netzwerk recherche

nr-Konferenz

Fact-Checking: Fakten finden, Fehler vermeiden am 27. und 28. März 2010 in Hamburg

Texte zur Konferenz

Journalismus ohne Fehler gibt es nur selten. Aber es gibt Mittel, die Zahl der falschen Aussagen so gering wie möglich zu halten: Irrtümer kann vermeiden, wer gezielt nach Unstimmigkeiten fahndet. Dieses „Fact-Checking“ gehört zur sorgfältigen Arbeit eines jeden Journalisten. Doch manche Redaktionen haben dafür eigenes Personal angestellt. Im Schatten der Autoren arbeiten jene Sekundanten daran, Fakten zu sammeln und Fehler aus der Berichterstattung zu sieben. Die nr-Konferenz richtet gezielt den Blick auf die Arbeit der „Fact-Checker“. Drei Fragen stehen dabei im Mittelpunkt:

- Wie können Journalisten von Erfahrungen der Fehler-Profis lernen?
- Was sind die Vorteile und wo liegen die Schwierigkeiten der Arbeit von Fact-Checkern?
- Warum brauchen wir im Zeitalter von Wikipedia und Online-Nachrichten professionelle Fakten-Kontrolle?

weitere Informationen auf

www.factchecking.de

Die vorliegenden Materialen dienen ausschließlich zur Information der Konferenzteilnehmer

netzwerk recherche e.V. ist ein eingetragener, gemeinnütziger Verein mit Sitz in Wiesbaden

Zielsetzung

Zielsetzungen für das „netzwerk recherche“

1. Das „netzwerk recherche“ verfolgt das Ziel, die journalistische Recherche in der Medien-Praxis zu stärken, auf ihre Bedeutung aufmerksam zu machen und die intensive Recherche vor allem in der journalistischen Ausbildung zu fördern.

2. Zu diesem Zweck entwickelt das „netzwerk recherche“ Ausbildungskonzepte für die Recherche-Ausbildung, vermittelt Referenten und berät Institutionen der journalistischen Aus- und Weiterbildung in der Gestaltung und Umsetzung entsprechender Ausbildungskonzepte. Das „netzwerk recherche“ veranstaltet zudem eigene Recherche-Seminare sowie Modellseminare zu verschiedenen Themen.

3. Das „netzwerk recherche“ bietet ein Recherche-Mentoring für jüngere Kolleginnen und Kollegen an, um in einem intensiven Beratungs- und Austauschprozeß über jeweils ein Jahr einen entsprechenden Wissens-Transfer von erfahrenen Rechercheuren zu interessierten Kolleginnen und Kollegen zu organisieren.

4. Das „netzwerk recherche“ fördert den umfassenden Informationsaustausch zum Thema „Recherche“ und bietet seinen Mitgliedern entsprechende Foren an. Im Internet wird durch entsprechende newsletter die Kommunikation untereinander gefördert.
   Der Austausch über Projekte, konkrete Recherche-Erfahrungen etc., aber auch der Hinweis auf Weiterbildung und entsprechende Serviceangebote soll hier möglich sein.

5. Das „netzwerk recherche“ beteiligt sich am internationalen Austausch entsprechender Journalisten – Organisationen in Europa und in Übersee.

6. Das „netzwerk recherche“ vergibt einmal im Jahr einen Preis für eine aussergewöhnliche Recherche-Leistung, die Themen und Konflikte beleuchtet, die in der Öffentlichkeit bislang nicht oder nicht ausreichend wahrgenommen wurde: Der Leuchtturm – Preis für besondere publizistische Leistungen.

7. Die Mitglieder des Netzwerkes setzen sich dafür ein, dass die Möglichkeiten der Recherche nicht eingeschränkt werden.
   Das „netzwerk recherche“ äußert sich öffentlich zu Fragen der Recherche und der Bezüge zur journalistischen Qualität, wenn Begrenzungen oder Einschränkungen der Pressefreiheit festgestellt werden.

8. Das „netzwerk recherche“ arbeitet mit anderen Journalisten Organisationen und Gewerkschaften zusammen, die im Grundsatz ähnliche Ziele verfolgen und ebenfalls dazu beitragen, den Aspekt der Recherche im Journalismus stärken um so die Qualität der Medien insgesamt zu verbessern.

9. Das „netzwerk recherche“ trifft sich einmal im Jahr zu einem Jahres-kongress und erörtert jeweils aktuelle Tendenzen im Umfeld des „Recherche-Journalismus“ und setzt sich hier mit zentralen Themen im Zusammenhang mit der journalistischen Recherche und konkreten Fallbeispielen auseinander.
   Jedes Jahr wird ein „Infoblocker“ aus Politik oder Wirtschaft mit der „Verschlossenen Auster“ ausgezeichnet.
   Regionale Untergliederungen ermöglichen den Austausch in bestimmten Regionen.

10. Das „netzwerk recherche“ ist politisch unabhängig und verfolgt ausschließlich gemeinnützige Zwecke. Der Zusammenschluß der Journalisten hat den Status der Gemeinnützigkeit erhalten. Die laufende Arbeit und die Projekte des „netzwerkes“ werden durch Spenden und Mitgliedsbeiträge (mindestens 60 Euro im Jahr) finanziert.

www.netzwerkrecherche.de
info@netzwerkrecherche.de

nr
netzwerk recherche

netzwerk
recherche

Qualitäts-Katalysator Recherche:
Leitlinien für einen wirksamen Recherche-Journalismus

1. Recherche als Lebenselixier des Journalismus begreifen

„Die Recherche ist die Kür des Journalismus: Nur so erfahren die Menschen von Ereignissen, die ohne die Mühe des Journalisten niemals ans Licht gekommen wären. Keine journalistische Aufgabe ist schwieriger, aber auch so abhängig von Zufällen, vom Glück – und von einer detektivischen Kleinarbeit. Nur der Fleißige und Couragierte nimmt sie auf sich."
Wolf Schneider und Paul-Josef Raue bringen in ihrem Standardwerk „Handbuch des Journalismus" unfreiwillig das Dilemma auf den Punkt: Nach wie vor wird bei vielen Sendern, Verlagen und in den Köpfen vieler Journalisten die Recherche als Kür und nicht als journalistische Pflicht begriffen.
Dabei ist Recherche unabdingbar mit seriösem Journalismus verbunden, sie ist seine Grundlage, sein Lebenselixier. Ohne Recherche würde der Journalismus zum Transmissionsriemen der PR verkommen, seine Sorgfaltspflicht nicht erfüllen und seine Glaubwürdigkeit verlieren. Journalismus muss sich von PR und Werbung abgrenzen, um seine Existenzberechtigung zu garantieren.

Die Konsequenz: Recherche muss für Journalisten, Verlage und Sender wieder selbstverständlich sein und in den Arbeitsalltag sinnvoll integriert werden: „So wie ein Fliesenleger Fliesen legt, muss ein Journalist recherchieren" sagt ein erfahrener Rechercheur, für den Recherche klassisches Handwerk ist.

2. Recherche in den Köpfen der Journalisten verankern

Die Recherche setzt immer eine aktive Rolle des Journalisten voraus, er ist mehr als nur ein passiver Informationsempfänger. Viele Journalisten geben sich jedoch – wenn überhaupt – mit der täglichen „Ergänzungs-Recherche" zufrieden. Immer mehr sehen im Journalismus einen technischen Beruf, der angeliefertes Material zielgruppengerecht für das jeweilige Medium verpackt. Studien zufolge sind viele Journalisten in Deutschland an Recherche und auch an Recherche-Ausbildung nicht interessiert. Wenn überhaupt, dann wollen viele nur Tricks und Tipps, wie der Job schneller und besser erledigt werden kann. Recherche ja – aber bitte in Form des Zaubertricks, des Vademecums für Faule. Recherche-Defizite werden selten eingestanden („Recherche kann man doch").
Der Journalist, der aus eigener Kenntnis, Anschauung und Sachverhaltsklärung auf der Grundlage e i g e n e r Recherchen seine journalistischen Aufgaben bewältigt, wird zunehmend abgelöst von schnellen, technisch versierten Nachrichten- und Materialverwertern.

Die Konsequenz: Die Recherche muss wieder intensiver in den Köpfen der Journalisten verankert werden. Die Aufgabe des Journalisten liegt nicht im passivem Empfang und der Weitergabe von Informationen, sondern in aktivem und verantwortlichem Handeln, das eine kritische Überprüfung von Informationen und Quellen voraussetzt.

3. Sender und Verlage in die Recherche-Pflicht nehmen

Die Verantwortung für einen seriösen Journalismus, der nicht nur informiert und Meinung bildet, sondern auch kritisiert und kontrolliert, liegt nicht nur bei den einzelnen Journalisten, sondern insbesondere auch bei den Verantwortlichen in Verlagen und Sendern. Sie stehen in der Pflicht, die für den Journalismus konstitutive Recherche zu ermöglichen, zu stützen und auszubauen.

Erfolgreiche Rechercheure sind – so die Befunde einer aktuellen Studie mit dem Titel „Die Deutschland-Ermittler" – in der Regel Individualisten, Einzelkämpfer, auf sich allein gestellt. Es gibt kaum institutionalisierte Unterstützung der Recherche in den Redaktionen. Rechercheleistung wird, wenn überhaupt, oft nur unzureichend honoriert. Hier liegt mittel- und langfristig das größte Defizit bei der Verankerung der Recherche.

Die Konsequenz: Die Verantwortlichen in den Medienunternehmen müssen in die Recherche-Pflicht genommen, die institutionelle Absicherung der Recherche muss gefördert werden – durch Bereitstellung von Archiven, Schulungen, Research-Abteilungen, materielle, ideelle und juristische Unterstützung.

4. Recherche im redaktionellen Alltag verankern

Die Anforderungen an die Recherche-Leistungen wachsen und müssten eigentlich zu einer Renaissance der Recherche führen. In Zukunft wird der Bedarf an Einordnung von vorhandenem Wissen und Informationen noch zunehmen: Stimmt die Information der Agenturen, woher kommt der Spin` der jeweiligen News, welche werblichen Botschaften sind in der Nachricht verpackt? Sind die Ansprüche an Vollständigkeit und Relevanz erfüllt? Die künftig noch wichtigeren Validitäts-Prüfungen benötigen verbesserte Recherche-Ressourcen.

Konsequenz: Insbesondere die verlässliche Alltags-Recherche wird immer wichtiger und muss gefördert werden. Auf diese Anforderung müssen sich die Redaktionen einlassen und entsprechende Investitionen in die human ressources vornehmen. Die Recherche-Ausbildung und die Entwicklung von innovativen Mentoren-Programmen und Trainings müssen vorangetrieben werden. Es muss eine Renaissance der Weiterbildung i n den Redaktionen geben. Eine ausführliche Erläuterung von produktiven Recherche-Ausbildungsformen stehen in einem separaten Papier, das Bestandteil dieses Strategie-Entwurfs ist (vgl. Anlage Papier – Recherche-Trainings).

5. Neue Recherche-Berufe und Recherche-Teams etablieren

Eine neue Validitäts-Kultur ist nötig. Zwar gibt es das berühmte SPIEGEL-Archiv, große Dokumentar-Abteilungen und vereinzelt Recherche-Teams bei Verlagen und Sendern. Aber dies sind nur kleine Inseln des controllings. Künftig sollte das System der Faktenkontrolle ergänzt werden durch den Aufbau neuer Recherche-Berufe. Mit der

Zuarbeit von etablierten Rechercheuren in die Redaktionspraxis könnte ein Funke auf den „alltäglichen“ Journalismus überspringen.

Die Konsequenz: Neue Modelle der Faktenkontrolle sollten erprobt, neue Recherche-Berufe und Recherche-Teams etabliert werden. Die fehlende Arbeitsteilung und Spezialisierung in deutschen Redaktionen, die den Journalist zum überforderten Allrounder macht, muss überdacht werden. Themenspezialisierung und Teamgeist müssen intensiver erprobt und redaktionell verankert werden.

6. Ökonomische Chancen von Recherche vermitteln, Marketing-Versprechen überprüfen

Recherche lohnt sich – das muss vermittelt werden. Nicht nur für eine funktionierende Demokratie, sondern auch wirtschaftlich, für Verlage und Sender.
Recherche wird von journalistischen Entscheidern jedoch nicht gezielt gefördert, weil diese kein konkretes Bild der Erfolgseffekte haben und die Operationalisierung dieser Führungsaufgabe scheuen. Dabei liegen die Erfolgseffekte auf der Hand: Exklusiv-Recherchen schaffen Nachrichten, und Nachrichten bedeuten Aufmerksamkeit und Imagegewinn für ein Medienunternehmen. Mehr Recherche fördert zudem die Team-Arbeit in den Unternehmen und die Synergie zwischen den Ressorts. Und: Erfolgreiche Recherchen motivieren und stiften Identität unter Autoren und Redakteuren. Im Zeitalter der Digitalisierung und Differenzierung im Medienbereich wird Recherche zum zentralen Unterscheidungsmerkmal und zum Werttreiber für Medienunternehmen.
Für Sender, Verlage und Medienakteure ist Recherche jedoch oft nur Marketing-Instrument, ein Aushängeschild, mit dem man werben kann. Aber der wie eine Monstranz getragene Anspruch hat in der beruflichen Praxis oft keine Folgen.

Die Konsequenz: Dieser Widerspruch muss immer wieder klar gemacht, die Marketing-Versprechen an der Realität gemessen werden. Die Verantwortlichen in Verlagen und Sendern müssen von den Erfolgseffekten der Recherche überzeugt werden, damit Recherche mehr als nur Aushängeschild ist.

7. Selbstreflexion einfordern, Medienkritik fördern, Ethik-Vakuum erkennen

Die Selbstbespiegelung im Journalismus hat heute oft Vorrang vor der vernünftigen und angemessenen Selbstreflexion. Die selbstkritische Besichtigung der Branche, die Musterung von Macht und Ohnmacht, das Nachdenken über handwerkliche Fehler, die Korrektur von Pseudo-Skandalen, Fehleinschätzungen und Kumpanei, die Definition von Berufsstandards und seiner Herausforderungen haben keine Konjunktur. Journalistische Selbstverständnis-Debatten auf einem hohen Niveau, die nach neuen Leitbilder suchen, haben Ausnahmecharakter.

Zwei Beispiele: Die zentrale Debatte über die Rolle der Medien bei der vergangenen Bundestagswahl, die Rolle der Demoskopie als „inneres Geländer“ des Journalismus, wurde bis heute nicht gründlich diskutiert.
Bei der BND-Affäre betrieben Journalisten Stichflammen-Journalismus auch in eigener Sache. Die BND-Debatte über die Instrumentalisierung der Medien blieb bis heute unausgegoren. Es wurde nicht ausreichend thematisiert, w i e die Nachrichten- und die Sicherheitsdienste Medien im Alltag vor ihren Karren spannen, wie Austauschbeziehungen und Manipulationen wirklich verlaufen.

Manche Skandale werden heute gezielt mit den Mitteln des negative campaignings gesetzt; Recherche-Journalismus sollte sich diesem Trend widersetzen und deutlich zwischen echten Skandalen und gemachter Skandalisierung unterscheiden.

Die Konsequenz: Journalisten sind oft blind in eigener Sache, sie kritisieren Gott und die Welt, machen aber in der Regel vor dem eigenen Berufsstand Halt. Alle Aktivitäten, die ein höheres Reflexionsniveau im Journalismus befördern könnten, sind daher zu fördern. Räume für hintergründige und kontroverse Debatten müssen geschaffen und Journalisten zur Selbstkritik – und falls nötig zu Korrekturen – ermutigt werden. Auch die Qualität der Medienkritik muss intensiver gepflegt und gefördert werden.

8. Wissenschaft mit der Medien-Realität konfrontieren

Die Kommunikationswissenschaften stehen bei der kritischen Reflexion der aktuellen Medienprozesse mit in der Verantwortung, kommen dieser jedoch oft nur mangelhaft nach. Bis auf wenige Leuchttürme der Forschung bleibt die Erkenntnisdichte über wichtige Prozesse dünn. Empirische Arbeiten speisen sich überwiegend aus bekannten Informationen.
Starke Kommunikationswissenschaften könnten wirksam zur Korrektur von Fehlentwicklungen beitragen und die Verankerung von Recherche im Journalismus fördern. Kommunikationswissenschaftler müssen sich stärker den relevanten Forschungsthemen widmen und ihre Forschungsergebnisse jenseits ihres eigenen Bereichs vermitteln.

Die Konsequenz: Die Empirie in den Kommunikationswissenschaften muss gefördert, die Wissenschaft stärker mit der beruflichen Realität konfrontiert werden. Dissertationen, Diplom- und Magisterarbeiten sollten vermehrt relevante Fragestellungen im Journalismus aufgreifen.

9. Recherche-Abstinenz beseitigen – verdrängte Themen auf die Agenda setzen

Die Recherche-Abstinenz im Journalismus führt zu erheblichen „weißen Flecken“ und Defiziten in der Berichterstattung. Einige Beispiele:

- Der deutsche Wirtschaftsjournalismus ignoriert zahlreiche, kritische Themen. In den elektronischen Medien geht Service v o r Analyse. Die engen Verbindungen vieler Berichterstatter zu den Pressestellen und PR-Abteilungen machen oft blind für Fehlentwicklungen, Widersprüche, kritikwürdige Tendenzen. Selbst in der Politik- und in der Kulturberichterstattung gibt es einen größeren intellektuellen Freiraum und eine größere Pluralität (vgl. PR-Einfluss im Wirtschafts-Journalismus, manager magazin Nr. 05/07).
- Der gesamte Bereich der weitgehend intransparenten EU-Politik und der gleichzeitige Kompetenzverlust der Landespolitik werden in der Berichterstattung nur unzureichend analysiert. Selbst die Kritik des früheren Bundespräsidenten Roman Herzog (Wams, 1/07) verhallte im publizistischen Nichts.
- Das Gleiche gilt für den etablierten Hauptstadt-Journalismus. Wie hoch ist der Exklusivitäts-Anteil der großen Studios? Was wird zum Thema und wann? Wie halten die Berichterstatter die Balance zwischen Nähe und Distanz? Wie ist es um die Interview-Qualität bestellt? Auch auf der Berliner „Pfaueninsel“ ist mehr Recherche und weniger Chronisten-Begleitung gefordert.

- In der Doping-Berichterstattung waren die Defizite besonders sinnfällig. Auch hier zeigen sich die verheerenden Ergebnisse, wenn Sportfunktionäre, Sponsoren, Medienunternehmen und Politik eine Symbiose eingehen. Eigentlich wäre dies die Stunde des Journalismus.

Die Konsequenz: Durch mehr Recherche müssen Defizite in der Berichterstattung behoben werden. M e h r Recherche wäre ein Dienst an der Demokratie, weil wichtige Informationen, schwer zugängliche und kaum verständliche Themenfelder für das interessierte Publikum klarer würden und durch Kritik und Kontrolle der Handlungsdruck erhöht würde.

10. Recherche als Antwort auf die Herausforderungen erkennen

Der etablierte Journalismus steht vor gravierenden Herausforderungen. Viele Kunden melden sich ab, lesen keine Zeitung mehr, flüchten in den kommerziellen Medienkonsum und suchen Zerstreuung in zahllosen Entertainment-Angeboten. Parallel entwickelt sich eine nicht-journalistische Blogger-Szene, die das Tagebuch in neuer Weise kultiviert. Pod- und Vodcasting könnten den Radio- und Fernseh-Konsum revolutionieren und die Strukturen auf den Kopf stellen. Erste Pflänzchen von Citizen-journalism wachsen, auch als Protest gegen das „gesendete Nichts“, das viele Themen nicht mehr aufgreift. Die Misere des von Verdrängung und Pressekonzentration gebeutelten und örtlich betäubten Lokaljournalismus verstärkt diese Entwicklung. Unterhaltungs-dominiertes Sicherheitsfernsehen und Formatradio – mit publizistischen Programmen an den Randzonen oder in Spartenkanälen – treiben Zuschauer und Zuhörer zu kommerziellen Anbietern.

Die Erkennbarkeit des seriösen Journalismus in einer immer unübersichtlicher werdenden digitalen Medienwelt ist in Gefahr, die Auffindbarkeit wird zwischen User Generated Content, Werbeangeboten und Informationsmüll zum Problem. Der Kampf um die Aufmerksamkeit des Publikums wird härter. Gleichzeitig bieten die neuen technischen Entwicklungen neue Formen des Publizierens und neue Möglichkeiten und Quellen zur Recherche. Online-Recherche kann andere Methoden der Recherche – insbesondere die Recherche vor Ort – zwar nicht ersetzen, aber in einzelnen Themenfeldern bereichern.

Die Konsequenz: Für gut recherchierte Informationen, für Hintergrundberichte, für das Aufdecken von Zusammenhängen und das Aufzeigen von Missständen wird es auch in Zukunft ein großes Publikum geben – egal, wo publiziert wird. Recherche ist somit eine zentrale Antwort auf die Herausforderungen und auch die Bedrohungen des Journalismus. Recherche ist d e r Qualitäts-Katalysator für die Medien und sollte deshalb intensiv gefördert werden.

Der Einsatz für Recherche ist damit wichtiger denn je. Mit sinnvollen Instrumenten und überschaubaren Mitteln könnte viel erreicht werden.

Was bedeutet eigentlich „Fakt“?

Der Begriff *Fakt* ist lateinischen Ursprungs und von der englischen in die deutsche Sprache eingeflossen (vgl. Kluge/Seebold 2002: 272). Er bezeichnet im allgemeinen Verständnis „etwas, das tatsächlich, nachweisbar vorhanden oder geschehen ist“ (Brockhaus 2006: Bd. 8, 719) oder, in den Worten des Kommunikationswissenschaftlers Denis McQuail (1992):

> „Facts can be considered as self-contained units of information in any account which claims to report on actual events or situations. A ‚fact‘ […] should, in principle, be verifiable by reference to reliable sources or to other independent accounts” (McQuail 1992: 205).

Faktisch ist demnach, was „mithin als verbürgt, als real, als *wahr* [k. i. O.]“ (Merten 2002: 36) gilt, was sich erhebt über „the distorting influences of any individual’s personal preferences“ (Schudson 1978: 6). In umgangssprachlichen und wissenschaftlichen Kontexten sind Fakten Merkmale der Wahrheit (vgl. Rheinberger 2007: 117), obwohl der lateinische Wortursprung *facere* so viel wie *machen* bedeutet, und somit vielmehr auf das *Gemachte* (vgl. Kluge/Seebold 2002: 272) verweist: „Verum ipsum factum“, heißt es bei dem Renaissance-Philosophen Giambattista Vico – „Das Wahre ist dasselbe wie das Gemachte“ (zit. n. Winter 1999: 52). Aus dieser Perspektive weist der Begriff *Faktum* auf das Gemachte im Sinne einer *Konstruktion* hin; folglich eben nicht auf das *Wahre*, das eindeutig *Reale* oder *Gegebene*, das eher zum Wortursprung und Assoziationsfeld der *Daten* gehört, welche als „Symbole, die noch nicht interpretiert sind“ (North 2002: 38), verstanden werden können.

BROCKHAUS (2006): Brockhaus Enzyklopädie in 21 Bänden. Wiesbaden, Brockhaus.

KLUGE, FRIEDRICH; HELMAR SEEBOLD (Hrsg.) (2002): Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache, Berlin, De Gruyter.

McQUAIL, DENIS (1992): Media performance: Mass communication and the public interest. London, Sage.

MERTEN, KLAUS (2002): Erzeugung von Fakten durch Reflexivierung von Fiktionen. In: Achim Baum; Siegfried J. Schmidt (Hrsg.): Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft: 36 - 47.

NORTH, KLAUS (2002): Wissensorientierte Unternehmensführung: Wertschöpfung durch Wissen. Wiesbaden, Gabler.

RHEINBERGER, HANS-JÖRG (2007): Wie werden aus Spuren Daten, und wie verhalten sich Daten zu Fakten? In: Zürcher Jahrbuch für Wissensgeschichte (3): 117 - 125.

SCHUDSON, MICHAEL (1978): Discovering the news: A social history of american newspapers. New York, Basic Books.

WINTER, WOLFGANG (1999): Theorie des Beobachters. Skizzen zur Architektonik eines Metatheoriesystems. Frankfurt a. M., Verlag Neue Wissenschaft.

Handwerk-Journalismus | „Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus“
mit Mathias Unger (Geo), Dr. Hauke Janssen (Der Spiegel), Jens Bergmann (brand eins), Friedhelm Greis (Wikipedia)
Moderation: Jürgen Webermann (NDR)

Besserwisser von Beruf

von Hanne Detel

„Fact-Checking ist wie der Besuch beim Zahnarzt“, sagt Journalist Jens Bergmann. „Man geht besser regelmäßig hin.“ Denn: Wie die Zahl der Löcher in den Zähnen, ist die der Fehler in Artikeln meist größer als gedacht. Im Spiegel sind es im Durchschnitt rund zehn pro Seite, die vor Andruck herausgesiebt werden.

In Deutschland setzen nur einige wenige Redaktionen wie Geo, Der Spiegel oder Brand Eins auf das Arbeitsmodell nach angelsächsischem Vorbild, Journalisten so genannte Dokumentare oder Fact-Checker zur Seite zu stellen. Zwei dieser „Faktenprüfer“ sind Mathias Unger (Geo) und Hauke Janssen (Der Spiegel). Beide befragte der Moderator Jürgen Webermann (NDR) am Freitagnachmittag auf dem Podium „Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus“ zu ihrem Handwerk. Organisator Bertram Weiß hatte außerdem Jens Bergmann (Brand Eins) als Vertreter der journalistischen Seite und Wikipedia-Mitarbeiter Friedhelm Greis eingeladen – die Alibifrau fehlte. Das Interesse an der Veranstaltung war groß, der Konferenzraum zu klein. Gut die Hälfte aller Gäste musste draußen bleiben. Eine mögliche Erklärung für den Ansturm: Das erste Mal überhaupt hat es das Thema Fact-Checking auf die Agenda einer Journalistenkonferenz geschafft.

Die Arbeit der Dokumentare beginnt vor dem eigentlichen Fact-Checking. Bei Brand Eins kommen sie bereits bei den Themenvorschlägen zum Einsatz, um deren Exklusivität zu überprüfen. Beim nächsten Schritt, der Materialsammlung, unterstützen auch Unger und Janssen ihre schreibenden Kollegen. So sollen die Geschichten mit Fakten aufgeladen werden. Aufforderungen wie: „Sag mir mal alles über die Gesundheitsreform“ kommen laut Bergmann bei Dokumentaren jedoch nicht gut an. Ein bisschen konkreter müssten die Wünsche von Autoren und Redakteuren schon formuliert sein.

Von der zehnseitigen Reportage bis zur Kurzmeldung – die Fehler-Finder beim Spiegel und bei Geo kontrollieren jeden Artikel im Heft. Bei Spiegel Online wird laut Janssen nur ein kleiner Teil der Texte überprüft, denn für lange Korrekturen ist keine Zeit.

Für Artikel der Print-Ausgabe hat Janssen mal zwei Wochen, mal nur eine Stunde Zeit. Das Prinzip sei aber immer das gleiche: erst alle Fakten unterstreichen, dann diese einzeln überprüfen. Dabei mache eine Reise-Reportage wegen der geringeren Fakten-Dichte weniger Arbeit als ein nachrichtliches Stück.

Zu den häufigsten Fehlern gehören falsch geschriebene Vornamen („Günther oder Günter“) und unrichtige Altersangaben. „Zum Teil sind aber richtig große Dinger dabei“, sagt Janssen. Aufgabe beim Fact-Checking sei auch das Ersetzen von so genannten Platzhaltern. „Ein Journalist hat früher immer Daisy oder Donald geschrieben, wenn er einen Vornamen nicht wusste“, erzählt Janssen. „Das weiß man dann irgendwann.“ Auch Unger kennt die Schwächen der Menschen, mit denen er arbeitet: „Die Grafiker bei Geo zeichnen zwar klasse Karten, aber mit dem Schreiben von Straßennamen haben sie ab und zu ihre Probleme.“

Aussagen von Informanten müssen einem Plausibilitäts-Check standhalten. Dafür werden oftmals Tonbänder erneut abgehört oder die Notizen der Journalisten zu Rate gezogen. In Ausnahmefällen nehmen die Fehler-Finder dafür nochmals direkten Kontakt mit den Informanten auf, jedoch nur in Absprache mit der Redaktion.

