch auf allen Ebenen immer mal wieder unterwegs, und diese Vielseitigkeit hilft dabei zu verstehen wie das Ganze zusammenhängt, wie man Filme anpackt und diese für die Zuschauer beschreibt. Das ist denke ich nochmal besser, wenn man eben mehrere Stationen durchlaufen hat.

Was schaust du denn selbst so für Filmkritiker?

Ehrlich gesagt gar keine. Mein Job ist es schon, sich jeden Tag mit Filmen zu beschäftigen, deswegen schaue ich mir in meiner Freizeit dann auch keine Filmreviews an.

Ich bin der Meinung, wenn ich meinen eigenen Stil entwickle und meinen eigenen Stil haben will, dann sollte ich nicht auf andere schauen, sondern mich auf mich selbst konzentrieren. Vor allem mit der Reichweite und der Größe, es gibt immer wieder Medien, die mir sagen: „Sie sind der reichweitenstärkste oder größte Filmkritiker in Deutschland!“ Das würde ich jetzt selbst nicht über mich sagen, aber ich glaube, das hängt zumindest damit zusammen, dass ich eben nicht so sehr auf andere schaue.

Wenn, dann würde ich sagen, mag ich am meisten Hollywood Reporter und Variety. Klar schaut man auch mal auf Rotten Tomatoes und Metacritic, wie manche Filme ankommen. Aber man entwickelt auch irgendwann ein Gefühl dafür, wie man selbst zu bestimmten Filmen steht und da findet man sich oft in einem Einklang wieder.

Einige Beispiele hatte ich aber schon, gerade dieses Jahr, bei denen ich überhaupt nicht derselben Meinung war wie andere. Gerade „Venom“, „Phantastische Tierwesen: Grindelwalds Verbrechen“ und „Suspiria“. Die haben viele höher eingeschätzt als ich.

Ich nutze es nur um zu schauen, wie ist die Stimmungslage, aber zu mehr auch nicht.

Zusatz zu Phantastische Tierwesen:

Es stört mich so oft, gerade bei Filmen wie Phantastische Tierwesen, dass Leute und gerade Filmkritiker oft vergessen, dass Filme fürs Kino und für eine bestimmte Zielgruppe gemacht werden. Man muss die Filme nicht immer in Relation zu den Harry Potter Filmen setzen. Die sind auch nicht für 50-jährige Kritiker gemacht, sondern für Leute, die ins Kino gehen und verzaubert werden wollen. Das darf man echt nicht vergessen.

Ich glaube, es geht manchen Filmjournalisten einfach ab, die Filme sind nicht für sie gemacht, sondern fürs Publikum.

Warum ist Filmkritik wichtig:

Ich frag mich auch immer, warum die Leute mich eigentlich gucken, bin aber natürlich super dankbar, weil ich dadurch ein schönes Leben habe und machen darf, was mir Spaß macht.

Ich denke, Leute brauchen - und ich kann das so bisschen damit vergleichen, wenn ich mir ein Spiel kaufen will, es kommen aber so viele Spiele raus, dann schaue ich auf

GameStar oder IGN, was die so zu den Spielen sagen. Das heißt, wenn ich das auf Film übertrage, merke ich, man braucht einen zwischengeschalteten Filter zwischen der Masse an Filmen, die kommen und an dem Publikum und deren Wünschen.

In Deutschland starten über 1000 Filme im Jahr, also in der Woche bis zu 20. Und das ist ja nur hier! Da kommt ja noch Netflix und Amazon Prime und Co. Dazu! Ich höre so oft von Leuten, dass sie gar keinen Überblick mehr haben. Und deswegen brauchst du jemanden der dir filtert, der dir sagt – und das Publikum hat auch das Recht und den Anspruch zu sagen: „Ich folge Robert, wenn der einem Film eine 8 gegeben hat war ich noch nie enttäuscht!“ – woran man sich orientiert. Ich glaube die Leute brauchen einfach einen Filter, der ihnen sagt, wofür sie ihre Zeit und ihr Geld ausgeben sollen und nicht enttäuscht werden.

Ich glaube da setzt Filmkritik an. Ein Film kann auch durch Kritik getragen werden. Blockbuster nicht unbedingt aber so Filme wie „Ladybird“ oder der Spielberg Film „Ready Player One“, die dann auch, gerade in Deutschland, getragen werden durch die Filmkritiker, weil sie im richtigen Bereich platziert sind, bei der Zielgruppe eben.

Also es ist ein Marketing Tool für Studios, es ist wichtig für das Publikum, um einen Filtermechanismus zu haben, um nur das Gute rausgesiebt zu bekommen. Wenn man das so zusammennimmt, ist Filmkritik glaube ich ganz spannend und ganz gut.

Denkst du, Filmkritik ist gerade auch für kleinere Filme wichtig?

Absolut! Die haben ja oft kein Geld, um große Marketing-Kampagnen zu fahren. Und wenn man nicht Häuser, Werbespots und das Internet damit zukleistern kann, dann musst du über eine kostengünstige Variante gehen und das ist natürlich Filmkritik.

Kleine Filme müssen auf die Kritiker setzen. Die versuchen natürlich auch immer, in die Award Saison zu gehen, damit sie eben auch ins Auge der Öffentlichkeit kommen, ohne bezahlen zu müssen.

Hat Filmkritik nur die Plattform geändert oder hat sich Filmkritik im Allgemeinen verändert? Und wie denken Sie, hat sie sich verändert?

Da ich eben nicht viel anderes lese oder gucke ist die Frage schwer zu beantworten. Auch da ich erst 8 Jahre dabei bin. Ich kann dir natürlich über mein Gefühl berichten. Ich merke immer, wenn so Online und Offline Leute aufeinandertreffen, gibt es immer so zwei Lager. Mit mir hat jahrelang auch niemand gesprochen, außer direkte Freunde, die ich hatte. Und jetzt hat sich natürlich auch die Veröffentlichung in der Süddeutschen oder Jury-Sitzungen, die ich gemacht habe, auch in den normalen Medien rumgesprochen– Also in der Süddeutschen hatte ich mal so einen Feuilleton Beitrag, so vier A4 Seiten, bei dem hat dann auch das Bayrische Staatsministerium gratuliert. Da kommt auch bei

den „älteren Leuten“ so bisschen an wer man ist. Ich merke jetzt auch in den letzten Jahren, dass mich auch jeder Filmkritiker irgendwie grüßt, was so ne interne oder sag ich mal so eine indirekte Bestätigung oder ein Hinweis ist, man hätte es geschafft, weil sie einen mit Namen kennen.

Das Gefühl, das ich vorher hatte war eben, dass es eine extreme Ablehnung gab gegen diese „Neue Welt“, diese „Video Welt“. Weil schreiben – Filmkritik ist ja immer was Geschriebenes gewesen, glaube ich – ist nochmal was ganz anderes, etwas Künstlerisches, wobei da könnte man auch diskutieren, ob es einfach ist ,sich vor eine Kamera zu setzen und zusätzlich mit seiner Mimik auszudrücken was man sagen möchte. Auf jeden Fall glaube ich, ist dieser Wandel in die Videoform und in diese Modernität eine Herausforderung für viele, die eher alt eingesessen sind und die es vielleicht auch gewohnt waren, sich Zeit zu nehmen, um einen Artikel zu verfassen und dann besonders bissig sein und dann noch die nächste tolle Metapher zu verwenden, um möglichst Intelligent wirken zu wollen. Das fällt so ein bisschen weg, wenn du es vor der Kamera machen musst und die Leute dir in den Augen ansehen, ob du echt oder eben nicht echt bist.

Heutzutage kann jeder Filmkritiker werden. Meinen Sie das ist eine schlechte oder gute Entwicklung, dadurch werden ja auch viele uninformierte Dinge Online gestellt?

Also ich glaube, dass das Publikum irgendwann selbst entscheidet, denn wenn man jetzt jemanden hat, der völligen Quatsch erzählt über Filme oder eine verdrehte Wahrnehmung hat, da wird sich das Publikum nach spätestens drei Kinobesuchen denken: „Na was hat der mir denn da erzählt“ und vertrauen dann eben nicht mehr darauf. Denn am Ende zahlt das Publikum ja selbst mit seinem Geld und mit seiner Zeit und mit der Enttäuschung, das heißt es gibt einen direkten Zusammenhang zwischen dem Veröffentlichten und dem Handeln der Leute, die das schauen. Das wird das Publikum schon regulieren, wer auf lange Zeit erfolgreich ist oder nicht.

Dass jeder das machen kann, finde ich grundsätzlich eigentlich ne gute Sache. Das kann man dann auch mit Ratatouille zitieren (Animationsfilm von Pixar) wo es dann heißt: „Nicht jeder ist zum Kochen geboren aber gute Köche werden überall geboren“ und das ist das Schöne, wenn jeder die Chance hat, sich zu veröffentlichen und damit auch zu zeigen, dass jeder die Chance hat, entdeckt zu werden. Und nicht auf klassischem Wege oder über Kontakte irgendwo hinkommen muss. Man kann unabhängiger – das fordert natürlich auch ein unfassbares Durchhaltevermögen – in diese Richtung zu gehen. Und mich würde es so freuen, wenn bald mal eine größere Frau auf YouTube über Filme reden würde. Mich nervt das hart, dass es so auch ein bisschen eine Männerdomäne ist

– jetzt nicht unbedingt bei Pressevorführungen, da sitzen viele Frauen drin – aber in der Videoform würde ich mir echt mal wünschen, dass da jemand, den man dann auch supporten könnte, nach vorne käme. Das wäre echt cool.

Einwurf: Patrick H. Willems meint dasselbe, bezogen auf die Männerdomäne, und ist der Ansicht, dass man sich genau dadurch zu sehr in eine Blase packt und nur die News bekommt, die man hören will. Weil man keine Vielfalt an verschiedenen Blickwinkeln hat. Man sollte mehr Content von Frauen oder Menschen mit anderer Herkunft anschauen:

Das Problem ist, YouTube lässt sich immer über den Kamm scheren, als würde man alle Fernsehsender über den Kamm scheren. Die Leute müssen sich eben selbst ihr YouTube zusammenbauen, und klar kann sich jeder suchen, was einen bestätigt, aber es ist ja auch mit CNN oder FOX News nicht anders oder in anderen Medien. Ich habe das immer, dieses Argument dient immer ein bisschen dazu, die neuen Medien noch mehr zu bekämpfen, was alte Medien immer noch gerne tun. Man braucht auch ein bisschen Medienkompetenz, um zu suchen und herauszufinden, auf wen vertrau ich da, aber du kannst dich immer mit Leuten umgeben, die Ja-Sager sind und dein Weltbild bestätigen und das gibt es aber schon immer, deswegen gibt es politische Parteien und so weiter und sofort.

Also diese Diskussion finde ich ein bisschen schwierig, ich versteh, wenn man sagt, dass durch Plattformen sowas noch verstärkt und gesteuert wird, weil dann Inhalte präsentiert werden ,die zu meinem sonstigen Suchverhalten passen, das heißt, es baut sich immer mehr ein künstliches, bestätigendes Umfeld um dich herum auf, aber trotzdem konntest du schon immer aktiv Leute suchen, die dich in deiner Weltanschauung bestätigen.

