

Gratis Wegweiser zu besserer Musik

Ein Gespräch mit David Bauer

Aus der Reihe „Popkritik - quo vadis?“

Booklet 1

Die Medienbranche steht unter einem enormen Digitalisierungsdruck. Popkritik hat nicht zuletzt über Musikblogs ihren Weg ins Internet gefunden. David Bauer ist Gründer der Website *78s.ch*, ein als Blog konzipiertes Musikmagazin, gegründet im Dezember 2005. Geld verdient der 28-Jährige mit *78s.ch* nicht; es ist die Leidenschaft für Musik, die ihn motiviert. Als Autor sieht er seine Aufgabe darin, eine Orientierung im Musikdschungel zu bieten. Dabei möchte er vor allem eines: dem Leser auf Augenhöhe begegnen. Nach dem Interview sitze ich im Zug von Basel nach Zürich und sinniere darüber, wie jemand nur so viele Jobs unter einen Hut bekommen kann. Beeindruckend!

David Bauer Mitgründer von *www.78s.ch* & freier Autor

David, du wurdest letztes Jahr bei der Wahl zum Schweizer Journalisten des Jahres mit dem zweiten Platz in der Kategorie „Newcomer“ ausgezeichnet. Die Begründung lautete, du würdest „im Jahr 2010 auf-fallen“. Ist dein Jahr 2010 bislang so erfolgreich verlaufen wie erhofft?

Für mich schon, aber wahrscheinlich anders als sich die Jury das vorgestellt hatte: Ich bin aufgefallen, indem ich meine Stelle bei der *Sonntagszeitung* gekündigt habe. Ich habe gemerkt, dass ich etwas machen will, was mir hundertprozentig entspricht und nicht nur zu 80 Prozent. Ich schreibe jetzt ein Buch.

Was ist das Thema des Buches?

Es soll ein Kompass für das digitale Leben werden. Zwei Drittel sind bereits fertig. Wie bei einem Marathonlauf ist das letzte Drittel wohl das härteste.

Du arbeitest für die *Sonntagszeitung* und für *78s.ch*, du twitterst, du bloggst, jetzt schreibst du ein Buch – woher nimmst du die Zeit und die Motivation so viel zu veröffentlichen?

Natürlich bin ich mit meiner Stelle bei der *Sonntagszeitung* eigentlich ziemlich ausgelastet und könnte sagen: Das ist genug Arbeit, ein bisschen Freizeit und Feierabende wären auch ganz in Ordnung. Aber ich arbeite gern an eigenen Sachen. So lange ich Ideen habe und die Motivation, diese Ideen umzusetzen, mache ich so weiter.

Du hast Englisch, Philosophie und Wirtschaft studiert, danach Journalismus. Wie bist du zur Musik gekommen?

Ich habe vermutlich wie jeder andere Jugendliche viel Musik gehört, vielleicht ein bisschen mehr als andere. Das Schreiben über Musik war aber eher Zufall: Zuerst schrieb ich bei einem Online-Magazin, das einen Musikredaktor brauchte. Am Anfang habe ich einfach drauflos geschrieben, das waren ziemlich unbeholfene Texte. Bei verschiedenen Printmedien, unter anderem der *Basler Zeitung*, habe ich diese Arbeit etwas professionalisiert. Musikjournalismus ist für mich aber immer Freizeitbeschäftigung geblieben. In etablierten Medien über Musik zu schreiben, das ist nicht das, was mich interessiert. Ich halte diesen Kontext auch nicht mehr für sonderlich relevant.

Print ist nicht mehr relevant für Musikjournalismus?

Ich halte die Musikberichterstattung, wie sie in vielen Printmedien gemacht wird, zumindest für entbehrlich.

Was genau ist daran entbehrlich?

