

Europa aus erster Hand

cafebabel.com vernetzt die „Eurogeneration“

Luisa Seeling | Sechs Sprachen, 8500 registrierte Mitglieder und 30 Lokalredaktionen in ganz Europa – cafebabel.com funktioniert nach dem Graswurzelprinzip und nutzt das Internet, um eine europäische Öffentlichkeit ohne Sprachbarrieren und nationale Grenzen zu schaffen. In der Zentralredaktion in Paris laufen die Fäden des Netzwerks zusammen.

Wer die Redaktion von cafebabel.com sucht, landet unverhofft im Rotlichtviertel. Boutiquen mit Importware, Cafés und asiatische Schnellrestaurants prägen das Straßenbild der Rue Saint-Denis, die sich durch das Quartier des Halles und das Quartier de Bonne-Nouvelle schlängelt. Dazwischen, alle paar Meter: Sexshops, Nachtclubs und Leuchtreklame, die mit „erwachsenen“ Thai-Massagen lockt. Vorne an der Rue Saint-Denis verweist kein Schild auf die Schaltzentrale des Babel-Netzwerks im Hinterhof. Im schmucklosen Treppenhaus ist es still, jeder Schritt auf dem staubigen Boden hallt. Doch hinter der schweren Eisentür im dritten Stock herrscht emsige Betriebsamkeit, es wird gerschelt, getippt, in Kaffeetassen gerührt; überall schnappt man Satzketten in verschiedenen Sprachen auf. Arbeitssprache ist eigentlich Französisch, doch gesprochen wird angesichts der sieben Nationalitäten, die in der Redaktion vertreten sind, ein babylonisches Sprachgemisch. Fast alle Redakteure sind unter 30.

Im Glaskabuff gleich neben dem Eingang sitzt Adriano Farano, Geschäftsführer, Chefredakteur und Mitbegründer des Europamagazins cafebabel.com. Er gestikuliert und rollt jedes „r“ mit neapolitanischer Verve, als er das Projekt und die dahinter stehende Idee in großen Zügen skizziert. Manchmal verliert er vor Begeisterung den Faden. Dann unterbricht er sich, und Alexandre Heully, verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit von cafebabel.com, übernimmt das Ruder. Heully spricht fließend mit weichem, französischem Akzent Englisch, doch wenn er von steigenden Leserzahlen und Neuzugängen bei den Babel-Blogs erzählt, verdichten sich seine Sätze zu einem rasanten Stakkato. Auch er ist Babelianer der ersten Stunde.

Heully und Farano lernen sich 2001 kennen, während ihres Erasmusjahrs am Institut d'Études Politiques in Straßburg. Dort gründen sie mit Unterstüt-

Bild nur in Printausgabe verfügbar

© Alexandre Heully

zung von zehn weiteren Studenten verschiedener Nationalitäten den Verein „Babel International“, der fortan als Dachorganisation für das Online-Magazin fungiert. Vom grauen Europa der Brüsseler Bürokraten, die nichts als Verträge produzieren und denen es an Bürgernähe und Lebendigkeit fehlt, halten die Gründer nicht viel. Europa braucht Gesichter und Geschichten, findet Farano. cafebabel.com ist als Plattform für die „Eurogeneration“ gedacht – jene jungen Europäer, die mit Selbstverständlichkeit im Ausland studieren, reisen und mehrere Fremdsprachen beherrschen.

Wenige Wochen nach Vereinsgründung erscheint cafebabel.com im Februar 2001 erstmals auf Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch. Als das Erasmusjahr zu Ende geht, kehrt ein Großteil der Gruppe an die heimische Universität zurück und gründet Lokalredaktionen. „Das war ein regelrechter Diaspora-Effekt“, erinnert sich Farano, „cafebabel.com breitete sich rapide aus. Gleichzeitig wurde es schwieriger, alle Lokalredaktionen zu koordinieren.“ Um das Netzwerk professioneller verwalten zu können, gründen drei der Studenten die Pariser Zentralredaktion.

