

Die Umwelt-Ermittler: Wie Greenpeace recherchiert

von Manfred Redelfs

Mit Greenpeace verbinden die meisten Menschen wagemutige Aktionen gegen Walfänger oder spektakuläre Schlauchbooteinsätze gegen Schiffe, die z.B. Urwaldholz aus illegalem Einschlag liefern. Weitaus weniger bekannt ist, welchen Aufwand die Umweltschützer betreiben, um im Vorfeld der gewaltfreien Aktionen an die notwendigen Informationen zu gelangen, etwa wenn es darum geht, eine Lieferkette vom Rodungsplatz in Indonesien bis zu einem Baumarkt in Norddeutschland zu rekonstruieren. Für Greenpeace ist die Recherche ein zentraler Bestandteil der Arbeit, denn nur durch sorgfältige Faktenbeschaffung und -überprüfung lassen sich drei wichtige Funktionen erreichen: Erstens benötigt Greenpeace als international agierende Umweltorganisation verlässliche Daten, um eigene Planungsentscheidungen zu treffen. Dies ist relevant, wenn es darum geht, welches Umweltproblem in den Mittelpunkt der eigenen Arbeit gestellt wird und welche Firma oder Behörde dabei als Adressat einer Kampagne oder als Verbündeter für höhere Schutzstandards eingestuft wird. Zweitens lässt sich die Öffentlichkeitsarbeit nur dann erfolgreich betreiben, wenn es der Organisation gelingt, den Medien exklusive Informationen anzubieten. Es reicht für Greenpeace also nicht, bekannte Fakten neu zu bewerten – der Anspruch ist auch, das Interesse der Journalisten durch eigene Enthüllungen zu gewinnen. Drittens müssen die verwendeten Informationen bei einer Nichtregierungsorganisation (NGO) besonders sorgfältig auf ihre Stichhaltigkeit geprüft sein, denn das Kapital jeder NGO ist ihre Glaubwürdigkeit. Außerdem ist Greenpeace als streitbarer Verband bekannt, der Umweltsünder klar benennt und an die eigene Arbeit hohe moralische Maßstäbe anlegt. Ein faktischer Fehler wäre deshalb für die Greenpeace-Arbeit noch verheerender als im Journalismus, denn es ist mit Sicherheit davon auszugehen, dass jeder Lapsus sofort von der Gegenseite massiv ausgeschlachtet würde und zudem auch juristische Konsequenzen hätte. Die Absicherung von Fakten spielt somit aus vielerlei Gründen für Greenpeace eine große Rolle.

Für eine Kurzdarstellung, wie Greenpeace recherchiert, sollen zunächst die Strukturen skizziert werden, auf denen diese Arbeit aufsetzt, konkret die Zielsetzung des Umweltverbands, seine innere Organisationsform und die Finanzierung. In einem zweiten Schritt geht es dann um die Recherche, wobei stets die Frage im Vordergrund steht, welche Schnittmengen mit dem und Abweichungen vom klassischen Journalismus bestehen.

Ein Aufsatz wie dieser steht vor dem Dilemma, dass man sich schon aus Platzgründen für eine Darstellungsebene entscheiden muss: Entweder werden in systematischer Weise die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Recherchewege zwischen Greenpeace und dem Journalismus behandelt und dabei die handwerkliche Methodik im Einzelfall nur gestreift. Oder man stellt exemplarisch ein konkretes Rechercheprojekt vor, das dann aber nur bedingt erhellend

ist für sämtliche Charakteristika, die die Recherche bei Greenpeace ausmachen. Da der Autor bereits wiederholt einzelne Recherchen von Greenpeace unter handwerklichen Gesichtspunkten vorgestellt hat, sei hier auf diese Beiträge verwiesen, um an dieser Stelle eher einen Gesamtüberblick zu geben.¹

Greenpeace: Arbeitsweise, Finanzierung und Verbandsstruktur

Greenpeace ist eine internationale Umweltschutzorganisation mit derzeit 44 Büros weltweit. Der Verein wurde 1971 im kanadischen Vancouver gegründet, ursprünglich aus Protest gegen die Atombombentests der USA. Die Besonderheit war, dass sich unter den Gründungsmitgliedern viele Quäker befanden, also Angehörige einer Friedenskirche, die dem Prinzip des *bearing witness* folgt. Es besagt, Zeugnis abzulegen, wo immer Unrecht geschieht, einem Aggressor gewaltfrei zu widerstehen und die Öffentlichkeit über das Erlebte aufzuklären. Diese Grundelemente führten bereits bei der ersten Aktion von Greenpeace zu einer bemerkenswerten Abweichung von den bis dahin üblichen Protestformen: Statt mit einer Demonstration vor dem Weißen Haus gegen die Atombombentests aktiv zu werden, charterten die Gründer ein altes Fischerboot und fuhren unter hohem persönlichen Risiko direkt in das Testgebiet. Bis heute folgt die Organisation diesem Prinzip der direkten Aktion, die zwingend „Zeugenschaft“ voraussetzt und auf das Mittel der Kampagnenpolitik zurückgreift, also der Fokussierung aller Kräfte auf ein konkretes Ziel, das in einem definierten Zeitraum erreicht werden soll. Aus diesem Organisationsprinzip ist bereits ablesbar, dass Vorort-Recherche für Greenpeace eine große Rolle spielt.

