

# Informationsjournalismus bei Schweizer Radio DRS

## **Vorwort**

### **1 Der Grundsatz: sachgerecht, kompetent, fair**

### **2 Journalistisches Selbstverständnis**

- 2.1 Informationsjournalismus allgemein
- 2.2 Informationsjournalismus am öffentlichen Radio: der Service public

### **3 Verhaltensgrundsätze SR DRS**

- 3.1 Wahrheitspflicht gegenüber der Öffentlichkeit
- 3.2 Wahrheitspflicht gegenüber Gesprächspartnern und -partnerinnen
- 3.3 Integrität der Berichterstattung, Freiheit von Interessenbindungen:  
der Verhaltenskodex

### **4 Berichterstattung: journalistische Grundsätze**

- 4.1 Sachgerechtigkeit, Vielfalt
- 4.2 Heikle Themen
- 4.3 Berichterstattung in eigener Sache
- 4.4 Umgang mit Fehlern
- 4.5 Stil
- 4.6 Umgang mit Quellen
- 4.7 Privatsphäre
- 4.8 Deklarationspflicht
- 4.9 Sperrfristen
- 4.10 Bearbeitung von journalistischen Beiträgen

### **5 Berichterstattung: Formen**

- 5.1 Sprache, Sprechen
- 5.2 Beiträge
- 5.3 Moderation
- 5.4 Interview
- 5.5 Der Kommentar

**6 Berichterstattung: Sachthemen**

- 6.1 Politik, Politiker, Parteien
- 6.2 Wahlen, Abstimmungen
- 6.3 Initiativen/Referenden
- 6.4 Meinungsumfragen
- 6.5 Wirtschaft
- 6.6 Sport
- 6.7 Kultur
- 6.8 Wissenschaft
- 6.9 Katastrophen, Unglücksfälle
- 6.10 Verbrechen, Vergehen
- 6.11 Terror, nationale Sicherheit
- 6.12 Krieg
- 6.13 Faits divers
- 6.14 Begriffliches

**7 Umgang mit Reaktionen aus dem Publikum, Beschwerden, Klagen**

- 7.1 Hörerbriefe, Hörermails
- 7.2 Richtigstellungen
- 7.3 Beschwerden
- 7.4 Gerichtliche Klagen
- 7.5 Vorsorgliche Massnahmen, superprovisorische Verfügungen

Quellenverweis

**I Anhang**

Strategie SR DRS

**II Anhang**

Publizistisches Leitbild SR DRS

**III Anhang**

Publizistische Leitsätze SR DRS

**Index**

**Impressum**



«Journalism provides something unique to a culture – independent, reliable, accurate, and comprehensive information that citizens require to be free.»

(Bill Kovach & Tom Rosenstiel: «The Elements of Journalism»)

Dieses Handbuch ist als Wegweiser und Ratgeber für die Journalistinnen und Journalisten von Schweizer Radio DRS gedacht. Es soll ihnen helfen, dem hohen Anspruch an unseren Beruf, wie ihn Kovach und Rosenstiel formuliert haben (s. oben), gerecht zu werden.

Mit dem Handbuch machen wir zugleich die Standards und Kriterien transparent, an denen wir unsere Arbeit ausrichten, auch zuhanden der Öffentlichkeit.

Die hier festgelegten Richtlinien sind gemäss Beschluss der Programmleitung Radio (PLR) Grundlage für die journalistische Arbeit in allen Programmen von Schweizer Radio DRS. Der Begriff Informationsjournalismus wird entsprechend breit verstanden. Aufgrund der Entstehungsgeschichte des Handbuches gibt es allerdings vereinzelte Ausführungen, die spezifisch den Aufgabenbereich der Abteilung Information betreffen. Dies wurde an den entsprechenden Stellen deutlich gemacht.

Die treibende Kraft hinter dem Handbuch war Casper Selg. Er hat vor Jahren einen ersten Entwurf gemacht und diesen Faden nach seiner USA-Korrespondenzzeit wieder aufgenommen. Er hat auch den Grossteil der Texte geschrieben. Ihm gebührt mein ganz grosser und besonderer Dank.

Das Handbuch ist die Frucht vieler Diskussionen zwischen dem Unterzeichnenden und Casper Selg. Eingeflossen sind aber auch viele Diskussionen mit andern Kolleginnen und Kollegen aller Stufen und aller Programme, und es reflektiert die journalistische Praxis, die sich über Jahre vorab in der Abteilung Information von Schweizer Radio DRS entwickelt hat. Es enthält vor allem auch die Standards und Regelungen, welche die Chefredaktion in den letzten zweieinhalb Jahren in ihren täglichen Programmfeedbacks und in den wöchentlichen CR-News entwickelt und festgehalten hat.

## Vorwort

Das Handbuch ist eingebettet in die publizistische Strategie und das publizistische Leitbild von Schweizer Radio DRS. Und es konkretisiert dessen publizistische Leitsätze. Diese Dokumente finden sich im Anhang dieses Handbuchs.

Journalismus ist etwas Lebendiges, nichts Abgeschlossenes. Immer wieder tauchen neue Fragestellungen auf. Ein Handbuch kann entsprechend nie vollständig sein. Wir werden über Neues diskutieren, Anpassungen werden immer wieder nötig werden. Erste redaktionelle Korrekturen wurden bereits für die hier vorliegende, zweite Auflage vorgenommen.

Marco Färber  
Chefredaktor Information  
(März 2003)

## Hinweise zum Gebrauch

Der Index am Schluss des Handbuchs soll den schnellen Zugriff auf einzelne Themen ermöglichen.

Wir haben das Handbuch als Nachschlagewerk konzipiert, damit es in der praktischen Arbeit gebraucht werden kann. Dies hat seinen Preis: Gewisse Grundsätze spielen bei verschiedenen Themen eine Rolle und tauchen entsprechend auch an verschiedenen Stellen im Text auf. Wer das ganze Handbuch durchliest, wird daher zwangsläufig auf Wiederholungen stossen.

Die **Hervorhebungen** innerhalb von Textabschnitten sollen die Lokalisierung von Themen erleichtern. Sie signalisieren also nicht zwangsläufig den wichtigsten Aspekt eines Satzes, sondern heben den Themenbereich hervor. Das erlaubt uns, auf eine Vielzahl von Einzelüberschriften zu verzichten.



### **Sachgerecht, kompetent, fair**

Wir bieten unseren Hörerinnen und Hörern sachgerechte und kompetente Information. Wir tun dies im Rahmen unseres Service-public-Auftrages als Treuhänder im Dienst der Öffentlichkeit. Wir leisten einen Beitrag zur politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Meinungsbildung.

Die Informationsleistungen von SR DRS haben zum Ziel, regionales, nationales und weltweites Geschehen, welches für das Deutschschweizer Publikum wichtig und von Interesse ist, schnell, verständlich und attraktiv abzubilden und einzuordnen. Dabei sind inhaltliche Richtigkeit und Genauigkeit oberstes Ziel.

Wir sind fair, das heisst: unparteiisch, offen nach allen Seiten und korrekt in der Abbildung von Standpunkten. Wir achten die Würde der Person.



**Informationsjournalismus allgemein 2.1**

Informationsmedien sollen dem Menschen Zugang zu seiner Umwelt verschaffen, ihm Fakten aus allen Lebensbereichen vermitteln und Zusammenhänge aufzeigen.

Die Informationsmedien sollen den Bürgerinnen und Bürgern insbesondere ermöglichen, sich eine fundierte Meinung zu bilden, gesellschaftliche Verhältnisse und Vorgänge kompetent zu beurteilen und diese im demokratischen Prozess mitzugestalten. Die Qualität des demokratischen Entscheidungsprozesses hängt wesentlich ab von der Qualität der Informationen, die den Stimmenden zur Verfügung stehen.

Die Informationsmedien nehmen treuhänderisch für die Öffentlichkeit das demokratische Grundrecht auf Information wahr.

Mit der Recherche, dem kritischen Nachfragen, dem Bestreben, Angenehmes und Unangenehmes aufzuzeigen, erfüllen Journalisten und Journalistinnen ihre Pflicht im Rahmen und im Interesse des demokratischen Prozesses.

Wenn Informationsjournalismus als eine wichtige Funktion innerhalb einer demokratischen Gesellschaft verstanden wird, dann ergeben sich daraus Konsequenzen.

Unter anderen:

- die Verpflichtung zur wahrheitsgetreuen, fairen Wiedergabe der für einen Sachverhalt relevanten Fakten,
- die Verpflichtung zur kritischen Recherche,
- die Verpflichtung zur Distanz gegenüber Machträgern und Interessenvertretern jeglicher Provenienz sowie deren Anliegen.

### 2.2 Informationsjournalismus am öffentlichen Radio: der Service public

Der Service public, den wir erbringen, besteht in der Orientierung unserer Tätigkeit am Gemeinwohl. Als öffentliches Radio sind wir nur der Öffentlichkeit als Gesamtheit verantwortlich. Und zwar in dem Sinne, als durch unsere Informationstätigkeit die Interessen der Gemeinschaft gewahrt und gefördert werden sollen. Das hat konkrete Konsequenzen:

Wir informieren inhaltlich präzise über die relevanten Fakten (Ereignisebene) und über die Auswirkungen von Vorgängen (Wirkungsebene).

Wir helfen darüber hinaus, die gelieferten Informationen zu gewichten und Zusammenhänge erkennbar werden zu lassen, wir ordnen Vorgänge und Sachverhalte ein (Erklärungs-, Orientierungsebene).

Wir fördern die öffentliche Debatte, den Diskurs über gesellschaftlich relevante Sachverhalte (Diskursebene).

Information wird am öffentlichen Radio umfassend verstanden. Das Spektrum der Themen muss breit sein, mit der Politik im Zentrum. Und wir müssen die ganze Welt im Auge haben, mit schweizerischen Themen im Zentrum.

Die Information zu einem Sachverhalt muss sachgerecht, kompetent und fair sein.

Für die Auswahl der Themen sind die Kriterien Wichtigkeit und Publikumsinteresse begleitend.

Für jede Sendung muss über die Zeit eine klare Hierarchie der Wichtigkeiten erkennbar sein. In diesem Sinne ist die **Relevanz** das vorrangige Kriterium.

Zur Beurteilung der Frage, ob ein Thema relevant, ob es für uns wichtig ist, verwenden wir mangels präziser allgemein gültiger Definitionen der journalistischen Relevanz folgende Orientierungspunkte:

- politische, wirtschaftliche, allgemein gesellschaftliche Bedeutung,
- Auswirkungen, real oder potenziell (Konflikte, Schäden, Lösungen, Nutzen),
- exemplarischer Charakter,
- Widersprüchlichkeit (Anspruch – Wirklichkeit),
- Überraschungswert,
- Agendastatus (Welche Aufmerksamkeit hat das Thema zurzeit?),
- Status der Beteiligten,
- räumliche oder kulturelle Nähe.

Öffentliches Radio hat im Interesse der Hörschaft eine Kritik- und Kontrollfunktion wahrzunehmen. Es ist verpflichtet, gesellschaftliche und politische Abläufe nicht nur abzubilden, sondern gleichzeitig kritisch zu hinterfragen. Wichtige Themen sollen im Auge behalten und gegebenenfalls nachbearbeitet werden (Themenkontinuität: wider das kurze Gedächtnis des Journalismus).

Bei alledem halten wir eine gleich bleibend kritische Distanz zu allen Gruppierungen des politischen, des wirtschaftlichen und des gesellschaftlichen Lebens. Die Hörschaft kann sich auf unsere Integrität verlassen.