Trotz aller Gründlichkeit rutschen unter Zeitdruck manchmal Fehler durch. So habe ein Journalist einmal ein falsches Zitat eines Ministers als Platzhalter in seinen Text geschrieben, erzählt Janssen. Dieses klang jedoch authentisch und wurde beim Faktencheck übersehen.

In der Welt von Wikipedia funktioniert die Fehlersuche nach anderen Prinzipien: Im Unterschied zur Faktenkontrolle bei Zeitschriften gehen Hobby-Fact-Checker bei dem Weblexikon laut Greis erst nach der Publikation eines Artikels an die Arbeit. Dabei dienen Wikipedia Tausende von Nutzern als Dokumentare und Autoren – darunter Experten, die so manchen kleinen Fehler finden. Auch gibt es für einzelne Themengebiete „Qualitätssicherungsteams“, die Fakten prüfen. Die Nutzer müssen also Geduld haben, denn die Texte werden meist erst im Laufe der Zeit besser.

In vielen Redaktionen ist Wikipedia tabu – zu unsicher, heißt es. Und das nicht erst, seitdem Wirtschaftsminister Karl-Theodor zu Guttenberg dort einen elften Namen hinzugedichtet bekam, der dann auf sueddeutsche.de und Co. Karriere machte. Unger und Janssen sind dem Weblexikon gegenüber offener: „Wikipedia ist ganz großartig, mit guten weiterführenden Links. Wir nutzen die Plattform selbst auch. Aber ganz wichtig: Man sollte niemals nur Wikipedia verwenden.“ Einmal bekam Unger die Texte zu den Bildern des größten und teuersten Geo-Kalenders zur Korrektur, um dann festzustellen, dass alle Informationen aus Wikipedia stammten. Das bedeutete eine komplett neue Recherche. „Zu Ehren von Wikipedia muss ich sagen, dass ich keinen einzigen Fehler gefunden habe“, sagt Unger.

Bergmann spart als Vertreter der schreibenden Journalisten nicht mit Lob für die Arbeit der Fact-Checker: „Ein toller Service, der uns sehr, sehr gut tut.“ Er könne sich nicht vorstellen, wie sein Heft sonst zu machen sei. Qualitätsjournalismus brauche eine gewisse Arbeitsteilung – und damit die Besserwisser von Beruf. Aber auch deren Arbeit hat Grenzen: „Wir rufen bei keiner Hotelrezeption an, um zu überprüfen, ob der Journalist auch wirklich dort war“, sagt Janssen.

Hanne Detel ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Denjenigen Journalisten, die nicht den Luxus von Faktenprüfern in Anspruch nehmen können, raten die vier Experten, die recherchierten Informationen mithilfe der folgenden Fragen selbst zu überprüfen:

- Habe ich mindestens zwei unabhängige Quellen für die Information?
- Wie glaubwürdig sind diese Quellen?
- Sind die Informationen aus erster, aus zweiter oder gar dritter Hand?
- Wer sagt mir etwas aus welchem Grund?
- Was sagt die Gegenseite?
- Sind die Informationen richtig oder klingen sie nur gut (z. B. Superlative)?

Und das beste Mittel gegen Betriebsblindheit: Jeden Text von einem Kollegen gegenlesen lassen.

Handwerk-Journalismus: Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus

Mit Mathias Unger (Geo), Dr. Hauke Janssen (Spiegel), Jan Bergman (Brand Eins), Friedhelm Greis (ddp)

Moderation: Jürgen Webermann (NDR)

Eine neue „Validitäts-Kultur" fordert das Netzwerk Recherche in seinen Leitlinien. „Neue Modelle der Faktenkontrolle sollten erprobt, neue Recherche-Berufe etabliert werden." Einige wenige Redaktionen setzen nach angelsächsischen Vorbildern bereits auf ein besonderes Arbeitsmodell, das die Richtigkeit von Informationen sichern soll: Ob bei *Geo*, *Der Spiegel* oder *Brand Eins* – hinter den Kulissen berühmter Medienmarken arbeiten Faktenkontrolleure unermüdlich daran, Fehler aus der Berichterstattung zu sieben. Was sind die Vor- und Nachteile dieser Arbeitsweise? Wie können Journalisten, die ohne eine zusätzliche Kontrolle auskommen müssen, von Erfahrungen der Fehler-Profis profitieren? Was kann Faktenkontrolle im Zeitalter von Wikipedia & Co. überhaupt leisten?

In its guidelines, the netzwerk recherche demands a new "validity culture": "New models of fact-checking should be tested, new research jobs should be created." Few newsrooms have established work routines to secure the accuracy of information that follow anglo-saxon examples: Whether it is *Geo*, *Der Spiegel* or *Brand Eins* – at some of the biggest names in the industry, fact-checkers are working tirelessly behind the scenes to prevent errors in reporting. What are the advantages and disadvantages of this method? How could journalists who work without fact-checkers in the background benefit from the experiences of professionalized fact-checking systems? What significance does fact-checking have in the era of Wikipedia & Co.?

Jens Bergmann, geb. 1964 in Hannover, studierte nach Abitur und Zivildienst an der Universität Hamburg Psychologie und Journalistik. Er volontierte bei einer Fernsehproduktionsfirma und schloss außerdem die Henri-Nannen-Schule (Gruner + Jahr) ab. Danach arbeitete er als Redakteur und Autor für verschiedene Medien, u.a. für das Wirtschaftsmagazin *Brand Eins, Spiegel Reporter, Bild der Wissenschaft* und *Merian*. Seit 2001 ist er Redakteur bei *Brand Eins*, seit 2008 Geschäftsführender Redakteur. Jüngste Buchveröffentlichungen: *Skandal! Die Macht öffentlicher Empörung* (2009, Herbert von Halem Verlag), *Medienmenschen. Wie man Wirklichkeit inszeniert.*" (2007, Solibro Verlag), beide gemeinsam mit Bernhard Pörksen.

Friedhelm Greis, geb. 1966, studierte Theologie, Spanisch, Philosophie und Journalistik in Trier, Mainz und Bolivien. Von 2000 bis 2003 Redakteur für Wirtschaft und Politik bei der *Netzeitung* in Frankfurt und Berlin. Bis 2005 Journalist und freier Autor in New York und Berlin. Seit 2006 Herausgeber bei der Nachrichtenagentur ddp in Berlin, seit 2009 außerdem verantwortlich für das Ressort Zeitgeschichte beim *Freitag*. Seit 2004 Mitarbeit bei Wikipedia.

Hauke Janssen, geb. 1958, verbrachte seine Jugend auf Helgoland und studierte Volkswirtschaftlehre an der Universität Hamburg. Von 1986 bis 1990 war er als Assistent an der Universität Hamburg mit dem Schwerpunkt „Geschichte der Volkswirtschaftslehre" tätig.

Mathias Unger, geb. 1950, ist ausgebildeter Buchhändler. Seit 1978 ist er beim Gruner + Jahr Verlag tätig. Anfangs arbeitete er in der Bilddokumentation, anschließend in der Textdokumentation (Schwerpunkt Medien und Medienpolitik). Seit 2000 ist er als Dokumentar in der *Geo*-Redaktion tätig. Im Sommer 2009 übernimmt er dort die Leitung der Dokumentations-Abteilung.

Jürgen Webermann, geb. 1976, volontierte zunächst bei den *Westfälischen Nachrichten* in Münster sowie dem lokalen Ableger in Coesfeld. Anschließend Studium (Politik, VWL, Osteuropastudien) in Hamburg. Schrieb für diverse Zeitungen und Magazine und produziert für sämtliche öffentlich-rechtliche Sender

sowie für die Deutsche Welle. Beim NDR vor allem in der Wirtschaftsredaktion von NDR Info sowie im Hörfunk-Reporterpool. Gewann 2006 den Ludwig-Erhard-Preis für Wirtschaftspublizistik für das Radiofeature *Heuschreckenalarm*. Außerdem tätig als Dozent an der Uni Hamburg (Institut für Politische Wissenschaft).

Leitfragen und Antworten zu
„Handwerk-Journalismus: Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus“

Jens Bergmann (Brand Eins)

1. *Die Bedeutung von „Fact-Checking“: Wann ist in Ihrer Redaktion eigentlich etwas wirklich „richtig“?*
   Wenn die nachprüfbaren Fakten durch mindestens zwei verlässliche Quellen belegbar sind.

2. *Wie viel „Fakt“ muss sein, wie viel „Fiktion“ darf sein – oder: Welchen Stellenwert hat Richtigkeit überhaupt in der journalistischen Berichterstattung?*
   Richtigkeit ist die Voraussetzung des Journalismus. Und entgegen verbreiteter Vorurteile kein Hindernis für spannende Geschichten.

3. *Wenn es eine Checkliste gäbe, die Journalisten bei der Informationsprüfung nutzen könnten – welche Fragen sollten unbedingt darauf stehen?*
   Ist das wirklich so? Wer sagt mir was aus welchem Grund? Was sagt die Gegenseite?

4. *Journalisten, die sich in der Sicherheit einer zusätzlichen Faktenkontrolle wiegen, werden nachlässig. Was denken Sie über diese Behauptung?*
   Nach unserer Erfahrung ist das Gegenteil richtig.

5. *Fact-Checking als „institutionalisierter Zweifel“: Was spricht für eine personelle Trennung zwischen Schreiben und inhaltlicher Kontrolle?*
   Der Tunnelblick.

6. *Wie schätzen Sie die Zukunft dieses Konzeptes ein – wird es noch hauptberufliche Fact-Checker geben? Oder übernimmt das Publikum im Wikipedia-Zeitalter diese Rolle selbst?*
   Das Publikum wird diese Rolle nicht übernehmen, weil die Aufgabe, Informationen zu bewerten, eine für Profis ist. Deshalb hat der Qualitätsjournalismus in Zeiten des Information Overkill Zukunft.

7. *Ein Qualitätszertifikat für alle Redaktionen, die sich eine eigene Fact-Checking-Abteilung leisten! Was halten Sie von dieser Forderung?*
   Nichts, denn es gibt schon zu viele Zertifikate. Qualität sollte für sich selbst sprechen – und Journalisten offen über die Bedingungen ihrer Arbeit und ihre Fehler.

Mathias Unger (Geo)

1. *Die Bedeutung von „Fact-Checking“: Wann ist in Ihrer Redaktion eigentlich etwas wirklich „richtig“?*
   Für uns ist etwas „richtig“, wenn die Quellen glaubwürdig, die Angaben korrekt, die Zitate (soweit möglich) nachprüfbar bzw. autorisiert sind. Ansonsten zählt natürlich auch der Augenschein des Autors.

2. *Wie viel „Fakt“ muss sein, wie viel „Fiktion“ darf sein – oder: Welchen Stellenwert hat Richtigkeit überhaupt in der journalistischen Berichterstattung?*
   Die sachliche Richtigkeit spielt für *Geo* eine herausragende Rolle. „Fiktion“ist natürlich möglich, wenn sie als solche erkennbar ist. Zitat eines Ehemaligen Dokumentarskollegen: „Was nützt die schönste Stimmung, wenn sie nicht stimmt.“

3. *Wenn es eine Checkliste gäbe, die Journalisten bei der Informationsprüfung nutzen könnten – welche Fragen sollten unbedingt darauf stehen?*
   Wie valide sind meine Quelle oder der Informant? Sind die Informationen richtig oder klingen sie nur gut? Ist, beispielsweise, der gern verwendetet Superlativ wirklich angebracht?

4. *Journalisten, die sich in der Sicherheit einer zusätzlichen Faktenkontrolle wiegen, werden nachlässig. Was denken Sie über diese Behauptung?*
   Es gibt sicher Autoren, die die endgültige Prüfung auf die Dokumentation verschieben. Besonders unbeliebt bei den Dokumentaren sind „unfertige" Manuskripte, bei denen der Dokumentar die vorhandenen Platzhalter durch harte Zahlen, Daten und Fakten ergänzen muss, d.h. letztlich Arbeit des schreibenden Kollegen teilweise übernimmt. Generell lässt sich aber sagen, dass die Autoren heute präziser arbeiten und annotierte Fassungen liefern. Das hilft auch, sie zur Prüfung zu zwingen. Denn am Ende ist die Arbeit der Dokumentation für die Autoren selbst von Vorteil.

5. *Fact-Checking als „institutionalisierter Zweifel": Was spricht für eine personelle Trennung zwischen Schreiben und inhaltlicher Kontrolle?*
   Für die Trennung spricht eindeutig, dass der Dokumentar einen Blick auf die Materie richtet, bei der der Autor manchmal „betriebsblind" ist. Die andere Herangehensweise der Dokumentation, also der „institutionalisierte Zweifel", bescheren dem Autoren so manches „Aha-Erlebnis". Das trifft auch auf die Dokumentare selbst zu, wenn sie eigene Texte von den Kollegen dokumentieren lassen.

6. *Wie schätzen Sie die Zukunft dieses Konzeptes ein – wird es noch hauptberufliche Fact-Checker geben? Oder übernimmt das Publikum im Wikipedia-Zeitalter diese Rolle selbst?*
   Es wird weiterhin Fact-Checker geben, wenn den Verlagen an einer glaubwürdigen Berichterstattung gelegen ist. Der Leser will verlässliche Fakten serviert bekommen, um eben nicht in den Weiten des Netzes oder in diversen Nachschlagewerken selbst aktiv werden zu müssen.

7. *Ein Qualitätszertifikat für alle Redaktionen, die sich eine eigene Fact-Checking-Abteilung leisten! Was halten Sie von dieser Forderung?*
   Von dieser Forderung halten wir nichts. Der Leser wird sehr schnell feststellen, welche Publikation sein Vertrauen verdient und welche nicht. Und im Übrigen: Auch Dokumentare machen Fehler.

Friedhelm Greis (ddp)

1. Die Bedeutung von „Fact-Checking": Wann ist in Ihrer Redaktion eigentlich etwas wirklich „richtig"?

ddp: Die Faktenkontrolle hat bei einer Nachrichtenagentur die höchste Priorität. Die Kunden der Agenturen müssen sich darauf verlassen können, die erhaltenen Texte nicht mehr auf Richtigkeit überprüfen zu müssen. Erkannte Fehler werden bei ddp umgehend und transparent korrigiert. Etwas gilt dann als „richtig", wenn es nach bestem Wissen auf seine Richtigkeit hin überprüft wurde und keine begründeten Zweifel an der Richtigkeit bestehen. Was unklar ist oder möglicherweise falsch sein könnte, wird nicht gesendet. (Bei der Verbreitung von Vorabmeldungen von Printmedien stützt sich ddp auf die Richtlinie 2.3 - "Vorausberichte" des Deutschen Presserates, die die publizistische Verantwortung beim aussendenden Presseorgan sieht, unterzieht aber auch diese Informationen einer Überprüfung, sobald dies möglich ist.)

Wikipedia: Bei einer Mitmachenzyklopädie besitzt die Faktenkontrolle zwar eine große Bedeutung, ist jedoch nicht institutionalisiert, so dass es mitunter dem Zufallsprinzip überlassen ist, ob ein Fehler erkannt und berichtigt wird. Auch ist unklar, wann diese Kontrolle erfolgt. Prinzipiell erfolgt die Kontrolle erst nach der Veröffentlichung, auch wenn durch die Einführung der „gesichteten Artikel" inzwischen eine Prüfinstanz vorgeschaltet wurde, die jedoch vor allem dazu dient, offensichtlichen Vandalismus zu vermeiden.

2. *Wie viel „Fakt“ muss sein, wie viel „Fiktion“ darf sein – oder: Welchen Stellenwert hat Richtigkeit überhaupt in der journalistischen Berichterstattung?*
   Fiktion sollte nur dann benutzt werden, wenn es nicht möglich ist, reale Beispiele zu schildern. Allerdings sollte dann auch transparent gemacht werden, dass es sich beispielsweise um einen fiktiven Problemfall handelt oder dass eine Szene nachgestellt ist.

3. *Wenn es eine Checkliste gäbe, die Journalisten bei der Informationsprüfung nutzen könnten – welche Fragen sollten unbedingt darauf stehen?*
   Was sind die Quellen für eine Aussage? Sind die Quellen zuverlässig? Sind sie nachprüfbar (gerichtsfest)?

4. *Journalisten, die sich in der Sicherheit einer zusätzlichen Faktenkontrolle wiegen, werden nachlässig. Was denken Sie über diese Behauptung?*
   Kein Journalist kann und darf sich darauf verlassen, dass bei einer Faktenkontrolle sämtliche Fehler entdeckt werden. Daher fallen Fehler stets auf den Autor zurück, auch wenn sie bei der Überprüfung bemerkt werden. Die Kontrollinstanz wird bei einer Häufung von Fehlern schon aus eigenem Interesse den Autor auf mehr Sorgfalt beim Schreiben hinweisen oder die Zusammenarbeit beenden.

5. *Fact-Checking als „institutionalisierter Zweifel“: Was spricht für eine personelle Trennung zwischen Schreiben und inhaltlicher Kontrolle?*
   Es sollte selbstverständlich sein, dass ein Text von einem kritischen und sachkundigen Redakteur gegengelesen wird, der die Möglichkeit hat, die behaupteten Fakten zu überprüfen oder sie sich vom Autor belegen zu lassen. Entscheidend ist jedoch, dass die inhaltliche Kontrolle als letzte Instanz auch die Macht hat, Einwände durchzusetzen und zweifelhafte Fakten zu eliminieren.

6. *Wie schätzen Sie die Zukunft dieses Konzeptes ein – wird es noch hauptberufliche Fact-Checker geben? Oder übernimmt das Publikum im Wikipedia-Zeitalter diese Rolle selbst?*
   Medien müssen auch im Wikipedia-Zeitalter dafür sorgen, dass ihre eigenen Inhalte stimmen. Allerdings könnten die Medien die Leser ernster nehmen, wenn es darum geht, publizierte Fehler zu korrigieren, auf die sie beispielsweise in einem Online-Kommentar hingewiesen wurden. Das Publikum als Faktenkontrolle ist bei Modellen von Bürgerjournalismus jedoch sinnvoll und denkbar.

7. *Ein Qualitätszertifikat für alle Redaktionen, die sich eine eigene Fact-Checking-Abteilung leisten! Was halten Sie von dieser Forderung?*
   Gar nichts. Jede Redaktion wird behaupten, dass bei ihr selbstverständlich die Fakten kontrolliert werden. Ob das nun als eigene Abteilung deklariert wird, ändert an den tatsächlichen Abläufen dann jedoch nichts.

Hauke Janssen (Spiegel)

1. *Die Bedeutung von „Fact-Checking“: Wann ist in Ihrer Redaktion eigentlich etwas wirklich „richtig“?*
   Von Karl Popper haben wir gelernt, dass wir niemals genau wissen, ob eine Tatsachenbehauptung "richtig" ist, bestenfalls hat sie sich anhand des Materials "bewährt". Beim *Spiegel* hat die Dokumentation – und hier die Abteilung Verifikation – bei jedem Text alle dort aufgestellten Tatsachenbehauptungen und präsentierten Fakten daraufhin zu prüfen, ob sie richtig sind, d.h. ob sie angesichts des vorliegenden Materials zu halten sind. Die Dokumentation prüft erstens anhand des von der Redaktion recherchierten Materials und anhand weiteren, von der Dokumentation recherchierten Materials. Stimmen Material und Aussage überein, wird das Faktum unter Angabe der Quellen im Manuskript als richtig abgestrichen. Können wir die Richtigkeit nicht verifizieren, prüfen wir zumindest die Plausibilität der Aussage. Parallel wird der zur Veröffentlichung

bestimmte Text von der Ressortleitung, der Chefredaktion, der Rechtsabteilung und der Schlussredaktion kritisch gelesen. Sind alle diese Instanzen erfolgreich durchlaufen, gilt der Text als richtig, bis zum Beweis des Gegenteils.

2. *Wie viel „Fakt" muss sein, wie viel „Fiktion" darf sein – oder: Welchen Stellenwert hat Richtigkeit überhaupt in der journalistischen Berichterstattung?*
   Beim *Spiegel* besitzt die Richtigkeit den denkbar höchsten Rang. Ein Nachrichtenmagazin verträgt keine Fiction, etwa im Sinne von Borderline. Der Leser honoriert uns das, in dem er dem *Spiegel* die höchste Glaubwürdigkeit unter den Printmedien zugesteht.

3. *Wenn es eine Checkliste gäbe, die Journalisten bei der Informationsprüfung nutzen könnten – welche Fragen sollten unbedingt darauf stehen?*
   Haben Sie wirklich mindestens zwei unabhängige Quellen für ihre News? Wie glaubwürdig sind diese Quellen? Haben sie die Information aus erster Hand oder aus zweiter, gar dritter Hand, bzw.: Was sagt die Originalquelle wirklich? Haben sie auch andere Deutungsmöglichkeiten erwogen? Haben Sie die Betroffenen mit dem Ergebnis ihrer Recherche konfrontiert und deren Stellungnahme wiedergegeben? Sind die Quotes abgestimmt?

4. *Journalisten, die sich in der Sicherheit einer zusätzlichen Faktenkontrolle wiegen, werden nachlässig. Was denken Sie über diese Behauptung?*
   Ja, die Erfahrung zeigt, dass es leider solche Fälle gibt. Allerdings auch das Gegenteil, nämlich Redakteure, die den Ehrgeiz entwickeln, dass wir bei Ihnen keine Fehler finden. Unter Zeitdruck ist es m.E. durchaus ökonomisch sinnvoll, wenn die Redaktion sich auf die News und die wesentlichen Zusammenhänge konzentrieren kann, während allgemein zugängliche Daten wie z.B. der exakte Umsatz einer Firma, die genaue Bezeichnung einer Behörde oder die richtige Schreibweise eines Günther oder Günter vom Fact-Checking geliefert werden.

5. *Fact-Checking als „institutionalisierter Zweifel": Was spricht für eine personelle Trennung zwischen Schreiben und inhaltlicher Kontrolle?*
   Beim *Spiegel* ist das Fact-Checking außerhalb der Redaktion institutionalisiert, und dafür gibt es gute Gründe. Die Trennung sichert ein größeres Maß an Objektivität. Der Dokumentar ist ein institutionalisierter advocatus diaboli. Er prüft das Faktum nicht in der Intention, dessen Richtigkeit zu belegen, sondern um es zu falsifizieren.

6. *Wie schätzen Sie die Zukunft dieses Konzeptes ein – wird es noch hauptberufliche Fact-Checker geben? Oder übernimmt das Publikum im Wikipedia-Zeitalter diese Rolle selbst?*
   Die Spezies der Fact-Checker ist in den Medien bedroht. Das zeigt die Entwicklung der vergangenen zehn Jahre sehr deutlich. Viele Verlage sehen offenbar, und das betrifft nicht nur das Fact-Checking, einen Zielkonflikt zwischen Qualität und Rendite und entscheiden sich für die Rendite. In den Online-Medien heißt der große Feind des Fact-Checkers: Aktualität. Vor die Alternative gestellt, sofort und damit vielleicht als Erster zu veröffentlichen oder vorher die 'facts' zu prüfen und eine lange halbe bis ganze Stunde abzuwarten, entscheiden sich viele Redaktionen für die erste Variante. Ändern kann man ja immer noch. Dennoch werden sich auch hier Medien dafür entscheiden, ihr usp in der Faktenrichtigkeit zu suchen. Beim *Spiegel* hat man die skizzierten Zielkonflikte so nie gesehen, und die Erfolgsgeschichte des *Spiegel*, das weiß man im Hause, ist eine Erfolgsgeschichte des Qualitätsjournalismus, an dem das Fact-Checking seinen Anteil hat.

7. *Ein Qualitätszertifikat für alle Redaktionen, die sich eine eigene Fact-Checking-Abteilung leisten! Was halten Sie von dieser Forderung?*
   Das halte ich für albernes Zeug

Die im Dunkeln

Sie sorgen dafür, dass in einem Artikel alles stimmt: die Fact-Checker. Doch nur wenige Redaktionen leisten sich diese systematische Qualitätssicherung.

VON BERTRAM WEISS

Zum festlichen Auftakt ihrer Tagung hatte die Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft im Jahr 2005 eine Ikone journalistischer Qualität als Gastredner eingeladen: Seymour Hersh. Der US-amerikanische Reporter ist etwa mit seinen investigativen Berichten über das Massaker von My Lai weltweit bekannt geworden. Doch Hersh machte bei seinem Vortrag deutlich, dass die gerühmte Exzellenz seiner Arbeit nicht allein sein eigenes Werk sei. So genannte »Fact-Checker« kontrollierten sorgfältig seine Manuskripte und entlarvten so manchen seiner Fehler, bekannte Hersh: »Natürlich machen sie meine Artikel besser.«

Wenn ein Journalist des Magazins New Yorker das Empire State Building erwähnt, müsse ein Fact-Checker prüfen, ob es noch steht.

»Docker« im Schatten der Autoren

In Deutschland werden diese verborgenen Helfer meist Verifikateure, Faktenprüfer, Dokumentationsjournalisten oder Dokumentare genannt – kurz: »Docker«. Was tun jene Sekundanten im Schatten der Autoren eigentlich genau? Wo arbeiten sie? Und: Wie groß ist ihr Einfluss auf das, was die Leserschaft geboten bekommt?

So viele unbeantwortete Fragen geben Raum für wunderliche Anekdoten und Mythen: So wird von einem Faktenprüfer berichtet, der angeblich eigens nach Ho-Chi-Minh-Stadt reiste, um dort den Namen einer Straße zu überprüfen. Und wenn ein Journalist des Magazins *New Yorker* das Empire State Building erwähnt, so heißt es, müsse ein Fact-Checker sich versichern, dass der Wolkenkratzer wirklich noch stehe. Erst im Jahr 2008 hat der Regisseur Dan Beers den Fehler-Profis mit seinem Kurzfilm »FCU: The Fact Checkers Unit« ein kleines Denkmal gesetzt. Darin entwickeln zwei Fact-Checker den Ehrgeiz von Spionage-Agenten: Sie sollen herausfinden, ob der Schauspieler Bill Murray vor dem Zubettgehen wirklich ein Glas Milch trinkt – und schrecken dafür nicht vor einem Einbruch zurück.

So weit geht die Akribie der Fact-Checker in Wirklichkeit nicht. Doch ihr Job ist es, vor dem Andruck jeden Sachverhalt mittels vertrauenswürdiger Quellen des Autors oder eigener Recherche zu überprüfen.

***Time Magazine* als Pionier**

Zu einer eigenständigen redaktionellen Aufgabe entwickelte sich das Fact-Checking erst, als Ende des 19. Jahrhunderts in den USA die heute verbreitete Idee einer »objektiven Berichterstattung« entstand: Sie postuliert, Journalisten könnten Fakten als unabhängig nachvollziehbare Aussagen über die Welt streng von Ansichten und Wertungen trennen. Diese Haltung förderte im Journalismus eine personelle Trennung der Arbeitsschritte Erkennen, Prüfen und Bewerten der Realität.

