

**nr-Werkstatt 25**

*Luuk Sengers und Mark Lee Hunter*



# **Drehbuch der Recherche**

**Das verborgene Szenario**

Journalistische Recherchen planen und organisieren





nr-Werkstatt 25

# Drehbuch der Recherche

**Das verborgene Szenario**

Journalistische Recherchen planen und organisieren

*Von Luuk Sengers und Mark Lee Hunter*

Story-based Inquiry Group | [www.storybasedinquiry.com](http://www.storybasedinquiry.com)

Wir danken unseren Förderern

**Schöpfung** Stiftung :

STIFTUNG  
MERCATOR

GLS *Treuhand*

 **Medienstiftung**  
Hamburg · Schleswig-Holstein

**FRIEDRICH  
EBERT  
STIFTUNG**  **Journalisten  
Akademie**

VOR ORT  
**NRW.**   
LRM-Stiftung für Lokaljournalismus



*“Investigative reporting is doing  
a few simple things remarkably well”*

— Nick Davies



# Inhalt

- 6 Vorwort**  
*Von Daniel Drepper*
- 8 Einleitung**
- 12 Danksagung**
- 16 Kapitel 1 – Das Motiv**  
Investigativer Journalismus ist kein Luxus, sondern ein effektives Werkzeug, Leid zu reduzieren.
- 24 Kapitel 2 – Die Überraschung**  
Staunen als Anstoß einer Recherche
- 30 Kapitel 3 – Die Hypothese**  
Stell dir vor, was passiert sein könnte
- 44 Kapitel 4 – Die Cronik / Der Zeitplan**  
Auf der Suche nach dem verborgenen Szenario
- 54 Kapitel 5 – Die Quellenkarte**  
Alles auf einen Blick
- 64 Kapitel 6 – Das Masterfile**  
Organisiere deine Recherche in Datenbanken
- 72 Kapitel 7 – Der Marketingplan**  
Immer an die Zielgruppe(n) denken
- 82 Anhang**  
Checkliste  
Literaturverzeichnis/Leseliste  
Über die Autoren  
Mehr davon?
- 88 Impressum**

# Vorwort

**Jeder sollte recherchieren. Dieses Buch macht es möglich.**

*Von Daniel Drepper*

Wie kann ich der gesellschaftlichen Diskussion etwas hinzufügen? Wie kann ich nicht nur reproduzieren, was andere sagen, sondern selber neue, relevante Informationen zu Tage fördern? Wie kann ich mich auf Beiträge konzentrieren, die einen Mehrwert haben? Diese Fragen stelle ich als Journalist an meine Arbeit.

Gerade in Zeiten wie diesen, in denen manche Politiker und Aktivisten ganz bewusst polarisieren, in denen immer mehr Menschen ein Interesse daran haben, die Wahrheit unter einem Berg Halbwahrheiten und Lügen zu vergraben – gerade in diesen Zeiten brauchen wir Recherche. Und je mehr von uns Journalisten sich an echte Recherchen herantrauen, desto besser.

Was unterscheidet investigativen Journalismus eigentlich von normaler Recherche? Investigative Reporter belegen strukturelles Fehlverhalten, Korruption und Lügen mit gerichtsfesten Beweisen, mit Daten und Dokumenten. Sie versuchen Missstände aufzudecken, unter denen viele Menschen leiden, und finden heraus, wer für Schaden oder Leid verantwortlich ist.

Die Tiefe der Recherche unterscheidet investigative Projekte vom klassischen Journalismus. Investigativ bedeutet, dass Rechercheure neue, bislang unbekannte Fakten enthüllen und zu einem schlüssigen Bild zusammenfügen. Investigativer Journalismus ist kein Leak-Journalismus. Zugesandte Informationen sind nicht finales Produkt, sondern Ausgangspunkt für eigene Recherchen.

Zwei Mal hatte investigative Recherche in der Vergangenheit große Zeiten. Anfang des 20. Jahrhunderts deckten die Muckraker in den USA Machtmissbrauch großer Unternehmen auf. In den 1960er und 1970er Jahren waren es der Vietnam-Krieg und die Watergate-Affäre. Ich glaube, dass vor wenigen Jahren eine dritte Hochphase des investigativen Journalismus begonnen hat.

Zwei Faktoren haben Muckraker und Watergate angetrieben: Unruhe in der Bevölkerung und heftig konkurrierende Medien. Beide Voraussetzungen sind heute wieder erfüllt.



Bürger empören sich über die Überwachung, Klimawandel und die wachsende Schere zwischen arm und reich. Sie streiten sich über die Flüchtlingspolitik, über die Abwägung zwischen Sicherheit und Freiheit. Die Debatte polarisiert, manche würden sagen sie vergiftet. Was häufig fehlt, das sind unabhängige, transparente, tiefe Recherchen.

Gleichzeitig wächst die Konkurrenz. Die Zugangsbarriere ist gefallen, jeder konkurriert mit jedem, weltweit. Um sich abzugrenzen, muss etwas Besonderes her. Womit wir wieder beim investigativen Journalismus sind. Investigativer Journalismus ist in den vergangenen Jahren schneller, effizienter und besser geworden. Die Masse an Informationen ist größer als je zuvor. Technische Hilfen erleichtern es uns, Daten und Dokumente zu beschaffen, zu organisieren, zu sichten und auszuwerten. Wer seine Recherchen sauber planen, strukturieren, auch zu Ende bringen kann, der kann dem gesellschaftlichen Diskurs wertvolle Informationen zuführen.

„Journalismus bedeutet, etwas zu veröffentlichen, was andere nicht veröffentlicht sehen wollen. Alles andere ist PR.“ Diese berühmten Worte definieren Journalismus hervorragend. Eine Antwort darauf, wie man etwas veröffentlicht, das andere nicht veröffentlicht sehen wollen, geben sie nicht. Deshalb freue ich mich sehr, dass das Netzwerk Recherche das „Drehbuch zur Recherche“ von Mark Lee Hunter und Luuk Sengers auf deutsch veröffentlicht.

Ich habe das „Drehbuch zur Recherche“ zum ersten Mal vor fast einem Jahrzehnt im englischen Original gelesen. Und auch wenn ich in meiner täglichen Arbeit längst nicht alle Vorschläge der Autoren umsetze, so hat mir das Buch doch sehr dabei geholfen, mir meiner Recherchetechniken bewusst zu werden und mich zu fokussieren. Recherche ist Handwerk. Sie lässt sich erlernen, sie lässt sich strukturieren, sie lässt sich in vielen Fällen auch aus dem Nichts konstruieren – wenn ich klug vorgehe und etwas Zeit investiere.

Das „Drehbuch der Recherche“ gibt eine Anleitung, die vor allem jungen Reporterinnen und Reportern ohne Zugang zu gut vernetzten Quellen helfen kann. Und auch wenn im Alltagsgeschäft nur die wenigsten Geschichten wirklich investigativ sein können, so wird doch jede Story besser, wenn ich ein paar grundlegende investigative Techniken kenne. Dieses Buch hilft dabei.

*Daniel Drepper ist Chefredakteur von BuzzFeed Deutschland und Mitglied im Vorstand von Netzwerk Recherche*

# Einleitung

Investigative Recherche ist kein Hexenwerk. Man kann sie erlernen – indem man eigene Erfahrungen macht und sich von Kollegen inspirieren lässt. Warum dieselben Fehler machen, die andere vor dir gemacht haben? Erfahrene Rechercheure wissen, wo die Fallstricke liegen. Zwar ist jede Recherche anders und fordert unser Improvisationstalent. Doch vieles von dem, was wir täglich tun, ist vor allem eins: *Routine*. Zumal es keine sonderlich komplizierte Routine ist, wie es der britische Journalist Nick Davies auf den Punkt bringt: „Investigativer Journalismus bedeutet, ein paar einfache Dinge sehr gut zu machen.“

Dieses Buch erklärt, wie man eine investigative Recherche plant, ausführt und abliefert – von der Idee bis zur Story. Der Clou: Wir stellen uns vor, die Geschichte sei schon geschrieben, und gehen in Gedanken den Entstehungsprozess rückwärts durch. So versteht man am besten, was es braucht, um eine Geschichte zu erzählen. Wir nennen die Vorgehensweise *Story-Based Inquiry*.

Wir hören auch nicht mit der Publikation der Geschichte auf – von wegen: „Aus der Druckerpresse aus dem Sinn“. Die „Nachsorge“ ist für den Erfolg des Projekts genauso wichtig wie die Recherche. Wir müssen dafür sorgen, dass wir mit der Geschichte all diejenigen erreichen, die von den Recherche-Ergebnissen profitieren können. Denn den Impact einer investigativen Recherche bestimmt nicht allein der Inhalt der Story, sondern auch ihre Verbreitung.

Die in diesem Handbuch vorgestellte Methode arbeitet vor allem mit Fragen – sorgfältig ausgewählten Fragen in einer sorgfältig ausgesuchten Reihenfolge. Wer unserer Anleitung folgt, wird merken, dass sich manche Hürden im Rechercheprozess von selbst auflöst und man eine Menge Zeit sparen kann. Denn die hier vorgestellte Recherchestruktur ist gleichermaßen das Gerüst einer überzeugenden und spannenden Geschichte. Recherchieren und Schreiben gehen Hand in Hand, sie unterstützen sich gegenseitig. Ungefähr zu dem Zeitpunkt, an dem

die Recherche abgeschlossen ist, steht auch ein Großteil der Geschichte.

In diesem Leitfaden haben wir die wichtigsten Erkenntnisse aus unserem vorigen Handbuch *Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists* (2009) zusammengestellt und um neue Aspekte ergänzt.

In Kapitel 1 erläutern wir zunächst, was investigativer Journalismus ist und welche Arten von Quellen es gibt. In den darauffolgenden Kapiteln erläutern wir unsere Methode: In Kapitel 2 begeben wir uns auf die Suche nach dem „Überraschenden“ – einem Ereignis, das uns auf ein Problem aufmerksam macht. In Kapitel 3 versuchen wir uns das mögliche Ausmaß des Problems vorzustellen und eine entsprechende Hypothese zu formulieren. Auf Grundlage dieser Annahmen erstellen wir in Kapitel 4 eine Übersicht aller relevanten Punkte, die unsere Geschichte ausmachen. In Kapitel 5 widmen wir uns dann den Quellen, die wir strukturiert und strategisch „anzapfen“, um an Informationen heranzukommen. Daraus ergibt sich ein Recherche-Fahrplan, der nicht nur für den Rechercheur nützlich ist, sondern auch im Austausch mit Kollegen und Schlussredakteuren helfen kann.

Wie sich all die recherchierten Informationen aus den Quellen logisch ordnen und aufbewahren lassen, zeigen wir in Kapitel 6 anhand von Datenbanken und einem sogenannten Masterfile. Das letzte Kapitel (7) befasst sich mit der Vermarktung der Geschichte. Eine Übersicht zu den einzelnen Schritten des Recherche-Fahrplans findet sich auf Seite 82.

Dieses Buch ist nicht nur für junge Journalisten gedacht, die vor ihrer ersten Recherche stehen. Unsere Arbeitsmethode wurde auch von erfahrenen Investigativreportern übernommen, die den Impact ihrer Geschichten verstärken wollen. Außerdem haben wir festgestellt, dass die Arbeitstechniken erfolgreich von Nichtregierungsorganisationen und Aktivisten angewendet werden, um ihre Kampagnen prägnanter zu gestalten.

Die Beobachtungen, die in unser erstes Buch *Story-Based Inquiry* einfließen, basierten vor allem auf Erfahrungen, die wir

während der *Global Investigative Journalism Conference* 2005 in Amsterdam gesammelt haben. An diesen Konferenzen nehmen Journalisten aus aller Welt teil – jung und alt, Studenten und preisgekrönte Branchengrößen. Auch 2019 in Hamburg wird es wieder so sein. Die Besucher stehen nicht im täglichen Wettbewerb um Exklusivmeldungen im Nachrichtenkleinklein; diese Konferenzen haben daher eher den Charakter eines entspannten Familientreffens.

Unser erstes Handbuch wurde inzwischen von der UNESCO adaptiert und in mehr als zwölf Sprachen übersetzt. Wir werden von Redaktionen und Universitäten aus aller Welt eingeladen, Workshops zu geben. Und überall treffen wir Journalisten, die sich wie wir für das Ziel einsetzen, die Welt ein bisschen ehrlicher und besser zu machen.

Unserer Erfahrung nach ist der Wunsch, gesellschaftliche Probleme aufzudecken und Missstände anzuprangern, unter den Kollegen noch immer weit verbreitet. Von einer *moralischen* Krise des Journalismus kann also keine Rede sein. Allerdings sind die Umstände, unter denen Investigativjournalisten heute arbeiten, ungünstiger als noch vor 20 Jahren. Viele etablierte Medien befinden sich in finanzieller Schieflage. Sparrunden in den Redaktionen haben zur Folge, dass weniger echte News verbreitet werden. News, die nicht durch Dritte (z. B. Pressestellen) an die Medien herangetragen und „vorgekaut“ wurden. News, die nicht von anderen abgeschrieben wurden. News, die nicht überall zu lesen sind.

Es gibt immer weniger originäre Recherchen und immer weniger Berichterstattung, die wichtige Fragen beantwortet, aufklärt und inspiriert, die Verbesserungen anstrebt und Lösungen aufzeigt. Trotzdem – das zeigen Beispiele wie *De Correspondent* – gibt es für diese Art von Berichterstattung weiterhin einen Markt.<sup>1</sup>

Glücklicherweise nehmen viele Journalisten ihre Arbeit (und ihr Publikum) noch immer ernst. Angriffe und Verleumdungen à la

---

<sup>1</sup> Lesen Sie dazu die Erkenntnisse von Mark Lee Hunter, Luk N. Van Wassenhove und Maria Besiou, im Anfang 2017 erschienenen Band „Power is everywhere: How stakeholder-driven media build the future of watchdog news“, gratis erhältlich unter [www.storybasedinquiry.com/store](http://www.storybasedinquiry.com/store)

„Fake News“ haben sie noch entschlossener gemacht. Die Entstehung von Rechercheverbünden und nationalen wie weltumspannenden Journalistennetzwerken (z. B. *Netzwerk Recherche* und das *Global Investigative Journalism Network*) sowie die tägliche Arbeit einer Vielzahl etablierter Medien, die schon immer für verlässlichen Recherchejournalismus standen, ist Beweis genug. Außerdem lässt sich eine wachsende Zahl von Nichtregierungsorganisationen und aktivistischen Medien beobachten, die auf die Expertise von Investigativjournalisten setzen.

Wir hoffen, dass jeder, der guten Journalismus anstrebt, in der *Story-Based Inquiry* ein nützliches Hilfsmittel findet.

## Danksagung

*Wir widmen dieses Buch Gavin MacFadyen und David Donald.*

Wir können nicht genug betonen, wie viel Einfluss die beiden auf unsere eigene Entwicklung und die von vielen anderen Journalisten hatten. Wir werden die Leere, die sie hinterlassen, noch lange spüren.

Gavin war ein Pitbull mit einem großen Herzen. Ein stets getriebener Investigativjournalist, der eine beeindruckende Menge an wichtigen, aufrüttelnden Fernsehreportagen produziert hat. Er motivierte jüngere Kollegen, in die Fußstapfen seiner Generation zu treten, und richtete dafür u. a. die spannenden CIJ Summer Conferences in London aus.

Auch uns ließ er dort jahrelang auftreten, um unsere *Story-Based Inquiry* Methode vor einem kritischen internationalen Publikum zu testen.

Gavin war auch derjenige, der uns ermutigte, nach dem Erfolg des ersten Handbuches zwei neue Bücher zu schreiben. In diesen konnten wir detaillierter auf die verwendeten Techniken eingehen: *The Hidden Scenario* und *The Story Tells the Facts*. Beide wurden vom *Centre for Investigative Journalism* herausgegeben, das Gavin aufgebaut hatte. Sie bilden die Grundlage für die hier vorliegende Fassung „Drehbuch der Recherche“.

Auch aus einem anderen Grund bewundern wir Gavin: Für ihn bestand nie ein Zweifel, dass Journalisten für Benachteiligte eintreten müssen.

David Donald war aus demselben Holz geschnitzt: ein Vorbild für all die Menschen, die ihn kannten. Es gab nur wenige, die auf seinem Gebiet, dem datenbasierten Investigativjournalismus, mit ihm konkurrieren konnten.

Sein Arbeitsplatz, das *Center for Public Integrity*, zog durch ihn viele wichtige Preise an Land. Aber er tat es nicht deswegen. Der investigative Journalismus war für ihn viel mehr eine Möglichkeit, die Welt für jeden ein wenig besser zu machen.

David hat eine ganze Generation an Datenjournalisten unterstützt und inspiriert. Er war ein gern gesehener Gast bei Konferenzen und Bootcamps.

David war ein großer Bewunderer von Journalismus-Professor Phil Meyers, der in den 1970er Jahren das Konzept des „Precision Journalism“ vorstellte. „Precision Journalism“ galt als Gegengewicht zur Entwicklung in einigen Redaktionen, Meinungen als Fakten zu verkaufen. Eine Praxis, die sich seither leider auch außerhalb der Redaktionen wie ein Virus verbreitet hat und in Sozialen Medien mittlerweile den öffentlichen Diskurs erheblich prägt. Noch nie sind wir einem Journalisten/Dozenten begegnet, der Fakten mit solch großer Sorgfalt behandelte wie David. Aber vor allem sind wir ihm für alles dankbar, was er uns über Didaktik gelehrt hat. Vieles von dem, was und wie wir dozieren, war ein Geschenk von ihm.

Gavin und David waren eine Klasse für sich. Wir sind glücklich, dass wir sie zu unseren Freunden zählen konnten. Ihnen widmen wir dieses Buch.

Andere Freunde und Kollegen, denen wir aus tiefstem Herzen danken und die Einfluss auf dieses Buch hatten, sind:

**Rana Sabbagh** und ihre Kollegen von *Arab Reporters for Investigative Journalism* (ARIJ) in Amman. Sie gaben uns 2009 den Auftrag für das erste Handbuch: *Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists*.

**Xianhong Hu** von der UNESCO, durch die das Handbuch in mehr als zwölf Sprachen übersetzt und weltweit verbreitet wurde.

**Marina Calland** vom *Centre for Investigative Journalism* an der Goldsmith University in London, die uns schon sehr lange die Möglichkeit gibt, unsere Methode vor dem internationalen

und kritischen Publikum der jährlichen CIJ Summer Schools zu präsentieren.