Der inhaltliche Anspruch von Richtigkeit und Kompetenz muss sich auf der formalen Ebene spiegeln in korrektem Sprachgebrauch sowie einer stilistisch sauberen Ausdrucksweise und einer nicht emotionalen Haltung.

Das öffentliche Radio pflegt die verschiedenen Formen radiofoner Darstellung: vom einfachen Kurzbeitrag über den mit Originaltönen gestalteten Beitrag bis zum eigentlichen Feature, vom gesprochenen Stück über das Interview bis zur Reportage.

Zusätzlich erfüllt das öffentliche Radio eine ganze Reihe von Dienstleistungsfunktionen im Sinne der Wahrung öffentlicher Interessen (Wetter, Verkehr, ICARO-Alarmmeldungen etc.).



**Wahrheitspflicht gegenüber der Öffentlichkeit** 3.1

Wir lassen uns vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.

Journalistische Weisungen werden nur von den dafür vorgesehenen Vorgesetzten von SR DRS entgegengenommen. Versuche von Einflussnahmen auf unsere Unabhängigkeit sind den Vorgesetzten zu melden.

**Wahrheitspflicht gegenüber Gesprächspartnern und -partnerinnen** 3.2

Gegenüber Interviewpartnern, Auskunftspersonen oder anderen Personen, mit denen wir beruflichen Kontakt haben, geben wir uns unmissverständlich als Journalisten, Journalistinnen von Schweizer Radio DRS zu erkennen.

Wo aus einem klar überwiegenden übergeordneten Interesse eine Ausnahme gemacht werden soll, müssen die direkten Vorgesetzten konsultiert werden.

### 3.3 Integrität der Berichterstattung: Freiheit von Interessenbindungen

Unsere Berichterstattung muss integer sein. Die Hörschaft muss sich darauf verlassen können, dass redaktionelle Entscheidungen nur aufgrund journalistischer Erwägungen und nicht aufgrund anderer Einflüsse getroffen werden. Dazu müssen wir **Interessenkonflikte** ausschliessen, es muss aber ebenso darauf geachtet werden, dass wir schon den **Anschein von Befangenheit** vermeiden. Daraus ergeben sich folgende Konsequenzen:

#### Verhaltenskodex

Interne Transparenz: Wir legen Interessenbindungen, die für unsere jeweilige berufliche Tätigkeit von Bedeutung sein könnten, gegenüber den Vorgesetzten offen. Diese Informationen dürfen Dritten nur mit Zustimmung der Betroffenen zugänglich gemacht werden.

Als **Interessenbindungen** gelten insbesondere:

- die Zugehörigkeit zu Parteien und anderen Institutionen des öffentlichen Lebens,
- die Tätigkeit für Parteien, Verbände des öffentlichen Lebens und wirtschaftliche Unternehmen,
- die Beteiligung an wirtschaftlichen Unternehmen (auch Aktienbesitz),
- verwandtschaftliche oder nahe persönliche Beziehungen zu Personen des öffentlichen Interesses.

Wir treten in den **Ausstand**, wenn

- nicht gewährleistet ist, dass unsere Interessenbindungen oder andere besondere Beziehungen keinen Einfluss auf unsere journalistische Arbeit haben,
- losgelöst von der tatsächlichen journalistischen Unabhängigkeit die Öffentlichkeit eine ungebührliche Interessenbindung vermuten kann (Anscheinsproblematik).

Die Vorgesetzten können den Ausstand anordnen.

Wir verzichten auf **Mandate** (Ämter, Aufträge, Beratertätigkeiten und dergleichen) in Sachgebieten, in denen wir journalistisch tätig sind. Im Prinzip ausgeschlossen sind Mandate in Legislativen, Exekutiven und in der Justiz. Über Ausnahmen, die insbesondere im lokalen Bereich denkbar sind, entscheiden die Vorgesetzten. Das Engagement in Berufsverbänden der Journalisten und Journalistinnen gilt nicht als Mandat im hier definierten Sinne.

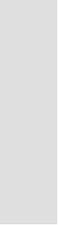
Die Leitung von Podiumsdiskussionen und ähnliche Aufträge können angenommen werden, solange nicht der Eindruck entstehen kann, die Positionen der Auftraggeber würden von uns geteilt (Themen werden kontrovers debattiert). Derartige Einsätze sind mit den Vorgesetzten abzusprechen.

Wir nehmen keine **Zuwendungen** an, die unsere berufliche Unabhängigkeit in irgendeiner Weise einschränken könnten. Dabei gilt es wiederum, beide Ebenen der Problematik zu beachten: die real erfolgende Kompromittierung durch die Annahme von Geschenken (Loyalität, Dankbarkeit, welche den journalistischen Freiraum einschränkt), aber auch den blossen Anschein, der entstehen kann, wenn eine Zuwendung publik würde.

SR DRS bezahlt nicht dafür, dass uns Informationen – exklusiv oder anders – überlassen werden. Wir betreiben keinen Checkbuchjournalismus. Wir bezahlen aber sehr wohl Arbeitsleistungen, die für uns erbracht werden. Dazu gehören Honorare und Spesen von Auskunftspersonen. Honorare werden nicht ausgerichtet an Personen, die ohnehin dafür bezahlt sind, in der fraglichen Materie Auskunft zu geben (Sprecher, Angestellte einer Firma oder Behörde, über deren Belange berichtet wird, etc).

Wir stellen die Bekanntheit, die wir durch unsere Arbeit erreicht haben, nicht in den Dienst von **öffentlichen Aktionen** mit politischen Zielen. Über allfällige Ausnahmen entscheiden die Vorgesetzten.

Wir benutzen unsere Stellung als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von SR DRS nicht dazu, private **Vorteile** zu erlangen oder Druck auszuüben. Auch nicht in Angelegenheiten, die wir als legitim erachten (z. B. die Drohung, das Thema in einer Sendung aufzunehmen).







**Sachgerechtigkeit, Vielfalt****4.1**

Ereignisse sind sachgerecht darzustellen und die Vielfalt der Meinungen ist angemessen zum Ausdruck zu bringen. Diese Ansprüche sind uns von der Bundesverfassung vorgegeben (Art. 93 BV).

Die **Sachgerechtigkeit** in der Berichterstattung setzt voraus: Wahrhaftigkeit (wir sagen nur, was wir nach bestem Wissen und Gewissen für wahr halten), Sachkenntnis (gründliche Vorbereitung), Transparenz (die Quellenlage wird offen gelegt), faire Darstellung der anderen Meinung (audiatur et altera pars) und Unvoreingenommenheit bezüglich des möglichen Ergebnisses einer journalistischen Recherche (Fähigkeit, mit der Berichterstattung vom eigenen Standpunkt, von den eigenen Präferenzen Abstand zu nehmen).

Die journalistische Erfahrung zeigt, dass jedes Thema wesentlich komplexer ist, als es auf den ersten Blick erscheint. Sachgerecht informieren kann nur, wer Respekt vor der Materie und ihrer Komplexität hat.

Die **Vielfalt** von Meinungen zu einem Thema muss zur Geltung kommen. Der Beurteilungszeitraum dafür, ob eine Berichterstattung vielfältig sei oder nicht, kann sich bei einem Dauerthema über mehrere Monate erstrecken. Je heikler das Thema, desto grösser die Verpflichtung, verschiedene Standpunkte schon im einzelnen Beitrag zur Geltung kommen zu lassen.

**Audiatur et altera pars:** Wo Anschuldigungen gegen eine Person oder Institution vorgebracht werden, muss den Betroffenen die Möglichkeit zur Stellungnahme gegeben werden. Wenn eine derartige Stellungnahme nicht auf Anhieb erlangt werden kann, besteht die Verpflichtung, sich weiter darum zu bemühen. Gegebenenfalls ist nach Alternativen zu suchen. Wo eine Stellungnahme trotzdem nicht erlangt werden kann, oder wo sie explizit verweigert wird, ist dies in der Berichterstattung zu erwähnen und die mutmassliche Position fair zusammenzufassen (Fairnessregel: beste Argumente darstellen).

Wenn mit der Ausstrahlung eines Beitrages zugewartet werden kann, verschieben wir die Ausstrahlung, bis eine noch ausstehende Stellungnahme vorliegt. Die Verweigerung oder Verzögerung einer Stellungnahme darf aber nicht zu einer faktischen Verhinderung des Beitrages führen.

## 4 **Berichterstattung: journalistische Grundsätze**

**Das Kürzen** von Interviews und Stellungnahmen muss so erfolgen, dass die im vorliegenden Zusammenhang wichtigsten Aussagepunkte und Gewichtungen erhalten bleiben (s. unten: «Umgang mit Quellen», «Interview»).

Unsere **eigene Befindlichkeit**, unsere eigenen Positionen und Reaktionen müssen im Sinne einer möglichst sachgerechten und fairen Berichterstattung zurückgenommen werden. Bewusste Ausnahmen von dieser Regel können gemacht werden, aber nur sehr selten und nur, wenn daraus ein echter journalistischer Gewinn resultiert.

**Anwaltschaftlicher Journalismus**, verstanden als journalistische Arbeitsform, welche bewusst den einseitigen Blickwinkel, die einseitige Stellungnahme sucht, widerspricht der uns vorgegebenen Anforderung von Sachgerechtigkeit und Vielfalt.

### 4.2 **Heikle Themen**

Politisch oder anderweitig heikle Themen müssen journalistisch grundsätzlich gleich behandelt werden wie alltägliche. Allerdings ist bei der Berichterstattung in heiklen Fällen besondere Aufmerksamkeit auf den Ton, den Stil und die Fairness im Umgang mit der Materie zu legen.

Als heikle Fälle gelten zum einen Themen in den Grenzbereichen der Rechtsordnung und der journalistischen Ethik, also der hier behandelten Grundsätze. Zum anderen geht es um Aktivitäten und Themen, die in der Öffentlichkeit besonders heiss umstritten sind.

Solche Themen beinhalten ein besonders hohes Schadenspotenzial für unseren Ruf und unsere Glaubwürdigkeit. Weil sich Fehler in solchen Themenbereichen um ein Vielfaches verstärkt auswirken, ist ganz besonders auf die saubere journalistische Machart zu achten. Allerdings: Die Verpflichtung zur Vorsicht bezieht sich nur auf die Machart, nicht auf den Zugang zu diesen Themen. Der Ansatz in der Berichterstattung über derartige Themen muss ebenso kritisch sein wie in anderen Fällen.

Über die journalistische Arbeit an heiklen Themen müssen – ohne vorherige Aufforderung – die direkten Vorgesetzten informiert werden. Bei der Arbeit an besonders heiklen Themen, welche das Unternehmen in eine für unseren Ruf schädliche Kontroverse verwickeln könnten, ist die Chefredaktion oder (innerhalb der Programmketten) die Bereichs- beziehungsweise die Programmleitung zwingend zu konsultieren.

### Berichterstattung in eigener Sache

4.3

Für die Berichterstattung über Belange von SR DRS oder der SRG SSR idée suisse gilt Folgendes: Wir berichten über Themen im eigenen Haus nur sehr zurückhaltend. Wir sind in eigener Sache befangen, mindestens aber stellt sich die Problematik des Anscheins.

Wo wir dennoch über «eigene» Themen berichten, erfolgt dies nach denselben Kriterien wie bei anderen Themen.

Die Berichterstattung über interne Themen ist mit der Chefredaktion oder (innerhalb der Programmketten) der Bereichs- beziehungsweise der Programmleitung abzusprechen.

### Umgang mit Fehlern

4.4

Sachliche Fehler werden nach entsprechender Abklärung sofort korrigiert (bei sich wiederholenden Beiträgen, beispielsweise im Falle von Nachrichtenmeldungen, Zweit- ausstrahlungen).