Die *New York Times* beschäftigte als erste US-amerikanische Zeitung Mitarbeiter allein für die Recherche von Fakten und trennte somit Recherche- und Schreibprozess voneinander. Anderen Redaktionsmitgliedern fiel die Rolle zu, Informationen nicht zu entdecken und zu beschreiben, sondern sie zu überprüfen – zu »checken«. Dem 1923 gegründeten Nachrichtenmagazin *Time* wird zugeschrieben, als erstes Medium die Faktenprüfung in seiner Redaktion professionalisiert zu haben. Die Redaktion des *New Yorker* richtete 1927 eine Fact-Checking-

sieht man nicht

Abteilung ein, welche noch heute einen Ruf als »Vatikan der Wahrheitsfindung« genießt. Auch einige deutsche Redaktionen leisten sich Spezialisten, die eigens damit beauftragt sind zu überprüfen, was Journalisten recherchiert und aufgeschrieben haben. Neben den drei Nachrichtenmagazinen *Spiegel*, *Stern* und *Focus*, zählen dazu etwa die Zeitschriften der *Geo*-Gruppe, *Brand Eins* und die *Test*-Hefte der Stiftung Warentest.

Zeitintensive Überprüfung vs Gegenlesen

Im tagesaktuellen Journalismus gilt Aktualität als so wichtig, dass eine zeitintensive Verifikation sich dort bislang nicht als redaktionelle Routine etablieren konnte. Stattdessen werden die Beiträge von Zeitungsjournalisten häufig von gleichgestellten Kollegen »gegengelesen«. Es ist jedoch eher unüblich, dies konsequent auf alle Beiträge mit gleichem Aufwand anzuwenden.

Vorsichtig geschätzt sind in Deutschland insgesamt kaum mehr als hundert Personen hauptberuflich für Printredaktionen in fester Anstellung oder selbstständig als Fact-Checker beschäftigt. Diese Zahl wirkt verschwindend gering neben den mindestens 34.500 Personen, die als Hauptberufsbezeichnung Journalist führen und im Printsektor tätig sind.

Fact-Checker sind eine seltene Spezies, doch ihre Arbeit erscheint bedeutsam: Natürlich kontrollieren auch Redakteure, Ressortleiter, Schlussredakteure, mitunter Chefredakteure und Justiziare die Manuskripte vor der Veröffentlichung. Doch erst wenn ein Text die Dokumentationsabteilung passiert hat, gelten die Sachverhalte als richtig – bis zum Beweis des Gegenteils. Zehn Fehler pro Textseite entdecken und berichtigen Faktenprüfer beim *Spiegel*, so Hauke Janssen, Leiter der Dokumentationsabteilung des Nachrichtenmagazins. Zehn Fehler, die vielleicht andernfalls erst die Leserinnen und Leser entdecken würden. Zehn Fehler, welche die Glaubwürdigkeit des Blattes erschüttern könnten.

Die Faktenprüfer wirken als einflussreiche Instanz der Qualitätssicherung auf das journalistische Medienprodukt ein. Doch wie eine »graue Eminenz« treten sie nach außen hin kaum in Erscheinung. Vielleicht ist ihre Arbeit auch daher in der deutschen Journalismusforschung bis dato ein weißer Fleck gewesen.

Am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg widmete sich in diesem Jahr erstmals eine Abschlussarbeit diesem Forschungsgegenstand. Ein Ergebnis der qualitativen Interviewanalyse: Fact-Checker benötigen nach eigener Einschätzung vornehmlich einen ausgeprägten Sinn für Genauigkeit und Sorgfalt, eine große Selbstdisziplin sowie eine fortwährend skeptische, geradezu misstrauische und hartnäckige Haltung im Umgang mit Informationen. Eine Basisqualifikation für ihre Tätigkeit ist eine akademische Ausbildung; die gewählte Studiendisziplin ist zweitrangig. Gezielte Aus- oder Fortbildungen sind eher unüblich – es herrscht das Primat des »learning on the job«.

Fachkonferenz zum Fact-Checking

Auch Netzwerk Recherche beschäftigte sich auf der letzten Jahreskonferenz erstmals mit dem Thema. Unter dem Titel »Die Fehler-Finder« erläuterten Fact-Checker und Autoren ihre Arbeitsweise und diskutierten Vor- und Nachteile der journalistischen Arbeitsteilung. Schon im Frühjahr 2010 eröffnet sich allen, die mehr über Fact-Checking erfahren wollen, eine weitere Möglichkeit: Eine mehrtägige Fachkonferenz des Netzwerks, auf der Dokumentare, Wissenschaftler und Autoren über die Faktenkontrolle berichten und so zu mehr Validität im Journalismus beitragen wollen.

Denn die Fehlersuche ist keineswegs immer fehlerlos. Die Unwahrheit lauert sogar in den eigenen Reihen, wie etwa die Affäre um den Textfälscher Stephen Glass 1998 zeigte: Der Journalist hatte Dutzende Artikel für das Magazin *New Republic* komplett oder teilweise erfunden. Er hatte auch sein Quellenmaterial gefälscht, um die hauseigenen Fact-Checker hinters Licht zu führen. »Ich erkannte, dass das System des Fact-Checkings dafür entwickelt worden war, um Reportern dabei zu helfen, wahre Geschichten zu schreiben«, stellte Glass später fest. »Aber es arbeitete mit der Annahme, dass die Reporter auch wollen, dass ihre Geschichten richtig sind.« ■

Bertram Weiß ist Kommunikationswissenschaftler und schreibt als freier Journalist für die Geo-Gruppe.

Sei skeptisch und glaube nichts

Fehler vermeiden! Überprüfen gehört zum kleinen Einmaleins der Recherche – und doch schleichen sich immer wieder Fehler ein. Hier einige Grundregeln des Fact-Checking.

Michael Haller ist Professor für Allgemeine und Spezielle Journalistik an der Universität Leipzig und Herausgeber von *Message*.

Wenn man Leser, Fernsehzuschauer oder Radiohörer fragt, was für sie das wichtigste Qualitätsmerkmal der Medien sei, lautet die Antwort übereinstimmend: Zuverlässigkeit. Diese in verschiedenen Repräsentativbefragungen gewonnene Auskunft bezieht sich auf die aktuellen Informationsmedien, allen voran die Tageszeitung (weniger auf Illustrierte und Boulevardblätter). Von der Zuverlässigkeit der Berichte hängt es ab, ob die Leser ihrer Zeitung »Glaubwürdigkeit« zusprechen. Und diese wiederum – so belegen die Erhebungen – ist maßgeblich, ob die Leser ihrem Blatt treu bleiben oder sich bei passender Gelegenheit verabschieden.

Das Image der Zuverlässigkeit gewinnen Zeitungen oder Rundfunksendungen dann, wenn stimmt, was berichtet wird. Also muss der Journalist nur überprüfen, ob stimmt, was er berichten will – und schon ist alles in Ordnung. Das klingt simpel und selbstverständlich, schließlich heißt es in den Landesmediengesetzen, dass die Medien die Informationen auf »Wahrheit, Inhalt und Herkunft« zu prüfen hätten. Dasselbe steht auch im Pressekodex. Und doch ist es so schwer – aus drei Gründen.

Erstens: Fakten sind nicht immer Fakten

Am Anfang jedes Berichts stehen Ausgangsinformationen: Die Erzähle eines Zeugen oder eines Betroffenen; die Darstellungen in älteren Texten, die man im Archiv, der Datenbank oder über Google findet. Dieses Material ist meist ein Gemisch aus Sachaussagen, Eindrücken, Empfindungen, Meinungsäußerungen und Urteilen. Manches kann man überprüfen, vieles jedoch nicht.

Angenommen, Sie sollten wegen des Notverkaufs der Hypo Alpe Adria einen Recherchenbericht schreiben über das Missmanagement des Chefs der Bayerischen Landesbank (BayernLB), Michael Kemmer. Angenommen, Sie stoßen bei der Materialauswertung auf dieses Zitat: »Kemmer hat im Umgang mit dem Problem Hypo Alpe Adria versagt« (ich zitiere im Folgenden aus der *Süddeutschen Zeitung* vom 15.12.2009). Was ist daran faktisch? Erstens die Frage, ob der Satz wirklich gesagt wurde. Doch leider heißt es in Bezug auf die Quelle nur: »aus der Belegschaft«. Die Quelle ist also anonym, der Reporter kolportiert nur oder fabuliert. Und die Aussage des Zitats ist eine subjektive Einschätzung, Juristen nennen dies eine Meinungsäußerung. Also nichts Faktisches und insofern auch nicht überprüfbar.

Überprüfen kann man nur Aussagen, die Sachverhalte betreffen. Das sind überwiegend Angaben

- über Personen (Name, derzeitige Funktion, Alter, Zivilstand, Wohnort)
- über Örtlichkeiten (Stadtname, Straßenname, Hausnummer, Lage des Zimmers)
- über die Ortszeit (wann genau, seit wann, bis wann, Zeitzone, Datum)
- über den Gegenstand (eine Tat, ein Beschluss, eine Rede oder Aussage, ein Naturereignis usw.)
- über Merkmale eines Gegenstands (Abmessungen, Dauer, Farbe, Temperatur, Lautstärke, Beschaffenheit).

Tipp: Die klarste Checkliste sind die vier W-Fragen Wer, Was, Wann, Wo. Alle Aussagen, die auf diese Fragen eine Antwort geben können, sind im Prinzip überprüfbar.

Problematisch sind Aussagen über die Art und Weise, über das »Wie«, weil es Einschätzungen nennt und meist in Sinnbildern oder Metaphern zur Sprache kommt. »Dieser Umgang mit der Vergangenheit treibt offenbar einen Keil in den Vorstand der CSU« – Klar, was gemeint ist. Aber was ist daran faktisch? Es ist nicht diese Aussage selbst (diese ist eine Interpretation), es sind die Belege, die diese Aussage stützen (hier: die Meinungen des Alt-Vorstands der CSU, Stoiber, Beckstein, Huber).

Tipp: Antworten auf Wie- und Warum-Fragen sind meist keine Fakten, sondern Interpretationen von Fakten. Also müssen zuerst diese Belege und dann die Angemessenheit ihrer Interpretation überprüft werden.

Zweitens: Die Sachen sind kompliziert

Fakten allein ergeben keinen Sinn. Sie sind wie Mosaiksteine, die zusammen ein ganzes Puzzle – den Zusammenhang – geben sollen. Das Puzzle selbst kann man nicht überprüfen, es muss aber als Ganzes plausibel sein. Die Aussage »Michael Kemmer hatte es sich am Ende mit allen verdorben« ist so ein Puzzle – und wenn die Belege fehlen, ist es eine (oftmals überzogene oder verallgemeinerte) Behauptung, die wie eine These funktioniert.

Manchmal sind Vorgänge und Abläufe auch viel zu unübersichtlich (»komplex«), um sie wie ein Puzzle beschreiben zu können. Und manchmal ist nur ein Teil des Ganzen erkennbar; über den unbekannten Teil existieren nur Spekulationen. Das Hypo-Alpe-Adria-Desaster habe den Freistaat Bayern »mindestens 3,75 Milliarden Euro gekostet« heißt es. Dass der Staat diesen Betrag aus Steuergeldern hat aufbringen müssen, kann überprüft werden, indem beim Pressesprecher nachgefragt wird. Aber sagt der alles, was für die Einordnung des Vorgangs wichtig ist? Was verbirgt sich hinter dem »mindestens«?

Tipp: Aussagen über Zusammenhänge, Abläufe und Folgen kann man nicht überprüfen. Man sollte sie wie Thesen behandeln – also nur zitieren (aber mit präziser Quellenangabe).

Drittens: Das unsichere Wissen

Wer überprüft, sucht vielleicht die Wahrheit – doch was er findet, ist etwas anderes, nämlich »Unstrittigkeit«. Das geht so: Indem ich eine Sachaussage überprüfe, vergleiche ich sie mit Aussagen anderer Quellen; wenn die anderen dasselbe sagen, gilt die Aussage als gesichert, d.h. sie ist eine unstrittige (verifizierte) Tatsache. Doch wie zuverlässig sind diese anderen Quellen? Bewege ich mich vielleicht im Zirkel, weil alle Quellen aus derselben Ursprungsquelle geschöpft haben? Oder fallen alle demselben Irrtum, demselben Vorurteil anheim? Man kann es nicht ganz ausschließen, doch die Gefahr lässt sich durch eine kritische Quellenüberprüfung wenigstens reduzieren.

Tipp: Jede Faktenüberprüfung beginnt mit dem Quellen-Check: Auf welche Primärquelle gehen sie zurück? Welche ist authentisch?

Die meisten Fehler sind die Folge von Gutgläubigkeit und Schlafmützigkeit: Man liest etwas und glaubt es nur schon deshalb, weil es andere auch schon geglaubt haben. Auch *Message* kennt das Problem dieser Betriebsblindheit: Da untersuchte ein Autor aktuelle Trends bei den Bloggern und nennt in seinem Manuskript den bekannten Blog »Spreeblick« plötzlich »Spreewald« (vielleicht hatte er im Laufe jener Nachtschicht Hunger bekommen). Das Skript wird gegengelesen, redigiert, Korrektur gelesen, nochmals gecheckt – und dann steht im Heft »Spreewald« (*Message* 4/2008: 17). Ähnliche Fehler finden sich tagtäglich in fast allen gedruckten Medien; in den Onlinemedien nur deshalb so selten, weil rasch korrigiert werden kann.

Motto: Glaube deinem eigenen Wissen nicht und markiere jeden Namen, jede Sachaussage, auch wenn du sie schon X-mal gelesen oder sogar irgendwann einmal selbst geschrieben hast.

Ob ein journalistischer Text am Ende zutreffend informiert, darüber entscheidet nicht nur die Sachrichtigkeit der Fakten, sondern die Darstellung des ganzen Vorgangs. Und ob diese trifft, hängt letztlich von der Einstellung des Autors, des Gegenlesers, Fact-Checkers, Korrektors ab. Und diese Einstellung sollte lauten: Sei skeptisch! Glaube nichts, auch nicht dir selbst! ■

Im Dickicht der Details

Fehler vermeiden im Schreibprozess! Das Recherchematerial gehört gut strukturiert, um beim Schreiben in den gesammelten Fakten nicht die Orientierung zu verlieren.

Der Kisch-Preisträger Erwin Koch lebt als freier Journalist in der Zentralschweiz und schreibt u.a. für *Zeit* und *Geo*.

Vor einem Jahr, ausgestattet mit dem Segen der *Zeit*, fuhr ich auf die Osterinsel, ein kleiner Lebenstraum. Ich wollte dort, in Form einer Reportage, der Theorie nachforschen, dieser einsame Punkt im südlichen Pazifik habe vor dreihundert Jahren vorweggenommen, was der Erde noch bevorstehe, der ökologische und soziale Kollaps.

In der Tat hatten die Holländer, die die Osterinsel im Jahr 1722 entdeckten, eine Gesellschaft vorgefunden, die in Auflösung begriffen war. Es gab keinen einzigen Baum mehr auf der Insel, aus dem man hätte ein Boot bauen können, um dem Elend zu entkommen, Rapa Nui war leergeholzt, es herrschten Hunger, Krieg, Kannibalismus.

Ich bin Reporter. Nach Möglichkeit mache ich mich kundig, bevor ich irgendwohin aufbreche. Ich will vorbereitet sein, auf dass ich gewisse Fragen oder Themen vor Ort nicht unangesprochen lasse. Andere Reporter machen es anders, ich pflege zuerst zu lesen, zu lesen, zu lesen.

Erster Schritt

Aus dem Internet kitzelte ich, was mir nützlich erschien, Stichworte Osterinsel und Rapa Nui. Ich druckte es aus, insgesamt 71 Seiten. Die ordnete ich in chronologischer Reihenfolge, beginnend mit dem ältesten Dokument, einem Zeitungsartikel aus dem Jahr 1998, und nummerierte den Stapel, 1 bis 71, oben rechts.

Dann las ich die Papiere, unterstrich die Informationen, von denen ich glaubte, sie könnten vielleicht Teil meines Textes werden.

Zweiter Schritt

Ich setzte mich an meinen Computer, öffnete den Ordner Stichwortverzeichnisse und schuf mir eine neue Datei: Osterinsel. Ich bückte mich über meine 71 Seiten, fasste die erste Information auf Seite eins, die ich unterstrichen hatte, in wenigen Worten – doch immerhin in so vielen, dass ich auch Wochen später noch verstünde, was damit gemeint war – zusammen und vermerkte dazu die Zahl der Seite, auf der eben diese Information zu finden war. Seite nach Seite behandelte ich auf diese Weise: Stichwort plus Seitenzahlen. Das sah dann, einige Beispiele, so aus:

```
- O. entstand vor 2,5 Mio
  Jahren, vulkanisch          1
- Geogr. Koordinaten          1
- Distanzen zu anderen Inseln 3
- Fläche                      2
- 41 % davon ist Nationalpark 3
- >30 000 archäolog Punkte =
  bestuntersuchter Ort        4
```

Dritter Schritt

Nachdem ich alle Informationen auf den 71 Seiten in Stichworten zusammengefasst und jedes Stichwort mit einer oder mehreren Herkunftsnummern versehen hatte, erfand ich mir, der thematischen Übersicht zuliebe, einige Kapitel.

Jene Stichworte zur Pflanzen- und Tierwelt auf der Osterinsel, damals und heute, zog ich zum Kapitel *Flora/Fauna* zusammen, jene, die sich auf Kunst und Götter bezogen, zum Kapitel *Kunst/Kultur/Religion*. Andere Kapitel hießen *Geographisches*, *Historisches*, *Administratives*, *Soziales*, *Zukunftsszenarien*.

Vierter Schritt

Ich ging in die Bibliothek. Unter dem Begriff Osterinsel waren dort 33 Schriften vermerkt, sechs nahm ich mit nach Hause, alle neueren Datums. Ich blätterte und las und unterstrich mit zartem Bleistift, was mir nützlich werden könnte. Schließlich zeichnete ich jedes Buch mit einem Buchstaben aus und ergänzte mein Verzeichnis mit den Informationen, die ich aus diesen sechs Büchern gewonnen hatte. Dabei übernahm ich die Seitenzahl des jeweiligen Buches und setzte ihr den entsprechenden Buchstaben, den ich für das jeweilige Buch vergeben hatte, voran:

```
A = Iwanowski's, Chile mit
    Osterinsel
B = Reise Know-How, Chile und
    die Osterinsel
C = Osterinsel, Ein
    Reiseführer, M. Kasparek

D =  - Vor der polyn. Besiedlung
       gab es auf O. 24 Arten von
       See- und 6 Arten von Land-
       vögeln, heute nur noch 4,
       keine davon indigen     C26
     - Verschiedene Besiedlungs-
       theorien      5,55 A607 B577
     - Heyerdahl vertrat eine
       Besiedlung durch südamerik.
       Indianer      A607 B577 E107

E =
```

Fünfter Schritt

Ich reiste auf die Osterinsel und war eine Woche lang dort, suchte Menschen, deren Biografie oder Aussagen mir geeignet schienen, dem Thema gerecht zu werden, ihm Gestalt zu geben – mein Personal.

Insgesamt unterhielt ich mich mit dreizehn Personen, acht davon nahm ich in meine engere Wahl, eine alte Sippenhauptfrau, die Inselpsychologin, einen Reiseleiter schweizerischer Herkunft, einen Unabhängigkeitsfanatiker, der sich König nannte, ein Mädchen, die Kandidatin bei einem Schönheitswettbewerb, den Inselkaplan und die Gouverneurin. Was ich hörte, was ich sah, was ich roch und fühlte, notierte ich in ein kleines Buch. Wieder zu Hause, las ich meine Notizen, versah jede Seite des Notizbuchs mit einer Zahl und unterstrich, was mir wichtig vorkam – und komplettierte schließlich mein Verzeichnis mit den Informationen aus dem Notizbuch, *N* für Notizbuch.

Wieder schuf ich mir einige Kapitel, eines für jede der acht Personen, für die ich mich entschieden hatte, ein weiteres Kapitel hieß einfach Szenisches.

Sechster Schritt

Damit war mein Stoff organisiert, chronologisch und thematisch geordnet. Endlich begann die Schreiberei, der erste Satz, dann der zweite, der dritte. Mein Verzeichnis, 40.000 Zeichen lang, lag ausgedruckt neben mir, ich saß und wusste nicht weiter, blätterte durch den Wald der Stichworte und überlegte, welches vernachlässigbar sei und welches nicht. Entschied ich mich für eines, las ich noch einmal die Quelle, die sich darüber ausbreitete: *D154*, also Seite 154, im Buch D für Osterinsel von Josef W. Schmid.

Wahrscheinlich kamen nicht mehr als zehn Prozent meiner Erinnerungsstützen zum Zug und wurden, in vernünftige Sätze gegossen, Teil des Textes. Aber die zehn besten Prozent, hoffentlich.

Siebenter Schritt

Ich überließ den Aufsatz meinem Gegenleser, einem Freund, der seit Jahrzehnten fast alles liest, was ich schreibe, und es tüchtig ausmistet. ■

Die Reportage von Erwin Koch erschien am 28. Mai 2009 im Dossier der *Zeit*.

19 DOSSIER

28. Mai 2009 DIE ZEIT Nr. 23

Warnung an die Welt

Gerodete Wälder, ausgerottete Tierarten, tödlicher Größenwahn: Ausgerechnet auf der mythischen Osterinsel besichtigen, was der Erde bevorsteht, wenn der Mensch seine eigenen Lebensgrundlagen zerstört. VON ERWIN KO

Sich selbst auf die Schliche kommen

Nach der Recherche ist vor der Recherche! Wenn kein Fact-Checker Ihr Manuskript überprüfen kann, müssen Sie selber ran. Unser Autor zeigt, welche Arbeitsschritte Sie gehen können.

Bertram Weiß ist Kommunikationswissenschaftler und arbeitet als freier Journalist in Hamburg.

Beratend für diesen Text stand ihm Dr. Martin Seidl, Leiter der Abteilung »Dokumentation« beim *Focus*, zur Seite.

Artikel ohne Fehler gibt es wohl nur selten. Auch dieser wird sicherlich nicht fehlerfrei sein. Aber es gibt Mittel und Wege, die Zahl der Irrtümer so gering wie möglich zu halten – und so die höchsten Werte des Journalismus zu wahren: Korrektheit und Glaubwürdigkeit.

Fehler kann vermeiden, wer sorgfältig recherchiert. Fehler kann vermeiden, wer im Schreibprozess aufmerksam und akkurat seine Quellen im Blick behält. Und Fehler kann vermeiden, wer nach dem Schreiben systematisch nach Unstimmigkeiten in seinem Manuskript fahndet.

Die sorgfältige Überprüfung des eigenen Textes wird aber allzu oft vergessen oder fällt schlichtweg dem Zeitdruck oder niedrigen Honoraren zum Opfer. Manche Magazine wie *Focus*, *Spiegel*, *Geo* oder *New Yorker* haben deshalb eigene »Fact-Checker« angestellt, die zumindest alle Sachverhalte im Werk eines Journalisten vor dem Druck noch einmal kontrollieren. Es ist eine Besonderheit, der Journalisten bei Zeitungen und Nachrichtenagenturen, beim Radio und Fernsehen oder im Internet nur selten begegnen.

Die meisten Journalisten müssen selbst für die Richtigkeit ihrer Arbeit Sorge tragen. Doch dafür können sie sich von den professionellen Fehler-Suchern der Zeitschriften manches abschauen. Wer wie sie die Suche nach Fehlern in seinem Manuskript zu einem eigenständigen Arbeitsschritt macht, wird zweifellos Fehler entdecken. Und sich so vielleicht manchen Ärger ersparen können.

Schritt eins: Lesen!

Die Arbeit der Faktenprüfer ist vielleicht eine der letzten Bastionen des Papiers: Ein Fact-Checker mag das Manuskript elektronisch erhalten und im Arbeitsprozess elektronisch weitergeben, doch für seine eigentliche Tätigkeit, das Überprüfen, vertraut er auf einen Papierausdruck. Dieser bietet Übersichtlichkeit und Raum für Anmerkungen, Notizen und Korrekturzeichen.

Ganz am Anfang steht aufmerksames Lesen. Lesen mit den Augen eines skeptischen, immerzu kritischen Zweiflers. Das ist keine revolutionäre Neuigkeit. Doch ebenso wie alles Folgende kann es nützlich sein, sich den Wert dieses Blicks von Zeit zu Zeit ins Gedächtnis zu rufen, um ihn zu üben und zu stärken.

Bei diesem ersten Lesedurchgang lässt sich schon mancher »Stolperstein« entdecken. Zumindest diesen Schritt sollte jeder Journalist in jeder Situation leisten können.

Während des ersten Lesens müssen noch keine einzelnen Details in den Blick geraten. Im Fokus stehen vielmehr die Gesamtheit des Textes, seine Struktur und logische Entwicklung. Folgende Fragen könnten dabei eine Antwort finden:

- Wirkt der Beitrag glaubwürdig und sind seine Argumente überzeugend?
- Wie wirkt der Artikel im Vergleich zu anderen, die dieses Thema behandeln?
- An welchen Stellen könnte Übertreibung oder unbegründete Mutmaßung vermutet werden?
- Enthält der Text Vorwürfe? Wenn ja, lassen sich diese wirklich rechtfertigen?

Schritt zwei: Auswählen!

Beim zweiten Lesedurchgang gilt es zu entscheiden, was geprüft werden muss: Unterstreichen Sie mit einem farbigen Stift alles, was einer Überprüfung anhand von Quellen standhalten muss – also alle »Fakten«. Was genau gehört also unterstrichen und was nicht? Muss ich diese Kleinigkeit wirklich überprüfen? Sobald sich diese Ungewissheiten beim Lesen einschleichen, sollte man sich folgende Fragen stellen, empfiehlt die kanadische Fact-Checkerin und Journalisten-Ausbilderin Cynthia Brouse:

Muss man diese Fragen bejahen, so ist eine Überprüfung unumgänglich:

- Gibt es eine andere Möglichkeit, dies auszudrücken?
- Könnte ich die Quelle missverstanden haben?
- Würde es jemanden stören, wenn dies falsch wäre? Eine Frage, die vor allem dann sehr wichtig wird, wenn eine Aussage allzu gut in die Dramaturgie eines Textes passt.

Gerade Fehler in Basisfakten wie Namensangaben sorgen schnell für Aufruhr und werden ungern verziehen, wie etwa die Posse um den »falschen Wilhelm« im Namen des CSU-Politikers zu Guttenberg im Februar 2009 zeigte. Auf Wikipedia wurde dem Politiker ein weiterer Vorname hinzugedichtet, welchen viele Medien ungeprüft übernahmen.

Hilfreich beim Unterstreichen der zu prüfenden Sachverhalte ist es, nicht Wort für Wort zu markieren, sondern nur Fakten, die eine Einheit bilden. Der Name »Karl-Theodor zu Guttenberg« wird also als ein Faktum unterstrichen. Handelt es sich um ein umfangreiches Manuskript, kann es überdies nützlich sein, für verschiedene Faktentypen unterschiedliche Farben zu verwenden. So lässt sich etwa auch die Wichtigkeit der zu prüfenden Details hierarchisieren.

Schritt drei: Überprüfen!

Im dritten Schritt machen Sie sich daran, alle unterstrichenen Sachverhalte anhand von Quellen zu überprüfen. Dabei können Sie den Text systematisch von Anfang bis Ende durchkämmen. Mitunter lässt sich die Arbeit aber auch beschleunigen, wenn Sie sich jeweils auf einen Informationstypus beschränken, etwa zunächst nach allen Namen schauen, dann nach allen historischen Zusammenhängen, dann nach allen Zitaten usw.

Suchen Sie das gesamte Quellenmaterial zusammen, das Sie beim Schreiben des Textes verwendet haben: Notizbücher, Tonbänder, Bücher, Artikel und Studien. Alles gehört dazu. Es ist hilfreich, wenn Sie das Material bereits während der Recherche systematisch aufbereitet haben (siehe Seite 4). Jedes Faktum, dessen Richtigkeit Sie guten Gewissens belegen können, streichen Sie durch einen Haken ab. Überprüfen Sie die korrekte Schreibweise eines Wortes, so empfiehlt es sich, jeden einzelnen Buchstaben mit einem diagonalen Strich abzustreichen. So gewinnt man im Arbeitsprozess Klarheit darüber, welche Informationen bereits auf welche Weise überprüft wurden.