Es ist nicht nur ein Problem der Printmedien, sondern auch der Massenpublika. Einerseits schränkt das Massenpublikum die Themenauswahl sehr ein. Da muss man halt über *Lady Gaga* berichten. Nur ein sehr kleines Segment von Musikern kann überhaupt in diesen Medien stattfinden. Und gleichzeitig hat man maximal ein bis zwei Seiten, meistens nur eine halbe Seite, wo man über Popmusik schreiben kann. Man hat gar nicht die Möglichkeit, neben dem Pflichtstoff *Lady Gaga* noch zwei, drei andere Themen einzubringen. Ich will das nicht zu sehr verallgemeinern, aber es gibt viele Musikjournalisten im Print,

die relativ abstrakt und langweilig über Musik schreiben.

Du sprichst jetzt eher vom Feuilleton. Musikmagazine haben deutlich mehr Platz, um über Pop zu schreiben. Und auch andere inhaltliche Schwerpunkte ...

Genau, ich habe nur von Massenmedien gesprochen. Über Musikmagazine kann ich ehrlich gesagt nichts sagen, weil ich seit Jahren keines mehr in die Hand genommen habe.

Kommen wir zu deinem eigenen Projekt: *78s.ch – Das Magazin für bessere Musik*. Ist es nun ein Blog oder ein digitales Musikmagazin?

Wären wir in Amerika, würde ich sofort sagen, dass wir ein Musikblog sind. Medientechnisch gesehen sind wir ein Blog und auch unsere Herangehensweise entspricht jener eines Blogs. Im deutschsprachigen Raum ist der Begriff „Blog“ aber eher negativ konnotiert und viele Leute wissen nicht, was sie damit anfangen sollen. Darum haben wir uns vor zwei Jahren entschlossen, uns als Magazin zu bezeichnen. Darunter kann sich jeder etwas vorstellen und die Vorurteile, die das Wort Blog auslöst, sind weg. Das hat geholfen, um von verschiedenen Seiten, Partnern oder grossen Medien beispielsweise, ernst genommen zu werden. **Der Zusatz „für bessere Musik“ ist eine Provokation. Über welche Musik schreibt ihr?**

Über bessere Musik. Wir meinen das ernst, wenn auch nicht allzu verbissen. Grundsätzlich schreiben wir zu 90 Prozent über Gitarrenmusik. Andere Genres fließen immer wieder mal ein, wobei ja Gitarrenmusik

schon ein sehr weiter Begriff ist. Generell gilt: Wir schreiben über unsere Interessen und alle Autorinnen und Autoren bringen ihren Musikgeschmack ein. Es gibt keine Redaktionsplanung oder eine vorgegebene Stossrichtung. Wir sind zehn bis vierzehn Leute, die schreiben. Das gibt einen sehr guten Mix. Wir definieren nicht nach Genres, sondern danach was besser ist.

Das „besser“ musst du jetzt aber doch noch definieren.

Es definiert sich durch die Autoren, die für die Seite schreiben. Und wenn jemand ein grundsätzlich anderes Verständnis dafür hat, was bessere Musik ist, als wir Gründer der Seite, dann wird das nicht allzu lange funktionieren. Es funktioniert sehr gut ohne Vorgaben. Natürlich ist „bessere Musik“ auch eine Provokation und letztlich nicht mehr und nicht weniger als ein Label, das wir uns selber verpassen.

Nehmen wir mal an, ich möchte über die Reunion von *Take That* schreiben, mit der Begründung, es sei ein wichtiger Teil unserer Popkultur. Könnte ich euch damit überzeugen?

Bei mir würdest du auf offene Ohren stossen, ich bin redaktionsintern als Pop-Schlampe verrufen. (lacht) Bei anderen wäre es etwas schwieriger. Allerdings haben wir den Anspruch, den Lesern unsere Sicht auf die Musikwelt nicht einfach über zu stülpen. Wir möchten abbilden, was relevant ist. Und die Reunion von *Take That* bewegt. Auch ein Phänomen wie *Lady Gaga* – musikalisch ordne ich das nicht unter „bessere Musik“ - aber popkulturell ist das extrem spannend. So etwas erlauben

Markus Wicker:

„Was am Fernsehen funktioniert, ist Tussi-Pop.“

wir uns dann auch zu präsentieren. Vielleicht in einer speziellen Form, mit eigenem Zugang. Sicher nicht als Plattenkritik.