**Richtigstellungen**, also ausdrückliche Hinweise darauf, dass uns ein Fehler unterlaufen ist, verbunden mit der Korrektur, erfolgen bei klaren Fehlern, also bei Fehlleistungen, die in ihrer Tragweite über reine Irrtümer hinausgehen. Ebenso bei Irrtümern, welche negative Konsequenzen für natürliche oder juristische Personen haben könnten. Die klare und unmissverständliche Korrektur schadet der Glaubwürdigkeit nicht, im Gegenteil. Fehler machen alle; wir sollen einfach möglichst wenige machen. Glaubwürdig sind diejenigen, welche offen dazu stehen und korrigieren, was korrigiert werden muss.

## 4 Berichterstattung: journalistische Grundsätze

### 4.5 Stil

Unsere Berichterstattung spiegelt den nötigen **Respekt** vor der Materie, der Würde der Person und der Hörerschaft. Wir bemühen uns um eine saubere und stilvolle Darstellung.

Unsere Haltung spiegelt skeptische Distanz. Unsere kritische Berichterstattung greift nie Personen um ihrer selbst Willen an, sondern wir zeigen problematische Positionen, allenfalls Widersprüche auf. Unsere Berichterstattung erfolgt sachlich und unaufgeregt.

Die Verpflichtung zu **Sachlichkeit und Distanz** gilt ganz besonders bei der Berichterstattung von sich entwickelnden Ereignissen (Unglücksfälle, Katastrophen und dergleichen). Als Folge unseres Auftrages müssen wir Distanz behalten und signalisieren.

Die Art der Berichterstattung, insbesondere die **Wortwahl**, erfolgt im Bewusstsein um mögliche Wirkungen bei betroffenen Teilen des Publikums. Unnötige Verletzungen müssen vermieden werden.

Wir brauchen keine **Slang-** oder Modeausdrücke (Ausnahme: als bewusstes Stilmittel, um einen Punkt zu illustrieren).

In Informationssendungen wird nicht geduzt. Das gilt gegenüber externen wie internen Gesprächspartnerinnen und -partnern. Das Duzen schliesst Zuhörende aus, das Duzen von Aussenstehenden signalisiert zudem eine Nähe, die unserer Grundhaltung von skeptischer Distanz widerspricht.

**Interne Kritik** geht nie über den Sender.

### Umgang mit Quellen

#### 4.6

Neue Entwicklungen werden in der Regel erst vermeldet, wenn **zwei** verschiedene **Quellen** den einen Sachverhalt bestätigen. Dabei ist auf die Vernetztheit der Quellen zu achten: Agenturen übernehmen häufig gegenseitig Material.

Es kann aber auch mit einer **einzigen Quelle** gearbeitet werden, wenn diese sich bei vergleichbaren Sachverhalten als sehr zuverlässig erwiesen hat. Bei wichtigen Meldungen müssen wir nach Möglichkeit selber nachprüfen. Wo dies nicht machbar ist, muss die Quelle explizit genannt werden.

Veröffentlicht werden nur Dokumente und Hintergrundinformationen, deren Herkunft bekannt und deren Quellen glaubwürdig sind.

In heiklen Themenlagen ist die Quellenlage zwingend transparent zu machen.

Wir schreiben **kein Plagiat**. Material von anderen Quellen wird als solches deklariert.

**Originaltöne** fremder Quellen werden als solche deklariert, ausser bei Material, das allgemein zugänglich war.

Vor dem Gespräch mit Interviewpartnern oder -partnerinnen und Auskunftspersonen werden die **Spielregeln** klar gemacht.

Mediengewohnte Gesprächspartner, Gesprächspartnerinnen sind, wenn sie uns Fragen beantworten, grundsätzlich **«on the record»**. Das heisst, wir zitieren ihre Aussagen mit Nennung von Namen und Funktion.

Wenn die Auskunftsperson das wünscht und plausible Gründe vorliegen, kann mit ihr **«off the record»** gesprochen werden. Das heisst, laut Presserat, die erhaltene Information darf verwendet werden, aber ohne namentliche Nennung der Quelle («Ein hoch gestellter Beamter im ...», «Eine mit dem Dossier gut vertraute Person ...»). Dies ist zulässig, aber nur wenn die Quelle glaubwürdig ist und ihre Informationen relevant und plausibel sind.

## 4 Berichterstattung: journalistische Grundsätze

Schliesslich kann mit einer Auskunftsperson **«on background»** gesprochen werden. In diesem Fall darf die Information gar nicht öffentlich verwendet werden. Sie dient nur zu unserer «Erhellung», zum Verständnis des Hintergrundes. «Background-Information» sollte nur akzeptiert werden, wo die Absicht besteht, das besprochene Thema auch wirklich journalistisch umzusetzen (z. B. die Aussage über andere Quellen festzumachen). Denn vertrauliches Mitwissen in weiten Bereichen blockiert journalistisch interessante Inhalte eher, als dass es sie zugänglich macht.

Da die Ausdrücke «off the record» und «on background» in der Praxis sehr verschieden gebraucht werden, muss die Verwendung des Materials unmissverständlich im Klartext erläutert werden.

Wenn eine Quelle «off the record» verwendet wird, kann eine vorgesetzte Person deren **Offenlegung** verlangen, um die Qualität der Quellenlage mitbeurteilen zu können. Diese Information muss auch von der vorgesetzten Person absolut vertraulich behandelt werden. Denn: Einmal eingegangen, muss die Verpflichtung, eine Quelle nicht zu nennen, unsererseits unter allen Umständen eingehalten werden (Primat des Quellenschutzes).

Für das **Zitieren** von Quellen gilt, wie generell für das **Kürzen** von Interviews, die Regel der «best arguments»: Die aus der Sicht der Befragten wichtigsten Argumente müssen erhalten bleiben.

### 4.7 Privatsphäre

Wir respektieren die Privatsphäre der Einzelnen, sofern das öffentliche Interesse nicht das Gegenteil gebietet. Bei Abwägungen in diesem Zusammenhang muss davon ausgegangen werden, dass die Privatsphäre ein hohes Rechtsgut darstellt. Beabsichtigte Ausnahmen sind den Vorgesetzten zur Kenntnis zu bringen (Begründungspflicht).

Bei **Personen des öffentlichen Lebens** liegt die Schwelle zur Privatsphäre tiefer. Aber sie existiert sehr wohl und sie ist zu respektieren.

**Namen von Tätern und Opfern** von Straftaten oder von Opfern von Katastrophen werden von uns grundsätzlich nicht genannt (zum Thema Nationalität siehe unten: «Sachthemen: Verbrechen, Vergehen»). Die Unschuldsvermutung bei vermeintlichen Tätern und der Schutz der Privatsphäre von Opfern sind wichtige Rechtsgüter. Dies gilt umso mehr, als durch die Nennung von Namen nicht nur die Genannten selber, sondern jeweils auch deren Angehörige exponiert werden. Ausnahmen werden gemacht, wenn die Namen bereits weit herum bekannt sind (siehe unten: «Verbrechen, Vergehen»). Und auch hier liegt die Schwelle bei Personen des öffentlichen Lebens tiefer.

**Personen in Not und Kinder** werden von uns nur unter gewissen, engen Bedingungen interviewt (siehe unten: «Katastrophen, Unglücksfälle» und «Verbrechen, Vergehen»).

#### **Deklarationspflicht** 4.8

Wir treten unseren Gesprächspartnern gegenüber als **Journalistinnen und Journalisten von Schweizer Radio DRS** auf. Wo Ausnahmen gemacht werden sollen, muss die Chefredaktion respektive (im Falle der Programmketten) die Bereichs- beziehungsweise die Programmleitung konsultiert werden.

Vor einem Interview wird mitgeteilt, für welche Sendung eine Aufnahme erfolgt, wer in der Sendung sonst noch zu Wort kommt, wie die Stellungnahmen eingebaut werden (integral, geschnitten, voraussichtliche Länge).

Tonaufnahmen werden den Aufzunehmenden immer im Voraus deklariert. Das gilt insbesondere auch für Telefonaufnahmen. Heimliche Telefonaufnahmen sind strafbar. Ausnahmen im klar vorhandenen, höheren, öffentlichen Interesse müssen von den Vorgesetzten bewilligt sein.

## 4 Berichterstattung: journalistische Grundsätze

### 4.9 Sperrfristen

Sachlich gerechtfertigte Sperrfristen werden eingehalten. Das gilt insbesondere für Fristen, die angesetzt werden, um den Medien eine angemessene Zeit zur Vorbereitung der Berichterstattung zu gewähren.

Umgekehrt erachten wir Sperrfristen für sachlich nicht gerechtfertigt, welche nur dazu dienen, bestimmte Medien gegenüber anderen zu bevorzugen.

### 4.10 Bearbeitung von journalistischen Beiträgen

Was wir senden, muss unseren journalistischen Kriterien entsprechen. Die Verantwortlichen für ein Programm senden nur Beiträge, die sie kennen (entweder schon gehört und redigiert oder, bei hohem Zeitdruck, mindestens mit dem Autor, der Autorin vorbesprochen) und zugelassen haben.

Beim Kürzen von Beiträgen ist darauf zu achten, dass keine Verfälschung von Inhalten, Aussagen oder Stossrichtungen erfolgt. Und durch Weglassungen dürfen keine nicht beabsichtigten Bezüge oder Zusammenhänge entstehen. Wo Interviews oder Statements gekürzt werden, lautet das Kriterium: Beste Argumente stehen lassen.

Interviews liegen bisweilen legitime Vereinbarungen zwischen Interviewer und Befragtem zugrunde. Bei der Bearbeitung von Interviews durch Dritte muss dies immer bedacht werden. Im Zweifel muss vor der Bearbeitung mit der Person, die das Interview geführt hat, Rücksprache genommen werden. Wo immer möglich, müssen Interviews, deren Kürzung problematisch sein könnte, bei der Ablage auf Tonspeichern entsprechend gekennzeichnet werden.

Das **Auswechseln von Stimmen** (Herausschneiden der Fragen und Nachstellen durch eine andere Person) entspricht einem Plagiat, zerstört die Glaubwürdigkeit und ist bei SR DRS untersagt.





**Sprache, Sprechen** 5.1

Unsere journalistische Arbeit hat Vorbildfunktion. Die öffentlichen Sendeanstalten sind speziell verpflichtet, auf formale Richtigkeit und Genauigkeit zu achten. Dies betrifft Grammatik und Syntax auf der Sprachebene, aber auch Artikulation auf der Sprecherebene, in der Hochsprache wie auch im Dialekt.

**Radiosprache** muss auf Anhieb verständlich sein. Das bedingt präzise und korrekte Formulierungen: kurze Sätze statt Schachtelkonstruktionen, keine oder wenige Substantivierungen und Partizipialkonstruktionen, lineare, präzise Sätze, keine Fremdwörter, wo immer sie vermeidbar sind.

Dem Gegensatz zu geschriebener Sprache muss Rechnung getragen werden. Radiosprache muss der Rhythmik und den Konstruktionen der gesprochenen Sprache folgen. Gefragt ist «gesprochene Sprache, gemildert durch Ordnung und Präzision» (BBC Guidelines).

Unsere Anforderungen an den Stil (s. oben) haben zur Folge, dass

- keine Vulgärsprache verwendet wird, weder in der Hochsprache noch im Dialekt,
- in Informationssendungen nicht geduzt wird,
- auch und speziell bei sich überstürzenden Ereignissen keine hörbare Hektik aufkommt, Ruhe bewahrt wird.