Einwurf: Er meinte damit, man hat keine Vielfalt an verschiedenen Blickwinkeln. Man sollte mehr Content von Frauen oder Menschen mit anderer Herkunft anschauen:

Grundsätzlich schon, außer du findest jemanden, oder zwei Leute, bei denen man immer das Gefühl hat – darum bemühe ich mich immer mit einer gewissen Objektivität zu starten und erst hintenraus, in meinen Reviews, mit der Subjektivität einzugehen und trotzdem, unabhängig von meinem Geschmack, zuzuordnen, warum das interessant sein könnte. – Also ich versuche gar nicht, mich zu stark in den Vordergrund zu rücken – und ich weiß, dass tun wenige Leute, die Reviews oder Filmkritiken machen – grundsätzlich finde ich es aber gut, wenn man mehrere Bezugsquellen hat. Problematisch wird es dann, wenn man so viele Reviews gesehen hat, dass diese Zeit die eigentliche Laufzeit des Films überschreitet. Da wird es dann ein bisschen ineffizient.

Ist Filmkritik, im traditionellen Sinn, noch nötig? Reicht nicht ein Sterne-System wie bei Rotten Tomatoes? Wie sehen Sie den Wert eines Punktesystems?

Das ist eine interessante Frage. Ich glaube schon, dass es viele Menschen gibt, die einfach nur auf Zahlen gucken wollen. Viele meiner Freunde skippen direkt zum Ende meines Videos, nur um meine Bewertung zu sehen. Genau deswegen haben wir irgendwann die Punktwertung aus der Infobox, unterhalb des Videos, rausgenommen.

Das haben wir nicht gemacht, weil wir mehr Watchtime wollen, sondern weil es dann immer heißt: „Du gibst diesem Film sieben Punkte, aber wie kann der Film mit sieben Punkten besser sein als der mit sechseinhalb.“ Und du musst dich dann immer auf so stupide Diskussionen einlassen, wo du sagst: „Hey, ich habe zu jedem Film zehn Minuten was gesagt und danach versteht man glaube ich die Unterschiede, wie ich zu meiner Einschätzung komme.“ Deswegen versuche ich die Leute dazu zu bringen, sich anzuhören was ich zu sagen habe, weil man danach ein ganz anderes Bild hat.

Nun sind wir aber auch Menschen, die gerne in Schubladen denken und nur Ja oder Nein hören wollen. Wir wollen das Leben sehr unkompliziert und einfach. Nur das ist eben weit gefehlt. Ein Film ist ein künstlerisches Produkt, dem kann man nicht mit einer Zahl gerecht werden.

Ja, die Leute sind bequem und wollen immer schneller immer mehr Informationen konsumieren. Aber ich habe so ein bisschen das Gefühl – weil vor allem auch YouTube älter wird. Jedes Jahr gefühlt wächst die Zielgruppe um drei, vier Jahre und wird älter – dass es langsam so eine Gegenbewegung gibt, wo ich spüre, die Leute wollen sich auch eher wieder etwas fundierter informieren. Und wenn sie ihre Quellen haben, was Verlässliches haben, wissen sie das auch zu schätzen und zu nutzen.

(Ich merke auch, wie immer mehr Leute schreiben und fragen, ob sie mich nicht mit Patreon oder anders mit Geld meine Arbeit unterstützen können. Momentan brauche ich das nicht, aber es ist schön zu wissen, dass man auch einen Rückhalt hat.)

Aber grundsätzlich habe ich das Gefühl, Leute wollen gern eine Nummer irgendwo drauf, nach dem Motto „Stiftung Warentest“, so recherchiere ich ja auch. Wenn ich ein neues Produkt wie einen Staubsauger- Roboter brauche, suche ich auch nach Bewertungen. Aber da guckt man dann ja auch weiter, was steht denn da noch dazu, was sind die Vor- und Nachteile. Ich glaube, Leute brauchen das nur als einen gewissen Leitfaden.

Ich glaube, Publikum, das sich anspruchsvollere Filme anschaut, beschäftigen sich tendenziell mehr damit, was man zu sagen hat. Das große breite Blockbuster Publikum macht es sich da, denke ich, etwas einfacher.

Ich glaube, man kann mit Sterne-Bewertungen Leute erstmal wieder für Filme interessieren. Und dann, wenn das Interesse geweckt ist, wächst auch das Interesse, mehr über Film zu erfahren und somit auch das Interesse an Filmkritik. Film kann eben mehr sein als nur gucken. Film kann auch eine Reise sein.

Was halten Sie von Webseiten wie IMDb oder Rotten Tomatoes? Und warum?

Also um einen Pressespiegel zu haben finde ich das großartig. Leute wollen einfach einen Überblick und IMDb ist jetzt schon so alt, das ist die größte Filmdatenbank der Welt. Es sind viele Informationen, die da zusammenkommen, und ich finde es grade gut für Leute, die von Filmen Ahnung haben. Ich kenne mich zwar eher in Deutschland aus, aber ich weiß, dass auch in den USA die Kritiker auf IMDb und Metacritic schauen. Also das sind etablierte Plattformen die auch wirklich Sinn machen, um eine grobe Orientierung zu geben.

Einwurf: Zeigt die Zuschauer Wertung, auf Rotten Tomatoes, nicht die YouTube Blogger Seite und die Critic Seite die der Filmkritiker?

Es ist wirklich schwierig. Man denkt immer, YouTube Zuschauer sind so 13 Jahre alt. Aber ich allein habe mehr Zuschauer über 40 als unter 18. Viele ältere Leute kommen auf mich zu, oft sind es sogar die Eltern, die die Kinder dazu bringen, meine Videos zu schauen. YouTube ist nicht einfach ein Klischee. YouTube ist genauso vielseitig wie das Fernsehen. RTL2 wird auch nicht nur von Kindern geschaut und die ARD nicht nur von Rentnern. Da muss man erstmal rausfinden, wie da die Sachlage ist.

Sehen Sie einen Unterschied in geschriebener- und Video-Kritik? Wenn ja welchen?

Die Möglichkeit, mit der Mimik zu agieren und auch mit den Fassetten deiner Stimme zu spielen, klingt nochmal anders. Das kennt jeder, der schon einmal eine Diskussion mit jemandem geführt hat und dann eine ähnliche Diskussion mit jemand anderem, auf Whats App führt. Da steht man vor dem gleichen Problem. Also wie versteht man etwas.

Auch zum Beispiel, wenn Leute sehr intellektuell wirken wollen: „Also das ist wie in dem Film von 1983 in dem...“ Das liest sich geschrieben total etepetete, und gesprochen klingt es dann nicht mehr so von oben herab. Ich finde geschriebene Sprache ist deutlich schwieriger zu vermitteln als was ich in Videoform an das Publikum richten kann.

Man sieht das auch an dem Hype der Podcasts, die Leute konsumieren so einfach viel lieber, glaube ich. Lesen und schreiben ist ja auch etwas, das Menschen erfunden haben. Das muss man lernen. Das ist nicht so eingängig, wie das was wir hören.

Die Filmlandschaft hat sich stark verändert. Lauter Sequels und Adaptionen. Hat das Einfluss auf die Filmkritik?

Ich weiß es nicht. Das Problem, das ich habe ist, man muss viel mehr filtern, was man eigentlich zeitlich sehen kann. Wenn ich in der Woche vier oder fünf Mal ins Kino gehe, nebenbei noch eine Serie gucke und dann noch die Videos dazu vorbereite, erreiche ich noch lange nicht das, was eigentlich noch relevant wäre zu besprechen. Und egal wie viel ich mache, und ich glaube ich bin einer der am meisten, als Einzelperson, macht, an Filmkritiken in Deutschland, und die Leute dann noch mehr wollen, „Mach mal wieder Trash Filme“ oder „Was ist denn mal mit alten Filmen“. Man arbeitet nur ab, was aktuell ist und man kommt einfach nicht hinterher. Ich glaube, das Problem haben viele Kollegen, die dann manchmal drei Mal am Tag im Kino sitzen, da kann man sich ja nicht mal mehr merken, was man sieht, Und da wird man dann natürlich nach einer Weile abgefickt. Zu viel gucken ist wirklich Gift. Ich gucke nur zwei Filme am Tag höchstens.

Ich glaube auch die Leute werden langsam müde von immer dem Gleichen. Wieder ein Superhelden- Film und wieder ein Star Wars.

Aber solange solche Filme erfolgreich sind, wird es sie auch noch ewig geben.

Dabei gehen leider auch viele kleine Filme unter. Wie zum Beispiel „No Way Out“ mit Josh Brolin. Kleine Filme werden eben wegen solchen großen Blockbustern viel weniger gezeigt und bekommen nicht so viele Vorstellungen. Infinity War läuft in drei Sälen gleichzeitig, und der unbekannte Film nur am Nachmittag in einem.

Haben Zeitungen oder andere Publisher vielleicht auch ein Vertrauensproblem, was z.B. bezahlte Kritiken und Werbung angeht? Sind YouTuber oder Blogger weniger beeinflusst und voreingenommen, da sie keine Werbung schalten müssen?

Ich kann es nicht genau sagen, ob andere Kritiker von den Chefredakteuren gedrängt werden, Filme besser zu bewerten. Von meiner Seite aus kann ich sagen, ich bin unabhängig. Trotzdem arbeite ich an verschiedensten Projekten mit vielen Filmstudios zusammen. Man könnte mir auch unterstellen, dass dadurch Einfluss auf meine Kritiken geübt wird, man will ja weiterhin mit den Studios arbeiten. Ich habe aber eine Prämisse, und zwar, dass meine Meinung immer meine eigene ist und unangetastet bleibt, weil auch Filmstudios begreifen, dass wenn man Filmkritiker umdreht, dann funktioniert das vielleicht ein zwei Mal, aber damit kann man die Person auch kaputt machen. Wenn die Zuschauer das eben merken, und dann haben die Studios auch nichts davon.

Ich kenne selbst keinen Kollegen, von dem ich wüsste, dass er bezahlt wird. Aber ich kenne die Diskussion, mir wird auch häufig unterstellt, meine Reviews wären bezahlt. Diese Diskussion hat man jedes Mal, wenn ein Film mal zehn Punkte gibt.

Sollte eine Filmkritik vor oder nach dem Schauen eines Films gelesen/geschaut werden?

Ich verstehe nicht, warum Leute sich Kritiken nach dem Film anschauen. Vielleicht brauchen sie die Bestätigung, dass sie den Film verstanden haben.

Ich wünsche mir, dass Kritiken im Vorfeld geschaut werden, dann muss man natürlich die ausmerzen, die in ihren Kritiken Spoilern, das geht ja gar nicht.

Eine Kritik soll eine Empfehlung sein.

Was hältst du von YouTube Channels, die sich näher mit Filmen auseinandersetzen und diese im Detail betrachten?

Ich glaube das ist keine Kritik, sondern Analyse. Das geht schon etwas tiefer. Aber jedes Mal, wenn jemand über Filme redet und Leute dadurch begeistern kann, finde ich das super. Man sollte über Filme reden. Ich finde cool, dass es so etwas gibt, ich glaube nicht, dass es Filmkritik ist, dafür ist es zu umfänglich. Das sollte man eher sehen, wenn man den Film schon gesehen hat und sich mehr damit beschäftigen möchte.

Wie sieht die Zukunft der Filmkritik aus?

Ich glaube, dass neue Medien, nach wie vor, immer stärkeren Zulauf bekommen werden. Speziell bei YouTube, wo die Zielgruppe zwar noch jünger ist aber auch immer mehr ältere Leute da reinrutschen, von denen Leute wie ich noch ne ganze Weile profitieren werden, was auch den Zulauf angeht, während ältere Medien, die ihren Zenit irgendwann erreicht haben und ständig Publikum verlieren und gegen die Onlinewelt kämpfen müssen, um keine Zuschauer zu verlieren, ich glaube das zeichnet sich ab.