**Netzwerk Recherche**, die uns mit der vorliegenden Übersetzung dabei unterstützen, unsere Methode auch in Deutschland bekannt zu machen und zu verbreiten.

**Marcus Lindemann**, der regelmäßig zur Weiterentwicklung der Methode beiträgt und nicht aufhört, sie in Deutschland zu verbreiten. Und **Pia Thordsen** und **Nils Hanson**, die dasselbe in Dänemark und Schweden tun.

Unsere Kollegen aus der Journalismus-Ausbildung von Thomas More in Mechelen und Fontys in Tilburg, die unsere Methode adaptiert und zu einem festen Bestandteil des Lehrplans gemacht haben: **Herman Duponcheel**, **Iris Deroover**, **Werner Goossens**, **Erik Roosens** und **Michel Simons**.

Die Freie Universität in Amsterdam, die Freie Universität in Brüssel, die Erasmus Universität in Rotterdam, FH Campus in Wien, De Redactie in Monnickendam, das Zentrum für Kommunikation und Journalismus in Utrecht, die *Vereinigung der Investigativ-journalisten* (VVOJ), *Investigative Reporters and Editors* (IRE) und die Stiftung Pascal Decroos, die uns den Raum gegeben hat, die *Story-Based Inquiry* zu unterrichten und zu verbessern.

**Marion Claessens**, die die ersten Versionen korrigiert hat.

Zum Schluss sind wir auch allen Studenten und Kursteilnehmern zu großem Dank verpflichtet, die uns mit ihren Fragen und Geschichten inspiriert haben.

*Berlin im Mai 2018*

*Luuk Sengers und Mark Lee Hunter*





## Das Motiv

**Investigativer Journalismus ist kein Luxus, sondern ein effektives Werkzeug, Leid zu reduzieren.**

Journalisten verwenden einen Großteil ihrer Arbeitszeit darauf, auf Inszenierungen zu reagieren, etwa Pressekonferenzen, Ortstermine von Bürgerinitiativen, Demonstrationen oder Parlamentsdebatten. Manchmal bestimmt auch die Natur die Nachrichtenagenda: bei verheerenden Waldbränden, Erdbeben oder Überschwemmungen. Aber nicht alle Geschichten drängen sich derart auf. Manche Ereignisse bleiben der Öffentlichkeit verborgen, weil die Verantwortlichen (Täter) oder die Betroffenen (Opfer) aus Angst vor den Konsequenzen den Mund halten. Dann braucht es jemanden, der das Geschehene recherchiert und ans Licht bringt. Es braucht: einen investigativen Journalisten.

### Was ist investigativer Journalismus?

Es gibt zahlreiche Definitionen von investigativem Journalismus<sup>2</sup>, die sich im Detail unterscheiden. Über die wichtigsten Merkmale hingegen herrscht weitgehend Einigkeit:

Ohne die Initiative des Journalisten wäre die Neuigkeit nicht (oder zumindest nicht so schnell) ans Licht gekommen, weil sie bisher übersehen oder bewusst verborgen wurde.

Nach der Aufdeckung eines Skandals wie den manipulierten Abgaswerten bei deutschen Autoherstellern fragt sich die Öffentlichkeit verwundert, wie ein so umfassender Betrug so lange unbemerkt bleiben konnte. Dafür kann es viele Gründe geben:

---

2 2015 haben wir in zwei Artikeln für *De Nieuwe Reporter* verschiedene Interpretationen von „Investigativjournalismus“ nebeneinander gestellt. Eine übersichtliche Tabelle mit den Unterschieden zwischen „gewöhnlicher“ Berichterstattung und investigativen Journalismus findet sich unter [www.sbi.academy](http://www.sbi.academy) (niederländisch).

- Ein Sachverhalt ist zu komplex, als dass man auf den ersten Blick Ursachen und Folgen überblicken und Wahrheiten von Unwahrheiten unterscheiden könnte.
- Das Ausmaß bzw. die Zahl der Betroffenen ist zunächst so gering, dass der Fall keine Aufmerksamkeit auf sich zieht.
- Das Geschehene übersteigt schlicht unsere Vorstellungskraft, weshalb man gar nicht auf die Idee käme, Nachforschungen anzustellen.
- Journalisten und ihre Quellen werden bedroht und mundtot gemacht, sobald die Recherchen beginnen.
- Die Verantwortlichen (Täter) betreiben hohen Aufwand, um ihr Handeln zu vertuschen.

Dieses Handbuch definiert investigativen Journalismus deshalb wie folgt:

#### DEFINITION

Investigativer Journalismus ist das Aufdecken relevanter gesellschaftlicher Ereignisse, die bisher bewusst unter Verschluss gehalten wurden oder in der Masse an Informationen untergegangen sind.

### Wunsch nach Veränderung

Nicht jede vermeintlich investigative Recherche ist relevant und juristisch zulässig. Wer einen Popstar monatelang beschattet, sich im Gebüsch vor dessen Haus versteckt und Müllsäcke durchwühlt, um eine heimliche Affäre „aufzudecken“, der befriedigt nur die voyeuristischen Neigungen der Öffentlichkeit. Die Ambitionen der meisten Investigativjournalisten sind andere: Sie wollen mit ihren Recherchen etwas verändern. Das galt schon für Jane Cochrane, die erste echte Investigativjournalistin, die sich 1887 in eine Nervenheilanstalt einweisen ließ, um den grausamen Umgang mit den Patienten zu dokumentieren. Und es galt knapp 130 Jahre später für Mar Cabra, die 2016 die Enthüllungen der Panama Papers koordinierte.

Dass der investigative Journalismus in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts entstehen konnte, ist eine Folge der gesellschaftlichen Umbrüche jener Zeit. Die Aufdeckung von Unrecht und das Drängen auf Veränderung erforderte – um nachhaltig wirken zu können – ein selbstbewusstes (Massen-)Publikum. Eines, das um seine demokratischen Rechte weiß und die Einhaltung dieser Rechte z. B. vor unabhängigen Gerichten einfordern kann. Diese Form bürgerlicher Emanzipation brauchte nach der französischen Revolution und der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung noch einige Jahrzehnte, ehe sie in der Gesellschaft Fuß fassen konnte.

Mit der gewonnenen Meinungsfreiheit, die der Zeitung zu ihrem Durchbruch als Massenmedium verhalf, war es dann nur folgerichtig, dass Verletzungen der Bürgerrechte im wahrsten Sinne des Wortes Schlagzeilen machten.

In seinen Anfangsjahren widmete sich der investigative Journalismus vor allem den Auswüchsen des Kapitalismus, der sich zur gleichen Zeit im Westen breitmachte, etwa die Machenschaften des Millionärs John D. Rockefeller (Ida Tarbell: *The History of Standard Oil*, 1904) oder die Arbeitsbedingungen in den Schlachthöfen Chicagos (Upton Sinclair: *The Jungle*, 1906).

Nach dem Zweiten Weltkrieg erfuhren die Bürgerrechte mit der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte durch die Vereinten Nationen (1948) sowie der noch weitreichenderen Europäischen Menschenrechtskonvention (1950) eine deutliche Stärkung.

Seither hat jeder Mensch (formal) das Recht auf:

- Leben
- Schutz vor Folter, Sklaverei und Zwangsarbeit
- Freiheit und Sicherheit
- faire Gerichtsverfahren
- Achtung des Privat- und Familienlebens
- Gedanken-, Gewissens- und Religionsfreiheit
- freie Meinungsäußerung
- Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit

- Eheschließung
- Schutz vor Diskriminierung
- Schutz des Eigentums
- Bildung
- freie Wahlen
- freie Wahl des Wohnorts

Manche dieser eigentlich unveräußerlichen Rechte gehören mittlerweile auf eine „Rote Liste“ – ähnlich wie bei bedrohten Tierarten. Denn aktuelle Entwicklungen in der Türkei oder in Polen zeigen genauso wie das Gefangenenlager Guantanamo, wie schnell bestimmte Rechte für Teile der Bevölkerung oder Individuen ausgehebelt werden können. Immerhin: Der öffentliche Protest gegen solche Entwicklungen zeigt, dass die Gesellschaft ihre bedrohten Ideale nicht kampflos aufgibt und unabhängiger, aufklärerischer Journalismus (als „Wachhund der Demokratie“) wieder stärker nachgefragt wird (darauf weisen zumindest gestiegene Abo-Zahlen der *New York Times* in der Amtszeit Donald Trumps hin).

Die größten Bedrohungen für die Rechte jedes Einzelnen lesen sich wie ein Auszug aus dem Strafgesetzbuch: Korruption, Diebstahl, Machtmissbrauch, Veruntreuung, Täuschung und Betrug, Bedrohung, Gewalt, Unterdrückung, Diskriminierung, Zensur. Ergänzen lässt sich die Liste mit Unfähigkeit, Fahrlässigkeit, Interessenkonflikten, Verstößen gegen Regeln oder Absprachen sowie unethischem oder böswilligem Verhalten.

Korruption ist dabei das weltweit am stärksten verbreitete Problem – und damit auch die wichtigste Zielscheibe von investigativ arbeitenden Journalisten. In vielen Demokratien westlicher Prägung ist dieses mutwillige Fehlverhalten zwar weniger stark ausgeprägt (was nicht heißen soll, dass es dort nicht auch vorkommt). An ihre Stelle tritt stattdessen Fahrlässigkeit<sup>3</sup>. Unwissenheit, Unfähigkeit, Inkompetenz, Bequemlichkeit, Missmanagement und Verschwendung kommen in allen Gesellschaftsbereichen vor – mit ähnlich desaströsen Folgen wie bei mutwilligem Fehlverhalten.

---

3 Ein historischer Ausspruch lautet: „Schreibe nicht der Böswilligkeit zu, was durch Dummheit hinreichend erklärt ist.“

Zwar gibt es in einem gut funktionierenden Rechtsstaat verschiedene Kontrollinstanzen, die Fehlverhalten aufspüren (Staatsanwaltschaften, Rechnungshöfe, Initiativen wie „Das Schwarzbuch“ vom Bund der Steuerzahler über die Verschwendung öffentlicher Mittel, etc.) . Doch wo Märkte zunehmend sich selbst überlassen werden (wie vor der Finanzkrise), entsteht ein Dickicht aus Machenschaften, das nicht einmal mehr die dafür zuständigen Kontrolleure durchblicken (siehe das Debakel um die HSH Nordbank, aber auch den Abgasskandal in der deutschen Autoindustrie).

Es gibt also auch in einer international geachteten Demokratie wie Deutschland genug brisantes Material, auf das sich investigative Rechercheure stürzen können.

### **Objektivität? Vergiss es!**

Weil das Ziel von investigativem Journalismus oft die Veränderung des Status Quo ist, wird ihm mitunter kampagnenartiges Agitieren oder zumindest die Abkehr von Objektivität vorgeworfen, womit das Bemühen um eine nüchterne und sachliche Berichterstattung gemeint ist.

Dazu muss man wissen, dass „Objektivität“ in keinem einzigen seriösen Verhaltenskodex für Journalisten vorkommt. Die amerikanische Soziologin Gaye Tuchman bezeichnete das Bemühen um journalistische Objektivität (z. B. indem man alle involvierten Parteien zu Wort kommen lässt) schon 1978 in ihrem Buch *Making News* als „strategisches Ritual“ – eine Art Feigenblatt für mangelnde Recherche oder fehlende Haltung.

Wir sagen: Es ist nicht die Aufgabe von Journalisten, für ein Gleichgewicht in ihren Geschichten zu sorgen, solange im Machtgefüge der Welt kein Gleichgewicht herrscht.

Das heißt nicht, dass stattdessen einseitig berichtet werden soll. Nur: Wenn es darum geht, Ungerechtigkeiten aufzudecken und damit ein Ideal (z. B. Menschenrechte) zu verteidigen, ist Ausgewogenheit mitunter unangebracht.

Ohnehin liegen so ziemlich jeder Recherche subjektive Entscheidungen inne – etwa die Wahl des Themas. Es gibt keine objektiv erstellte Themenliste. Wer sollte die auch zusammenstellen?

Die journalistische Freiheit, sich jedem nur erdenklichen Thema widmen zu können, erhöht die Chancen, dass auch die wirklich wichtigen Themen darunter sind. Und das ist auch eine Art von Objektivität.

Andere Entscheidungen, wie die Wahl einer Recherchemethode, sind viel weniger subjektiv. Es gibt viele allgemein akzeptierte Regeln für zuverlässige Recherche. Hier sind ein paar:

- Bemühe dich, alle relevanten Quellen zu finden.
- Lasse keine Quelle unter den Tisch fallen, nur weil sie etwas anderes behauptet, als du dir erhofft hast.
- Mache deinen Quellen transparent.
- Zitiere korrekt und ohne Aussagen aus dem Kontext zu reißen.
- Formuliere deine Erkenntnisse so deutlich und konkret wie möglich.
- Weise ehrlich darauf hin, was du nicht herausfinden konntest.
- Lasse einen unabhängigen Experten über deine Arbeit schauen, bevor du sie publizierst.

Wer sich diese Regeln zu Herzen nimmt, kommt Objektivität schon recht nahe. Denn sollte zufällig eine andere Person zu demselben Thema recherchieren und dabei die gleichen Regeln anwenden, müssten sich die Rechercheergebnisse zumindest ähneln.

### **Müssen Enthüllungen immer negativ sein?**

Von wegen „Only bad news are good news“. Wer Missstände aufdecken möchte, kann entweder den Finger in die Wunde legen und so die Öffentlichkeit auf ein Thema aufmerksam machen. Oder der Fokus der eigenen Recherche liegt von Anfang an auf der Lösung des Problems. In diesem Fall kann der Artikel einen deutlich optimistischeren Ton anschlagen.

Diese Herangehensweise ist nicht neu, erlebt aber gerade unter den Schlagworten „Constructive Journalism“ oder „Solutions Journalism“ eine kleine Renaissance.<sup>4</sup>

„Journalismus, der nicht auch die Antworten auf soziale Probleme abbildet, liefert ein unvollständiges, voreingenommenes Bild der Realität – eines, das der Gesellschaft sogar schaden kann“, schreibt das *Solutions Journalism Network*, eine gemeinnützige Organisation aus den USA zur Förderung dieses Verständnisses von Journalismus, in seinem Handbuch.<sup>5</sup> „Indem sie regelmäßig Probleme aufzeigen und die Antworten darauf ignorieren, erwecken Journalisten den falschen Eindruck, dass Menschen nie versucht haben, Dinge in Ordnung zu bringen, oder nicht wüssten, wie etwas besser gemacht werden könnte.“ Konstruktiver Journalismus hingegen bewirke, dass „die Zuhörer sich gestärkt fühlen, nicht so schnell abschalten und einem Problem weniger zynisch und apathisch gegenüberstehen“, heißt es weiter. „Das Publikum sollte erkennen können, dass Veränderung möglich ist.“

Diese alternativen Lösungswege ausfindig zu machen und zu überprüfen, ob die Argumente stichhaltig sind, ist gar nicht so einfach. Viele Akteure behaupten, Lösungen für ein Problem anbieten zu können. Doch erst eine fundierte Stärken-Schwächen-Analyse zeigt, ob mehr als heiße Luft hinter solchen Ankündigungen steckt.

Viele investigative Recherchen vereinen bereits beide Formen: Sie decken Missstände auf und präsentieren einen Lösungsansatz. Aus Sicht des Publikums ist das ein Vorteil. Statt nach der Lektüre hilflos mit einem Berg von Problemen allein gelassen zu werden, nimmt der Journalist sein Publikum bei der Hand und zeigt Auswege aus der Krise auf.

<sup>4</sup> In den Niederlanden hat die Hochschule für Journalismus Windesheim in Zwolle als erste Hochschule „Constructive Journalism“ in ihren Lehrplan aufgenommen.

<sup>5</sup> „Why Solutions Journalism?“ in: Learning Lab (<https://learninglab.solutionsjournalism.org/en/courses/basic-toolkit/introduction/why-solutions-journalism>); alle Toolkits und Guides unter <https://www.solutionsjournalism.org/hub/get-trained>





# Die Überraschung

## Staunen als Anstoß einer Recherche

Wie stoßen investigativ arbeitende Journalisten auf Themen? Sie lassen sich überraschen. Zum Beispiel von Ereignissen, die Aufmerksamkeit auf sich ziehen, weil sie von der Norm abweichen. Das ist immer dann der Fall, wenn man sich selber fragt: „Was passiert hier eigentlich gerade? Wie kann das sein?“ Oder feststellt: „Das ist skandalös!“

Überraschung und Empörung sind oft der Antrieb, mit einer Recherche zu beginnen. Auf Überraschendes oder Empörendes zu stoßen, ist im Journalistenalltag nicht besonders schwer, solange man aufmerksam ist. Hier ein paar Beispiele:

- *On the beat*: Journalisten mit einem festen Berichtsgebiet („Beat“) fallen abweichende oder ungewöhnliche Ereignisse sofort auf, da sie sich jeden Tag mit ihrem Thema beschäftigen. Oft verfügen sie über ein Quellennetzwerk, das sie regelmäßig mit entsprechenden Hinweisen versorgt. Die meisten Investigativgeschichten in den USA werden durch *Beat*-Reporter, nicht durch Vollzeit-Investigativjournalisten produziert.
- *In den Nachrichten*: Investigativjournalisten finden ihre Themen ziemlich oft in den Nachrichten. Während sie die Nachrichten sehen, fragen sie sich: „Wie konnte das passieren?“ und „Was folgt daraus?“
- *In Büchern*: Bei der Lektüre von Fachbüchern sollte man sich ein paar simple Fragen stellen, z. B.: „Lassen sich Beispiele finden, die die Annahmen in diesem Buch be- oder widerlegen?“
- *Auf Kongressen und Treffen*: Auf Branchentreffs sprechen Experten um einiges freier als hinter ihrem Bürotisch. Wer genau hinhört, erfährt vielleicht Überraschendes.

- *In der politischen Agenda:* Wer die Agenda von Regierungen, Parlamenten oder Interessengruppen durchforstet, kann sich – mit ein bisschen Erfahrung – ausmalen, welche Themen daraus von den Medien aufgegriffen werden könnten. Wenn man also schon im Voraus recherchiert und seine Geschichte vorlegen kann, sobald das Thema in den öffentlichen Fokus gerät, erzielt man maximale Aufmerksamkeit.