Ist eine Änderung im Manuskript erforderlich, so sollte diese nicht nur im Text, sondern auch an dessen Rand kenntlich gemacht werden – damit die Korrektur bei der Übertragung in

eine elektronische Fassung nicht übersehen wird. Als Markierung eignen sich etwa ein senkrechter Strich am Anfang der betreffenden Zeile oder kleine Kreuze, die man auf eine durchgezogene senkrechte Linie am Seitenrand setzt.

Die »richtige« Quelle wählen!

Idealerweise versieht man jeden überprüften Sachverhalt in seinem Dokument mit einem Quellenhinweis, so dass die Herkunft der Angabe auch später nachvollziehbar ist. Erst dann ist die Information im eigentlichen Sinne »dokumentiert«. Im besten Falle belegt ein gewissenhafter Fact-Checker eine Aussage natürlich durch mehrere, voneinander unabhängige Quellen. Nur so kann er einigermaßen sichergehen, sich nicht zu irren und der sogenannten »Wahrheit« nahezukommen.

Steht nur eine Quelle zur Verfügung, ist sie mit folgenden Fragen abzuklopfen:

- Bin ich an der Originalquelle?
- Gibt es eine abweichende Quelle?
- Warum halte ich die Quelle für belastbar?
- Kann die Quelle überhaupt recht haben (z. B. fachliche Qualifikation)?
- Macht die Quelle selbst womöglich eine falsche Angabe?
- Wurde die Quelle sinngemäß wiedergegeben?
- Wenn nicht, trifft dann die Umformulierung noch den inhaltlichen Kern?

Scheuen Sie sich nicht davor, einen Befragten noch einmal anzurufen und ihm etwa eine Passage des Textes vorzulesen oder zu umschreiben. Gerade bei komplizierten Sachverhalten, etwa der Funktionsweise einer neuen technischen Entwicklung, lässt sich dies häufig kaum umgehen.

Vorsicht, Fehlerquelle!

Wer ein Manuskript sorgfältig und systematisch überprüft, wendet dafür mitunter Stunden auf. Unter realistischen Bedingungen ist oftmals nur ein Minimum möglich.

Fehler entstehen vor allem, wenn man Vermutungen anstellt oder etwas aus dem Gedächtnis beschreibt; wenn man glaubt, auf sein eigenes Wissen vertrauen zu können. Dies lässt sich nur durch hartnäckige Suche nach belastbaren Quellen vermeiden. Doch eben diese steht der nötigen Freiheit im kreativen Prozess des Formulierens oft im Wege.

Zumindest die wichtigsten Fehlerquellen sollte man kritisch beäugen, bevor man den Text für fertig erklärt:

- Superlative
- Zahlen und statistische Angaben
- Namens- und Altersangabe
- Zeitangaben und zeitgeschichtliche Bezüge
- Ortsangaben und geografische Bezüge
- Fachbegriffe, insbesondere aus Medizin, Technik und Naturwissenschaft

In Redaktionen, die eine eigenständige Faktenprüfung in ihren Arbeitsprozess integriert haben, tragen Autoren daher an Stelle eines Faktums mitunter einen Platzhalter ein, den der Faktenprüfer dann durch den entsprechenden Sachverhalt ersetzt. Platzhalter sind beispielsweise »XX«, »00«, »TK« oder »to kome«. Die falsche Orthografie (statt »TC« für »to come«) ist beabsichtigt, damit der Platzhalter nicht übersehen wird.

Es lohnt sich, dieses Vorgehen auch einmal in der eigenen Arbeit zu erproben. Denn so lässt sich die mühsame Suche nach einem einzelnen Detail vom Schreibprozess lösen, indem man sich womöglich lieber auf Textstruktur und Dramaturgie konzentriert.

Richtig mit Fehlern umgehen!

Fehler sind unangenehm und manchmal schwer zu verzeihen. Besonders, wenn sie einfach zu vermeiden gewesen wären. Die Fehlerquote aber kann ein Autor senken, so der US-Journalismus-Forscher Scott Maier: Zum einen, wenn er sich die Zeit nimmt, seine Arbeit Satz für Satz zu überprüfen; und zum anderen, wenn er offen für seine Verantwortung einsteht, wenn Fehler auftauchen.

Ebenso wichtig wie die Vermeidung von Fehlern ist also der Umgang mit ihnen. Jeder Journalist begibt sich mit seiner Arbeit in die Öffentlichkeit und muss deshalb auch öffentliche Kritik ertragen können.

Wer sich als professioneller Journalist versteht, sollte sich das Credo der *Washington Post* zu eigen machen: »Richtigkeit ist unser Ziel und Aufrichtigkeit unsere Verteidigung«. ■

Freigabe zum Start?

Bevor ein Pilot zum Abflug ansetzt, überprüft er mit einer Checkliste, ob das Flugzeug wirklich funktionstüchtig ist. Auch jeder Journalist sollte routiniert einige Prüffragen beantworten, bevor er seine Arbeit der Öffentlichkeit präsentiert.

Um zu lernen, wie Checklisten oder allgemein verbindliche Handwerksregeln zum Umgang mit Informationen und Quellen aussehen können, lohnt ein Blick in die USA

Dort weist etwa die Tageszeitung *Detroit Free Press* jedem Arbeitsprofil in der Redaktion eine eigene Checkliste zu, um Fehler in der Berichterstattung zu vermeiden. Bevor etwa Reporter ihr Manuskript abgeben, sollen sie sich fragen:

- Habe ich alle genannten Namen, Titel und Orte doppelt überprüft?
- Habe ich alle genannten Telefonnummern und Webadressen getestet?
- Ist der Artikel ausgewogen?
- Wer oder was könnte in dem Artikel fehlen?
- Habe ich allen Betroffenen eine Chance gegeben, mit mir zu sprechen?
- Habe ich Rechtschreibung und Zahlenangaben überprüft?
- Habe ich alle Informationen zu Fotos und Grafiken überprüft?

Allen Redakteuren gibt die *Detroit Free Press* dagegen folgende Fragen an die Hand:

- Hat der Autor alle genannten Namen, Titel und Orte überprüft?
- Hat der Autor alle genannten Telefonnummern und Webadressen getestet?
- Sind alle Zitate korrekt und angemessen verwendet?
- Erfasst jedes Zitat, was der jeweils Befragte gemeint hat?
- Ist der Artikel ausgewogen?
- Wer oder was könnte in dem Artikel fehlen?
- Werden Hintergrund und Kontext ausreichend erläutert, um die Relevanz des Themas plausibel zu machen?
- Erfassen Titel und Vorspann den Inhalt korrekt?
- Erfassen Bildunterschriften und Grafiktexte den Inhalt korrekt?
- Wurden Änderungen im Text mit dem Autor abgesprochen?

Die Society of Professional Journalists fordert in Ihrer »Accuracy Checklist«, dass Journalisten noch härter mit sich selbst zu Gericht gehen:

- Haben Sie Vertrauen in die Tatsachenbehauptungen in Ihrem Artikel und zu den Quellen, die sie geliefert haben?
- Können Sie alle Tatsachen belegen?
- Haben Sie für alle Schlüsselinhalte die Gegenprobe gemacht?
- Können Sie die korrekt geschriebenen Namen und die richtigen Telefonnummern aller zitierten Quellen angeben?
- Sind Sie sich ganz sicher, dass alle im Artikel genannten Tatsachen der Wahrheit entsprechen?
- Sind Sie darauf vorbereitet, Ihre Inhaltskontrolle öffentlich zu verteidigen oder auf sonstige Maßnahmen zur Überprüfung Ihres Textes zu antworten?
- Sind die Zitate in Ihrem Text korrekt, in ihrem richtigen Zusammenhang präsentiert?
- Zitieren Sie anonyme Quellen? Wenn ja, warum? Sind Sie darauf vorbereitet, sich öffentlich für die Verwendung solcher Quellen zu rechtfertigen?
- Verwenden Sie Material, Dokumente oder Bilder von anonymen Quellen? Warum? Wie groß ist Ihr Vertrauen in die Gültigkeit dieses Materials? Sind Sie darauf vorbereitet, die Verwendung dieses Materials öffentlich zu rechtfertigen?
- Haben Sie Personen, Minderheiten, Kulturen, Nationen oder Gesellschaftsgruppen beschrieben und dabei stereotype Adjektive verwendet? Sind diese Beschreibungen genau und in dem dargestellten Kontext bedeutungsvoll?
- Haben Sie anstößige Formulierungen oder Bilder in Ihrem Artikel verwendet? Gibt es einen triftigen Grund für die Verwendung solcher Informationen? Wäre der Artikel weniger korrekt, wenn man die Formulierung oder das Bild weglassen würde?
- Geben Ihre Überschriften (oder Programmankündigungen oder Titel) genau die Tatsachen und den Kontext des Artikels wieder, auf die sie sich beziehen?

von Bertram Weiß

Dem Irrtum auf der Spur

»Kriminalistisch denken«! Das muss ein Journalist, will er Fehler vermeiden – behaupten zumindest Recherchetrainer und Faktenprüfer. Aber was bedeutet das eigentlich?

Der Leitende Kriminaldirektor Ralph Berthel leitet die Hochschule der Sächsischen Polizei (FH) in Rothenburg/O.L. und ist Gründungsmitglied der Deutschen Gesellschaft für Kriminalistik.

Um präzise recherchieren zu können, muss man zweifeln. Das gilt für Journalisten und Kriminalisten gleichermaßen. Gerade deshalb können beide Seiten voneinander lernen. »Kriminalistisches Denken« ist zunächst einmal nichts anderes als ein Prozess der Problembewältigung. Es ist das Wissen um Methoden und Gesetzmäßigkeiten, um kriminalistische Probleme zu lösen. Es hat nichts mit Intuition und nur bedingt etwas mit Erfahrungen zu tun.

Denken in Modellen

»Kriminalistisches Denken« ist etwa nötig, um den Aufenthaltsort eines flüchtigen Täters oder einer entführten Person zu ermitteln, um festzustellen, ob eine Gefährdung durch eine Erpressung vorliegt, um herauszufinden, wie Täter und Opfer zueinander stehen oder welche Substanzen und Gegenstände während der Tat benutzt wurden.

Auf solche Probleme wenden Kriminalisten Gesetzmäßigkeiten aus der Logik und der Psychologie an, aber auch aus anderen natur- und geisteswissenschaftlichen Disziplinen. Kriminalistisch denken bedeutet deshalb auch, in Modellen zu denken.

Dazu spielt das Entwickeln von Hypothesen eine wichtige Rolle. Voraussetzung für dieses hypothetische Betrachten eines Geschehens, etwa dem Ablauf eines Tötungsverbrechens, ist immer das Vorliegen gesicherter Informationen.

Verifizieren oder Falsifizieren

Kriminalisten sammeln daher gesicherte, somit auch gerichtsverwertbare Daten zum Beispiel zum Todeszeitpunkt, zur Entstehung von Spuren an der Leiche oder am Tatort. Diese bilden die Grundlage für Hypothesen, etwa zum Tatablauf.

Nicht selten werden Hypothesen durch Ermittlungsexperimente, also durch Nachvollziehen von kriminalistisch relevanten Geschehensabläufen überprüft: Kann beispielsweise ein Zeuge zu einer bestimmten Tageszeit (Beleuchtung und Sichtverhältnisse!) eine bestimmte Wahrnehmung überhaupt getroffen haben? Auch die Entstehung eines Spurenbildes kann durch ein solches experimentelles Vorgehen geprüft werden.

Einmal entwickelte Hypothesen sind bis zum Beweis ihrer Wahrheit ständig auf Richtigkeit zu überprüfen, also zu »verifizieren«. Falls erforderlich, sind Thesen abzuändern oder auch vollständig über Bord zu werfen, also zu »falsifizieren«.

Zweifeln als Grundhaltung

Die Grundhaltung des kriminalistischen Denkens ist der Zweifel. Es ist auf das Erlangen »wahrer«, also beweisbarer Erkenntnisse gerichtet. Informationen oder Daten gelten so lange als »unwahr«, wie sie nicht zweifelsfrei bestätigt sind. Der Zweifel steht dem »gesunden Menschenverstand« mitunter im Weg. Suggeriert uns doch Letzterer, dass etwas – allein schon, weil es oft behauptet und ebenso oft wiedergegeben wurde – bereits unumstößlich, also »wahr«, sei.

Kriminalisten fragen daher bei der Aufklärung von Straftaten nicht danach, ob jemand üblicherweise an einem bestimmten Wochentag eine Kneipe aufsucht und leiten daraus den Schluss ab, dass er dies auch am Tattag getan haben muss. Sie suchen vielmehr nach Beweisen, die den Kneipenbesuch bestätigen oder eben ausschließen.

Der Rechercheur sollte gezielt Detailfragen einbauen, um das Erinnerungsvermögen der Quelle zu hinterfragen. So stellen Kriminalisten oft Fragen, wie eine bestimmte Zeitangabe zustande kommt. Das kann zum Beispiel durch eine Verknüpfung zu einer zeitlich zuzuordnenden Fernsehsendung oder einem anderen fixierbaren Ereignis geschehen.

Schlussfolgern – aber richtig!

Wer kriminalistisch denkt, schlussfolgert: Er schließt vom Allgemeinen auf das Spezielle oder umgekehrt und denkt in Analogien.

Auch hierbei geht es nicht um Hirngespinste oder haltlose Vermutungen. Vielmehr sind Schlussverfahren ein systematisches Erschließen von Problemfeldern. Sie dienen letztlich – ebenso wie die Anwendung der Denkgesetze – dem Ziel, Zweifel zu überwinden und Wahrheit(en) zu erlangen.

Am Ende muss die Überzeugung stehen

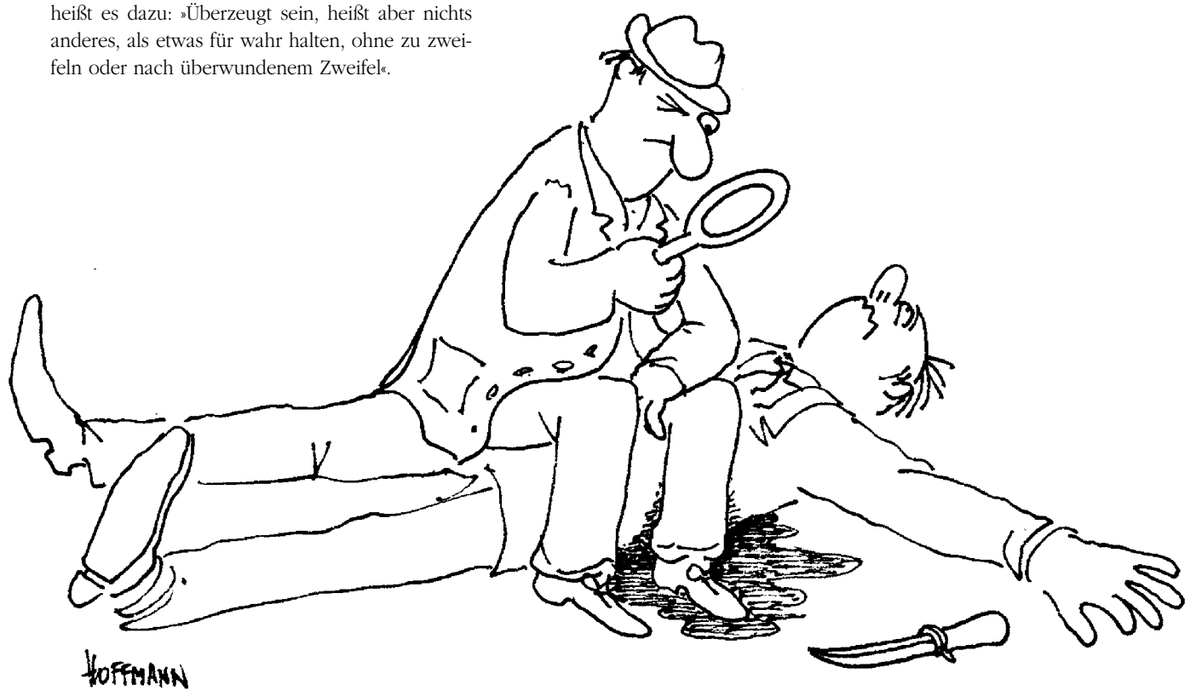
Zum Wesen der Kriminalistik gehört es, heuristisch zu denken, also nach Wahrheiten zu suchen, indem man vermeintlich sichere Aussagen und Erkenntnisse ständig hinterfragt. Am Ende dieses heuristischen Erkenntnisprozesses steht die Überzeugung von der Wahrheit.

Im Standardwerk »Krimimalistisches Denken« von Hans Walder und Thomas Hansjakob (2006) heißt es dazu: »Überzeugt sein, heißt aber nichts anderes, als etwas für wahr halten, ohne zu zweifeln oder nach überwundenem Zweifel«.

Der Rechercheur sollte erlangte Informationen stets kritisch betrachten und so lange zweifeln, bis er selbst vollständig überzeugt ist. Kriminalisten legen die Ergebnisse ihrer Ermittlungen im Regelfall einem Staatsanwalt oder Richter vor. Journalisten legen ihre Rechercheergebnisse zunächst den Betroffenen und danach der Öffentlichkeit vor.

Art und Form der Recherche oder Ermittlungen, Zielgruppen und natürlich auch Intentionen mögen sich unterscheiden. Aber auf dem Weg zum Ermittlungs- oder eben Rechercheergebnis müssen sich beide Berufsgruppen immer wieder die Frage nach der Gültigkeit, ja letztlich der »Wahrheit« ihrer Arbeitsergebnisse stellen.

Schließlich kann aber nur kriminalistisch denken, wer aufmerksam beobachtet und unermüdlich nach immer neuen Details und Informationen forscht. Das proklamierte schon Sherlock Holmes: »Daten, Daten, Daten«, rief er einmal. »Ich kann ohne Tonerde keine Backsteine machen.« ■



Fakten, Fiktionen, Fälschungen

Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser! Das zeigen wir zum einen anhand des folgenden Beitrags über den Reporter Stephen Glass. Zum anderen haben wir einen Dokumentar gebeten, den Beitrag unseres Autors zu checken.

Jakob Vicari arbeitet als freier Wissenschaftsjournalist in Hamburg.

Ian Restil, 15 Jahre alter Computer-Hacker, der aussieht wie eine jugendliche Ausgabe von Bill Gates, bekommt einen Wutanfall.« So beginnt die Geschichte »Hack Heaven«, erschienen am 18. Mai 1998 im Politmagazin *The New Republic*. Geschrieben hat ihn ein 25 Jahre alter Reporter: Stephen Glass.

Sein Artikel entfaltet den Kosmos der Hacker-Welt farbig und lebendig. Restil ist es gelungen, in die Systeme der Softwarefirma »Jukt Micronics« einzudringen, von einem Bibliothekscomputer aus. Der junge Hacker fordert von der Firma unter anderem ein lebenslanges *Playboy*-Abonnement. Der Hacker-Newsletter *Computer Insider* schätzt, dass Firmen in den letzten Jahren 900 Hobby-Hacker wie Restil engagiert haben.

Hacker, Firma, Newsletter – alles erfunden

Reporter Glass nimmt den Leser mit in diese Welt. Er scheint mittendrin zu stehen, in der Verhandlung dieses Hackers im ausgefransten Baseball-T-Shirt. Der Artikel ist brillant geschrieben, und er ist vor der Veröffentlichung durch eines der besten Fact-Checking-Verfahren gegangen, die es in amerikanischen Medien gibt. Und doch: Er ist gefälscht.

Der Hacker Ian Restil, die Firma, der Newsletter – sie alle entsprangen dem Kopf des jungen Autors Glass. Denn er selbst ist eine Art Hacker: ein Hacker des Qualitätsjournalismus. Er ist in eine Bastion eingedrungen und hat alle Sicherungsmechanismen ausgehebelt. *The New Republic*, gegründet im Jahr 1914, ist ein Magazin mit Tradition, bei dem Prestige mehr gilt als Auflage.

Überprüfungsrecherche: Drei-Tage-Foltertest

Zum Qualitätsverständnis des Blattes gehört auch die Dokumentation, ein Drei-Tage-Foltertest. Chefredakteur Michael Kelly installierte, als er vom *New Yorker* kam, dafür eine der ausgefeiltesten Redaktionsroutinen.

Doch Glass fabrizierte fast drei Jahre lang, zwischen 1995 und 1998, als aufstrebender Star 41 Artikel; in 27 davon fanden sich später Fälschungen. In einer Nachricht an die Leser schreibt die Redaktion: »Wir haben keine Ausrede für all das. Unser Mitgefühl gilt allen Betroffenen.«

Penenberg entlarvt Glass

»Mein Leben war eine Kette aus Lügen«, sagt Glass später in einem CBS-Interview. Glass, schwarze Brille, Locken, der naive Blick aus den graugrünen Augen – er beherrscht seine Rolle immer noch. Die Rolle des arglosen Journalisten, dem man die Arbeit zu leicht machte. Ausgedachte Figuren haben einen Vorteil, sagt er: »Solche Leute schreiben keine Leserbriefe«.

Entlarvt wird Glass kurz nach der Veröffentlichung seiner Geschichte »Hack Heaven« durch den Journalisten Adam Penenberg. Eigentlich soll Penenberg für *Forbes.com* die Geschichte über den Hacker Ian Restil neu schreiben. Doch der ausgewiesene Hacker-Experte hat Schwierigkeiten, Restil zu finden. Er meldet sich bei Glass' Vorgesetztem, Charles Lane. Als sich Penenbergs wachsende Zweifel nicht ausräumen lassen, fährt Lane mit Glass an den Ort der vermeintlichen Hacker-Konferenz, von der Glass in seinem Artikel berichtet hat. Das ist das Ende der Lügengeschichte.

»Es ist tough, das Gegenteil zu beweisen. Es ist sehr viel tougher zu beweisen, dass jemand oder etwas nicht existiert.« So beginnt Penenbergs Artikel über den Fall, erschienen auf *Forbes.com*. Später wird auch ein Hollywoodfilm namens »Shattered Glass« über den Fall Stephen Glass gedreht. In dem Spielfilm sieht man die Szenen, die Glass für seinen Hacker-Report erfunden hatte. Und plötzlich sind Glass' Hirngespinste nicht mehr ganz so überzeugend. Ian Restil ist pickelig und trägt eine Mütze, blau mit nach hinten gedrehtem Schirm. Er ist das Klischee eines rotzigen Computer-Nerds. Überraschend genug, dass das staubtrockene Fact-Checking ein Thema für Hollywood wurde.

Kein Fälscher im Journalismus ging so weit

Zeitzeugen, die die Redaktion kannten, wie Glass' Kollegin Hanna Rosin und *Slate*-Redakteur David Plotz, halten den Film für nahe an der Realität. Tatsächlich kommt er ohne den obligatorischen Kerzenschein in der Fälscherwerkstatt aus, ohne Bettszene und Verfolgungsjagd. Die Internet Movie Database listet dennoch Fehler wie diesen auf: Als der Schwindel auffliegt, treffen Glass und sein Vorgesetzter Lane aufeinander. Glass soll gestehen. Tatsächlich duellierten sich dabei allein die Anwälte.

Kein Fälscher im Journalismus ging je so weit wie Glass. Als sein Schwindel aufzufliegen droht, installiert er sogar Anrufbeantworter und Webseite für die fiktive Firma »Jukt Micronics« – auch für alle seine fiktiven Figuren. Als vermeintlicher Hacker Restil schreibt er seinem Vorgesetzten eine E-Mail: »i hope you rot in hell«.

So heißt es zumindest im Film. Ob es diese Mail wirklich gab? ■

Fact-Check:

Der Dokumentar Arno Nehlsen überprüft für uns das Manuskript unseres Autors und zeigt, welche Fakten es zu hinterfragen gilt.

Die Verifikation beginnt mit dem genauen Lesen des Textes. Erste Unstimmigkeiten oder Rechtschreibfehler werden am Rand vermerkt. Danach wird der Text »gestrichen«, das bedeutet, alles, was verifiziert werden soll, wird unterstrichen. Und das betrifft alles, was objektivierbar, also nicht bloß Meinung des Autors ist. Jedes Faktum, unabhängig davon, ob es überhaupt verifizierbar ist oder ob der Dokumentar glaubt es zu kennen, wird in Frage gestellt.

Diese Dokumentation erfolgte allein mit Hilfe des Internets und dem Film »Shattered Glass«. Ein weiterer Schritt der Verifikation wäre die Recherche nach anderen Quellen (z. B. Archive) mit denen sich die Sachverhalte auf die Gegenprobe stellen ließen. Doch erweiterte Möglichkeiten sind in diesem Mini-Experiment – für den Autoren des Manuskripts, ebenso für den Dokumentar – nicht vorgesehen.

Geänderte Textpassagen sind ~~durchgestrichen~~, alternative Formulierungen unterstrichen. An einigen Passagen steht eine Frage. Hier wurde in einer vertretbaren Zeit keine Quelle gefunden. In diesen Fällen ist es ökonomischer, den Autor nach den entsprechenden Quellen zu fragen. Im Folgenden sind jene Passagen aufgeführt, in denen Korrekturen angebracht wären:

»Ian Restil, 15 Jahre alter Computer-Hacker, der aussieht wie eine jugendliche Ausgabe von Bill Gates, bekommt einen Wutanfall.« So beginnt die Geschichte »Hack Heaven«, erschienen ~~am 18. Mai 1998 im~~ Mai 1998 im ~~des~~ Politmagazins *The New Republic*.

Anmerkung: Der Artikel kann nicht am 18. Mai erschienen sein, weil die New York Times bereits am 12. Mai über den Rauswurf von Glass berichtet, der Text von Penenberg auf Forbes.com ist datiert auf den 11. Mai 1998.

Geschrieben hat ihn ein ~~25 Jahre alter~~ junger Reporter: Stephen Glass.

Anmerkung: 25 Jahre alt macht ihn zwar die New York Times 1998. Aber andere Quellen liefern widersprüchliche Aussagen:

Dr. Arno Nehlsen leitete von 1985 bis 2009 die Abteilung »Dokumentation« der Geo-Gruppe.

Die deutsche Wikipedia gibt das Geburtsjahr 1974 an, die englischsprachige 1972. Deshalb muss das Alter hier gestrichen werden.

Der Hacker-Newsletter *Computer Insider* schätzt, dass Firmen in den letzten vier Jahren 900 Hobby-Hacker wie Restil engagiert haben. (...) Zum Qualitätsverständnis des Blattes gehört auch die Dokumentation, ein journalistischer ~~Drei-Tage-~~Foltertest.

Anmerkung: Wieso drei Tage? Dauern lange und kurze Geschichten gleich lang?

Angeblich installierte der ehemalige Chefredakteur Michael Kelly ~~installierte~~, als er vom *New Yorker* kam, dafür eine der ausgefeiltesten Redaktionsroutinen.

Anmerkung: Kelly wurde schon 1997 entlassen, war also zum Zeitpunkt von »Hack Heaven« nicht mehr im Amt, deshalb ist er der ehemalige Chefredakteur. Dass Kelly vom New Yorker kam ist ok, aber dass er die Routine mitbrachte stammt aus dem Film, deshalb »angeblich«.

Doch Glass fabrizierte fast drei Jahre lang, zwischen 1995 und 1998, als aufstrebender Star 41 Artikel für *The New Republic*; in 27 davon fanden sich später Fälschungen.

Anmerkung: Er hat in dieser Zeit auch für andere Magazine geschrieben.

In einer Nachricht an die Leser schreibt die Redaktion: »Wir haben keine Ausrede für all das. Unser Mitgefühl gilt allen Betroffenen.«

Frage: Gibt es überhaupt eine Quelle für dieses Zitat?

»Mein Leben war eine Kette aus Lügen«, sagt Glass später in einem CBS-Interview. Glass, schwarze Brille, kurze Haare, der naive Blick aus den graugrünen Augen.