Die Radiosprache will und soll Bilder in den Köpfen der Hörerschaft evozieren. Entsprechend wichtig ist es, dass die Bilder, die wir gebrauchen, in sich stimmen. Superlative sollten nur in äusserst seltenen Fällen verwendet werden. Zur Sprachpflege gehört auch die korrekte Aussprache von Namen.

**Präsentationsstil** (Beiträge wie Moderation): Ziel ist die gesprochene Sprache und ein persönlicher, natürlicher Stil, der unaufdringlich und sachlich wirkt.

## 5 Berichterstattung: Formen

### 5.2 Beiträge

#### Themen

Die Themenwahl erfolgt nach den **Kriterien** «Wichtigkeit» (Relevanz) und «Publikumsinteresse». Im Lauf der Zeit muss innerhalb einer Sendung eine klare Hierarchie der Wichtigkeiten erkennbar werden. In diesem Sinne hat die Relevanz als Kriterium Vorrang (s. oben: «Journalistisches Selbstverständnis», «Der Service public»).

#### Verfassen von Beiträgen

Bei der Bearbeitung aller Themen ist darauf zu achten, dass inhaltlich hohe Kompetenz zum Ausdruck kommt. Der einzelne Beitrag muss nicht nur von einer Person mit Sachverstand verfasst werden, sondern er muss auch formal hohen Ansprüchen genügen. Er muss zudem so angelegt sein, dass er Interesse weckt und Zusammenhänge in allgemein verständlicher Weise aufzeigt.

Der Grund, weshalb ein Thema in eine Sendung aufgenommen wird, muss sich aus Moderation und Beitrag erschliessen.

Beim Verfassen des Beitrages ist sorgfältig darauf zu achten, dass die Grenzen des in der gegebenen Zeit Kommunizierbaren beachtet werden: in der Beschränkung der Zahl von Aspekten eines Themas und im Grad der Differenzierung, welcher in der gegebenen Zeit verständlich kommuniziert werden kann.

#### Schnelligkeit

Das Medium Radio zeichnet sich aus durch seine hohe Flexibilität und Geschwindigkeit. Möglichst schnelles Reagieren ist zwingend. Allerdings ist Schnelligkeit kein Selbstzweck: Schnell publiziert werden darf nur, was journalistisch mit Sicherheit vertreten werden kann.

Be first. But first: be right!

## Moderation

Die Moderation von DRS-Informationssendungen muss hörbar professionell sein. Sie muss kompetent und attraktiv sein, die Hörschaft anziehen, Interesse wecken. Und sie muss die Grundlage für das Verständnis des Folgenden schaffen. Das heisst im Einzelnen:

Die Moderation soll von **inhaltlicher Kompetenz** geprägt sein. Unsere Moderatoren und Moderatorinnen reden über Dinge, von denen sie etwas verstehen.

Dies muss aber sehr zurückhaltend hörbar gemacht werden. Denn in erster Linie vertritt die Moderatorin das Publikum (bspw. gegenüber Interviewpartnern oder -partnerinnen). Die Arbeit der Moderation muss die **Interessenlage der Hörer spiegeln**, nicht die eigene Kompetenz demonstrieren.

An die Moderation werden stimmlich, sprecherisch und sprachlich hohe Ansprüche gestellt, in der Hochsprache wie im Dialekt. Das bedeutet:

- Die Stimme ist entspannt, weckt Aufmerksamkeit und lädt zum Zuhören ein (Gastgeberrolle).
- Die Sprechhaltung entspricht der Stimmung und dem Inhalt der Sendung.
- Die Moderation versteht es, durch die Sendung zu führen und den Spannungsbogen vom Anfang bis zum Ende der Sendung zu halten.
- In der Hochsprache wie auch im Dialekt sollen sprachliche Variabilität in den Formulierungen und sprecherische Variabilität im Sprechausdruck hörbar werden.
- Leichte dialektale Färbungen dürfen hörbar werden (Schweizer Radio DRS), sollen aber nicht vom Inhalt ablenken.

Da wir im Rahmen unseres Service-public-Auftrages bewusst auch Themen anbieten, die nicht per se «mehrheitsfähig», wohl aber relevant sind, ist es von zentraler Bedeutung, dass es der Moderation gelingt, für diese Inhalte **Interesse zu wecken**. Dabei darf nicht «überverkauft» werden. Die Beiträge müssen halten, was Schlagzeilen und Ansagen versprechen.

Die Moderationsperson muss glaubwürdig wirken.

**Neugierde** ist nicht nur eine sehr wesentliche Eigenschaft eines jeden Journalisten, sie steckt vor allem auch an. Deshalb sollte die Neugierde des Moderators, der Moderatorin deutlich hörbar werden.

In unserer Moderation gibt es kein **«Pseudolive»**. Es wird nicht der Eindruck von «live» erweckt, wenn eine Aufnahme vorgespielt wird (Glaubwürdigkeit). Umgekehrt ist es nicht jedes Mal notwendig, ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass eine vor der Sendung produzierte Aufnahme vorliegt (Vermeiden von wenig informativen Stereotypen).

Das **Auswechseln von Stimmen** (Herausschneiden der Fragen und Nachstellen durch eine andere Person) ist eine Fälschung; es zerstört die Glaubwürdigkeit und ist deshalb untersagt (s. oben: «Verfassen von Beiträgen»).

Moderationsgespräche mit hochdeutsch sprechenden Personen werden hochdeutsch geführt (s. unten: «Interview»).

### 5.4 Interview

Interviews können in verschiedenen Formen und zu verschiedenen Zwecken geführt werden (Formen: Recherchegespräch, aufgenommenes und geschnittenes Gespräch, Liveinterview. Inhaltlich: knappe Reaktion, erläuterndes Gespräch zur Sache, zur Person etc.). Gemeinsam ist allen:

Das Gespräch muss **gut vorbereitet** sein. Gespräche, in welchen die fragende Person hörbar ein Thema recherchiert, erfragt und entsprechend auch nicht mit Vorkenntnis kritisch nachfragen kann, müssen vermieden werden. Ausnahme: Recherchegespräche, die nicht gesendet werden, oder Gespräche auf dem Sender über allerneueste Entwicklungen («breaking news»).

**Vorgespräch:** Der zu befragenden Person werden Form und Ziel des Interviews erläutert, es wird erläutert, in welchem Kontext und in welcher Form ein Gespräch gesendet wird (Auszug, geschnitten, ungeschnitten, in welcher Sendung). Die zur Sprache kommenden Themenbereiche müssen bekannt gegeben werden, die einzelnen Fragen nicht.

Ein Interview muss ein **klares Ziel** verfolgen.

Die Befragung muss vom Kenntnisstand der Hörerschaft ausgehen und nicht von dem der befragenden Person.

Wo Antworten kontroverse Thesen beinhalten, muss unsere Interviewführung Gegenpositionen zur Diskussion stellen, hinterfragen. Wo dies nicht möglich ist – zum Beispiel aus zeitlichen Gründen –, muss die Befragung mindestens deutlich erkennbar machen, dass hier kontroverse Thesen geäußert werden.

**Emotionen** können sehr wohl Teil eines Gespräches sein, jedenfalls auf Seiten der Befragten; auf Seiten der Fragenden ebenfalls, etwa in der Form von Heiterkeit, Erstaunen, aber auf keinen Fall von Ärger, Aggressivität oder dergleichen.

Die **Kürzung** von Gesprächen unterliegt den üblichen journalistischen Regeln der Fairness. Ein Gespräch ist so zu kürzen, dass ein kritischer Zuhörer die gekürzte Version als faire Zusammenfassung der wichtigsten Punkte der längeren Version beurteilen würde.

Wenn Ausschnitte aus Interviews verwendet werden sollen, welche die bearbeitende Person nicht selber geführt hat, muss bedacht werden, dass dem Gespräch Vereinbarungen zugrunde liegen könnten, die berücksichtigt werden müssen. Im Zweifel muss vor der Bearbeitung mit der Person, die das Interview geführt hat, Rücksprache genommen werden. Wo immer möglich, müssen Interviews, deren Kürzung problematisch sein könnte, von der Person, die das Interview geführt hat, bei der Ablage auf Tonspichern entsprechend gekennzeichnet werden.

## 5 Berichterstattung: Formen

Interviews, welche in einer klar begrenzten zeitlichen Form gesendet werden, sollen nach Möglichkeit auch entsprechend aufgenommen werden. Es muss vermieden werden, dass ein kurzes Interview aus einer grossen Menge von Aussagen zusammengeschnitten werden muss (Fairness gegenüber dem Interviewpartner).

Das Interview oder Gespräch mit einer **hochdeutsch sprechenden Person** wird hochdeutsch geführt, auch wenn diese Schweizerdeutsch versteht und allenfalls vorzüge. Es gilt, nicht nur den Bedürfnissen dieser Person zu entsprechen, sondern, vor allem anderen, die Wirkung zu berücksichtigen (unsere scheinbare Arroganz gegenüber einer nicht schweizerdeutsch sprechenden Person: Wirkungsproblematik). Ausnahmen können allenfalls dort erfolgen, wo die Situation zwanglos transparent gemacht werden kann.

### 5.5 Der Kommentar

Der Kommentar ist eine bei SR DRS zulässige und erwünschte Form journalistischer Darstellung. Er widerspricht dem Gebot der Vielfalt nicht (s. unten: «ausgewogen»). Der Kommentar muss als solcher klar und deutlich **deklariert** sein.

Wir unterscheiden zwischen dem einordnenden Kommentar (news analysis) und dem reinen persönlichen Meinungskommentar (opinion).

Ein Kommentar enthält im ersten Fall vor allem Einordnungshilfen für komplexe Zusammenhänge, gedankliche Orientierungshilfe, ausgehend von einer eigenen Analyse von Sachverhalten. Im Fall des reinen Meinungskommentars enthält er primär originelle, relevante, so kaum gehörte Gedanken zu einem bestimmten Thema.

In beiden Fällen muss der Inhalt klar über die reine Zusammenfassung von Sachverhalten, abgeschlossen mit einer Stellungnahme, hinausgehen. Er muss **weiterführende Gedanken** enthalten, einer klaren Linie folgen, eine nachvollziehbare Argumentationskette anbieten.

Wo Kommentare nicht Themen berühren, über welche vieles bereits allgemein bekannt ist, muss im Vorfeld die **Basis zum Verständnis** mit Beiträgen geschaffen werden. Der Kommentar selber kann (in der Regel) nicht gleichzeitig Fakten liefern und kommentieren.

Kommentare werden nur geschrieben von Redaktoren und Redaktorinnen, welche sich intensiv mit einem Thema auseinander gesetzt haben. Auch die Kommentierung durch externe besonders qualifizierte Personen ist möglich (Gastkommentare).

Der Kommentar hat neben inhaltlicher Originalität auch **formal** speziellen Anforderungen zu genügen. Ein Kommentar muss stilistisch überdurchschnittlich gut sein.

Der Kommentar kann nicht **ausgewogen** sein. Es ist aber darauf zu achten, dass die Gesamtheit der gesendeten Elemente zu einem bestimmten Thema ein vielfältiges Bild ergibt.

Auch der Meinungskommentar muss die Anforderung der **Korrektheit** aller faktischen Darstellungen erfüllen.

Kommentare **müssen** vor ihrer Veröffentlichung von der für die betreffende Sendung verantwortlichen oder einer vorgesetzten Person gegengelesen und abgenommen werden. Wenn immer möglich, soll ein Kommentar von mehr als einer Person gegengelesen werden.



...  
...  
prod, hohl, med. ...  
Inland  
...  
für Sitzung: ev ...  
Xmas-ch, 4.12  
Wirtschaft

transparenz  
Fluthilfe-diskussion ...  
ausland  
...  
ev ch-delegation...  
smog in chile, Schermann, 1.10

W.  
α  
?teschede? → V-L  
?mauergerüst in israel  
schten. manager in kp...

son...  
goethe-p...  
dossier  
föder...

