

Fixer für Fallschirm-Journalisten

In Krisengebieten wären viele Berichterstatter ohne lokale Dienstleister blind

Wenn Journalisten in Krisengebieten im Ausland arbeiten, sind sie oft auf lokale Mitarbeiter angewiesen. Die sogenannten Fixer schaffen Kontakte, organisieren und übersetzen. Der Einsatz solcher Vermittler provoziert auch Kritik.

Philippe Kropf

Im fensterlosen Büro im dritten Stock des Kabul Business Center sitzt Sardar Ahmad Khan in Jeans, gestreiftem Hemd und mit Krawatte hinter zwei Bildschirmen, sein BlackBerry und die Twitter-Meldungen immer im Auge. An der Wand hängt ein grosser Flachbildschirm, auf dem tonlos der lokale Nachrichtensender Tolo-TV läuft. Gegenüber hängt eine gerahmte schwarz-weiße Foto des zerstörten Königspalasts bei Winter. Die Türe zum Büro bleibt offen, Mitarbeiter und Informanten kommen und gehen, das Telefon läutet alle paar Minuten.

Der 34-Jährige hat vor zwei Jahren die Medienagentur Kabul-Pressistan gegründet und dürfte eine der am besten vernetzten Personen in der afghanischen Hauptstadt sein. Sein Wissen und seine Kontakte stellt er Journalisten und Mitarbeitern von Hilfswerken zur Verfügung. Für 200 Dollar pro Tag besorgt er Interviewtermine, organisiert vertrauenswürdige Fahrer und Übersetzer.

Lokale Mitarbeiter ausländischer Journalisten werden im Jargon der Krisenkorrespondenz als Fixer bezeichnet. Sardar nennt sich selber so, redet aber auch von «Media Facilitating». Der Geschäftsgang unterliege starken Schwankungen, vor planbaren Grossereignissen buchten viele ausländische Medien gleichzeitig seine Dienste, nach der Abreise der Sonderkorrespondenten breche die Nachfrage ein.

SMS, Twitter und Facebook

Aus diesem Grund arbeitet der scharf kalkulierende Geschäftsmann mit einer kleinen, festangestellten Belegschaft von nur drei Redaktoren für den Nachrichtendienst, mit je einem Korrespondenten in den Städten Kandahar, Mazar-e Sharif und Jalalabad sowie zwei Kameramännern. Bei Bedarf greift er auf Freelancer zurück: «Ich kenne in der Stadt etwa zehn gute Videofilmer ohne Job. Dasselbe gilt für Fotografen.» Mit den meisten habe er schon früher zusammengearbeitet, betont er. «Es geht um Vertrauen. Ich stehe mit meinem Namen für sie hin.» Das gelte auch umgekehrt: «Wer einmal mit uns gearbeitet hat, weiss, dass er uns trauen kann, und kommt zurück. Einige Kunden sagen mir unterdessen schon vor ihrer Ankunft, was für eine Geschichte sie machen wollen, damit ich mit dem Organisieren anfangen kann.»

Seine Kundschaft diversifiziert hat Sardar auch mit den Dienstleistungen für Nichtregierungsorganisationen und Botschaften. Ihnen liefert er ein Monitoring der lokalen Medien, des nationalen sowie des städtischen Parlaments, Übersetzungen von offiziellen Dokumenten oder auch Simultanübersetzungen bei Anlässen. Mehr als 230 Abonnenten hat auch sein SMS-Dienst, der über wichtige Ereignisse informiert.

Während andere, bekanntere Fixer-Büros allein auf Mundpropaganda setzen und ihre Websites nur selten aufdatieren, nutzt Sardar Internet und soziale Netzwerke intensiv fürs Marketing von Kabul-Pressistan. Wenige Minuten nach der SMS für seine Kunden beispielsweise versendet er die Kurznachricht auch über den kostenlosen Nachrichtendienst Twitter. «Wir nutzen unsere Nachrichten, um uns bekanntzumachen: Verfolgt uns jemand auf Twitter, merkt er, dass wir schnell und glaubwürdig sind, und bei seinem nächsten Besuch bucht er uns vielleicht.»