### **Was ändert sich?**

Ungewöhnliche Ereignisse oder schlicht Veränderungen sorgen für Aufregung – im Positiven wie im Negativen. Manchmal bedeutet Veränderung Unsicherheit (z. B. bei einem Putsch), manchmal bedeutet sie Hoffnung (z. B. bei einer friedlichen Revolution). In solchen Zeiten ist es die Aufgabe des Journalismus, das Geschehen einzuordnen und die drängendsten Fragen, die aus der Veränderung resultieren, zu beantworten. Hier ein paar Szenarien und mögliche Anknüpfungspunkte für journalistische Recherchen:

- **Neuer Machthaber:** In welchen Politiker oder Machthaber setzen die Leser ihr Vertrauen? Was verspricht der neue Machthaber? Lassen sich seine Versprechen einhalten? Hat er seine Versprechen in der Vergangenheit eingehalten?
- **Eine Bedrohung:** Welche Art von Bedrohung kommt auf die Leser zu? Ist ihre Gesundheit, die eigene Sicherheit oder ihr Wohlstand in Gefahr? Wie kann das Unheil abgewendet werden?
- **Wahlen stehen bevor:** Um welche Entscheidung geht es? Welche Informationen benötigt jeder Einzelne, um die für ihn bestmögliche Entscheidung zu treffen? Was sind die Vor- und Nachteile der zur Wahl stehenden Alternativen?
- **Die Welt verbessern:** Wie versuchen die Leser, die Welt ein Stückchen besser zu machen? Welche Produkte kaufen sie beispielsweise ein? Tragen diese wirklich dazu bei, ihrem Ziel näher zu kommen? Welche Hindernisse begegnen ihnen? Welche Informationen benötigen sie, um ihren Argumenten Kraft zu verleihen?

Aufregung entsteht manchmal aber auch im Kleinen, etwa wenn unsere Alltagsroutine durchbrochen wird. Warum kommt plötzlich kein Wasser aus der Dusche? Warum fährt der Zug nicht? Und warum sind die Regale im Supermarkt leer?

Nicht immer wartet eine große Enthüllung. Vielleicht gab es nur einen Wasserrohrbruch in der Nachbarwohnung oder einen medizinischen Notfall im Zug und der Kühltransporter ist auf dem Weg zum Supermarkt liegengeblieben.

Aber manchmal lohnt es sich nachzufragen: Wenn die Kinder nicht in die Schule können, weil in den Klassenräumen Asbest gefunden wurde. Wenn das Ersparte von Kleinanlegern verschwunden ist, weil die Bank in dubiose Geschäftspraktiken verstrickt ist. Wenn gefährliche Stoffe im Trinkwasser auftauchen, weil Abwässer ungefiltert in die Natur gelangen.

Der investigative Journalismus ist oft fixiert darauf, die großen Skandale in Politik und Wirtschaft zu enthüllen. Kleinere Unannehmlichkeiten und Nöte im Alltag von Lesern, Zuschauern und Zuhörern fallen deshalb manchmal unter den Tisch. Vielleicht auch ein Grund, warum Auflagen und Einschaltquoten immer weiter sinken.

### **Zwischen den Zeilen lesen**

Viele Recherchen starten nicht bei null, sondern bauen auf bereits (zumindest teilweise) bekannte Sachverhalte auf. Sie konzentrieren sich dann auf die Frage: Was wurde bislang *nicht* gesagt?

Um das herauszufinden, ist es hilfreich, eine Liste von allen bisher veröffentlichten Beiträgen zu diesem Thema anzufertigen: On- und Offline-Artikel (auch aus Fachzeitschriften), Websites, Bücher, Studien, Urteile, Facebook- und LinkedIn-Gruppen, Aktionsprogramme, Konferenzbeiträge, Inspektionsberichte, Geschäftsberichte, Gesetze und Statistiken. In einer zweiten Liste werden dann alle für das Thema relevanten Ereignisse, auf die man in den Quellen stößt, notiert und in eine chronologische Reihenfolge gebracht. Am einfachsten ist es, jedem Ereignis ein

Datum zu zuordnen – entweder der Zeitpunkt, an dem der Vorfall stattfand, oder das Datum der Veröffentlichung.

Es kann außerdem hilfreich sein, noch ein paar andere Informationen aus den Beiträgen in die Liste(n) mit aufzunehmen:

- *Akteure*: Alle Personen, die für die Geschichte eine Rolle spielen, gehören auf die Liste.
- *Lösungsvorschläge*: Beinhaltet die Liste positive Beispiele, werden Alternativen aufgezeigt oder Ratschläge gegeben?
- *Follow the money*: Lassen sich anhand der Informationen auf der Liste Geldströme nachzeichnen? Woher kommt das Geld und wohin fließt es? Geldströme in Zusammenhang zu bringen, hat schon viele Skandale ans Licht gebracht (z. B. Panama Papers).
- *Termine, Dokumente und Vereinbarungen*: Finden sich in der Liste Hinweise auf Termine, Dokumente (Berichte, Gesetze) und getroffene Vereinbarungen (Pläne, Regelungen)? Nicht immer wird das, was verabredet wurde, auch umgesetzt. Deshalb lohnt ein vergleichender Blick.

Nun gilt es, einen Schritt zurückzutreten und sich einen Überblick zu verschaffen, was in den ganzen Auflistungen noch fehlt. Welche Ursachen oder Folgen, welche Fakten oder Lösungsvorschläge tauchen bisher nicht auf?

### **Wer kann helfen?**

Helfen können dabei andere kritische Geister, die sich mit der Thematik beschäftigen: Aktivisten, Wissenschaftler, Geistliche, Sozialarbeiter, Kommissare, Journalisten, Whistleblower, Künstler, Anwälte, Politiker.

Sie alle kann man fragen, was ihnen mit Bezug auf eine bestimmte Thematik oder einen Sachverhalt aufgefallen ist, was sie vielleicht sogar überrascht hat. Auch Berichte von Aufsichtsbehörden können interessante Details enthalten. Gleiches gilt

für die Rechnungshöfe. In diesen Berichten steht, was funktioniert und was nicht.

### **Hör auf die Betroffenen**

Wo Missstände sind, sind Betroffene nicht weit. Manche Opfer können sich selbst Gehör verschaffen. Sie schimpfen, klagen an, stellen Forderungen, bitten um Hilfe oder warnen. Aber es gibt viele Opfer, die schweigen – aus Angst, Scham oder einem Gefühl der Hilflosigkeit. Diese Menschen findet man am ehesten durch diejenigen, die ihnen helfen: Hilfsorganisationen, Interessenvertretungen, Ombudsleute, Bürgerbeauftragte, Schiedsstellen, Sozialarbeiter. Sie kennen die Sorgen und Nöte der Betroffenen.

Übrigens: Die Suche nach Opfern ist nicht anrühlig, nicht sensationalistisch oder reißerisch. Denn unser Ziel ist nicht, durch die Zurschaustellung von Leid die Auflagenzahlen zu steigern. Unser Ziel ist es herauszufinden, was die Ursache des Leids ist und wie es bekämpft werden kann.



## Die Hypothese

Stell dir vor, was passiert sein könnte

Am Klischee, dass Investigativjournalisten immer auf der Jagd nach Skandalen sind, ist etwas Wahres dran. Wir können nicht anders, das ist unser Job.

Doch nur selten breitet sich ein Skandal vor unseren Augen aus (wie bei der Ölkatastrophe im Golf von Mexiko). Oft beginnt es mit einer (im Verhältnis zum letztendlichen Ausmaß) Petitesse, einem scheinbar kleineren Problem. Um herauszufinden, ob mehr hinter einem Vorfall stecken könnte, müssen wir uns ein paar Fragen stellen.

### Die wichtige Frage nach dem „Wie“

Bei Aussagen, Behauptungen oder Gerüchten ist die wichtigste Frage: „Stimmt das?“ Wenn nicht nur geredet wird, sondern tatsächlich etwas passiert ist (z. B. ein Umweltskandal), drängen sich andere Fragen auf: „Wie kann das sein?“, „Was sind die Folgen?“ oder „Was wird dagegen getan?“.

#### BEISPIEL

Kaare Gotfredsen arbeitete an einem Artikel zur Kanalisation in Dänemark, als er auf einen Artikel in einer Fachzeitschrift stieß, der ihn verwunderte. Chemiewissenschaftler erzählten darin von einem Versuch mit Plastikrohren für den Transport von Trinkwasser. Sie hatten ein paar Rohre gekauft und diese in ihrem Labor mit gewöhnlichem Leitungswasser befüllt. Nach einigen Stunden holten sie das Wasser heraus und ließen es durch ein Gaschromatografie-Spektrometer laufen. Zu ihrer Überraschung zeigte der Apparat, dass im Trinkwasser etwa zwanzig Chemikalien vorkamen, die die Wissenschaftler noch nicht gefunden hatten, als sie das Trinkwasser in die Plastik-Wasserrohre füllten. So kamen sie zu dem Schluss, dass die Chemikalien (z. B. Phenol) aus den Plastikrohren kommen mussten.<sup>6</sup>



Welche Fragen ruft der Vorfall hervor? Brainstorme! Fertige eine Liste mit allen Fragen an, die dir einfallen. Versuche dabei, so viele Fragen wie möglich mit „Wie...?“ zu beginnen. Wenn du fragst, *wie* etwas passiert ist, liefert die Antwort wahrscheinlich viele konkrete Informationen zur Hauptperson, ihren Handlungen, zu den Dingen, die sie benutzt, zum Ort, an dem es passiert ist, wann es passiert ist und welche Menschen davon betroffen sind.

Normalerweise geht der investigative Journalismus Fragen nach dem *Wie* und *Warum* nach. In dieser Phase sollten aber auch die Warum-Fragen als Wie-Fragen formuliert werden. Denn *Warum* verweist auf Motive und die sind nicht immer durchschaubar bzw. beweisbar. Wir können danach fragen, aber die Antwort nicht überprüfen. Oft bleiben die Antworten vage oder ausweichend. Manchmal wissen die Menschen selbst nicht, was sie eigentlich antreibt. Oder sie wollen ihre wahren Motive vor uns verbergen. Wenn wir unsere Quellen mit den Auswirkungen ihrer Handlungen konfrontieren, haben wir eine größere Chance, konkrete Fakten, die auf das Motiv hinweisen, herauszufinden.

### Die Kernfrage

Nun musst du eine schwierige Entscheidung treffen: Welche Frage ist die wichtigste? Für den roten Faden der Recherche und der späteren Geschichte ist es vernünftig, nur eine zentrale Frage zu stellen, damit die Leser und du selbst nicht vom eigentlichen Weg abkommen. Das soll aber nicht heißen, dass dieselbe Geschichte nicht auch andere aufkommende Fragen beantworten kann. Aber sie müssen im Dienst der *Kernfrage* stehen. Welche das ist, hängt von unterschiedlichen Faktoren ab: Aktualität (Welche Frage steht gerade jetzt im Fokus?), Dringlichkeit (Was muss dringend zuerst untersucht werden?), Zielgruppe (Welche Frage brennt der Zielgruppe unter den Fingernägeln?).

---

6 Kaare suchte Kontakt zu anderen Journalisten, um die Geschichte der Wasserrohre zu erzählen. Marleen Teugels in Flandern und Luuk Sengers in den Niederlanden schlossen sich ihm an. Zusammen und mit der finanziellen Unterstützung der Pascal Decroos-Stiftung veröffentlichten sie den Artikel 2005 in den Niederlanden (Algemeen Dagblad: „Gefahr aus der Leitung“), Belgien (Knack) und Dänemark (Fyens Stiftstidende). Die niederländische Version ist nachzulesen auf [www.sbi.academy](http://www.sbi.academy)

**BEISPIEL**

Im Hinblick auf das Beispiel mit den Trinkwasserrohren wäre die wohl wichtigste Frage:

Sind die Phenole gefährlich für die Gesundheit?

Oder besser formuliert: Wie beeinflussen Plastikrohre mit Phenolen unsere Gesundheit?

**Was denkst du?**

Hier sind wir an einem ausschlaggebenden Punkt angelangt: Die einfachste (und gängigste) Lösung ist, die Kernfrage von einem Experten beantworten zu lassen. Aber Vorsicht! Experten sind nicht unbedingt unabhängig oder sie haben zumindest eine eigene Meinung. Deshalb läufst du Gefahr, dass die Antworten nur die subjektive Expertensicht widerspiegeln („Gefährliche Wasserrohre? Die gemessenen Werte liegen unter den zulässigen Grenzwerten. Das ist doch nur Panikmache von Plastikgegnern.“).

Was hältst du von der Idee, zunächst zu versuchen, die Fragen selbst zu beantworten? Mittels Recherche.

Am Anfang steht die Antwort auf deine Kernfrage. Oder zumindest das, was *deiner Meinung nach* die Antwort sein *könnte*. Es ist eine *Hypothese*, eine Annahme. Sie basiert auf den vorliegenden Fakten zum Sachverhalt. Nun prüfst du, ob deine Vermutung stimmt.

Die Hypothese ist aber nicht nur der Ausdruck des vermeintlichen Problems. Sie ist auch die Antwort auf die Frage: *Was willst du aufdecken?*

Es ist schwierig eine Recherche zu beginnen, ohne auch nur die leiseste Ahnung davon zu haben, was am Ende dabei rauskommen könnte. Denn in welche Richtung sollte man dann recherchieren? Selbst erfahrene Investigativjournalisten, die uns sagten, dass sie noch nie mit einer Hypothese gearbeitet haben, gaben zu, dass sie „natürlich“ zu Beginn eine Idee vom mögli-

chen Ausgang der Recherche haben. Die Hypothese hat sich als nützliches Werkzeug erwiesen, um Recherchen in Gang zu setzen und auf Kurs zu bringen. Wissenschaftler und Kriminalisten gehen übrigens ähnlich vor.

Das Wort „Hypothese“ kommt aus dem Altgriechischen und bedeutet „Fundament“. Laut Duden eine „von Widersprüchen freie, aber zunächst unbewiesene Aussage, Annahme“. Ein guter Startpunkt also für eine Recherche.

Nur, wie stellt man eine brauchbare Hypothese auf? Dabei helfen Antworten auf die folgenden Fragen:

### **Wer schadet wem?**

Und noch eine wichtige Entscheidung steht an: Wer spielt die Hauptrolle in der Geschichte (von nun an sprechen wir dabei vom *Protagonisten*)? Der „Bösewicht“ oder „Täter“, der andere benachteiligt oder ihnen Leid zufügt? Oder sein Gegenspieler, der „Held“, der das Böse bekämpft? In den meisten Investigativgeschichten ist für beide Typen eine Rolle reserviert. Der Täter ist oft jemand aus der Riege der Mächtigen, jemand, der im Stande ist, einer großen Gruppe von Menschen zu schaden. Die Rolle des Helden kann sehr unterschiedlich besetzt werden (Detektiv, Inspekteur, Anwalt, Forscher, Wissenschaftler, Aktivist, Reformier, Politiker, etc.).

Welchen Protagonisten du auswählst, hängt vom Schwerpunkt der Geschichte ab. Wenn ein Problem aufgedeckt oder ein Täter demaskiert werden soll, wähle den Bösewicht/Täter als Protagonisten. Sind Problem und Täter hinreichend bekannt und die Geschichte soll zeigen, was getan wird, um das Problem zu lösen, dann sollte der Held die Hauptrolle spielen.

In seinem zum Klassiker gewordenen Buch *Twenty Masterplots – And how to build them* zeigt Ronald B. Tobias Basis-Plots für Geschichten auf. Zehn von ihnen eignen sich auch für investigative Geschichten. Wir haben sie ein wenig überarbeitet und in dieser Liste zusammengefasst:

**TÄTER**

1. Der Protagonist lässt sich dazu verleiten, anderen zu schaden.
2. Der Protagonist macht einen Fehler (unabsichtlich), wodurch er anderen (und sich selbst) schadet.
3. Der Protagonist fasst einen Entschluss, wodurch er anderen absichtlich schadet.

**OPFER**

4. Der Protagonist kämpft gegen eine Bedrohung, hat aber eine höhere Gewalt gegen sich (z. B. Naturkatastrophe).
5. Der Protagonist versucht einer Bedrohung zu entkommen, aber es wird gegen ihn gearbeitet.
6. Der Protagonist übt Rache für das Unrecht, das ihm angetan wurde.
7. Der Protagonist versucht die Welt zu verbessern, aber stößt auf Widerstand.

**ZEUGE**

8. Der Protagonist recherchiert einen Missstand, aber es wird gegen ihn gearbeitet.
9. Der Protagonist ist jemandem auf den Fersen, aber kriegt ihn noch nicht zu fassen.
10. Der Protagonist stößt zufällig auf einen Missstand.

In den Punkten 1-3 ist ein Täter der Protagonist. Von 4-7 ist ein Opfer der Protagonist. Und in den Fällen 8-10 ist ein Zeuge der Protagonist.

Für die meisten Probleme sind *mehrere* Akteure verantwortlich. Und manchmal sind es auch *mehrere* Akteure, die das Problem bekämpfen. Wer ist dann der richtige Protagonist? Unser Rat lautet: *Derjenige mit dem größten Einfluss auf das Resultat.* Denn das ist derjenige, der das Problem (vielleicht) lösen kann.

**BEISPIEL**

In der Geschichte mit den gefährlichen Wasserrohren sind mindestens drei Hauptverantwortliche zu finden: Installateure (vor allem die, die die besagten Plastik-Wasserrohre verbauen); die Regierung, die das Verfahren offensichtlich billigt; der Hersteller der Rohre, der tödliche Chemikalien in der Produktion einsetzt.

Letzterer ist der Akteur mit dem größten Einfluss. Die Produzenten sind nämlich nicht auf die anderen Parteien angewiesen, um das Problem zu lösen.

Wir lassen unsere Hypothese deshalb mit „Rohrfabrikanten...“ beginnen.

**Was macht der Protagonist?**

Jetzt geht es darum, so konkret wie möglich zu formulieren: Was genau tut der Protagonist? Wie sehen seine Handlungsschritte genau aus? Wenn möglich, füge diesen Informationen noch den Ort der Handlung und Dinge oder Objekte hinzu, die bei dieser Handlung eine Rolle spielen. Je genauer die Bestandteile der Hypothese definiert sind, desto konkreter ist die Hypothese.