Anmerkung: Das Aussehen ist fraglich, denn ich kann auf dem Bild auf cbsnews.com keine Locken erkennen; auch der Blick ist eher wach als naiv. Da Letzteres eine subjektive Bewertung ist und wichtig für den Duktus der Geschichte, bleibt der Fakt drin.

(...) Doch der ~~ausgewiesene Hacker-Experte~~ investigative Reporter hat Schwierigkeiten, Restil zu finden. Er meldet sich bei Glass' ~~Vorgesetzten~~ Chefredakteur, Charles Lane.

(...) »Es ist tough, das Gegenteil von etwas zu beweisen. Es ist ~~sehr viel~~ noch tougher zu beweisen, dass jemand oder etwas nicht existiert«. So beginnt ~~Penebergs~~ Penenbergs Artikel über den Fall, erschienen auf *Forbes.com*.

(...) Tatsächlich kommt er ohne den obligatorischen Kerzenschein in der Fälscherwerkstatt aus und ohne ~~Bettszene und~~ Verfolgungsjagd. Die Internet Movie Database listet dennoch Fehler wie diesen auf: ~~Als der Schwindel auffliegt,~~ Am Ende des Films treffen Glass, ~~und~~ sein Vorgesetzter Lane und ihre Anwälte aufeinander. Glass soll gestehen, welche seiner Storys gefälscht sind. (...) ~~Kein~~ Ich kenne keinen Fälscher, der im Journalismus ~~ging je~~ so weit ging wie Glass.

Anmerkung: Der Superlativ ist nicht zu verifizieren; Es gab in der amerikanischen Mediengeschichte sehr viele Fälscher.

Als sein Schwindel aufzufliegen droht, installiert er sogar Anrufbeantworter und Webseite für die fiktive Firma »Jukt Micronics« – auch für alle seine fiktiven ~~Figuren~~ Informanten. Als vermeintlicher Hacker Restil schreibt er ~~seinem Vorgesetzten~~ an Glass, also an sich selbst eine E-Mail: »i hope you rot in hell«. So heißt es zumindest im ~~Film~~ CBS-Interview. ■

Quellen im Internet:

- www.google.de/#hl=de&source=hp&q=cal+ripken+jr.&btnG=Google-Suche&meta=&aq=f&oq=cal+ripken+jr.&fp=72afe6b104a77c1d
- www.docstoc.com/docs/17288188/Hack-Heaven
- de.wikipedia.org/wiki/Stephen_Glass
- en.wikipedia.org/wiki/Stephen_Glass_(reporter)
- www.cbsnews.com/stories/2003/05/07/60minutes/main552819.shtml
- brunofranchini.files.wordpress.com/2009/05/stephen-glass.jpg
- www.imdb.com/title/tt0323944/goofs
- www.slate.com/id/2088948/
- www.kellyaward.com/mk_about_mk.html
- www.nytimes.com/1998/05/12/us/magazine-dismisses-writer-accused-of-hoax.html?scp=20&sq=%22stephen+glass%22&st=nyt
- www.forbes.com/1998/05/11/otw3_print.html#
- www.penenberg.com/biography.html

Impressum

Supplement der message
1. Ausgabe 2010
»Fact-Checking«

ISSN 1610-3262
Einzelpreis € (D) 4,00
Abonnement 4 Hefte pro Jahr
€ (D) 12,00
Studenten und Volontäre erhalten 30 % Rabatt;
Mengenpreise ab 10 Ex. auf Anfrage:
Verlag der Evangelischen Gesellschaft
message@evanggemeindeblatt.de
+49/(0)711/60100-40

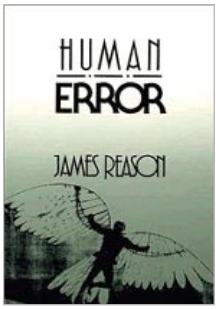
Konzeption dieser Ausgabe:
Bertram Weiß,
Prof. Dr. Michael Haller (V.i.S.d.P.)

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Bertram Weiß, Anja Katzbeck, Uwe Krüger, Sebastian Feuß
Frank Hoffmann (Illustrationen)
Korrektorat:
Rebecca Pohle, Claudia Nickels

Anschrift der Redaktion:
Menckestraße 27, 04155 Leipzig
Tel: (0341) 200 403 13
Fax: (0341) 200 403 21
E-Mail:
redaktion@message-online.com
Internet: www.message-online.com
Anschrift des Verlags:
Gesellschaft für Medienentwicklung GbR
Isestraße 26
20149 Hamburg

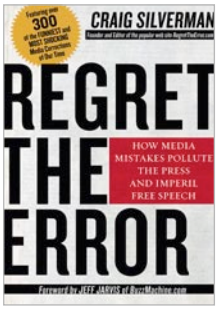
Herstellung:
Holzmann Druck
86825 Bad Wörishofen

Bücher und Linktipps für die weitere Lektüre



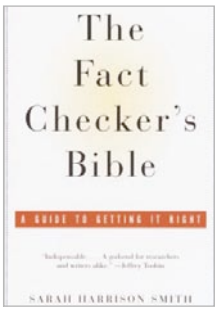
James Reason: Human Error. Cambridge University Press 1990

Der Autor James Reason ist Fachmann für Fehler. Der britische Professor für Psychologie hat die Hintergründe und Mechanismen menschlichen Versagens erforscht. Seine Arbeit beeinflusst maßgeblich den Umgang mit hohen Risiken, etwa eines Flugzeugsabsturzes. Zwar ist kein Fehler eines Journalisten mit dem Unglück eines Unfalls zu vergleichen. Aber Reasons Buch über die Grundlagen der Psychologie des Versagens ist auch für Medienmacher eine wertvolle Lektüre – denn auch Journalisten übernehmen mit ihrer Arbeit eine große Verantwortung für den Einzelnen und die Gesellschaft. ■



Craig Silverman: Regret the error. How Media Mistakes Pollute The Press And Imperil Free Speech. Union Square Press 2007

Das Urteil des Autors Craig Silverman klingt resignativ: »Was immer die Zukunft für die Akkuratheit und den Journalismus bereithalten mag: Es scheint sicher, dass der Strom von Fehlern und Korrekturen für Jahrzehnte weiter fließen wird«. Doch der kanadische Journalist hat mit seinem Buch und seinem Webblog *regret theerror.com* ein gewichtiges Hindernis in diesen Strom geworfen. Er zeigt klar und unterhaltsam, in welchem Ausmaß Medien für Fehler anfällig sind und wie Medienmacher mit Fehlern umgehen können. Silvermans Buch ist keine Anklage, sondern ein hilfreicher Wegweiser für alle, denen die Glaubwürdigkeit des Journalismus am Herzen liegt. ■



Sarah Harrison Smith: The Fact Checker's Bible. A Guide to getting it right. Anchor Books 2004

Sarah Harrison Smiths Anleitung für die systematische Verifikation eines journalistischen Manuskripts rühmt sich zu Recht, eine "Bibel" zu sein. Detailreich erläutert die Autorin, die selbst bei amerikanischen Zeitschriften als Fact-Checkerin tätig ist, den Prozess der Faktenprüfung. Ein kleiner Anhang führt bewährte Quellen für verschiedene Ressorts auf. ■

Guardian Ketteler: Zwei Nullen sind keine Acht. Falsche Zahlen in der Tagespresse. Birkhäuser Verlag 1997

Glaube nichts, was in der Zeitung steht. Vor allem, wenn es Zahlen sind. Dies könnte meinen, wer Kettelers Buch liest. Denn der Autor trägt weit über 100 Beispiele dafür zusammen, dass Journalismus und Zahlen einfach nicht zusammenzupassen scheinen. Auf mitunter vergnügliche Weise rechnet Ketteler vor, welchen Unfug Medien mit Zahlen treiben und schärft den Blick für typische Fehler. ■

Hans-Hermann Dubben & Hans-Peter Beck-Bornholdt: Der Hund, der Eier legt. Erkennen von Fehlinformation und Querdenken. Rororo 2006

Es gibt viele Ratgeber für den Umgang mit Denkfehlern und logischen Irrtümern. Doch das Werk des Hamburger Autorenteams sticht aus der Masse hervor. Mit Witz und Sachverstand entlarven die Physiker Dubben und Beck-Bornholdt, auf welch haarsträubende Weise mitunter die moderne Forschung Fehler begeht und geradezu naiv mit Zahlen umgeht. Sie liefern wertvolles Handwerkszeug für alle, die bei sogenannten »wissenschaftlichen Ergebnissen«, insbesondere Statistiken, lieber zweimal hinschauen wollen. ■

Weblinks rund um Faktenprüfung und Richtigkeit in den Medien:

- www.aim.org
- www.stinkyjournalism.org
- www.factcheck.org
- www.factchecking.de
- www.fair.org
- http://parklibrary.jomc.unc.edu/factcheckers2004.html
- www.ibiblio.org/copyediting/tips.html

von Bertram Weiß

Fakten checken,

Recherchieren Journalisten im Internet fahrlässig, können Falschmeldungen entstehen. Viel gefährlicher aber sind die Spuren, die manche im Netz hinterlassen. Durch sie droht sogar der Quellenverrat.

VON ALBRECHT UDE

Nicht alle Journalisten wissen richtig mit dem Internet umzugehen, wie zahlreiche Presseenten zeigen, die durch kompetente, strukturierte Online-Recherche hätten vermieden werden können.

Eine der bekanntesten Enten, die durch das Netz in Umlauf gebracht wurden, sind die Forderungen des »Bund Deutscher Juristen«. Am 1. Januar 2006 verbreitete Associated Press dessen Pressemitteilung. Der Verein unterstütze die »Folterforderung von Bundesinnenminister Schäuble«. Der Vorsitzende des Richtervereins, Claus Grötz: »Die Gewinnung von Aussagen mittels leichter Foltermaßnahmen und die Verwertung solcher Aussagen sind zukünftig möglich zu machen.« Die per E-Mail verbreitete Pressemeldung verwies auf die Webseite *bunddeutscherjuristen.org* des angeblich 1952 gegründeten Vereins. Zahlreiche Medien, darunter MDR, N-TV, WDR und *Spiegel Online* brachten die Meldung.

Vielleicht hatten die zuständigen Redakteure sogar im Netz recherchiert und waren auf die Wikipedia-Artikel zum »Bund Deutscher Juristen« und zu »Dr. Claus Grötz« gestoßen. Doch beide gibt es nicht.

Zum Beispiel hätte bereits stutzig machen können, dass die Webseite des Bundes Deutscher Juristen kein Impressum hat, wie es deutsches Recht vorschreibt. Was auch bei solchen Seiten nicht gefälscht sein kann: die URL-Adresse. Mit der simplen Frage »Wem gehört diese Webseite und wer betreibt sie?«, hätte man den Fake entlarvt.

Rechercheaufwand: Zwei Minuten

Für Webseiten mit unterschiedlichen Endungen sind in der Regel auch unterschiedliche Organisationen zuständig. Beispielsweise ist das Deutsche Network Information Center (Denic) für alle Domains zuständig, die auf *.de* enden. Über die Root Zone Database (www.iana.org/domains/root/db), eine Art Nachschlagewerk für Webadressen, die von der US-amerikanischen Internet Assigned Numbers Authority (IANA) betrieben wird, lässt sich die zuständige Organisation nachrecherchieren und über einen Direkt-Link erreichen.

Die Webseite des Bundes Deutscher Juristen endete auf *.org*. Somit ist die Organisation Public Interest Registry (PIR) zuständig. Dort nachgeschaut erfährt man über eine »Who-is«-Suchfunktion, dass *bunddeutscherjuristen.org* am 28.12.2005 eingerichtet wurde – nur drei Tage vor der Pressemeldung (http://pir.org/node). Die Domain gehört einer US-Firma, die mit der Dienstleistung Geld verdient, die Namen ihrer Auftraggeber zu verschweigen.

Die Root Zone Database aufzurufen, dem Link zur Who-is-Datenbank zu folgen und dort den Domain-Eintrag nachzuschlagen, dauert etwa zwei Minuten.

Wikipedia-Eintrag um PM zu decken

Am Tag, an dem die Ente über den Bund Deutscher Juristen die Runde machte, gab es auch Wikipedia-Einträge über den Verein und seinen angeblichen Vorsitzenden Claus Grötz. Beide Einträge wurden von Mitgliedern der Wikipedia-Community an diesem Tag als »Fake« enttarnt und gelöscht. Schon vorher hätte ein Klick auf den Link »Versionen/Autoren« gereicht, um zu erkennen, dass die Einträge ‚just in time' für die Pressemeldung eingerichtet wurden. Dieser Link ist in jedem Wikipedia-Artikel vorhanden.

Der falsche »Wilhelm«

Auch in einem anderen Fall ließ sich die entscheidende Erkenntnis mit einem Klick erlangen: Als Karl-Theodor zu Guttenberg im Februar 2009 zum Bundesminister

Spuren löschen

für Wirtschaft und Technologie ernannt wurde, nannten viele Medien den Nachnamen und die zehn Vornamen des fränkischen Adligen.

Einige Medien aber unterstellten ihm einen elften, den er gar nicht trägt: »Wilhelm«. Die *Bild*-Zeitung brachte den falschen Namen auf der Titelseite über dem Bruch. Er fand sich aber auch im Netz auf *Spiegel Online*, *handelsblatt.com*, *taz.de*, *sueddeutsche.de*, *heute.de* und vielen anderen Medien.

Zur Aufklärung des Fakes führte ein Eintrag am 11. Februar 2009 im *Bildblog*. Ein anonymer Gastautor erläuterte, dass er dem Wikipedia-Eintrag »Karl-Theodor zu Guttenberg« den »Wilhelm« hinzugefügt habe: »Ich fragte mich, ob es jemand merken würde«, schreibt er anonym.

Zwar waren andere Bearbeiter des Artikels in Wikipedia (den es ja schon gab), zunächst skeptisch. Für den neuen, unbekannten Vornamen, der am 8.2.2009 um 21:40 Uhr eingefügt wurde, verlangten sie einen Beleg. Sie akzeptierten den falschen Namen aber, als ihn Stunden später *Spiegel Online* in einem wörtlichen Zitat führte, und zwar so, als antworte Herr zu Guttenberg auf die Frage nach seinem Namen mit 11 Vornamen, inklusive Wilhelm.

Verwandschaft ausgeschlossen

Nachdem Guttenberg zum Wirtschaftsminister ernannt worden war, kam es zu einem weiteren Recherche-Patzer. Die »Von Guttenberg GmbH«, ein Groß- und Einzelhandelsunternehmen informiert bis heute auf ihrer Webseite (www.vonguttenberg.de/zu_guttenberg.html): »Aufgrund nicht zutreffender Informationen (u.a. *Focus Online*, *Tagesspiegel*, *Spiegel Online* u.a. basierend auf einer DPA-Mitteilung) wird unser Fachgroßhandel für Trockenbau, Isoliertechnik und Dämmstoffe mit dem CSU-Generalsekretär Dr. Karl-Theodor zu Guttenberg in Verbindung gebracht. Hiermit informieren wir Sie darüber, dass es sich hierbei um Fehlinformationen handelt.«

Die Wiki-Community war skeptisch. Als aber auf Spiegel Online das gleiche wie im Wikipedia-Eintrag stand, akzeptierte sie ihn.

Die Firma nennt bereits auf ihrer Startseite drei Telefonnummern. Kein Journalist der betroffenen Medien scheint sie genutzt zu haben.

Netz als Recherche-Sprungbrett

Auch in diesem Fall hätten Redakteure mit einem Klick auf die Versionsgeschichte in Wikipedia erkennen können, dass mit dem erst seit zwei Tagen bekannten Vornamen Wilhelm etwas nicht stimmt.

Außerdem lässt sich die freie Internet-Enzyklopädie als Sprungbrett nutzen, zum Beispiel über die »Weblinks«, die unter dem Artikel stehen. Ein Klick auf »Literatur von und über Karl-Theodor zu Guttenberg im Katalog der Deutschen Nationalbibliothek«, dort ein weiterer auf die »Personennormdatei« und der korrekte Namen steht auf dem Bildschrim. Auch ein Anruf beim vorherigen Arbeitgeber Guttenbergs, der CSU, wäre hilfreich gewesen.

Standards der Online-Recherche

1. Webbrowser als Basis-Werkzeuge der Online-Recherche beherrschen
2. Universalsuchmaschinen und deren erweiterte Suchfunktionen einsetzen
3. Wikipedia nicht als reine Quelle verwenden
4. Kollaborative Projekte (»Social Media«) wie Newsgroups, Social Networks, Weblogs, Social Bookmarks, Twitter etc. laufend nutzen
5. Spezialisierte Suchdienste verwenden
6. Quellen und Informanten so effektiv schützen wie bei anderen Recherchen
7. Digitale Quellen prüfen
8. Recherchen anonymisieren und verschleiern
9. Recherchen planen und protokollieren
10. Recherche-Ergebnisse gerichtsfest archivieren

Quelle: recherche-standards.wikispaces.com

Fatale Wikipedia-Gläubigkeit

Die unreflektierte Wikipedia-Gläubigkeit hat manchmal schlimmere Konsequenzen als in den geschilderten beiden Eulenspiegel-Streichen. Über einen schwerwiegenden Fall berichtete jüngst Christoph Schult im *Spiegel* (10/2010). Unter der Überschrift »Im Zweifel gegen die Opfer« schreibt er über die schleppenden Entschädigungen für ehemalige jüdische Zwangsarbeiter in Ghettos des in der Nazizeit von Deutschland besetzten Polen. Viele Anträge wurden von der zuständigen »Landesversicherungsanstalt Rheinprovinz« in Düsseldorf und von angerufenen Nordrhein-Westfälischen Gerichten abgelehnt. Auf sehr zweifelhafter Grundlage, wie Schult schreibt: »Historiker wurden bei den Entscheidungen anfangs nicht zu Rate gezogen. Lieber verließen sich Versicherungssachbearbeiter und Richter auf oberflächliche Nachschlagewerke wie das Internetlexikon Wikipedia. In vielen Fällen behaupteten sie, es habe in der betreffenden Stadt gar kein Ghetto gegeben.«

Gefährliche Metadaten: Beim Spiegel kam es 2007 durch ein Online-Dossier im PDF-Format zum Quellenverrat.

Doch die Nichterwähnung eines Sachverhaltes (zum Beispiel eines Ghettos) ist kein Beleg für die Nichtexistenz. Hier zeigt sich eine fatale Internet- und Wikipedia-Gläubigkeit.

Die richtige Site für die Recherche-Frage

Bei kompetenten Online-Recherchen müssen die eingesetzten Suchwerkzeuge und die angewendeten Methoden zu den gestellten Fragen passen. Ein Beispiel: Wer nach einem Buch sucht, kann danach googeln. Wer nach der korrekten Titelaufnahme für das Buch sucht, ist mit dem Katalog der zuständigen Nationalbibliothek (in Deutschland die Deutsche National Bibliothek, *d-nb.de*) besser bedient. Wer das Buch aus einer Bibliothek (möglichst in der Nähe) entleihen möchte, sollte einen Verbundkatalog (etwa den Virtuellen Katalog der Universität Karlsruhe, KVK) konsultieren, und wer das Buch kaufen möchte, sucht am besten bei einem kommerziellen Anbieter wie Libri oder für alte Bücher beim Zentralen Verzeichnis Antiquarischer Bücher (ZVAB). Diese Entscheidung und das Vorwissen kann kein Suchwerkzeug dem Suchenden abnehmen.

Albrecht Ude ist....

Gottesgeschenke für den Rechercheur

Gefährliche Wissenslücken gibt es bei den Metadaten digitaler Dokumente und der sicheren elektonischen Kommunikation. Beides berührt den Informantenschutz. So kam es im Oktober 2007 beim *Spiegel* durch ein unachtsam zusammengestelltes Dossier im PDF-Format zum Quellenverrat.

Metadaten sind Angaben über Inhalt und Entstehung des Datei-Inhaltes. Es gibt sie in fast allen Datei-Formaten. Wer beispielsweise eine neue Word-Datei im Verzeichnis »Eigene Dateien« speichert, hat bereits drei solcher Spuren darin hinterlassen. Standardmäßig trägt Word Autor und Firma in die »Datei-Informationen« ein.

Lässt der Nutzer diese Felder frei, übernimmt Word statt dessen die Angaben, die bei der Registrierung des Programmes eingetragen wurden. Auch der Speicherort wird im Dokument vermerkt (als »C:\Dokumente und Einstellungen\[Nutzerverzeichnis]\Eigene Dateien«). Das »Nutzerverzeichnis« ist dabei oft der Name oder das Kürzel des Dateiautors – ein relevanter Hinweis auf die Quelle.

Das Wissen um solche Metadateien, die man auf dem Bildschirm oder ausgedruckt nicht sehen kann, benötigt jeder Journalist: Zwar können sie bei der digitalen Veröffentlichung von Dateien Fallstricke sein – für einen Rechercheur sind sie aber Gottesgeschenke.

Durch Mausklick eigene Daten hinterlassen

Auch beim ganz normalen Surfen verrät jeder User vieles über sich im Netz. Wieviel, lässt sich testen: Wer den »Privacy Test« auf *tools-on.net* klickt, dem zeigt die Webseite an, welche Daten allein durch diesen Mausklick an den Webserver geflossen sind: IP-Adresse, Browserversion, Betriebssystem, Referer (das ist die Webseite, über die man per Link gekommen ist) und vieles mehr. Besonders heikel: Wer unter »Client's hostname« oder »Preferable Mail Server« den Namen des eigenen Mediums liest, hinterlässt bei jedem Surfen im Internet quasi die eigene Visitenkarte. ■

Weiterführender Link:
»Handbook of Journalism« von Reuters mit einem Abschnitt »Reporting from the Internet and using social media http://handbook.reuters.com/index.php/Main_Page
Diskussion über Recherchestandards: *recherche-standards.wikispaces.com*

Figures, statistics and the journalist: an affair between love and fear

Some perspectives of statistical consulting in journalism

Holger Wormer
Chair of Science Journalism, University of Dortmund, Germany

Summary

With phrases like '50.1 percent of women like . . . ' and '49.9 percent of men hate . . . ' there seems to be nothing the media love more than figures and surveys which convey (apparently) simple messages. At the same time journalists seem to hate nothing more than too many figures or even calculations. Moreover mathematics and statistics are very unpopular even on the science pages of quality newspapers (e.g., Wormer 2006). This short note will give some reasons for the sometimes strange relationship between journalists and statistical data. Moreover it will discuss some proposals on how this relationship between journalists and statisticians may be improved in the future, e.g., by a cooperation in the field of computer assisted reporting (CAR).

1 The love affair: the fascination with numbers and surveys in the mass media

GEOWissen is one of the most popular magazines of popular science writing in Germany, similar to *National Geographic* and well known for interesting and well written stories. Nevertheless in 2005 its most cited 'story' by other German mass media covered just a double page with figures – answering the question 'What are we doing all these years?' by giving statistical data on how long the average man watches television during his lifetime (5 years and 6 months), how long he waits in traffic jams (6 months), or how long he has a sexual orgasm (in total 16 hours).

Other German magazines like *Focus* proudly present a 'Survey of the Week' giving results of public opinion polls concerning all questions of every day life. The media also love rankings with titles like 'The 500 Best Medical Doctors' or the 'Best Universities.' Sometimes even subjects like 'the probability of the improbable' or the 'science of randomness' are good for a cover story even in news magazines like *Spiegel* or *Focus* (2004). Statistics and numbers often seem to give just simple messages that fit into a short headline (although the given data and answers often do not seem very reliable to experts in statistics). Regarding the media circus of numbers and opinion polls in the popular press the daily German newspaper *TAZ* (2004) claimed: 'It is astonishing that there is no house of editors yet who has launched a special magazine on surveys and studies on the market.'

But the attraction of numbers does not seem to be limited to Germany. As the statistician Kevin McConway (2007) states also: 'The British public seems pretty keen to read statistics about the way we all live. The media are full of data from surveys on pretty well every

aspect of our lifestyles. That's how we know that over four times as many of us have mobile phones than we did six years ago, that British men spend, on average, 23 minutes longer a day watching TV than do British women, or that sales of fast food in Britain went up by 80% between 1993 and 2003.' McConway explains the love for numbers: 'We do like knowing what our fellow citizens are getting up to. And, if the information is in the form of impersonal statistics, we don't have to feel guilty about spying on our neighbours. I became a statistician partly because I like poking my nose into other people's business – most people don't go quite to this extreme, but we're still interested.'

According to McConway the fascination of numbers is certainly not unique to British people, either: 'The French seem even keener on statistics. They regularly publish glossy books on the topic, from which you can learn that there are 17.5 million pet dogs and cats in France, or that 13% of French people prefer to make love in the afternoon (as opposed to some other time of day).'

Apart from such personal findings some authors have at least tried to quantify the significance of numbers in the news. For example, Maier (2002) analyzed in a one-month content review more than 500 news stories in order to estimate how often mathematical calculation is involved in local news reporting. He found that nearly half of the stories examined required some sort of mathematical calculation or numerical point of comparison. Only in the Metro section were number-based stories outnumbered.

2 The rule of three and other moments of fear for journalists

On the other hand the media hate numbers or – even the simplest – calculations. As a typical example we will take a closer look at an editorial in the newspaper *Süddeutsche Zeitung* concerning the failure of BSE testing in Germany (Wormer 2004). The question was how many infected cows may have escaped the attention of the institutions because of 10,000, even less, incorrectly tested cows. A first answer was a simple calculation with the rule of three:

- 'As a result of three million tests, 54 infected cows have been found until today.'
- 'Actually less than 10,000 tests have not been done as prescribed.'
- 'Statistically seen there is probably not a single infected cow in the not correctly tested cattle.' (54×10,000 / 3,000,000 = 0.18)

Of course besides pointing out the small risk in this case the editorial also discussed the possibility of a non-random choice of the not-tested cattle and the violation of consumer trust. However, the news editor of *Süddeutsche Zeitung* had the strong feeling that the rule of three calculation would be too difficult for the reader – even for the reader of one of the most prestigious newspapers in the country. He was probably right.

For similar reasons Steven Hawking may have been right to avoid all formulas except $E = mc^2$ as he explains in his bestseller *A Brief History of Time*: He was told that every formula in a popular book would divide the number of readers by two. Some (also psychological) reasons for the difficulties of the average person to estimate the proper results by given figures and his perception of risks are discussed by Gigerenzer (2003). Especially for journalists, reporting on things that have not yet happened but may happen in the future with a certain uncertainty is a big challenge. Classical news journalism is more used to giving facts of things that have already happened, e.g., the number of injured people and the estimated damage of a traffic accident. In general risk communication may be regarded as a 'natural' problem zone in journalism.

3 A common responsibility to avoid improper data with severe consequences?

Sometimes the problem with the perception of risks and numbers begins even in science itself (and especially in medicine!) before they find their way into the mass media. One example was the information given on a regular breast cancer screening in Germany. 'Within 10 years the breast cancer screening reduces mortality by 25%,'was an often cited sentence of medical doctors. Only a few in the media succeeded in uncovering this misleading information by using absolute instead of relative numbers, that is: 'Without breast cancer screening 4 out of 1000 women die of breast cancer within ten years. With the use of screening there are 3 out of 1000.' The weekly newspaper *Die ZEIT* (Koch and Weymayr 2003) even found a way of not only giving an explanation of these facts but also giving their readers a feeling of the figures. They printed hundreds of symbols representing the women who were supposed to have been tested to identify and to treat their cancer as opposed to the one woman who had not had the screening.

In general visualization is a wonderful but (until today) less developed method to demonstrate figures, facts and formulas clearly to readers and spectators (for an excellent treatment of the issue see Tufte 2001). As improper statistical data given by scientific or other institutions, governments and companies, as well as their improper visual presentation, often have severe consequences when distributed by the mass media without being scrutinized, there is a need for better quality control in these fields. For example, inappropriate rankings of the best universities in relation to the amount of the external funding could have a strong impact on their development. Other examples in the scientific community are errors in citation statistics that have often been discussed in scientific journals (e.g., *Nature* 2002) but curiously used for advertisement of such journals at the same time (e.g., an advertisement referring to the impact factor by using the slogan: 'No *Nature*, no impact!').