Greenpeace finanziert sich ausschließlich aus privaten Spendeneinnahmen und nimmt kein Geld von Industrie oder Politik an, um die eigene Unabhängigkeit zu wahren. In Deutschland haben im Jahr 2010 rund 566.000 Menschen für den Umweltverband gespendet. Zwei Drittel der Einnahmen von zuletzt knapp 48 Millionen EUR gehen dabei auf Spenden von unter 100 EUR im Jahr zurück, so dass es letztlich eine Vielzahl privater Kleinspender sind, die das finanzielle Rückgrat der Organisation bilden. Die globalen Kampagnen werden zwischen den nationalen Büros abgestimmt und über die Zentrale mit Sitz in Amsterdam koordiniert. Kleinere Büros, die nicht auf eigenen Beinen stehen können, wie etwa die Niederlassungen in Afrika, erhalten über einen internen Finanzausgleich Unterstützung aus den großen Büros in den westlichen Industrieländern.

¹ Die Rekonstruktion einer größeren internationalen Recherche zur Schiffsverschrottung ist zu finden in: Manfred Redelfs: Schiffsverschrottung in Indien – ein bisher legaler Giftmüllexport. Rekonstruktion einer großangelegten Greenpeace-Recherche. In: Netzwerk Recherche (Hrsg.): Trainingshandbuch Recherche. Informationsbeschaffung professionell, Wiesbaden 2003, S. 93 – 106; online: <http://www.netzwerkrecherche.de/Publikationen/Buecher/Trainingshandbuch-Recherche-2003>. Wie Greenpeace systematisch die Auskunftsrechte nach dem Umweltinformationsgesetz und dem Informationsfreiheitsgesetz für Recherchen nutzt, ist u.a. hier nachzulesen: Manfred Redelfs: Das Schweigen der Ämter – eine journalistische Horrorgeschichte. In: Netzwerk Recherche (Hrsg.): Presserecht – Praxis-Wissen für den Paragraphen-Dschungel, nr-Werkstatt Nr. 19, Wiesbaden 2011, S. 55 – 72. Siehe für eine exemplarische Darstellung der Recherchen über Giftmüllexporte durch Greenpeace auch: Das Müllionending – wie Greenpeace den Giftmüllexport bezwang; http://www.anstageslicht.de/index.php?UP_ID=3&NAVZU_ID=46&STORY_ID=73.

Greenpeace ist in Deutschland als gemeinnütziger e.V. organisiert. Die Mitgliederversammlung wählt einen Aufsichtsrat, der die Geschäftsführung bestellt. Anders als bei basisdemokratischen Vereinen bekennt Greenpeace sich damit zu klaren Entscheidungsstrukturen und Verantwortlichkeiten, denn die global geführten Kampagnen verlangen nach einer äußerst belastbaren und zu schnellen Reaktionen fähigen Organisationsform.

Organisation der Recherche

Traditionell sind Rechercheaufgaben bei Greenpeace stets von den sogenannten Campaignern wahrgenommen worden, die die Organisation auch als Fachexperten nach außen vertreten, sei es in Interviews oder bei der politischen Lobbyarbeit. Diese Aufgabenzuweisung schien lange Zeit plausibel, weil die gesamte Fachexpertise bei diesen Menschen zusammenläuft, die für ihr jeweiliges Themengebiet auch fachlich einschlägig ausgewiesen sind – also etwa die Meerescampaigner als studierte und z.T. promovierte Meeresbiologen. Allerdings hat das deutsche Greenpeace-Büro als größter nationaler Ableger bereits 1996 eine eigene Rechercheinheit ins Leben gerufen, um die Professionalisierung in diesem Bereich voranzutreiben. Dem war die Erfahrung vorausgegangen, dass Greenpeace im Zuge der Brent-Spar-Kampagne gegen die Versenkung der Öllagerplattform von Shell im Nordost-Atlantik eine falsche Hochrechnung über die Restmengen an Ölschlämmen in den Tanks der Plattform veröffentlicht hatte. Zwar beruhte diese Panne auf einem Messfehler, wurde von Greenpeace selbst korrigiert und hatte zunächst in der öffentlichen Debatte um die Versenkung gar keine Rolle gespielt. Aber im Nachhinein erwies sich allein der Umstand, dass Greenpeace eine Zahl korrigieren musste, als schwerer Schlag gegen die Glaubwürdigkeit, vor allem bei Journalisten. Als Konsequenz aus dieser Erfahrung wurde beschlossen, die internen Qualitätssicherungsmechanismen durch eine eigene Rechercheabteilung zu stärken.² Der Gedanke war dabei unter anderem, dass die Rechercheure keinem Verwertungsdruck zu den von ihnen bearbeiteten Themen unterliegen – ein Faktor übrigens, der auch aus dem Journalismus bekannt ist: Für freie Autoren ist die Versuchung groß, ein einmal begonnenes Stück besser nicht „totzurecherchieren“, weil sie dann mit einem Einnahmeausfall leben müssen. Dies kann zur der Neigung beitragen, vor allem die Fakten aufzugreifen, die der eigenen Arbeitshypothese entsprechen. Diesem Verzerrungsrisiko sollte bei Greenpeace mit einer Trennung zwischen Faktenbeschaffung und -prüfung sowie klassischem Campaigning entgegengewirkt werden. Ein zweiter Aspekt war die Notwendigkeit zur Spezialisierung: Die thematische Spezialisierung allein entsprach zunehmend weniger den Anforderungen, denen sich Greenpeace gegenüber sah. Hinzukommen musste eine Spezialisierung in der Recherche, weil allein der Umgang mit fachspezifischen Datenbanken, sei es im Bereich Wirtschaftsdaten, Patentanmeldungen oder

