

# Wider das inves

*Die verklärende Selbstdarstellung der journalistischen Grandseigneurs ist unaufrichtig und steht der Vermittlung von Recherche im Wege. In Wahrheit ist Recherche vor allem Handwerk – und durchaus lernbar.*

VON MARCUS LINDEMANN

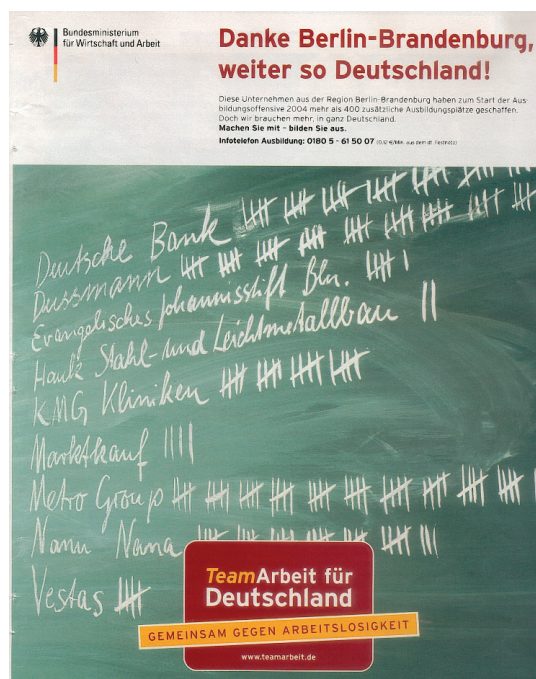
**E**s ist spannend und doch entmutigend, den Berichten der großen Rechercheure zu lauschen. Denn so unterschiedlich die Themen auch sein mögen, stets erklingt das Mantra des investigativen Journalismus. Und das geht so: Alles sei letztlich das Ergebnis »alter« oder auch mal »guter« oder »guter alter Kontakte« und natürlich der eigenen immensen Erfahrung. Und: Man sei schon lange an diesem Thema drangewesen, habe jahrelang recherchiert.

Durchschnittsjournalisten, die dem Klub der großen und ehrenwerten Rechercheure nicht angehören, bleibt nur eines: ehrfürchtiges Staunen. Im eigenen

Adressbuch stehen nur Ansprechpartner, die auch im Telefonbuch oder im Oeckl zu finden sind. Keine Geschichte weit und breit, auf der man den nächsten Scoop aufbauen könnte. Und auch gar nicht die Zeit, Jahre, Monate oder auch nur Wochen in Recherche zu investieren. Mist, denkt man sich, das ist wohl nichts für mich mit dem investigativen Journalismus.

## Methode statt Mythos

Und spätestens hier gilt es, die gängige Investigativjournalisten-Folklore als kontraproduktiv anzugreifen. Wie sehr die journalistischen Grandseigneurs auch glauben mögen, sich der Förderung der Recherche



Oft reicht es, einfache Fragen zu stellen: Hat die Regierungskampagne wirklich die Schaffung so vieler Ausbildungsplätze bewirkt? (Abb. links) WISO fand heraus, wie viele es tatsächlich waren (Abb. rechts).



# tigative Gehabe!

verschieden zu haben: Mit ihrer verklärenden Selbstdarstellung bringen sie die Vermittlung von Recherche nicht weiter. Sie schaffen Mythen, grenzen aus und stehen einer methodischen Analyse des eigenen Schaffens im Wege – und damit auch einer Recherche-Lehre, die auf Methode setzt. Kontakte und Erfahrung helfen, keine Frage. Mindestens genauso wichtig aber sind Fleiß, pfliffige Ideen und die Gabe, klug zu kombinieren – und dies lässt sich lernen und lehren. Es stünde uns gut an, das zu betonen, gerade in der Ausbildung.

Ich kenne mehr Storys, die damit beginnen, dass jemand eine interessante Frage gestellt hat und ihr nachgegangen ist, als solche, die durch heiße Informationen alter Kontakte angestoßen wurden. Und das Schöne an diesem anderen Recherche-Ansatz ist: Jeder kann mitmachen.

## Vertröstungen und Ausflüchte

Ein Beispiel: Das Bundesfinanzministerium warb für 4,5 Millionen Euro in Anzeigen und auf Plakaten mit dem Fall des Schreinermeisters Hans Ulrich T. um Verständnis für den Kampf gegen Schwarzarbeit. »Mein Großvater gründete den Betrieb. Mein Vater baute ihn aus. Ich mache ihn zu. Schwarzarbeit vernichtet Existenzen.« Endlich ein konkreter Fall. Offensichtlich gibt es zwischen Betriebsschließung und Schwarzarbeit einen Kausalzusammenhang.