Babelianer à la carte

Von Anfang an schwebt der Gruppe ein mehrsprachiges Medium vor, das nach dem Prinzip des Graswurzeljournalismus funktioniert. Herzstück von cafebabel.com ist die Community, das Netzwerk. Jeder der inzwischen rund 8500 registrierten Babelianer kann sich nach Belieben am redaktionellen Prozess beteiligen. „Die Intensität ist ganz unterschiedlich“, beschreibt Farano. „Es gibt eher passive User, die gelegentlich Artikel auf cafebabel.com lesen und kommentieren. Es gibt aber auch Journalisten, Blogger oder Übersetzer, die wöchentlich Inhalte beisteuern.“ Weil frische Informationen aus erster Hand das wichtigste Kapital von cafebabel.com sind, arbeiten die Redakteure eng mit den Ehrenamtlichen zusammen. In beide Richtungen fließen Ideen und The-

Babylonisches Sprachgemisch: In der Redaktion von cafebabel.com in der Rue Saint-Denis sind sieben Nationalitäten vertreten

menvorschläge für die Artikel, mit denen das Online-Magazin wöchentlich bestückt wird. Neben klassischen Ressorts wie „Politik“ und „Wirtschaft“ setzt cafebabel.com auch auf Rubriken, die das Motiv der „Vielfalt Europas“ spielerisch aufgreifen: „Njam Miam“ erkundet europäische Esskulturen, „Turm zu Babel“ begibt sich auf die Spur von Redewendungen, die in verschiedenen Sprachen ihre Bedeutung ändern, in „Brunch mit ...“ führen Babel-Autoren Interviews mit europäischen Kulturschaffenden. Auch rund 80 Babel-Blogs gehören zum redaktionellen Angebot. Alexandre Heully spricht von „kollaborativem Journalismus“, wenn er das Prinzip von cafebabel.com erklärt: „Wir arbeiten Hand in Hand, um am Ende das bestmögliche Produkt aus den Ehrenamtlichen herauszuholen.“

„Wir arbeiten Hand in Hand, um das bestmögliche Produkt aus den Ehrenamtlichen herauszuholen.“

cafebabel.com versteht sich aber nicht nur als Online-Medium, sondern vor allem als Ort der Vernetzung. Über eine interaktive Karte wird jedem registrierten User angezeigt, wo sich in seiner Nähe Babelianer aufhalten. So verwandelt sich das virtuelle in ein „real existierendes“ Netzwerk: dann nämlich, wenn sich Babelianer in europäischen Städten verabreden, Lokalredaktionen gründen oder zur jährlichen Babel-Akademie reisen.

Polyglott und preisgekrönt

Inzwischen erscheint cafebabel.com in sechs Sprachen. Sämtliche Artikel werden wöchentlich von Freiwilligen aus der Originalsprache in die jeweils fünf anderen Babel-Sprachen übertragen. Zwischenzeitlich existierte sogar eine katalanische Version, die jedoch wegen zu geringer Leserzahlen eingestellt wurde. Heully bedauert das: „Ich fand es wichtig, dass cafebabel.com in einer europäischen Regionalsprache erscheint.“

Auf die deutschsprachige Version sind Heully und Farano besonders stolz. „Das war eine schwierige Geburt“, erzählt Heully, „denn die Deutschen sind zurückhaltend und ernsthaft. Es ist schwierig, sie für ein Projekt zu gewinnen, dessen Erfolg in den Sternen steht.“ Und Farano ergänzt: „Von Anfang an gab es auch deutsche Studenten im Umfeld des Projekts, doch meistens hieß es bloß: ‚Sehr interessant, aber ...‘. Als wir 2004 endlich die deutsche Ausgabe auf den Weg brachten, war das für uns ein Gradmesser dafür, dass wir inzwischen als ernsthaftes Medium gelten.“ Auch die polnische Version liegt beiden am Herzen. „Wir wollen auf keinen Fall ein Medium sein, das sich ausschließlich mit westeuropäischen Themen beschäftigt“, betont Heully, „sondern das Lebensgefühl der Eurogeneration auch in Osteuropa einfangen.“ Inzwischen liegen acht der insgesamt 30 Lokalredaktionen in Osteuropa, unter anderem in Prag, Budapest, Sofia und Minsk; in Warschau ist zudem eine Vollzeitredakteurin beschäftigt.

