

„kraut“ macht mobil

Eine Zeitung geht auf Deutschlandreise. Nächste und letzte Station ist Berlin

Von David Denk

„Ich hab' gedacht, hier gibt's was zu essen.“ Die alte Dame klingt ein bisschen enttäuscht, als Christian Lagé ihr erklärt, dass „kraut“ kein Lebensmittel ist, sondern eine Zeitung. Lagé lächelt milde. Nein, er kassiere auch nicht die Parkgebühren. Das wird er immer gefragt.

Wie oft haben die Leute schon verwirrt reagiert auf diesen neongrün gestreiften Container mit den pinkfarbenen Fensterläden und dem röhrenden Hirschen vor der Tür, der über Nacht vom Himmel gefallen sein muss, mitten in ihre Stadt? Lagé zählt nicht mehr mit.

Seit Mai tourt der 28 Jahre alte Kommunikationsdesignstudent mit befreundeten Schriftstellern, Künstlern und Designern durch Deutschland. Nach Stationen in Städten wie Hoyerswerda, Bayreuth, Essen, Wolfsburg oder Bad Doberan wird „kraut“ vom 27. September an eine Woche lang in Berlin erscheinen. Dann ist Schluss. Nach fünf Monaten und 82 Ausgaben. Das Leben zwischen Container, No-Budget-Privatquartier, schwarzem Kaffee aus dem Plastikbecher und neuen Eindrücken im Wochenrhythmus zehrt an den Kräften. Und außerdem war „kraut“ nie für die Ewigkeit gedacht, sondern als Momentaufnahme. „Ein Seismograf der Befindlichkeit – ein Stimmungsbarometer Deutschlands“ will das Projekt sein, das von der Bundeskulturstiftung und der Kunsthochschule Berlin-Weißensee, an der Lagé studiert, gefördert wird.

„Wir machen eine Lokalzeitung“, erklärt der Initiator, „sind aber bestrebt, Themen zu finden, die auch außerhalb des Ortes relevant sind.“ Von der 200er-Mini-Auflage wird die Hälfte an Abonnenten verschickt, 50 Exemplare wandern ins Archiv, und nur ein weiteres Viertel geht in den Verkauf vor Ort.

Zum Beispiel Heiligendamm: „Wem gehört der Blick aufs Meer?“, hat „kraut“ Menschen im Ostseebad naiv gefragt. „Null repräsentativ, null seriös“, nennt Lagé dieses Vorgehen. Im Juni 2003 wurde das Kempinski Grand Hotel Heiligendamm eröffnet – „und damit die Wiedergeburt von Deutschlands ältestem Seebad eingeläutet“, wie der Betreiber verkündete. Das sehen viele Anwohner anders, die sich plötzlich fremd fühlen inmitten der parkenden Bentleys und livrierten Hotelangestellten. „Zutritt nur für Gäste des Hotels und des Restaurants“, steht an der Einfahrt. Auf dem Cover der Heiligendamm-Ausgabe von „kraut“ ist ein nackter Ureinwohner mit krausem Haar abgebildet. Wofür der Mann steht? Für die Heiligendammer sind die Hotelgäste Exoten aus einer fremden Welt, für die Hotelgäste womöglich die Heiligendammer. Und für die Studenten aus der Hauptstadt? Wohl beide.

Dabei müssten sie doch mit den Heiligendammern fühlen, denn auch für „kraut“ war kein Platz im Ostseebad. Die Stadtverwaltung schob sie auf einen Parkplatz am Rande der Bad Doberaner Innenstadt ab. „Hier haben die Leute nie die Muße, mal stehen zu bleiben“, sagt Lagé.

Schlecht für „kraut“, denn das Projekt lebt von der Interaktion mit den Passanten. „Ziel ist es, eine Zeitung mit winziger Auflage zu machen, in der die Anwohner und Besucher die Chance bekommen, selber zu agieren und so ihre Wünsche, Träume und Sorgen zu formulieren.“ Die Theorie klingt gut, hat in Bad Doberan allerdings nicht funktioniert: „Es gibt Orte, wo man nicht anders kann, als nur aus sich selbst heraus zu schöpfen.“ Also hat „kraut“ eine Ausgabe der „Molli-Bahn“ gewidmet, die jede halbe Stunde laut tutend am Redaktions-Container vorbei fährt.

Diese sehr subjektive Arbeitsweise hat „kraut“ neben jeder Menge wohlmeinender Pressestimmen auch Kritik eingebracht. „Vieles ist sympathisch an ‚kraut‘, nur erfährt der Leser oftmals leider mehr über die Autoren als über die Befindlichkeit des Ortes“, schreibt zum Beispiel die „Süddeutsche Zeitung“. „Dann kippt das Projekt in egozentrischen Unsinn.“

Auf der Rückseite einer Ausgabe hat Ute handschriftlich vermerkt, dass bei ihr bald „die geilste Party des Jahrhunderts“ stattfindet: „FREIBIER! Kommt einfach vorbei, ab 19 Uhr ist jeder Gast willkommen!“ In solchen Momenten schafft „kraut“ eine Nähe zu den Lesern, die keine Lokalzeitung je erreicht. Wer jetzt fragt, wen das interessiert, hat den Bildaufmacher der „Ostsee-Zeitung“ vom darauf folgenden Tag nicht gesehen. Das Foto zeigt Polo-Spieler in Aktion auf der Bad Doberaner Galopprennbahn. Im Zusammenspiel mit dem Textaufmacher „Immer mehr fahren schwarz“ ergibt sich ein seltsam schiefes Bild der Lebenswirklichkeit in Mecklenburg-Vorpommern. Im August waren dort 21,6 Prozent der Bevölkerung arbeitslos gemeldet.

Einen treuen Begleiter hatte Lagé auf seiner Reise durch Deutschland: die Resignation. „Ob ich das jetzt sage oder nicht, ändert ja eh nichts“, beschreibt er die Stimmung vieler Menschen. Die Zielsetzung von „kraut“, „Hemmungen vor dem Medium total abzubauen“, sei vielerorts an dieser skeptischen Grundhaltung gescheitert. Beim Abstecher nach Venlo hat „kraut“ ganz andere Erfahrungen gemacht: „Die Holländer waren offener, meinungsfreudiger.“

„Das mit dem Stimmungsbarometer“, gibt Lagé zu, „war vielleicht ein bisschen hochtrabend formuliert“. Und trotzdem hat er am Ende seiner Reise das Gefühl, dass es den Deutschen im Großen und Ganzen astrein gehe – trotz aller Klagen. Deutschland – das ist das unwirtliche Hoyerswerda und das idyllische Konstanz. Und alles dazwischen. Manchmal aber, weiß Lagé jetzt, haben die Eindrücke vor Ort „überhaupt nichts mit der Vorstellung im Kopf zu tun“. Wer denkt bei Stade schon an eine „schnuckelige mittelalterliche Hansestadt“? Das Schreckgespenst Atomkraftwerk beherrscht noch immer die öffentliche Wahrnehmung, obwohl dieses Ende 2003 vom Netz gegangen ist. Auch den umgekehrten Fall hat Lagé erlebt: „Neuschwanstein ist genauso wie sein Klischee. Warum sollte man sich damit befassen?“