² Vgl. Manfred Redelfs: Glaubwürdigkeit in der Politik: Vertrauen in Nichtregierungsorganisationen am Beispiel der Kommunikationsstrategie von Greenpeace. In: Beatrice Dernbach und Michael Meyer (Hrsg.): Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Interdisziplinäre Perspektiven, Wiesbaden 2005, S. 246 - 268.

Schiffsdatenbanken, ein Fachwissen und eine Übung erfordern, die die Campaigner nicht mitbringen können und für die sie sich im Regelfall auch nicht interessieren.

Die Rechercheinheit bei Greenpeace Deutschland ist mit drei Festangestellten (ein Agrarökonom, ein promovierter Chemiker, ein promovierter Politikwissenschaftler und Journalist) recht klein. Hinzu kommen allerdings feste Freie mit Rahmenvertrag, vergleichbar mit Pauschalisten im Journalismus, sowie weitere Freie aus den Arbeitsfeldern Wissenschaft, Journalismus oder NGOs, die je nach gesuchter Expertise unter Vertrag genommen werden. Seit zehn Jahren verfügt auch Greenpeace International in Amsterdam über eine solche Rechercheinheit, die neben eigenen Projekten vor allem die Rechercheaktivitäten in den weltweiten Büros koordiniert. Selbstverständlich recherchieren bei Greenpeace auch weiterhin – aber eben nicht nur - die Campaigner, von denen es im deutschen Büro allein 30 gibt. Sie verfügen über wertvolle Fachkontakte zu Wissenschaftlern und Mitarbeitern in Behörden und in der Politik.

Unterschiede zur Recherche im Journalismus

Natürlich nutzt Greenpeace zunächst einmal sämtliche methodischen Verfahren, die auch bei der journalistischen Recherche zum Tragen kommen. Dies gilt etwa für die klassischen Hinweise zum Recherche-Vorgehen wie der Quellen-Befragung von außen nach innen, gemäß der von Michael Haller entwickelten Systematik.³ Dass es eine intensive Rezeption der handwerklichen Regeln aus dem Journalismus gibt, drückt sich auch darin aus, dass in Deutschland unter den wenigen Recherche-Trainern in der Aus- und Weiterbildung von Journalisten allein drei ehemalige oder derzeitige Greenpeace-Mitarbeiter zu finden sind. Desgleichen dürfte es kein Zufall sein, dass auch bei den wenigen Büchern zur Recherche zwei von Greenpeace-Mitarbeitern stammen.⁴ Dieser Sachverhalt spiegelt bereits, dass die Konzentration auf die alleinige Aufgabe der Recherche eine intensivere Reflexion über das handwerkliche Vorgehen zulässt, während sich recherchierende Journalisten oft nicht so sehr über die Methodik der Informationsbeschaffung definieren, sondern über ihr inhaltliches Spezialgebiet oder über das Schreiben bzw. die filmische Umsetzung. Allein die Spezialisierung auf die Recherche ist somit eine Besonderheit, die im Journalismus erst in jüngerer Zeit mit der Einrichtung von Recherche-pools wie beim NDR oder SWR aufgegriffen wurde. Darüber hinaus gibt es einige weitere Spezifika, die mit der Arbeitsweise von Greenpeace verknüpft sind.

³ Michael Haller: *Recherchieren*, Konstanz 2008 (siebte Auflage).

⁴ Matthias Brendel u.a.: *Richtig Recherchieren. Wie Profis Informationen suchen und besorgen. Ein Handbuch für Journalisten und Öffentlichkeitsarbeiter*, Frankfurt 2010 (siebte Auflage); Manfred Redelfs: *Investigative Reporting in den USA. Strukturen eines Journalismus der Machtkontrolle*, Wiesbaden 1996.