Ganz viele Leute denken sich: "Uh, diese neuen Medien sind mir suspekt", aber wenn sie ihnen dann mal eine Chance geben merken: „Hm, ist ja gar nicht so schlecht, was der Dicke da sagt“.

Ich glaube, so geht es auch anderen, die beruflich auf diesen Plattformen unterwegs sind, man merkt, es geht einfach nicht bergab.

Es geht immer mehr in Richtung neue Medien, in Richtung Apps, auf denen man auf einen Blick sehen kann, was sagt Metacritic, was sagt RottenTomatoes. Ich glaube es geht einfach kontinuierlich so weiter. Ich mit 31 bin jetzt genau im richtigen Alter, um davon zu profitieren. Ich bin alt genug, um ernstgenommen zu werden. Ich habe das

Glück zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein und vor allem dafür kämpfen zu können, dass das Filmverständnis in Deutschland im Vergleich zu England oder Frankreich, vor allem zu den USA noch so rückständig ist und gar nicht so ein großes Thema ist, wie es sein könnte und sollte, da einfach mit kämpfen zu können.

Ich glaube, dass jeder der wirkliche Bock hat und nicht genervt ist, wie viele andere Journalisten - habe ich das Gefühl – die neuen Medien zu erforschen, gerade bei sowas wie Letterbox zum Beispiel, und Fuß zu fassen, dafür darf man halt nicht verschlossen sein.

Es wird immer mehr in den Online Markt rutschen, weil wir alle digitaler werden. Es ist halt einfach so. Es hat ja auch nicht nur den finanziellen Faktor, dass man nichts mehr kaufen muss, sondern auch, grade bei unserer Generation, den ökologischen Faktor, dass man eben kein Papier mehr verwenden muss, das dann weggeworfen wird. Es gibt halt erstmal keine spürbaren Nachteile.

Es wird so weitergehen wie in den Letzen Jahren. Und dann mal gucken.

Martin Wolf, Spiegel

Über Martin Wolf:

- Nicht reiner Filmjournalist
- Seit 20 Jahren Kultur Journalist beim Spiegel
- Ist kein Fachredakteur
- Keine Filmwissenschaften o.ä. studiert
- Hat sich selbst weitergebildet durch Bücher und den Job an sich
- War beim Spiegel und hat dann angefangen
- Erstes Interview war mit Terry Gilliam
- Macht Portraits, Veranstaltungsberichte und Filmkritik
- Will sich nicht nur auf ein Thema festsetzen

Warum ist Film- Kritik/Journalismus wichtig?

Filmkritik ist aus zwei Gründen wichtig. Zum einen sollen Filmkritiken bilden. Die Leser fortbilden und unterhalten. Man sollte Freude daran haben den Text zu lesen, ob man sich für den Film interessiert ist dabei zweitrangig. Jeder Text über einen Film sollte allein funktionieren. Und es hat einen gewissen Service-Charakter. Wenn die Leute sich überlegen, was gucke ich mir im Kino an, sollte eine Kritik auch Orientierung geben.

Hat Filmjournalismus nur die Plattform geändert, oder hat es sich auch im Wesentlichen verändert? Wenn ja, wie hat es sich Ihrer Meinung nach verändert?

Was sich geändert hat, ist die Gate-Keeper Funktion des Journalisten. Also heute, wer sich wirklich für irgendeinen Star interessiert, folgt dem auf Instagram. Früher, wenn Journalisten oder Filmstudios die Leute in großer Zahl erreichen wollten, dann mussten sie immer den Umweg über Medien gehen. Man kann heute über Social Media direkt Kontakt mit seinem Publikum aufnehmen. Das wirkt dann auch vermeintlich authentisch, ist es aber überhaupt nicht. Social Media ist ja reine PR. Ein Journalist hat ja, wenn er sich ernst nimmt, eine Kontrollfunktion und ist unabhängig und macht sich nicht gemein mit einem Produkt. Das ist bei Social Media anders. Da bekommt man nur das zu sehen, was der Star oder das Filmstudio auch darstellen will.

Man muss noch viel besser auswählen, worüber man schreibt. Vielleicht kommt man dann auch zu dem Schluss, dass das Thema gar nicht mehr relevant oder interessant ist. Das Publikum für bestimmte Filme geht überhaupt nichtmehr danach, was im Spiegel oder Spiegel Online darüber geschrieben wird. Als Beispiel die ganzen Franchise Filme. Zum ersten Avengers oder Batman Film fällt einem vielleicht noch was ein, und das interessiert dann auch vielleicht noch jemanden. Aber nach spätestens dem vierten Fortsetzungsfilm, ist das dann wirklich ziemlich egal. Da sind die Filme-Variationen des immer Gleichen und die Texte dann zwangsläufig auch.

Da sollte man eher gucken, was gibt es an kleineren Filmen, neuen Filmen, die vielleicht auch von sich aus nicht so eine große Aufmerksamkeit bekommen. Den Leser eben auf Sachen aufmerksam machen, die er sonst eher übersehen würde.

Ist Filmkritik, im traditionellen Sinn, noch nötig? Reicht nicht ein Sterne-System wie bei Rotten Tomatoes? Wie sehen Sie den Wert eines Punktesystems?

Wenn es wirklich nur darum geht, ist jetzt Avengers drei so gut wie der sechste oder der vierte. Ganz ehrlich, für diese Art von Film reichen glaube ich Wertungssysteme aus. Die Fans davon sind an geschriebener Kritik nicht interessiert.

Bei vielen anderen Filmen ist das schon ganz was anderes, bei denen man vielleicht auch was erklären muss und etwas entdeckt, auf das man genauer eingehen sollte. Zum Beispiel bei dem Film „The Favorite“, der auch für die Oscarsaison als großer Favorit gehandelt wird. Der Film spielt am englischen Hof und ist etwas absurd. Da hilft es schon, wenn man sich informieren kann, ist die Geschichte komplett ausgedacht oder war das wirklich so? Und es war wirklich so, wie es im Film gezeigt wird. Da hilft es dann schon, vor oder nach dem Kinobesuch ein bisschen mehr über den Film zu lesen. Dann kann

man den Film eben auch wirklich würdigen. Einfach nur zu sagen, 3 Sterne Handlung, Humor 4 Sterne, das ist für so einen Film nicht angemessen.

Was halten Sie von Webseiten wie IMDb oder Rotten Tomatoes? Und warum?

Ich gucke da natürlich auch drauf, aber ganz ehrlich, wer sich davon leiten lässt...Ich verlasse mich dann eher auf bestimmte Kritiker, die man schon seit Jahren liest. Es gibt ja Autoren, bei denen man weiß, wenn dem das gefällt, gefällt es mir auch oder eben auch nicht.

Sie sind gut für einen kurzen Überblick, aber wenn ich mehr wissen will, dann lese ich eine Kritik. Aber wie gesagt, es kommt auch auf den Film an.

Man muss ja auch immer gucken, wer bewertet da und für wen sind die Filme gemacht. Eine Frage der Zielgruppen.

Heutzutage kann jeder Kritiker sein, wenn er möchte. Ist das Filmkritik? Und ist es eine gute oder schlechte Entwicklung in Hinsicht auf Traditionelle Filmkritik?

Ich finde das grundsätzlich gut, warum nicht. Jeder kann sich Journalist nennen und jeder hat die Möglichkeit sein Zeug zu verbreiten. Man ist nicht mehr auf Radio, Zeitung oder TV angewiesen. Jeder kann sein Zeug massenhaft verbreiten. Das öffnet das Spektrum und es ist ja niemand gezwungen, sich das anzugucken.

Schlimm finde ich es, wenn so getan wird, als sei es Journalismus aber eigentlich ist es nur Werbung. Das ist leider, glaube ich Online ziemlich verbreitet. Stichwort Influencer. Da gibt es junge neue Kollegen, die werden von der Produktionsfirma eingeladen, da gibt es dann Goodies und Komplimente. Und danach finden sie die Filme dann großartig. Und die Zuschauer denken, es sei eine unabhängige Stimme, in dem Moment, in dem sich jemand bezahlen lässt, um sowas zu äußern, ist es kein Journalismus mehr, sondern PR.

Haben Zeitungen oder andere Publisher vielleicht auch ein Vertrauensproblem, was z.B. bezahlte Kritiken und Werbung angeht? Sind YouTuber oder Blogger weniger beeinflusst und voreingenommen, da sie keine Werbung schalten müssen?

Ich kann nur vom Spiegel sprechen. Die Anzeigenabteilung und der redaktionelle Teil sind komplett getrennt. Ich erfahre nicht mal, welche Anzeigen wir schalten. Also wenn wir anfangen würden, unsere Berichterstattung danach zu richten, wer inseriert, dann könnten wir einpacken. Im Prinzip ist unser einziges Kapital unsere Glaubwürdigkeit. Ich kann es für den Spiegel und eigentlich auch für alle anderen großen kommerziellen

Medien ausschließen. Wo ich es nicht ausschließen kann, da kenne ich mich aber auch nicht so gut aus, ist mit Bloggern, YouTubern und Influencern. Von Influencern hört man das oft im Modebereich, mit Duschgels und Pullovern in die Kamera halten. Da sollte schon gekennzeichnet sein, wenn das Werbung ist. Aber ich glaube da ändert sich ja grade auch etwas. Das beeinflusst eben junge Zuschauer. Sowas ähnliches gibt es glaube ich auch im Kinobereich, wo die Grenzen zwischen PR und Journalismus verwischen.

Glauben Sie, Zuschauer vertrauen eher auf die Meinung von YouTubern o.ä, die näher am Publikum sind und vielleicht eine nachvollziehbarere Meinung haben? Selbe Meinung haben?

Ich glaube beides ist richtig. Für ein jüngeres Publikum funktioniert so ein Influencer besser. Weil die gar nicht hören wollen, dass der neue Avengers Film vielleicht gar nicht so gut ist. Das sind Fans, und der Blogger oder Influencer, der es aus der Fanperspektive sieht, trifft den Geschmack teilweise viel, viel besser als jetzt so ein älterer Sack wie ich. Der sagt, das habe ich aber vor 15 Jahren schon mal ähnlich gesehen, und wie ein großer Spaßverderber wirkt. Da glaube ich, hat man als klassischer Filmkritiker verloren. Und zwar zu Recht. Das will für solche Art Filme einfach niemand wissen. Gerade nicht die Leute, für die der Film gemacht ist.

Das ist ganz was anderes bei Filmen, die für das Programm kino Publikum gemacht sind, die schon viele Filme im Leben gesehen haben und auch nicht vier Mal im Monat ins Kino rennen, sondern nur drei Mal im Jahr, wo es noch mehr darauf ankommt, dass man ihnen Sachen empfiehlt oder sie davor warnt. Das hängt sowohl von den Zielgruppen der Filme als auch von den Zielgruppen der Medien ab.

Denken Sie, die Meinung von „Laien-Reviewern“ oder Youtubern sind zu oberflächlich. Braucht man für Filmjournalismus nicht ein großes Wissen über Film und Kino?

In dem Moment, in dem die dafür ein Publikum finden, die sich das angucken, was die da machen, hat das seine Berechtigung. Wer bin ich, darüber zu urteilen, dass das irgendwie schlecht wäre. Ich glaube da bekommt jeder was er verdient. Und wenn das populär ist, dann scheinen die etwas richtig zu machen. Da warne ich vor Hochmut der Kritiker.

Bleibt dadurch alles oberflächlich?