**Politik, Politiker, Parteien** 6.1

Unsere Politikberichterstattung zielt darauf ab, Entwicklungen und Zusammenhänge aufzuzeigen und damit unserem Publikum insbesondere die Teilnahme am demokratischen Prozess zu erleichtern.

In der Politikberichterstattung kommt unsere Kritik- und Kontrollfunktion als Treuhänder unseres Publikums deshalb in besonderem Masse zum Tragen.

Bei der Befragung von Politikern und Politikerinnen, Vertretern von Parteien und – allgemein – Interessenvertretern ist darauf zu achten, dass über die Zeit alle relevanten Standpunkte zu einem gegebenen Thema Ausdruck finden (Vielfalt).

Bei der Charakterisierung von Politikern und Politikerinnen ist zu bedenken, dass häufig nicht nur die **Parteizugehörigkeit**, sondern auch andere Verbindungen (Verwaltungsratsmandate, Auftragsverhältnisse) zum Verständnis von inhaltlichen Positionen von Wichtigkeit sind und entsprechend transparent gemacht werden müssen.

Im Umgang mit Politikern ist darauf zu achten, dass über unsere Grundhaltung der **kritischen Distanz** und unsere Freiheit zur Kritik keine Zweifel oder Missverständnisse aufkommen können. Bei häufigen Kontakten ist es unvermeidlich, dass sich die Beteiligten näher kommen. Es ist aber darauf zu achten, dass keine zu grosse Nähe und, damit verbunden, keine Loyalitätsbeziehungen entstehen.

Um Aufmerksamkeit zu finden, wird Politik heute zunehmend nach den Regeln des Konsumgütermarketings «verkauft». Ereignisinszenierung, symbolische Politik und Personalisierung sind Stichworte in diesem Zusammenhang. Die «Verpackung» ist da oft wichtiger als der Inhalt.

Dies hat für uns Konsequenzen: Wir achten darauf, uns bei der **Auswahl unserer Themen** nicht instrumentalisieren zu lassen, und wir verlieren nicht aus den Augen, dass in der Politik nicht die Präsentation, sondern die Inhalte entscheidend sind.

## 6 Berichterstattung: Sachthemen

### 6.2 Wahlen, Abstimmungen

Wahlen und Abstimmungen haben bei SR DRS einen besonders hohen Stellenwert. Hier geht es um das Angebot von Informationen zur Wahrnehmung politischer Rechte (s. vorne: «Informationsjournalismus allgemein»).

Vor Wahlen und Abstimmungen sind die Regeln der **Vielfalt** und der Fairness besonders eng zu interpretieren (erhöhte Sorgfaltspflicht). Als Faustregel gilt: je näher der Abstimmungs- oder Wahltermin, desto höher die Anforderungen an die Sorgfaltspflicht. Die Unabhängige Beschwerdeinstanz (UBI) hat es so formuliert: «Je ausgeprägter der Wahl- oder Abstimmungscharakter, desto strikter die Sorgfaltspflicht».

Die SRG SSR hat überdies festgelegt, dass nach dem Donnerstag vor einem Abstimmungswochenende in der Regel keine Abstimmungssendungen mehr stattfinden dürfen. Dies, um allfällig auftauchende neue Behauptungen noch «kontern» zu können.

Für die **Zulassung von Parteien und Kandidierenden** zu den Wahlsendungen werden jeweils spezielle Regeln aufgestellt. Die Kriterien in diesem Zusammenhang sind publizistische Relevanz und wahlpolitische Relevanz (z. B. bisherige Stärkeverhältnisse, bisherige Vertretung in den zu wählenden Gremien, Dauer der aktiven Teilnahme am politischen Leben u. Ä.). Diese Kriterien schaffen Transparenz und lassen sich überprüfen. Bei der Zuteilung von Sendezeiten und/oder der Platzierung von Wahlsendungen und -beiträgen sind Proportionalisierungen zulässig.

Für die Berichterstattung über Wahl- und Abstimmungskämpfe gelten allein die Regeln von Sachgerechtigkeit, Vielfalt und Fairness.

**Initiativen/Referenden** 6.3

Initiativen und Referenden sind wichtige Volksrechte. Werden diese wahrgenommen, so ist die Berichterstattung darüber von öffentlichem Interesse. Lancierung und Zustandekommen sind in jedem Fall mindestens zu vermelden. Über eine darüber hinausgehende Berichterstattung ist journalistisch zu entscheiden (abhängig von Newslage und Wichtigkeit der Thematik).

**Meinungsumfragen** 6.4

Meinungsumfragen können auf grosses politisches Interesse stossen, ihr Wert ist aber häufig sehr relativ. Von daher drängt sich Vorsicht im Umgang mit ihnen auf.

Umfragen müssen eine gewisse Aussagekraft haben, damit wir darüber berichten. Faustregel: Eine **Basis** von weniger als 1000 Befragten ist bei gesamtschweizerischen Erhebungen ungenügend.

In der Berichterstattung über eine Meinungsumfrage dürfen die **Interpretationen** derjenigen, die sie bestellt haben, nicht übernommen werden. Es ist Aufgabe der Redaktionen, Fragestellungen, Resultate und sich daraus ergebende Trends zu interpretieren. Von Interesse sind insbesondere Umfragen, welche bestehende Trends nicht (mehr) bestätigen. Gerade bei diesen ist aber Vorsicht geboten (Plausibilität der Trendwende).

Die mögliche **Fehlerquote** muss gemeldet werden, wenn mehrere mögliche Ausgänge innerhalb der Fehlerquote liegen.

Der **Zeitraum** der Erhebung der Daten ist von grossem Interesse, insbesondere wenn er einige Zeit zurückliegt. Wenn sich in der Zwischenzeit Ereignisse abgespielt haben, die das Resultat anders aussehen lassen könnten, ist dies ausdrücklich anzumerken.



Die Berichterstattung über Wirtschaftsthemen gehört mit zu unserem journalistischen «Kerngeschäft». Wirtschaftliche Zusammenhänge bestimmen das gesellschaftliche Umfeld zentral mit. In diesem Sinne gelten die oben angeführten Grundsätze auch für unsere Wirtschaftsberichterstattung.

Hinzu kommt im Speziellen:

SR DRS operiert in einem immer stärker kommerziell geprägten Mediumfeld. Aussenbeziehungen mit kommerziellen Elementen (Sponsoring) werden immer häufiger. Umso wichtiger ist es, dass allfällig entstehendem wirtschaftlichem Druck standgehalten und die journalistische **Unabhängigkeit** gewahrt wird.

Bei der Berichterstattung von Medienkonferenzen oder anderen «**Events**» ist darauf zu achten, dass eine von den Veranstaltern (legitimerweise) beabsichtigte Werbebotschaft nicht unkritisch oder ungebührlich weitergegeben wird. In solchen Fällen ist es unsere Pflicht, zu hinterfragen und einzuordnen, besonders sorgfältig nachzuleben.

Wo Firmen sich Namensrechte für Veranstaltungen oder öffentliche Plätze (Stadien und dergleichen) erkaufen, ist darauf zu achten, dass diese **Namen** in der journalistischen Berichterstattung möglichst zurückhaltend verwendet werden. Allerdings gilt auch hier: Wo ein Name sich so stark eingebürgert hat, dass seine Nichterwähnung kurios oder verwirrend wirkt, muss flexibel, aber weiterhin zurückhaltend vorgegangen werden (gelegentliche Erwähnung, Suche nach Umgehungsformen).

Es ist untersagt, als **Gegenleistung** für ein Entgegenkommen auf anderem Gebiet, Firmen oder Produkte in journalistischen Beiträgen zu erwähnen (Interview wird gewährt gegen Nennung eines Produktes). Anders liegt der Fall dort, wo die Nennung einer Firma oder eines Produktes der Transparenz dient oder einer Serviceleistung gleichkommt (Erwähnung eines Buches nach Interview mit Autor z. B.).



## Sport 6.6

Für die Berichterstattung im Bereich Sport gelten grundsätzlich die gleichen Regeln wie für den Informationsjournalismus generell.

Ausnahme: Im Bereich Sport ist eine gewisse **Emotionalisierung** in der Berichterstattung nicht nur zulässig, sondern erwünscht. Die Spannung, die Dramatik ist zentraler Teil des Geschehens, über das berichtet wird. Dies soll zur Geltung kommen. Allerdings darf keine Parteinahme stattfinden, im Gegensatz zu lokalen Medien, welche sich häufig mit den «eigenen» Mannschaften solidarisieren.

Auch ist die feine Linie zwischen erwünschtem «Mitleben», «Spannung weitergeben» einerseits und unerwünschtem, distanzlosem **«Mitfiebern»** andererseits sorgfältig zu beachten.

Anders als in anderen Informationsbereichen wird in der laufenden Berichterstattung beim Sport sehr viel stärker gewertet und kommentiert («gute Leistung, Spitzenklasse, ungenügend, schlechtes Abschneiden» etc.).

## Kultur 6.7

Die Berichterstattung über Kulturthemen gehört nicht zum eigentlichen Kerngeschäft der Abteilung Information, dennoch soll und muss sie im Rahmen unseres Service- public-Auftrages auch Bestandteil der Informationssendungen sein («Beitrag zu politischer, sozialer und kultureller Meinungsbildung»).

Über Kulturereignisse wird insbesondere dann berichtet, wenn der Anlass exemplarischen Charakter oder gesellschaftspolitische Bedeutung hat, wenn er besonders innovativ oder besonders umstritten ist oder etwa wenn die Handelnden besonders bekannt sind.

Anders als in anderen Bereichen der Information soll und darf bei Kulturthemen – ähnlich wie beim Sport (s. oben) – stärker gewertet und kommentiert werden.

In der Berichterstattung über speziell kulturpolitische Themen gelten aber dieselben Maßstäbe wie für andere Informationsbeiträge.

## 6 Berichterstattung: Sachthemen

### 6.8 Wissenschaft

Für die Berichterstattung über Wissenschaftsthemen gelten grundsätzlich dieselben Regeln wie für andere Themen; das gilt insbesondere auch für die Berichterstattung über Wissenschaftspolitik.

Bei Beiträgen über aktuelle Forschungsergebnisse gilt für den Bereich der Informationssendungen: Das Relevanzkriterium und die entsprechende Einordnung von Publikationsquellen sind angesichts der Fülle der verschiedenen, weltweit durchgeführten Studien unterschiedlichster Qualität besonders wichtig.

Ergebnisse der Grundlagenforschung sind vor allem dann ein Thema, wenn die Erkenntnisse aussergewöhnlich sind, ethische Fragen aufwerfen oder sich ein konkreter potenzieller gesellschaftlicher Nutzen abzeichnet. Wissenschaftsthemen sollen grundsätzlich im Kontext ihrer konkreten oder potenziellen Bedeutung für die Gesellschaft dargestellt werden (wem nützt es?).

### 6.9 Katastrophen, Unglücksfälle

Bei der Berichterstattung über Katastrophen und Unglücksfälle muss möglichst vollständig und präzise informiert werden. Dabei ist zu beachten, dass nicht unnötig Angst und Schrecken verbreitet wird (bspw. bei Menschen, deren Angehörige möglicherweise unter den Opfern sein könnten). In der ersten Hektik ist es besonders wichtig, dass der Ton der Berichterstattung unaufgeregt und sachlich bleibt.

Die Berichterstattung muss von **Sensibilität** geleitet sein. Sie muss gleichzeitig jederzeit objektiv und sachlich bleiben und darf in der Haltung nicht in ostentatives Mitgefühl oder gespielte Anteilnahme verfallen.

