

---

---

---

---

---

---

# Publizistische Leitlinien

---



## Präambel

Unabhängiger, kritischer Journalismus beruht auf Freiheit und Verantwortung. Freiheit bedeutet, dass nur dort freier, unabhängiger und kritischer Journalismus möglich ist, wo die politischen und gesellschaftlichen Voraussetzungen demokratischer Zustände gegeben sind. Verantwortung bedeutet die Verpflichtung zur Fairness und zum Augenmass.

Im Kräftespiel gesellschaftlicher Mächte und Interessen betreibt der Journalist das Geschäft der Aufklärung durch Sammlung, Prüfung, Auswertung und Einordnung jener Informationen, die für die Öffentlichkeit relevant sind und die die Menschen befähigen, in Staat, Wirtschaft und Gemeinwesen eine aktive Rolle zu spielen.

Zürich, 9. November 2009

Ueli Haldimann  
Fernsehdirektor

Hansruedi Schoch  
Chefredaktor

Diese Leitlinien gelten **für alle journalistisch tätigen Redaktionen** von SF. Für die Multimedia-Aktivitäten gelten sie sinngemäss. Die Leitlinien definieren handwerkliche Regeln, die den journalistischen Qualitätsstandard von SF, aber auch die Einhaltung von Medienrecht und Medienethik sichern helfen.

Als **Programmmitarbeitende** im Sinne dieser Leitlinien sind alle SF-Mitarbeitenden zu verstehen, die direkt an der Herstellung von Programminhalten mitwirken, unabhängig davon, mit welcher Vertragsart sie für SF tätig sind.

Um die Lesbarkeit zu verbessern, ist jeweils nur die männliche Form der Funktionsbezeichnung gewählt; selbstverständlich sind **beide Geschlechter** gemeint.

Diese Leitlinien sind im **Intranet** und auch auf der **Internetseite von SF abrufbar**. Die Online-Version wird nachgeführt, sobald aufgrund aktueller Entwicklungen Ergänzungen oder Änderungen nötig sind.

Publizistische Leitlinien, Version 3.1. vom 9.11.2009

# Inhalt

---

|  |           |
|--|-----------|
| Programmcharta der SRG SSR idée suisse .....           | 6         |
| <b>A. Allgemeines .....</b>                            | <b>9</b>  |
| 1. Grundprinzipien .....                               | 9         |
| 2. SF-Journalisten und Normen .....                    | 9         |
| 3. Politische und wirtschaftliche Unabhängigkeit ..... | 10        |
| 4. Interessensbindung der Programmmitarbeitenden ..... | 10        |
| 5. Mandate .....                                       | 11        |
| 6. Öffentliche Auftritte .....                         | 12        |
| 7. Informationshonorare, Scheckbuch-Journalismus ..... | 13        |
| 8. Geschenke und Hilfestellungen .....                 | 13        |
| 9. Werbung .....                                       | 14        |
| 10. Nebenbeschäftigung .....                           | 14        |
| 11. Insiderkenntnisse .....                            | 14        |
| 12. Rechtlicher Schutz .....                           | 15        |
| <b>B. Themenwahl .....</b>                             | <b>16</b> |
| 13. Heikle Themen .....                                | 16        |
| 14. Werbung und Sponsoring .....                       | 21        |
| <b>C. Recherche .....</b>                              | <b>21</b> |
| 15. Recherche .....                                    | 21        |
| 16. Alle Betroffenen anhören .....                     | 22        |
| 17. Recherchegespräch .....                            | 23        |
| 18. Besondere Regeln beim People-Journalismus .....    | 23        |
| <b>D. Realisation, Schnitt, Texten .....</b>           | <b>24</b> |
| 19. Interviews vor der Kamera .....                    | 24        |
| 20. Rechte des Interviewpartners .....                 | 25        |
| 21. Situationsgerechte Aussenauftritte .....           | 26        |
| 22. Basics des Nachrichtenjournalismus .....           | 27        |
| 23. Transparenz .....                                  | 27        |
| 24. Symbolbilder .....                                 | 29        |
| 25. Überprüfung von Zuschauerbildern .....             | 29        |
| 26. Anonyme Beiträge in Online-Foren und Blogs .....   | 30        |
| 27. Zusicherung von Anonymität .....                   | 30        |
| 28. Redaktionsgeheimnis, Zeugnisverweigerung .....     | 31        |
| 29. Sperrfristen .....                                 | 31        |

