

# Erfahrungsbericht Arthur F. Burns Fellowship 2012

## **ProPublica, New York**

*Von Jonathan Stock*

ProPublica ist eine knapp 30-köpfige, in Deutschland weitgehend unbekannte New Yorker Redaktion, die es in den USA innerhalb von 4 Jahren in allen großen Medien zu Ansehen gebracht hat, zwei Pulitzerpreise gewann, mit seinem investigativen Journalismus, seinen interaktiven Datenbanken und Animationen die New York Times übertraf und so hip ist, dass David Simon, der Erfinder von „The Wire“ eine Recherche von ProPublica in New Orleans zum roten Faden einer kompletten Staffel seiner neuen Fernsehserie „Treme“ machte.

Wer sich hauptsächlich für klassische Reportagen, Magazinjournalismus oder tagesaktuelle Geschichten interessiert, wird bei ProPublica wenig Freude haben. Die Redaktion denkt in etwa einem Dutzend Themenblöcken, die es in kleinen Teams über Monate, meistens Jahre nahezu exzessiv beackert und aufbereitet. Wer als Fellow dort arbeitet, wird in den meisten Fällen weder den Anfang noch das Ende einer, schon gar nicht „seiner“ Recherche erleben, sondern ist stattdessen Teil eines größeren Ganzen.

Es ist als Redakteur völlig normal, zwei Monate lang hunderte Akten allein zum Thema Arbeitsschutz in Wäschereien durchzuarbeiten, nur um einen winzigen Nebenaspekt einer Private Equity Firma zu untersuchen, die 2008 das Großkundengeschäft von Lehman Brothers übernahm. Am Ende führte die Recherche in eine Sackgasse, aber das störte eigentlich keinen. ProPublica bietet, neben dem größten Recherchedatenbank-Arsenal der USA, soviel Zeit und Geld, wie seine Mitarbeiter es wünschen. Das macht die Redaktion einzigartig in den USA und vielleicht auch der Welt.

Besonderes Augenmerk legen die Mitarbeiter auf neue Wege, ihre wichtigen, aber meist trockenen, politischen oder wirtschaftlichen Geschichten (sogenannte „hard-sell stories“) aufzubereiten. Wirklich gelungen sind die Videoanimationen im Southpark-Stil, z.B. *My Water's on Fire Tonight (The Fracking Song)*, die sich jeder Journalist einmal als Lehrstück

ansehen sollte, wie es möglich sein kann, ein Thema wie Gasförderung unterhaltsam und gleichzeitig informativ auf zweieinhalb Minuten aufzubereiten. Die Animationen werden in Zusammenarbeit mit dem Studio 20 erstellt, einem Fachbereich der New York University. Für mich ein Beispiel dafür, dass Redaktionen nicht alles hausintern machen müssen, sondern in den richtigen Fällen Profis engagieren sollten.

Gleichzeitig steckt ProPublica Millionen Dollar in die Entwicklung von interaktiven Datenbanken, sogenannten „News Apps“, deren Datensätze die Redaktion meist über lang andauernde FOIA-Anfragen (Freedom of Information Act) eingefordert hat. Federführend für „News Apps“ in der Redaktion ist Scott Klein mit seinem Team, der ständig auf der Suche nach guten Leuten ist. Wer Erfahrung in Datenjournalismus hat und dazu programmieren kann, hat hier gute Aussichten auf einen neuen Job.

Die Redakteure um Managing Editor Stephen Engelberg und Editor-in-Chief Paul Steiger sind allesamt gutbezahlte, hochkarätige, meist preisgekrönte Journalisten, die zuvor bei der *New York Times*, dem *New Yorker*, der *Washington Post* o.ä. gearbeitet haben. Niemand muss sich hier noch etwas beweisen, Stress oder Zukunftsangst anderer amerikanischer Redaktionen habe ich nicht gespürt, alle sind ausgesprochen freundlich und hilfsbereit. Fellows gegenüber und integrieren einen problemlos in Recherchen.

Ich selbst arbeitete in einer Recherchegruppe um Kim Barker zum Thema illegale Wahlkampffinanzierung der Kongresswahlen 2010 durch scheinbar gemeinnützige Organisationen. Auch wenn ich aufgrund völliger Ahnungslosigkeit wenig zu der Sache beitragen konnte, wurde ich bei Veröffentlichungen in der Autorenzeile genannt, was ich mir nur durch die angenehme Nettig- und Großzügigkeit der Amerikaner erklären kann.

Insgesamt kann ich einem die Redaktion sehr empfehlen, wenn man sich ernsthaft für investigative Recherche oder Datenjournalismus interessiert. Man sollte aber wissen, dass die Themen meist sehr US-spezifisch sind (Der Slogan von ProPublica ist: „Journalism in the Public Interest“) und großen Wert auf gute schriftliche Englischkenntnisse gelegt wird, Textbeispiele von Artikeln müssen vorher an den Managing Editor gesandt werden.