Den Grundstein für sein Unternehmen legte Sardar nach dem Sturz der Taliban vor zehn Jahren. «Plötzlich kamen Hunderte von Journalisten aus



Eine französische Journalistin (hinter der Kamera) und ihr nigerianischer Mitarbeiter beim Interview.

JACOB SILBERBERG / PANOS

der ganzen Welt nach Kabul. Jeder, der ein bisschen Englisch sprach und die Stadt kannte, konnte 100 Dollar am Tag verdienen», erinnert er sich, der damals in einem Ladengeschäft von Verwandten aushalf und so versuchte, das Geld für ein Studium zu verdienen. «Ich traf diese japanischen Journalisten und arbeitete als Fixer für sie.» Zwei Wochen buchten sie ihn ursprünglich, ein Jahr lang arbeitete er schliesslich für sie. Danach stellte er sich in den Dienst der französischen Nachrichtenagentur AFP, fuhr täglich von Kabul nach Bagram, um dort eine Pressekonferenz des US-Militärs zu transkribieren.

«Während Monaten habe ich jede Agenturmeldung gelesen, die mit meinen Zitaten geschrieben wurde. Dann habe ich angefangen, selber ganze Meldungen zu schreiben.» Es folgten Berichte als eingebetteter Reporter bei Soldaten der Isaf-Truppe im ganzen Land und Geschichten über den afghanischen Alltag. Noch heute arbeitet er für AFP; daneben schreibt er auch fürs norwegische Magazin «Ny Tid».

Egal, wo ein Krieg oder eine Katastrophe ausbricht und Heerscharen von Journalisten ausländischer Medienhäuser anzieht – Fixer werden angeheuert, ob in Kairo, Benghasi, Tripolis, Port-au-Prince, Bagdad oder Kabul. Insbesondere bei den internationalen Fernsehsendern, die untereinander in einem harten Konkurrenzkampf stehen, gelten die Kosten für einen guten Fixer als notwendige Spesen. Aber auch freischaffende Krisenjournalisten greifen auf sie zurück; in Internetforen wie «Lightstalkers» werden Kontaktdaten von zuverlässigen Fixern erfragt und gängige Preise ausgetauscht; die norwegische Medien-NGO International Reporter stellt gar eine entsprechende Datenbank zur Verfügung.

Der niederländische Autor und Nahostkorrespondent Joris Luyendijk geisselte die journalistische Arbeitsweise, bei der Fixer so zentral sind, in einem Interview mit der «Tageszeitung» im Jahr 2008 als Symptom des «Fallschirm-Journalismus»: Ein Fixer sei jemand, der einem in Gaza-Stadt eine Witwe organisiere, die bei einem israelischen Angriff ihren Mann verloren habe. Ein derartiger Fixer habe meist ein Portefeuille von Kontakten griffbereit, aus dem der Journalist auswählen könne.

Kein neues Phänomen

Beim Fixer handelt es sich allerdings keineswegs um ein Phänomen der medialen Neuzeit. Bereits in den Berichten von Oriana Fallaci aus dem Vietnamkrieg tauchen lokale Fahrer und Übersetzer auf; auch der britische Film «The

Killing Fields» über Kambodscha im Jahre 1975 von Rolland Joffé thematisiert die Beziehung zwischen einem amerikanischen Journalisten und seinem einheimischen Gegenpart.

Der Comic-Journalist Joe Sacco stellte den Fixer gar in den Mittelpunkt seines gleichnamigen Bandes. Sein Protagonist im Sarajevo von 2001 hat mit dem Weiterziehen der News-Karawane Job und Prestige verloren. Seinen Einsatz mit dem Leben bezahlt hat hingegen der afghanische Fixer, dessen Schicksal der vor zwei Jahren erschienene Dokumentarfilm «Fixer: The Taking of Ajmal Naqshbani» von Ian Olds nachgeht.

Im Gegensatz zur Populärkultur hat die Wissenschaft den Fixer noch nicht erforscht. Ausnahmen sind etwa die Professoren Jerry Palmer und Victoria Fontan, die im Heft «Journalism» im Februar 2007 die Rolle der Fixer im zweiten US-Irakkrieg untersuchten, oder Colleen Morrell mit ihrer Studie aus dem vergangenen Jahr über den Einfluss von Fixern auf die Irak-Berichterstattung.