Langfristige Themenbearbeitung und Spezialisierung

Als Umwelt-NGO hat Greenpeace einen klaren Arbeitsfokus, noch dazu begrenzt auf ganz bestimmte Themenfelder der Umweltpolitik. So kümmert sich die Organisation nicht um klassische Tierschutzfragen oder regionale Naturschutzthemen, sondern um globale ökologische Probleme. Diese Spezialisierung unterscheidet Greenpeace von den typischen journalistischen Arbeitsfeldern, denn selbst wenn eine Redaktion sich vielleicht glücklich schätzen kann, einen der wenigen hauptberuflichen Umweltjournalisten zu beschäftigen, so muss dieser das gesamte Spektrum der Umweltpolitik abdecken. Die Spezialisierung geht mit einer deutlich intensiveren Kontaktpflege zu Fachleuten und sonstigen Akteuren einher, die zugleich wichtige Quellen sein können, wenn es darum geht, an interne Informationen zu gelangen. Hinzu kommt, dass Greenpeace es sich leistet, über sehr viele Jahre an Themen dranzubleiben, während die journalistischen Konjunkturen oft kürzeren Zyklen unterliegen. Dazu ein Beispiel: Das Thema Giftmüllexporte hat Greenpeace über etliche Jahre bearbeitet, mit zwei Campaignern allein im deutschen Büro und Kollegen in ausländischen Greenpeace-Büros, deren Länder z.T. auch „Empfänger“ des aus Deutschland exportierten Giftmülls waren. Eine Entsprechung auf journalistischer Seite, also ausgewiesene Themenexperten unter den Medienvertretern, gab es allerdings nicht: Dort berichtete z.B. ein Schweizer ARD-Korrespondent, wenn in Basel über die neue UN-Konvention gegen Giftmüllexporte berichtet wurde, und aus Rumänien der Osteuropa-Korrespondent, wenn dort plötzlich deutscher Müll auftauchte, der illegal entsorgt worden war. Bei Greenpeace handelte es sich dagegen immer wieder um die gleichen Personen, die kontinuierlich an einem Thema dranbleiben konnten. Die Arbeitsstrukturen erweisen sich somit als deutlich unterschiedlich, weil der Journalismus im Regelfall weniger Themenspezialisierung zulässt.

Internationalität:

Wenn Greenpeace eine Recherche zu einem globalen Umweltthema angeht, kann dabei stets auf das internationale Netzwerk der mehr als 40 Greenpeace-Büros zurückgegriffen werden. Nun könnte man einwenden, dies sei bei etablierten Medienhäusern mit ihrem Korrespondentennetzwerk ja nicht anders. Allerdings ist hier in Rechnung zu stellen, dass normale Korrespondententätigkeit heute mit so vielen aktuellen Berichtsanslässen verbunden ist, dass eine wochenlange „Amtshilfe“ für eine Einzelrecherche der Heimatredaktion kaum denkbar ist. Bei Greenpeace unterstützt aber gerade dieses Ineinandergreifen der Rechschritte in den einzelnen Büros die Arbeit. Als etwa im Frühjahr 2010 in 24 Ländern gleichzeitig eine Kampagne gegen Nestlé startete, um den Lebensmittelhersteller zum Ausstieg aus der Verarbeitung von Palmöl aus Urwaldzerstörung zu bewegen, waren dem zweieinhalbjährige vergebliche Gespräche mit der Firma und intensive Recherchen vorausgegangen: Ansatzpunkt war die Ausweitung der Palmölanbauflächen in Indonesien, das dadurch jedes Jahr zwei Prozent seiner Urwaldfläche

verliert. Die im Ursprungsland gut dokumentierte Urwaldzerstörung ließ sich der in Indonesien operierenden Firma Sinar Mas zuordnen, die wiederum an die internationale Handelsfirma Cargill liefert. Über Cargill war auch Nestlé Abnehmer des Palmöls, das u.a. für den Schokoriegel Kit-Kat eingesetzt wurde. Dieses bekannte Markenprodukt hat Greenpeace in der Folge in den Mittelpunkt der Urwaldkampagne gestellt. Diese Lieferkette hätte sich nicht ohne Weiteres etablieren lassen, wüsste Greenpeace nicht sehr genau über die Bedingungen in Indonesien und die von dort ausgehenden Handelsströme Bescheid. Eine Recherche allein von Deutschland aus wäre hier ins Leere gelaufen.

Verdeckte Recherche, falls zu legitimieren

Greenpeace setzt gelegentlich auch verdeckte Recherchemethoden ein, soweit diese ethisch gerechtfertigt werden können. Hier orientiert sich die Organisation an den Kriterien, die auch der Deutsche Presserat zugrunde legt: Die verdeckte Recherche muss einer Information von hoher öffentlicher Relevanz gelten, die auf anderem Wege nicht erlangt werden kann. Diese verdeckte Vorgehensweise spielt naturgemäß auch bei den Aktionen von Greenpeace eine Rolle: Schon eine der frühen Greenpeace-Aktionen in Deutschland, die Besetzung des Schornsteins von Boehringer in Hamburg aus Protest gegen die hohe Dioxinbelastung, die von diesem Unternehmen ausging, war nur möglich, weil die Aktivisten mit einem Lieferwagen direkt auf das Grundstück gefahren waren und beim Pförtner einen fingierten Lieferschein der Firma „Friedemann Grün“ präsentiert hatten.

Ein typisches Beispiel für eine verdeckte Recherche ist das Vorgehen, als Greenpeace die verheerenden ökologischen und gesundheitlichen Folgen der Verschrottung von alten Handelsschiffen in Indien dokumentiert hat. Weil die Umweltstandards in vielen asiatischen Ländern sehr lax bis gar nicht existent sind, ist es für die Reeder ein gutes Geschäft, zur Verschrottung anstehende Schiffe dorthin zum Abbruch zu verkaufen. Während die Entsorgung von Asbest und Altölen in Europa sehr teuer ist, kann in Indien noch ein Millionen-Erlös für Abbruchschiffe erzielt werden, denn das Altmetall wird weiterverkauft, und Vorkehrungen zum Schutz der Arbeiter oder zur umweltgerechten Entsorgung von Problemstoffen gibt es de facto kaum.

