

message

ARCHIV

Im MESSAGE-Archiv (Internet-Adresse www.message-online.com/arch.html) werden einzelne Beiträge aus der Zeitschrift im Original-Layout als PDF bereitgestellt.

Ältere Hefte können – sofern noch lieferbar – unter dieser Internet-Adresse bestellt werden: www.message-online.com/alte_hefte.html. Der Heftpreis beträgt 14,00 Euro, Versandkosten 3,00 Euro.

Sie haben die netzwerk recherche-Kolumne aus MESSAGE 1-2006 abgerufen:

Das Recherche-Förderpaket von Ingmar Carlo

MESSAGE 1-2006, Seite 80 – 81

Das Recherche- Förderpaket

Das Netzwerk Recherche plant eine groß angelegte Aus- und Weiterbildungsinitiative für mehr Recherche. Verlage und Sender sollen damit unter Zugzwang gesetzt werden.

VON INGMAR CARIO

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«, schreiben Wolf Schneider und Paul-Josef Raue in ihrem Standardwerk »Handbuch des Journalismus« und bringen damit unfreiwillig das Dilemma auf den Punkt: Nach wie vor wird in vielen Sendern und Verlagen die Recherche als Kür und nicht als journalistische Pflicht begriffen.

Ungeliebtes Stiefkind

Als Folge dieses Denkens gleicht auch die Recherche-Aus- und Weiterbildung in Deutschland immer noch einer öden Wüste. Eine der wenigen Oasen ist die Universität Leipzig, die ihren Journalistik-Studenten eine systematische Schulung in der Recherche ermöglicht. Andere Universitäten und Journalistenschulen fallen dagegen jedoch deutlich ab. Noch ernüchternder ist der Blick auf die Recherche-Ausbildung im Rahmen der Volontariate bei Verlagen und Sendern: In der Regel soll hier, wenn überhaupt, an ein bis zwei Tagen eine ausreichende Basiskompetenz in Recherche vermittelt werden – ein aussichtsloses Unterfangen.

Im Bereich der journalistischen Weiterbildung sieht es nicht besser aus. Wirft man beispielsweise einen Blick in das Weiterbildungsangebot, das im *Journalist* veröffentlicht wird, so entdeckt man unter mehr als vierzig Weiterbildungsangeboten oft nur ein Recherche-Seminar. Recherche ist damit allenfalls das ungeliebte Stiefkind der Weiterbildungsverantwortlichen. Nach wie vor mangelt es in Deutschland somit an Kursen, in denen systematisch Wissen über Recherche-Quellen vermittelt, ethische Konfliktfälle diskutiert und größere

Recherche-Projekte unter Anleitung erfahrener Journalisten umgesetzt werden. Intensiv-Seminare, die, wie es beispielsweise in den USA üblich ist, jenseits der Recherche-Basiskurse »Investigative Reporting« trainieren, kann man in Deutschland an einer Hand abzählen.

Die zentrale Ursache dafür sieht der Vorsitzende des Netzwerk Recherche, Thomas Leif, darin, dass Recherche von journalistischen Entscheidungsträgern nicht gezielt gefördert wird, »weil diese kein konkretes Bild der Erfolgseffekte haben und die Operationalisierung dieser Führungsaufgabe scheuen.« Dabei liegen viele dieser 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 für Medienunternehmen«, meint Thomas Leif.

Schreiben an Intendanten und Verleger

Um die Erfolgseffekte der Recherche und die Möglichkeiten der Recherche-Förderung in Ausbildung und Praxis aufzuzeigen, plant das Netzwerk Recherche für 2006 eine Aus- und Weiterbildungsinitiative. In einem ersten Schritt sollen alle relevanten Entscheidungsträger von den Verlegern bis hin zu den Intendanten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten angeschrieben und zur Mitarbeit bewegt werden.