Nochmal. Es geht um die Art der Filme. Ich bin sicher, dass es da auch Kollegen gibt, die hochkompetent sind und hochkompetent über ihren Bereich berichten können. Die

vielleicht sogar ihr Stammpublikum von einem Film überzeugen können, den sie normalerweise nie geschaut hätten.

Sehen Sie einen Unterschied in geschriebener- und Video-Kritik? Wenn ja welchen?

Es sind völlig andere Darreichungsformen. Die Persönlichkeit von jemandem, der vor einer Kamera steht, kommt natürlich ganz anders rüber als von jemandem der schreibt. Gerade bei Filmkritiken hat jeder, der mit bewegten Bildern arbeitet, den Vorteil, dass man Ausschnitte aus dem Film oder Interviews zeigen kann. Andererseits sollte natürlich auch ein gut geschriebener Text über einen Film für sich funktionieren, dass es einem gelingt, einen Leser davon zu überzeugen, einen Film, den er gar nicht sehen wollte dann im Endeffekt doch zu gucken.

Geht es immer mehr in die Richtung Video?

Der Spiegel ist auch schon in diese Richtung gegangen. Wir haben eine Videoabteilung und teilweise haben wir auch Links im Heft, bei denen man sich dann Ausschnitte anschauen kann und eben sieht, wie sieht der Film denn aus. Das mache ich nicht bei jedem Film, aber ab und zu sind dann auch ein Kollege oder ich mal vor der Kamera zu sehen und erzählen was zu dem Film. Das hat´s alles schon gegeben.

Das Geschriebene wird dadurch nicht weniger, das Video ist in dem Fall eine Ergänzung.

Sollte eine Filmkritik vor oder nach dem Schauen eines Films gelesen/geschaut werden?

Gute Frage! Ein Kollege von mir liest die Texte grundsätzlich immer erst hinterher. Sagen wir mal so: Es gibt Autoren, Journalisten Kollegen, bei denen ich misstrauisch bin, ob mir nicht zu viel verraten wird. Der typische Spoiler eben. Das kann einen Film verderben. Ich sehe das an mir selbst. Auf Filmfestivals ist man oft der aller erste, der nach den Regisseuren den Film sehen kann. Und das, ohne vorher zu wissen, um was es geht und ohne vorher schon 23 Kritiken dazu gelesen zu haben. Und da bekommt man einen unvoreingenommenen Eindruck, und das hilft ungemein. Das ist eine große Befreiung.

Also tendenziell die Texte eher hinterher lesen.

Außer, wie gesagt, bei Filmen, die man eh nicht gucken würde. Da kann man ja schauen ob der Kritiker einem nicht doch Lust auf den Film macht. Bei Filmen, von denen man weiß, man schaut sie sowieso, die Kritiken erst danach lesen.

Wie sieht die Zukunft des Filmjournalismus aus?

Das ist eine große Frage, wie sieht denn erstmal die Zukunft des Kinos aus? Wenn man sich das anguckt, dass die Filme, die tendenziell auch interessant sind, um darüber zu schreiben, also Filme, die eher im Programmkino laufen, finde ich jetzt, keine Fortsetzungsfilm, sondern originelle Geschichten, das sind Filme die vor 20-30 Jahren für Oscars nominiert worden wären, gibt es heute ja leider immer seltener. Weil es immer schwieriger wird, solche Filme zu finanzieren. Es gibt entweder die ganz großen Hollywood Spektakel mit dreistelligen Billionen Budgets oder es gibt die ganz, ganz kleinen Filme, die teilweise mit Smartphones gedreht werden und dann leider nur irgendwo im Netz landen. Alles was dazwischen liegt, hat es meiner Meinung nach schwer. Und da ist es auch schwer zu gucken, was ist denn der Stoff, der den Leser interessieren würde, über was kann ich schreiben.

Es geht da um so viel Geld, da haben die großen Studios auch überhaupt gar kein Interesse mehr dran, wie eine journalistische Beschäftigung damit stattfindet. Das heißt, es gibt dann kaum noch Pressevorführungen für sowas oder eben erst spät vor dem Release des Films. Wir beim Spiegel müssen den Film spätestens eine Woche vor Filmstart gesehen haben, sonst geht das redaktionstechnisch nicht. Und die großen Blockbuster werden überhaupt nicht mehr so früh gezeigt. Die wollen nicht, dass im Spiegel steht, Fluch der Karibik neun ist halt nicht so gut. Das macht denen ihr Produkt etwas kaputt. Also Filmjournalismus wird es schon schwer haben in Zukunft.

Also heißt das, es geht immer weiter in Richtung Online?

Das kann gut sein, aber parallel werden ja auch Fernsehserien immer beliebter. Da gibt es ja so ein Überangebot, da kommt man als Konsument gar nicht mehr hinterher. Da sind dann doch einige bestimmt ganz dankbar für Journalisten, die Empfehlungen geben und eine Richtung vorgeben.

Kino mag vielleicht nicht mehr ganz so interessant und das Leitmedium sein. Aber für Journalisten wird es immer genug Stoff geben, über den man berichten kann.

Marco Risch, Nerdkultur

Zu Marco Risch:

- Arbeitet für Webidia.
- Hat davor bei anderem YouTube Kanal als Producer gearbeitet
- Hatte selbstproduzierte Sendungen
- Seit drei Jahren Nerdkultur
- Sein Channel ist OOC – Owned and Operated Channel
- Der Kanal gehört der Firma, und er produziert Videos für die Firma
- Vergleichbar mit Mediakraft von Filmfabrik
- Es geht bei seinem Kanal nicht darum, mit Views Geld zu generieren, sondern ein gutes Produkt zu erstellen, das Geld generieren kann
- Marco Risch ist 33 Jahre alt
- Das Thema Film beschäftigt ihn seit er 6 Jahre alt ist
- Würde sich selbst nicht als Journalist bezeichnen, er merkt aber an, dass Journalismus kein geschützter Begriff ist
- Seit rund 5 Jahren erstellt er journalistische Inhalte
- Da er Erfahrung als Producer und Editor gesammelt hat, kann man sagen, er beschäftigt sich seit 8 Jahren mit der Materie

Warum ist Filmkritik/Journalismus wichtig?

Wichtig. Wichtig ist so ein Wort. Es ist gleichzeitig so wichtig und so unwichtig, wie alles was sich mit Kunst beschäftigt. Medien generell, egal ob Film, Videospiele, Literatur oder das kulturelle Zeitgeschehen, es ist immer relevant für die Gesellschaft, solange wir nicht gegen Hungersnot ankämpfen. Desto weiter die Gesellschaft kommt, umso stärker wird alles was mit Medien und Kultur zu tun hat, umso mehr reden die Leute darüber, umso mehr Redebedürfnis ist da, umso mehr müssen das irgendwelche Leute bedienen und das ist eben bei uns stark der Fall. Insofern ist es so wichtig wie alles im Feuilleton. Ich würde aber behaupten, dass Film an und für sich immer wichtiger wird, auch gerade, wenn man Serien und das Streaming-Zeitalter abdeckt, ist es eigentlich sogar „Gesellschaftsrelevanter“ als die meisten Medien, über die berichtet wird. Ich würde sagen, es ist heutzutage für eine große Masse an Menschen wichtiger als Literatur-, Kunst-, Theater- und immer noch wichtiger als der Videospiele-Journalismus. Also an und für sich ist es super relevant und gleichzeitig genauso irrelevant.

Zwischenfrage:

Andere Interviewpartner erwähnten, dass sie der Meinung sind Film würde immer unwichtiger werden. Was sagst du dazu?

Es wird ja gerade jetzt im Streaming-Zeitalter eigentlich noch stärker. Wenn man es allerdings nur auf Kino beschränkt und denkt, dass Kino, das einzig relevante für den Film ist, dann wird es allerdings immer unwichtiger.

Es wird aber auch generell der klassische Filmjournalismus immer unwichtiger. Ich bin der absoluten Überzeugung, dass die Zeit der Filmkritiken so gut wie zu Ende ist. Das ist etwas, was die Welt heute kaum noch interessiert. Ich halte gerade Filmkritik für überholt, zumindest die klassische Art von Filmkritik. Deswegen habe ich mich auch davon verabschiedet. Wenn ich sage, ich mache ein Review oder eine Filmkritik, dann sage ich das in Anführungsstrichen. Ich lasse auch die eigentlich SEO relevanten Wörter Kritik und Review aus meinen Videos heraus, es steht nicht einmal mehr im Titel drin. Weil ich mehr machen möchte als eine Filmkritik oder ein Review.

Du hast ja auch mit Robert Hofmann gesprochen, richtig? Über Robert könnte man sagen, er ist der relevanteste Filmkritiker Deutschlands. Auch wenn er sich selbst nicht dafür hält, wenn dein ganzer Content nur aus Filmkritiken und Trailern besteht, dann bleibt ihm nicht mehr viel, wenn er nicht der größte Filmkritiker ist. Damit baut er seine Reichweite auf, gleichzeitig zeigt das, dass er wenig Reichweite hat. Nichts gegen Robert, aber seine durchschnittlichen Views auf seinem Kanal bewegen sich bei 60 000 Views pro Video. Ich zum Beispiel habe 90 000 im Durchschnitt, und ich habe einen wesentlich kleineren Kanal, und ich mache wesentlich weniger Videos. Das zeigt mir, dass Filmkritiken gar nicht so gut laufen, und auch bei Robert laufen die Trailer besser als seine Filmkritiken. Das heißt es läuft im Wesentlichen sogar ziemlich schlecht, wenn er der wichtigste Filmkritiker in Deutschland ist und nur so wenig Views damit macht, ist das nicht relevant. Das will ich damit sagen.

Ich habe damit aufgehört, klassische Kritiken und Reviews überhaupt zu machen, weil ich festgestellt habe, dass ich mit einigen meiner Reviews der meistgeklickte in Deutschland war, noch vor der Filmfabrik oder Robert Hofmann und wenn, dann waren höchstens diese beiden vor mir. Es gab wenig, was ich als wirkliche Konkurrenz hätte betrachten können, in Deutschland. Wenn ich dann aber gleichzeitig meine durchschnittlichen Viewzahlen auf meinem Kanal betrachte und sehe, dass meine Kritiken schlechter klicken als alles andere. Vor allem Longtail schlechter, das bedeutet, wie viele Leute klicken auch über längere Zeit noch auf das Video. Grade bei Kritiken und Reviews ist das ganz schlecht. Kritiken klicken am Anfang überdurchschnittlich gut, aber nach zwei Wochen klickt das kein Mensch mehr. Das bedeutet im Wesentlichen für

mich, dass Reviews in Deutschland nur Kaufberatung sind. Wenn dem nicht so wäre, dann könnte ich jetzt eine Kritik über „Der Pate“ machen und sie würde genauso gut klicken, wie eine Kritik über den nächsten Avengers. Aber das ist nicht so. Man kann quasi nur über aktuelle Filme einigermaßen klickrentabel berichten. Auch unabhängig von Video. Das ist ja bei Artikeln nicht anders. Man fängt jetzt nicht an, Filmrezensionen zu alten Filmen zu machen. Das macht man nur auf Bloggs, wo es dann nur eine ganz bestimmte Zielgruppe interessiert.

Also kann man sagen, dass Filmkritiken und Reviews nicht mehr relevant sind, da sie als Kaufberatung wahrgenommen werden. Der Metacritic Score ist wichtiger. Der Eindruck, den man von einem Trailer hat ist wichtiger. Ich würde sagen, fast alle Leute haben Meinungen zu einem Film, den sie nie gesehen haben, aber sie kennen den Trailer. Und sie meinen deshalb eine valide Meinung zu haben, ob sie den Film sehen wollen oder nicht. Das sei ja jedem gegönnt. Deshalb brauchst du Filmkritik für die Einzelperson eigentlich nicht mehr.