Damit dieses Thema für deutsche Medien interessant wurde, musste zunächst ein deutscher Fall dokumentiert, also ein direkter Link in die Bundesrepublik etabliert werden, auch wenn der Verkauf zumeist über Mittelsmänner geschieht. Den Durchbruch brachte hier eine sorgfältige Analyse, welche Stellen eigentlich an diesem Handel irgendwie beteiligt sind bzw. über Informationen verfügen. Durch die Auswertung von Presseartikeln über frühere Schiffsexportfälle und erste Gespräche mit Brancheninsidern wurde schnell klar, dass über die zentralen Akteure (Reeder,

Schiffsagenten, Makler, Abwrackbetriebe in Indien) sicherlich nichts zu erfahren war. Dieser kleine Kreis von unmittelbar Betroffenen wusste, was er durch Publizität zu verlieren hatte. Andere Stellen, die über Daten verfügten, wie etwa der Zoll, waren nicht zur Herausgabe befugt. Im Lager der Kritiker (andere NGOs, Seefahrer-Gewerkschaft, UN-Gremien oder auch Konkurrenten der indischen Abwrackbetriebe) fehlte es zumeist an ausreichendem Wissen über die Links nach Deutschland. Aber bei einer systematischen Analyse sämtlicher Stellen, die irgendwie involviert waren, wurde schließlich klar, dass alle notwendigen Informationen beim Schiffsversicherer Lloyd's zusammenlaufen mussten: Dort waren die Liegeorte der Schiffe bekannt, ihre letzten Eigner und auch das Abmeldedatum bei der Versicherung – denn für ein verschrottetes Schiff wurde selbstverständlich keine Versicherungspolice mehr gezahlt. Gleichzeitig erschien der Schiffsversicherer als des Rechercheurs liebste Quelle, denn bei ihm fällt eine hohe Fachkompetenz mit einer hinreichenden Neutralität bei diesem Thema zusammen. Der Weg zur Lösung des konkreten Rechercheproblems bestand somit zunächst in der Rekonstruktion des „Systems Schiffsverschrottung“ (wer ist involviert, wer verfügt über welche Kompetenzen und Informationen?) und dann in der Auswahl der erfolgversprechendsten Quellen gemäß der Rechercheregeln, nach Möglichkeit von außen nach innen vorzugehen und dabei ein besonderes Augenmerk auf nicht direkt involvierte Experten zu legen.⁵

Die verdeckte Recherche wurde als nächster Schritt notwendig, weil sich über den Versicherer zwar ermitteln ließ, wann Schiffe mit deutschen Eignern ihre Endstation Alang erreicht hatten, einen großen Abwrackhafen in Indien. Aber aus Presseberichten und über die indischen Kollegen war sehr klar, dass Journalisten oder NGO-Vertreter auf gar keinen Fall auf das Gelände gelassen würden. Da allein durch Arbeitsunfälle in Alang damals jeden Tag ein Toter zu beklagen war, scheuten die Unternehmen die Öffentlichkeit. Greenpeace hielt in diesem Fall ein verdecktes Vorgehen aufgrund der eklatanten Missstände für gerechtfertigt und ging von der Überlegung aus, dass eine Rolle gewählt werden sollte, die folgende Kriterien erfüllt:

- Sie darf für den Betreiber der Abwrackwerft nicht bedrohlich sein, sondern sollte seiner eigenen Interessenlage entsprechen (Journalisten könnten z.B. bedrohlich sein; ein Geschäftsinteresse wäre dagegen förderlich)
- Die Rolle sollte zu allen notwendigen Informationen führen (möglichst Bewegungsfreiheit auf dem Abwrackgelände; direkter Zugang zu deutschen Schiffen, um unbeobachtet Proben von Schadstoffen zu nehmen; Möglichkeit zum Fotografieren für die Dokumentation der Verhältnisse und die Umstände der Probenahme)
- Sie muss leicht spielbar sein und ein geringes Enttarnungsrisiko mitbringen, also idealerweise dicht an der Realität bleiben (das Auftreten als Schiffsverkäufer würde z.B. sehr viel Kontextwissen voraussetzen und wäre in einer kleinen, eng vernetzten Szene mit

⁵ Vgl. zu diesen allgemeinen Rechercheregeln: Haller, a.a.O., S. 55 ff.

- einem hohen Entdeckungsrisiko verbunden)
- Die Rolle darf ethisch oder gesetzlich keine Probleme aufwerfen (das schließt z.B. jegliche Form der Amtsanmaßung wie etwa als Zollinspektor oder auch die in Indien nicht ungewöhnliche Zahlung von Schmiergeld aus)

Ein Durchdeklinieren dieser Kriterien führte dann zu der Entscheidung, bei der Abwrackwerft als Gruppe deutscher Touristen aufzutreten, die dem „Verein der Freunde großer Handelsschiffe“ angehören und gerne für ihr Vereinsheim in Hamburg Aufnahmen deutscher Schiffe machen sowie einige Andenken erwerben möchten, etwa ein Steuerrad oder Einrichtungsdetails aus der Kapitänskajüte. So war einerseits eine nicht bedrohliche Rolle gewählt, die auch das Fotografieren und Filmen zuließ sowie zwingend das Betreten der Schiffe voraussetzte. Gleichzeitig entstand mit der Ankündigung, Kleinigkeiten kaufen zu wollen, die in Indien anderweitig schwer weiterzuveräußern wären, ein Interesse für den Manager der Werft, die überraschenden Besucher tatsächlich auf das Gelände zu lassen.