Das gilt auch für die verwendeten Verben. Abstrakte Verben lassen sich oft konkretisieren. Ein Beispiel:

**BEISPIEL**

*Der Dozent benachteiligt seine Studenten.*

Hier bleibt die Frage nach dem *Wie* offen. Besser wäre es zu sagen, worin sich diese Benachteiligung zeigt. Etwa so:

*Der Dozent erzählt seinen Studenten erst ganz kurz vor dem Examen, was sie lernen müssen.*

Auch wenn du in diesem frühen Stadium der Recherche wahrscheinlich noch gar nicht weißt, was genau passiert ist – du hast bestimmt eine Ahnung. Und auf Basis dessen, was bisher bekannt ist, lässt sich eine Hypothese aufstellen.

**BEISPIEL**

„Rohrfabrikanten produzieren Plastik-Wasserrohre mit Phenolen, die ins Trinkwasser gelangen und Menschen töten.“

**Vorsicht Falle**

Du kannst nichts recherchieren, das erst noch geschehen wird. Klingt logisch. Trotzdem schleichen sich in Hypothesen oft Wörter wie „müssen“ oder „sollen“ ein. Zum Beispiel: „Die Gemeinde muss Autos, die die Luft stark verschmutzen, aus der Stadt fernhalten.“ Ob sie das auch tut (oder künftig tun wird), weiß niemand. Deshalb gehören Wörter wie „müssen“ oder „sollen“ nicht in die Hypothese. Konzentriere dich in der Recherche stattdessen auf das, was bislang passiert ist (Welche Hinweise gibt es, dass die Gemeinde das Problem anpackt?) oder was in vergleichbaren Situationen anderswo passiert (Welche Gemeinden verbannen Drecksschleudern aus der Stadt?).

Du kannst auch nichts recherchieren, das nicht existiert. Auch das klingt logisch. Und trotzdem kennen wir alle den Impuls, eine so oder ähnlich lautende Feststellung als Ausgangspunkt für eine Recherche zu nehmen: „Die Regierung tut nicht genug dafür, Flüchtlinge aufzunehmen.“

Wie will man das beweisen? Vermeide daher Wörter wie „nicht“, „kein“ oder „nie“. Untersuche stattdessen, was wirklich passiert („Die Regierung reagiert abweisend auf die Beschwerden von Flüchtlingen.“), was in vergleichbaren Situationen woanders passiert („Die deutsche Regierung investiert mehr in Flüchtlinge als die niederländische Regierung.“) oder warum noch nicht genug getan wird („Die Regierung beschließt, dass Flüchtlingen von nun an aus dem Etat der Entwicklungspolitik geholfen werden muss.“).

Gleiches gilt für Bewertungen wie „viel“, „zu viel“, „wenig“ und „zu wenig“. Nutze eher Vergleiche wie „mehr als“ oder „weniger als“, sodass sie messbar werden. Auch hier lassen sich Vergleiche mit anderen Orten oder der Vergangenheit ziehen.

Weiterhin ist es verführerisch, bereits in der Hypothese ein Urteil über einzelne Akteure anklingen zu lassen: „Spitzen-Banker sind Gauner“. Das mag deine Überzeugung sein, aber es zu beweisen wird schwierig. Wann ist man denn ein „Gauner“? Worauf fußt also dein Urteil?

Zielführender ist es zu zeigen, was diese Spitzen-Banker konkret *tun*, um als Gauner bezeichnet werden zu können. In einer konkreten Hypothese geht es nicht darum, was jemand ist, sondern was dieser jemand tut.

Zum Schluss sollte man dem Drang widerstehen, die eigene Hypothese im Voraus allzu sehr abzuschwächen. Das können deine Quellen übernehmen. Die Hypothese sollte vom schlimmsten Szenario ausgehen. Nicht aus Gründen des Sensationalismus, sondern weil die Erfahrung gezeigt hat, dass Quellen es einfacher finden, These abzuschwächen als sie zuzuspitzen. Deshalb lautet die Hypothese aus dem Wasserrohr-Beispiel „Menschen töten“ und nicht „Menschen Unwohl bereiten“.

### Die Fallhöhe

Weil man zu Beginn einer Recherche nie weiß, was am Ende herauskommt, kann es hilfreich sein, auch darüber nachzudenken, was das Minimalziel der Recherche sein soll. Mit anderen Worten: Ab wann lohnt es sich nicht mehr, noch mehr Zeit und Geld in diese Recherche zu investieren?

#### BEISPIEL

Bei der Recherche zu den Wasserrohren hatten wir als Minimal-Hypothese aufgestellt, dass Menschen sich durch die Phenole im Trinkwasser mindestens eine Weile lang unwohl fühlen müssten. Uns war klar, dass wir in dem Fall zwar keine Chance hätten, auf die Titelseite zu kommen, aber immerhin noch ein gutes Stück für das Wissenschaftsressort schreiben könnten.

### Schwierigkeiten mit der Hypothese?

Wenn du es schwierig findest, eine konkrete Hypothese zu formulieren, versuche Folgendes:

- *Wie würde ein Nachrichtenbericht über das Thema aussehen?* Versuche deine Hypothese als einen Nachrichtenbericht zu schreiben – einen Nachrichtenbericht auf Basis deiner Recherche. Beschreibe kurz und knapp was vorliegt: Wer tut was, wo, wann, wie und warum?
- *Wie würde ein Tweet davon aussehen?* Schreibe deine Hypothese als einen Nachrichtentweet auf. Beschreibe in maximal 140 Zeichen, was vorliegt.

Achtung! Die Hypothese ist nicht die Überschrift des Artikels. Beim Formulieren von Titeln ist Kürze erforderlich, beim Erstellen von Hypothesen Genauigkeit. Im Titel werden aus Platzgründen viele Elemente weggelassen (zum Beispiel die Hauptperson oder eine konkrete Handlung), die du wiederum brauchst, um eine Hypothese zu formulieren.

Die Hypothese ist nicht zum Konsumieren gedacht, viel mehr ist sie ein Arbeitsinstrument für den Rechercheur. Über einen prägnanten Titel kann man sich später noch Gedanken machen.

### Die dreifache Relevanz

Deine Hypothese (und damit auch die ganze Geschichte) muss relevant sein. Nicht nur für die Leser, Zuschauer oder Zuhörer, sondern auch für dich selbst und den Auftraggeber.

1. **Relevanz aus Sicht des Publikums:** Ein Thema ist für Leser, Zuschauer oder Zuhörer besonders interessant, wenn es sie berührt bzw. mehr oder weniger direkt betrifft. Etwa wenn...
  - sie es selbst miterleben
  - es ihren Alltag betrifft (z. B. Konsumgüter)
  - sie dafür bezahlen (Spenden, Abgaben/Steuern)
  - sie daran teilhaben (Wahlen, Abgeordnete)



- sie dafür arbeiten (Betriebe, Organisationen)
  - sie es sich erträumen (Ideale)
  - sie sich davor fürchten (Angst)
  - sie sich damit identifizieren (Held)
2. **Relevanz aus Sicht des Auftraggebers:** Journalistisch relevant ist ein Thema, wenn es...
- dringlich ist (z. B. eine akute Bedrohung oder ein kurzbevorstehender Regierungsbeschluss)
  - aktuell ist (anknüpfend an aktuelle Geschehnisse und frühere Berichte)
  - exklusiv ist (ein Scoop, eine exklusive Meldung)
  - Einfluss auf eine große Gruppe von Menschen hat
  - Zugang verschafft zu neuen Quellen, Daten und Netzwerken
3. **Relevanz aus der Ich-Perspektive:** Eine Recherche ist eine Investition. Was springt am Ende dabei für dich heraus? Was ist der erwartete „return of investment“? Kannst du...
- die Geschichte an verschiedene Medien verkaufen?
  - dein Netzwerk erweitern für zukünftige Geschichten?
  - spezielle Kenntnisse erwerben, die dir einen Vorteil verschaffen (z. B. Datenanalyse, datenjournalistische Recherche, multimediales Storytelling, etc.)?
  - die erworbenen Kenntnisse dazu gebrauchen, dich als Experte zu profilieren und diese Expertise zu verkaufen?
  - die Daten, die du gesammelt hast, als eigenständige Datenbank nutzen?
  - über die Geschichte bei einer Lesung, einer Diskussionsrunde oder Konferenz erzählen?
  - die Leser, Zuschauer oder Zuhörer miteinbeziehen?

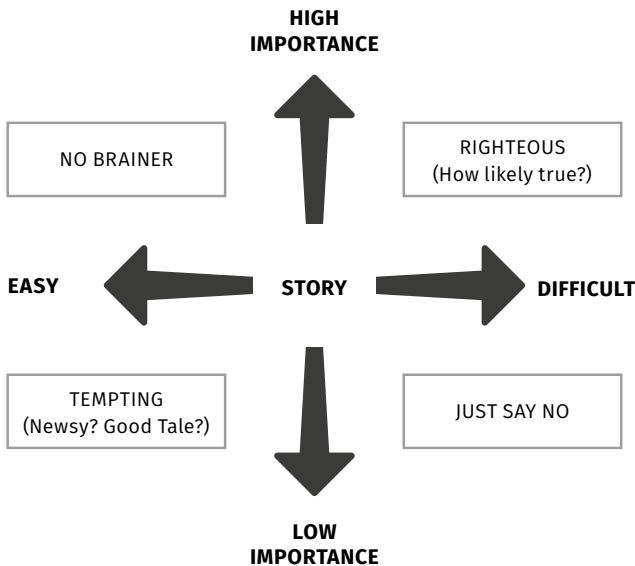
### Frage der Machbarkeit

Relevanz ist nicht das einzige, das bei der Entwicklung einer Hypothese entscheidend ist. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Machbarkeit. Ist es realistisch, die durch die Hypothese aufgeworfenen Fragen in der vorgesehenen Zeit zu recherchieren? Hilfe bei der Entscheidungsfindung bietet ein Schaubild der Pulitzerpreisträgerin Deborah Nelson, einer hochgeschätzten

Kollegin von der University of Maryland (USA). Keine Frage: Einer Hypothese, die relevante Fragen aufwirft und obendrein leicht zu recherchieren ist, wird nachgegangen. Von eher unwichtigen Themen, die dazu noch schwer zu recherchieren sind, lassen wir hingegen lieber die Finger. Länger nachdenken muss man über sehr relevante Geschichten, die schwer zu recherchieren sind, oder über einfache Recherchen, die nicht so relevant sind. Wann sollte man solch einer Geschichte denn nun nachgehen?

Nur dann, wenn...

- du dir sicher sein kannst, alle wichtigen Fakten zeigen zu können.
- alle relevanten Quellen zugänglich sind (öffentliche Dokumente, auskunftswillige Quelle).
- das Thema aktuell ist (Whistleblower wittern dann vielleicht ihre Chance und rücken Dokumente heraus).



„Measuring up story ideas“ aus dem IRE Journal, mit Dank an Deborah Nelson

### **Zu guter Letzt: Warnung und Beruhigung**

Hüte dich vor dem Tunnelblick. Wenn du deine Hypothese mit aller Macht beweisen willst, steigt die Versuchung, Fakten, die dem widersprechen, zu ignorieren. Wissenschaftlern kann es ähnlich ergehen, Staatsanwälten auch (mit der Folge, dass manche Menschen jahrelang unschuldig im Gefängnis sitzen).

Und es droht noch eine weitere Gefahr: Wenn du zu fixiert auf die eine Geschichte bist, steigt die Chance, Signale für eine noch größere Geschichte (hinter der Geschichte) zu übersehen.

Eine todsichere Methode, dem vorzubeugen, gibt es nicht. Nur zwei hilfreiche Tipps:

- *Beweise deine Hypothese nicht, sondern prüfe sie.* Prüfen impliziert eine neutralere Haltung: Für die Geschichte ist es egal, was am Ende dabei herauskommt. Wird die Hypothese durch die Recherche bestätigt, lässt sich genau diese Geschichte erzählen. Lässt sich die Vermutung nicht erhärten, lautet die Geschichte eben, dass es anders gekommen ist, als von manchen Leuten (z. B. Experten/Betroffenen) behauptet.
- *Fördere Kritik.* Erzähle Menschen, denen du vertraust, woran du gerade arbeitest. Lass sie auf die Fragestellung reagieren. Sei offen für ihre Kritik, denn du kannst dabei nur gewinnen. Du findest vielleicht Hinweise auf eine *noch bessere* Geschichte. Oder du gelangst mit der Zeit zu der Erkenntnis, dass du mit der gewählten Hypothese keine weitere Zeit verschwenden musst.

Nun zum beruhigenden Teil. Hypothesen sind selten komplett falsch. Das ist aus zwei Gründen nicht verwunderlich:

- Jede Hypothese ist eine Mischung aus allen vorliegenden Fakten sowie darauf aufbauenden Annahmen. Natürlich können diese Annahmen falsch sein, aber wenn man einen Vorfall genau unter die Lupe nimmt, bleibt nur noch eine begrenzte Anzahl an Optionen, den Fall zu deuten. Viele Skandale verlaufen nach dem immer gleichen Muster.

- Was wir „Vorstellungsvermögen“ nennen, ist in Wirklichkeit die Summe von Wissen und Erfahrungen, die wir im Laufe des Lebens gesammelt haben. Wenn wir uns also fragen, ob tatsächlich tödliche Chemikalien aus Plastik-Wasserleitungen ins Trinkwasser gelangen können, werden Erinnerungen wach an giftiges Plastikspielzeug oder Diskussionen um PET-Flaschen.

Und das Arbeiten mit Hypothesen hat darüber hinaus viele Vorteile:

- Durch das Erarbeiten einer Hypothese erkundest du bewusst alle Optionen, alle möglichen Antworten. Das ist das Gegenteil vom Tunnelblick!
- Du kannst mit Kollegen oder dem Auftraggeber einfacher über eine Hypothese diskutieren, als über eine vage Idee. Du verkaufst eine „Geschichte“ und das können sich Menschen einfacher vorstellen als ein „Thema“.
- Die Hypothese grenzt das Thema ab.
- Interviewpartner finden es manchmal einfacher, auf eine Feststellung/Vermutung zu reagieren als auf eine vage, offene Frage.
- Du bist weniger anfällig für Beeinflussung durch Dritte, da du selbst über das Thema nachgedacht hast.
- Quellen nehmen dich ernst, wenn sie merken, dass du gut informiert bist und die richtigen Fragen stellst.
- Zu guter Letzt: Wer weiß, was er sucht, hat eine größere Chance es zu finden.



# Die Chronik / Der Zeitplan

## Auf der Suche nach dem verborgenen Szenario

Die Hypothese definiert das Problem, das *Herz* der Geschichte. Damit ist sie der wichtigste, aber längst nicht der einzige Teil der Geschichte. Um herauszufinden, welche Geschehnisse möglicherweise mit der Hypothese zusammenhängen, hilft eine Chronik.

Eine Chronik ist laut Duden eine „geschichtliche Darstellung, in der die Ereignisse in zeitlich genauer Reihenfolge aufgezeichnet werden“. Der Definition nach geht es also in erster Linie um eine chronologische Abfolge von Ereignissen.

Wir verstehen Chronik ein bisschen anders. Nicht die zeitliche Komponente steht im Vordergrund, sondern die Ereignisse stehen in einem Ursache-Wirkung-Verhältnis zueinander. Das eine Ereignis führt zum anderen, aber es folgt nicht notwendigerweise unmittelbar darauf. Eher geht es um eine logische Aneinanderreihung. Im Storytelling spricht man von einem „Plot“ oder einer „Storyline“.

Im Zentrum unserer Chronik steht das Problem (die Hypothese). Die übrigen Ereignisse in der Chronik sind die möglichen *Ursachen* und *Folgen*. Das Arbeiten mit einer Chronik bietet mindestens zwei große Vorteile:

- *Sie vervollständigt die Geschichte:* Sie gibt Antwort auf alle wichtigen Fragen in Zusammenhang mit der Hypothese: „Wie kann das sein?“, „Was sind die Folgen?“ und „Was nun?“. All das sind Fragen, die sich auch der Leser stellt. Wir können ein Problem eben besser begreifen, wenn wir seine *Ursachen* kennen. Wir erachten ein Problem als wichtiger, wenn wir seine Folgen sehen. Und wir fangen vielleicht an zu handeln, wenn wir sehen, wie wir das Problem *lösen* können.

- *Sie hilft, alle relevanten Ereignisse aufzuspüren:* In einer Chronik sind alle Ereignisse miteinander verbunden. Jeder Schritt muss zumindest eine Verbindung zu einem anderen Schritt in der Chronik aufweisen. Frage dich daher vor jedem Ereignis: Ist das die logische Folge aus einem der anderen Schritte? Stößt du auf ein Ereignis, das nicht durch andere Ereignisse in der Chronik erklärt werden kann, hast du vermutlich etwas übersehen.

### **Aufbau einer Chronik**

Die folgenden Fragen helfen dabei, eine möglichst vollständige Chronik zu erstellen. Wir beginnen mit der Hypothese:

#### **Wer ist der Täter (Protagonist)? Wie benachteiligt oder schadet er anderen (Antagonist)?**

Dann versuchen wir uns vorzustellen, was die Folgen sein könnten:

**Inwiefern profitiert der Täter?** Bekommt er Geld, Einfluss, etc.?

**Wie reagieren die Betroffenen auf die Nachteile?** Fangen sie Streit an, suchen sie Hilfe, fordern sie Entschädigung, flüchten sie vor dem Problem, etc.?

**Wie reagieren Zeugen?** Bieten sie Hilfe an oder gehen sie dem Problem nach?

Nun fragen wir uns, wie es so weit kommen konnte. Was sind die *Ursachen*?

**Wie kam der Täter auf die Idee?** Reagiert er auf eine Bedrohung, Hindernis, Eingebung, Erfindung, Entdeckung, Gesetz, Auftrag, etc.?

**Wie bereitete sich der Täter vor?** Wie kam er an die notwendigen Instrumente, Grundstoffe, finanziellen Mittel, Kenntnisse, Abnehmer, Zugänge, etc.?

**Wie kam der Täter zu der Gelegenheit?** Wie kam er in die Position? Wer hat ihn bewacht oder weggeschaut?

Zum Schluss können wir noch versuchen, uns ein Bild von den *Lösungen* zu machen:

**Wie versuchen der Täter, die Betroffenen und Zeugen das Problem zu lösen oder dem Problem vorzubeugen?** Welche Alternativen, Ausnahmen, Experimente, Pläne, Ideen, Ratschläge, Proteste, kritischen Töne, Reaktionen, etc. gibt es?

