

Brigitte Alfter

# Grenzüberschreitender Journalismus

Handbuch zum Cross-Border-Journalismus

HERBERT VON HALEM VERLAG

# Inhaltsverzeichnis

## **Einleitung.**

### **Warum ein Buch über Cross-Border-Journalismus?**

**11**

Wenn Politik, Wirtschaft und Kriminalität über Grenzen hinweg betrieben werden, können Journalisten nicht untätig bleiben und so tun, als ginge sie das alles nichts an. Aber wie nimmt man eine Recherche in Angriff, die Kenntnis anderer Länder und fremder Sprachen erfordert? Und wo veröffentlicht man, wenn man die Mächtigen zur Rechenschaft ziehen will? Seit der Jahrhundertwende ist die Zahl der Journalisten gestiegen, die systematisch über Ländergrenzen hinweg zusammenarbeiten. Viele ihrer Recherchen gewinnen große Durchschlagskraft. Dieses Buch sammelt die Erfahrungen der Pioniere einer journalistischen Methode, die ›Cross-Border-Journalismus‹ getauft wurde, und kombiniert sie mit methodischen Elementen anderer Bereiche. Das Buch soll Cross-Border-Journalismus für Berufspraktiker und Studenten zugänglich machen, sodass sie die Methode anwenden und weiterentwickeln können.

### **Fallstudie: Tobacco Underground – die Geschichte, die mit einer leeren Zigarettenschachtel auf einer Berliner Straße begann**

**16**

Cross-Border-Journalismus zum Thema globaler Tabaksmuggel im Jahr 2008. Interview mit dem rumänischen Journalisten Stefan Candea, einem der Pioniere des Cross-Border-Journalismus in Europa, der während der Tabaksmuggelrecherche im europäischen Teil eines ICIJ-Teams arbeitete.

#### **1.**

### **Kontext und Konturen des Cross-Border-Journalismus – eine neue Methode wird entwickelt**

**23**

Cross-Border-Journalismus ist eine von mehreren neuen Methoden in diesen Aufbruchsjahren des Journalismus. Die Arbeit damit begann nicht zuletzt im Rahmen der Bewegung für Recherchejournalismus, die in den 1970er-Jahren in den USA entstand und in wenigen Jahrzehnten zu einem globalen Netzwerk

wuchs. Zeitgleich haben die digitalen Werkzeuge auch Journalisten zahlreiche neue Möglichkeiten eröffnet. Inmitten dieser Vielfalt hat der Cross-Border-Journalismus seine eigenen Charakteristika.

## **Fallstudie: Lux-Leaks – wie man 80 Journalisten in 26 Ländern koordiniert**

**37**

Dass international agierende Firmen immer wieder versuchen, möglichst wenig Steuern zu zahlen, ist kein Geheimnis. Aber wie läuft das genau? Welche Länder machen es möglich, Geld aus den krisengeplagten europäischen Staaten abzuziehen? Das Lux-Leaks-Projekt – ein Vorläufer der Panama Papers – konnte dokumentieren, wie Luxemburg Konzernen gestattet, enorme Summen aus Europa herauszuschleusen. Ein Interview mit Marina Walker vom Internationalen Konsortium der Recherchejournalisten, ICIJ, die das Riesenteam koordinierte und mit dem Lux-Leaks-Projekt entscheidende Erfahrungen sammelte.

**2.**

## **Intensive oder lockere Zusammenarbeit? Einführung ins Netzwerken**

**44**

Gute Vernetzung mit anderen Journalisten ist unabdingbar im Cross-Border-Journalismus. Dabei kommt es allerdings ganz auf die jeweilige Rechercheaufgabe an, wie intensiv die Zusammenarbeit verlaufen muss. Immer gilt es allerdings, die Spielregeln des Netzwerkers zu beachten.

## **Interview mit Fredrik Laurin: Nie das eigene Ruder loslassen**

**64**

Der Schwede Fredrik Laurin war einer der Ersten, der die sogenannten ›Rendition-Flüge‹ aufdeckte; er hat Dokumentarfilme zu Waffenhandel, Korruption und illegaler Fischerei gedreht. Seit Jahren kann er sich an kaum ein Vorhaben erinnern, in dem er nicht Cross-Border-Journalismus verwendet hätte.

### **3. Ideen, Planung, Start!**

72

Der Weg zur Cross-Border-Story fängt bei der klaren Idee an – wie im Recherchejournalismus üblich. Manchmal reagieren Journalisten auf aktuelle Geschehnisse, deren internationale Aspekte sie verfolgen. Oft aber gehen sie systematisch bestimmten Themen nach und entwickeln daraus konkrete Rechercheideen. Im Cross-Border-Journalismus lassen sich vier Gruppen von Ideen unterscheiden. Und wenn die Idee geklärt ist, gilt es, ein gutes Team zu bilden und einen zielorientierten Rechercheplan zu erstellen.

### **Fallstudie: Das Farmsubsidy-Netzwerk**

103

Jedes Jahr zahlt die EU Milliarden an Landwirte und die Agrarindustrie, seit Jahrzehnten machen diese Zahlungen den größten Posten im EU-Haushalt aus; da sind über Jahrzehnte festgefügte Machtstrukturen gewachsen. Politisches Ziel sei es, so die Politiker, die armen Landwirte zu unterstützen, damit sie zuverlässig genügend Lebensmittel produzieren können. Bis 2004 wussten die wenigsten, wer die wirklich großen Summen bezog. Aber dann bauten wir ein europäisches Netzwerk von Journalisten auf, die der Sache nachgingen. Erfahrungsbericht der Gründer Brigitte Alfter und Nils Mulvad.