|   |           |
|---|-----------|
| 30. Recht am eigenen Bild .....   | 32        |
| 31. Recht am eigenen Wort: Keine Telefonmitschnitte.....                              | 32        |
| 32. Spontane Konfrontation („Journalistischer Überfall“)                              | 33        |
| 33. Verdeckte Recherchen und Drehen mit versteckter Kamera .....                      | 33        |
| 34. Nennung von Markennamen .....   | 35        |
| 35. Meinungsumfragen.....   | 35        |
| 36. Anrede.....   | 36        |
| 37. Unschuldsumutung.....   | 37        |
| 38. Namensnennung und Abbildung von mutmasslichen Straftätern .....                   | 38        |
| 39. Rassistische Äusserungen und Antirassismus-Strafnorm .....                        | 40        |
| <b>E. Abnahme .....</b>   | <b>41</b> |
| 40. Abnahme und Gegenlesen.....   | 41        |
| 41. Verkürzung in Moderationen, Schlagzeilen, Trailern .....                          | 41        |
| <b>F. Rechte der Autoren.....</b>   | <b>41</b> |
| 42. Primeurs.....   | 41        |
| 43. Redaktionelle Änderung von Beiträgen .....  | 42        |
| <b>G. Reklamationen, Berichtigung, Gegendarstellung,<br/>Publikationsverbot .....</b> | <b>42</b> |
| 44. Reklamationen .....   | 42        |
| 45. Berichtigung und Entschuldigung .....   | 43        |
| 46. Gegendarstellungen .....  | 44        |
| 47. Publikationsverbote .....   | 45        |
| 48. Aufbewahrung von Materialien .....  | 45        |
| <b>Anhang .....</b>   | <b>47</b> |
| Anhang 1: Radio- und Fernsehartikel Bundesverfassung .....                            | 47        |
| Anhang 2: Inhaltliche Vorschriften im RTVG .....                                      | 47        |
| Anhang 3: Inhaltliche Vorschriften der SRG-Konzession .....                           | 50        |
| Anhang 4: Erklärung zu den Pflichten und Rechten von Journalisten .....               | 51        |
| Anhang 5: Die Handwerksregeln der UBI.....  | 63        |
| <b>Index.....</b>   | <b>66</b> |
| <b>Änderungen und Versionsübersicht .....</b>   | <b>71</b> |

# **Programmcharta der SRG SSR idée suisse**

## **Präambel**

Die SRG SSR idée suisse stellt die Programmqualität in den Mittelpunkt ihrer Tätigkeiten. Sie versteht sich als ein offenes und kreatives Unternehmen im Dienste der Öffentlichkeit. Mit ihren Programmen leistet sie einen Beitrag zur Meinungsbildung und zur kulturellen Identität der Schweiz.

Die SRG SSR nimmt ihren Auftrag frei und unabhängig wahr. Sie tut dies im Rahmen des Rechts und der Ethik. Sie respektiert die verschiedenen Eigenheiten des Landes.

In einer Schweiz, die sich fortwährend wandelt, versteht sich die SRG SSR als ein Ort des Austausches von Informationen und Meinungen und einer freien und weltoffenen Diskussion. Die SRG SSR nimmt so ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft wahr.

Die SRG SSR verpflichtet sich, mit ihren Programmen den nationalen Zusammenhalt zu fördern. Sie hat die Schweiz als ganze im Auge und schenkt allem, was dem gegenseitigen Verständnis der schweizerischen Sprachgemeinschaften dient, die nötige Aufmerksamkeit.

Die SSR SRG versteht sich als kreatives und innovationsfreudiges Unternehmen und bringt dies in ihrem Programmangebot zum Ausdruck. Kreativität ist eine wichtige Voraussetzung für die gedeihliche Entwicklung der Aktivitäten aller Unternehmensbereiche. Sie muss für diese wegweisend sein. Die SRG SSR konkretisiert diese Absichten mit der vorliegenden Programmcharta. Diese gilt für alle Programm- und übrigen publizistischen Angebote der SRG SSR und verpflichtet alle Mitarbeitenden der SRG SSR und ihrer Unternehmenseinheiten.