Such examples of bad or even manipulated statistical data are numberless (see, e.g., Best 2001, Huff 1993), and the sometimes severe consequences of distribution of improper data are the reason why experts in statistics and experts in journalism may share a kind of common (and perhaps more active) role as responsible watchdogs for the public (possible consequences of mathematical illiteracy are also discussed by Paulos 2000).

4 CAR: a special field for cooperation between journalists and statisticians

4.1 A brief history of computer assisted reporting and the handling of data-based stories

To some degree computer assisted reporting (CAR) may be regarded as a further development of precision journalism (Meyer 1973), an inquiry method in journalism which uses quantitative social science research methods to gather news (Demers and Nichols 1987): 'Precision journalism is already described for some journalistic investigations in the 1930s.' However, only the combination of powerful computers and the World-Wide Web has offered the possibility of storing and analyzing (or generating by web robots) big databases in order to discover ideas for a story or to add facts and proofs to a story which has already been initially investigated by classical journalistic means.

The first steps of CAR date back to the second part of the 1970s with the foundation of the society of *Investigative Reporters and Editors* (IRE) in the US (http://www.ire.org). Now

there is even a *National Institute of Computer Assisted Reporting* (NICAR) at the Missouri School of Journalism which stores and distributes databases to journalists systematically. Since 1989 there has been at least one *Pulitzer Prize* story every year generated by CAR techniques (Redelfs 2001). One example was the story of fraud in the election of the mayor of Miami: Journalists compared the voting register database with databases of estate agents to find the addresses, where five or more votes by mail came from one household or even from estates where no house existed (Wessel 2003).

However, the total number of database driven stories cannot accurately be estimated. According to the Acting Director of IRE in the past four years, more than 700 investigations that involved significant CAR work have been posted on the IRE website that tracks ongoing investigations. These represent a small percentage of the total number of stories that involve CAR in some way for a fact, context or graphic (personal communication, Houston 2007). Examples of database driven articles can be found in an overview of general investigative articles at http://www.ire.org/extraextra/archives.html or http://www.ire.org/resourcecenter/search.php (search: 'database').

As in statistics, in database driven CAR the quality of the results can only be as good as the original database. At the same time it may already be an interesting story if a journalist discovers that an important official database which is distributed by government agencies has serious deficits and faults. CAR-experts like Houston (2007) point out that it has always to be 'assumed that every database is in some way incomplete or imperfect and it is important to determine what its weaknesses are. (. . .) Integrity checks include checking for typographical errors, inconsistent entry of place names, amounts or numbers outside the normal range expected, and recalculating calculated fields or totals.' A collection of databases for journalists can be found at http://www.ire.org/datalibrary. Beside collecting and analyzing official databases from governmental and similar institutions some journalists also create databases by themselves for their own investigations. Of course, in both cases assistance from professional statisticians could be very helpful – maybe in the sense of further developing CAR into statistics assisted reporting (SAR), as proposed by one of the reviewers of this article.

4.2 CAR in Germany compared to the US

Although there is no evidence that the average US journalist is in general better qualified for dealing with numbers and statistics than his colleagues in Europe, at least among highly qualified journalists CAR seems to be more popular in the US than in many European countries. One reason may be a generally higher attraction to computer-based tools in the US; another one may be the Freedom of Information Act which traditionally forces US government organizations to transparency with facts and figures. A third reason probably is the much higher degree of specialization of US journalists, making it easier to establish a subspecies of journalists, 'number crunchers' who analyze databases to generate stories, whereas such behaviour is more or less unpopular among German journalists.

Nevertheless the association of investigative reporters in Germany (*Netzwerk Recherche*) has already started some efforts to make the field more popular in Germany (http://www.netzwerkrecherche.de). Moreover since 2006 the preconditions for CAR have improved also in Germany by the nationwide *Informationsfreiheitsgesetz* which – however, not as strict as the US Freedom of Information Act – will provide better access to government databases for statistical (and journalistic) analysis. One opportunity to get more media interested in the possibilities of such a systematical analysis of masses of the feared figures (see Sect. 2) are tailored study courses combining skills of journalism and statistics (e.g., the science journalism course at the University of Dortmund, http://www.science-

journalism.org). As science journalists also in general have by training the closest relationship to figures and formulas they may play a leading role here in the mass media. Another opportunity could be a systematic cooperation between journalists and statistical consultants.

Recently, there have been some encouraging developments: In June 2007 the biggest German news agency (*Deutsche Presse Agentur*, DPA) announced its intention to build a subdepartment (RegioData) in autumn 2007 which will specialize in generating and enforcing database driven articles. This is even more remarkable considering the fact that the most important costumers of DPA are regional newspapers.

5 Conclusion and proposals for a 'happy ending' to the strange love affair

As discussed before the media (and their audience) are highly interested in surveys, figures and statistics – at least if these are related to daily life. The explanation for that given by McConway seems to be reasonable from a journalistic point of view and is consistent with many aspects of news theories (Galtung and Ruge 1965). Since the closeness to the reader (listener, etc.) is one of the observed news factors the news theory is also consistent with the fact that journalists usually report on issues that have already happened, but not on events that have not yet happened (but may happen in the far future with a certain probability). Furthermore, it is likely most journalists have become journalists because they like dealing with language (if they had preferred to deal with mathematics they probably would have become statisticians) so that they are often not able and sometimes may not be willing to check statistical data by themselves – especially not in the extremely limited time slots of daily news and deadlines: Statisticians may have days and up to weeks for their analysis of a database, journalists usually have minutes to hours.

Regarding statistics as presented by statisticians it often seems to be too complicated for a general audience. A reader of a newspaper in an overcrowded subway is not able (and especially not willing) to read and decode a sophisticated data analysis. 'The medium is the message,' as stated by McLuhan (1964), where in general some complicated messages may be – at least to some extent – incompatible with the mass media. At the same time statisticians sometimes do not recognize by themselves the 'big media story' behind an interesting data analysis they have done. They are not used to thinking in story telling frames and news factors. They may also not know about the numerous investigation tools of professional journalism, which give some first statistical findings a political or economic angle which is of high interest to the public. Here some training in journalistic strategies, thinking and investigation tools for statisticians may also be helpful.

Rankings and competition seem to be of increasing importance in many areas in society (politics, economics, science) and wrong data may have more severe consequences. As a conclusion, journalists could combine an interesting statistical data analysis with a classical systematic investigation as well as helping statisticians to find an appropriate and understandable way of telling the story behind their figures and analysis in the mass media. CAR could especially be one interesting field here for an even deeper cooperation between journalists and statisticians.

To sum up, statistical consulting for the mass media could offer a common commercial perspective (as already illustrated by the above-mentioned project of the DPA) as well as a kind of promotion of statistics in the popular press. But it may also be regarded as a shared responsibility of transparency which should be assumed by journalists and statisticians in a modern society. ❑ (2007)

Acknowledgement
The author would like to thank Brant Houston, Jan Henner Reitze, Christoph Marty and Claus Weihs for a fruitful discussion of possible links between CAR and science journalism and Inka Reichert for finding some of the references.

References

Demers, D.P., Nichols, S. (1987) Precision Journalism. A Practical Guide. Sage, Newbury Park, 10

Best, J. (2001) Damned Lies and Statistics: Untangling Numbers from the Media, Politicians, and Activists. University of California Press, Berkeley, CA

(2004) Zufallsforschung: Warum immer ich? Wie das Unvorhersehbare unser Leben bestimmt. **Focus**, 17

Galtung, J.R., Ruge, M.H. (1965) The structure of foreign news. Journal of Peace Research 2, 64–91

(2005) Zeit – das ewige Rätsel. **GEOWissen** 36, 76–77

Gigerenzer, G. (2003) Reckoning with Risk. Learning to Live with Uncertainty. Penguin, London

Houston, B. (1998) Computer Assisted Reporting. A Practical Guide. St. Martin's, New York

Huff, D. (1993) How to lie with statistics. paperback reissue of the 1954 edn., Norton, New York

Koch, K., Weymayr, C. (2003) Vom Segen des Nichtwissens. Bislang gilt die Früherkennung als die wirksamste Waffe im Kampf gegen den Krebs. Doch ist sie das wirklich? Die ZEIT 23, 27–28

Maier, S.R. (2002) Numbers in the News: a mathematics audit of a daily newspaper. Journalism Studies, 34, 507

McConway, K. (2007) Statistics and The Media. The open university / BBC. http://www.open2.net/moreorless/statisticsmedia.html. Accessed 31 Aug 2007

McLuhan, M. (1964) Understanding Media. The Extension of Man. Routledge, London

Meyer, P. (1973) Precision Journalism. Indiana University Press, Bloomington

Nature Opinion (2002) Errors in citation statistics. Nature 415 (6868), 101

Paulos, J.A. (2000) Innumeracy. Mathematical Illiteracy and its Consequences, reprint from 1990, Penguin, London

Redelfs, M. (2001) Computer Assisted Reporting als neue Form der Recherche. In: Kleinsteuber, H. Aktuelle Medientrends in den USA. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden

(2004) Prinzip Zufall. Die Wahrscheinlichkeit des Unwahrscheinlichen. Der **Spiegel**, 33

(2004) **TAZ**, 5 July 2004

Tufte, E.R. (2001) The visual display of quantitative information. 2nd edn., Graphics, Cheshire, CT

Wessel, R. (2003) Investigative Datenjongleure. message, no 2

Wormer, H. (2004) Sars, BSE und Pkw. Auch wenn manche Risiken häufig überschätzt werden, entschuldigt das keine Schlampereien. Süddeutsche Zeitung, 4

Wormer, H. (ed.) (2006) Die Wissensmacher. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 20

Confessing Errors in a Digital Age

'With accuracy as the foundation of media credibility, setting the record straight is essential to restoring trust that is eroded by errors.'

By Scott R. Maier

"Accuracy is our goal, and candor is our defense" proclaims The Washington Post's credo for handling corrections, and doing so promptly. Imagine the chagrin when earlier this year the newspaper's ombudsman, Andrew Alexander, discovered a backlog of hundreds of correction requests; a few dated back to 2004. In his column, "A Corrections Process in Need of Correcting," Alexander observed that reporting inaccuracy for some was akin to "sending a correction request into a black hole."

Rest assured that the Post won't be lonely in digging deep into this black hole.

News errors rarely are corrected. In a study I did of factual errors reported to 10 daily newspapers, I found that nearly all – 97 percent – went uncorrected. Nevertheless, survey research indicates the majority of U.S. newspaper editors and reporters believe that a correction "always" follows a detected error. This level of faith is not widely shared by newspaper readers.

It's important to understand why newspapers have tended to fall short on their perceived commitment to correct what they got wrong the first time around. And in a time when anybody can easily post – and pass along – news and information online (usually without an editor's scrutiny), the need is greater than ever to set in place a coherent system of correcting errors – despite the digital practitioners' assurances about the Web's inherent self-correcting nature.

With accuracy as the foundation of media credibility, setting the record straight is essential to restoring trust that is eroded by errors. The code of ethics of the Society of Professional Journalists states: "Admit mistakes and correct them promptly."

So, if corrections are agreed to be a fundamental contract of journalism, then why have newspapers shown themselves to be hesitant, at times, to acknowledge their errors? I'd propose a few explanations:

> **Unwillingness to recognize errors are numerous:** Journalists err more often than many in the profession acknowledge – or even realize. The first step in overcoming inaccuracy is to recognize that errors in the press are far more numerous than the "corrections box" would indicate. Industry and scholarly research have documented time and time again that errors in the news media are disturbingly common. The largest accuracy audit, a recent study that Philip Meyer and I conducted of 22 newspapers, found an error rate among the highest in seven decades of accuracy research: over 59 percent of local news and feature stories

were found by news sources to have at least one error.[1] Still to be assessed by research is the toll on accuracy brought by newsroom staff reductions and the concurrent expansion to 24/7 operations producing print and digital editions of the news.

Hesitancy in offering corrections: In a follow-up study, I tracked 1,220 news stories identified by news sources as being factually flawed. Of those, corrections were published for 23 of them, a corrections rate slightly below two percent.

Hesitancy in demanding corrections: Journalists and news organizations are often unaware of the errors they've made. In our cross-market examination of accuracy of U.S. newspapers, Meyer and I found that only about one in ten news sources informed the newspaper of errors that they'd identified. While many errors were considered too inconsequential to correct, news sources also expressed a sense of futility; either a correction would do little to set the record straight, or worse, that their complaints would draw reprisal from the newspaper.[2] The study's findings are consistent with a large-scale public survey by Associated Press Managing Editors, in which many people told pollsters that they don't contact newspapers about mistakes.

Reader complaints are often ignored or denied: The news media can hardly be expected to correct errors they do not know were made, but what happens when mistakes are brought to their attention? Too often, very little. Of 130 news stories in which the news sources said they informed the newspapers of factual inaccuracy, complaints yielded only *four* published corrections. In other words, the corrections rate budged barely higher (three percent compared to two percent) when sources reported factual errors than when they did not inform the newspaper of errors.

There are few incentives to acknowledge errors. Even quality newspapers often lack a system or culture of vigilance when handling reported errors. As Alexander notes in his Washington Post column, "Accountability is lacking. Reporters and editors can neglect correction requests with little consequence. Correction rates are not typically raised in performance evaluations."

Corrections Online

The corrections system is often flawed in print journalism, but the checks and balances needed to assure accuracy are arguably even more haphazard with the journalism that news organizations display online. In a survey of 155 U.S. newspapers, my colleague

---

[1] These findings were published in, "Accuracy Matters: A Cross-Market Assessment of Newspaper Error and Credibility," Journalism & Mass Communication Quarterly 82 (autumn 2005): 533 – 51 and in Philip Meyer's book, "The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age (Columbia, MO, University of Missouri Press, 2004)

[2] The article about these findings, "Setting the Record Straight: When the Press Errs, Do Corrections Follow?" can be read at www.allacademic.com//meta/p_mla_apa_research_citation/0/9/1/5/3/pages91538/p91538-1.php

John Russial found that in only half of the newsrooms were stories posted online always copy edited. Among larger newspapers (circulation above 100,000), a quarter reported they never copy edit online stories. Blogs received even less scrutiny – only one third of editors said they copy edit these Web postings. This sharply contrasts with the print tradition of having all stories, including staff columns and guest opinions, be edited for accuracy, style, taste and libel.

"Unlike reporters and photographers, copy editors have not been invited to participate in the online revolution at many newspapers. That failure might have serious implications for the quality of newspapers," Russial dryly concludes in an article published in the Newspaper Research Journal.[3]

Many bloggers contend that online news needs less editorial oversight because readers quickly point out errors and content is corrected in real time. "We need to realize that journalism and the telling of a news story is a process, and we don't have to wait until we have everything before we publish," writes Mathew Ingram in a PoynterOnline column with the provocative headline, "Break Journalism Rules When You Blog?" Ingram continues: "That doesn't mean we should stop at telling just part of a story, of course; but it is fine to publish something short, then update, edit and correct. That's what wire services do, after all." A responsible blogger, Ingram adds, acknowledges mistakes and corrects them.

Still, a clear standard for handling online errors is lacking. As corrections monitor Craig Silverman notes in his "Regret the Error" column[4], news organizations often "scrub" their errors online. This means that an entire story can disappear without explanation when it has been found to have been erroneously reported. Yet, others not only quickly correct errors but acknowledge within the article what had been previously misreported. Unformulated, too, are accepted standards for correcting assertions made in citizen videos, blogs and other forms of social media.

Silverman argues that acknowledgement of inaccuracy is even more essential in an online world than in print because it is virtually impossible to erase erroneous information posted on the Internet. He says: "Online errors don't disappear like yesterday's print edition. News organizations need to recognize what the new permanence means for errors and corrections, and act accordingly."

Improving Accuracy

News accuracy is an age-old challenge, now heightened by the online realities of real-time, multimedia reporting by citizens as well as professional journalists. While it's not plausible, or perhaps even desirable, for every news error to be detected and corrected, clearly the profession – in print and online – can and should do better.

---

[3] Russial's article, "Copy Editing Not Great Priority for Online Stories," was published in the Spring 2009 edition of Newspaper Research Journal

[4] Silveman's article, "Reliable News: Errors Aren't Part of the Equation," appeared in the Spring 2009 issue of Nieman Reports.

Minimizing errors by figuring out why they happen and doing what it takes to get the story right at the start is, of course, the best solution. As absurdly obvious as it might sound, the evidence supports it wholeheartedly. Research shows that error rates fall markedly when two things happen:

1. Reporters take the time to recheck their work sentence by sentence.
2. When reporters and editors are held accountable for mistakes when they occur.

Ensuring prompt corrections is another good remedy. Might also seem obvious, but when National Public Radio last year adopted a vigorous policy to identify and correct mistakes in broadcasts and on the Web, the network reports that its corrections' page had nearly as many error posts in one month as it had during the entire preceding two years. And The Washington Post whittled its huge corrections backlog after summoning 30 editors and staff for "remedial training" on how reported errors should be handled.

Digital practitioners should recognize that it isn't sufficient just to keep updating content as mistakes are discovered. If time doesn't permit traditional copy-editing, then a system of "back editing" should be implemented so that all content benefits from a editor's eye. Mistakes should not only be promptly corrected but also explicitly acknowledged in the story.

Then there is the now-legendary claim that the interactive nature of digital media makes mistakes quicker to be identified and corrected. This premise needs to be tested and evaluated by independent research. In the meantime, communication scholars also can help identify and evaluate ways to proactively curb inaccuracy as well as to encourage corrections when errors are made, whether in print or online.

Technological change does not fundamentally alter the need to publicly confront these errors. As The Washington Post states in its corrections' policy: "We have an affirmative obligation to make corrections, not just to avoid repeating them. Confessing error enhances our credibility with readers, and humbles us appropriately."##

Scott Maier is an associate professor at the University of Oregon School of Journalism & Communication. He worked for nearly 20 years as a newspaper and wire service reporter in Seattle, where he acknowledges having made more than his share of errors requiring correction.

Vorsicht! Unsichere Infos

Nicht immer legt ein Journalist für seine Quelle die Hand ins Feuer. Denn manchmal war es ihm nicht möglich, die Information zu überprüfen. Was tun?

VON GERD ROTH

Die Information ist stets nur so sicher wie ihre Quelle. Aus diesem Grund verwenden seriöse Medien zu Recht viel Energie auf Quellen und ihre Nennung in den Texten. »In jeder Meldung müssen Informationen oder Ansichten durch Angabe der Quellen nachvollziehbar sein«, heißt es etwa in den Standards der Deutschen Presse-Agentur (dpa). Nur Quellen eröffnen den Lesern die Möglichkeit, Genauigkeit und Zuverlässigkeit eines Textes beurteilen zu können. Doch nicht immer können Quellen klar benannt werden. Oder die Quelle kann vom Autor nicht richtig eingeschätzt werden, gilt gar als unsicher. Und schon fangen die Schwierigkeiten an. Was mache ich jetzt mit meiner schönen Information?

Umschreibungen nur wenn notwendig

Ich kann meine Quelle verschleiern. Doch eine Verschleierung deckt nicht nur den Informationsgeber, sondern macht den Inhalt auch weniger nachprüfbar. Deshalb: Wenn Verschleierungen und Umschreibungen der Quelle notwendig sind, sollten sie so zuverlässig wie möglich sein. Eine Information »von zuständiger Stelle« oder »von offizieller Seite« sollte aus einer Quelle stammen, die für das Beschriebene tatsächlich inhaltlich oder formal zuständig ist. Auch Funktionen sollten einen direkten Bezug zur Information haben. Berichte aus der Sitzung eines Gremiums können etwa »Teilnehmer« oder »Mitglieder« sicher wiedergeben. Die sprachlich wenig schönen und inhaltlich allgemeinen »Kreise« sollten nur ausnahmsweise verwendet werden. Wer seine Informationen im Text aber nur auf Quellen wie »von zuständiger Seite«, »informierte Kreise« oder gar das völlig nichts sagende »Beobachter« stützt, gefährdet die notwendige Glaubwürdigkeit. Leser müssen sich in solchen Fällen allein auf die Seriosität des Mediums verlassen. Niemals sollten Umschreibungen einer Quelle eine mangelnde Recherche verdecken.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten verschwimmen bei vielen Medien journalistische Arbeit und Eigendarstellung. Auf Exklusivität der eigenen Darstellung wird zu Gunsten des schnellen PR-Effekts und damit mittelfristig verbundener Werbeeinnahmen verzichtet. Informationen werden nicht mehr nur wegen ihrer Brisanz, sondern auch zur Nennung des eigenen Mediums noch vor der Veröffentlichung vor allem an Multiplikatoren wie etwa Nachrichtenagenturen übermittelt.

Mit dieser Entwicklung einher geht die Häufung von umschriebenen oder verschleierten Quellen, aber auch von Informationen, die sich bei Nachrecherche als unzusammenhängend, überzogen interpretiert oder gar falsch erweisen. Da regt sich dann der Verdacht, dass die häufige Verwendung umschriebener Quellen mit dem Mangel sicherer Informationen zusammenhängt. Ein journalistisch höchst unbefriedigender Zustand.

„Nach Fernsehbildern“

Auch Medien müssen als Ursprung einer Information genannt werden. Das ist nicht nur fair gegenüber den Kollegen und notwendig gegenüber den Rezipienten, sondern in einigen Fällen auch technisch erforderlich. So können TV-Bilder etwa wegen optischer Verzerrungen schnell eine eigene

Realität oder nur einen unzuverlässigen Eindruck des gesamten Geschehens vermitteln. In solchen Fällen macht ein Quellenhinweis wie »nach Fernsehbildern« die mögliche Unsicherheit deutlich.

Unsichere Informationen

Vorsicht ist bei elektronischen Quellen und Übermittlungswegen geboten. E-Mails und Faxabsender können problemlos gefälscht werden. Doch selbst wenn der Absender stimmt, heißt das noch nicht, dass die Information auch daher stammt oder richtig ist. Jenes folgenschwere Fax, mit dem Helmut Kohl vermeintlich die Enttarnung seiner angeblichen Spender ankündigte, kam tatsächlich aus einer CDU-Fraktion. Dennoch war es eine Fälschung. Deswegen müssen Absender und Authentizität der Information stets überprüft werden.

Auch das Internet ist unabhängig von seinen guten und schier unbegrenzten Recherchemöglichkeiten eine sehr unsichere Quelle. Eine web-Information muss daher mit weiteren Quellen gecheckt werden.

Unbekannte Quellen

Informationen aus unbekannten Quellen müssen nicht automatisch schlecht oder unzutreffend sein. Allerdings sollte die Seriosität der Quelle zunächst überprüft und so gesichert werden. Dazu können Referenzen eingeholt werden. Wer kennt die Quelle? Womit hat sie normalerweise zu tun? Ist sie kompetent für ihre Angaben? Je nach Art der Quelle können geeignete Ansprechpartner im Umfeld, bei Kontaktpersonen, selbst bei offiziellen Stellen sitzen. Auch eine Rückfrage bei Journalistenkollegen kann hilfreich sein. Eine unbekannte Quelle lässt sich zudem gegenchecken mit gezielten Fragen zu Aspekten, die durch anderweitige Recherche bereits bekannt sind.

In einigen Fällen wird versucht, zur Deckung des oder der Informanten die Aufmerksamkeit in eine ganz andere Richtung zu lenken. Dazu die dpa-Standards: »Es darf in keinem Fall aus Gründen der Tarnung eine Information einer anderen Quelle ‚untergeschoben' werden.«

Lieber auf eine Information verzichten

Es werden sich trotz aller Vorsichtsmaßnahmen im Redaktionsalltag immer wieder Zweifel ergeben, weil sich eine Quelle nicht »hart» machen lässt. So schwer es engagierten Mitarbeitern auch fallen mag: In solchen Fällen sollte mit Blick auf die journalistische Verantwortung auf eine Verwendung der Informationen verzichtet werden.

Mit freundlicher Genehmigung von

http://www.message-online.com

ZEIT ONLINE | LEBENSART

Mitarbeiter der Woche

Peter Canby, 49, ist der Mann, den sich jedes Magazin als Mitarbeiter nur wünschen kann: Seit 1978 ist er der oberste Faktenchecker beim New Yorker. In dieser Woche wird das berühmte Magazin 75 Jahre alt

VON Claudia Steinberg

»Ich fuhrwerke herum mit Kommata, Semikola, Duden und Formulierungen, und es macht mich verrückt«, beklagte 1929 der Gründer des *New Yorker* , Harold Ross, seine selbst auferlegte Pedanterie. Doch die Detailbesessenheit des berühmten Magazins, das in dieser Woche 75 Jahre alt wird, war immer Teil seines Mythos. Sein perfektionistisches Fact Checking Department gilt als »Vatikan der Wahrheitsfindung«, und wenn das wahr ist, dann muss man Peter Canby wohl den Papst nennen: Der Mann ist seit 1978 Chef der Fehlerfahnder, hoch oben, 20 Etagen über dem Times Square. Während Zeitschriften wie *Newsweek* aus Sparsamkeit die Verifizierung von Geschichten zunehmend ihren Redakeuren überlassen, wurde Canbys Mitarbeiterstab 1992 verdoppelt. »Wir haben eine modernere Arbeitsweise eingeführt: Bis dahin wurde meist ein Fact-Checker einem Artikel zugeordnet, für den er drei Wochen Zeit hatte. Heute sitzen mehrere Leute ein, zwei Tage lang an einem Text.« Von seinen Mitarbeitern erwartet er eine breit gefächerte Bildung von Politik bis Kino, einen gewissen Enthusiasmus für Statistik und endlose Neugierde. Vor allem aber braucht ein Fact-Checker diplomatisches Talent. Autoren sind zwar für die Vermeidung blamabler Irrtümer dankbar, lassen sich aber ungern der Nachlässigkeit überführen. Viele nehmen den Dokumentaren das routinemäßige Misstrauen übel, weil sie ihnen alle Aufzeichnungen übergeben müssen. Canby: »Wenn ein Zitat im Artikel nicht in den Unterlagen auftaucht, haken wir nach.«

Obwohl das Internet die Faktensuche ungemein beschleunigt hat, steckt es voller Tücken - hier potenzieren sich Falschinformationen wie Viren. Sicherer sind die eigene Bibliothek und natürlich die alten Ausgaben. »Was einmal im Magazin gestanden hat, gilt als zuverlässige Quelle«, sagt Canby, der mit seinem Studium der Geschichte und Literatur ein präzises Instrumentarium für Dichtung und Wahrheit erwarb. Die immer häufiger praktizierte Vermischung von Fiktion und Fakt zur »Faction«, wie sie neulich Edmund Morris mit der Einführung einer Kunstfigur in seiner Reagan-Biografie wagte, hält Canby für eine gefährliche »Erosion der Wahrheit«.

Fehler? Selbst im *New Yorker* wird mal ein Ort in Nepal oder ein Bach in Australien falsch geschrieben. Canby erinnert sich außerdem an einen Skandal um einen kalten

Fisch. Im Heft stand, der Fisch käme gefroren aus Frankreich nach New York, doch der Chef des beschriebenen Restaurants protestierte: In seiner Küche gäbe es nur frische Zutaten. Eine aufwendige Recherche ergab, dass der Steinbutt bei 0,1 Grad Celsius über den Atlantik flog, und so behielten beide Parteien Recht.

Seine komplexes Verständnis von Wahrheit demonstrierte Canby vor einem Jahr mit einem Artikel, in dem er zu Enthüllungen über konstruierte Fakten und Charaktere in der Autobiografie der Nobelpreisträgerin Rigoberta Menchú Stellung nahm. Er glaubte den Kritikern, aber sympathisierte dennoch mit dem erschütternden Bericht der Guatemaltekin als kollektiver Erfahrung der Mayas. Peter Canby weiß sehr wohl zwischen Wahrheit und Wahrhaftigkeit zu unterscheiden.

