

Raus auf die Straße

CROWD Die MacherInnen von „Tonic“ suchen nach Geldgebern für ihre Idee, Texte auf Plakate zu drucken

Weil Interessierte sich oft gezielt durchs Internet hangeln, verstärkt das Netz Partikularinteressen. So lautet zumindest ein Vorwurf an die Informationsgewinnung via Google, Twitter und Facebook: Wer sich ohnehin etwa für den arabischen Raum oder Slacklines interessiert, findet mit wenigen Klicks umso mehr davon – er hat schließlich eine Suchmaschine danach gefragt oder umgibt sich im Netz mit Freunden, die dasselbe Interesse teilen. Alles andere zieht an Neugierigen oft vorbei.

Der Berliner Journalist Fabian Stark will das ändern. Zusammen mit ein paar Mitstreitern plant er, eine althergebrachte Plattform für Journalismus einzuspannen: das Plakat, das alle erreicht, weil es einfach da ist und nicht erst gezielt angesteuert werden muss. Was bislang bloß Werbetafel war, soll schon bald journalistische Inhalte transportieren. Zumindest, wenn sich dafür Förderer finden.

Vor zwei Jahren hat Stark mit Kolleginnen das Magazin *Tonic* ins Leben gerufen, eines der vielen selbstgemachten Magazine, die jenseits des Verlagswesens operieren. Ihre Geschichten haben sie bereits zwei Mal auf totes Holz gedruckt. Vor allem aber befüllen sie damit fleißig eine eigene Seite im Netz.

Künftig wollen Stark und Konsorten ausgewählte Geschichten eben auch auf DIN-A2-Blätter bringen: auf eine Seite den Text, auf die andere die Quintessenz, die „ästhetisch und plakativ“ Aufmerksamkeit erregen soll. Der Umgang mit Flüchtlingen soll ein erstes Thema sein, aber auch der Konflikt um die Ukraine. Wer die Debatte befeuern will, könnte dann einfach ein Plakat aufhängen, sei es im Treppenhaus, Büro, Club oder Café.

Damit die Medienmacher ihren Journalismus „raus aus der Studi-WG, rein in den öffentlichen Raum“ bringen können, versuchen sie auf dem Crowdfunding-Portal Startnext 950 Euro einzusammeln. **DANIEL BOUHS**