Wie gesagt, die Fragen stehen *nicht* in chronologischer Reihenfolge. Die chronologische Abfolge wäre: Ursachen – Problem – Folgen – Lösungen. Die Ursachen tauchen bei uns aber erst zwischen den Folgen und Lösungen auf. Hierfür haben wir vier Gründe:

1. Die Chronik entsteht aus der Hypothese und darum ist es logisch, dass die Hypothese an erster Stelle steht.
2. Der journalistische Beitrag (Artikel, Rundfunk-Stück) beginnt vermutlich auch nicht mit den Ursachen, sondern mit dem Problem. Journalisten fallen oft mit der Tür ins Haus und erklären danach, wie es dazu kam.
3. Die Ursachen geben oft einen Hinweis darauf, worin die Lösungen liegen könnten. Daher sind die Ursachen besser direkt vor den Lösungen aufgehoben.
4. Im Alltag suchen wir auch nicht nach Ursachen, bevor wir ein Problem überhaupt entdeckt haben. Normalerweise führt uns das Problem zur Ursache, nicht andersherum.

Wir wagen uns – trotz der kleinen Anpassung – dennoch von einer Chronik zu sprechen. Unsere Chronik enthält immer noch *alle Elemente* einer Chronik (Ursachen, Probleme, Folgen, Lösungen) auch wenn sie streng genommen nicht alle in der *richtigen Reihenfolge* stehen.



**BEISPIEL**

Was sind die Folgen, wenn Rohrhersteller Plastik-Wasserrohre mit Phenolen produzieren? Und wie konnte es soweit kommen? Hier ist die Chronik, die wir damals angefertigt haben:

**Hypothese:**

Rohrhersteller produzieren Plastik-Wasserrohre mit tödlichen Phenolen.

**Folgen:**

- Installateure bauen viele Plastik-Wasserrohre ein.
- Chemiewissenschaftler entdecken, dass Phenol aus den Rohren ins Wasser gelangen.
- Konsumenten benutzen täglich viele Liter Leitungswasser.
- Biologen entdecken, dass Phenole die menschlichen Zellen verändern.
- Rohrhersteller machen mehr Profit als vorher.

**Ursachen:**

- Wissenschaftler entwickeln Polyethylen als günstige Alternative für Käufer.
- Rohrhersteller kaufen Phenole von Chemiebetrieben.
- Die Regierung kontrolliert das Trinkwasser nur auf andere Stoffe.

**Lösung:**

Wissenschaftler fordern die Europäische Kommission auf, Phenole zu verbieten.

Diese Chronik diene als Grundlage für unsere Recherche. Das Besondere daran war, dass wir nicht die Opfer von Phenolen, sondern die Wissenschaftler (also Zeugen) als Antagonisten dieser Geschichte ausgewählt haben. Das hat einen praktischen Grund: In nahezu allen Investigativ-Geschichten, in denen Opfer vorkommen, sind diese bekannt. Hier nicht.

Da keine mysteriösen Todesfälle in diesem Zusammenhang bekannt waren, gingen wir davon aus, dass Phenol ein Stoff ist, der der Gesundheit schleichend schadet. Ein Stoff, bei dem im

Nachhinein nicht mit absoluter Sicherheit festgestellt werden kann, wieviel er zum Tod beigetragen hat. Kurzum: Aus Mangel an Opfern sind wir auf die Suche nach Zeugen gegangen. Im Nachhinein die richtige Entscheidung, denn der Mangel an Opfern hätte uns beinahe die Recherche aufgeben lassen. Schlussendlich mussten wir unsere Recherche der Chronik nicht allzu sehr anpassen: Die meisten Dinge, die wir uns vorgestellt hatten, waren auch in der Realität so passiert.

### **Chronologie**

Wenn sich jedem Ereignis in der Chronik ein Datum oder Zeitpunkt zuordnen lässt, macht eine chronologische Auflistung Sinn. Stehen in der Geschichte eher fortlaufende Prozesse statt singulärer Ereignisse im Vordergrund (wie im Beispiel der Plastik-Wasserrohre), dann spielen Daten und Zeiten keine große Rolle.

Hier das Beispiel einer Chronik mit Datum:

#### **BEISPIEL**

1973 muss der US-amerikanische Präsident Richard Nixon zurücktreten, nachdem seine Verbindungen zum Einbruch in das Watergate-Gebäude aufgedeckt wurden. Die Einbrecher wurden dabei erwischt, wie sie eine Abhörausrüstung im Hauptquartier der Demokratischen Partei – Nixons politischem Gegner – austauschten.

Nach einer Untersuchung durch das FBI stellte sich heraus, dass Nixon über die Abhörpraktiken Bescheid wusste. Danach setzte ihn der Kongress unter Druck; er sollte abtreten. Der Vorfall wurde als „Watergate-Affäre“ bekannt und verschaffte den Journalisten, die an den Enthüllungen gearbeitet hatten (unter anderem Bob Woodward, Carl Bernstein und Seymour Hersh), Weltruhm.

Was die wenigsten wissen: Letztlich war es eine Chronik, die Nixon das Genick brach. Mitarbeiter des FBI setzten die Ereignisse seit dem Einbruch in eine chronologische Reihenfolge und machten eine seltsame Entdeckung: Mitte Juni, direkt nach dem vereitelten Einbruch, ist das Weiße Haus in Aufruhr, aber Ende Juni tritt es selbstbewusst auf. „Was ist in der Zwischenzeit passiert?“, dachten sich die FBI-Agenten. Auf Sprachaufnahmen aus dem Oval Office aus diesem Zeitraum entdeckten sie eine Vertuschung.

So sah diese berühmte Chronik (etwas vereinfacht) aus:

- 17. Juni 1972: Fünf Männer brechen in das Hauptquartier der Demokraten ein, um Abhörmikrofone auszutauschen.
- 17. Juni 1972: Das FBI entdeckt den Namen des ehemaligen CIA-Agenten Howard Hunt im Adressbuch von einem der Einbrecher.
- 19. Juni 1972: Zeitungen enthüllen, dass einer der Einbrecher ein Sicherheitsbeauftragter der Republikanischen Partei ist.
- 23. Juni 1972: Nixon und sein Stabschef Haldeman besprechen im Oval Office, wie sie das FBI dazu zwingen können, die Ermittlungen zum Einbruch zu stoppen.
- 26. Juni 1972: Nixons Sprecher Ron Ziegler tut den Vorfall als einen „drittklassigen Einbruchversuch“ ab.
- 29. August 1972: Nixon streitet auf einer Pressekonferenz kategorisch ab, dass jemand aus dem Weißen Haus an dem „bizarren Vorfall“ beteiligt sei.
- 10. Oktober 1972: Das FBI berichtet, dass der Watergate-Einbruch Teil einer umfangreichen Spionage- und Sabotagekampagne durch das Komitee zur Wiederwahl von Nixon gewesen sei.

Da es sich in dieser Chronik um singuläre Ereignisse handelt, konnten alle Vorfälle mit einem Datum versehen werden.

### **Show, don't tell!**

Genau wie für die Hypothese gilt auch für die Ereignisse in einer Chronik, dass sie so konkret wie möglich sein müssen, um sie untersuchen zu können. *Zeige*, was passiert und welche *Handlungen* vollzogen werden.

Beschränke dich in deiner Chronik außerdem auf Handlungen, die einen direkten Einfluss auf das Problem haben. Verliere dich nicht in unwichtigen Details. Die effektivsten Chroniken, die wir gesehen haben, enthalten höchstens zehn Etappen.

### **Von Ereignissen zu „Szenen“**

Die Chronik ist eine kurze, sachliche Zusammenfassung der wichtigsten Ereignisse deiner Geschichte. Um daraus später

eine spannende Geschichte zu machen, braucht es aber noch Details. Zum Beispiel:

- Wie sehen die Personen aus? Wie sprechen sie? Wie bewegen sie sich?
- Wie sieht die Umgebung aus?
- Wie sehen wichtige Gegenstände aus?
- Welche Handlungen werden genau verrichtet?
- Was wird gesagt? (Dialoge)

Um solche Details beschreiben (oder im Bild festhalten) zu können, muss man schon während der Recherchephase danach suchen. Etwa bei einem Orts- oder Interviewtermin. Solche Details später zu beschaffen ist mühsam, manchmal auch unmöglich. Neben diesen Details gibt es noch etwas, was eine Geschichte spannend macht: Dramatik.

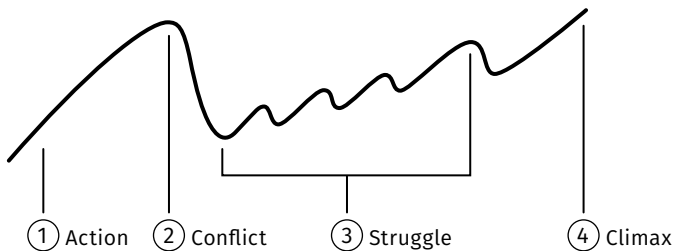
Drama bedeutet *Kampf*. Ein Ereignis ist „dramatisch“, wenn die Hauptperson kämpfen muss, um ihr Ziel zu erreichen. Solch ein dramatisches Ereignis lässt sich gut als „Szene“ beschreiben.

Erreicht die Hauptperson ihr Ziel ohne jegliche Mühe, ist das Ereignis eher langweilig, weil keine Emotionen im Spiel sind. Spannend wird es immer dann, wenn Leute für ihre Ziele kämpfen müssen und dabei auf unerwartete Widerstände stoßen. In der Literatur- und Filmwissenschaft spricht man auch von „Konflikten“. Typische Konflikte sind:

- eine Opposition, ein Antagonist
- materielle Hindernisse (z.B. Geldnot)
- natürliche Hindernisse (z.B. physische Einschränkungen)
- Angst oder Zweifel (mentale Hindernisse)

Unerwartete Ereignisse können jedoch auch positive Auswirkungen haben: Verliebtheit, Begegnungen, Reichtum, Verführung. Solche Momente können spannend sein, wenn sie Unsicherheit hervorrufen.

Die folgende Illustration zeigt den Verlauf einer klassischen Szene:



*Luuk Sengers und Mark Lee Hunter, The Hidden Szenario – Plotting and Outlining Investigative Stories. The Centre for Investigative Journalism, London 2012*

1. Die Hauptperson versucht, ein bestimmtes Ziel zu erreichen.
2. Es passiert etwas Unerwartetes (Konflikt).
3. Sie versucht, ihr Ziel trotzdem zu erreichen, muss dabei aber immer wieder Rückschläge wegstecken (Kämpfen).
4. Letztendlich erreicht sie trotzdem ihr Ziel – oder auch nicht. Ob die Hauptperson ihr Ziel (ganz) erreicht oder nicht, ist für die Spannung unwichtig: Die Spannung entsteht durch den Kampf, nicht durch das Resultat.

Um später atemberaubende Szenen schreiben oder verfilmen zu können, muss man während der Recherche nach den Konflikten und den Kämpfen suchen. Hier ein Tipp: In Dokumenten finden sich häufig Spuren von Konflikten. Bei Interviews und in Gesprächen kann man außerdem immer fragen: „Ist womöglich auch etwas Unerwartetes passiert?“

#### BEISPIEL

Die Wissenschaftlerin, die als erste entdeckte, dass Phenol bei Menschen einen störenden Effekt auf den Hormonhaushalt hat, war Ana Soto von der Tufts University in den USA. Marleen Teugels traf sie für ein Interview. Wie die meisten Wissenschaftler erzählte Soto am Anfang sehr sachlich und mit professioneller Distanz

über ihre Arbeit. Bis Marleen fragte: „Geschah denn auch etwas, was Sie nicht erwartet haben?“ Durch diese Frage herausgefordert erzählte die Hochschuldozentin die folgende Geschichte: „Ich forschte mit zwei Kollegen über den Einfluss des weiblichen Hormons Östrogen auf Brustkrebs. Wir wussten, dass sich die Krebszellen in den Petrischalen vermehrten, sobald wir sie in Kontakt mit dem Östrogen brachten. Aber zu unserer Überraschung passierte das gleiche in den Petrischalen, in denen kein Östrogen hinzugefügt worden war. Unglaublich! Wie Sherlock Holmes haben wir uns auf die Suche gemacht nach dem Täter. Sorgfältig begutachteten wir den ganzen Forschungsprozess und kontrollierten alle Instrumente. Erst nach Monaten entdeckten wir die Ursache: Die Östrogene kamen von den Plastischalen! Das Plastik beinhalten Nonylphenol, welches das weibliche Hormon imitierte.“

Für den Artikel über die Trinkwasserrohre war diese dramatische Situation viel interessanter als die trockene Feststellung „Wissenschaftler haben eine Verbindung zwischen Phenol und Krebs gefunden“.

Zwar ist nicht jedes Ereignis die Folge eines Konfliktes oder eines Kampfes. Trotzdem lohnt es sich, danach zu suchen und zu fragen. Man muss aber auch nicht aus jedem Ereignis seiner Chronik eine schöne Szene machen. Markiere in deiner Chronik zwei oder drei Ereignisse, die die wichtigsten der Geschichte sind. Sie werden „Wendepunkte“ oder „Plotpoints“ genannt und sind die Ereignisse, die man später detailliert und spannend beschreiben möchte. Alle anderen Ereignisse kann man kurz und sachlich zusammenfassen.

An Stellen, an denen man viele Details beschreibt, bremst man das Erzähltempo der Geschichte ab. Dies sollte also nur da gemacht werden, wo die Lesenden oder Zuschauenden besonders aufmerksam sein sollen. Vergleiche deinen Artikel mit einer geführten Tour durch ein Museum: An manchen Stellen bleibt man stehen, erfährt viel über ein bestimmtes Werk eines Künstlers, aber an anderen Exponaten rauscht man vorbei und nimmt nur kurz Notiz davon.

### Fragebogen

Sobald du eine gute Chronik angefertigt hast, brauchst du vor dem Interview nicht noch einmal die Fragen durchzugehen. Ei-

gentlich steht dann nur noch eine Frage auf der Liste: „Stimmen die Annahmen, von denen ich in meiner Chronik ausgehe?“. Nimm statt des Fragebogens deine Chronik bzw. deinen hypothetischen Zeitplan mit zu den Interviews und du wirst sehen, dass sie schon genug Stoff für das Gespräch bieten – etwa wenn du den Täter mit deinen Recherchen konfrontierst. Für Rechercheinterviews und Hintergrundgespräche, die ganz am Anfang deiner Arbeit stattfinden, bietet sich diese Vorgehensweise natürlich noch nicht an.

## Die Quellenkarte

Alles auf einen Blick

Gute Journalisten erkennt man an ihren Quellen. Sicherlich ist es praktisch, wenn man darüber hinaus gut schreiben kann. Am Ende entscheiden jedoch die Quellen deines Artikels, ob er Erfolg hat oder nicht. Reichhaltige und zuverlässige Quellen sind der Heilige Gral des investigativen Journalismus.

Aber nicht nur die Art der Quellen macht den Unterschied, sondern auch die Art der Annäherung. Denn nicht jede Quelle wartet nur darauf, endlich von einem Journalisten „angezapft“ zu werden, und nicht jedes öffentlich zugängliche Dokument ist so ohne Weiteres auffindbar. Du brauchst eine Strategie!

Versuche dir bei jedem Ereignis in der Chronik vorzustellen, welche Quellen es dazu geben könnte. Diese Quellen werden dann einer der vier folgenden Kategorien zugewiesen: öffentliche Dokumente, Beobachtungen, Interviews, vertrauliche Dokumente. Eine solche Tabelle (siehe die Tabelle auf der folgenden Seite) nennen wir „Quellenkarte“. Diese Herangehensweise erscheint vielleicht etwas mühsam, aber die Arbeit lohnt sich. Die Quellenkarte sorgt dafür, dass keine wichtige Quelle in Vergessenheit gerät, und später genügend Alternativen zur Auswahl stehen. Denn nicht zu allen Quellen wird man später Zugang bekommen.

Ein weiterer Vorteil der Chronik: Sie vereinfacht die Suche nach den Quellen. Eine detaillierte und konkrete Vorstellung der Geschichte ist der Wegweiser zu nützlichen Quellen.



| EREIGNISSE                                                                           | ÖFFENTLICHE DOKUMENTE                                                      | BEOBACHTUNGEN          | INTERVIEWS                              | VERTRAULICHE DOKUMENTE  |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------------------------|-------------------------|
| Rohrproduzenten produzieren Plastikrohre mit tödlichem Phenol.                       | Patent                                                                     | Exkursion in Fabrik    | Produktionsleiter                       | Liste der Inhaltsstoffe |
| Klempner installieren viele Plastikrohre                                             | Jahresbericht                                                              | Exkursion mit Klempner | Klempner                                |                         |
| Chemiker entdecken, dass Phenol aus den Rohren ins Wasser gelangt.                   | Wissenschaftlicher Artikel, Water Research 36 (2002)                       | Labor                  | Chemieprofessor, Erik Arvin             |                         |
| Menschen nutzen mehrere Dutzend Liter Leitungswasser pro Tag.                        | Statistiken                                                                |                        |                                         |                         |
| Biologen entdecken, dass Phenol menschliche Zellen verändert.                        | Wissenschaftlicher Artikel                                                 | Labor                  | Biologieprofessorin                     | Tagebuch                |
| Rohrhersteller machen mehr Gewinne im Vergleich zu vorher.                           | Finanzbericht                                                              |                        | Rohrhersteller                          |                         |
| Forscher entwickeln Polyethylen (PE) als preiswerte Alternative für die Konsumenten. | Preisliste                                                                 |                        | Forscher                                |                         |
| Rohrhersteller bekommen Phenol bei Chemiekonzernen.                                  | Produktliste                                                               |                        | Chemiekonzern                           |                         |
| Die Behörde kontrolliert Trinkwasser auf andere Stoffe, aber nicht auf Phenol.       | Genehmigung                                                                |                        | Beamte des Bundesgesundheitsministerium |                         |
| Wissenschaftler bitten die Europäische Kommission, Phenol zu verbieten.              | Öffentlicher Brief von Wissenschaftler an EP. Aussagen der Wissenschaftler |                        | Wissenschaftler                         |                         |

Beispiel einer Quellenkarte

## Öffentliche Quellen finden

Unser Beispiel zeigt, dass dort zu jedem Ereignis öffentlich zugängliche Quellen zu finden sind (die ganze Spalte ist ausgefüllt). Viele sind über das Internet abrufbar. Denke an: Webseiten, Artikel, Presseberichte, Bücher, Forschungsarbeiten, Jahresbe-

richte, Inspektionsberichte, Rechtsakten, Handelsregister- oder Grundbuchauszüge, Gerichtsberichte und -urteile, Ausschreibungen, Genehmigungen, Patente, Statistiken und Datenbanken.