Du sagst, ihr wollt niemanden etwas überstülpen. Wo siehst du eure Rolle?

Wir sehen uns als Wegweiser. Es gibt soviel Musik. Viele Leute, die sich für Musik interessieren, haben einfach nicht die Zeit, sich darüber zu informieren, was es Neues gibt. Wir sammeln die Sachen mit den Quellen, die wir haben. Unsere Leser vertrauen darauf, dass wir ihrem Geschmack entsprechend sagen „schau mal da oder dort“. Ich versuche in meinen Texten, immer auch als „erster Hörer“ zu schreiben. Ich weiss zwar nicht unbedingt mehr als der Leser und habe auch nicht mehr den Vorsprung, die Platte als erster zu hören. Aber ich kann das Hörerlebnis vielleicht besser in Worte fassen. Ich bin derjenige, der eine erste Meinung schreibt, woran sich der Leser orientieren kann. Entweder vertraut er mir oder er denkt das Gegenteil.

Du bist dann also eher der Journalist, der sich etwas besser in Musik auskennt. Und weniger der Musikfan, der alle Phänomene bis ins kleinste Detail genau kennt?

Das Zweite bin ich überhaupt nicht. Ich bin überzeugt, dass sehr viele von unseren Lesern besser Bescheid wissen als ich: im Sinne von, wer spielt wie Gitarre etc. Das interessiert mich nicht. Mich interessiert, ob Musik etwas in mir bewegt. Das versuche ich, sehr subjektiv zu beschreiben. Das bringt dem Leser am meisten. Ihm zu sagen, das Album

ist in dieser Tradition und verglichen mit dem Vorgänger so und so, finde ich zweitrangig.

2007 hast du ein Hohelied auf Blogs gesungen, 2009 schreibst du der Blog sei kein cooles Medium mehr. Wo siehst du die Zukunft von 78s.ch?

Ich meinte vor allem, dass viele Blogs keine wirkliche Relevanz erzielen. Einige, weil das nicht das Ziel ist, andere, weil sie schlicht zu schlecht sind. In dem Sinne sehe ich uns dann wieder weniger als Blog, weil wir professionelle Strukturen haben. Aber der Grund, warum es 78s.ch tatsächlich noch gibt, ist, dass sehr viele Leute so viel Herzblut investieren, ohne allzu grossen finanziellen Gegenwert. Wenn wir uns alle bezahlen müssten, würde das nicht funktionieren. Andererseits finde ich das auch gut so. Die Website wäre nicht halb so interessant, wenn wir damit unser Geld verdienen müssten. Man wird dann eben auch bequem.

Aber hat man dann nicht auch mehr Ressourcen, um zu recherchieren, um sich mit Sachen tiefer auseinanderzusetzen, um Underground-Phänomene aufzuspüren?

Ja sicher. Das wäre der positive Aspekt daran. Der Negative wäre, dass der Pioniergeist verloren ginge: Wir machen ja keine grossen Pläne, sondern handeln sehr spontan. Ich dachte lange, es wäre schön, wenn ich mit der Leidenschaft, die ich für 78s.ch habe, auch Geld verdienen könnte. Aber mittlerweile bin ich nicht mehr überzeugt davon, ob das gut wäre.

Max Dax:

„Die Autoren stehen oft in prekären Verhältnissen, die sie durch viele Veröffentlichungen auszugleichen versuchen. Das führt in der Konsequenz wohl zu Oberflächlichkeiten.“

Zugespitzt könnte man sagen, dass Popmusikjournalismus nur gut ist, wenn die Leute nicht bezahlt werden ...

Nein (lacht). Das würde ich so nicht sagen. Nein, nein, sonst fangen dann alle Medien an, ihre Journalisten nicht mehr zu bezahlen, weil sie das Gefühl haben, es wird dann immer besser.

Das Problem gibt es sowieso schon ...

Ja, ja, natürlich.

Das ist interessant: Es wird viel über schlecht bezahlte Autoren gesprochen. Du sagst im Prinzip, dass genau das die Basis ist, die euch so gute Arbeit machen lässt.