In den ersten Phasen einer Katastrophe geraten in der Regel widersprüchliche und falsche Informationen in Umlauf. Erste Zahlen von Opfern sind fast immer falsch. In dieser Phase ist es besonders wichtig, Fakten und Zahlen zu hinterfragen und auf jeden Fall nur mit Quellenangaben weiterzumelden. Bei verschiedenen Versionen ist es unsere Aufgabe, die Quellen sorgfältig gegeneinander abzuwägen. Wo erste Angaben sich als falsch herausstellen, muss klar und unmissverständlich berichtigt werden.

Bei Flugzeugabstürzen oder Bahnunglücken ist es wichtig, die **Identifikation** des Flugzeuges oder des Zuges regelmässig zu wiederholen, um gegenüber besorgten Hörern den Kreis möglicher Opfer einzuschränken.

Der allfällige Hinweis darauf, dass keine **Schweizer Opfer** zu beklagen seien, ist nach Katastrophen im Ausland nützlich. Nicht aus Chauvinismus, sondern – ebenfalls – aus dem Anliegen, besorgte potenzielle Angehörige in der Hörerschaft zu informieren und zu beruhigen.

SR DRS achtet darauf, dass Angehörige die **Namen von Opfern** nicht aus dem Radio erfahren.

Bei der Befragung von **Zeugen**, Zeuginnen einer Katastrophe ist mit grösster Sensibilität und Vorsicht vorzugehen. Menschen unter Schock dürfen keinesfalls zu Interviews gedrängt werden. Angehörige von Opfern werden nur befragt, wenn damit ein klarer Informationsgewinn über die Trauer und Betroffenheit hinaus erzielt wird.

## Verbrechen, Vergehen 6.10

Verbrechen und Vergehen sind Vorgänge, die per se auf grosses Interesse stossen. Die Aufgabe des öffentlichen Radios besteht darin, neben dem Erläutern der Fakten auch auf die grösseren Zusammenhänge hinzuweisen. Es gilt, die Öffentlichkeit – ohne Sensationsmache – auf die im betreffenden Zusammenhang relevanten Hintergründe, Proportionen und Erkenntnisse hinzuweisen.

**Namen** von verdächtigten Personen und Opfern werden von SR DRS nicht bekannt gegeben. Es gilt, die gesetzliche Unschuldsvermutung und die Privatsphäre zu respektieren. Es ist dabei zu beachten, dass durch eine Namensnennung nicht nur die Genannten selber, sondern auch deren Angehörige ganz erheblich mit betroffen werden. Nur wenn andere Medien einen Namen so prominent verwendet haben, dass dessen Nichterwähnung irritiert, wird von dieser Regel abgewichen.

Bei Personen des öffentlichen Lebens liegt diese Schwelle tiefer, der Name wird eher verwendet, aber auch dort gilt die gesetzliche Unschuldsvermutung respektive der Schutz der Privatsphäre. Die Nennung des Namens kommt insbesondere dann in Frage, wenn die inkriminierte Handlung im Zusammenhang steht mit der öffentlichen Rolle der betreffenden Person (s. oben: «Journalistische Grundsätze», «Privatsphäre»).

Es ist im Bereich der Verbrechensberichterstattung besonders darauf zu achten, dass nicht **kumuliert** wird, was nicht zusammengehört, dass also nicht nach einem prominenten Fall andere, nicht damit zusammenhängende ebenfalls vermeldet werden und dadurch der Eindruck einer grossen Gefährdung vermittelt wird. (Beispiel: «Zwei Tage nach der blutigen Messerstecherei in X ist es wieder zu einem derartigen Delikt gekommen. In Y hat ein ...»)

In der Berichterstattung über Verbrechen und Vergehen ist eine besonders sorgfältige Ausdrucksweise zu wählen. Die Vorgänge sprechen in der Regel für sich selber, von farbigen Adjektiven und von Klischees ist abzusehen.

Wir müssen darauf achten, dass wir keine Vorurteile fördern. Umgekehrt sollen und dürfen wir Tatsachen nicht unter den Tisch wischen. Die **ethnische Zugehörigkeit** von Täterinnen und Tätern oder von Opfern ist deswegen in kurzen Meldungen normalerweise nicht zu erwähnen. Sie soll aber – auch dort – genannt werden, wenn sie im Zusammenhang mit dem Delikt oder im weiteren gesellschaftlichen Umfeld des Deliktes von Belang ist. In Beiträgen (ausführlicheres Format) kann auf ethnische Zugehörigkeit, Religion, sexuelle Orientierung und dergleichen eher eingegangen werden, weil dort auch vermehrt die Möglichkeit besteht, Hintergründe aufzuzeigen, stereotypen Vorstellungen entgegenzuwirken.

**Interviews mit Tätern, Opfern und Zeugen** sind ethisch und rechtlich häufig problematisch. Sie sind entsprechend umsichtig zu führen. In heiklen Fällen muss mit den Vorgesetzten Rücksprache genommen werden (s. oben: «Heikle Themen»). Bei der Befragung von Tätern oder Täterinnen ist bezüglich Ton und Fragestellung immer zu berücksichtigen, dass Opfer unter der Zuhörerschaft sein können und dass laufende Verfahren nicht behindert werden dürfen.

Wo in einer laufenden Entwicklung **menschliches Leben auf dem Spiel** steht, nehmen wir darauf Rücksicht. Anweisungen und Anliegen der Polizei werden, in Absprache mit der Chefredaktion, berücksichtigt. Es werden aber keine (taktischen) Meldungen verbreitet, die inhaltlich nicht korrekt sind.

### Terror, nationale Sicherheit 6.11

Bei der Berichterstattung über politisch motivierte Gewaltanwendung ist darauf zu achten, dass **Sprache** und Forderungen der Täterinnen oder Täter nicht übernommen werden. Insbesondere ist die auf Agenturtexten regelmässig verwendete Formulierung vom «Übernehmen der Verantwortung» für einen Anschlag zu vermeiden. Das Wesen der Tat besteht ja unter anderem gerade darin, dass die Täter sich der Verantwortung entziehen und sich ihr nicht stellen.

Wo dennoch Formulierungen von Tätern übernommen werden, müssen sie klar zugeordnet und allenfalls relativiert werden. Terroristische Gruppen verwenden häufig Begriffe aus der Jurisprudenz, um den Eindruck zu erwecken, es werde im Namen der Gerechtigkeit vorgegangen («Bestrafung», «Urteil», «Vollstreckung» etc.).

**Nationale Sicherheit:** Vor der Veröffentlichung von Beiträgen oder Recherchen, welche Aspekte der nationalen Sicherheit betreffen oder betreffen könnten, ist die Chefredaktion oder (im Fall der Programmketten) die Bereichs- oder Programmleitung einzuschalten.

## 6 Berichterstattung: Sachthemen

### 6.12 Krieg

Bei kriegerischen Ereignissen gilt es zu beachten, dass der Grossteil der Meldungen aus Quellen stammt, welche mit der Veröffentlichung ein strategisches Ziel verfolgen. Das gilt auch für Meldungen, die uns über andere Medien erreichen.

Es ist deshalb von zentraler Bedeutung, dass der **Herkunft von Informationen** nachgegangen, ihr Inhalt auf Plausibilität kritisch geprüft und die unsichere Quellenlage jederzeit transparent gemacht wird.

In der **Terminologie** ist sorgfältig darauf zu achten, dass kriegerische Ereignisse nicht dramatisiert und nicht verharmlost werden. Beispiel: Einzelne Luftangriffe sind noch kein «Krieg» im landläufigen Sinne. Umgekehrt entspricht der immer häufiger verwendete Ausdruck «chirurgische Eingriffe» (für gezielte Luftangriffe) in fast jedem Fall einer unzulässigen Verharmlosung.

### Faits divers

**6.13** Für Faits-divers-Themen gilt, was für Radioinformation generell gilt: Die Themenauswahl in unseren Sendungen richtet sich nach den Kriterien der Relevanz, aber auch des Publikumsinteresses.

Faits-divers-Themen sollen Platz haben, soweit sie nicht die «Hierarchie der Wichtigkeiten» (s. oben, 2.2.) über einen gewissen Zeitraum hinaus in Frage stellen. Zudem sollen sie Sachverhalte betreffen, die eine grössere Allgemeinheit interessieren und in Stil und Niveau zu unseren übrigen Inhalten passen.

In Nachrichtensendungen wird auf Faits divers verzichtet. Die Hierarchie der Wichtigkeiten ist dort besonders eng zu interpretieren.

## Begriffliches 6.14

Unsere Glaubwürdigkeit ist von zentraler Bedeutung. Um sie zu erhalten, müssen wir unsere eigene **Arbeit korrekt deklarieren**:

«Recherche»

«Recherche» umschreibt eine ausführliche, aufwändige, mit verschiedenen Mitteln der journalistischen Arbeit durchgeführte thematische Untersuchung. Ihr Ergebnis «deckt auf, zeigt Hintergründe, stellt Zusammenhänge her» (Haller). Ein oder mehrere Telefonanrufe verbunden mit der Lektüre einiger Artikel bilden keine Recherche, sondern die notwendige Basis für die Produktion eines normalen Beitrages.

«Reportage»

«Eine Reportage zeigt die Fakten in einem szenischen Zusammenhang. Im Mittelpunkt stehen Ereignisse, Handlungen und Begebenheiten, die von den Reporterinnen und Reportern direkt vor Ort [...] erlebt und geschildert werden. [Die Reportage] hat zum Ziel, das Publikum mittels Originalaufnahmen oder konkreter, sinnlicher Schilderungen möglichst direkt an einem Geschehen teilhaben zu lassen» (Häusermann, Käppeli). Ein oder zwei O-Töne konstituieren noch keine Reportage.

«Primeur»

Unter «Primeur» verstehen wir die Berichterstattung über eine neue, so nie gehörte grössere Entwicklung in einer Angelegenheit, die für eine breite Öffentlichkeit von Interesse ist. Der Entscheid zur Publikation von Primeurs, die in unseren Redaktionen recherchiert worden sind, erfolgt nach den üblichen journalistischen Kriterien von Relevanz und Interesse. Wir können aber durchaus beschliessen, dass wir sie – als Eigenprodukte – etwas prominenter anbieten als eine vergleichbare Geschichte aus anderer Quelle.



## Hörerbriefe, Hörermails 7.1

Briefe und Mails aus der Hörerschaft sind zu beantworten, und zwar möglichst ohne Verzug. Kritik wird nicht von der kritisierten Person selber beantwortet, sondern von deren Vorgesetzten.

Jede Redaktion organisiert Verantwortlichkeiten und Abläufe, welche dies garantieren.

## Richtigstellungen 7.2

Bei Reaktionen, welche uns auf Fehler aufmerksam machen, gilt das bereits oben Festgehaltene zum Thema «Umgang mit Fehlern»: Wenn uns ein sachlicher Fehler unterläuft, wird dieser nach entsprechender Abklärung (bei sich wiederholenden Beiträgen, beispielsweise Nachrichtenmeldungen) sofort korrigiert.

Richtigstellungen, also ausdrückliche Hinweise darauf, dass uns ein Fehler unterlaufen ist, verbunden mit der Korrektur, erfolgen bei klaren Fehlern, also bei Fehlleistungen, die in ihrer Tragweite über reine Irrtümer hinausgehen. Ebenso bei Irrtümern, welche negative Konsequenzen für natürliche oder juristische Personen haben könnten.