Auf diese Weise ist die Dokumentation am Beispiel eines deutschen Handelsschiffes lückenlos gelungen, einschließlich der Entnahme von etlichen Asbestproben, die in einem Hamburger Labor analysiert wurden. Die Bilder von Arbeitern, die mit bloßen Händen und ohne jeden Atemschutz nassen Asbest zum Trocknen in der Sonne zerbröselten, um ihn hinterher als Isoliermaterial weiter zu verkaufen zu können, wurden später in einem Magazinbeitrag von Report Mainz verwendet. Auch der „Spiegel“ hat ausführlich über die Rechercheergebnisse berichtet und damit das Thema Schiffsverschrottung erstmals auf die politische Agenda gesetzt.

Die Recherchemethodik orientierte sich bei diesem Beispiel ganz klassisch an gängigen journalistischen Verfahren und Kriterien, nur dass diese schon wegen des Aufwands bei Print- oder elektronischen Medien nur noch selten zum Einsatz kommen. Außerdem ist das Fallbeispiel wohl ein guter Beleg dafür, dass bei der Recherche idealerweise zwei Komponenten zusammenfließen sollten: Systematik einerseits (Ableitung der potenziellen Quellen und Identifizierung der aussichtsreichsten Quellen für den eigenen Informationszweck) und Kreativität andererseits (Entwickeln der passenden Idee für die verdeckte Recherche).

Eigene Tests

Anders als die meisten journalistischen Redaktionen, vielleicht abgesehen von den Magazinen von Ökotest und der Stiftung Warentest, greift Greenpeace gerne auf wissenschaftliche Laboranalysen zurück, die z.T. für sehr aufwändige eigene Datenerhebungen genutzt werden. So sind wiederholt bundesweite Untersuchungen über die Pestizidbelastung bei Obst- und Gemüse deutscher Supermärkte angestellt worden. Das Ziel war hier, den Verbrauchern Daten zur Verfügung zu

stellen, über die zwar auch der Lebensmittelhandel selbst und die Lebensmittelüberwachungsämter der Länder verfügen, die aber bis dahin nicht veröffentlicht wurden. Durch ein Belastungsranking der Supermarktketten wurde ein interner Qualitätswettbewerb entfacht, der letztlich zur Reduktion des Pestizideinsatzes geführt hat. Hierfür hat Greenpeace in mehreren Jahren nach einem von Wissenschaftlern entwickelten Verfahren Proben genommen, die Ware auf Pestizidrückstände hin analysieren lassen und die Ergebnisse im Internet sowie in eigenen Broschüren veröffentlicht.

Ferner greift Greenpeace bei aktuellen Krisen auch gezielt auf eigene Messungen und Tests als Recherchemethode zurück: So hat ein international zusammengesetztes Greenpeace-Team nach der Reaktorkatastrophe in Fukushima Radioaktivitätsmessungen in der Nähe des Unglücksortes vorgenommen und konnte damit gesundheitsgefährliche Strahlungswerte auch außerhalb der offiziellen Sperrzone nachweisen.⁶ Derartige Datenauswertungen werden von den Journalisten zwar gerne in der Berichterstattung aufgegriffen, kommt ihnen doch ein echter Neuigkeitswert zu. Allerdings nehmen die Journalisten im Regelfall keine eigenen Messungen vor. Zum einen fehlt ihnen dafür in der Regel die fachliche Kompetenz, während Greenpeace auch Atomphysiker beschäftigt. Ferner sind Auslandskorrespondenten in derartigen Krisensituationen komplett mit der Berichterstattung über die aktuelle Lage ausgelastet, so dass gerade in solchen Situationen keine Recherchen angeschoben werden können, die wie im Falle von eigenen Messungen einen größeren logistischen Aufwand erfordern.

Unterstützung durch Ehrenamtliche

Ohne die Unterstützung durch die rund 2.000 Ehrenamtlichen von Greenpeace, die sich bundesweit in 90 Ortsgruppen zusammengefunden haben, wären manche Recherchen erheblich teurer und damit für Greenpeace nicht durchführbar. So kaufen die Ehrenamtlichen für die Pestizidtests anhand einer von der Zentrale in Hamburg zusammen mit Statistikern erstellten Liste an bestimmten Stichtagen Obst und Gemüse ein. Zwar sind die Einkaufsorte und die Produkte vorgegeben, um eine statistische Aussagekraft zu erreichen. Die Greenpeace-Gruppen erledigen somit nur noch die Einkäufe. Aber allein der Zeitaufwand, der hierfür notwendig wäre, würde es kein ehrenamtliches Helfernetz geben, lässt den Unterschied zu klassischen journalistischen Arbeitsstrukturen erkennen.