Ich habe auch festgestellt, Filmkritiken laufen Longtail besser, wenn sie einen essayistischen Ansatz haben. Also die konkrete Beantwortung einer Frage, die Aufarbeitung eines bestimmten Teils des Films oder zusammenhängende News über den Film, über den ich gerade sprechen möchte. Das sind die Sachen, die auch langfristig funktionieren können. Meine letzte reguläre Filmkritik war zu „Spider-Man: Homecoming“, mit dem Aufmacher, wer braucht Spiderman zum dritten Mal rebootet? Und das war tatsächlich ein Punkt, der manche Leute interessiert hat. Wer will das denn noch? Jetzt kommt der X-te Spider-Man Film, wer will denn noch? Und das war auch der Hauptpunkt, den ich an dem Film abgearbeitet habe. Und so versuche ich, wenn ich eine Kritik mache, einen interessanten Punkt zu finden.

Insofern ist klassischer Filmjournalismus, die Filmkritik, tatsächlich meiner Meinung nach mittlerweile komplett irrelevant und wird so auch nicht wiederkommen. Dafür ist die Konsumkultur zu groß. Man braucht keine Kaufberatung mehr, man hat ja schon den Trailer gesehen oder das Plakat an der Bushaltestelle.

Andererseits, um es nochmal ins gesellschaftliche Bild zu bringen. Auch wenn Kritiken bei mir deutschlandweit mit am besten laufen, im Vergleich zu einem normalen Bibi-Video, die irgendwie eine Einkaufsstüte aufmacht, dann zeigt es auch, wie irrelevant es für die meisten Menschen ist. Wie relevant ist Filmjournalismus wirklich? Wenn ich einer der relevantesten bin, warum ist dann ein Dm-Haul zehn Mal interessanter für die meisten Menschen? Das zeigt auch so ein bisschen, wo wir da im Moment gerade stehen.

Ich glaube aber gleichzeitig nach wie vor, in einem Zeitalter, in dem fast jeder einen Netflix Account besitzt, ist es wichtiger als jemals zuvor, wir müssen uns halt nur stark umschauen, was interessiert die Leute und wie erreichen wir die Leute?

YouTube selbst ist ein audiovisuelles Medium, das sich des Mediums Film bedient, um Leuten über Filme etwas begreiflich zu machen.

Hat Filmjournalismus nur die Plattform geändert, oder hat es sich auch im Wesentlichen verändert? Wenn ja, wie hat es sich Ihrer Meinung nach verändert?

- Wurde mit der vorherigen Antwort schon beantwortet.

Ist Filmkritik, im traditionellen Sinn, noch nötig? Reicht nicht ein Sterne-System wie bei Rotten Tomatoes? Wie sehen Sie den Wert eines Punktesystems?

Ich glaube, gerade in letzter Zeit sieht man, dass Wertungssysteme wichtig sind, also Rotten Tomatoes und Metacritic, die sind wichtig. Nur wir dürfen den eigentlichen Ansatz, wie die Filmkritik gestaltet ist, wie groß sie ist, wie aufgebläht sie ist, nicht überbewerten, das ist tatsächlich nicht mehr so wichtig. Man sieht ja auch bei größeren Filmeseiten, wenn man da den Einblick in die Insides hat, wie die Verweildauer der Leser/Zuschauer ist, wann sie in einen Artikel einsteigen und wieder aussteigen, dann endet das sehr oft damit, dass sie den Einstieg lesen und nur den Ausstieg noch kurz mitnehmen, also was ist die eigentliche Wertung, was steht ganz unten im Text, und was ist das Fazit. Die eigentliche Kritik wird immer weniger gelesen von den Leuten. Daran muss man sich anpassen. Nur eine Wertung drunter zu, knallen, wäre wahrscheinlich ein bisschen wenig, aber Filmkritiken, grade im englischsprachigen Raum, werden auch immer kürzer und immer prägnanter. Es ist nicht mehr die große allumfassende Filmkritik. Es geht darum, jemandem einen schnellen Überblick zu verschaffen.

Heutzutage kann jeder Kritiker sein, wenn er möchte. Ist das Filmkritik? Und ist es eine gute oder schlechte Entwicklung in Hinsicht auf Traditionelle Filmkritik?

An sich finde ich eine solche Meinungsinfation trotzdem wichtig und richtig. Es ist ja auch immer eine Evolution dahinter, die besten und stärksten setzen sich durch. Das kann aber jeder sein. Das kann ich sein, der grade so einen kleinen Kanal gestartet hat oder das kann jemand sein, der gerade bei Spiegel Online angefangen hat, Filmkritiken oder Video-Essays zu machen. Die Besten werden sich durchsetzen, und das sind im Zweifelsfall halt hochtalentierte Blogger. Ich glaube grade im englischen Raum sind das alles hochtalentierte Menschen, die das als Privatpersonen von zuhause aus gestartet haben und immer größer und größer wurden. Gleichzeitig ist die Gesamtmenge an Zuschauern immer noch begrenzt und selbst die größten englischen Filmkritiker, im

YouTube-Bereich zumindest, haben immer noch überschaubare Views. Die müssen immer noch mit Bibi und ihren Einkaufsstüten konkurrieren. Also selbst die größten sind nicht riesig. Aber es gucken Leute, damit ist es relevant und es gibt eine natürliche Selektion, die da stattfindet. Jeder ist dazu eingeladen, sich selbst in der Nahrungskette hoch zu kämpfen, muss aber auch damit leben, dass es sehr viel Konkurrenz gibt.

Zwischenfrage:

Wird dadurch die Beschäftigung mit Filmen nicht zu oberflächlich?

Das möchte ich gar nicht beurteilen, ich finde, es gibt diese natürliche Selektion. Da kann oben jemand stehen der gerade genug in die Tiefe geht und gerade genug oberflächlich ist und damit besonders viele Menschen erreicht. Es gibt aber an der Spitze auch viele Leute, die sehr Deep sind, nicht oberflächlich und trotzdem viel gesehen werden. Die Zuschauer entscheiden, wer gut ist und wer nicht und warum.

Nimm zum Beispiel Robert. Was Filme angeht bin ich selten einer Meinung mit ihm. Es ist ja auch eine Geschmacksfrage. Robert hat aber das wunderbare Talent, dass er 15 Minuten lang ohne Punkt und Komma und ohne einen einzigen Videoschnitt machen zu müssen, relativ frei reden kann, ohne viel vorzubereiten. Das ist sein Talent und das ist, was seine Zuschauer sehen wollen. Ich dagegen muss tagelang skripten und plane alles bis auf den letzten Frame im Video durch. Das sieht bei mir alles anders aus. Es ist aber auch ein anderer Anspruch und ein anderes Publikum, funktioniert auch ganz anders, und im Zweifelsfall ist eben der oben, der von den Zuschauern erwählt wird.

Ich mache mir eigentlich nur Gedanken, was ich an meinen Videos besser machen kann, und warum Videos von anderen manchmal besser laufen, war es die Überschrift oder war es das bessere Video?

Glauben Sie Zuschauer vertrauen eher auf die Meinung von YouTubern o.ä, die näher am Publikum sind und vielleicht eine nachvollziehbarere Meinung haben? Selbe Meinung haben?

Da würde ich sagen ja, der klassische Kritiker ist nicht der klassische Influencer. Kritiker versuchen zwar die journalistische Distanz zu wahren, aber wie viele berühmte Filmkritiker kennst du? Vom Namen her? Außer Roger Ebert fällt mir da meistens niemand ein. Mir fallen Plattformen ein, du denkst an Spiegel Online oder an Filmstarts, du denkst wenig an einzelne Filmkritiker. Aber du kannst auf Anhieb mehrere Film-YouTuber nennen, ich könnte sogar einige Film-Blogger nennen. Die ja eigentlich auch Filmkritiker sind, ich nehme sie aber eher als Influencer wahr.

Der klassische Filmkritiker hat immer so den Stempel, dass er so ist, wie die Kritikerin in Birdman. Dass es im Endeffekt ja doch ihre eigene Meinung ist und sie eigentlich auch

ein Influencer ist und sie das Gefühl hat, sie muss die Leute erziehen und eigentlich überhaupt nicht journalistisch unabhängig ist. Das heißt nicht, dass der traditionelle Filmkritiker so ist, es gibt solche aber. Ich sehe es ja an den Pressevorführungen, ich merke es selbst, wenn man manchen Teilen der Journaille einfach nur zuhört, im privaten Gespräch untereinander, dann ist das teilweise sehr schockierend. Da denkt man sich: „Ich, als teilweise bezahlter Influencer mit seinen Promo-Deals, besitze mehr journalistische Unabhängigkeit, als jemand der sie eigentlich haben sollte.“

Influencer sind mittlerweile wichtiger, sonst wären sie keine Influencer. Dann würde man sie nicht mit Geld überhäufen. Ob das jetzt bei Film oder bei ganz einfacher Produkt-Marken-Kommunikation ist, ist egal.

Denken Sie die Meinung von „Laien-Reviewern“ oder Youtubern sind zu oberflächlich. Braucht man für Filmjournalismus nicht ein großes Wissen über Film und Kino?

Das kommt auf die Leute an. Das kann man unterschiedlich beurteilen. Es gibt ein gutes Beispiel zum neuen Avenger Film. Die in Deutschland, auf YouTube, am meisten geklickte Filmkritik zu Avengers: Infinity War, ist von Jay und Arya. Das ist jetzt nicht der Content, den ich verfolgen würde und es ist sicher auch ein ganz anderes Zielpublikum als bei mir. Ich will den Jungs echt nicht zu nahetreten, wenn ich sage, die machen immer so einen leicht debilen Eindruck, ich habe gehört, das sind ganz coole Jungs, aber ich merke das jetzt nicht, nur wenn ich ihre Videos sehe. Die haben die meist geklickte Review zu Infinity War gemacht. Nur ist die meist geklickte Review eine bezahlte Promotion von Disney. Sie haben das gekennzeichnet und sagen das auch gleich im Video. Also bezahlt im Prinzip von, sie waren auf dem Event, hatten exklusiv Zugang, ihre Meinung sei aber nicht gekauft und sie machen das aber alles ganz frei und selbst. Das glaube ich denen auch. Es hat halt nur einen gewissen Beigeschmack, wenn jemand der grade noch Robert Downey Jr. die Hand schütteln durfte, dir als nächstes erzählt, wie gut oder schlecht der Film war. Und natürlich sind sie begeistert, sind ja viele Leute von Infinity War. Im Gegensatz dazu ist die zweit meist geklickte Review zu dem Film meine, die hat nur halb so viel Views, ist sehr kritisch mit dem Film, ist hoch anspruchsvoll glaube ich, und bedient nur einen ganz kleinen Meinungsteil der Zuschauer. Das ist ja auch der Aufhänger meines Videos, dass die meisten Leute es anders sehen werden als ich.

Ich finde, beides ist legitim. Jay und Arya dürfen ihrer Meinung sein und ganz viele Leute derselben Meinung sein und umgekehrt ist es auch so, was meine Meinung angeht. Insofern batteln sich hier grade super deeper Filmjournalismus und ein ganz einfaches Opinion Piece und im Zweifelsfall ist das flachere natürlich besser geklickt. Die haben

aber auch ein größeres Zielpublikum. Dann ist das halt so. Da muss man mit leben. Ich habe mit meinem Video aber auch ganz viele andere flache Opinion Pieces ausgestochen. Damit meine ich nicht Cinema Strikes Back oder Robert Hofmann, sondern jeden der seine Meinung zu Infinity War auf YouTube schnell hochgeladen hat. Damit hat das Publikum wieder entschieden, was relevant ist und anscheinend ist irgendwie beides relevant.

