

# Reformierte Medien

Evangelisch-reformierte Kirchen der deutschsprachigen Schweiz

## Publizistische Grundsätze

**Beschluss des Vorstand vom 31. August 2004**

### **Zweck, Grundlagen, Geltungsbereich**

1. Die Publizistischen Grundsätze sind die verbindliche Richtlinie zur Führung, Positionierung, journalistischen Ausrichtung, qualitativen Beurteilung und ethischen Verpflichtung aller Publikationen und redaktionellen Dienstleistungen der Reformierten Medien. Sie sind abgeleitet vom «Leitbild der kirchlichen Medienkommunikation», dessen geltende Fassung von der Generalversammlung der Reformierten Medien am 25. Mai 2000 in Kraft gesetzt wurde.
2. Die Reformierten Medien unterscheiden zwischen journalistisch-publizistischen Aufgaben auf der einen und allen Formen der Auftragskommunikation (Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, PR) auf der anderen Seite. Dieses Dokument handelt von der journalistisch-publizistischen Arbeit.
3. Die Publikationen der Reformierten Medien richten sich nach den journalistischen Standesregeln.

### **Kirchliche Bindung und journalistische Unabhängigkeit**

4. Die Reformierten Medien erfüllen die journalistischen und publizistischen Aufgaben im Wissen darum, dass sie als Kommunikationsunternehmen der evangelisch-reformierten Kirchen der deutschsprachigen Schweiz auftreten. Diese Zugehörigkeit und Beauftragung drückt sich aus in der Vertrautheit und Verbundenheit mit christlichem Glauben, reformierter Identität und kirchlicher Wirklichkeit. Die journalistische Haltung ist geprägt von Respekt und Wohlwollen für die dargestellten Menschen und Themen.
5. Die Reformierten Medien schaffen Plattformen für Informationen und Diskurse über Ereignisse, Fakten, Persönlichkeiten, Trends, Probleme, Meinungen, Haltungen und Ideen im Themenbereich von Glauben, Kirche, Theologie, Religion, Kultur und Gesellschaft.
6. Die Publizistik der Reformierten Medien geht mit Kirchen und kirchlichen Themen in journalistisch professioneller und unabhängiger Weise um. Dazu gehören auch die Berichterstattung über kontroverse Themen und deren Kommentierung. Liegt es im Interesse sowohl der journalistischen Wahrheitsfindung und des offenen Diskurses wie des generellen publizistischen Auftrags gemäss Ziff. 5, so sind auch strittige Fakten und Ansichten zu veröffentlichen. Dabei gilt eine besondere Sorgfaltspflicht.

7. Die Reformierten Medien sorgen in ihren Publikationen für eine angemessene Berichterstattung auch über das eigene Unternehmen. Journalistische Berichte werden jedoch nicht in den Dienst eigener Unternehmensinteressen gestellt.

### **Kommunikation für die Kirche**

8. Die Reformierten Medien erfüllen Informationsaufgaben in der Kirche und wecken Interesse an kirchlichen Diskussionen. Ihre Medien und Dienstleistungen tragen dazu bei, Kenntnisstand und Wissensbasis in den Kirchen aktuell zu halten. Als Forum für Auseinandersetzungen zwischen Exponentinnen und Exponenten verschiedener Erfahrungen, Meinungen und Haltungen gestalten die Publikationen der Reformierten Medien Kultur und Qualität kirchlicher Diskurse mit.
9. Durch Serviceinformationen erleichtern die Reformierten Medien den kirchlich Aktiven und Interessierten, sich über Angebote aller Art zu orientieren und Anregungen zu erhalten.

### **Brücken zur Öffentlichkeit**

10. Da die Kirchen öffentlich sind, öffentlich wirken wollen und oftmals öffentliches Interesse finden, achten die Reformierten Medien bei der journalistischen Tätigkeit auf allgemeine Verständlichkeit. Kirchliche Publizistik hat die Aufgabe, Fach- und Insidersprachen zu übertragen. Die intern oft stillschweigend vorausgesetzten besonderen Kenntnisse liefert sie als erklärende Informationen mit. Ausserdem macht kirchlicher Journalismus sich zum Anwalt des öffentlichen Interesses, indem er von sich aus auf die Fragen des breiten Publikums eingeht.
11. Um als Brücke zur Öffentlichkeit dienen zu können, unterhalten die Reformierten Medien Kontakte zu anderen Medien, zu Redaktionen und Medienschaffenden. Sie machen diese auf eigene Meldungen und Beiträge aufmerksam, wann immer sie Themen von allgemeinem Interesse anzubieten haben.

### **Qualitätskontrolle**

12. Die Reformierten Medien orientieren sich an allgemein anerkannten journalistischen Qualitätsstandards. Zu diesem Zweck beteiligen sie sich an der entsprechenden Fachdiskussion der Branche und an Einrichtungen zur Selbstkontrolle.
13. Der internen Qualitätsdiskussion verschaffen die Reformierten Medien im Betriebsablauf einen festen Platz. Sie werten Rückmeldungen aus Leserschaft und Nutzerkreisen aus und führen in geeigneten Formen periodisch Befragungen der relevanten Anspruchs- und Zielgruppen durch.

**Medienethische Leitlinien**

14. Die Reformierten Medien verfolgen die medienethischen Fachdiskussionen, die Entschiede der massgeblichen Instanzen der journalistischen Selbstkontrolle (Presse-rat, Ombudsstellen) sowie die einschlägige Rechtsprechung und integrieren gewon-nene Erkenntnisse laufend in ihre Praxis.
15. Die Reformierten Medien behandeln in ihrer Publizistik die Geschlechter gleich. Frauen erhalten grundsätzlich gleiche Aufmerksamkeit wie Männer und sind sprach-lich ausdrücklich präsent statt bloss mitgemeint.
16. Stellenwert und Wirkung der Medien auferlegen publizistischer Tätigkeit eine beson-dere Verantwortung. Die Reformierten Medien tragen dem Rechnung mit Reflexion des eigenen Tuns, stetiger Weiterbildung, gezielter Qualitätsförderung, unvoreingenommener Auswertung von Feedbacks und regelmässiger interner Kritik.

**Corporate Governance, Führungsgrundsätze, Transparenz**

17. Im Sinne guter Unternehmensführung (Corporate Governance) sorgen die Reformier-ten Medien für klare Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten. Sie unterscheiden operatives Geschäft (Redaktion), Management (Verlagsleitung) und Oberleitung (Vor-stand). Die Aufgaben sind den Ebenen zugeordnet, und die Mitwirkenden kennen und verstehen die Unternehmensstruktur.
18. Hierarchisch höher Gestellte respektieren Eigenständigkeit und Verantwortung der Unterstellten. Mitsprache und Mitwirkung der Redaktionsmitglieder bei Unterneh-mensentscheiden sind sichergestellt.
19. Die für die Anspruchs- und Zielgruppen wesentlichen internen Regelungen der Re-formierten Medien sind im Internet öffentlich zugänglich.

**Schweizer Presserat**

20. Die «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» des Schweizer Presserats ([http://www.presserat.ch/code\\_d.htm](http://www.presserat.ch/code_d.htm)) ist für die Publizistik der Reformierten Medien massgebend.