## **Die Programmcharta im Überblick**

- Im Dienste der Öffentlichkeit
- Freiheit und Verantwortung
- Integrität und Unabhängigkeit
- Wahrheitspflicht
- Unparteilichkeit, Unvoreingenommenheit, Meinungsvielfalt
- Transparenz und Meinungsbildung
- Fairness, Persönlichkeitsschutz, Menschenwürde, Schutzbedürftigkeit
- Rücksichtnahme auf das Publikum
- Verantwortlichkeit und Rechenschaftsablage
- Schlussbemerkungen

Die Programmcharta im Einzelnen:

## **1. Im Dienste der Öffentlichkeit**

Wir erfüllen unseren Auftrag, wie er in Verfassung, Gesetz und Konzession verankert ist, mit unseren Programmangeboten und in unserer täglichen Arbeit in bestmöglicher Art und Weise. Wir orientieren uns dabei an höchsten professionellen und ethischen Standards. Wir berücksichtigen die Bedürfnisse des Publikums.

## **2. Freiheit und Verantwortung**

Wir nehmen unsere Rechte und Freiheiten (Informations- und Meinungsäußerungsfreiheit, künstlerische Freiheit) aktiv wahr und verteidigen unsere Unabhängigkeit. Wir kennen unsere rechtlichen und ethischen Pflichten und die sich daraus gegenüber der Gesellschaft ergebende Verantwortung. Wir bemühen uns, Rechte und Verantwortung miteinander in Einklang zu bringen.

## **3. Integrität und Unabhängigkeit**

Wir sind unabhängig von Interessen jeglicher Art. Wir fällen unsere Entscheide unabhängig von politischen, wirtschaftlichen oder sonstigen Beeinflussungsversuchen und beugen uns keinem Druck. Wir entscheiden unabhängig von persönlichen Interessen oder Neigungen und lassen uns nicht bestechen.

## **4. Wahrheitspflicht**

In unseren Informationssendungen sind wir bestrebt, der Wahrheit möglichst nahe zu kommen. Wir bemühen uns, sämtliche Tatsachen zu berücksichtigen, die für das Verständnis des jeweiligen Sachverhaltes relevant sind. Wir verbreiten nur Informationen aus zuverlässigen Quellen. Falsche Informationen berichtigen wir. Wir lehnen jede Form von Manipulation oder Verzerrung der Wahrheit mit Hilfe von Bild, Ton oder Text ab. Unsere Informationen beschaffen wir auf rechtlich zulässige und ethisch korrekte Art und Weise.

## **5. Unparteilichkeit, Unvoreingenommenheit, Meinungsvielfalt**

Wir sind offen für alle Sachverhalte und Ansichten, welche für die Meinungsbildung von Bedeutung sind, und wir begünstigen keine parteilichen Standpunkte und Interessen. Wo wir selber Position beziehen, gründet dies auf unserer eigenen fachlichen Beurteilung. In unseren Programmen darf das Tagesgeschehen nur von kompetenten Personen kommentiert werden, die dazu ermächtigt sind.

## **6. Transparenz und Meinungsbildung**

In Bezug auf den Charakter, die Voraussetzungen und die Ergebnisse unserer Arbeit stellen wir umfassende Transparenz her. Wir legen unsere Absichten stets offen. Kommentare machen wir als solche

erkennbar. Diese Transparenz ist für eine unabhängige und unvoreingenommene Meinungsbildung unabdingbar. Dieselbe Transparenz pflegen wir bei der Darstellung der Tätigkeiten und Interessen des Unternehmens SRG SSR.

## **7. Fairness, Persönlichkeitsschutz, Menschenwürde, Schutzbedürftigkeit**

Wir sind im Umgang mit Menschen fair und respektvoll. Wir wahren die Privatsphäre, sofern nicht wichtige Gründe des öffentlichen Interesses dem entgegenstehen. In allen Programmen achten wir die Würde der Menschen. Wir respektieren die Unschuldsvermutung. Wir bemühen uns, Bevölkerungen oder Menschengruppen weder zu diskriminieren noch deren Diskriminierung Vorschub zu leisten. Menschen, die aufgrund ihres Alters, ihrer Persönlichkeit oder sonstiger Umstände des Schutzes bedürfen, schützen wir in angemessener Weise. Besonderes Augenmerk haben wir dabei auf Kinder.

