

Thomas Leif (Hg.):

*Mehr Leidenschaft Recherche*

Skandal-Geschichten und Enthüllungsberichte. Ein Handbuch zur Recherche und Informationsbeschaffung, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2003, 276 Seiten, 23,90 Euro.

„Ein gutes Beispiel ist der beste Lehrmeister“, besagt das Motto des Fortsetzungsbandes von „Leidenschaft Recherche“. Und so sollen die Geschichten um Enthüllungen von Skandalen, Betrügereien und Korruptionsfällen nicht nur unterhaltend sein, sondern auch etwas von dem vermitteln, was eine gute Recherche ausmacht. Allzu leidenschaftlich geht es dabei – Gott sei Dank! – aber nicht zu. Die meisten Texte wirken sachlich und nüchtern, nur selten gleiten sie ins Anekdotenhafte ab. Ein Großteil der Recherchegeschichten beschäftigt sich mit Betrügereien und Korruption – etwa mit den Spendenaffären von CDU und FDP oder mit ärztlichem Abrechnungsbetrug.

Über 20 Journalisten und Journalistinnen lassen den Leser über die Schulter blicken und berichten, wie sie mehr oder weniger große Skandale enthüllen konnten. Zweierlei gelingt den Recherchegeschichten dabei: Zum einen machen sie Journalisten Mut zur eigenen Recherche (der Erfolg lockt!) und zum anderen zeigen sie auf, welche Schwierigkeiten mit Recherchen verbunden sein können. Da stellt sich die Frage, ob Informanten bezahlt werden dürfen, ob man mit der Staatsanwaltschaft zusammenarbeiten soll und natürlich, wie mit dem möglichen juristischen Nachspiel, etwa in Form einer verlangten Gegendarstellung, umzugehen ist. Auch wenn in dem Buch allgemeingültige Sätze pflichtschuldig kursiv gedruckt sind, kann man es nur schwerlich als ein Recherchehandbuch bezeichnen, wie es der Untertitel verspricht. Es ist weit mehr eine Sammlung von impliziten Ratschlägen und Anregungen als von expliziten methodischen Hinweisen. Gerade dann, wenn Texte ins Theoretische abgleiten, wirken sie wie fade Fremdkörper unter den fast durchgehend spannenden Beispielen aus der Praxis. Besonders die theoretischen Überlegungen machen zudem deutlich, wie sehr sich die Printmedien vom Fernsehen unterscheiden. Was für den Zeitungsjournalisten einfache Ratschläge sind, weitet sich bei der Fernseh-Recherche zu Begriffsdefinitionen von Exposé, Storyboard und Treatment aus. So klingt in dem Beitrag über eine Fernsehreportage zu „Frauen in der Bundeswehr“ das Thema Recherche vor lauter Begrifflichkeiten kaum noch an.

Vier Voraussetzungen für eine gute Recherche benennt Thomas Leif, der Herausgeber des Bandes und Vorsitzende des Journalistenverbands Netzwerk Recherche e.V.: eine Strategie, dann Nachhaltigkeit (eine nette Umschreibung für pedantisches Nachhaken), ein Netzwerk an Informanten sowie zeitliche und finanzielle Ressourcen. Überraschenderweise findet sich in den Beiträgen so gut wie nirgends etwas zu fehlenden finanziellen Ressourcen. Vielleicht ist das ja ein Zeichen dafür, dass Recherchearbeit in deutschen Redaktionen noch nicht ins Hintertreffen geraten ist.

Thomas Sülzle