### **4. Respekt und Feingefühligkeit – die Arbeit im internationalen Team**

112

Journalisten sind Menschen. Und die Arbeitsatmosphäre in einem Recharteam kann zeitweise vor Hochspannung vibrieren. Die Pioniere berichten von einem Alltag mit großen journalistischen Ambitionen, aber erheblichen Hindernissen, manchmal sogar Drohungen gegen die Journalisten. Die Zusammenarbeit über Grenzen hinweg fordert konstruktive Kommunikation und den Wunsch, sich gegenseitig zu verstehen – trotz verschiedener kultureller Hintergründe. Journalisten können da von Wirtschaftssoziologen lernen, die interkulturelle Kommunikation seit Jahren beforschen; auch in der Psychologie oder in Verhandlungstaktiken international agierender Juristen finden sich interessante Anregungen.

## **Fallstudie: Europäische Versuchskaninchen**

133

Wenn ein Medikament in einem EU-Staat für die Vermarktung zugelassen ist, gilt dies für den gesamten europäischen Binnenmarkt. Auch die Nebenwirkungen von Medikamenten werden in allen EU-Ländern registriert und mitgeteilt. Bis 2008 allerdings war es nur Wenigen gelungen, Einsicht in die regelmäßigen Berichte zu Nebenwirkungen zu bekommen; in Dänemark war dies möglich, in den meisten anderen EU-Mitgliedsstaaten nicht. Anlässlich eines EU-Gesetzentwurfes nutzten wir diese Möglichkeit, um in mehreren Ländern über die schwache Kontrolle von Medikamenten zu berichten. Erzählt von Brigitte Alfter, Dänemark, im Gespräch mit den Teammitgliedern Marleen Teugels, Belgien, und Joop Bouma, Niederlande.

## **5. Die ersten Schritte und die Recherche**

142

Das Rechercheteam steht, der Rechercheplan ist skizziert – jetzt geht's los. Das Team begegnet sich und kann nun all seine sich ergänzenden Kompetenzen und die unterschiedlichen Zugänge zu Informationen in den verschiedenen Ländern ausnutzen. Allerdings kann gerade in dieser Phase die Arbeitsbelastung drückend und sogar erdrückend erscheinen, und da gilt es, Konflikte zu vermeiden.

## **Fallstudie: Als der globale Konzern dem Journalistentroll mit den vier Köpfen begegnete**

162

Nach einer Explosion stinkender Chemikalien im Hafen kämpften die Einwohner einer norwegischen Küstensiedlung mit Vergiftungssymptomen. Bei Einwohnern der Elfenbeinküste fanden sich diese Symptome tausendfach, und es kam sogar zu Todesfällen, nachdem Chemikalien desselben Konzerns dort auf offener Halde deponiert worden waren; die Geschädigten brachten den Fall in London vor Gericht. Ein Journalistenteam von vier Medien aus Norwegen, Großbritannien und Holland nahm den Kampf mit einem der größten Rohstoffhandelskonzerne der Welt auf. Im Laufe der Arbeit gab es Zeiten, in denen die Londoner Kollegen aufgrund einer Gerichtsverfügung weder über die Sache berichten, noch das Verbot der Berichterstattung überhaupt nur erwähnen durften. Währenddessen lagen entscheidende Dokumente online zugänglich bei den norwegischen Kolleginnen. Im Gespräch mit David Leigh vom *Guardian*, Synnøve Bakke und Kjersti Knudssøn von NRK in Norwegen.

## 6.

### **Die Veröffentlichung**

167

Die Recherche soll nicht nur veröffentlicht werden, sie soll auch gelesen und gesehen werden – und sie soll etwas bewirken. Darum muss die Veröffentlichung genau überlegt und geplant werden. Der Zeitpunkt der Veröffentlichung sei der angespannteste Moment im Verlauf der Zusammenarbeit, berichten mehrere der Interviewten. Alle wollen nämlich den vollen Effekt ihrer Recherchen erzielen, und manche müssen darüber hinaus noch die eigene Sicherheit sowie die ihrer Quellen und Medien bedenken.

### **Fallbeispiel ›Migrants' Files‹: »Tote Migranten zählen nicht«**

179

Noch ein Boot im Mittelmeer, noch eine Meldung über ertrunkene Migranten. Eine Gruppe junger Journalisten war berührt von den zahlreichen Meldungen, und sie war der flüchtigen Berichterstattung überdrüssig. Sie nahmen sich vor, herauszufinden, wie viele Flüchtlinge auf dem Weg nach Europa sterben und wo das passiert. Sie konnten unter anderem dokumentieren, dass die realen Zahlen um etwa 50 Prozent über den offiziellen Zahlen liegen. Im Zuge ihrer Recherchen wurden sie von Beamten mit Bemerkungen wie der abgefertigt, dass man nur Migranten zähle, diese Leute hier aber seien tot und migrierten nicht mehr. Wie aber erzielt man für eine solche Recherche Durchschlagskraft in der ganzen EU auf einmal? Interview mit Sylke Gruhnwald, zum Zeitpunkt der Recherche bei der NZZ, und Nicolas Kayser-Bril, Journalism++.

## 7.

### **Aufarbeitung und weiter zur nächsten Story**

184

Die Erfahrungen der eigenen Recherche mit Kollegen zu teilen, trägt zur Entwicklung der Methode bei, manchmal kann man eine Recherche so noch weiterentwickeln. Aber diese Aufarbeitung ist oft mehr als das: Netzwerke werden geknüpft und oft ist die Aufarbeitung auch der erste Schritt zur nächsten Recherche.

### **Nachwort und Dank**

189

### **Literatur**

191