Zwischenfrage:

Glaubst du, solche Opinion Pieces funktionieren nur bei Franchisefilmen? Oder bei allen Filmen?

Das kann bei allem funktionieren, es ist nur bei den Franchise Filmen relevanter als bei anderen Sachen. Was Jay und Arya über die neue Black Mirror Folge denken ist sicher auch interessant, aber nicht so relevant wie was sie über Infinity War denken. Das ist einfach das Diktat von dem was am erfolgreichsten ist.

Sehen Sie einen Unterschied in geschriebener- und Video-Kritik? Wenn ja welchen?

Das ist natürlich ein großer Unterschied, weil du über etwas Visuelles redest, wenn du schreibst. Das kannst du im Zweifelsfall in einem Video besser erzählen. Aber natürlich nur, wenn man es auch macht. Robert Hofmann zum Beispiel zeigt ja nur den Trailer, und das war`s. Der einzige Mehrwert dabei ist dann, dass er dir sehr persönlich und direkt vor der Kamera, ohne Zwischenschnitte dir etwas über den Film erzählt. Das ist der Mehrwert im Gegensatz zu einer geschriebenen Kritik. Dafür ist die rein geschriebene Kritik durchdachter als das, was ihm in zehn Minuten gerade einfällt.

Bei mir ist es auch nochmal eine andere Nummer, es ist sehr durchgeskripted mit dem Text, gleichzeitig ist es ein visuelles Medium, und das bediene ich sehr stark. Ich würde sogar behaupten, dass ich die Stilmittel, über die ich rede, auch für die Videos verwende. Wenn ich ein Video zum Kuleshov Effekt mache, benutze ich auch den Kuleshov Effekt. In einem Video zu „Ghost in the Shell“, was indirekt auch eine Filmkritik war, dabei habe ich aber einen essayistischen Ansatz für eine Filmkritik gewählt.

Man kann quasi die gleichen manipulativen Filmstilmittel benutzen, während man über diese Filme redet. Das Schöne ist, man muss nicht sagen: „Diese Schauspiel-Leistung war schlecht.“, sondern man zeigt einfach einen ganz kleinen Ausschnitt dieser Schauspiel-Leistung, und dann kann jeder für sich selbst urteilen. Das Video ist in dem Moment der eigene Beweis dafür, was man gesagt hat. Während das rein geschriebene Wort oft nur die reine Behauptung ist.

Man könnte einen extremen Vergleich machen. Was der unnützigste Journalismus auf der ganzen Welt ist, ist Musik-Journalismus, wenn er Kritik ist. Geschriebene Kritiken zu Musik, das geht halt nicht. Was soll man denn damit anfangen? Da verbalisiert jemand seinen Musikgeschmack. Konkrete Inhalte, völlig in Ordnung, alles was Fakten sind oder vielleicht auch essayistisch hergeleitet. Aber wenn jemand seinen Musikgeschmack als Meinungsdictat geben will, dann kann ich nichts damit anfangen. Das ist im Prinzip, als würde ein Blinder über seinen Lieblingsporno sprechen. Das hat nichts auszusagen. Das ist so ein bisschen das Problem, mit dem der klassische Filmjournalismus zu kämpfen hat. Er funktioniert im Zweifelsfall besser, wenn du was von dem Film siehst. Nicht umsonst sind in jeder Online-Filmkritik Film-Clips und Trailer eingebunden. Der Leser kann sich, während er die Kritik liest, zumindest ein Bild machen, wie der Film aussieht. Das hat man eben beim Spiegel im Heft nicht. Das ist tatsächlich, glaube ich, ein Problem.

Ich glaube, dass die in Zeitungen und Zeitschriften abgedruckte Kritik darum immer unrelevanter wird.

(Marco Risch merkt noch an, dass man gerade für Videos wie sein darauf angewiesen ist, den Film, oder zumindest mehrere Filmszenen zu Verfügung zu haben. Es kann schwer sein ein 15 Minuten Video nur mit Bildern aus dem Trailer zu füllen.)

Wir unterhielten uns kurz über eines seiner Videos zu „The Last Jedi“, dazu merkte er an:

Eine interessante Beobachtung, was sind denn die erfolgreichsten Videos zu „The Last Jedi“? Es gibt die ganz starken Meinungsstücke, die ganz am Anfang des Jahres passiert sind. Sehr, sehr viele erfolgreiche Videos zu dem Film sind allerdings erst entstanden, als der Film im Home-Release war. Was mir wiederum zeigt, dass die klassische Kaufberatung total unnötig ist. Die Leute wussten ja eh, dass sie in den Film reingehen. Sie haben die Kritiken gebraucht, um ihre Meinung bestätigt zu fühlen und sich andere Meinungen anzuschauen. Es ist sehr oft Meinungsbestätigung, die Leute bei Kritiken suchen. Das sieht man anhand der Kommentare.

Mit die besten/ erfolgreichsten Videos, sowohl bei mir als auch bei anderen, sind alle nach dem Home-Release entstanden. Videos die sich mit etwas Abstand zum Film, mit dem Film auseinandergesetzt haben. Das ist, was die Leute von dem Film wollten, da der Film so viel Gesprächsbedarf hervorgerufen hat. Das zeigt aber nur ganz prominent, wie sich sowas entwickeln kann. Das ist für mich einer der vielen Beweise, warum der ganze klassische Filmjournalismus, sowohl in Video- als auch in Textform, nicht das ist, was die Leute noch wollen. Sondern, dass es da durchaus viel differenzierter sein darf.

Die Filmlandschaft hat sich stark verändert. Lauter Sequels und Adaptionen. Hat das Einfluss auf den Filmjournalismus?

Es hat halt den ganz starken Einfluss, dass man sich auf das stürzt, was die Leute auch lesen wollen. Da leiden halt die kleinen Filme sehr stark drunter, in der Berichterstattung. Es ist ein Diktat des Franchises, es ist ein ewiger Kreislauf. Leute kennen nur die großen Franchises, Leute wollen mehr über diese Franchises wissen und selbst müssen wir mehr über die Franchises berichten, und das wird damit befeuert, dass die Leute nur die Franchises kennen. Ein ewiger Teufelskreis.

Ich bin dem aber gar nicht so böse. Wir diktieren es ja selbst, was im Kino gut funktioniert und was nicht und warum die Streamingdienste auf einmal auf dem Vormarsch sind. Game of Thrones ist hoch anspruchsvoll, gleichzeitig ist es die erfolgreichste Serie der Welt. Das kann auch daraus entstehen. Ich tu mich schwer damit, das jetzt schlecht zu finden. Ich finde nicht die Entwicklung der Filme per se schlecht, oder was die Filmverleiher damit machen, sondern eher wie wankelmütig und gleichzeitig so glattgezogen der Filmgeschmack der Leute eigentlich ist und halt lieber im Zweifelsfall dem Marvel-Film vertrauen. Das ist etwas schade, ich hoffe, dass bessere Filme den Leuten irgendwann zeigen, dass es auch besser geht. Wie zum Beispiel „The Dark Knight“, der ja ein sehr erfolgreicher Mainstream-Film war. Das zeigt, dass erfolgreiches Mainstream-Kino auch anspruchsvoll sein kann. Das fehlt mir gerade in der Filmlandschaft. Aber jeder Filmemacher ist dazu eingeladen, den noch besseren Franchise-Film abzuliefern. Es müssen nicht alle Marvel hinterherrennen. Auch Marvelfilme können große Überraschungen sein. Zum Beispiel die „Guardians of the Galaxy“- Filme, die so viel Herz besitzen, erfolgreich waren und, wie ich glaube, auch eine große Rolle beim Erfolg von Infinity War gespielt haben.

Es ist Hoffnung da, Leute müssen sie nur wahrnehmen. Es liegt halt an den Leuten und wie wir darüber berichten. Ich versuche, mich auch mit Sachen zu befassen, die mich einfach interessieren und nicht nur mit solchen, die Klicks bringen.

Zwischenfrage:

Meinst du, anhand deiner vorherigen Aussagen, dass kleinere Filme dadurch immer mehr untergehen? Rodger Ebert konnte mit seiner Kritik zum Film „I Will Follow“ den Film erst ins Auge der Öffentlichkeit heben und ihm so zum Erfolg zu verhelfen. Wenn traditionelle Filmkritik tot ist, was passiert dann mit solch kleinen Filmen? Gehen sie über zu den Streamingdiensten?

Das ist etwas, was wir jetzt gerade beobachten und auch eine logische Konsequenz ist. Ich fände es auch nicht so schlimm, wenn ich ehrlich bin. Im Durchschnitt gehen die

Leute sehr selten ins Kino, und wenn sie dann nur die großen Filme belohnen, dann muss es eine Alternative für die kleinen Filme geben, und da bieten sich die Streamingdienste gerade an. Ich bin ganz froh, dass es so ist. Ich finde es verlogen zu sagen: „Ah, der Film gehört eigentlich auf die große Leinwand“, also nur darüber jammern, aber selbst rennt jeder nur in die großen Marvelfilme. Ich bin großer Verfechter von den Streamingdiensten. Das Heimkino ist nicht zu unterschätzen. Ich gehe trotzdem für mein Leben gern ins Kino. Ich bin gespannt, wo die Balance hinausläuft, wage es aber nicht zu prognostizieren. Vor fünf Jahren hätte keiner gedacht, dass Netflix so riesig wird.

Jetzt sind wir an dem Punkt, wo die großen Streamingdienste aufgesplittet werden auf ganz viele kleine Streamingdienste. Netflix verliert viele IPs an den Disney Streamingdienst, und viele große Kabelsender aus den USA bekommen ihre eigenen Streamingdienste, das bedeutet, man findet jetzt schon bei einem Streamingdienst nicht mehr alles. Es wird immer kleinteiliger, es wird immer mehr exklusive Inhalte geben, auf mehrere Streaming Seiten verteilt. Man darf gespannt sein, wie wir Zuschauer damit umgehen, und ob das dem Kino gut oder schlecht tut. Es gibt auf jeden Fall so viele und so leicht zugängliche Filme wie noch nie zuvor. Für die Zuschauer ist das ein großer Luxus.

Haben Zeitungen oder andere Publisher vielleicht auch ein Vertrauensproblem, was z.B. bezahlte Kritiken und Werbung angeht? Sind YouTuber oder Blogger weniger beeinflusst und voreingenommen, da sie keine Werbung schalten müssen?

Meiner Meinung nach sind Zeitungen immer noch unabhängiger als die klassischen Influencer oder Video-Medien. Wir sind ja noch werbeabhängiger als die Zeitung selbst. Die haben ja zahlende Abonnenten. Gerade die kleinen Influencer und Selbstständigen, sind von den großen Verleihern abhängig. Da muss ich wieder auf Robert Hofmann verweisen, damit verdient er sein Geld. Sein Geld verdient er nicht mit den Views, er verdient es hauptsächlich, fast all sein Geld, mit bezahlten Kooperationen mit Filmverleihern. Auch wenn Robert sehr viel Wert darauflegt, unabhängig zu berichten und auch zu betonen, dass er unabhängig ist, ist er gleichzeitig jemand, der rein von dem guten Willen der Verleiher abhängig ist.