Ich glaube, es funktioniert in unserem Kontext, bei dem Projekt, das wir selbst aufgebaut haben. Ich sage aber nicht, dass eine Popjournalist vom *Tagesanzeiger* schlechter schreibt, weil er dafür bezahlt ist. Das wäre absurd.

Welchen Interessenkonflikten seitens der Musikindustrie seid ihr bei eurer Arbeit unterworfen?

Das ist tatsächlich keine einfache Situation, vor allem weil wir so klein sind: Ich bin gleichzeitig Herausgeber, Autor und Werbeverantwortlicher. An einem Tag schreibe ich einen Verriss über die Major-Plattenfirmen, am anderen muss ich sie fragen, ob sie bei uns Werbung schalten wollen. Aus diesem Konflikt kommt man nicht raus. Ich erlebe die ganze Bandbreite auf der Gegenseite. Es gibt Plattenfirmen, auch grosse, die Werbung schalten und uns super finden,

auch wenn wir ab und an ihre Künstler verreiben. Mit *EMI Music* z.B. ist das gar nicht möglich. Sie wollen uns kein Geld geben, weil wir die Major-Labels kritisieren. Das muss man einfach aushalten. Natürlich wäre es mir lieber, wenn alle Leute das ein bisschen entspannter sehen könnten. Wir machen nur unseren Job: Wir loben und kritisieren.

Haben die Versuche der Einflussnahme in letzter Zeit zugenommen?

Nicht massiv, aber sicher auch. Das hat auch damit zu tun, dass unsere Bedeutung zugenommen hat. Und dann gibt es natürlich noch den Konflikt mit den Bands. Gerade in so einem kleinen Land wie der Schweiz, lernt man die Leute natürlich schnell einmal persönlich kennen. Wenn ich wirklich befangen bin, schreibe ich entweder nicht darüber oder mache die Befangenheit selbst zum Thema. Man muss mit offenen Karten spielen.

Die Major-Plattenfirmen sind ja mittlerweile deutlich eingeschränkter in ihren PR-Möglichkeiten. Wo findet ihr eure Themen? Ihr müsst euch ja auch durch einen riesigen Dschungel an Neuveröffentlichungen kämpfen ...

Das ist so. Nach wie vor gibt es die Newsletter der Plattenfirmen, aber die haben stark an Bedeutung verloren. Ich verfolge weltweit 20 bis 30 Musikblogs und informiere mich da über Neuveröffentlichungen. Ausserdem verfolge ich eine Hand voll Bands, die ich sehr mag. Auch durch den persönlichen Kontakt zu Künstlern bekomme ich Informationen.

Wie schätzt du die momentane Gesamtlage im Popmusikjournalismus ein? Gibt es neben der ökonomischen auch eine inhaltliche Krise?

Die Medienkrise lässt sich nicht wegdiskutieren. Das hat viel damit zu tun, dass die heutigen Medienakteure genau die gleichen Fehler gemacht haben wie die Plattenfirmen in den 90er Jahren. Ihnen ist es zu lang zu gut gegangen und sie haben verpasst, sich konstant zu erneuern. Natürlich färbt das auf alle Journalisten ab, die im System arbeiten. Wenn sie Pech haben, werden sie entlassen. Wenn sie weniger Pech haben, bekommen sie weniger Aufträge oder weniger Geld. Man ist nicht mehr im „bequemen Kuchen“, hat nicht mehr den sicheren Job. Und die Anforderungen sind sicher grösser geworden. Aber das kann nur nützlich sein.

Inwiefern?

Wenn man es nicht mehr so bequem hat, muss man sich mehr anstrengen. Vielleicht wagt man sich eher mal wieder in Gebiete, in die man sonst nicht gegangen wäre. Ich bin da nicht so pessimistisch.

Und inwiefern werden die Anforderungen grösser?