## Beschwerden 7.3

Innerhalb von 20 Tagen nach Ausstrahlung einer Sendung kann jede Person bei der Ombudsstelle eine Beschwerde gegen einen Beitrag einreichen. Innert 40 Tagen muss die Ombudsstelle dem Beanstander ihren Entscheid mitteilen. Vorher holt sie eine Stellungnahme der Redaktion ein. Wegen der sehr kurzen Fristen sind diese Stellungnahmen ohne Verzug zu verfassen und via Chefredaktion respektive (im Falle der Programmketten) über die Bereichs- beziehungsweise die Programmleitung weiterzuleiten.

Entscheide der Ombudsstelle können an die Unabhängige Beschwerdeinstanz (UBI) weitergezogen werden. Geht bei einer Redaktion eine Reklamation ein, die offensichtlich als Beschwerde an die Ombudsstelle gedacht ist, ist diese via Chefredaktion respektive (im Falle der Programmketten) über die Bereichs- beziehungsweise die Programmleitung an die Ombudsstelle weiterzuleiten.

## 7 Umgang mit Reaktionen aus dem Publikum, Beschwerden, Klagen

### 7.4 Gerichtliche Klagen

Geht bei einer Redaktion eine gerichtliche Klage ein, so ist unverzüglich die Chefredaktion respektive (im Falle der Programmketten) die Bereichs- beziehungsweise die Programmleitung zu benachrichtigen. Mit dieser ist dann das weitere Vorgehen festzulegen.

### 7.5 Vorsorgliche Massnahmen, superprovisorische Verfügungen

Bei vorsorglichen oder provisorischen Massnahmen geht es meist um Publikations- und Ausstrahlungsverbote.

Wird eine solche angekündigt oder erlassen, so ist sofort die Chefredaktion respektive (im Falle der Programmketten) die Bereichs- beziehungsweise die Programmleitung zu informieren. Mit dieser ist dann das weitere Vorgehen festzulegen.

Absolut keinen Zeitverzug erträgt die so genannte superprovisorische Verfügung. Hier kann ein Richter ohne Anhörung der Redaktion kurzfristig die Ausstrahlung einer Sendung verbieten oder inhaltliche Korrekturen verlangen.

Verwendete Quellen:

Bundesverfassung  
RTVG, Radio- und Fernsehgesetz  
Konzession SRG SSR idée suisse  
Strategie SR DRS 2001–2004  
Publizistisches Leitbild SR DRS  
Publizistische Leitsätze SR DRS  
Strategiepapier Abteilung Information SR DRS  
Journalismuspapier Abteilung Information vom Mai 1991  
BBC producers «Guidelines»  
Studer/Mayr von Baldegg: Medienrecht, Zürich 2000  
Häusermann/Käppeli: Rhetorik für Radio und Fernsehen, Aarau 1994  
Haller: Recherchieren, München, Basel 1983; neu: Konstanz 2000  
Schweizer Presserat: Erklärung und Richtlinien ([www.presserat.ch](http://www.presserat.ch))  
Redaktionsstatute verschiedener Zeitungen

Marco Färber

Casper Selg



## Auszüge aus der Strategie SR DRS 2001–2004

### **Publizistisches Leitbild**

Schweizer Radio DRS ist das führende Radio der Deutschschweiz. Unsere Stärke ist die publizistische Qualität. Wir sind das aktuellste und glaubwürdigste und interessanteste Radio und damit publizistischer Qualitätsleader.

Im Vordergrund stehen für uns die Erwartungen und Bedürfnisse des Publikums. Wir bieten unseren Hörerinnen und Hörern ein umfassendes Angebot an Information, Unterhaltung, Wissen, Hintergrund, Kultur und Service.

Wir sind das Schweizer Radio; wir tragen bei zur politischen Meinungsbildung sowie zum kulturellen Austausch und zur Verständigung zwischen den verschiedenen Regionen und Bevölkerungsgruppen. Wir sind das Radio, mit dem sich alle identifizieren können.

### **1. Programmangebot**

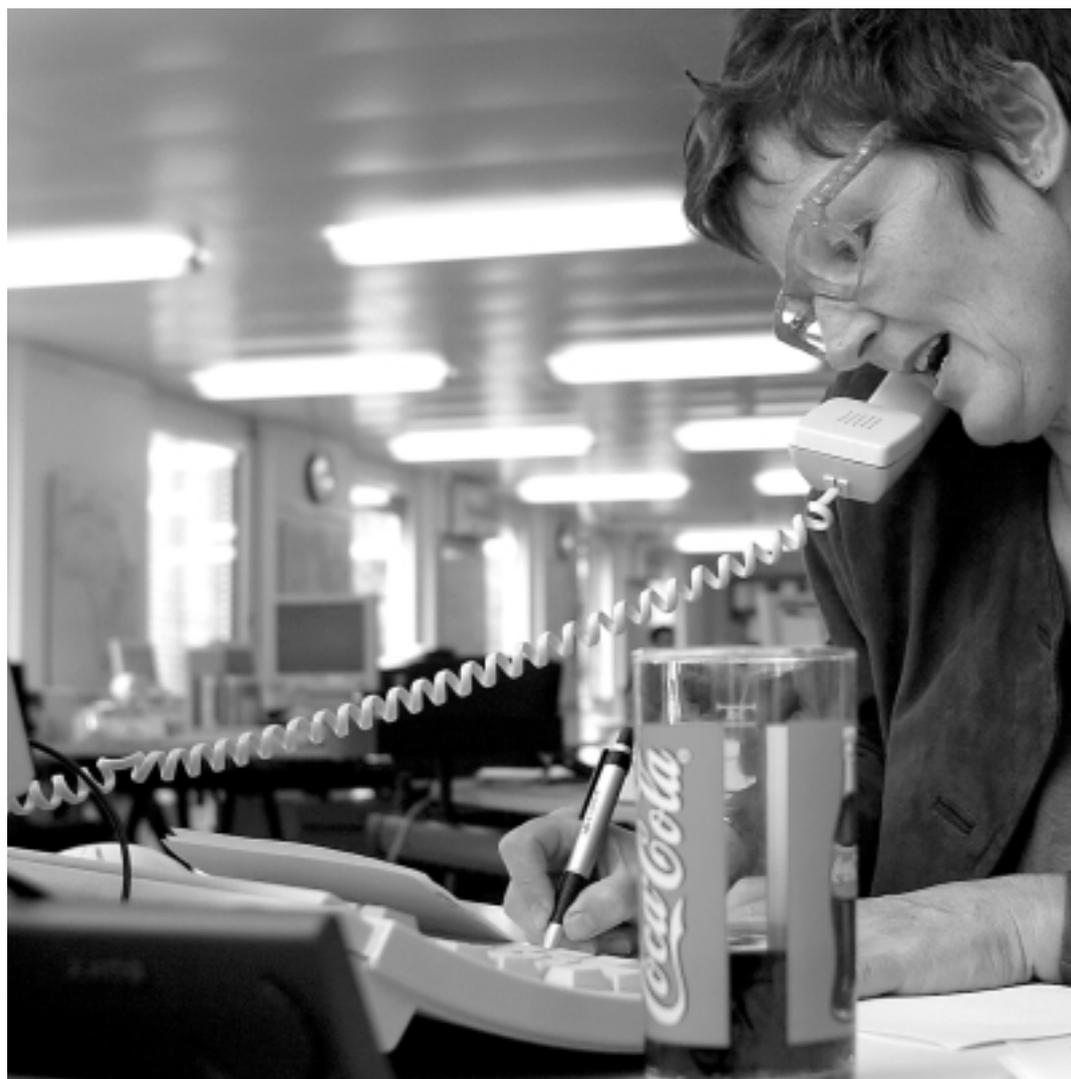
- SR DRS spricht mit seiner Programmpalette die ganze Bevölkerung der deutschsprachigen Schweiz an. Die einzelnen Programme sind auf Zielpublika ausgerichtet.
- SR DRS ist mit einem inhaltlich umfassenden Programmangebot das publizistisch führende Radio der deutschsprachigen Schweiz. Die Programme von SR DRS tragen zur öffentlichen Kommunikation bei und regen die private Kommunikation an. Sie bieten Information, Unterhaltung, Wissen, Hintergrund, Kultur und Service.
- Die aktuelle und glaubwürdige Information ist für alle Programme von besonderer strategischer Bedeutung. SR DRS bleibt in diesem Bereich das absolut führende Radio.
- SR DRS bietet drei Vollprogramme (zwei Generalistenprogramme und ein Kulturprogramm) sowie mindestens zwei Komplementärprogramme an.  
Die Vollprogramme beinhalten ein breites Angebot an Informations-, Wort- und Musiksendungen; die Komplementärprogramme modifizieren das Angebot der Generalistenprogramme im Hinblick auf die spezifischen inhaltlichen Bedürfnisse der Teilpublika.
- SR DRS ist auf dem Internet präsent mit individuell abrufbaren Sendungen, sendungsbezogenen Zusatzinformationen und Programminformationen.
- SR DRS bietet seinen Hörern und Hörerinnen Serviceleistungen, Programminformationen sowie eine dialogfähige Kommunikationsplattform.

## 2. Publizistische Ausrichtung

- SR DRS erfüllt den gesetzlichen Programmauftrag (Service public) und leistet damit einen aktiven Beitrag zum gesellschaftlichen Dialog und zur politischen Meinungsbildung.
- SR DRS orientiert sich an hohen journalistischen Qualitätsstandards. Richtungweisend sind die publizistischen Leitsätze von SR DRS und die Programmgrundsätze der SRG SSR.
- SR DRS gestaltet seine Programme nach den Bedürfnissen und Interessen des Publikums.

(Die Punkte 3 bis 10 sind hier weggelassen, sie betreffen Fragen von Führung, Finanzierung, Technologie und dergleichen.)





**Publizistisches Leitbild SR DRS 22.3.2000****Aktuell! Publikumsnah! Vernetzt!****Aktuell**

- Wir sind das aktuellste und glaubwürdigste Tagesinformationsmedium und damit Qualitätsleader.
- Aktualität färbt das Programm durchgehend ein mit Nachrichten, Servicebeiträgen und Hintergrund.
- In den Primetimes werden die aktuellen Themen angerissen, in den Begleitzeiten wird nachgefasst, weitergeführt, ergänzt und vertieft. (Primetimes sind vergleichbar der Frontpage einer Tageszeitung.)
- Glaubwürdige Information im weitesten Sinne ist unsere Stärke. Dazu gehören neben Nachrichten auch Erläuterungen, Kommentare, Meinungen, Serviceinformationen.
- Die Moderatoren und Moderatorinnen sind journalistische Persönlichkeiten und können auf eine starke redaktionelle Unterstützung zurückgreifen.

**Publikumsnah**

- Wir versetzen uns in die Lage unseres Publikums: Wir greifen Themen auf, die unser Publikum betreffen und beschäftigen.
- Wir sind das relevante und interessante deutschsprachige Schweizer Radio im Urteil der Öffentlichkeit und der Hörerschaft.
- Unsere Programmpalette deckt die Erwartungen und Bedürfnisse des Publikums ab.
- Wir verstehen uns als Informations-, Kultur- und Bildungsmedium, aber auch als Unterhaltungsmedium. Wir sprechen unser Publikum auch emotional an.
- Die Bevölkerung der deutschen Schweiz erlebt uns als ihr Radio.
- Die Moderatoren und Moderatorinnen sprechen das Publikum persönlich und emotional an.