Doch wie soll das gehen? Wie kann man dem Heer der Schwarzarbeiter eine konkrete Firmenschließung anlasten? Der Kollege Markus Resch stellte Fragen und wurde immer neugieriger auf den Fall. Ein Anruf im Ministerium: Man wolle den Fall gerne fürs Fernsehen aufgreifen. Versprechen, Vertröstungen, Ausflüchte. Wochen später war klar: Der Schreinermeister aus der Anzeige war ein bezahltes Modell, den Fall gab es nicht und auch keinen vergleichbaren. Die Anzeige muss nahezu jeder Journalist gesehen haben. Doch nachgefragt hat offenbar nur einer. Das ZDF-Ratgebermagazin *WISO* fand Gefallen an der Geschichte und sendete sie.

Als ein *WISO*-Redakteur Wochen später wieder ganzseitige Regierungs-Anzeigen im *Spiegel* und in anderen Magazinen sah, blätterte er nicht um, son-

dern bat eine freie Autorin, den Wahrheitsgehalt zu überprüfen. Der Anzeige zufolge hatte Arbeitsminister Clement durch sein persönliches Engagement bei Unternehmen in Berlin und Brandenburg für 400 zusätzliche Ausbildungsplätze gesorgt.

Die Journalistin Maja Helmer fragte bei den in der Anzeige genannten Unternehmen nach und stellte fest: Auch hier stimmte nichts. Die Deutsche Bank zum Beispiel hatte angeblich dank Clement mehr als dreißig zusätzliche Ausbildungsplätze geschaffen. Tatsächlich aber waren es nur fünfzehn. Das Unternehmen Dussmann bot acht neue Ausbildungsplätze an – nicht vierzig, wie in der Anzeige behauptet. Und die KMG-Kliniken teilten mit, man habe zwar neue Ausbildungsplätze eingerichtet – doch dies habe nichts mit der Clement-Kampagne zu tun.

Für *WISO ermittelt* machte ein Team von jungen Journalisten nichts anderes als einfache Fragen zu stellen: Laufen die Hühner, die Freilandier legen, wirklich im Freien herum? Was steckt hinter den Traumjobs auf der Ölbohrinsel? Wie viel Geld lässt sich mit Werbung auf dem eigenen Auto verdienen? Alles spannende Themen, die sich auch für jede Regionalzeitung recherchieren lassen – ohne Kontakte und monatelangen Aufwand. Die Übung und wachsende Erfahrung macht die Arbeit mittlerweile (nach 60 ausgestrahlten Folgen) schneller, vieles ist jetzt Routine – aber abgesehen von dieser Zeitersparnis leben diese Recherchen vornehmlich von Ideen, Cleverness und Fleiß.

*Mist, denken sich die Durchschnittsjournalisten: keine alten Kontakte im Adressbuch, keine Zeit, jahrelang zu recherchieren.*

## Mit der Ökonomie auf Kriegsfuß

»Wie seid Ihr bloß an dieses interne Vorstandspapier gekommen?«, wurde ein Kollege gefragt. Die Antwort: »Ich überlegte, wer das Papier hat und wer ein Interesse daran haben könnte, es öffentlich zu machen. Zwei Anrufe, und das Papier kam per Fax.« So einfach war das? Ja, so einfach und so methodisch, lehrbuchhaft. Alte Kontakte waren dafür nicht nötig.

Der Tradition des deutschen investigativen Journalismus ist es geschuldet, dass viele herausragende Rechercheure mit der Ökonomie auf Kriegsfuß stehen. Betrachtungen zum Thema Effizienz von Recherche gibt es kaum. Doch selbst in der herbeigesehnten Welt mit unbeschränkter Zeit und großen Budgets sind Effizienzüberlegungen nötig. Welchem Thema soll mit wie viel Aufwand nachgegangen werden? Welcher Weg führt am schnellsten zum Ziel? Wer immer alle verfügbaren Quellen recherchieren will (wie es der Medienkodex von Netzwerk Recherche unter Punkt 4 verlangt), kommt nie zum Ende.

### Enorme Zeitverschwendung

Effizienz heißt auch, erst einmal lange zu telefonieren, potenzielle Quellen zu finden, auszuloten, wer was weiß. Wer so vorbereitet seinen Chef um ein Reisebudget bittet, kann argumentieren, überzeugen und auch benennen, was für dieses Geld zu bekommen ist.