Prekäre Arbeitsbedingungen

Während Erstere zum Schluss kommen, dass der starke Gebrauch von Fixern als notwendiges Übel betrachtet werden sollte, sieht Letztere insbesondere die Einschreibung lokalen Wissen in die westlich dominierte Medienproduktion als Vorteil. Zunehmend wird die Rolle der Fixer auch im Mediensystem reflektiert. So läuft seit einigen Jahren eine Diskussion über die oft prekären Arbeitsbedingungen der Fixer oder die Verantwortung, welche Medienhäuser im Falle ihres Todes gegenüber den Familien übernehmen sollten.

Der Hamburger Journalist Marc Thörner, der auch für Schweizer Radio DRS aus Afghanistan und Libyen berichtet, weist im Gespräch auf die praktischen Gründe für den Einsatz von Fixern hin. «Gerade in Afghanistan braucht man ein Netzwerk, um wichtige Leute richtig ansprechen zu können.» In den vergangenen Jahren habe sich beispielsweise einer seiner Fahrer, ein ehemaliger Oberst der afghanischen Polizei, zum Fixer entwickelt. «Er kennt die Bodyguards der meisten Politiker, und wenn man über diesen Umweg anfragt, fallen bei vielen Politikern Berührungängste weg.» Manchmal genüge es auch schon, wenn jemand mit dem richtigen Dialekt anrufe und das Anliegen des ausländischen Journalisten schildere.

Thörner bleibt allerdings vorsichtig: «Es gab schon Situationen, wo beispielsweise tadschikische Fixer oder Übersetzer die Worte eines paschtuni-

schen Gesprächspartners aus politischen Gründen in ihrem Sinn übersetzten.» Deshalb lässt er in Deutschland die Übersetzungen der Interviews von einem Exil-Afghanen kontrollieren.

Sogar der in Kabul geborene Sardar ist auf lokale Helfer angewiesen, wenn er ausserhalb der Hauptstadt recherchiert. So sei die Idee für seine Firma entstanden. «Wenn ich als Afghane auf lokale Hilfe angewiesen bin, gilt das erst recht für Ausländer, dachte ich mir.» Denn Kabul-Pressistan war nicht das erste kommerzielle Abenteuer des Jungunternehmers. Er hatte bereits erfolglos versucht, ein Nachrichten- und ein Modemagazin zu verkaufen. «Afghanistan war damals noch nicht bereit für ein Geschäftsmodell mit bezahlter Werbung», sagt Sardar trocken.

Er arrangiert sich auch sonst mit den Begebenheiten in Afghanistan. Wenn zum wiederholten Mal der Strom und damit die Deckenbeleuchtung ausgeht, beginnt die unterbrechungsfreie Stromversorgung am Boden zu pfeifen und liefert den Computern ein paar Minuten wertvolle Energie. Dann telefoniert und twittert Sardar im fahlen Licht seines Bildschirms weiter, als ob nichts geschehen wäre. Wichtiger als die Aufrechterhaltung der Infrastruktur ist aber das Gespür für die politischen Konstellationen. Im Ländervergleich der Pressefreiheit der Organisation Reporter ohne Grenzen belegt Afghanistan Rang 147 von insgesamt 178 Plätzen.

Beobachter beklagen seit Jahren, dass nicht nur die Taliban, sondern auch die staatlichen Sicherheitsdienste Medienschaffende bedrohen und zur Selbstzensur zwingen würden. Sardar: «Ich habe hier keine Wachen, alle wissen, wo sie mich finden können.» Es gebe viele rote Linien, welche Berichterstatter in Afghanistan nicht überschreiten dürften. «Mein Ziel ist, ehrlich und genau zu berichten, ohne jemandem auf die Zehen zu treten.» Er gehe davon aus, dass alle Seiten – Regierung, Taliban, Isaf, Nachrichtendienste – seine Arbeit verfolgten.