### **Eigene Wahrnehmung nutzen**

Prüfe, welche Orte oder Gebäude, die in der Geschichte eine Rolle spielen, du selbst besuchen kannst? Und welche Gegenstände kannst du selbst testen? In unserem Beispiel ist die Spalte „Beobachtungen“ nur teilweise ausgefüllt. Man kann und *will* nicht überall dabei sein. Ereignisse, die (anhand von Beobachtungen) beschrieben werden sollten, sind dramatische Ereignisse; Ereignisse, die Konflikte und Spannung beinhalten (siehe vorheriges Kapitel).

### **Interviewpartner auswählen**

Im Prinzip sind alle Akteure (Täter, Betroffene, Zeugen) in der Chronik potentielle Interviewpartner. Wie bei den öffentlichen Dokumenten ist in unserem Beispiel die Spalte „Interviews“ ganz ausgefüllt: Es gibt immer Beteiligte, die befragt werden können. Die Frage ist nur: *Können* und *wollen* sie?

### **Alternativen zu vertraulichen Dokumenten prüfen**

Vertrauliche Dokumente sind oft schwierig zu erhalten, da lediglich eine begrenzte Zahl von Leuten Zugriff hat. Sie sind nicht zur Veröffentlichung gedacht, sondern dienen dem Zweck, die Zusammenarbeit innerhalb einer Gruppe von Leuten zu vereinfachen oder zu systematisieren (z. B. Pläne, Anträge, Budgets, Beratungen, Instruktionen, Verträge, Quittungen, Kontoauszüge, Korrespondenzen, E-Mails, Kalender, Protokolle, Anwesenheitslisten, Tagebücher, interne Datenbanken, interne Forschungen, Evaluationen, Fragebögen, Beschwerden, Fotos, Videos). Deswegen sollte man immer abwägen, ob sich der Aufwand lohnt, die schwer zugänglichen Quellen zu erschließen. Es gibt jedoch mindestens zwei Situationen, in denen das Aufspüren absolut Sinn macht:

1. Wenn das vertrauliche Dokument das einzige Beweisstück ist (es gibt keine öffentlichen Quellen und niemand ist bereit, Fragen zu beantworten). In unserem Beispiel: die Liste mit den Inhaltsstoffen.
2. Wenn der Inhalt des Dokumentes die Geschichte treffend darstellt. Bei uns war es das „Tagebuch“ einer Wissenschaftlerin, in dem sie ihre Emotionen in Bezug auf ihre Entdeckung beschrieben hat.

Bis auf die Liste der Inhaltsstoffe und das Tagebuch ist in unserem Beispiel die Spalte „vertrauliche Dokumente“ so gut wie leer. Nicht, weil es keine vertraulichen Dokumente gegeben hätte, sondern weil wir sie für das Beweisverfahren und die Geschichte nicht benötigten.

### **Quellen strukturiert abarbeiten**

Die Reihenfolge, in der die verschiedenen Quellenarten in der Quellenkarte angeordnet sind, ist nicht beliebig. Ein guter Rat aus der Forschung lautet, sich von „außen nach innen“ zu arbeiten. Das heißt, mit Quellen anzufangen, die am weitesten vom Ereignis entfernt sind, aber leicht zugänglich sind (z. B. öffentliche Dokumente, die eigene Wahrnehmung). Die dabei gewonnenen Erkenntnisse nutzt man für die Vorbereitung von Interviews mit den Akteuren. In den Interviews fragt man dann gezielt nach internen Dokumenten. Diese Herangehensweise hat zwei Vorteile:

1. Man eignet sich Wissen an, das man im nächsten Schritt nutzen kann, um noch mehr Wissen zu erlangen. Es ist beispielsweise unwahrscheinlich, dass dir eine Person Einsicht in ein vertrauliches Dokument gewährt, ohne dass sie sich vorher ausführlich mit dir unterhalten und sich von deinem Wissen und deinen guten Absichten überzeugt hat.
2. Man weckt keine schlafenden Hunde. Hätten wir sofort mit dem Rohrhersteller telefoniert, dann hätte dieser uns vermutlich keine vollständige Antwort gegeben und anschließend alles daran gesetzt, unsere Recherche zu erschweren.

Nachteil dieser Vorgehensweise ist jedoch, dass es lange dauert, bis die Täter die Möglichkeit bekommen, sich zu erklären. Vielleicht haben die Rohrhersteller ja sehr schlüssige Argumente für den Gebrauch von Phenol. Vielleicht argumentieren sie, dass alle anderen Stoffe, die in Betracht kommen, noch viel schädlicher für unsere Gesundheit sind. Würde man das nicht lieber so schnell wie möglich wissen wollen?

Unsere Empfehlung ist: Wenn du eine plausible Erklärung für das Handeln des Täters hast, solltest du diese zuerst untersuchen. Hat der Täter vielleicht keine andere Wahl? Ist die Tat vielleicht das geringste aller Übel? Sind die Vorteile seines Handelns womöglich größer als die Nachteile? Eine kurze Internetrecherche zeigte uns, dass es für die Herstellung von Wasserrohren Alternativen für das verwendete Polyethylen (PE) gibt, aus dem das giftige Phenol austritt. Die Hersteller hatten also sehr wohl eine Wahl.

Erst wenn du also wirklich von einer bösartigen Absicht überzeugt bist, ist die „von außen nach innen“-Strategie die vernünftigste.

### **Dokumente lesen**

Dokumente sind in unserer Quellenkarte besonders wichtig. Viele Journalisten führen lieber Interviews als zu lesen, weil das vermeintlich schneller geht. Aber es ist nicht immer effektiver.

- Vieles was Experten in Interviews erzählen, steht woanders schon (frühere Interviews, Berichte, Forschungsaufsätze, etc.).
- Dokumente „erzählen“ manchmal mehr als Interviews, da sie Informationen enthalten, nach denen man gar nicht gefragt hätte (andererseits lässt sich in Interviews einfacher „nachbohren“).
- Dokumente lügen seltener, da sie oft bestimmten Normen unterliegen (gesetzliche Vorschriften, wissenschaftliche Standards, etc.) und an ihrer Entstehung meist mehrere Personen beteiligt sind.

- Dokumente wecken keine schlafenden Hunde. Man kann sie benutzen, ohne dass bei einem der involvierten Akteure die Alarmglocken schrillen und Informationen aus Angst zurückgehalten werden.
- Einem Interviewer, der sich mit der Materie seines Interviewpartners auskennt, begegnet der Interviewte später eher auf Augenhöhe.

Deshalb ist die Lektüre von verfügbaren Dokumenten so wichtig. „Get a documents state of mind“, heißt deshalb eine Empfehlung der beiden berühmten amerikanischen Investigativjournalisten Donald Barlett und James Steele.

### **Dokumente aufspüren**

Wie aber gelangt man an vertrauliche Dokumente? Dafür muss man sich vergegenwärtigen, was Dokumente eigentlich sind. Dokumente werden angefertigt, damit sich irgendjemand in irgendeiner Weise mit ihnen beschäftigen kann. Jemand gibt ein Dokument in Auftrag, dann wird es erstellt, verschickt und ggf. weiterverbreitet. Im digitalen Zeitalter ist nichts einfacher, als die Kopie eines Dokuments weiterzuleiten. Überlege deshalb, wer das Dokument alles empfangen haben und mit wem es anschließend geteilt worden sein könnte. Unternehmen sind z. B. gesetzlich verpflichtet, Gewerkschaften den Zugang zu vertraulichen Dokumenten zu gewähren. Die Gewerkschaften leiten diese dann, wenn es ihren Interessen dient, weiter an Journalisten. Journalisten teilen sie wiederum mit Kollegen. Und so weiter.

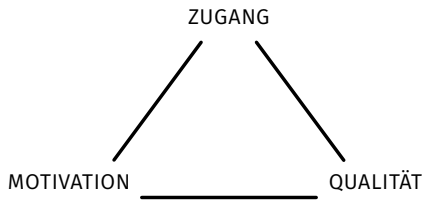
Nun gilt es, in dieser Kette die schwächsten Glieder auszumachen; Akteure, die sich benachteiligt fühlen oder für die es vorteilhaft sein könnte, wenn Informationen an die Presse durchsickern würden. Oder Parteien, die ihr Wissen gegen deine tauschen würden (etwa Aufsichtsbehörden oder Forscher).

Vertrauliche Dokumente haben oft auch eine Geschichte. Sie werden als Plan geboren, als Berichte protokollieren sie dann die Ausführung und verschwinden als Evaluation schließlich in

irgendeiner Schublade. Kommt man nicht an die Protokolle heran, findet man vielleicht wenigstens Pläne oder Evaluationen.

### Verlässlichkeit prüfen

Die wichtigste Frage bezüglich deiner Quellen ist: Sind sie verlässlich? 100%ige Sicherheit wird man nicht immer erlangen können, aber mithilfe dieses Dreiecks, das übrigens auch von Sicherheitsbehörden benutzt wird, kann man die Verlässlichkeit ganz gut einschätzen.



**Zugang:** Hat die Quelle Zugang zu Informationen aus erster Hand?

**Motivation:** Hat die Quelle einen Grund, dich zu täuschen? Und: Hat sie einen Grund, dir die Wahrheit zu erzählen?

**Qualität:** Sind die Informationen der Quelle nützlich und reichhaltig? Sind sie überprüfbar? Und stehen sie im Einklang mit anderen Quellen?

Nicht immer sind diese Fragen einfach zu beantworten. Ist eine Quelle gleich unseriös, nur weil sie die Informationen nicht aus erster Hand hat? Und wie prüfe ich, ob ein Informant einen Grund haben könnte, mich zu täuschen? Spielen wir das Ganze einmal in Gedanken durch:

**BEISPIEL**

Ein ehemaliger Mitarbeiter einer Firma bietet dir brisantes Material an. Deine erste Frage sollte sein: Warum tut er das? Er kann unterschiedliche Motive für sein Handeln haben:

1. Weil er das Gebaren seines alten Arbeitgebers nicht mehr ertragen konnte, hat er gekündigt und möchte nun öffentlich machen, wie unmoralisch die Firma agiert.
2. Er wurde trotz anderslautender Beteuerungen seiner Vorgesetzten im Vorfeld bei einer anstehenden Beförderung übergangen, hat aus Frust gekündigt und will sich nun an seinem alten Arbeitgeber rächen. Deshalb will er interne Dokumente zu dubiosen Geldflüssen im Unternehmen durchstechen.
3. Ähnlich wie oben: Er wurde trotz anderslautender Beteuerungen seiner Vorgesetzten im Vorfeld bei einer anstehenden Beförderung übergangen, hat aus Frust gekündigt und will sich nun an seinem alten Arbeitgeber rächen. Dafür erfindet er einen Skandal, fälscht E-Mails und tischt dir Lügenmärchen auf.

Wie lässt sich die Glaubwürdigkeit der Quelle und damit der Wert der Informationen abschätzen? Frage dich:

- Gibt es andere Quellen, die dir bei der Einschätzung behilflich sein können, ob der Ex-Mitarbeiter die Wahrheit sagt?
- Gibt es andere Dokumente, die die Informationen der Quelle stützen?
- Wer könnte ein Interesse daran haben, mit dir über das Thema zu sprechen, sobald er/sie weiß, dass du an der Sache dran bist?

Vermutlich kannst du nicht immer alle drei Punkte (Zugang, Motivation, Qualität) vollumfänglich klären. Letzten Endes ist die Glaubwürdigkeit der Quelle also immer ein Stück weit eine Frage der Abwägung. Gegebenenfalls kann man sich bei schwer überprüfbaren Aussagen auch mit einer eidesstattlichen Erklärung absichern.

**Quellen bewusst auswählen**

Du musst nicht alle Quellen in deiner Quellenkarte auch tatsächlich auswerten. Die Karte bietet vielmehr eine gute Übersicht über mögliche Quellen. Welche Quellen du am Ende nutzt, hängt zunächst einmal von deren Verfügbarkeit ab. Am besten ist eine Mischung aus leicht zugänglichen und exklusiven Quellen. Das

Internet liefert viele leicht zugängliche Dokumente – aber was du dort findest, kann jeder andere auch finden. Aufsehenerregender ist hingegen ein vertrauliches Dokument oder ein Gespräch mit jemandem, der bislang nicht über das Thema sprechen wollte. Solche Quellen erfordern natürlich mehr Zeit und Arbeit.

Unterstreiche oder umkreise die Quellen, die du benutzen möchtest, und bestimme eine Strategie: Mit welcher Quelle fängst du an? Und: Über welche Quellen kannst du vielleicht andere Quellen erreichen?

Bedenke: Investigativer Journalismus besticht nicht durch die *Menge* der Quellen (Quantität), sondern durch die *Verlässlichkeit* der Quellen (Qualität).





# Das Masterfile

## Organisiere deine Recherche in Datenbanken

Recherchen sind nicht nur die Suche nach Quellen und Fakten, sondern haben immer auch etwas von einer Entdeckungsreise. Vielleicht fällt dir in den gesammelten Informationen ein Widerspruch auf oder du entdeckst Zusammenhänge, die dir vorher nicht aufgefallen sind. Die Chance ist groß, dass neue Fakten neue Fragen aufwerfen, die mitunter nicht zu deiner Hypothese passen.

Nach dem Sammeln erfolgt die Analyse der Informationen. Damit du die gesammelten Informationen einigermaßen bequem analysieren kannst, ist es wichtig, die Dokumente zu ordnen und durchsuchbar zu machen. Dafür gibt es Datenbanken. In diesem Kapitel stellen wir zwei Arten von Datenbanken vor.

### Datenbanken für Dokumente

Fast alles, was Journalisten sammeln, lässt sich der Kategorie Dokumente zuordnen: Artikel, Berichte, Webseiten, Bücher, E-Mails, Fotos, Videos, Audioaufnahmen, etc. Datenbanken vereinfachen die Aufbewahrung, das Durchsuchen, das Analysieren und das Teilen dieser Dokumente. Für das Organisieren von Recherchen haben wir und andere investigative Journalisten mit folgenden Datenbanken gute Erfahrungen gemacht:

*Documentcloud* (<https://www.documentcloud.org>)

Nur für Journalisten und kostenlos. Diese Cloudsoftware wurde 2009 im Auftrag von ProPublica entwickelt, um im Team die Zusammenarbeit an Artikeln zu vereinfachen. Zwei Jahre später übernahm *Investigative Reporters and Editors* (IRE) die Verwaltung und seit 2017 ist DocumentCloud wieder eine unabhängige Nonprofit-Datenbank, verwaltet von einem der Gründer, Aron Pilhofer. Selbstverständlich kannst du in DocumentCloud Dokumente speichern, teilen und durchsuchen. Der größte Vorteil der

Cloud liegt jedoch in den *vielen Möglichkeiten* zu teilen und zu durchsuchen. Kein anderes Datenbankprogramm in dieser Liste bietet so vielseitige Optionen. Du kannst:

- Dokumente mit Lesern, Zuschauern oder Zuhörern teilen und ihnen sogar erlauben, Anmerkungen dazu zu schreiben – perfekt für Crowdsourcing.
- alle Datumsangaben, die im Dokument enthalten sind, in einer Zeitskala darstellen und sie mit anderen Ereignissen verknüpfen.
- alle im Dokument vorhandenen Namen von Personen und Organisationen auflisten, zusammen mit dem Kontext, in dem sie vorkommen.

DocumentCloud arbeitet daran, in Zukunft mehr Analysemöglichkeiten anbieten zu können. Um einen kostenlosen Account bei DocumentCloud zu erstellen, musst du online nachweisen, dass du als Journalist tätig bist.

*DevonThink* (<http://www.devontechnologies.com/products/devonthink/overview.html>)

Bislang ausschließlich für Apple erhältlich. Neben Speichern, Teilen und Stichwortsuche bietet DevonThink auch die Suche nach Zusammenhängen zwischen verschiedenen Dokumenten an. Das Programm zeigt dir dann Dokumente an, die etwas gemeinsam haben. Außerdem zeigt dir DevonThink zu jedem Dokument eine Liste von Stichwörtern an, die im Inhalt oft vorkommen. So wie bei DocumentCloud siehst du bei der Suche nach Stichwörtern meistens eine Voransicht der Stelle im Dokument, an der das Stichwort zum ersten Mal vorkommt. Das ist praktisch, falls du schnell in verschiedenen Dokumenten gleichzeitig nach wichtigen Passagen suchen möchtest.

*EverNote* (<https://evernote.com/intl/de>)

EverNote gibt es schon lange und wird von vielen Journalisten benutzt, weil es einfach und übersichtlich ist. Das Programm ist verfügbar für PC- und Apple-Nutzer. In der kostenpflichti-

gen Version von EverNote (es gibt auch eine kostenlose Version) kannst du außer Dokumenten und Webseiten auch E-Mails speichern und durchsuchen. Darüber hinaus kannst du Dokumente scannen und PDFs mit Anmerkungen versehen.

*OneNote (<http://www.onenote.com>)*

Eine Datenbank von Microsoft und Bestandteil von Office 365. Auch verfügbar für Apple-Benutzer. Hat in etwa die gleichen Funktionen wie EverNote.

### **Datenbanken für Notizen**

Die zweite Art von Datenbank, die wir empfehlen wollen, nennen wir das „Masterfile“. Hier sammelst du all deine Notizen, die du für deinen Bericht benötigst. Diese reichen von Interviewzitate über Abschnitte aus Dokumenten bis hin zu eigenen Gedanken und Beobachtungen.

Das Masterfile bildet die Brücke zwischen der Datenbank mit deinen Dokumenten einerseits und deinem schlussendlichen Bericht andererseits. Zweck des Masterfile ist es, dass du Zitate oder Informationsschnipsel aus den Dokumenten dorthin verschieben kannst und so automatisch eine erste Selektion vornimmst. Du verschiebst nur die Zitate oder Informationen, von denen du erwartest, dass du sie für deinen Bericht benutzen kannst. Dadurch wird dein Masterfile eine erste rohe Skizze deines Berichtes. Auch wenn du später wahrscheinlich noch mehrere Informationen aussortieren musst, ist es in dieser Phase wichtig, alles auszuwählen, was vielleicht eine Chance hat, am Ende Teil des Beitrags zu werden.