*Als ineffizient erweist sich oft genug auch die alte Regel, den Beschuldigten erst am Ende der Recherche zu befragen.*

Wer stundenlang an Datenbankabfragen verzweifelt, nur weil er sicher weiß, dass die gesuchte Information auch im Netz zu finden ist, muss überlegen, ob er nicht doch die Pressestelle des Datenbankbetreibers um Hilfe bittet. Internetrecherche bietet große Potentiale zur Effizienzsteigerung – aber auch zur enormen Zeitverschwendung. Vieles findet sich im Bücherregal oder per Telefon schneller als im Internet.

Effizienz kann auch bedeuten, mit tradierten Rechercheparadigmen zu brechen. Als ineffizient erweist sich oft auch die alte Regel, den Beschuldigten zuletzt zu fragen – nämlich dann, wenn sie stoisch und unreflektiert angewandt wird. Wer aus der Sicht der Verbraucher zu recherchieren beginnt, die sich übervorteilt fühlen, tut gut daran, schon recht früh beim beschuldigten Unternehmen nachzufragen, ob der Fall dort schon geprüft wurde.

Menschen irren, vergessen Details, nehmen selektiv wahr und sind oft überfordert. Wer bis zum Schluss wartet, verschwendet Zeit und Ressourcen.

Eine Kollegin recherchierte einmal den Fall einer Familie, der die Kinder vom Amt weggenommen wurden. Am Ende – sie hielt das für »alte Schule« – kon-

frontierte sie die böse Behörde mit Dokumenten und den Argumenten der Familie, so wie man das macht. Zwei Telefonate später musste die Familie einräumen, dass sie »das mit der Anzeige wegen Missbrauchs« wohl zu erwähnen vergessen habe. Diese Geschichte beginnt bereits »innen«, zudem gibt es »außen« nicht allzu viele potenzielle Quellen. Hier kann (und muss) sehr schnell mit dem Pendeln zwischen beiden Parteien begonnen werden.

Frühzeitig die Gegenseite zu befragen, ist vor allem dann effizient, wenn deren Gesprächsbereitschaft dadurch voraussichtlich nicht abnimmt. Oft ist sogar das Gegenteil der Fall. Gerade Unternehmen, die es sich nicht leisten können, zu Vorwürfen zu schweigen, werten frühzeitige Anfragen auch als Fairness. Das kann Türen öffnen. Das Zurückstellen von Anfragen bei der beschuldigten Gegenseite wird heute oft von der Befürchtung bestimmt, die eigene Geschichte könne sich als haltlos erweisen.

### Unmögliche Forderung

Der zweite Irrtum, mit dem dringend aufgeräumt werden muss: dass nur der investigative Journalismus die Recherche braucht, dass Recherche ausschließlich und immer mit Kritik, Muckraking und dem Aufdecken übler Machenschaften zu tun hat. Es wäre viel erreicht, wenn es Routine würde, jeder Pressemitteilung 30 Minuten Gegenrecherche zu widmen und so banale Fragen zu beantworten, wie: Wer ist der Absender, was steht nicht in der Pressemitteilung, was sagen neutrale Beobachter, was die Konkurrenz? Zwei Anrufe bei Kollegen, Pressestellen oder Experten und zehn bis fünfzehn Minuten Internetrecherche. Eventuell Überprüfung der Domain, Kontext der Meldung, Gegenmeinungen.

Wer routinemäßig Fragen stellt, erhöht die Chancen, etwas Interessantes zu entdecken oder einen PR-Ballon platzen zu lassen. Und wenn die Zeit für eine erschöpfende Recherche nicht reicht, dann darf der Leser doch gerne wissen, dass die Konkurrenz oder eine Behörde kurzfristig für eine Stellungnahme nicht zur Verfügung stand. Oder dass die Seriosität einer Quelle nicht bestätigt werden konnte.

Es klingt wie eine Angabe fürs Protokoll, aber die Information nutzt dem Leser, sie hilft ihm, die Nachricht einzuordnen, indem Quellenlage und offene Fragen ein Stück transparent werden.

Wer bestreitet, dass 30 Minuten Recherche helfen können und stattdessen ein üppiges Reisebudget

für Recherchen vor Ort fordert, erstickt Recherche im Keim. (Thomas Leif: »Leidenschaft Recherche«, in Thomas Leif Hg.: »Leidenschaft Recherche«, Opladen 1999) Mehr Geld und Zeit für Recherche zu fordern, ist edel und recht. Wer aber stets das Unmögliche fordert, der baut mit am Elfenbeinturm, zu dem Heerscharen junger Journalisten aufschauen und dabei denken: Da wollen wir auch mal hin, eines Tages, wenn wir viel Geld und Zeit zum Recherchieren bekommen.

