

25. Januar 2024

Adelina Gashi, Marguerite Meyer, freie Journalistinnen, kontakt@adelinagashi.ch / marguerite.j.meyer@gmail.com

WIE WIR MENSCHENHANDEL IN SCHWEIZER PRIVATHAUSHALTEN RECHERCHIERTEN

Frauen aus Albanien werden via Social Media als Nannies in die Schweiz rekrutiert. Doch es ist eine Masche von Menschenhändlern. Einmal in der Schweiz angekommen, schufteten die Opfer in sklavenähnlichen Bedingungen in Schweizer Privathaushalten, als Putzhilfen in Restaurants und werden ins Sexgewerbe gedrängt.

Publikation «Reise ins Unglück Menschenhandel für den Mittelstand» im Januar 2024:
Beobachter (Deutsch), BalkanInsight (Albanisch)

1. **Ausgangspunkt: der vermeintliche Einzelfall**

Zu Beginn stand die Gerichtsberichterstattung eines einzelnen Falls in der Schweiz. Wir fokussierten zunächst darauf, alles Mögliche zu diesem Fall herauszufinden, arbeiteten uns im Laufe der Recherche vom Kleinen ins Grosse – und dann wieder in die Details der einzelnen Opfergeschichten.

2. **Parallel recherchieren. Und: telefonieren, telefonieren, telefonieren**

Herumtelefonieren, bis man die Anwäl:tinnen und betreuenden Organisationen findet. Parallel dazu beim Gericht Dokumente anfragen. Journalist:innen kontaktieren, die bereits zu ähnlichen Themen recherchiert hatten. Ausgewählte, vertrauenswürdige Personen im eigenen Netzwerk kontaktieren – nachfragen, ob sie mehr wissen und das Thema platzieren.

3. **Finanzielle Mittel sichern**

Rasch merkten wir: das wird eine längere Recherche. Um unseren Fokus darauf legen zu können, sicherten wir Gelder, um die weitere Vorrecherche zu ermöglichen. Der JournaFonds unterstützte uns, Real21 Medienfonds übernahm einen Teil der Reisespesen. Investigativ.ch sowie verschiedene Schweizer Medien haben auch einen Recherchefonds. Früh genug mit einem klaren Konzept (mit «Fleisch am Knochen») angehen.

4. **Social Media ist eine Goldgrube**

Wühlen hilft. Googeln auch, in verschiedenen Sprachen. Auf Social Media fanden wir die Fake-Vermittlungsseiten, Betroffene und Täternetzwerke. Viele Hinweise, denen wir nachgehen konnten, fanden wir online. Wir realisierten etappenweise, dass es sich nicht um Einzelfälle handelt, sondern um ein System. Und: Es gibt ein Gefühl für das Funktionieren des Geschäfts.

5. **Grenzüberschreitend arbeiten**

Wir arbeiteten von Beginn an mit einem investigativen Kollegen in Albanien zusammen. Zwar waren wir mehrmals vor Ort, aber er hatte mit seinem eigenen Netzwerk und Wissen Zugänge, die wir nie gehabt hätten. Lokale Kolleg:innen kennen auch Gerüchte, können Personen nachverfolgen. Und sie können in einer anderen Sprache publizieren – die auch dort verstanden wird, wo wir nicht hingelangen. Das Ziel war für unser Team stets, möglichst viel Impact zu erreichen.

5. **Vertrauen aufbauen heisst auch: Kulturelle Sensibilitäten einbeziehen.**

Wenn man selbst kein tiefgehendes Verständnis einer betroffenen Community hat, jemanden an Bord holen. Das gilt auch für Redaktionen. Themen, die mit Scham und Tabu behaftet sind, sind in Gesprächen mit Opfern sehr schwierig zu besprechen. Das braucht Feingefühl und ein Verständnis für ihre soziokulturellen Umstände. Dieses verhindert auch stereotypisierte Berichterstattung.

6. **Sicherheitsaspekte bald mitdenken**

Wie schützen wir die Opfer? Wie schützen wir uns? Können wir mutmasslichen Opfern vertrauen? Müssen wir anonym publizieren? Ermitteln die Behörden bereits? Sind unsere Adressen und Telefonnummern online? Abwägen: Können wir die Geschichte auch bringen, ohne die Täter zu konfrontieren? Wem erzählen wir was? Und: Auf Social Media vorsichtig vorgehen – der Daumen rutscht schnell mal aus.