Ein Masterfile kannst du ganz einfach selber erstellen. Hierfür benötigst du die Struktur deiner Chronik und tippst diese in ein Word- oder Pagesdokument. Zwischen den Ereignissen deiner Chronik solltest du etwas Platz lassen, damit du an diesen Stellen später Text einfügen kannst. Sorge außerdem dafür, dass die Ereignisse gut sichtbar bleiben (wie Kapitelüberschriften).

Anschließend notierst du unter den Ereignissen:

- Zusammenfassungen (der Kern der Information in deinen Worten)
- Zitate aus den Quellen (mit Verweis auf Fußnoten, in denen die Quellen ausführlich beschrieben werden)
- Notizen (eigene Beobachtungen oder Gedanken)
- Quellen
- Fragen (die entstanden sind und noch beantwortet werden müssen)

### BEISPIEL

*Biologen entdecken, dass Phenol menschliche Zellen verändert.*

#### **Zusammenfassung**

Phenol imitiert das weibliche Hormon Östrogen. Dies führt bei Menschen zu veränderten Ausprägungen der Geschlechtsmerkmale.

#### **Professorin für Zellbiologie Anna Soto**

“I was with two colleagues engaged in research into the impact of estrogen – female hormones – on the development of breast cancer. We knew that the cancer cells began to proliferate in test tubes when they were brought into contact with estrogen. But to our surprise exactly the same happened in control tubes where no estrogen had been added. Unbelievable! Like Sherlock Holmes we went looking for the perpetrator. Careful, we studied all testing phases and checked all equipment. Only after months of tracking, we discovered the cause: the estrogens came from plastic test tubes!”<sup>1</sup>

“For fifteen years we point out the dangers of endocrine disrupters, but there has nothing changed. Now that it appears that the substances are also in the drinking water I wonder: how much longer will governments wait before they act?”<sup>2</sup>

#### **Notiz**

Soto ist von kleiner Statur, gab mir jedoch einen kräftigen Händedruck, als sie uns in der Wohnung eines Freundes an der Seine in Paris begrüßte. Sie spricht temperamentvoll, was vielleicht an ihren argentinischen Wurzeln liegen mag.

#### **Wissenschaftlicher Artikel**

„Mothers with high concentrations of phthalates in their urine during pregnancy often gave birth to boys with an incomplete masculinization. The boys often had less undescended testicles and

smaller penises in proportion to their size. And the distance from anus to penis was remarkable short in many of the babies, which is a sign of feminization.“<sup>3</sup>

### Fragen

Haben Phenole den gleichen Effekt wie Phtalate? (Soto)

—

- 1 Interview: Anna Soto, Hochschullehrerin für Zell-Biologie an der Tufts University, 12. Oktober 2005 in Paris (+44 34554 662, soto.a@tufts.edu).
- 2 Interview: Soto, telefonisch, 17. Dezember 2005.
- 3 Publikation: "Phtalates in infants", in: Environmental Health Perspectives, Issue 5. Mai 2005.

Bei den Interviews notierst du dir außer den Namen des Interviewten noch das Datum und den Ort, an dem das Gespräch stattgefunden hat – und die Kontaktdaten des Interviewten. Letzteres ist besonders wichtig, um später nochmal mit Leuten in Kontakt treten zu können.

Sobald du ein Interview abgeschlossen hast, notierst du dir die wichtigsten Fakten und Zitate in deinem Masterfile. Warte nicht zu lange mit dem Niederschreiben der Interviewnotizen. Viele Aussagen und Beobachtungen verschwinden aus deinem Gedächtnis, wenn du zu lange wartest. Sorge dafür, dass dein Masterfile immer den aktuellen Stand deiner Recherche repräsentiert.

Das Arbeiten mit einem Masterfile hat einige Vorteile:

- Du recherchierst und schreibst gleichzeitig. Was du findest, schreibst du sofort nieder und während du schreibst, entstehen schon wieder neue Fragen.
- Das Masterfile bietet einen schnellen Überblick über bereits gefundene und noch fehlende Beweise.
- Arbeitest du mit mehreren Leuten an einem Projekt, kannst du das Masterfile für alle Teilnehmer (geschützt) online zugänglich machen. So können alle Teilnehmer das Masterfile bearbeiten und jeder hat einen Einblick in den aktuellen Stand der Recherche.

- Auch Schlussredakteure (oder Dozenten) können Einblick in die Recherche erhalten, wenn sie eine Kopie des Masterfile bekommen.
- Vielleicht der wichtigste Vorteil: Sobald du fertig bist mit der Recherche, bist du auch fast fertig mit dem Schreiben. Erstelle eine Kopie deines Masterfile und bearbeite diese, bis du mit deinem Artikel zufrieden bist. Bewahre das Masterfile jederzeit als Referenz auf, so dass du schnell nachschlagen kannst, welche Zitate von welchen Quellen stammen. Juristen und Anwälte sind im Zweifel froh über klare Verweise auf zuverlässige Quellen.

Möchtest du zum Ordnen deiner Informationen mal etwas anderes als ein einfaches Word- oder Pagesdokument ausprobieren, schau dir die folgenden Möglichkeiten an:

*OmniOutliner* (<https://www.omnigroup.com/omnioutliner>)

*Foldout* (<http://excessivelyproductive.com/Foldout.aspx>)

*Cloud Outliner* (<http://xwavesoft.com/cloud-outliner-for-iphone-ipad-mac-os-x.html>)

Diese Programme haben den Vorteil, dass du Informationen, die du nicht sichtbar haben möchtest, ausblenden kannst. Du kannst dir zum Beispiel die Zeitleiste ohne Quellen und Zitate anzeigen lassen oder die Zeitleiste mit den Quellen, aber ohne die Zitate.

### **Vom Masterfile zum Artikel**

Wie gesagt: Dein Masterfile ist die Vorstufe zu deinem Artikel. Das meiste von dem, was in deinem Artikel vorhanden sein soll, ist auch schon im Masterfile vorhanden. Die nächsten Schritte helfen dir, aus deinem Masterfile einen Artikel zu machen.

- Fertige eine Kopie deines Masterfiles an und speichere das Original als Referenz. Arbeite von nun an mit der Kopie.

- Wähle eine Struktur für deinen Artikel. Probiere eventuell verschiedene Reihenfolgen der Ereignisse aus.
- Entscheide, welche Zitate du im Artikel anbringen willst. Oft liefern unterschiedliche Quellen etwa gleiche Informationen. Wähle die ansprechendsten Zitate aus.
- Fasse jedes Ereignis kurz in deinen eigenen Worten zusammen. Beziehe dich dabei auf die Zitate aus den Quellen. Diese Zusammenfassungen dienen als Kernsätze oder -absätze im Artikel. Sie sorgen dafür, dass die Lesenden nicht den Faden verlieren.





# Der Marketingplan

Immer an die Zielgruppe(n) denken

Marketing ist mehr als Verkaufen. Marketing ist eine Strategie, die das Produkt zur Zielgruppe bringt und die dem Publikum hilft, dein Produkt zu verstehen. Gute Marketingspezialisten möchten nicht nur Geld machen. Sie möchten auch, dass die Kunden zufrieden sind – und wiederkommen.

Es ist verblüffend, wie selten Journalisten Erkenntnisse aus dem Bereich des Marketing anwenden. Prinzipien, die anderen Produkten zum Erfolg verhelfen, wird in Redaktionen oft mit Argwohn begegnet. Marketing sei „eine andere Abteilung“ oder ein „schmutziges Wort“, heißt es dann. Vielleicht ist das der Grund, weshalb viele Journalisten keine klare Vorstellung von ihren Kunden (dem Publikum) haben.

Man könnte behaupten, ein investigativer Journalist ist erst mit der Arbeit fertig, wenn er alle an dem recherchierten Missstand beteiligten Gruppen erreicht hat. Und wenn er ihnen die Möglichkeit gegeben hat, die Situation zu verbessern. Das Ziel investigativer Journalisten ist es nicht, irgendetwas nettes zu schreiben oder eine schöne Sendung zu produzieren, sondern etwas zu verändern. Sie liefern kein Produkt, sondern einen Service.

Ungefähr zur gleichen Zeit wie die erste Fassung dieses Buches erschien die Studie „Power is everywhere: How stakeholder-driven media build the future of watchdog news“. Geschrieben wurde die Studie von Mark Lee Hunter, Luk N. Van Wassenhove und Maria Besiou (kostenloser Download unter [www.storybasedinquiry.com/store](http://www.storybasedinquiry.com/store)). Die drei Wissenschaftler der Business School Insead untersuchten den Erfolg von aktivistischen Medien: Was ist das Geheimnis von Greenpeace? Mittlerweile wirbt die Umweltschutzorganisation erfolgreich Journalisten bei Zeitungen und Rundfunkanstalten ab, um ihre eigenen investigativen Berichte zu veröffentlichen. Was können wir von *De Correspondent* aus den Niederlanden oder von *Mediapart* aus Frankreich lernen, die eine breite Basis zahlender Mitglieder für sich gewinnen

konnten? Und was macht die amerikanische Non-Profit-Organisation *ProPublica* richtig, dass sie es hinbekommt, ihre Berichte offenbar problemlos in anderen großen Medien zu platzieren?

Was diese Beispiele zeigen, ist, dass es noch immer einen Markt für gut recherchierte und geschriebene Artikel gibt. Teile der Gesellschaft sind bereit, für bestimmte Neuigkeiten zu zahlen – sofern diese Informationen nirgendwo anders erhältlich sind. Die Watchdog-Medien scheinen sogar von den Kürzungen in den traditionellen Medien profitiert zu haben. Greenpeace hat erklärt, sie würden selber Journalismus machen, weil in den etablierten Zeitungen zu wenig über ihre Bemühungen berichtet wurde.

Investigative Journalisten, die zu NGOs gewechselt sind (in manchen Fällen von seriösen Medien wie der BBC), erzählten uns, sie hätten sich von den guten Bedingungen bei diesen Organisationen überzeugen lassen – nicht allein durch das Geld, sondern auch Wissen und Einfluss.

Was unsere Recherchen außerdem zeigen: Watchdog-Medien

- nehmen ihre Zielgruppe sehr ernst
- können ein Thema lange im Gespräch halten
- finden Ehrlichkeit wichtiger als Unparteilichkeit
- streben konsequent eine Lösung an

Kurz: Sie haben eine klare Marketingstrategie.

Wie hilft uns Journalisten das weiter? Wir können uns natürlich einem Watchdog-Medium anschließen oder selbst ein solches gründen. Wir können jedoch auch schauen, welche Methoden der Watchdog-Medien wir auf die eigene journalistische Arbeit übertragen können. Im Folgenden ein paar Tipps für eine erfolgreiche Vermarktung der eigenen Artikel.

### **Kenne deine Zielgruppe**

Wen interessiert dein Bericht? Man weiß natürlich nie genau, wer sich mit deinem Artikel intensiv auseinandersetzen wird.

Ein Teil deines Publikums kannst du aber vorhersehen: die Interessengruppen.

Interessengruppen (*Stakeholder*) sind von dem von dir beschriebenen Problem betroffen oder haben Einfluss auf die Situation. Sie möchten die Situation verändern oder erhalten – je nachdem, was ihnen Nutzen bringt.

In Prinzip solltest du diesen Leuten schon begegnet sein, als du deine Chronik erstellt hast. Interessengruppen sind Täter, Betroffene oder Zeugen. Sie spielen eine Rolle in der Geschichte. Falls dir eine Interessengruppe einfällt, die nicht in deiner Chronik steht, solltest du diese für deine Marketingstrategie trotzdem hinzufügen.

Die Frage „Für wen schreibst du?“ kann ein investigativer Journalist beantworten mit: „Auf jeden Fall für alle, die eine Rolle in der Geschichte spielen“. Und da sie eine Rolle spielen, hast du sie als Informationsquellen genutzt. Die Zielgruppe deines Artikels besteht also zu großen Teilen auch aus deinen Informationsquellen.

#### BEISPIEL

Im Beispiel der Trinkwasserrohre besteht das Publikum aus allen Herstellern von Wasserrohren aus Plastik; Installateuren und Verkäufern im Sanitärbereich; Chemikern; Zellbiologen; Beamten aus den für das Trinkwasser zuständigen Behörden; Politikern; sowie allen Personen, die ihr Badezimmer oder ihre Küche renovieren wollen. Das ist eine kunterbunte Runde. Jede betroffene Gruppe wird deinen Artikel auf eine andere Art und Weise nutzen. Wahrscheinlich sind jedoch alle froh über die Information.

Der Fakt, dass Interessengruppen nicht nur die Informationsquellen, sondern außerdem die wichtigsten Kunden darstellen, wird von Journalisten zu wenig ausgenutzt.

Hier einige Tipps:

- Organisiere dich mit Blick auf das Veröffentlichungsdatum mit anderen Initiativen, die im gleichen Zeitrahmen Kampagnen planen. So kannst du die Wirkung vergrößern.

- Bereite einige deiner Informationsquellen auf die Veröffentlichung vor. Vor allem jene, die durch ihre Aussage ein gewisses Risiko auf sich genommen haben und nun viel Kritik ernten könnten. Aber auch (traumatisierte) Opfer, die persönliche Geschichten erzählt haben. Sie werden Reaktionen aus ihrem Umfeld bekommen, und durch den Artikel kommt die ganze Geschichte wieder hoch.
- Bedanke dich bei all deinen Informationsquellen – zum Beispiel per E-Mail – für ihren Beitrag und zeige Anerkennung für ihr eingebrachtes Wissen.
- Verschicke in der gleichen E-Mail einen Link zum Artikel mit der Bitte, diesen weiterzuleiten und zu verbreiten.
- Frage Schlüsselfiguren im Artikel, ob sie (auch) über ihren persönlichen Facebook- oder Twitter-Account auf den Artikel aufmerksam machen wollen. Oder besser noch: ihn empfehlen wollen. Vor allem Experten mit vielen Followern sind interessant. Befördere sie zu Botschaftern deines Artikels.
- Teile Dokumente und Datenbanken, die du für deine Geschichte genutzt hast, mit daran interessierten Quellen, die eine gute Verwendung dafür haben.

Um Interessenten, die du nicht persönlich kennst, zu kontaktieren, kannst du folgendes tun:

- Rufe während deiner Recherche das Publikum deines Mediums auf, Informationsquellen und Ideen für deine Geschichte einzubringen (*De Correspondent* tut dies immer wieder mit großem Erfolg).
- Während der Recherche: Teile Dokumente und/oder Datenbanken mit deinem Publikum und lade es ein, darin nach Geschichten zu stöbern. Informiere deine Geldgeber regelmäßig über deine Fortschritte und selbstverständlich über die voraussichtliche Veröffentlichung deines Artikels.
- Nach der Veröffentlichung: Ermögliche dem Publikum, Anmerkungen zu deinem Artikel zu machen. Achte jedoch auf

einen respektvollen Ton in der Diskussion. Reagiere auch selbst auf Lob und Tadel beziehungsweise Fragen aus dem Publikum, damit sich die Leute ernst genommen fühlen (auch hier ist *De Correspondent* ein sehr gutes Beispiel).

- Organisiere eine Diskussion oder eine Debatte anlässlich des Artikels und lade dein Publikum dazu ein. Eine andere Möglichkeit wäre eine Lesung oder ein Seminar. Es gibt sogar investigative Journalisten, die zusammen mit Fotografen Ausstellungen über ihr Projekt veranstaltet haben.
- Nicht vergessen: Teile und verbreite deinen Artikel auch über die sozialen Medien.

Es gibt außer denen, die selbst eine Rolle im Artikel spielen, noch eine weitere Zielgruppe für deinen Artikel: andere Journalisten und Medien. Ein gutes Verhältnis zu den Kollegen aufzubauen, ist auch eine Form von Marketing.

- Arbeite für deine Recherche mit anderen Medien/Journalisten zusammen und verabredet euch für eine zeitgleiche Veröffentlichung. Das klappt vor allem, wenn die Medien, für die du arbeitest, nicht miteinander konkurrieren. Zum Beispiel, in dem das eine Medium ein Fernsehprogramm produziert und das andere einen Artikel. Oder weil die Medien in geografisch unterschiedlichen Gebieten arbeiten. Die Vorteile der Zusammenarbeit: Man hat weniger Arbeit und erzielt eine größere Wirkung.
- Gib Kollegen vor Veröffentlichung Einblick in deinen Artikel, damit sie eine Pressemeldung für deine Enthüllung vorbereiten können.
- Lege Sicherungskopien von wichtigen (z. B. geheimen, geleakten) Dokumenten an und lagere sie an verschiedenen Orten, zu denen nur du und Personen, denen du vertraust, Zugang haben.
- Versuche deine Geschichte in verschiedenen Medien zu platzieren. Für den Fall, dass ein unzufriedener Akteur die Veröffentlichung eines Artikels zu verhindern versucht (z. B.

mit juristischen Mitteln), erscheint eine andere Version der Geschichte in einem anderen Medium.

Das heißt: Dein Artikel allein reicht nicht aus, um Impact zu generieren. Ohne die Hilfe anderer Akteure wird sich oft nur wenig bewegen. Du musst dir also Mühe geben, alle Interessierten ausfindig zu machen und mit ihnen in Kontakt zu treten. Genau so musst du auch jedes Mal neue Formen finden, das Publikum aktiv werden zu lassen und zu belohnen, nicht nur als Konsumenten, sondern als Mitwirkende.

### **Lerne aus Kampagnen**

Leser und Zuschauer von Watchdog-Medien wollen nicht bloß informiert werden, sie wollen konkrete Veränderungen. Information ist für sie ein Mittel zum Zweck. Der Nutzwert der Information steht an erster Stelle: Können sie mit der Information ihr eigenes Leben und/oder das der Anderen verbessern?

Viele Investigativjournalisten hoffen ebenfalls, dass ihre Arbeit Einfluss hat und bei der Lösung von Problemen hilft. Sie wollen nicht bloß informieren, sondern Veränderungen anstoßen. Ein Beweis dafür sind die vielen Preise für investigativen Journalismus, bei denen die Gewinner unter anderem für die Auswirkungen ihrer Arbeit ausgezeichnet werden (z. B. die Einleitung eines Verfahrens oder eine Gesetzesänderung in Folge einer Enthüllung).