Dick van Eijks Studie über investigativen Journalismus in Europa (siehe folgende Seiten) kommt unter anderem zu dem Ergebnis, dass es keinen Zusammenhang zwischen finanzieller Ausstattung einer Redaktion und deren Recherche-Output gibt. Selbst wenn in Deutschland mehr Geld für Recherchen zur Verfügung stände, würde dies nur helfen, wenn es eine Ausbildung gäbe, die Lust auf Recherche macht und den Weg hin zu ersten eigenen Schritten weist.

Wenn Recherche zur Routine wird, geht es nicht vorrangig um das Aufdecken von Skandalen. Das investigative Recherchieren darf Kür bleiben, wenn Recherche Pflicht ist. Doch wer die Pflicht beherrscht und zur Routine macht, erhöht seine Chancen enorm, auch mal ein Thema für die Kür zu finden.

### Neue Facetten

Ein zweiter Vorteil der Recherche als tägliche Routine wäre, dass dies journalistische Geschichten um Stimmen, Meinungen und Informationen bereichert und die Verbreitung ungeprüfter Aussagen eindämmt.

Thomas Schuler hat für Recherche-Seminare eine Übung entwickelt (Thomas Schuler: »Eine-Quelle-Geschichten und andere Übel«, in »Netzwerk Recherche: Trainingshandbuch Recherche«, Opladen 2003, S. 61-71), mit der er gegen die Ein-Quellen-Geschichten zu Felde zieht. Einer der Artikel aus dieser Übung ist das Porträt einer Synchonsprecherin. Einzige Quelle: sie selbst. Wenn die Geschichte in Seminaren diskutiert und umfangreichere Recherche eingefordert wird, kommt zunächst der Einwand, man wolle der Frau doch nicht am Zeug flicken.

Doch die weitere Diskussion zeigt: Genau darum geht es nicht. Recherche hieße hier, Kollegen und Auftraggeber zu fragen, einen Profi ihre Stimme beschreiben zu lassen, sich für den Leser ins Synchronstudio zu begeben, um beschreiben zu können, wie das eigentlich abläuft.

Die Geschichte würde sich anschließend spannender lesen, hätte Facetten gewonnen. Und die Protagonistin würde nicht mit Aussagen zitiert werden, die eher anderen zustehen. Da niemand anderes befragt wurde, muss die Frau selbst erzählen, was ihre Auftraggeber

an ihr schätzen und wie die Branche funktioniert. Und wenn es hier tatsächlich etwas aufzudecken gäbe: Die Chancen, eine Spur zu finden, wären bei einer solchen Recherche erheblich gestiegen.

Ein-Quellen-Porträts finden sich täglich in unseren Zeitungen. Es wäre fairer, dem Leser diese Quellenlage deutlicher zu machen, indem die Form hier dem Inhalt folgt und die Geschichte als Interview veröffentlicht wird.

### Mehr Ehrlichkeit

Was ist zu tun? Es fängt bei der Sprache an. Wenn auf den Podien einschlägiger Veranstaltungen nicht mehr jeder Glücksgriff, jeder Zufallstipp und jede Fleißarbeit als investigative Großtat verbrämt wird, die auf »alten Kontakten« und »langem Erfahrungswissen« beruht, ist das für Kollegen transparenter und nachvollziehbarer. Ich wünsche mir von den großen Rechercheuren mehr Ehrlichkeit. Warum nicht zugeben, dass man wochenlang im Nebel stocherte oder falschen Fährten folgte? Ein spannendes Buchprojekt, in dem große Rechercheure von ihren Fehlern erzählen sollten, ist an der Eitelkeit der betroffenen Journalisten gescheitert. Hans Leyendecker beklagt, dass außer ihm wohl keiner der Kollegen je große Fehler gemacht habe.

Wir sollten jedem Kollegen dankbar sein, der sprachlich exakt berichtet, wie er über einen Zeitraum von zwei Jahren immer mal wieder an einem Thema dranblieb und dann endlich weiterkam. Bei all jenen, die »jahrelang« recherchieren, fragt man sich ohnehin nur, wann sie eigentlich den Rest ihres Jobs erledigen, Filme machen, Meldungen redigieren, in Konferenzen sitzen und Zeitung lesen.

Recherche als Pflicht muss Routine werden. Denn Zeit und Geld sind immer knapp – und beliebte Argumente, Recherche ganz zu unterlassen. Erst als Routine hat Recherche den Stellenwert, der ihr gebührt.

*Recherche hat nicht nur mit dem Aufdecken von Skandalen zu tun. Investigatives Arbeiten darf Kür bleiben, wenn Recherche Pflicht ist.*

*Marcus Lindemann ist geschäftsführender Autor der TV-Produktionsfirma autoren(werk) und Recherchetrainer in der journalistischen Aus- und Fortbildung. Er bloggt zu Recherchethemen unter [www.recherche-info.de](http://www.recherche-info.de)*