## **8. Rücksichtnahme auf das Publikum**

Wir zeigen die Welt, die Menschen und ihr Handeln in allen ihren Ausprägungen – auch unangenehmen, kontroversen, provokativen und schockierenden. Wir sind uns dabei der unterschiedlichen Wirkungen auf unser Publikum bewusst und tragen dem in geeigneter Weise Rechnung.

## **9. Verantwortlichkeit und Rechenschaftsablage**

Wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit bewusst. Wenn uns Fehler unterlaufen, so geben wir diese offen zu. Wir bemühen uns, eine Kultur zu fördern, in der die Bereitschaft besteht, aus Fehlern zu lernen. Wir beteiligen uns an der Diskussion über die Erfüllung unseres Service-public-Auftrages. Fragen und Reaktionen aus dem Publikum haben Anrecht auf angemessene Behandlung.

## **10. Schlussbemerkungen**

Die SRG SSR und ihre Unternehmenseinheiten verpflichten sich auf diese Programmcharta. Die Unternehmenseinheiten ergänzen die Programmcharta mit eigenen Regelwerken für die praktische Arbeit. Die Programmcharta ist die Basis für die interne Qualitätskontrolle. Arbeitsabläufe sind so zu gestalten, dass sie die Einhaltung der Programmcharta fördern. Die Programmcharta ist öffentlich. Sie wird auf den Websites der SRG SSR und deren Unternehmenseinheiten publiziert.

# A. Allgemeines

## 1. Grundprinzipien

Entsprechend dem Service-public-Auftrag der SRG SSR idée suisse orientiert sich die Programmtätigkeit von SF im Informationsbereich an drei Grundgeboten: **Sachgerechtigkeit, Vielfalt** und **Unabhängigkeit**.

- Die **Sachgerechtigkeit** in der Berichterstattung bedeutet, dass alle verfügbaren Fakten in Betracht gezogen werden und dass nur gesagt wird, was nach bestem Wissen und Gewissen für wahr gehalten wird. Sachgerechtigkeit setzt Sachkenntnis beim Journalisten voraus (gründliche Vorbereitung). Sie bedingt auch 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 Vielfalt der Tatsachen und Meinungen** zu einem Thema muss angemessen zum Ausdruck gebracht werden. Tatsachen, die der „Storyline“ oder These eines Beitrags widersprechen, dürfen nicht ausgeblendet werden.
- **Unabhängigkeit** bedeutet, dass die Programme keine Ideologie, keine Partei oder sonstige Interessensgruppe bevorzugen, kurz: eine Berichterstattung without fear or favour.

## 2. SF-Journalisten und Normen

**Journalisten** von SF setzen den gesetzlichen Leistungsauftrag der SRG SSR um; sie sind der Rechtsordnung, dem Journalistenkodex, dem Service public und den unternehmensethischen Normen der SRG SSR verpflichtet.

Kommt es zu Konflikten zwischen Rechtsordnung und Berufsethik (Beispiele: Zeugnisverweigerungsrecht StGB Art. 27 bis, Publikation vertraulicher Amtsinformationen StGB Art. 293), nehmen Journalisten

von SF eine sorgfältige **Güterabwägung** vor. In Grenzfällen von Gesetz und Konzession oder bei heiklen Themen und Vorgehensweisen, die Kontroversen rund um SF oder Gerichtsverfahren auslösen können, konsultieren Journalisten SF den nächsthöheren Vorgesetzten. **Damit übernimmt dieser grundsätzlich die Verantwortung.**

### **3. Politische und wirtschaftliche Unabhängigkeit**

Das Publikum von SF muss sich darauf verlassen können, dass redaktionelle Entscheidungen **nur aufgrund journalistischer Erwägungen** und nicht aufgrund anderer Einflüsse getroffen werden.

Um Interessenskonflikte von SF-Journalisten auszuschliessen und um Befangenheit (oder auch nur den Anschein davon) zu vermeiden, gelten diese Leitlinien für Programmmitarbeitende (Journalisten, Moderatoren und andere, direkt an den Programminhalten Mitwirkende) als Verhaltenskodex.