COPYRIGHT: (c) DIE ZEIT 2000
ADRESSE: http://www.zeit.de/2000/07/200007.titel_mitarbeite.xml

Lesen Sie weitere Artikel aus dem Ressort Lebensart.

- Journalistik Journal - http://journalistik-journal.lookingintomedia.com -

Eine Minute für den Quellencheck

Posted By Redaktion On 8. Oktober 2009 @ 2:57 pm In Kein Thema! Ursachen und Folgen medialer Vernachlässigung, Titelthema | 7 Comments

Recherche kommt im journalistischen Alltag zu kurz

Von Thomas Schnedler

Zeitnot und Arbeitsverdichtung beherrschen den redaktionellen Alltag, Journalisten verzichten auf Überprüfungsrecherchen und aufwändige Recherche-Methoden, die rasche Verarbeitung von PR-Informationen ersetzt journalistische Kerntätigkeiten. Wie die Recherche unter die Räder gerät – ein Überblick.

Im Mai 2009 erschien eine bemerkenswerte Stellenanzeige. Eine TV-Produktionsfirma suchte „eine/n Rechercheredakteur/in", um das Team des für Sat.1 produzierten Wissensmagazins „Planetopia" verstärken. Zu den wichtigsten Aufgaben des Rechercheredakteurs zähle die „Pflege von Pressekontakten" ebenso wie die „Beschaffung von Footage", hieß es in der Annonce.

Aber ist das Recherche? Zwei Klicks benötigt man nur, um beispielsweise auf der Homepage des Pharmakonzerns Bayer die so genannte „TV-Plattform" aufzurufen, auf der das von PR-Profis produzierte „Footage"-Material den Fernsehsendern und Produktionsfirmen gratis angeboten wird. Der Konzern offeriert Außenaufnahmen des Bayer-Kreuzes, Mediziner-Statements oder 3D-Animationen, um das Wirkprinzip neuer Medikamente zu erklären. Der Vorteil für die Redaktionen liegt auf der Hand: Sie sparen sich aufwändige Dreharbeiten vor Ort – und wenn sie wollen, auch das Personal für eigene Recherchen.

Filme, die auf die kostenlosen PR-Zulieferungen zurückgreifen, transportieren zwar nicht zwangsläufig auch PR-Botschaften. „So gibt es journalistisch produzierte Beiträge, die inhaltlich recherchiert sind sowie ein ausgewogenes, differenziertes Bild von einem Gegenstand vermitteln und vorgefertigte Footage-Videos oder O-Töne lediglich zur Illustration von Sachverhalten einsetzen", schreibt Helmut Volpers in seiner Studie „Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Fernsehen". Es bestehe für die Journalisten jedoch die Gefahr, sich zum Erfüllungsgehilfen externer Interessen zu machen. Vor allem dann, wenn ein paar Klicks auf der Firmenhomepage nicht die Recherche ergänzen, sondern ersetzen. Wer die jüngsten Studien auswertet, muss davon ausgehen, dass die gründliche Recherche seltener geworden ist.

Indiz Nr. 1 für die Vernachlässigung der Recherche im journalistischen Alltag ist die Substitution der Recherche durch PR-Informationen. Jeder fünfte Journalist in Deutschland ist der Ansicht, dass die Zulieferungen der PR-Profis zunehmend Beiträge ersetzen, die früher von Journalisten recherchiert wurden. Zu diesem Ergebnis kommen Siegfried Weischenberg, Maja Malik und Armin Scholl in ihrer Studie „Journalismus in Deutschland II" (veröffentlicht als „Die Souffleure der Mediengesellschaft"), einer repräsentativen Befragung hauptberuflicher Journalistinnen und Journalisten in Deutschland. Dass die PR-Informationen Zeit beim Recherchieren sparen, sagen 31 Prozent aller Befragten. Bei den Agenturjournalisten sind es sogar 39 Prozent.

Erste Ergebnisse einer Studie der Universität Münster, die im August 2009 im Fachmagazin „journalist" veröffentlicht wurden, weisen in die gleiche Richtung. Jeder Dritte der befragten Journalisten ist der Ansicht, dass der Einfluss der PR-Akteure auf die journalistische Arbeit seit 1990 größer geworden ist. 21 Prozent schätzen ihn als gleichbleibend hoch ein. Für das Projekt „Wandel bei aktuellen Massenmedien: Journalismus in veränderten Medienkontexten" wurden unter der Leitung von Bernd Blöbaum 15 Nachrichtenredaktionen in Deutschland untersucht und mehr als 300 Journalisten befragt.

Zeit ist eine knapper werdende Ressource: 55 Prozent der Journalisten, die von den Münsteraner Wissenschaftlern befragt wurden, gaben an, heute weniger Zeit für die Recherche zu haben als früher. Nur sechs Prozent verfügen über mehr Zeit für ihre Recherchen. Zu ähnlichen Ergebnissen kommen die Journalismus-Forscher um Siegfried Weischenberg: Der zeitliche Aufwand für Recherche sank demnach von täglich 140 Minuten im Jahr 1993 auf 117 Minuten pro Tag im Jahr 2005 – Indiz Nr. 2 für die Defizite bei der Verankerung der Recherche im Arbeitsalltag der Journalisten.

Den freien Journalisten bleibt dabei etwas mehr Zeit pro Tag: Sie recherchieren im Schnitt 124 Minuten, fest Angestellte hingegen 104 Minuten. Trotzdem ist nur etwa jeder zweite Freiberufler der Ansicht, ausreichend Zeit für die Recherche zu haben. Dies ergab die Studie „Freie

Journalisten in Deutschland", die im Auftrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbands von der Universität München durchgeführt wurde und sich insbesondere auf eine Onlinebefragung freiberuflicher Journalisten stützt. 52 Prozent der freien Journalisten mit Vollzeit-Arbeit bejahten die Frage, ob im beruflichen Alltag genug Zeit für die Recherche bleibe. Und 46 Prozent aller Freien gaben an, dass ihre Arbeit generell unter hohem Zeitdruck leide.

Indiz Nr. 3 – die Überprüfungsrecherche spielt in der redaktionellen Realität nur eine untergeordnete Rolle. Die Leipziger Journalismus-Forscher Marcel Machill, Markus Beiler und Martin Zenker fanden in einer großen Beobachtungsstudie zur journalistischen Recherche heraus, dass Journalisten im Schnitt nur rund elf Minuten pro Tag aufwenden, um die Glaubwürdigkeit von Quellen und die Richtigkeit der Informationen zu kontrollieren. Eine Minute davon werde dem Quellencheck gewidmet. Die Überprüfungsrecherche sei „offensichtlich zum Luxus des journalistischen Alltags geworden", folgern die Autoren der Studie („Journalistische Recherche im Internet"), die im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen durchgeführt wurde. In den Arbeitstagen sei oft schlicht kein Platz mehr. „Der Journalist weiß sich oft nicht mehr anders zu helfen, als bei der Inhaltsproduktion auf informationelles Junk-Food wie etwa Pressemitteilungen und Nachrichtenagenturinhalte zurückzugreifen."

Die Autoren der Studie beobachteten 235 Journalisten in Tageszeitungen, Hörfunk, Fernsehen und Online-Redaktionen. Sie gingen dabei von einem weiten Recherchebegriff aus und rechneten beispielsweise auch das Verfolgen der Nachrichtenlage – als Teil der Themenfindung oder der Relevanzbewertung – zur journalistischen Recherche. 108 Minuten pro Tag widmen die beobachteten Journalisten der Überprüfungs- und der Erweiterungsrecherche.

Die Leipziger Studie zeigt zudem, dass die Recherche in der redaktionellen Praxis ein Schreibtischjob ist. Eine Analyse der Recherchemittel ergab, dass Ortstermine und Face-to-face-Interviews nur einen Häufigkeitsanteil von 1,4 Prozent haben. Wesentlich bedeutender sind Telefonate (15,0%), E-Mails (12,1%) und das von Nachrichtenagenturen gelieferte Material (11,5%).

Wie wichtig gerade Quellencheck und Faktenkontrolle sind, zeigte der „Spiegel"-Reporter Markus Grill am Beispiel der Pharmaindustrie bei der „Netzwerk Recherche"-Fachkonferenz „Quellen finden und öffnen". Es gebe beispielsweise eine systematische Unterwanderung von Selbsthilfegruppen durch Pharmakonzerne, als Experten getarnte PR-Agenten der Pharmafirmen oder medizinische Studien, deren wissenschaftlicher Wert fragwürdig sei. Die Zuverlässigkeit der Quellen sei daher stets zu kontrollieren. „Um die Öffentlichkeit über angebliche Vorteile ihrer neuen Medikamente zu täuschen, ist vielen Pharmaunternehmen jedes Mittel recht", schreibt Markus Grill in seinem Buch „Kranke Geschäfte. Wie die Pharmaindustrie uns manipuliert".

Auch der Fachdienst „epd Medien" berichtete jüngst (Heft 41/2009 vom 21.5.2009) über eine besonders perfide Täuschung: Der renommierte Wissenschaftsverlag Elsevier hat in Australien jahrelang Fachzeitschriften für Mediziner publiziert, die wie unabhängige Fachmagazine wirkten, tatsächlich aber im Auftrag von Pharmaunternehmen hergestellt und von diesen bezahlt wurden.

Journalisten in Deutschland nutzen aufwändige Recherchemethoden wie die verdeckte Recherche nur selten – Indiz Nr. 4 für Defizite im Rechercheprozess. Das hat auch berufsethische Gründe: Nur acht Prozent der von Siegfried Weischenberg befragten Journalisten halten es für legitim, sich bei der Recherche als eine andere Person auszugeben. Es überrascht nicht, dass man zu einem anderen Ergebnis kommt, wenn man investigativ tätige Journalisten befragt, wie es Ingmar Cario in der Studie „Die Deutschland-Ermittler" getan hat. In Leitfadeninterviews zeigte sich, dass die Methode der verdeckten Recherche in dieser Berufsgruppe durchaus anerkannt ist und praktiziert wird. Die Undercover-Recherche berge für den Journalismus „ein großes, längst nicht ausgeschöpftes Potential", resümiert auch der freie Journalist David Schraven in der „Netzwerk Recherche"-Werkstatt „Undercover. Reporter im verdeckten Einsatz", die die Ergebnisse einer Fachtagung dokumentiert.

Ein gelungenes Beispiel: Zwei ZDF-Reporter, Christian Esser und Astrid Randerath, deckten vor einigen Monaten auf, wie weit die Anzeigenberater deutscher Verlage gehen, um neue Kunden zu gewinnen. Die beiden Journalisten gründeten zum Schein eine Pharmafirma und kreierten ein Phantasieprodukt, das Antidepressivum „Volazin", inklusive Hochglanzbroschüre und Homepage. Die Vertreter der Verlage schlugen „Gesundheits-Specials" oder „Promotion-Anzeigen" vor, um das Medikament zu platzieren – trotz des Werbeverbots für verschreibungspflichtige Arzneimittel. Die Gespräche mit den Anzeigenberatern zeichneten die Journalisten mit versteckter Kamera auf – die Verlage dementierten später dennoch, berichtete das NDR-Magazin „Zapp" Ende 2008.

Der Leipziger Journalismus-Forscher Marcel Machill und seine Kollegen leiten aus ihrer Studie mehrere Handlungsempfehlungen ab. Dazu zählen sie beispielsweise die Sensibilisierung der Journalisten für PR-Inhalte, die Schaffung von spezialisierten Rechercheteams, die kontinuierliche Evaluation der Arbeitsabläufe in den Redaktionen, eine gezielte Weiterbildung für effiziente Recherche-Strategien und die feste Verankerung der Online-Recherche in der Journalisten-Ausbildung. Wenn nun auch Sender und Verlage die Notwendigkeit erkennen, die sorgfältige

Recherche im Redaktionsalltag zu stärken, heißt es in den Stellenanzeigen vielleicht bald: „Investigative/r Journalist/in gesucht. Zu Ihren Aufgaben gehören das Aufzeigen von Missständen, das Aufspüren von relevanten Themen, das Aufdecken von verborgenen Zusammenhängen und von Einflüssen der PR-Industrie. Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung".

Literatur:

- Cario, Ingmar (2006): Die Deutschland-Ermittler. Investigativer Journalismus und die Methoden der Macher. Münster etc.
- Grill, Markus (2007): Kranke Geschäfte. Wie die Pharmaindustrie uns manipuliert. Reinbek.
- Kutscha, Annika/Anne Karthaus/Sophie Bonk (2009): Alles anders? In: journalist, 59. Jg., Heft 8, S. 17-21.
- Machill, Marcel/Markus Beiler/Martin Zenker (2008): Journalistische Recherche im Internet. Berlin.
- Meyen, Michael/Nina Springer (2009): Freie Journalisten in Deutschland. Konstanz.
- Volpers, Helmut (2008): Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Fernsehen. Berlin.
- Weischenberg, Siegfried/Maja Malik/Armin Scholl (2009): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Konstanz.

Die Werkstatt-Hefte „Quellenmanagement. Quellen finden und öffnen" und „Undercover. Reporter im verdeckten Einsatz" sind kostenlos bei der Geschäftsstelle von „Netzwerk Recherche" nach Zusendung eines frankierten und adressierten Rückumschlags erhältlich (Netzwerk Recherche e.V., Stubbenhuk 10, 20459 Hamburg). Als Dateien sind sie abzurufen unter http://www.netzwerkrecherche.de.

Foto: Pixelio.de/Rike

Article printed from Journalistik Journal: **http://journalistik-journal.lookingintomedia.com**

URL to article: **http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=397**

Copyright © 2008 Journalistik Journal. All rights reserved.

Support the WFSJ

Dutch fact checking project offers valuable tips for journalists

SEPTEMBER 30, 2009 | BY FRANK NUIJENS

Journalism and New Media students at Leiden University and Fontys School of Journalism in Tilburg, both in the Netherlands, scrutinised media reports last year, functioning as fact checkers. Their supervisors Alexander Pleijter, Peter Burger and Theo Dersjant wrote a contribution for the recently published anthology 'Journalism brought into discredit' produced by the Catholic Institute for Mass Media (KIM, University of Nijmegen) in which they described what the students had discovered. The part of that chapter that looks at causes and offers suggestions is reproduced below. The original Dutch version was published at De Nieuwe Reporter website.

Flawed facts: six causes

The fact checkers came across news items which were not always corroborated by facts. They also found exaggerated information, statistics taken out of context, fabricated problems and muddle-headed experts. They even stumbled across a case of plagiarism. Journalists make mistakes, but whether they make many or few mistakes – well, everyone will have their own opinion on that. We have tried to discover a pattern in these mistakes. The most important causes can be summarised as follows.

1. Unknown sources.
Many of the errors the students noted would not have been made if the journalists concerned had requested a report or phoned up a researcher. At least, if that had been possible – which is often not the case because the sources may not be disclosed or the research has not yet been published. The Code of Bordeaux states with good reason (Article 3): "Journalists should report using only the facts of which they know the origin".
An example: Bureaucracy is taking up less of Dutch people's time and money. This was the conclusion the television programme '*Rondom 10*' drew from statistics published by the ministries of Justice and Home Affairs. None of the newspapers that reported this news had read the research reports – and neither had the TV programme editors.
In order to form an opinion on the reliability of any research, American quality media start from the premise that one should know who commissioned the research, who paid for it and which method was used to collect the data. If the research is not accessible, journalists should state that – or throw the whole subject in the waste-paper bin.

2. Lack of subtlety and context.
News facts and subtleties do not go well together. Trusting the Dutch News Agency ANP, various newspapers reported that children were suffering from 'St Nicolas Stress', referring to a traditional holiday in the Netherlands. The agency had not included the information that the expert who made this statement was only talking about autistic children; they become nervous on seeing all the goodies on 5 December stacked up in the shops long before that date. In fact, the ANP had brought in an educational expert who did not believe this story, but this subtlety was excluded from the versions printed by the newspapers *De Telegraaf* and *Metro*.
Ready-made salads are vulnerable to *Listeria* contamination, according to the ANP (the bacterium having killed around 20 Dutch people in 2006). The source of this information was a Wageningen University PhD student who was not talking about ready-made salads at all, but about the danger of wrongly cooled food products.
A related source of error is lack of context. Is there any previous research on the subject? What do other specialists think? A professor of sales and account management in Rotterdam told various media, including the popular *Pauw & Witteman* TV chat show that, within five years, brain scans would help to judge the suitability of job applicants. However, it was not made clear that he was not a brain scan expert and that scientists who *were* experts in the field did not believe in his vision of the future.
Journalists also tend to rely on far too few measurements in making their claims about trends. The *Sp!ts* newspaper, for example, opened on 21 October with the rather worrying headline: "Child killers on the increase". The gist of this report was that increasing numbers of children in the Netherlands are murdered by their parents (whether natural, foster or step parents). The source for this article was the extremely reliable Statistics Netherlands (the CBS). The article compared the numbers of children murdered in 2000 with the numbers in 2007. There was certainly an increase, but anyone who requested the statistics for the intervening and previous years – as a Tilburg student did – would discover there was no question of an increase. The point was – there were extremely few murders in 2000.

This is how presumptions become certainties, little chance becomes an enormous risk, a few measurements suddenly signal a trend, and random examples turn into newsworthy phenomena.

3. Inadequate research methods.
According to a British professor of psychology, women go shopping more often and make larger numbers of irresponsible purchases in the ten days before menstruating. The BBC, *De Telegraaf* newspaper and other media reported this as news but anyone making the effort to study the research report would see that the method was totally inadequate and the results inconsequent. For example, there was no significant difference in the degree of compulsive buying between the last and middle period of the menstrual cycle. In other words, it could just as easily have been coincidence.
We get the impression that editorial offices do not give a high priority to insight into research methods or an understanding of statistics. Or perhaps they do have insight into these matters but are unable to see the consequences. Internet polls are often unreliable because those taking part select themselves; everyone recognizes this to be a problem, but that does not prevent news media from presenting the results of some such polls as news.
One example is the Dutch website *ikmeldagressie.nl*, a website for reporting aggression. It held an online survey from which the media concluded that aggression towards public servants is a big and growing problem.

An even more idiotic example: one of the fact checkers came across some news about gossiping men (they do this more than women: on average 76 minutes per day! And women only 52!) on a British website called OnePoll where people taking part can earn money by filling in a questionnaire. The more rapidly – and more imprecisely – they do this, the more they earn.

4. Biased sources.
All journalists get it hammered into them that sources should be unbiased. Nevertheless, the fact checkers discovered countless reports along the lines of 'We from *Brand* X recommend *Brand X*'. Another example was a claim from two computer games magazines that gaming was the cheapest of all hobbies. A fact checker calculated, however, that the board game *Settlers of Catan* costs much less and that you could always go walking or do some knitting, should the board game also prove too expensive.
Some more examples: those organising the Emigration Fair commissioned a survey which concluded that many Dutch people are thinking of emigrating; the job vacancy site Monsterboard commissioned a poll which showed that most of those responding do not have the perfect job; the person responsible for all the ATMs and point-of-sale machines knows that PIN usage prevents robbery with violence – even though he has no figures to prove this.

5. Editorial intervention.
Mistakes can arise when changes made by an editor are not checked with the author of the original piece. Various regional Dutch newspapers published an alarming report about an 'army of cats' that was 'spreading death and destruction'; in other words an explosive growth in the number of stray cats in the Netherlands was causing a wave of stench, filth, feline howling and other such problems. The journalist who had written the original text for the regional paper, the *Leeuwarder Courant*, did not recognize his own story when he saw the version produced by the press agency GPD and then once again by the local *Brabants Dagblad*. At each editing stage, the stray-cat problem had become even more sensational.

6. Fabricated explanations.
The facts are correct but the explanation is not. Does the annual change to Summer Time cause an increase in the numbers of heart attacks? Yes, there is certainly something strange about the statistics on heart attacks, **but** scientists cannot agree that this is due to Summer Time. Do people cope with their worries about the recession by eating more meat snacks? Yes, more snacks are being sold, **but** this fact cannot be ascribed to the credit crisis because that had not started when the snack sales were investigated.
The credit crisis, that was raging in the period our fact checkers were at work, is a category in itself when it comes to reasons for broadcasting news and all the whys and wherefores. When the students were checking news about the desire to emigrate, they stumbled across one expert who ascribed the increasing emigration to the recession and yet another expert who noticed that emigration was dropping because of the recession.
The *Metro* newspaper, using exaggerated statistics, noticed the crisis was causing an increase in the numbers of stray cats and dogs – dumped by their poverty-stricken owners. The television current affairs programme *Netwerk*, in its coverage of the large numbers of pets that, because of the crisis, were ending up in special homes for stray cats and dogs, based their report on research that predated the credit crisis. The *Netwerk* editor responsible said the following: "Hard facts weren't necessary in this case".

Escape the fact checker's knife
Truth and factual information are both essential to journalism but the urge to produce entertaining, striking or out-of-the-ordinary stories sometimes prevails. A commonly recurring reaction from journalists to questions from fact checkers was: "I didn't set out to write scientific analysis; it was lightweight news, something nice to read at breakfast".

They are not saying that lies are OK, but they *are* defending their right to be economical with the truth. One is at liberty to give facts an interesting slant to make them newsworthy. If scientific research shows that injecting L-Cystine into rats causes them to have an erection, that is not newsworthy. However, if a journalist learns that L-Cystine can be converted into hydrogen sulphide and he remembers it is the stuff that makes rotten eggs stink so abominably, before you know it, the headline is 'Men get a hard-on from rotten eggs'. Factually incorrect, but it sounds great and will undoubtedly attract lots of readers.

A term like L-Cystine also immediately demonstrates where things can so easily go wrong. Many journalists do not possess the necessary knowledge to understand scientific subjects fully. Just try reading an article in the *Proceedings of the National Academy of Sciences*, with all those scientific terms and statistical analyses. Try making head or tail of that!

And that's assuming you have the time to read a research report of that kind. Many journalists do not even receive a copy of the research they are writing about. Many newspaper articles are written using press releases or reports from other media. The latter, particularly, lead to news being spread about without anybody raising the alarm and, anyway, why should one do a check? This is just meant to be entertaining news, surely? Why spend time poring over a research report? It is just a question of choices: checking takes time, so is that subject worth the time? This applies to the enjoyable – and thus not too serious – news reports: they should be written only if they do not require much time.

The above examples seem to suggest that fact finding is not a priority for many a journalist. The requirement to deliver necessitates quantity rather than quality. Furthermore, editorial staff seem to be limited in their ability to correct themselves and to learn from their own mistakes. They are not used to tackling each other about trashy texts. You need courage to tell a colleague that something is inadvisable, or that they have allowed rubbish to be printed in the newspapers. The consequence of this non-intervention culture is an inability to self-regulate, and this leads to unnecessary errors.

For editors who wish to break away from this culture, here are a few suggestions for escaping the knives of watchful students. These suggestions arise from our experiences with the fact-checking projects.

1. Don't be afraid to check stories to the point they fall apart. Students often came up with correct stories that were certainly just as entertaining as the original (but erroneous) news. You could, for example, accept the press release from the Dutch Institute for Road Safety Research which stated that the number of serious accidents in 30-kilometre zones increased sharply in the period 2002-2007. You could also check the facts and discover that the number of 30-kilometre zones also increased sharply in this period. And this also leads to a nice report about the Institute disseminating statistics which should be taken with a pinch of salt.

2. Be critical of other media. News facts published by the BBC or *the Guardian* are not necessarily correct; they make mistakes too. Here again, reporting errors made by other media can produce sound as well as entertaining reports. If all the media are claiming that men get an erection from the smell of rotten eggs, you can write a splendid piece in which the researcher rejects this claim as a load of rubbish.
3. Make sure the necessary expertise is present in the editorial office. It is really not necessary to staff the whole office with statisticians and scientists in order to prevent errors. However, it is essential to have several editors with a basic knowledge of figures, research and statistics. There should also be someone who can function as an information desk and who has the courage to point out colleagues' errors. When we aired these suggestions in an editorial office, the editor-in-chief's response was "the need to employ scientists to write about science is just as great as the need to employ a footballer to write about sport". OK, but the other extreme is a football reporter who does not know what 'offside' means. Or a science journalist who does not understand the principles and pitfalls of research.
4. Throw out idiotic rules –such as 'at least 500 people should be interviewed in a research project'. There are innumerable large-scale – yet inadequate – research projects. At the same time, a great deal of research with fewer than 500 participants is of excellent quality. It appears that a journalist seldom looks at the non-responses in surveys even though they can provide an evaluation of the survey's reliability. If 500 people respond to a survey and 5000 slammed the door, what does that say about that particular piece of research? Rules like this do not protect one against fiascos. Editors with an understanding of and insight into methodology would in fact be much more useful.
5. Request figures and research reports. Do not be kidded into believing something has increased. Ask for the figures! Companies will often benefit from research being publicised in the news but, at the same time, are unwilling to release the research report. How can a journalist check to see if the research has been well done? Do not let yourself be manipulated; do not publish information about research that you have not been allowed to cast your eye over. Otherwise, you are making it very easy for these companies to manoeuvre you into giving them free publicity.
6. Consult the experts. You may not have the necessary expertise to evaluate a piece of research yourself. In that case, do not be embarrassed about seeking the advice of the researchers in question or other experts. They can point out any wrongful interpretations or shortcomings in the research. Take, for example, a research project which showed that vegetarians have an increased chance of developing intestinal cancer. Check with the experts to see if these results correspond with those of any previous research.

If all journalists and editorial staff took these suggestions to heart, our brilliant didactic concept would soon be superfluous. Fortunately, it appears that not everyone feels enthusiastic about fact checking. One journalist was unwilling to respond to our students because, as he said, "You fact checkers are always a few steps behind us". Maybe so, but we *are* watching your backs!

COMMENTS

ADD YOUR COMMENT

Be the first to comment

zurück

Enthüllungsjournalismus

Gerüchteköche

ULRIKE SIMON

"Brangelina" (Bild: rtr)

Sie trennen sich, sie trennen sich nicht, sie trennen sich Die Nachricht um Angelina Jolies und Brad Pitts vermeintliche Trennung, die Folgemeldungen zur Versöhnung, die es womöglich gar nicht gegeben haben konnte, weil es vielleicht nicht mal einen Streit gegeben hatte - dieser Weltkaffeeklatsch hat in wenigen Wochen eine Karriere gemacht, wie sie selbst der Klatsch über Liz Taylor und Richard Burton nicht gemacht hätte, wenn sich die beiden schon zu Internetzeiten geküsst und geschlagen hätten.

Der Boulevard dämmert also - aber nicht etwa dank "Brangelina", denn das Hollywood-Traumpaar trägt im Vergleich zu Taylor/Burton ja kaum etwas aktiv dazu bei, meistens nur seine pure Existenz. Die allein aber befeuert Phantasien und Wunschvorstellungen von Millionen, wenn nicht Milliarden - und deshalb auch die Journalisten. Recherche wäre da nur ein Abkühler.

Zugegeben, das alles ist nicht neu. Neu ist, wie die Gerüchteköche in Redaktionen ihr plumpes Nachschwätzen zur journalistischen Tugend schönreden. Auch davon erzählt diese kleine Quellenforschung.

Zur Erinnerung: Ende Januar behauptet das Londoner Klatschblatt News of the World, Jolie und Pitt hätten sich auf eine Trennung geeinigt, für die Modalitäten einen Anwalt eingeschaltet und Verträge unterschrieben. Kurz darauf raunt es die ganze Welt. Wiederum kurz darauf folgt das Dementi der Familie Jolie/Pitt. Worauf die einschlägigen Medien bilder- und wortreich zu rätseln beginnen, wie glaubwürdig das Dementi sei, um bald darauf neue "Details" zur Trennungsabsicht zu vermelden. Da erst wird es Jolie und Pitt zu bunt: Sie verklagen News of the World wegen Falschbehauptungen. Worauf andere Zeitungen darüber berichten, wie News of the World ein Gerücht in die Welt gesetzt hat - ohne freilich zu erwähnen, dass das Gerücht ohne ihre Leistung kaum ein solch hartnäckiges geworden wäre.