Ferner helfen die Ehrenamtlichen bei der Suche nach bestimmten Produkten, wenn ein Skandal offenbar wird. Beispielsweise gelang es mit ihrer Unterstützung schnell, Verkaufsstellen des Schokoriegels „Butterfinger“ zu ermitteln, der als gentechnikverändertes Produkt in deutschen

⁶ Vgl. http://www.greenpeace.de/themen/atomkraft/nachrichten/artikel/60_kilometer_von_fukushima_daiichi_caesium_in_bodenproben

Läden angeboten wurde, ohne entsprechend gekennzeichnet zu sein, wie es das europäische Gesetz verlangt. Die Hilfe der Greenpeace-Gruppen war auch zentral, als im September 2009 Gentechnik-Leinsamen aus Kanada in den Handel gelangte, der nirgendwo auf der Welt eine Zulassung besaß: Auch in diesem Fall war es durch ein Netz von Ehrenamtlichen möglich, kurzfristig an vielen Verkaufsstellen bundesweit zu kontrollieren, wo überall die Ware auftauchte.⁷

Im Vergleich zum Journalismus zeigt sich hier somit ein Vorteil im Blick auf Kosten, flächendeckende Abdeckung des Bundesgebietes und schnelle Reaktionsfähigkeit.

Systematische Nutzung der Auskunftsrechte

Greenpeace stehen die gleichen Auskunftsrechte zur Verfügung wie jedem Journalisten: Auf den Auskunftsanspruch gegenüber Behörden gemäß der Landespressegesetze kann sich die Organisation berufen, da bei ihr auch das Greenpeace Magazin erscheint. Die Ansprüche nach dem Umweltinformationsgesetz (UIG) und dem Informationsfreiheitsgesetz (IFG) sind genauso wie die Registereinsichtsrechte etwa beim Handelsregister oder Vereinsregister Jedermannsrechte. Allerdings fällt auf, dass Greenpeace von diesen Rechten deutlich häufiger und systematischer Gebrauch macht, als dies bei den meisten Redaktionen der Fall ist. Da in Deutschland die Behördentransparenz deutlich schwächer ausgeprägt ist als etwa in den angelsächsischen Ländern und die Tradition des „Amtsheimnisses“ nach wie vor die Verwaltungskultur prägt, sind Informationsbegehren gegenüber deutschen Behörden häufig nicht im ersten Anlauf erfolgreich. Vielmehr erfordern sie, gerade bei brisanten Informationen, oft den Gang vor Gericht. Und genau vor diesem Schritt schrecken die meisten Redaktionen zurück, z.T. aus Kostengründen, aber auch wg. der langen Verfahrensdauer, die jenseits der normalen journalistischen Planungshorizonte liegt: So beträgt allein die Wartezeit auf den ersten Verhandlungstermin vor dem Verwaltungsgericht, das für alle drei o.g. Gesetze zuständig ist, im Durchschnitt zwei Jahre.

Weil die Arbeit von Greenpeace langfristiger angelegt ist als die Planungszeiten der typischen Redaktionen, strengt die Organisation immer wieder strategische Musterprozesse um Akteneinsicht oder Datenfreigabe an. Nach dem Störfall im AKW Brunsbüttel im Jahre 2001 hat Greenpeace einen Antrag auf Einsicht in den Schriftverkehr zwischen dem Kraftwerksbetreiber Vattenfall und der Atomaufsichtsbehörde in Schleswig-Holstein gestellt. Dieses Verfahren, das bis zum Bundesgerichtshof in Leipzig ging und von Greenpeace in letzter Instanz gewonnen wurde, hat sieben Jahre gedauert. Es erscheint fraglich, welche Redaktion angesichts des ungewissen Ausgangs bereit gewesen wäre, diesen Klageweg bis zum Ende zu beschreiten. Drei Jahre dauerte es, bis Greenpeace durch eine Klage nach dem Umweltinformationsgesetz die Freigabe

⁷ Vgl. http://www.greenpeace.de/themen/gentechnik/nachrichten/artikel/informationpolitik_der_behoerden_zum_gen_leinsamen_skandaloes

der Spitzenempfänger von Agrarexportsubventionen erreichte. Immerhin führte dieses Verfahren auch nach der langen Verfahrensdauer noch zu interessanten Exklusivinformationen, die von mehreren überregionalen Tageszeitungen auf den Titelseiten gebracht wurden. Somit hätte der Aufwand sich sicherlich auch für eine klagende Redaktion gelohnt. Einen ähnlichen Effekt erzielte die nach dem Umweltinformationsgesetz Ende 2010 erstrittene Freigabe der möglichen Endlagerstandorte für die CO₂-Verpressung: Etliche Zeitungen, vor allem im stark betroffenen norddeutschen Raum, machten mit dem Thema auf, demonstrierten also, wie hoch sie die journalistische Wertigkeit der Informationen einstufen. Den juristischen Streit mit dem Bundesamt für Geowissenschaften und Rohstoffe hatte zuvor jedoch keine Redaktion gesucht.

Vor allem das letzte Beispiel zeigt, dass für die erfolgreiche Nutzung der Akteneinsichtsrechte neben dem langen Atem auch eine fachliche Spezialisierung sehr hilfreich ist: Um überhaupt zu erkennen, wo für die Öffentlichkeit interessante Datensätze schlummern, um die es sich mit einer Behörde zu streiten lohnt, ist oft eine fachliche Detailkenntnis vonnöten, wie es sie im Journalismus immer seltener gibt. In diesem konkreten Fall war der Anhaltspunkt, dass die Behörde Kapazitätsberechnungen über die Menge an CO₂ angestellt hatte, die theoretisch in Deutschland unterirdisch gelagert werden könnten. Diese Zahlenangabe ließ den Rückschluss zu, dass da, wo Enddaten existieren, auch Eingangsdaten vorliegen müssen, wie hier die Einzeluntersuchungen zu den örtlichen Lagerstätten.