Ein entsprechender Antrag soll auf der Jahresversammlung der Mitglieder des Netzwerks Ende Januar verabschiedet werden. Denn, so Thomas Leif: »Voraussetzung für eine erfolgreiche Implementierung der Recherche in die redaktionellen Abläufe und die gezielte Förderung von Recherche in der Aus- und Weiterbildung ist ein Beschluss der Unternehmensleitung, die klare Zielmarken und Projekt-Ideen fördert.«

Fünf-Punkte-Programm

Bei diesen Projekt-Ideen will das Netzwerk Recherche Sendern, Verlagen und Ausbildungseinrichtungen beratend zur Seite stehen. Thomas Leif, der selbst viele Jahre als Recherche-Trainer gearbeitet hat, hat dafür ein »Recherche-Förderpaket« zusammengestellt. Nach den Vorstellungen des Netzwerks soll ein Jahr lang ein Bündel verschiedener, aufeinander abgestimmter Aktivitäten entfaltet und evaluiert werden:

- 1) In jedem Volontariat sollte es ein einwöchiges Recherche-Seminar geben.
- 2) Jedes Jahr werden an verschiedenen Standorten mindestens vier dreitägige Recherche-Einführungsseminare angeboten, die in der Ausbildungspraxis bereits erprobt wurden.
- 3) Ein »Training on the Job«-Konzept soll für die Redaktionen entworfen werden: Diesen wird eine speziell abgestimmte Trainingseinheit zum Thema Recherche angeboten. Ziel ist es vor allem, Defizite in der Recherche von Themen aufzudecken und gemeinsam dafür Lösungsansätze zu erarbeiten. Die Thematisierung der Defizite ist dabei ein erster zentraler Schritt.
- 4) Darüber hinaus wird ein neues Trainingskonzept entwickelt, das besonders talentierten und interessierten Journalisten angeboten wird, die dafür auch von ihren Redaktionsleitungen vorgeschlagen werden können. Dieses so genannte »Quadrige-Training Recherche« soll über ein Jahr laufen und aus vier Einheiten bestehen, die jeweils zwei Tage lang sind. Dieses Training beinhaltet die Einführung in Recherche-Strategien, Interview-Training, Quellen-Management, Online- und

Datenbankrecherche. Darüber hinaus soll eine Einführung in die Hintergrund-Recherche gegeben und eine besonders anspruchsvolle Recherche-Aufgabe gelöst werden, deren Ergebnis am Ende publiziert wird. Zwischen den einzelnen Modulen müssen zudem weitere konkrete Aufgaben gelöst werden. Am Ende des »Quadrige-Trainings« steht eine Abschluss-Prüfung, für die man dann ein Zeugnis erhält.

5) Zudem soll ein einjähriges Mentoren-Programm eingeführt werden, in dem erfahrene Journalisten den journalistischen Nachwuchs bei Recherchen betreuen sollen.

Kleine Schritte

Jenseits dieses Recherche-Förderpakets können Sender und Verlage schon mit kleinen Schritten einen Beitrag zur Recherche-Förderung leisten. So sollten erfolgreiche Recherchen aus Zeitungen, Zeitschriften und Programmen in den Medienunternehmen rekonstruiert und analysiert werden. Dies kann beispielsweise über eine feste Rubrik im Intranet, Interviews und Berichte in Haus-Medien oder im Rahmen von Personalversammlungen geschehen. Die Reflexion über die Recherche-Erfahrungen, über Erfolge wie Misserfolge, kann gerade junge Kollegen zum Einstieg in die Recherche motivieren.

Um die Übel der Recherche-Misere an der Wurzel zu packen, braucht es die gemeinsamen Anstrengungen vieler: der Verlage, Sender, Ausbildungsinstitutionen und Journalistenorganisationen. Nur dann kann in ein paar Jahren in den Journalisten-Handbüchern stehen: »Die Recherche ist die Pflichtaufgabe der Journalisten. Sie wird in Journalistenschulen, an Universitäten und innerhalb der Volontariate systematisch vermittelt.«

Die Erfolgseffekte liegen auf der Hand: Exklusiv-Recherchen bringen Aufmerksamkeit und Imagegewinn für ein Medienunternehmen.

Ingmar Cario ist Journalist und Mitglied des Vorstandes von Netzwerk Recherche.