Klar, Prominente leben von medialer Aufmerksamkeit. Mal bedienen sie sie, mal meiden sie sie, mal verteufeln sie sie, so ist das seit Jahr und Tag. Heute aber entscheidet allein die Toleranzgrenze der Promis, wie weit die Medien es treiben, journalistische Selbstreflexion, gar Selbstermahnung: Fehlanzeige. Jolie und Pitt nahmen das Bohai um ihr Privatleben lange Zeit gelassen hin. Als Brad Pitt einmal nach seiner Beziehung gefragt worden war, flachste er in die Fernsehkamera: Es werde so viel geschrieben, dass er selbst nicht wisse, wie es gerade um ihn und Jolie stünde.

Die 34-Jährige und der 46-Jährige sind selbstbewusst genug, um zu wissen, dass es vor ihnen nur ein vergleichbares Hollywood-Traumpaar gab: eben Liz Taylor und Richard Burton. Auch die hatten sich bei gemeinsamen Dreharbeiten kennengelernt, auch die feierten ein Happy End fern der Studios. Während aber Taylor und Burton ihre Hassliebe in die Welt hinausschrien, sind Jolie und Pitt in Herzensangelegenheiten virtuos öffentlich, also eigentlich diskret. Einzig wenn es darum geht, sich im rechten Licht darzustellen, inszenierten sie sich als das "Gewissen Hollywoods", wie es Peter Lewandowski, Chefredakteur der Illustrierten Gala, formuliert. Im Dienst der Armen und Entrechteten mobilisieren sie Millionenspenden, engagieren sich als Botschafter und Wohltäter - bis hinein ins Familienleben. Drei ihrer sechs Kinder sind adoptiert.

"Die beiden wissen sehr gut, wie sie mit dem Verkauf ihrer Privatheit gute Taten verknüpfen können", sagt auch Bunte-Reporterin Eva Kohlrusch - und erinnert als Paradebeispiel dafür an den Mai 2006. Jolie deklarierte damals die Geburt ihrer Tochter Shiloh Nouvel in Namibia einerseits als geheim und ließ sogar das Krankenhaus absperren, andererseits "hat sie die ganze Pressemeute benachrichtigt, um auf die Nöte des Landes aufmerksam zu machen", sagt Kohlrusch. "Da fragt man sich als professionelle Beobachterin, ob die beiden Opfer oder Regisseure der sie verfolgenden Medien sind."

Nun aber scheinen Jolie und Pitt die Kontrolle über die Medien verloren zu haben. Kein Wunder. Es sind längst nicht mehr allein die üblichen verdächtigen, insbesondere britischen Blätter, die Halbgares über Superstars auftischen. Auch die vermeintlich Seriösen köcheln mit und vernachlässigen allzu gern handwerkliche

Grundregeln. Ergötzt sich irgendeine deutsche Tageszeitung nicht an der Brangelina-Soap?

So ist denn auch mehr als fraglich, ob Jolie und Pitt mit ihrer Klage die Gerüchteküche kaltstellen können. Nun wird aufgewärmt:

"Ach, das kennen wir schon", schreibt etwa das deutsche Starmagazin In: Kurz vor dem Aus zwischen Brad Pitt und seiner Ex-Frau, der Schauspielerin Jennifer Aniston, sei die Trennung auch dementiert worden.

Ja ja, mit der Liebe ist es halt meistens so wie mit dem Leben: Irgendwann ist es vorbei, und wer das Ende als Erster vorhergesagt hat, kann hinterher behaupten, immer schon gewusst zu haben, dass es so kommt. Mit Journalismus hat das nichts zu tun.

Joachim Widmann ist Chefredakteur des Deutschen Depeschen-Dienstes, einer Nachrichtenagentur, deren Kürzel ddp tagtäglich hinter vielen Zeitungsmeldungen zu finden ist. Sie war die Erste, die "Brangelinas" angebliche Trennung republikweit in die Redaktionen geschickt hat. Das Ganze passierte am 24. Januar, einem Sonntag.Widmann erzählt, dass die Kollegin aus der Redaktion die Meldung der News of the World zunächst zur Seite gelegt habe. Sie habe sie erst veröffentlicht, nachdem im Internet drei Dutzend Medien darauf eingegangen waren.

Wird also die Spekulation eines Revolverblatts allein dadurch zur relevanten Meldung, weil eine ausreichende Zahl von Medien sie aufgreift?

Die Kollegin habe korrekt gehandelt, antwortet Widmann, denn es habe sich in diesem Fall "um eine relevante Neuigkeit über zwei relevante Persönlichkeiten gehandelt, die zunächst undementiert blieb".

Hat die Kollegin die Neuigkeit überprüft und eigene Recherchen angestellt?

Widmann: "An einen Brad Pitt kommen wir als deutsches Medium nicht ran. Freie Korrespondenten in England oder USA beschäftigen wir zwar, doch sie sind Generalisten, und für solche Promi-Geschichten bräuchten wir Spezialisten mit jahrelangen Beziehungen in die entsprechende Szene." Und dann erklärt Widmann für ddp, was längst für fast alle gilt: Geht es um Weltstars, "verzichtet der ddp meist auf eigene Recherche".

Und nach welchen Kriterien entscheidet man dann, was man vermeldet und was nicht?

Im Falle der Brangelina-Meldung, sagt Widmann, habe ddp genügt, dass News of the World bereits detailliert über Vermögen und Sorgerechtsregelungen der Eheleute Jolie/Pitt berichtet hatte. "Primär geht es uns natürlich darum, die Wahrheit zu verbreiten. Doch das haben wir auch in diesem Fall getan. Wir haben ja nie behauptet, dass es stimmt, dass sich Jolie und Pitt getrennt haben. Wir haben lediglich gemeldet, dass News of the World dies behauptet, und das entspricht ja auch der Wahrheit." Widmanns Schlussfolgerung: "Hätten wir die Meldung von der Trennung nicht veröffentlicht, hätten wir, sobald wir von dem Dementi erfahren haben, nicht berichten können, dass sie falsch war. Und das Dementi haben wir umgehend gebracht."

Das "umgehende Dementi" kam für die Zeitungen, die sich auf ddp verlassen hatten, zu spät. Und so mag es perfide wirken, wenn das deutsche People-Magazin In die "Information" als "authentisch" bezeichnet, weil selbst die Frankfurter Allgemeine Zeitung von der Trennung der Schauspieler berichtet habe.

So weist denn auch Joachim Widmann von ddp auf die grundsätzliche Selbstverantwortlichkeit der Zeitungen hin: Jeder Redakteur hätte beim Lesen der ddp-Meldung "anhand der Konjunktive und sonstigen Mitteln sprachlicher Distanzierung erkennen können, dass es sich um die korrekte Wiedergabe einer ausdrücklich unbestätigten Meldung handle". Ob ein Redakteur eine ddp-Meldung auf dieser Basis übernehme oder nicht, sei seine Entscheidung. Schließlich könnten, je nach Niveau der Akteure, auch öffentliche Spekulationen eine wertvolle Information sein.

Dieses Berufsverständnis teilen nicht alle Kollegen Widmanns. Die Deutsche Presseagentur, kurz dpa, die große Konkurrentin des ddp, verzichtete auf das vermeintliche Drama um das Traumpaar.

"Das ist eine Frage des Handwerks", sagt dpa-Sprecher Justus Demmer. Die Quellenlage sei nicht fundiert gewesen, die dpa-Korrespondenten in London und New York hätten keinen Anhaltspunkt für den Wahrheitsgehalt der Meldung gefunden, und zudem gehe man "mit Nachrichten, die Persönlichkeitsrechte tangieren, generell sehr vorsichtig um" - erst recht, da die Veröffentlichung einer solchen Meldung rechtswirksam werden könnte.

Laut der sogenannten Verbreiterhaftung kann ein Medium auch dann zur Rechenschaft gezogen werden, wenn es Aussagen Dritter weiterverbreitet. Wer weiß, ob die Anwälte Jolies und Pitts nicht noch gegen deutsche Medien vorgehen werden - so wie zuletzt der Formel-1-Manager Max Mosley, dem Nazi-Sex-Orgien angedichtet worden waren.

Über all den "endlosen Blödsinn" wundert sich Gala-Redakteurin Sarah Lau, zuständig fürs Ressort Stars und Storys, schon lange nicht mehr. Viele Redaktionen seien dünn besetzt, manche fast nur mit Jungredakteuren und Volontären, die mangels Kontakten und Erfahrung unbeeindruckt von Dementi und Widersprüchlichkeiten Falschmeldungen zu Storys verrührten. Und genau das, sagt Lau, sei erwünscht, der Konkurrenzkampf am Kiosk größer denn je. "Und ganz offensichtlich ist der Wahrheitsgehalt manchen Lesern egal, so lange sie sich unterhalten fühlen", sagt Lau.

Aus der Entfernung lässt sich´s auch gut und sicher lästern. Nachdem sich Jolie und Pitt vor zwei Wochen beim Superbowl, dem Finale im American Football, im Blitzlichtgewitter geküsst hatten, wollte die aktuelle Ausgabe von In genau wissen, dass die Turtelei nur Show gewesen sei. Vielleicht war es so. Vielleicht auch nicht. Doch die In-Redakteure hatten genau hingesehen - in die Augen des Brangelina-Sprosses Maddox. Und die kamen ihnen doch sehr traurig vor.

Womöglich werden die traurigen Augen vom Superbowl-Sonntag noch manches Mal aus In blicken, wenn es darum geht, ein angebliches Drama im Hause Jolie-Pitt zu illustrieren. "Zu jeder Story kann man das passende Bild aus dem Archiv holen", sagt Gala-Reporterin Lau - was vielleicht auch erklärt, dass Stars mit globaler Strahlkraft häufig ihr Aussehen ändern. Dass auch bei Gala "nicht immer und alles vorbildlich läuft", räumt Lau dann doch ein, "aber wir telefonieren wenigstens noch und schreiben keine ungeprüften Dinge ins Heft."So rühmt sich die Hamburger Illustrierte gerne ihrer guten Beziehungen zu den Reichen und Schönen, weswegen es auch zum Blattkonzept gehört, nicht hämisch zu werden oder Prominente mit unvorteilhaften Fotos der Lächerlichkeit preiszugeben.Vor zwei Jahren erhielt Gala die Fotorechte an den neugeborenen "Brangelina"-Zwillingen - ganz ohne die branchenübliche Gefälligkeitsgarantie, wie Redakteurin Lau betont.

Seither verfügen sie und ihre Kollegen über gute Kontakte ins nahe professionelle Umfeld des Paares. Ein Ergebnis davon war unlängst eine detaillierte Berichterstattung unter Bezug auf namentlich aufgeführte Quellen. Gala titelte: "Der Liebes-Pakt - Von wegen Trennung! Wie Angelina Jolie und Brad Pitt ihre Familie sichern - und welche Rolle Brads Bruder dabei spielt".

Die Exklusiv-Story verfehlte ihre Wirkung nicht. In den folgenden Tagen berichtete Agence France-Press von Jolies Besuch in einem Krankenhaus in Haiti; dpa davon, dass Angelina ihrem Brad einen Olivenbaum geschenkt hat. In den USA, natürlich, wussten die Auguren schon ein bisschen mehr. Dort machte die Kunde die Runde, Angelina wolle ihren Liebsten zu einem weiteren Baby überreden.

Bis vor kurzem hielt sich die Großfamilie übrigens in Venedig auf und verbrachte die Tage mit Eisessen und Gondelfahrten - meldeten dpa und ddp. Und zwar unisono. Dann wollen wir´s mal glauben. Überprüft haben wir es nicht.

Empfehlen via: Twitter Facebook StudiVZ MySpace

[document info]
Copyright © FR-online.de 2010
Dokument erstellt am 28.02.2010 um 17:08:04 Uhr
Letzte Änderung am 01.03.2010 um 09:29:51 Uhr
Erscheinungsdatum 01.03.2010 | Ausgabe: d

URL: http://www.fr-online.de/in_und_ausland/kultur_und_medien/medien/?em_cnt=2366770&em_loc=91

BILDblog. Für alle
NOTIZEN [illegible] BOULEVARDZEITUNG

dpa

Wie in Bluewater einmal nichts passierte

Die Deutsche Presse-Agentur dpa meldete heute morgen um 9:38 Uhr:

> Los Angeles (dpa) – In der kalifornischen Kleinstadt Bluewater soll es nach einem Bericht des örtlichen Senders vpk-tv zu einem Selbstmordanschlag gekommen sein. Es habe in einem Restaurant zwei Explosionen gegeben, berichtete der Sender. Die Polizei sei im Einsatz und habe das Restaurant evakuiert. Ob Menschen zu Schaden kamen, sei unklar. Das Restaurant wirkte auf ersten Bildern nicht zerstört. Die Täter wurden von dem Sender als arabisch-stämmig beschrieben.

Um 9:59 Uhr ergänzte die Nachrichtenagentur ihre Meldung mit:

> Ein Sprecher der Feuerwehr in der Kleinstadt Bluewater an der Grenze zum Bundesstaat Arizona bestätigte der Deutschen Presse- Agentur dpa, dass es in einem Restaurant zwei Explosionen gegeben habe. Sie hätten sich gegen 2300 Uhr Ortszeit (0800 MESZ Donnerstag) ereignet.

Um dann um 10:06 Uhr alles zu dementieren:

> Los Angeles (dpa) – TV-Berichte über einen Anschlag in der kalifornischen Kleinstadt Bluewater scheinen falsch zu sein. Ein Polizeisprecher in Bluewater dementierte, dass es einen Anschlag gab. Vermutlich habe es sich um einen gefälschten Bericht gehandelt.

Passiert ist: gar nichts. Berichte über den Anschlag gibt es nach der Meldung durch die dpa: einige.

Gehen wir auf die Suche nach dem TV-Sender "vpk-tv", der von der dpa als Quelle genannt wird. Wer auf Google oder Bing nach "vpk-tv" sucht, findet den Sender nicht. Vielleicht aber stösst er auf den Wikipedia-Eintrag KPVK-TV, der gestern, am 9. September 2009, angelegt wurde. Dort wiederum findet sich ein Link zur Website vpk-tv.com, wo gleich ein Video in Endlosschlaufe startet, das, was für ein Zufall, ein Selbstmordattentat in Bluewater, Kalifornien zum Thema hat.

In diesem Video tritt eine Nachrichtensprecherin auf, die einen aufgeregten Bericht ansagt, in dem

Reporter, Polizisten, Opfer und sogar Täter vorkommen. Es wird erklärt, dass sich eine deutsche Gruppe von Rappern namens "Berlin Boys" in einem Video im Internet zur Tat bekannt hätten. Das Video gibt es tatsächlich, bereits seit gestern ist es auf MySpace und auch auf YouTube zu sehen.

Es fragt sich, warum denn ein "Sprecher der Feuerwehr in der Kleinstadt Bluewater an der Grenze zum Bundesstaat Arizona" der dpa bestätigte, dass es um 23 Uhr Lokalzeit zwei Explosionen gegeben habe. Auf der Website bluewatercity.com steht im Abschnitt "Public Safety" eine Telefonnummer der Feuerwehr (weit wichtiger und grösser darüber die "Mosquito & Vector Control"). Hat der dpa-Journalist diese angerufen?

Leider ist die Domain bluewatercity.com (whois.net) so echt wie vpk-tv.com (whois.net), nämlich gar nicht. Beide Websites wurden am 29. Juni 2009 registriert, lediglich die Adressen und die E-Mails unterscheiden sich, die Fax-Nummer ist sogar die Gleiche.

Doch auch ohne diese Indizien könnte man zum Schluss kommen, dass es diesen TV-Sender gar nicht gibt. Denn aus all diesen Quellen (inklusive den Videos der angeblichen Rapgruppe "Berlin Boys") schreit ein Wort: Fälschung! Es gibt keine Quelle, die ~~tatsächlich~~ für ein einigermassen geübtes journalistisches Auge so aussieht, als wäre sie echt. Auf amerikanischen Nachrichtenseiten ist auch nichts dazu zu finden. In Deutschland hingegen verbreitet sich die Meldung noch immer, der dpa und ihren blinden Kopierern wegen. Als unter Dutzenden herausgepickte Beispiele sind welt.de, morgenpost.de, nordsee-zeitung.de, sz-online.de oder das wiesbadener-tagblatt.de zu nennen.

Auf Twitter produzieren die Nutzer @JFKindling (erste Twitter-Nutzung: 16. Juni 2009), @kimmieblu (erste Twitter-Nutzung: 26. Mai 2009) und @NormanKlein75 (erste Twitter-Nutzung: 23. Juni 2009) die Berichterstattung zum Stichwort #bluewater im Alleingang.

Von dort aus verlinkt wird ein Augenzeugenbericht auf YouTube, angelegt vom Nutzer KindlingerEscapePlan, der bisher noch nie ein Video hochgeladen hatte.

Um 10:48 Uhr, als allen schon klar ist, dass es sich bei der Meldung nur um eine virtuelle Realität handelt, kommt eine weitere dpa-Meldung:

> Los Angeles (dpa) – Entwarnung in der kalifornischen Kleinstadt Bluewater: Am späten Mittwochabend (Ortszeit) berichtete der örtliche Sender vpk-tv, es habe einen Selbstmordanschlag in dem Restaurant Artisan Diner gegeben. Die Täter seien arabisch-stämmig.
>
> Nach einer Stunde stand fest, es war ein böser Scherz: Drei deutsche Rapper hätten sich Bombenattrappen umgebunden und seien in das Restaurant gestürmt, um Medienaufmerksamkeit zu erlangen. Die Behörden kündigten ein hartes Vorgehen gegen die Deutschen an, berichtete der Sender.
>
> Ein Sprecher der örtlichen Polizei bestätigte der Deutschen Presse-Agentur dpa, dass die drei Männer festgenommen wurden. Details des Vorfalls seien weiterhin nicht ganz klar. Es habe jedenfalls keine echte Explosion gegeben.
>
> (Achtung Redaktionen: Bei den drei deutschen Rapper soll es sich nach Angaben des Senders um die Berlin Boys handeln. Die weitere Berichterstattung läuft im Ressort Vermischtes)

Warum sich die dpa auch im dritten Bericht noch auf einen "örtlichen Sender" verlässt, den es offenkundig gar nicht gibt, ist ein Rätsel. Ebenso liegt noch im Dunklen, wer der dpa von der

angeblichen Festnahme von drei Männern erzählte.

Vor zwei Tagen meldete die dpa, sie wolle sich künftig zunehmend für User Generated Content öffnen. Warum? Das ist doch, wie sich heute gezeigt hat, längst der Fall.

Mit Dank an Benjamin N.

Nachtrag, 15:45 Uhr: Auf der Website vpk-tv.com wird das Spiel jetzt aufgelöst. Sie zeigt zwei "Making-of"-Videos und die beiden "Bluewater Attack"-Videos. Es handelt sich bei dem doppelten Fake (es gab in Bluewater weder einen Selbstmordanschlag, noch einen vorgetäuschten Selbstmordanschlag durch deutsche Rapper) um eine PR-Aktion zu dem Film "Shortcut To Hollywood". In der Pressemitteilung dazu heisst es:

> "VPK", der Sender, von dem Sie jetzt gehört haben werden, existiert nicht. Die "Berlin Boys" mit ihrem Song "Hass" hat es nie gegeben. Es gibt auch keine Stadt "Bluewater", und es gab auch nie einen Polizisten, Bürgermeister oder Feuerwehrmann, die dort am Telefon geantwortet haben. Es sind amerikanische Schauspieler mit komischen Mützen auf. Es gab keinen "Rainer Petersen" bei diesem erfundenen Sender aus einer erfundenen Stadt – nein, Rainer wird morgen aus Kreuzberg anrufen – aber geben tut es ihn deswegen noch lange nicht. Nichts davon gibt es. Selbst im Impressum des Senders steht in schlechtem Englisch, dass dies alles nicht existiert.

Ronnie Grob am 10.9.09 um 14:10

7 Blogs **30** Tweets Riva

dpa heute.de sueddeutsche.de etc.

Wie in Bluewater einmal nichts passierte (2)

> Die Nachrichtenagentur dpa bedauert, auf die Fälschung hereingefallen zu sein. Die dpa überprüft nach dem Vorfall ihre Regeln für den Umgang mit Informationen aus dem Internet und wird sie wo nötig verschärfen.

Mit diesen Sätzen endet im Original eine Meldung, in der die Nachrichtenagentur dpa ausführlich das Fiasko beschreibt, das sie heute erlebte *(BILDblog berichtete)*. Sie ist zunächst auf ein vorgetäuschtes Selbstmordattentat in den USA hereingefallen und dann auf die vorgetäuschte Enthüllung, dass eine Gruppe von Berliner Rappern namens "Berlin Boys" ein Selbstmordattentat in den USA vorgetäuscht hätten. In Wahrheit war alles Fake — und eine PR-Aktion für den neuen Film "Shortcut to Hollywood" von Jan Stahlberg, in dem es um eine Band geht, die tatsächlich alles tut, um in die Medien zu kommen.

Die Aktion war generalstabsmäßig geplant und beruhte auf mehreren, sich gegenseitig bestätigenden falschen Internetseiten mit Telefonnummern, die nur scheinbar in die USA führten, in Wahrheit aber zum Team der Filmemacher. Die mutwillige Irreführung von dpa und anderer Medien war aufwändig vorbereitet — wäre aber tatsächlich aufgrund vieler Indizien leicht zu entlarven gewesen. Dass die größte deutsche Nachrichtenagentur viele Stunden lang einem Fernsehsender traut, der nicht existiert, und einen Anschlag in einer Kleinstadt meldet, die nicht existiert, lässt tatsächlich an ihren "Regeln für den Umgang mit Informationen" zweifeln, und zwar nicht nur solchen "aus dem Internet".

Erst um 13:44 Uhr, mehr als vier Stunden nach dem ersten Bericht, brachte dpa folgende Eilmeldung:

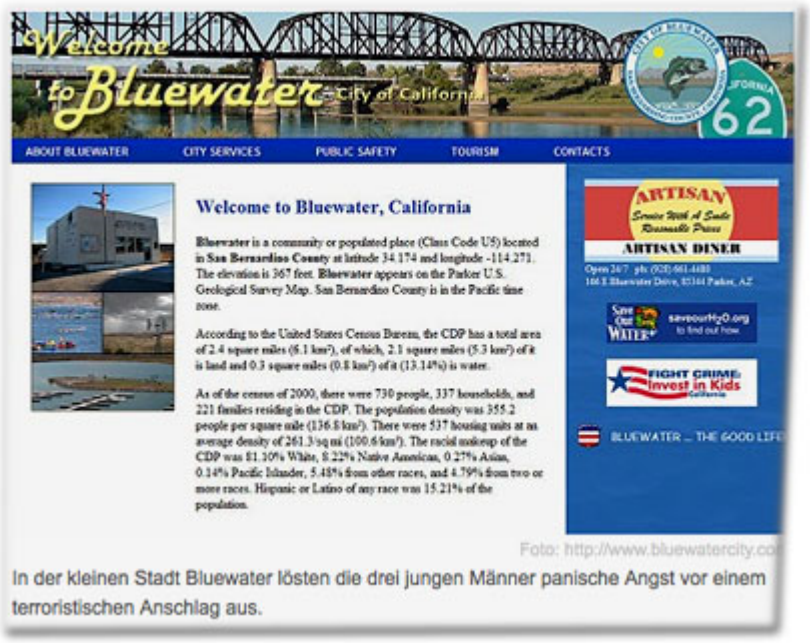
> Bitte verwenden Sie die Berichterstattung über den angeblichen Anschlag in der kalifornischen Kleinstadt Bluewater nicht (dpa 0294, dpa 0241, dpa 0237, dpa 0229). Die Deutsche Presse-Agentur dpa geht Hinweisen nach, dass die als Quelle genannte Website des Fernsehsenders gefälscht ist und auch andere Websites über Bluewater nicht echt sind.

Bis dahin hatte es die Ente sogar schon über die belgische Grenze, auf die Homepage der Zeitung "De Morgen" geschafft.

Besonders hart erwischte es allerdings auch heute.de, das Online-Nachrichtenangebot des ZDF, das aus den Informationen des (falschen) deutschen VPK7-Hospitanten Rainer Petersen, der auch bei dpa und anderen Medien angerufen hatte, gleich ein längeres Feature machte *(inzwischen gelöscht)*:

> Rainer Petersen ist Deutscher und arbeitet seit drei Monaten bei vpk-tv. Im Gespräch mit heute.de beschreibt er – am Telefon immer noch hörbar geschockt — die Situation. (…)
>
> Die Stadt steht noch Stunden nach der Entwarnung unter Schock. "Mindestens fünf Menschen sind mit einem Kreislaufkollaps ins Krankenhaus gekommen", sagt Petersen. Die Stimmung in der Stadt schwanke zwischen großer Wut und sehr großer Erleichterung. "Es gibt viele Leute, die Tränen in den Augen haben." Der Gedanke an einen terroristischen Anschlag sei bei vielen Einwohner der Stadt sofort da gewesen. Die Behörden hätten ein hartes Vorgehen gegen die Deutschen angekündigt. "In deren Haut möchte ich jetzt nicht stecken", sagt Petersen. Und schiebt noch hinterher, dass er jetzt wohl erstmal ein Bier trinken werde, um selber wieder etwas runterzukommen.

Dass selbst die scheinbare Auflösung noch ein Fake war und in Bluewater tatsächlich: nichts passiert ist, es also auch keine Aufregung und Panik gab, verwirrte viele Medien nachhaltig, darunter "Welt Online" *(inzwischen geändert)* in Kombination mit der gefälschten Stadt-Homepage …



… und sueddeutsche.de *(inzwischen geändert)*:

Und die "B.Z." mochte sogar nach der vollständigen Auflösung der Geschichte durch die Filmemacher noch nicht glauben, dass die "Berlin Boys" nur eine Erfindung sind und kontrastierte Stahlbergs Enthüllung des Fakes treuherzig mit den Äußerungen des fiktiven Managements *(inzwischen verschlimmbessert)*:

> Was aber weiter unklar ist: Gibt es die Berlin Boys überhaupt? Stahlberg verneint das laut dpa. Derweil erklärt das Management der Berlin Boys auf seiner Internet-Seite, dass die Rapper sich dem drohenden Verbot in Deutschland entziehen und in den USA groß rauskommen wollen. Aufmerksamkeit haben sie zumindest nun erreicht...

Natürlich muss niemand fürchten, dass nun ausgerechnet die trashige Boulevardzeitung "B.Z."

anfangen wird, ihre "Regeln für den Umgang mit Informationen" zu überprüfen. Der zitierte Absatz zeigt, wie hartnäckig sie guten Geschichten glauben möchte, selbst wenn sie falsch sind.

Mehr zum Thema:

- **FAZ.net** berichtet ausführlich über die Entwicklung der Ereignisse.
- **tagesspiegel.de** schildert in erschütternder Offenheit, wie hilflos die Redaktion zwischen Glauben und Nichtglauben, Publizieren und Nichtpublizieren schwankte.
- Die **"Süddeutsche Zeitung"** hat eine kürzere Zusammenfassung.
- **stern.de** findet die Aktion beeindruckend, lehrreich und amüsant.

Stefan Niggemeier am 10.9.09 um 18:33

2 Blogs **24** Tweets Riva

Dokumentationen

Die Dokumentationen

nr-Werkstatt:
Getrennte Welten

nr-Werkstatt:
In der Lobby brennt noch Licht

nr-Werkstatt:
Interview-Kulturen

nr-Werkstatt:
Undercover

können kostenfrei gegen einen adressierten und ausreichend frankierten Rückumschlag (DIN C5, 1.50 Euro) beim netzwerk recherche bezogen werden.

Bezugsadresse:
netzwerk recherche
Stubbenhuk 10, 5. OG
20459 Hamburg

www.netzwerkrecherche.de
info@netzwerkrecherche.de

netzwerk recherche