Schließlich darf nicht unterschätzt werden, dass nach dem erfolgreichen Zugang zu den Akten öffentlicher Stellen auch die Auswertung sehr arbeitsintensiv sein kann. Um das Genehmigungsverfahren für das geplante Atommüllendlager in Gorleben zu durchleuchten, haben Greenpeace-Mitarbeiter im Niedersächsischen Umweltministerium in monatelanger Arbeit tausende Seiten Akten gesichtet. Der Aufwand hat sich unmittelbar gelohnt, denn es zeigte sich z.B., dass Gorleben als Endlagerstandort zunächst gar nicht von den beauftragten Wissenschaftlern favorisiert wurde, sondern ganz andere Standorte. Eine Liste des TÜV Hannover, der mit der Suche befasst war, existiert gar zweimal in den Akten: einmal ohne den Namen Gorleben und einmal mit der handschriftlichen Ergänzung „Gorleben“, die offenbar in letzter Minute hinzugefügt wurde. Es war immer vermutet worden, dass dieser Ort hauptsächlich aus politischen Gründen wegen seiner Zonenrandlage, der niedrigen Bevölkerungsdichte und der vermeintlich konservativ eingestellten Einwohnerschaft ausgewählt worden sei. Aber als schließlich ein Dokument auftauchte, das die politische Einflussnahme auf die Standortsuche untermauerte, widmete u.a. Frontal21 des ZDF diesem Greenpeace-Fund einen eigenen Beitrag.⁸

⁸ Vgl. <http://www.zdf.de/ZDFmediathek/hauptnavigation/startseite/#/beitrag/video/1019338/Gorleben:-Willkuer-statt-Wissenschaft>

Fazit: Rückbesinnung auf journalistische Kompetenzen tut Not

Handwerklich unterscheidet sich die Recherche bei Greenpeace nicht von dem, was auch im Journalismus an Methoden genutzt wird. So wird in ethisch begründeten Fällen beispielsweise die verdeckte Recherche auch bei Zeitungen oder für Fernsehbeiträge praktiziert, gerade im Bereich der politischen Magazine. Allerdings profitiert die Umweltorganisation von einer klaren Themenspezialisierung, dem internationalen Netzwerk, der Unterstützung durch Ehrenamtliche und der Bereitschaft, sehr langfristig an Themen sowie konkreten Rechercheprojekten dranzubleiben. Ferner schreckt Greenpeace nicht davor zurück, strategische Auskunftsklagen gegen Behörden zu führen, selbst wenn das Ergebnis erst nach Jahren vorliegt. Die Greenpeace-Recherche profitiert damit von einer eigenen Themensetzung, die sich dem Aktualitätsdruck entzieht.

Sofern man sich fragt, was Journalisten von der Recherche bei Greenpeace an Schlussfolgerungen für die eigene Arbeit ziehen können, ist das Fazit daher ernüchternd konventionell: Es zeigt sich einmal mehr, auch beim Blick auf einen nichtjournalistischen Akteur, dass Recherche gerade im investigativen Bereich auf Themenspezialisierung und damit verbundene intensive Quellenpflege angewiesen ist, dass sie dann gelingt, wenn Freiraum jenseits tagesaktuellen Produktionsdrucks da ist und wenn die Redaktionsleitung Rückendeckung dafür gibt, bestehende Rechercherechte offensiv und mit langem Atem wahrzunehmen, auch gegen behördliche Widerstände. Handwerklich sollten diejenigen, die recherchieren, schlicht gut gerüstet sein, also etwas von Recherchemethodik verstehen, von Interviewtechnik, Internetrecherche, dem Umgang mit kommerziellen Datenbanken sowie der Rechtslage gegenüber Ämtern. Für den Journalismus eigentlich eine beruhigende Nachricht: Nichts muss neu erfunden werden – es reicht schon, Arbeitsmethoden in Ehren zu halten, die aus dem Journalismus kommen, die es aber angesichts von Kostendruck und Entertainingisierung in weiten Teilen der Medien immer schwerer haben.

Der Autor:



Dr. Manfred Redelfs
Greenpeace Deutschland

Dr. Manfred Redelfs leitet die Rechercheabteilung von Greenpeace und ist nebenberuflich als Recherchetrainer tätig, u.a. für die Henri-Nannen-Schule und den Verlag Gruner+Jahr. Nach dem Studium der Journalistik und Politikwissenschaft in Hamburg, Washington, Berkeley und Oxford sowie einem NDR-Volontariat hat er mehrere Jahre als Journalist für den NDR gearbeitet; Promotion über Recherchejournalismus in den USA sowie Vertretung von Professuren in Politikwissenschaft an den Universität Hamburg und in Journalistik an der Universität Leipzig; er ist Mitbegründer und kooptiertes Vorstandsmitglied der Journalistenorganisation Netzwerk Recherche.

Artikel aus: Recherche reloaded: Was Journalisten von anderen Rechercheberufen lernen können, Netzwerk Recherche, nr-Werkstatt Nr. 21, Berlin 2012, S. 118 - 132; zum kompletten Tagungsband: <http://www.netzwerkrecherche.de/Publikationen/nr-Werkstatt/21-Recherche-reloaded/>