Es würde nicht klappen, wenn Verleiher ihm nicht das Geld geben würden, um seine Social Movie Night zu finanzieren. Deswegen ist er eigentlich viel abhängiger von Werbung als es eine Zeitung ist. Ich würde mich da jetzt nicht ausnehmen. Ich mache auch viele Promo-Deals. Ich scheue mich auch nicht, in Merchandise rumzulaufen. Ich trage momentan eine Uhr, für die ich auch Instagram einen Deal gemacht habe. Weniger

unabhängig bin ich deshalb bestimmt nicht, ich würde mich immer noch als sehr unabhängig bezeichnen. Ich trage auch Star Wars Klamotten, ja auf jeden Fall. Deswegen scheue ich mich aber nicht „Solo: A Star Wars Story“ als schlechten Film zu bezeichnen. Oder Avengers Infinity Wars als unendlich bedeutungslos. Was eigentlich ein Beweis ist, dass man unabhängig ist. Gleichzeitig fällt es einem leicht, dass gerade Disney gar kein Geld in Influencer Marketing steckt.

Ich würde im Zweifelsfall sagen, dass jemand der selbstständig arbeitet und keine Abonnenten hat, die für ihn zahlen, abhängiger von Werbepartnern ist als Zeitungen.

Im Zusammenhang dessen, erklärt Marco, wie viel man durch Views auf YouTube einnimmt.

100 000 Views ergeben knapp 100 Dollar. Wenn ich eine Woche lang an einem Video sitze und es macht 250 000 Views, dann sind das 250 Dollar. Wenn ich eine gute Zuschauerbindung habe und die Likes stimmen, kann das auch mal 300 bis 400 Dollar sein, aber das ist halt nichts für eine ganze Woche Arbeit. Das sind Steuern. Man kann pur von Klicks nicht leben. Niemand ist abhängiger von Werbedeals als Influencer.

Sollte eine Filmkritik vor oder nach dem Schauen eines Films gelesen/geschaut werden?

Beides, je nach dem was man möchte. Wenn man bei meinen Kritiken darauf achtet, sind sie immer spoilerfrei gehalten. Man kann sie sowohl davor als auch danach schauen. Das sollte man auch so machen. Aber das kann jeder machen wie er es möchte.

Es gibt ab und zu Videos mit einem Spoiler-Part. Aber eine Kritik muss auch ohne Spoiler funktionieren. Man muss das aber auch hinbekommen. Wenn es nur um die Meinung geht, ist das einfach. Man sagt: „Fand ich gut, fand ich schlecht“, dann spoilert das nicht, aber es sagt mir auch nichts. Konkreter zu werden, ohne alle gleich zu spoilern, finde ich eigentlich sehr wertvoll. Ich glaube das funktioniert. Dafür braucht man nicht mal eine Inhaltsangabe. Die Trailer sprechen heutzutage für sich.

Wie sieht die Zukunft des Filmjournalismus aus?

Wenn ich das wüsste hätte ich mich schon besser darauf vorbereitet. Ich glaube, dass der tiefe Journalismus immer wichtiger wird, aber er wird auch vielfältiger und größer, differenzierter, kleinteiliger. Also wie es Webseiten gibt, die sich nur mit Star Trek auseinandersetzen und es Webseiten gibt, die sich nur mit Star Wars auseinandersetzen, wird man diese tiefe Spezialisierung immer mehr finden und immer aufgeteilter. Ich glaube, dass ein Portal, das alles, aber dafür oberflächlich abdeckt, keine Chance hat und nicht so relevant ist.

Das gibt es schon alles, das ist eh schon abgedeckt. Das sind auch die Großen, das stimmt, aber sie haben ein sehr breites Zielpublikum. Ich glaube, dass gerade in der Werbewirtschaft die sehr engen, spitzen Zielgruppen, das Getargete immer wichtiger wird. Deswegen werden auch kleinere Reichweiten, wenn sie das richtige Zielpublikum ansprechen, relevanter sein.

Wenn es für die Werbewirtschaft relevant ist, dann ist es auch „wichtiger“. In Anführungsstrichen, als groß in den Äther zu senden, und keinen interessiert's`

Das ist der Ansatz, den ich mit Nerdkultur verfolge, eigentlich die Quintessenz von Nerdkultur. Und ich verspreche mir davon, dass es sehr erfolgreich ist. Es ist aber auch gleichzeitig einfach das, was ich tun will. Deswegen ist es durchaus egoistisch das anzunehmen. Am Ende des Tages sind Jay und Arya immer noch die erfolgreichste Filmkritik zu Infinity War.

Zwischenfrage:

Also wenn die beiden die Erfolgreichsten sind, heißt es dann, es geht wohl eher in die Richtung Opinion Piece und bezahlt?

Ja, mehr Tiefgang mit weniger Reichweite. Es hat alles Vor- und Nachteile.

Um es anders auszudrücken:

Wenn ich jetzt Elbenwald wäre, wo würde ich Werbung schalten? Bei den beiden? Oder bei mir? Ich würde bei mir die Werbung schalten, weil ich eben das Publikum dafür habe. Es ist sehr spitz, es ist auf Merchandise-Artikel aus und bei Jay und Arya wäre es zwar nicht doof, wegen der Reichweite, aber es ist nicht das Zielpublikum und es ist jünger. Die meisten meiner Zuschauer sind zwischen 18 und 49 Jahren. Die Hälfte meiner Zuschauer ist älter als ich. Bei den anderen beiden sind eben 60 Prozent zwischen 13 und 18 Jahren. Das sind nicht die Leute, die bei Elbenwald den Laden leer kaufen. Das muss man bedenken.

Gleichzeitig muss man aber auch sagen, dass die Werbetreibenden sowas auch nicht immer wissen. Für die ist das alles noch neu. Es ist für uns alle neu. YouTube gibt es erst seit zehn Jahren. Das wird sich noch entwickeln. Und man wird dann sehen, wo das hinführt.

Kay Hoffmann, Haus des Dokumentarfilms

Über Kai Hoffmann:

- Hat in Marburg Kulturwissenschaften studiert
- Wollte schon immer in Richtung Film
- Hat bei ZDF, HR, FAZ und Filmecho Praktika gemacht
- Wurde bei Filmecho übernommen
- Hat viele Filmkritiken geschrieben und ist auch auf Festivals gegangen
- Hat für Berlinale gearbeitet
- Für verschiedene Zeitungen als Fachjournalist tätig
- Auch viel Berichterstattung über Festivals, Drehberichte usw.
- Arbeitet seit Mitte der 90er im Haus des Dokumentarfilms

Ich habe bei meiner Arbeit über die Jahre schon festgestellt, dass sich der Filmjournalismus stark verändert hat. Vor allem ab den 90er Jahren. Gerade zum Beispiel bei der Berlinale war es üblich, danach immer einen Bericht zu schreiben, was man gesehen hat und eben nochmal reflektiert hat, wer, was, warum gewonnen hat. Diese Nachberichterstattung ist sehr eingeschränkt worden. Heute machen viele Zeitungen nur noch Vorberichterstattung, also wer hat welchen Film gemacht und was wird gezeigt. Eine Reflektion über die Filme findet fast gar nicht mehr statt.

Das hat verschiedene Gründe. Einmal sind die Fachzeitungen ziemlich unter Druck, in der Konkurrenz zum Internet. Sie verlieren Werbekunden, und die Hefte werden dünner. Außerdem versuchen sie, mit dem Internet zu konkurrieren und wollen immer schneller sein. Und das ist eben meist nur mit einer Vorberichterstattung möglich. Wenn ein Heft nur einmal im Monat erscheint und man dann erst von einem Event berichtet, da interessiert sich keiner mehr, was vor einem Monat aktuell war. Die Infos hat man sich schon lange aus dem Internet besorgt.

Heute arbeite ich im Haus des Dokumentarfilms. Was sich da ergeben hat ist, dass die natürlich auch Webseiten haben und ich eben jetzt auch recht ausführlich über Filme und Festivals online berichten kann. Wesentlich mehr, als ich es bei den Printausgaben könnte. Dadurch bin ich auch recht aktuell. Das mache ich nur in geschriebenen Berichten. Ein Blog ist als Einzelperson zu aufwendig. Und für eine weitere Person, die schneiden kann und so weiter, ist eben auch kein Geld da.

Wenn ich für das Haus des Dokumentarfilms auf die Suche nach Filmen gehe, die für uns interessant sind und dann nach Filmkritiken im Internet suche, finde ich meist nur den Presstext der Agentur, auf vielen Seiten, eins zu eins übernommen. Zumindest beim Dokumentarfilm habe ich das Gefühl, es gibt kaum jemanden der sich damit Online beschäftigt.

Das liegt glaube ich auch daran, dass das Kino sich verändert hat. Ich habe ja die These, dass der Dokumentarfilm das erste Opfer der Digitalisierung ist. Vor 10-15 Jahren war ein riesen Boom zum Dokumentarfilm, und das ist halt seit 2007 ziemlich abgebrochen, das hat auch mit der Einführung der digitalen Projektion im Kino zu tun.

Auf der einen Seite gibt es heute sehr viele Filme, es kommen ja 500-600 neue Filme im Jahr. Da haben Dokumentarfilme auch das Problem, den 20 Uhr Slot zu bekommen. Auch Kinos zeigen Dokus eher ein bis zwei Mal die Woche. Da wird das Potential des Dokumentarfilms nicht genutzt. Im Kino geht es eben fast nur noch um die großen Blockbuster. Ein Deutscher geht durchschnittlich ein bis zwei Mal im Jahr ins Kino. Da schaut er sich halt eher James Bond und Star Wars an, als einen Dokumentarfilm über die Umweltkrise.

Warum ist Film- Kritik/Journalismus wichtig?

Die Filmkritik ist insofern wichtig, dass es eben gerade so ein großes Angebot an Filmen gibt, dass ein normaler Zuschauer gar nicht überblicken kann, was er gucken soll. Da ist es gut, wenn man Leute hat, die sich auskennen und eine Beraterfunktion einnehmen. Man muss ja nicht immer die Meinung eines Kritikers übernehmen. Es gibt ja auch den Erfahrungswert, dass wenn ein Kritiker den Film gut findet, man weiß, man selbst wird den Film nicht sehr ansprechend finden. Und eben umgekehrt.

Es entwickelt sich ein Verhältnis, zwischen Kritiker und Zuschauer, und da haben wir eben die Beraterfunktion in dieser aufgeblähten Medienwelt heutzutage. Umso schwieriger wird es, dass wirkliche Filmkritiken, die sich intensiv mit einem Film auseinandersetzen, nach meinem Gefühl, eigentlich kaum noch geschrieben werden.

Früher hatte die Süddeutsche eine ganze Seite mit Filmkritiken. Die haben sie zwar immer noch, aber da ist jetzt eine Seite über einen Film und die zweite ein Interview zu dem Film. Die die anderen 20 Neustarts werden mit zwei bis drei Sätzen in der Randzeile erwähnt. Das ist einfach keine richtige Auseinandersetzung mehr mit den Filmen, die produziert wurden. Wenn ich nach Filmkritiken suche, ist es ganz schwer welche zu finden, die sich wirklich mit einem Film auseinandersetzen.

Hat Filmjournalismus nur die Plattform geändert, oder hat es sich auch im Wesentlichen verändert? Wenn ja, wie hat es sich ihrer Meinung nach verändert?

Ich glaube auch, dass es immer weiter in den Bereich Online geht. Aber wie gesagt, das habe ich jetzt nicht so stark verfolgt, weil ich eben ein Old-Fashioned-Guy bin, der eben mehr noch mit den Print Sachen arbeitet und die liest.