Machst du dir Sorgen, dass deine Enthüllungen folgenlos bleiben? Schau dir Kampagnen dieser Watchdog-Medien an. Sie schaffen es, Themen wochen- oder manchmal jahrelang in der Öffentlichkeit zu halten, ehe sie auch von anderen aufgegriffen werden. Aktivistische Medien bemühen sich häufig mehr als etablierte Medien, Themen am Köcheln zu halten, bis eine Lösung gefunden wurde. Für sie gilt laut Hunter et al.: „The broader story – how events play out over time – trumps the scoop; the last word beats the first word.“

Im Folgenden geben wir einige Tipps, wichtige Themen und Ereignisse möglichst lange im Fokus der Öffentlichkeit zu halten.

- Verschieße nicht sofort dein ganzes Pulver. Nicht alle Enthüllungen müssen gleich im ersten Artikel stehen. Verteile die interessanten Aspekte auf eine Serie von Artikeln. Große Recherchen werden klassischerweise als Trilogie präsentiert: Zuerst eine Geschichte über das Problem und die Folgen (die Gegenwart), dann eine Geschichte über die Ursachen (die Vergangenheit) und schließlich eine Geschichte über die Lösungen (die Zukunft).
- Schreibe Follow-up-Geschichten, in denen du erklärst, was seit der letzten Veröffentlichung passiert ist. Wer hat das Thema aufgegriffen? Wer arbeitet an einer Lösung oder an einer Alternative? Wer schaut weg? Wer versucht, das Problem zu vertuschen?
- Falls die neuerlichen Entwicklungen zu dünn für eine ganze Geschichte sind, weise zumindest in Tweets darauf hin; selbstverständlich mit einem Link zu der Seite, auf der all deine Geschichten gesammelt zu sehen sind. Zeige deinen Followern, dass du an der Geschichte dranbleibst.
- Sammle all deine Artikel über das Thema online in einem Archiv und füge außerdem Links zu Artikeln von anderen hinzu. Das Gleiche solltest du mit Datenbanken und gesammelten Dokumenten machen. Werde für das Thema *die* Referenz im Internet.

Zusammengefasst: Sorge dafür, dass niemand dich einholen kann. Schreibe nicht nur über das Thema, sondern übernimm es. „Own the story!“

### **Zeige Lösungen auf**

Wenn du Leute mobilisieren möchtest, solltest du nicht allein darüber berichten, wie schlimm alles ist, sondern auch, was man dagegen tun kann. Probleme alleine motivieren nicht – außer sie sind so groß, dass dadurch Menschen in (Lebens-)Gefahr geraten. In anderen, weniger dringenden Fällen rufen problematische Umstände beim Publikum oft eher Machtlosigkeit, Passivität und sogar Gleichgültigkeit hervor.



Aktivistische Medien sind von Natur aus mehr auf Lösungen fokussiert als etablierte Medien. Ihr Dasein gründet schließlich auf bestimmten Idealen. Sie mobilisieren ihre Mitglieder, indem sie Wege aus einer Misere aufzeigen.

Die Idee, den Fokus nicht nur auf die Probleme zu legen, sondern auch auf die Lösungen, findet immer mehr Anklang im Journalismus, wie unter anderem das gesteigerte Interesse am „Solutions Journalism“ zeigt (siehe Kapitel 1). Die wichtigsten Punkte für konstruktive Geschichten:

Lenke deine Aufmerksamkeit auf positive Ausnahmen, verheißungsvolle Experimente, vielversprechende Pläne und Ideen, gute Ratschläge sowie erfolgreiche Alternativen. Untersuche außerdem, warum diese Alternativen nicht im großen Maßstab angewendet werden. Wer verhindert das?

*Berate deine Leser und Zuschauer, was sie selber zur Lösung oder Prävention des Problems beitragen können. Gib praktische Tipps, die zum Beispiel auf Interviews mit Experten basieren. Ein schönes Beispiel ist diese Seite von Greenpeace: <https://www.greenpeace.org/international/act/>.*

## **Transparenz**

Watchdog-Medien sind nicht unparteiisch. Sie haben ein klares Ziel und richten ihr Handeln danach aus, genauso ihre Recherchen und Publikationen. Das heißt jedoch nicht, dass sie die Wahrheit verdrehen.

Gerade aktivistische Medien haben eine starke Motivation, ehrlich zu sein. Ihre Finanzierung hängt zum großen Teil von ihren Mitgliedern ab. Sollte sich herausstellen, dass die verbreiteten Informationen falsch waren, werden viele höchstwahrscheinlich ihre Mitgliedschaft kündigen. Das passierte Greenpeace nach der Brent Spar Affäre 1995. Greenpeace schien die Umweltschäden, verursacht durch den Untergang der Shell-Bohrplattform, übertrieben zu haben. Viele Mitglieder wollten daraufhin ihren Verein nicht mehr verteidigen und traten aus. Zeitungen und Fernsehprogramme aus dem Mainstream-Bereich werden bei

ähnlichen Vergehen nicht in der gleichen Art sanktioniert, da ihr Publikum nicht ausschließlich aus Experten besteht, sondern auch aus Personen, die sich zu wenig mit dem Thema verbunden fühlen, um sich hintergangen zu fühlen.

Wie kann man Leute davon überzeugen, dass man trotz Parteilichkeit ehrlich ist? Die Antwort der Watchdog-Medien lautet: Transparenz. Zeige, worauf deine Ergebnisse basieren.

- Mache im Artikel klar, wie die Untersuchungsfrage lautet: Was wolltest du wissen und warum?
- Nenne außerdem den Anlass für deine Recherche. Der Anlass ist oft ein tatsächliches Ereignis (objektiv) und selten ausschließlich persönlich (subjektiv).
- Verweise in deiner Geschichte auf die Informationsquellen (Menschen und Dokumente), die du zu Rate gezogen hast.
- Veröffentliche wichtige Dokumente und Datenbanken, die du bei deiner Recherche genutzt hast. Biete interessierten Lesern oder Zuschauern elektronischen Zugang zu diesen Dokumenten und Datenbanken.
- Erkläre, welche Forschungsmethoden du angewendet hast.
- Mache die Finanzierung deiner Recherchen transparent.
- Schreibe eine Art „Making of“, also einen separaten Beitrag über die Art und Weise, wie du recherchiert hast. Wahrscheinlich war deine Suche sehr aufregend, mit unerwarteten Rückschlägen, Entdeckungen, Kehrtwenden und Ergebnissen.



# Checkliste

| HYPOTHESE              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ereignis               | Was hat dich zuletzt erstaunt?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Kernfrage              | Welche wichtige Frage ruft das hervor?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Hypothese              | Was könnte die (beunruhigende) Antwort sein?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| CHRONIK/ZEITPLAN       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Problem                | Wer ist der Täter (Protagonist)?<br>In welcher Art und Weise benachteiligt er andere (Antagonisten)?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Folgen                 | In welcher Art und Weise profitiert der Täter von den Vorteilen?<br>Erwirbt er Geld, Luxus, Einfluss etc.?<br><br>Wie reagieren die Betroffenen auf die Nachteile? Nehmen sie den Kampf auf, suchen sie Hilfe, fordern sie Kompensation, flüchten sie vor der Problemlage etc.?<br><br>Wie reagieren die Zeugen? Bieten sie Hilfe an oder untersuchen sie die Problemlage?                                                                                                                                             |
| Ursachen               | Wie kam der Täter auf die Idee? Reagiert er auf eine Bedrohung, ein Hindernis, eine Eingebung, eine Erfindung, eine Entdeckung, ein Gesetz, Aufgabe etc.? (=Anlass)<br><br>Wie hat der Täter sich vorbereitet? Wie kam er an die notwendigen Instrumente, Rohstoffe, finanziellen Mittel, Kenntnisse, Abnehmer, Zustimmung etc.? (=Mittel)<br><br>Wie kam der Täter zu der Gelegenheit? Wie kam er in die Position? Wer hat die Aufmerksamkeit weggelenkt oder hat absichtlich nicht genau hingeschaut? (=Gelegenheit) |
| Lösungen               | Wie versuchen der Täter, die Betroffenen oder Zeugen das Problem zu lösen oder diese Lösung zu verhindern? Welche Alternativen, Ausnahmen, Experimente, Pläne, Ideen, Ratschläge, Proteste, kritischen Stimmen, Reaktionen etc. gibt es?                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| INFORMATIONSQUELLEN    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| öffentliche Dokumente  | Welche Ereignisse kannst du mit öffentlichen Dokumenten beweisen?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Beobachtungen          | Welche Ereignisse kannst du selbst beobachten oder ausprobieren?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Interviews             | Welche Akteure kannst du interviewen?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| vertrauliche Dokumente | Welche vertraulichen Dokumente brauchst du oder möchtest du gerne haben?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

# Literaturverzeichnis / Leseliste

## Andere Bücher derselben Autoren:

**Mark Lee Hunter (ed.)**, *Story-Based Inquiry. A Manual for Investigative Journalists*, **Unesco, 2009**.

**Mark Lee Hunter (ed.)**, *The Global Investigative Journalism Casebook. Unesco Series on Journalism Education*, **Unesco, 2012**.

**Luuk Sengers and Mark Lee Hunter**, *The Hidden Scenario. Plotting and Outlining Investigative Stories*, **The Centre for Investigative Journalism, London 2012**.

**Mark Lee Hunter and Luuk Sengers**, *The Story Tells the Facts. Structuring and Composing Investigative Narratives*, **The Centre for Investigative Journalism, London 2013**.

**Mark Lee Hunter, Luk N. Van Wassenhove en Maria Besiou**, *Power is everywhere: How stakeholder-driven media build the future of watchdog news*, **Stakeholder Media Project 2016**.

**Luuk Sengers (ed.)**, *Onderzoeksjournalistiek. Researchproces van idee tot verhaal*, **Lannoo Campus, 2009**.

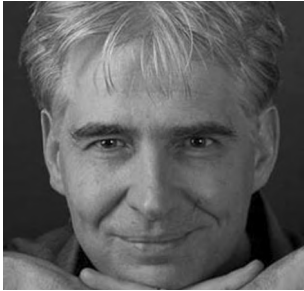
Diese Bücher sind online verfügbar auf: [www.storybasedinquiry.com/store](http://www.storybasedinquiry.com/store)

## Handbücher anderer AutorInnen:

Eine umfangreiche Übersicht über Bücher und Filme zum investigativen Journalismus findet man auf der Webseite des *Global Investigative Journalism Network*: [gijn.org](http://gijn.org)

Die weltweit größte Datenbank mit Tipsheets und Leitfäden zum investigativen Journalismus (in Englischer Sprache) findet man auf der Webseite von *Investigative Reporters and Editors* (hier wird für viele Bereiche eine Mitgliedschaft benötigt): [ire.org](http://ire.org)

## Über die Autoren



**Luuk Sengers** ist freier Investigativjournalist und Dozent/Coach für investigative Recherche. Er schrieb für die *Geassocieerde Pers Diensten* (GPD), *NRC Handelsblad*, *Quote*, *AD*, *Trouw*, *Intermediair* und *De Groene Amsterdammer*. Er ist

Dozent an der Thomas More Hochschule in Mechelen und hält regelmäßig Gastvorlesungen an der Fontys Hogeschool für Journalismus in Tilburg sowie an der Erasmus Universität in Rotterdam. Außerdem gibt er Schulungen in Redaktionen im In- und Ausland. Luuk arbeitete an verschiedenen Büchern über investigativen Journalismus mit und tritt regelmäßig auf internationalen Konferenzen der IRE, des *Global Investigative Journalism Network*, des *Centre for Investigative Journalism* in London und der *Vereniging van Onderzoeksjournalisten* (Vereinigung der niederländischen Investigativjournalisten, VVOJ) auf. Er war zehn Jahre lang im Vorstand der VVOJ tätig. Er ist Mitgründer von Story-Based Inquiry Associates und der Interview Academy. Weiterhin ist er einer der Koordinatoren der post-doc Ausbildung Internationale Research Journalistiek in den Niederlanden.

Webseite: [www.luuksengers.nl](http://www.luuksengers.nl)

E-Mail: [sengers@storybasedinquiry.com](mailto:sengers@storybasedinquiry.com)



**Mark Lee Hunter** ist ein vielfach ausgezeichnete Investigativjournalist, Hochschul-Dozent sowie Medientrainer. Seine Artikel (unter anderem über Rechtsextremismus in Frankreich) erschienen bei Arte, im *New York Times Magazine*, *Reader's Digest* und *Le Figaro*. Seine wissenschaftlichen Artikel erschienen in *Corporate Reputation Review*, *Harvard Business Review*, *Columbia Journalism Review* und *Harvard International Journal of Press/Politics*. Mark ist momentan Dozent bei INSEAD und an der Rotterdam School of Management. Weiterhin hält er weltweit Gastvorlesungen und gibt Schulungen. Er schrieb zehn Bücher und erhielt als einziger einen IRE Award sowohl für seine investigativen Artikel als auch für seine wissenschaftlichen Forschungen im Bereich des Journalismus. Mark ist Gründungsmitglied des *Global Investigative Journalism Network* und war zwölf Jahre lang Teil dessen Beratergremiums. Außerdem ist er Mitbegründer der *Story-Based Inquiry Associates* und des Stakeholder Media Project des INSEAD Social Innovation Centre, das nach neuen Business-Modellen für Watchdog-Medien forscht.

Webseite: [www.markleehunter.free.fr](http://www.markleehunter.free.fr)

E-Mail: [hunter@storybasedinquiry.com](mailto:hunter@storybasedinquiry.com)

## Mehr davon?

„Use it or lose it“ ist ein nützlicher Rat für Leute, die gerade etwas Neues gelernt haben. Wende das Wissen an, bevor es wieder in Vergessenheit gerät. Einige Tipps in diesem Handbuch mögen allerdings beim Lesen sehr logisch klingen, in der Praxis jedoch Fragen aufwerfen. Journalismus ist nicht Mathematik. Jede Situation, jede Geschichte ist anders.

Solltest du eine gute Idee für einen investigativen Artikel haben oder irgendwo nicht weiterkommen, bieten wir gerne unsere Hilfe an. Tolle Recherchen, die Leute unter anderem mithilfe unserer Methode publizieren, sind für uns das schönste Geschenk.

Du kannst uns anfragen für:

- Seminare
- in-company Schulungen (auf den Bedarf abgestimmt)
- Vorlesungen (für die Länge von bis zu einem Semester)
- Projektmanagement und Beratung
- Workshops und Konferenzen
- Individuelle Coaching Sessions und Schreibhilfe

Basierend auf der *Story-Based Inquiry* bieten wir auch folgende Schulungen an:

- **Datenjournalismus:** Wir können dir beibringen, große Mengen an Daten zu finden und für originelle und enthüllende Geschichten zu analysieren. Hierfür benutzen wir Excel, sowie SQL-Datenbankmanager, Access und SQL-Server.
- **Interviews:** Durch Rollenspiele bringen wir dir bei, wie du Menschen dazu bringst, Dinge preiszugeben, die sie vorher noch nie preisgegeben haben („Die zweite Geschichte“). Auch bringen wir dir bei, ein investigatives Interview zu führen und die Chance auf ehrliche und verlässliche Antworten zu erhöhen.



Information: [sengers@storybasedinquiry.com](mailto:sengers@storybasedinquiry.com)

Investigativer Journalismus muss nicht kompliziert oder zeitaufwändig sein, wenn man nach Plan und Methode arbeitet. Unterstützt durch die Unesco entwickelte eine internationale Gruppe erfahrener, investigativer Journalisten die *Story-Based Inquiry*-Methode. Diese wird derzeit weltweit in journalistischen Studiengängen, Redaktionen und Aktionsgruppen angewendet. Die *Story-Based Inquiry* ist keine bloße Aufzählung von Ratschlägen und Anekdoten, sondern ein konkreter Ablaufplan, der direkt zu Ergebnissen führt. Verschiedene Forschungsmethoden werden in einem logischen Prozess mit den folgenden Vorteilen zusammengefügt: Zeitgewinn, größere Genauigkeit und mehr Selbstvertrauen.



# Drehbuch der Recherche

Das verborgene Szenario

**Herausgeber** Netzwerk Recherche e.V.  
Greifswalder Straße 4  
10405 Berlin

**Autoren** Luuk Sengers & Mark Lee Hunter

**Übersetzung** Yasmin Polat

**Lektorat** Malte Werner

**Layout** Ute Lederer

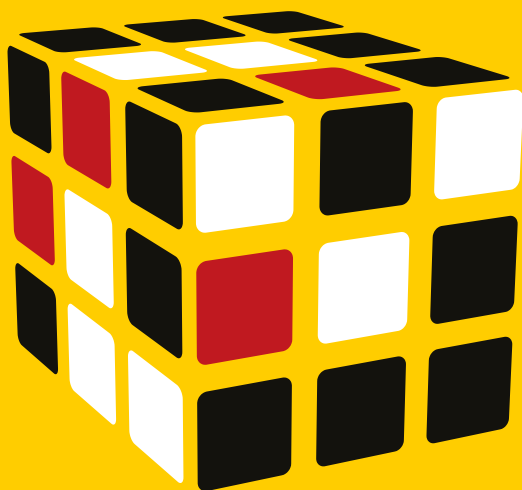
**Fotos** Mark Lee Hunter: Rugile Trumpyte  
Luuk Sengers:

**ISBN** 978-3-942891-09-7

© 2009-2018 Luuk Sengers & Mark Lee Hunter

[info@netzwerkrecherche.de](mailto:info@netzwerkrecherche.de)  
[www.netzwerkrecherche.org](http://www.netzwerkrecherche.org)

Dieses Buch ist urheberrechtlich geschützt. Es darf nicht ohne ausdrückliche Zustimmung der Autoren verbreitet werden, ob in elektronischer oder gedruckter Form. Zitieren ist unter Angabe der Quelle erlaubt.



# Zeit zum Sortieren

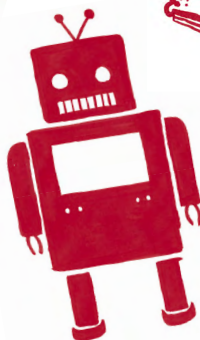
nr-Recherchestipendien



[nrch.de/stipendien](http://nrch.de/stipendien)

# Das Toolkit für digitalen Journalismus

Jetzt bis  
zum 15. Juli  
bewerben



Im berufsbegleitenden Masterprogramm »Digital Journalism« an der Hamburg Media School trifft fundiertes Innovationswissen auf digitalisierte Berufspraxis.

Ob Qualitätsmanagement, multimediales Storytelling oder die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle: Unser Studienangebot fungiert als Innovationslabor für den Journalismus, das dabei hilft, kreative Lösungsansätze für den digitalen Medienwandel zu entwickeln.



Für alle, die mehr wollen.

