

Publizistisches Konzept

Zweck

Das publizistische Konzept ist die verbindliche Richtlinie zur

- Führung
- Positionierung
- journalistischen Ausrichtung
- qualitativen Beurteilung und
- ethischen Verpflichtung

aller Publikationen der Reformierten Medien.

Dazu gehören insbesondere:

- *ref.ch* - das Newsportal der Reformierten
- *bref* - das Magazin der Reformierten

Grundlagen

Das publizistische Konzept ist abgeleitet vom «Leitbild der kirchlichen Medienkommunikation», dessen geltende Fassung von der Generalversammlung der Reformierten Medien am 25. Mai 2000 in Kraft gesetzt wurde, und basiert auf der Strategie 2022, Produkte und Dienstleistungen/Publizistik, genehmigt am 30. Oktober 2018. Es ersetzt die publizistischen Grundsätze vom 31. August 2004.

Die Publikationen der Reformierten Medien richten sich nach den journalistischen Standesregeln, insbesondere nach der «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» des Schweizer Presserats.

Geltungsbereich

Die Reformierten Medien unterscheiden zwischen folgenden kirchlichen Kommunikationsformen:

1. **Verkündigung**
2. **Publizistik:** journalistisch-publizistische Aufgaben
3. **Alle Formen der Auftragskommunikation:** Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, PR

Dieses Dokument handelt von der Publizistik.

Kirchliche Bindung und journalistische Unabhängigkeit

Die Reformierten Medien erfüllen eine publizistische Aufgabe und vereinen theologische und journalistische Kompetenz.

Dies 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.

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 im Absatz oben erwähnten generellen publizistischen Auftrags, so sind auch strittige Fakten und Ansichten zu veröffentlichen. Dabei gilt eine besondere Sorgfaltspflicht.

Die Reformierten Medien stellen Informationen zur Verfügung und regen Diskurse an über Ereignisse, Fakten, Persönlichkeiten, Trends, Probleme, Meinungen, Haltungen und Ideen im Themenbereich von Glauben, Kirche, Theologie, Religion, Kultur und Gesellschaft. Sie können zur Erfüllung dieses Auftrags auch Kooperationen eingehen.

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.

Gezielte Ansprache spezifischer Zielgruppen

Die Reformierten Medien versorgen sowohl die an kirchlichen Themen interessierte Öffentlichkeit wie auch kirchliche Fachpersonen mit für sie relevanten Informationen (Schwerpunkt von *ref.ch*) und stellen diese allen kirchlichen Publikationen unentgeltlich zur Verfügung.

Sie wecken Interesse an Diskussionen zu Religion und Gesellschaft aus einer reformierten Perspektive und setzen Akzente (Schwerpunkt von *bref*). So schaffen sie ein Angebot, das auch eine zahlende Leserschaft ausserhalb der Institution Kirche findet.

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.

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 und Austausch mit der Gesellschaft

Da die Kirchen öffentlich sind, öffentlich wirken wollen und oft 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.

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. Journalisten anderer Redaktionen stehen sie als Unterstützung in Fachfragen zur Verfügung.

Die Reformierten Medien nutzen, wo immer es sinnvoll ist, neue Möglichkeiten, mit der Öffentlichkeit direkt in Kontakt zu treten (insbesondere per Social Media).

Qualitätskontrolle

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 der Selbstkontrolle.

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

Stellenwert und Wirkung der Medien auferlegen publizistischer Tätigkeit eine besondere Verantwortung. Die Reformierten Medien tragen dem Rechnung mit Reflexion des eigenen Tuns, stetiger Weiterbildung, gezielter Qualitätsförderung, unvoreingenommener Auswertung von Feedbacks und regelmässiger interner Kritik.

Die Reformierten Medien verfolgen

- die medienethischen Fachdiskussionen,
- die Entscheide der massgeblichen Instanzen der journalistischen Selbstkontrolle (Presserat, Ombudsstellen) sowie
- die einschlägige Rechtsprechung

und integrieren gewonnene Erkenntnisse laufend in ihre Praxis.

Die Reformierten Medien behandeln in ihrer Publizistik alle gleich, insbesondere die Geschlechter. Frauen erhalten grundsätzlich gleiche Aufmerksamkeit wie Männer und sind sprachlich ausdrücklich präsent statt bloss mitgemeint.

Corporate Governance

Im Sinne guter Unternehmensführung (Corporate Governance) sorgen die Reformierten Medien für klare Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten und stellen so die Unabhängigkeit der Redaktion sicher. Sie unterscheiden:

- operatives Geschäft (Redaktion),
- Management (Verlagsleitung) und
- Leitung (Vorstand).

Die Aufgaben sind den Ebenen zugeordnet, und die Mitwirkenden kennen und verstehen die Unternehmensstruktur.

Führungsgrundsatz

Hierarchisch Höhergestellte respektieren Eigenständigkeit und Verantwortung der Unterstellten.

Mitsprache und Mitwirkung der Redaktionsmitglieder bei Unternehmensentscheidungen sind sichergestellt.

Transparenz

Die für die externen Anspruchs- und Zielgruppen wesentlichen internen Regelungen der Reformierten Medien sind im Internet öffentlich zugänglich.