Der Eindruck, den ich von den Online-Sachen habe ist, dass es sich bei Online oft um eine neutrale Serviceleistung geht, die aufzeigt, wer hat den Film gemacht und wer spielt und um was geht's. Aber es entsteht eben keine kritische Reflektion zu dem Film. Das ist mein Eindruck.

Ist Filmkritik, im traditionellen Sinn, noch nötig? Reicht nicht ein Sterne-System wie bei Rotten Tomatoes? Wie sehen Sie den Wert eines Punktesystems?

Diese Sterne, da bin ich etwas skeptisch. Man weiß ja nie, wie die zusammenkommen. Einige Plattformen machen ja auch User-Generated-Content, bei denen die Leute dann abstimmen können und so die Sterne verteilen. Im Prinzip kann dann auch jemand 100 Mal abstimmen. Und das kann man nicht nachvollziehen. Da ist eine reflektierte Filmkritik, bei der jemand Position bezieht und verschiedene Aspekte des Films diskutiert schon einfach eine andere Qualität. Ich würde vermissen, wenn das eingeht, diese Art der Filmkritik.

Zwischenfrage:

Sind solche Sterne als grobe Einschätzung nutzbar?

Eine Filmkritik ist eine sehr subjektive Sache. Man kann natürlich gucken, hat es den meisten gefallen, und man muss dann für sich selbst wissen, ob es einem selbst gefallen wird.

Also wenn jemand einen eigenen Blog hat und Sterne vergibt, dann kann man einschätzen, wenn man schon ein paart Kritiken von ihm gesehen hat, wie er die Sterne verteilt und welche Position man dazu hat. Wenn es allerdings nicht nachvollziehbar ist, ist es eben schwierig.

Was halten Sie von Webseiten wie IMDb oder Rotten Tomatoes? Und warum?

ImdB und das Filmportal sind eine wichtige Nachschlagequelle, wenn ich nach einem Film oder nach einer Person suche. Ich sehe es allerdings nicht als Informationsquelle, um mich für einen Film, den ich sehen will zu entscheiden.

Zum Recherchieren ist es super.

Heutzutage kann jeder Kritiker sein, wenn er möchte. Ist das Filmkritik? Und ist es eine gute oder schlechte Entwicklung in Hinsicht auf traditionelle Filmkritik?

Das ist eine Entwicklung, die man nicht aufhalten kann. Gerade bei Zeitungen war die Filmkritik jetzt auch nicht so hoch angesiedelt. Es haben nur wenige Zeitungen fest bezahlte Filmkritiker gehabt. Da haben auch mal die Praktikanten die Filmkritik geschrieben. Die Filmkritik hat ja heute kaum noch große Namen mehr.

Dass heute jeder schreiben kann ist in gewisser Weise eine Demokratisierung, die es auch in anderen Bereichen wie Musik oder Fotografie gibt. Auf der einen Seite finde ich das auch gut, dass jeder die Chance bekommt, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Man muss als Nutzer dann eben gucken, wie man das einschätzt, was die Leute schreiben. Wenn jetzt ein eher Unbekannter was schreibt und man den dann öfter liest, können ja auch Leute darüber entdeckt werden. Es gibt aber auch relativ unreflektierte Kommentare, wie „Das ist aber ein toller Film“, damit kann man ja nicht viel anfangen. Das muss der Leser für sich entscheiden.

Wird dadurch, dass jeder sich Online mit Filmen beschäftigen kann nicht mehr über Filme gesprochen? Detaillierte Filmanalysen findet man selten in konventionellen Medien außer auf YouTube o.ä.

Wenn es den Effekt hat, dass sich die Leute mehr mit Film beschäftigen, finde ich das gut. Ich kann allerdings nicht einschätzen, ob dadurch mehr Interesse für Film geweckt wird. Dem Kino kann es nur recht sein, wenn es im Gespräch ist. Das Kino läuft ja die Gefahr, von anderen Medien an die Wand gedrängt zu werden. Gerade von Streaming Anbietern. Das Kino ist nicht nur eine Filmabspielstätte, sondern ein sozialer Ort, an dem die Leute auch über Filme reden. Sie sind auch ein belebender Faktor für eine Stadt.

Glauben Sie, Zuschauer vertrauen eher auf die Meinung von YouTubern o.ä, die näher am Publikum sind und vielleicht eine nachvollziehbarere Meinung haben? Selbe Meinung haben?

Das kann ich leider nicht wirklich beurteilen. Es gibt sicher Leute, die sich auf YouTube ernsthaft mit Filmen auseinandersetzen.

Denken Sie, die Meinung von „Laien-Reviewern“ oder Youtubern sind zu oberflächlich. Braucht man für Filmjournalismus nicht ein großes Wissen über Film und Kino?

Film Fans haben ja oft auch großes Wissen. Man braucht eben die Fähigkeit Filme einzuschätzen und man sollte ein paar Grundlagen haben, zu wissen, wie ein Film entsteht und welche Einflüsse da stattfinden. Z.B. Das Verhältnis Regie Kamera oder was in der Post-Produktion gemacht werden kann. Da ist es natürlich gut, um einen Film einschätzen zu können, wenn man ein Basiswissen hat. Und je mehr man über Filme schreibt, desto mehr Ahnung von Filmen bekommt man auch.

Gerade auf Film-Festivals kann man sich viel Wissen aneignen. Ein Filmkritiker hat dieses Wissen normalerweise durch seine Arbeitserfahrung. Aber eigentlich kann das jede Frau oder jeder Mann, mit Filmwissen, auch tun.

Bei den YouTubern ist es, soweit ich weiß, so, dass sich eine Community um sie schart und sie sich auch oft in speziellen Bereichen besonders gut auskennen. Und da sind sie dann die großen Experten. Solche Leute schlagen mit ihrem Wissen sicher jeden Filmkritiker, gerade wenn es um Franchises wie Star Wars, Marvel oder diese japanischen Animes geht. Dieses Spezialwissen geben sie dann eben an ihre Community weiter. Sowas gab es im Printbereich eigentlich nicht, und wenn dann selten. Spezialinteressen konnte man in den wenigstens Fachzeitingen bedienen.

Solche Communitys können einen Film dementsprechend auch sehr pushen. Und das ist dann natürlich gut. Wie zum Beispiel der Film „Weit“.

Sehen Sie einen Unterschied in geschriebener- und Video-Kritik? Wenn ja welchen?

Die Videokritiken sind natürlich persönlicher, weil man sie sieht. Dann ist es ja im Idealfall so, dass man ein Vertrauensverhältnis zum Kritiker aufbaut. Das ist bei schriftlichen Kritiken sicher auch möglich, wenn man einen Kritiker über Jahre liest. Es ist aber trotzdem ein Unterschied, beim Bewegtbild die Mimik, Gestik und so zu sehen. Das hat man in einem Text natürlich nicht. Das ist eben das Plus einer Filmkritik, die aufgenommen wird

Die Filmlandschaft hat sich stark verändert. Lauter Sequels und Adaptionen. Hat das Einfluss auf den Filmjournalismus?

Sagen wir mal so: Der übliche Filmjournalist geht ja eher auf Distanz zu den populären Erscheinungsformen des Kinos und kümmert sich eher um Autoren Film und anspruchsvollen Film, also eher das Arthouse. Und nicht die Multiplex Ware.

Ich glaube es ist nicht so einfach eine seriöse Filmkritik zu finden, die sich mit dem populären Kino auseinandersetzt, weil da eine gewisse Distanz dazu ist, weil das die Kritiker auch nicht interessiert. Gerade wenn Hollywood immer auf die sichere Karte setzt und dann die dritte oder vierte Adaption des immer selben Stoffes liefert, da gibt es glaube ich nur eine kleine Gruppe an Filmkritikern, die sich damit auseinandersetzen. Richtige Filmkritiker sehen das eher als Kindergarten.

Es scheint ja auch beim Zuschauer mittlerweile anzukommen. Dem Kino gehen ja die jungen Kinobesucher aus. Die verliert man, weil man eben nichts Neues bietet. Und Serien sind ja auch gerade sehr populär, da gewinnen eher die Streamingdienste.

Haben Zeitungen oder andere Publisher vielleicht auch ein Vertrauensproblem, was z.B. bezahlte Kritiken und Werbung angeht? Sind YouTuber oder Blogger

weniger beeinflusst und voreingenommen, da sie keine Werbung schalten müssen?

Ich bin ja noch klassisch ausgebildet worden und da war klar, dass die Anzeigenredaktion nichts mit der richtigen Redaktion zu tun hat. Ich habe aber in den letzten Wochen die Erfahrung gemacht, dass ich ein Kulturmagazin benachrichtigt habe über eine unserer Veranstaltungen, ob sie darüber nicht schreiben wollen. Und als Antwort kam, dass sie gerne darüber berichten, wenn wir dafür bezahlen. Das war zwar das Argument, dass sie ihre Leute richtig bezahlen wollen, aber bei einem Preis von rund 900 Euro ist das schwer vorzustellen, bei einem kleinen Bericht über eine Veranstaltung.

Da sieht man aber, dass es nicht nur im Print so ist, auch Webseiten brauchen Werbeeinnahmen. Aber Youtuber schalten ja auch Werbung auf ihren Videos, da gibt es sicher auch Leute, die das ausnutzen.

Im Online-Bereich ist es ja auch so, dass Benutzerdaten gesammelt werden, um die richtige Werbung zu schalten. Im Printbereich gibt es das natürlich nicht.

Sollte eine Filmkritik vor oder nach dem Schauen eines Films gelesen/geschaut werden?

Wenn ich eine Kritik lese, lese ich sie davor. Um einzuschätzen, ob ich ins Kino gehe oder nicht. Da lese ich eben Infos im Netz oder Kritiken. Nach dem Film lese ich meist nichts mehr darüber durch. Wenn ich einen Film nicht verstehe oder mich ärgere, lese ich nicht nach, warum er mir nicht gefallen hat. Es ist ja auch eine Zeitfrage, wie viel man sich mit einem Film beschäftigt. Ich mache mir bei einem Film meine Meinung und die bleibt.

Wie sieht die Zukunft des Filmjournalismus aus?

Ich glaube, er hat es immer schwerer, weil die Medien, die sich eine Filmkritik leisten, immer weniger werden und wenn man das nicht einfach zu einer Hobbyveranstaltung macht, hat man es auch immer schwerer davon zu leben.

Und ich weiß eben auch nicht, ob nicht die Gefahr besteht, dass das Kino und der Film in der öffentlichen Wahrnehmung an die Seite gedrückt werden. Ich habe letzte Woche mit einem Medienpädagogen gesprochen und er meint, er setzt sich gar nicht mehr mit Film auseinander, sondern nur mit Online und Social Media, Film spiele in dieser Richtung schon gar keine Rolle mehr. Filmanalyse und Kultur wird in Deutschland ja auch nicht so zelebriert wie in anderen Ländern, wie Frankreich.

Also was Filmkritik angeht, sehe ich schlechte Zeiten auf uns zukommen.

Eidesstattliche Erklärung

Ich, _____

geboren am _____

erkläre hiermit, die vorliegende Bachelorarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt zu haben. Dabei habe ich mich keiner anderen Hilfsmittel bedient als derjenigen, die im beigefügten Quellenverzeichnis genannt sind.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen entnommen wurden, sind von mir als solche kenntlich gemacht.

....., den

Studienort

Unterschrift Studierende/r (= Verfasser/in)