Beim Musikjournalismus hatte man lange Zeit einen Informationsvorsprung gegenüber seinem Publikum. Man bekam die CD einen Monat vor Veröffentlichung, niemand hatte sie früher gehört. Diesen Vorsprung gibt es nicht mehr. Klassische Plattenrezensionen, in denen Journalisten als wissende Spezialisten auftreten, die das Produkt bewerten, funktionieren nicht mehr. Also muss ich andere, intelligente Wege finden, den Leuten Musik

zu präsentieren. So, dass sie trotzdem noch meine Texte lesen wollen und nicht einfach Songs auf *Youtube* anhören. Nur wer die Mechanismen des Internets kennt, kann die Nutzer für sich begeistern. Das bedeutet auch, dass man dem Leser auf Augenhöhe begegnet.

Du willst also den Leser nicht aufklären, aber ihm zusätzliches Wissen anbieten, ihm damit den Weg weisen?

Genau. Ich will ihn nicht bevormunden, indem ich so tue, als ob ich wahn-sinnig viele Sachen wüsste, die er nicht weiss. Musik will man in erster Linie hören und nicht lesen. Man muss sich intelligente Wege überlegen, wie man beides zusammen bringen kann.

Aus all dem höre ich raus, dass du vor allem Subjektivität forderst.

Das finde ich absolut zentral. Wenn ich Musik höre, bewegt sie etwas bei mir und es ist vollkommen egal, ob sie nach konventionellen Kriterien schlecht oder falsch gespielt ist. Wenn sie in mir etwas bewegt, dann hat die Musik für mich einen Wert und das will ich transportieren. Wenn ich versuche, Musik zu abstrahieren und objektiv zu beschreiben, dann ergibt das einen sehr langweiligen Text, auf den niemand reagiert. Das fühlt sich einfach falsch an.

Wenn ich mir die Kommentare bei *78s.ch* durchlese, dann sind das aber sehr knappe, kurze Kommentare. Sind das wirklich die Reaktionen, die du dir erhoffst?

Jede Reaktion ist etwas wert, ob das nun ein „Like“ via *Facebook* oder eine wortreiche Gegenrede ist. Man kann nicht erwarten, dass sich jeder

gut ausdrücken kann und sich die Zeit dafür nimmt. Letztlich ist es nur mein Beruf, Sachen in Worte zu fassen. Bei Artikeln, die sehr persönlich oder auch provokativ sind, bekommen wir meist sehr viele und interessante Reaktionen.

Bei deinen eigenen Texten findet der Zugang zur Musik viel über neue Technologien und Produktionsbedingungen statt ...

Ja. Weil Musik nicht einfach im luftleeren Raum oder im Bandraum stattfindet. Es gibt so viele Sachen, die Einfluss auf die Entstehung von Musik haben. Ich finde das ist genauso wichtig.

Und wo ist die Politik?

Gute Frage. Unsere Musikkritik ist tatsächlich sehr unpolitisch. Für uns ist das kein zentraler Aspekt. Es gäbe sicherlich genügend Möglichkeiten, über das Politische in der Musik zu schreiben. Das vernachlässigen wir.

Ist es auf Dauer machbar, dass die Leser von Blogs nichts zahlen für so viel Service?

Natürlich. Das ist die Herausforderung, die die Medien meistern müssen, genau wie die Musikfirmen. Wir schreiben andauernd, die Musiker müssen akzeptieren, dass sie mit Plattenverkäufen kein Geld mehr machen können. Es ist also nur gerecht, wenn auch wir weiter denken müssen. Wenn ich für die Nutzung von *78s.ch* Geld verlange, liest es einfach niemand mehr. Wir finanzieren uns über andere Wege. Werbung hauptsächlich, daneben kommerzielle Zweitverwertung von Texten oder spezielle Partnerschaften. Es ist Knochenarbeit. Natürlich wünschte ich

mir manchmal auch, ich könnte einfach von jedem unserer Leser zehn Franken pro Monat kassieren. Aber so läuft das nicht.

Eine letzte Frage: Hast du Vorbilder unter den Musikjournalisten?

Nein, habe ich nicht. Kein Musikkritiker hat mich regelmässig so sehr überzeugt, dass ich ihn als Vorbild ansehen würde