### **Vernetzt**

- Wir vernetzen unsere journalistischen Ressourcen und stellen sie in den Dienst einer dynamischen und abgestimmten Tagesführung.
- Im Zentrum der publizistischen Führung stehen die Programme als Ganzes.
- Information, Fachredaktionen (inkl. Musik) und Moderation werden strukturell und organisatorisch so eng verbunden, dass ein aufs Ganze ausgerichteter Führungsprozess möglich wird.
- Wir nutzen für das Gesamtprogramm und je nach Themenlage unsere Regionalredaktionen, unser Korrespondentennetz, die Verbindungen zu den übrigen SRG-SSR-Studios und zu SF DRS.
- Wir vernetzen uns eng mit SR DRS online und arbeiten soweit möglich und sinnvoll mit externen Medienpartnern zusammen.

### **Markterfolg durch publizistische Leistung**

- Der Markterfolg ist das Ergebnis unserer publizistischen Leistungen und der damit verbundenen Kommunikationsleistungen.
- Wir erreichen einen hohen Marktanteil und eine hohe Reichweite. (In den DRS-Regionen sind unsere beiden Generalistenprogramme zusammen deutlich stärker als die kommerzielle Konkurrenz.)
- Die Reichweiten und Marktanteile (...) sollen nach Möglichkeit gesteigert werden.
- Wir gewinnen in den Begleitzeiten die reduzierte Zuwendung der Hörer und Hörerinnen durch unsere attraktive publizistische Leistung und eine nutzungsgerechte Portionierung der Beiträge.
- Die Musikformate als wesentliche Elemente der Marken sind zielpublikumsgerecht und in sich kohärent. Sie werden durch ein Feintuning permanent weiterentwickelt.

**Publizistische Leitsätze SR DRS**

- Wir wissen, wovon wir reden.
- Wir beherrschen unser journalistisches Handwerk.
- Unsere Grundhaltung ist die der skeptischen Distanz.
- Wir machen uns nicht mit einer Sache gemein, auch nicht mit einer guten.
- Wir sind neugierig und nach allen Seiten gleichermassen offen.
- Wir suchen nach den Zusammenhängen.
- Wir misstrauen den einfachen Antworten.
- Wir sind fair.
- Wir achten die Würde der Person.
- Wir nehmen unser Publikum ernst.
- Wir sind Treuhänder und Treuhänderinnen unseres Publikums.
- Wir sind im Dienste unseres Publikums und unseres Auftrages hartnäckig, kritisch und unbestechlich.
- Wir legen an uns die gleichen Massstäbe an wie an die andern.





# Index

A-F	Stichwort	Kapitel	Stichwort	Kapitel
<b>A</b>			<b>D</b>	
	Abstimmungen	6.2	Deklarationspflicht	4.6 / <b>4.8</b>
	Abstimmungssendungen	6.2	Dialekt	<b>5.1</b> / 5.3
	Abstimmungswochenende	6.2	Dialektale Färbung	5.3
	Aktienbesitz	3.3	Dienstleistungsfunktionen	2.2
	Anforderungen Moderation	5.3	Dokumente	4.6
	Angehörige von Opfern	6.9	Duzen	4.5 / 5.1
	Anteilnahme	6.9		
	Anwaltschaftlicher Journalismus	4.1	<b>E</b>	
	Audiatur et altera pars	4.1	Eigene Befindlichkeit	4.1
	Ausgewogenheit	5.5	Eigene Themen	4.3
	Auskunftsperson, Honorar	3.3	Einordnender Kommentar	5.5
	Ausstand	3.3	Emotion in der Berichterstattung	6.6 / 5.4
	Auswahl von Themen	<b>2.2</b> / 6.1	Ethnische Zugehörigkeit von Täterinnen und Tätern oder Opfern	6.10
	Auswechseln von Stimmen	<b>4.10</b> / 5.3	Events	6.5
<b>B</b>				
	Bearbeitung von Beiträgen	4.10		
	Befangenheit	3.3	<b>F</b>	
	Befragung von Zeugen	6.9	Fairness	1 / <b>2.1</b> / 2.2 / 4.1 / 4.2 / 5.4 / 6.2
	Beiträge	5.2	Faits divers	6.13
	Beschwerden	7	Fehler	4.2
	Beste Argumente	4.6	Fehlerquote einer Umfrage	6.4
	Bilder	5.1	Firmennamen	6.5
	Breaking news	5.4	Flexibilität	5.2
			Forderungen von Tätern	6.11
<b>C</b>			Forschungsergebnisse	6.8
	Clichés	6.10	Formales	5.1

Stichwort	Kapitel	Stichwort	Kapitel	<b>G-M</b>
<b>G</b>		<b>J</b>		
Gegenleistung	<b>3.3</b> / 6.5	Journalistische Haltung	4.5	
Gegenlesen	<b>4.10</b> / 5.5	Journalistische Unabhängigkeit	6.5	
Gerichtliche Klagen	7.4			
Geschwindigkeit	5.2	<b>K</b>		
		Kandidierende	6.2	
		Katastrophen	4.5 / 4.7 / <b>6.9</b>	
<b>H</b>		Kinder	4.7	
Heikle Themen	4.2	Klischees	6.10	
Hintergrundinformationen	4.6	Kommentar	5.5	
Hochdeutsch sprechende		Kompetenz	2.2 / <b>5.2</b> / 5.3	
Interviewpartner	5.3 / <b>5.4</b>	Komplexität	4.1	
Hochsprache	<b>5.1</b> / 5.3	Kontroverse Thesen	5.4	
Hörerbriefe, -mails	7.1	Korrektur	4.4	
Hörer und Hörerinnen	5.3 / 5.4	Krieg	6.12	
Honorare	3.3	Kritik- und Kontrollfunktion	2.2	
		Kritische Distanz	<b>2.2</b> / 6.1	
<b>I</b>		Kürzen	<b>4.1</b> / 4.10 / 5.4	
Informationsjournalismus	2.1	Kultur	6.7	
Initiativen	6.3	Kulturpolitik	6.7	
Integrität	2.2 / <b>3.3</b>	Kulturpolitische Themen	6.7	
Interesse wecken	5.2 / 5.3			
Interessenbindungen	3.3	<b>L</b>		
Interessenkonflikte	3.3	Länge von Interviews	5.4	
Interne Kritik	4.5	Leben steht auf dem Spiel	6.10	
Interview	4.1 / 4.6 / 4.7 / 4.8 / 4.10 5.3 / <b>5.4</b> / 6.5 / 6.9			
Interviews mit Tätern, Opfern und Zeugen	6.10	<b>M</b>		
Interviews von Drittpersonen	4.10	Mandate	3.3	
		Medienkonferenzen	6.1 / 6.5	
		Meinungsumfragen	6.4	
		Mitgefühl	6.9	
		Modeausdrücke	4.5	
		Moderation	4.10 / 5.1 / 5.2 / <b>5.3</b>	

# Index

N-S	Stichwort	Kapitel	Stichwort	Kapitel
<b>N</b>			Pseudolive	5.3
Namen von Tätern und Opfern	4.7 / 6.9 / 6/10		Publikumsinteresse	2.2 / 5.2 / 6.13
Namensnennungen	4.6 / 6.5	<b>Q</b>		
Nationale Sicherheit	6.11	Quellen	4.1 / 4.6 / 6.8 / 6.9 / 6.12	
Nennung der Quelle	4.6	Quellenlage	4.1	
Nennungen von Firmen	6.5			
Nennungen von Produkten	6.5	<b>R</b>		
Neugierde	5.3	Radiosprache	5.1	
		Recherche	2.1 / 4.1 / 6.11 / 6.14	
<b>O</b>		Recherchengespräche	5.4	
Off the record	4.6	Recht auf Information	2.1	
Offenlegung der Quelle	4.6	Referenden	6.3	
Öffentliche Aktionen	3.3	Relevanz	2.2 / 5.2 / 6.2 / 6.13 / 6.14	
On background	4.6	Relevanz von Umfragen	6.4	
On the record	4.6	Relevanzkriterium	2.2 / 6.8	
Opfer	4.7 / 6.9 / 6.10	Religion	6.10	
Originaltöne	4.6	Reportage	6.14	
		Richtigstellungen	4.4 / 7.2	
<b>P</b>		Rolle der Moderation	5.3	
Parteien	3.3 / 6.1 / 6.2			
Parteinahme	6.6	<b>S</b>		
Parteizugehörigkeit	3.3 / 6.1	Sachgerechtigkeit	4.1 / 6.2	
Personen des öffentlichen Interesses	3.3 / 4.7 / 6.10	Schnelligkeit	5.2	
Personen in Not	4.7	Schutz der Privatsphäre	4.7 / 6.10	
Plagiat	4.6 / 4.10 / 5.3	Schweizerische Themen	2.2	
Politik	2.2 / 6.1 / 6.8	Service public	1. / 2.2 / 5.2 / 6.7	
Politiker	6.1	Sexuelle Orientierung	6.10	
Präsentationsstil	5.1	Slang	4.5	
Primeur	6.14	Sorgfaltspflicht	6.2	
Private Vorteile	3.3	Spektrum der Themen	2.2	
Privatsphäre	4.7 / 6.10 / 6.11	Sperrfristen	4.9	
		Spesen	3.3	

Stichwort	Kapitel	Stichwort	Kapitel	S-Z
Spielregeln	4.6	Vertrauliches Mitwissen	4.6	
Sport	<b>6.6</b> / 6.7	Vielfalt	<b>4.1</b> / 5.5 / 6.1 / 6.2	
Sprache	<b>5.1</b> / 5.4 / 6.11	Vorgespräch	5.4	
Sprechen	<b>5.1</b> / 5.3 / 5.4	Vorsorgliche Massnahmen	7.5	
SR DRS als Thema	4.3	Vorurteile	6.10	
Standardsprache	<b>5.1</b> / 5.3	Vulgärsprache	5.1	
Stellungnahme	4.1 / 4.8 / 5.5 / 7.3			
Stil	4.2 / <b>4.5</b> / 5.1 / 6.13	<b>W</b>		
Stimme	4.10 / <b>5.3</b>	Wahlen	6.2	
Superlative	5.1	Wahrheitspflicht		
Superprovisorische Verfügungen	7.5	gegenüber der Öffentlichkeit	3.1	
		Wahrheitspflicht gegenüber Gesprächs-		
		partnern und -partnerinnen	3.2	
<b>T</b>		Wichtigkeit	<b>2.2</b> / 5.2	
Telefonaufnahmen	4.8	Wirtschaft	6.5	
Terminologie im Kriegsfall	6.12	Wirtschaftliche Unternehmen	3.3	
Terror	6.11	Wirtschaftsthemen	6.5	
Themen	<b>2.2</b> / 3.3 / 4.2 / 4.6 / 5.2	Wissenschaft	6.8	
	5.3 / 5.5 / 6.1 / 6.7 / 6.8 / 6.13	Wissenschaftspolitik	6.8	
Ton der Berichterstattung	6.9	Wortwahl	4.5	
<b>U</b>		<b>Z</b>		
Überverkaufen	5.3	Zitieren von Quellen	4.6	
Unangemeldete Telefonaufnahmen	4.8	Zuwendungen	3.3	
Unglücksfälle	4.5 / <b>6.9</b>			
Unschuldsvermutung	4.7 / <b>6.10</b>			
<b>V</b>				
Verbände	3.3			
Verbrechen	4.7 / <b>6.10</b>			
Verfassen von Beiträgen	5.2			
Vergehen	4.7 / <b>6.10</b>			
Verhaltenskodex	3.3			
Verständlichkeit	5.1			

Autoren	Marco Färber, Casper Selg
Konzept	Casper Selg
Fotografie	Dominic Büttner
Gestaltung	villotti LUNIK GmbH, Zürich
Druck	DE Druck AG, Effretikon
1. Auflage	2002 (1000 Exemplare)
2. Auflage	2003 (1000 Exemplare)
Copyright	Schweizer Radio DRS