Neben den Zahlen – rund 550 000 Seitenaufrufe pro Monat; der wöchentliche Newsletter wird an 35 000 Abonnenten verschickt – zeigen auch vielfältige Auszeichnungen, dass cafebabel.com als Medium anerkannt wird. 2004 beispielsweise erhielt die Redaktion für ihr Engagement den „Prix de l’Initiative Européenne“ des Europäischen Presseclubs, Europaparlaments und Europahau-

ses in Paris. Und die Europäische Kommission verlieh dem Projekt „Europe on the Ground“, das Babel-Autoren zum Recherchieren in verschiedene europäische Städte schickt, den „Golden Stars Award“. Zudem genießt der Verein Babel International seit 2004 als Nichtregierungsorganisation Beobachterstatus im Europarat. Auch die Liste der Kooperationspartner kann sich sehen lassen: Mit MSN, ARTE und Cicero bestanden bereits Kooperationen, 2009/10 erscheinen Inhalte von cafebabel.com auf der Website presseurop.eu des *Courrier International*.

Finanziert wird Babel International als gemeinnützige Organisation größtenteils über Zuschüsse von öffentlichen Geldgebern – beispielsweise vom EU-Parlament und vom französischen Außenministerium – und privaten Stiftungen, etwa der amerikanischen Knight Foundation, in der Vergangenheit auch von der *Compania de San Paulo* in Italien und der Robert Bosch Stiftung. „Wir haben uns bewusst für einen Mix aus öffentlicher und privater Förderung entschieden, um die Unabhängigkeit des Magazins zu gewährleisten“, erklärt Heully. Berührungängste mit Sponsoren oder Werbepartnern gibt es trotzdem nicht. Zwar funktionierenere das Gemeinnützigkeitsmodell bisher erfolgreich, resümiert Heully, doch auf Dauer müsse cafebabel.com neue Wege erschließen, um sich nachhaltig zu finanzieren. Schließlich lauere hinter jeder Ecke die nationale Konkurrenz auf dem hart umkämpften Markt.

Obwohl rund 80 Prozent der Babel-Leser akademisch gebildet sind und mindestens eine Fremdsprache sprechen, sehen Heully und Farano cafebabel.com nicht als exklusives Eliten-Medium für eine privilegierte studentische Elite. „Natürlich sind wir eine Avantgarde“, räumt Farano ein, „aber auch eine wachsende Bewegung, die immer mehr junge Europäer erreicht.“ Heully ergänzt: „Was wir definitiv nicht sind: ein institutionelles Magazin, ein Abbild Brüssels. Auf cafebabel.com gibt es keine Europaflaggen, keine langatmigen Abhandlungen. Nein, was wir zu vermitteln versuchen, ist das Leben der Europäer im Alltag – in Kultur, Politik, Gesellschaft. Und natürlich ist eine gewisse Bildung vorteilhaft, um das Angebot von cafebabel.com zu schätzen.“

Für Farano und Heully ist das Erasmusgefühl jedenfalls nicht nur ein Studienabschnitt – sondern eine Einstellung. „Ich denke, man kann auch mit 60 im Geiste ‚Erasmus‘ bleiben“, sagt Heully. Er kann sich gut vorstellen, auch in zehn Jahren noch für cafebabel.com zu arbeiten. Farano albert währenddessen mit dem Kellner herum, der Kaffee bringt: „Seit Jahren quält ihr Franzosen mich mit eurem schlechten Kaffee“, ruft er und rauft sich in gespielter Verzweiflung die Haare. Später erzählt er von seiner Frau, einer Französin, und seinem Sohn. „Der Kleine ist weder Franzose noch Italiener“, sagt er. „Sondern Babelianer.“

„Wir sind eine Avantgarde, aber auch eine wachsende Bewegung, die immer mehr Europäer erreicht“



LUISA SEELING studierte Internationale Beziehungen und verbrachte ihr Erasmussemester in Istanbul. Seit Februar 2009 verstärkt sie die *IP*-Redaktion.