Auf eigenes Risiko

Ins Visier der Sicherheitsdienste geraten insbesondere Journalisten mit Kontakten zu den Taliban, wie sie auch Sardar dank seiner jahrelangen Arbeit hat. Er kann ausländischen Journalisten sogar einen Aufenthalt bei den Taliban besorgen. Allerdings tut er das nur ungern. «Ich frage meinen Kunden, ob ihm diese Geschichte sehr, sehr wichtig ist. Wenn er Ja sagt, dann lasse ich mir schriftlich versichern, dass ich keine Verantwortung trage. Dann organisiere ich das für ihn.»



IN MEDIAS RAS

Hildebrands Helfer

ras. · Wenn ein gesellschaftskritischer Krimiautor solches erzählt hätte, wäre in mancher Rezension wohl von der Freiheit der verdichtenden Fiktion die Rede gewesen. Doch nein, die Realität hat den filmreifen Stoff schon Anfang Jahr geschaffen: Unter den Protagonisten sind höchst prominente Personen, es geht um den Schweizer Bankenplatz, um fragwürdige Finanzaktionen, um Diebstahl, heimliche Treffen mit Unbekannten auf einem Parkplatz, um politische Beziehungsnetze, angeblich Wohlmeinende und Heimtückische, um Intrigen, Manipulationen, Rankünen und durchdrehende Journalisten.

Wer wie ich die Berichte um den Schweizer Notenbankchef in den vergangenen zehn Tagen aus den Ferien verfolgt hat, war allerdings alsbald mit einer Paradoxie der Medienwelt konfrontiert. Je mehr Informationen man nämlich erhielt, umso undurchschaubarer dünkten einen die Ereignisse. Wer spricht die Wahrheit, wer hat wen wann manipuliert? Die Berichterstatter spielten oft mehr Sicherheit vor, als sie wirklich garantieren konnten.

Ich wage eine These: Die «Weltwoche» hat Philipp Hildebrand sehr geholfen. Siegestrunken und selbstzufrieden nach dem erfolgreichen Abschluss eines Bundesratskandidaten, ging sie in der vergangenen Woche trotz wackliger Beweislage wie ein Berserker auf den Notenbankchef los und löste damit in der Medienarena eine Gegenreaktion aus. Oder zumindest bewirkte sie eine Beisshemmung.

Manifest wurde das etwa an Hildebrands Medienorientierung vom vergangenen Donnerstag. Die anwesenden Journalisten hakten kaum nach. Die naheliegendste Forderung wurde nicht gestellt: die nach einer Übergabe von E-Mail-Belegen für Hildebrands Version. Man gab sich mit Versicherungen des Notenbankchefs zufrieden. In den Berichten hiess es dann brav, Hildebrand habe glaubwürdig gewirkt. Und Kommunikationsspezialisten durften zuhänden des Publikums analysieren, ob der Auftritt des Notenbankchefs professionell gewesen sei. Es ging hier jedoch nicht um eine Konzertaufführung, sondern darum, Fakten und Belege für brisante Behauptungen zu erhalten. Ein hemmender Faktor war wohl auch der Zeitpunkt des Anlasses. Wer – wie in diesem Fall – ohne zwingenden Grund eine Orientierung erst um 16 Uhr ansetzt, will Verlautbarungsjournalismus fördern, weil den Journalisten so nur noch wenig Verarbeitungszeit bleibt.

Die «Sonntags-Zeitung» erhielt offenbar Einblick in den E-Mail-Verkehr zwischen den Hildebrands und dem Bankberater. Dass die Dokumente nun hintenherum gestreut wurden, stimmt misstrauisch. Die «Sonntags-Zeitung» beruft sich im Bericht nebst diesen Mails auf «mehrere gut informierte Quellen». Frage: Wie viele Personen weicht man über private Finanzaktionen ein? Meist niemanden. Weiterhin werden undurchsichtige Spiele gespielt.

(Redaktionsschluss der Medienseite: montags 15 Uhr)

Euronews auch in Israel

Verbreitung über Kabelnetze

ras. · Der Nachrichtensender Euronews ist nun auch in israelischen Kabelfernsehhaushalten empfangbar. Wie es in einer Mitteilung vom Montag heisst, wird der 1993 gegründete, mehrsprachige Sender im Kabelnetz von Hot verbreitet. Dieses zählt 800 000 Abonnenten. Hot übernimmt den englischen und den russischsprachigen Tonkanal von Euronews.