### **4. Interessensbindung der Programmmitarbeitenden**

Programmmitarbeitende legen Interessensbindungen, die für ihre jeweilige berufliche Tätigkeit von Bedeutung sein könnten, gegenüber dem direkten Vorgesetzten offen. Diese Information über Interessensbindungen ist **eine Bringschuld des Programmmitarbeitenden**. Die Interessensbindung soll grundsätzlich bei einem Neueintritt besprochen werden. Die Bringschuld besteht aber auch, wenn sich während der Anstellungsdauer Änderungen ergeben oder wenn einem Programmmitarbeitenden ein Auftrag erteilt wird, dessen Erfüllung mit Interessensbindungen kollidiert.

Die direkten Vorgesetzten entscheiden aufgrund der Offenlegung, ob der Auftrag aufrechterhalten wird. Die Vorgesetzten können den **Ausstand** anordnen. Im Zweifelsfall ziehen sie den Chefredaktor bzw. ihren Abteilungsleiter bei. Wenn eine Absprache mit dem Vorgesetzten nicht möglich ist, treten Programmmitarbeitende von sich aus in den Ausstand, wenn die Interessensbindungen oder andere besondere Beziehungen einen Einfluss auf die journalistische Arbeit haben könnten. Die Informationen über Interessensbindungen

dürfen Dritten nur mit Zustimmung der Betroffenen zugänglich gemacht werden.

Als Interessensbindungen 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 (z.B. Familienunternehmen)
- Aktienbesitz, sobald der Journalist über die betreffende Unternehmung mehr als routinemässig berichten soll. Im zeitlichen Umfeld der Berichterstattung dürfen solche Papiere weder gekauft noch verkauft werden. Dieses Verbot gilt auch für den Handel mit Put- und Call-Optionen (Näheres dazu in Ziffer 11)
- Verwaltungsratsmandate, Beratungsverträge
- verwandtschaftliche oder nahe persönliche Beziehungen zu Personen, über die der Journalist berichten soll.

Diese Aufzählung ist nicht abschliessend.

## 5. Mandate

Programmmitarbeitende können einer politischen oder wirtschaftlichen Vereinigung als einfaches Mitglied angehören, verzichten aber auf Mandate (Ämter, Aufträge, Beratertätigkeiten und dergleichen). Beispiel: Die Glaubwürdigkeit von SF wäre kompromittiert, wenn bekannt wird, dass ein Journalist, der über ein umstrittenes Endlagerprojekt für radioaktiven Abfall berichtet, Vorstandsmitglied von Greenpeace ist. Generell ausgeschlossen sind Mandate in Sachgebieten, in denen SF-Mitarbeitende journalistisch tätig sind.

Grundsätzlich unvereinbar mit einer Programmtätigkeit sind Mandate in Legislativen, Exekutiven oder in der Justiz. Über Ausnahmen, die insbesondere im lokalen Bereich möglich sind (zum Beispiel Einsitz in die Exekutive einer kleinen Gemeinde oder in eine Schulkommission), entscheidet die Fernsehdirektorin.

Wer für ein öffentliches Amt kandidieren will, bespricht dies vorgängig

mit seinem Vorgesetzten. Dieser trifft die nötigen Massnahmen (Bildschirmabstinenz, Funktionswechsel, eventuell Auflösung des Arbeitsverhältnisses, Folgen für die Zeit nach dem eventuell erfolglosen Wahlgang).

Das Engagement in Berufsverbänden der Journalisten und Journalistinnen gilt nicht als Mandat im hier definierten Sinne.

## **6. Öffentliche Auftritte**

Aufträge zur Leitung von Podiumsdiskussionen und Ähnliches können angenommen werden, solange die Themen kontrovers debattiert werden und klar ist, dass der SF-Mitarbeitende vom Veranstalter unabhängig ist. Derartige Einsätze sind vor einer Zusage mit den Vorgesetzten abzusprechen; sie unterliegen dem üblichen Bewilligungsprozedere für Nebenbeschäftigungen. Die Honorierung soll sich in einem vernünftigen Rahmen bewegen, damit nicht der Eindruck der Käuflichkeit entsteht. In den heissen Phasen vor eidgenössischen und grossen kantonalen Wahlen gelten besondere Regeln.

Journalisten von SF stellen die Bekanntheit, die sie durch ihre Arbeit erreicht haben, nicht in den Dienst von öffentlichen Aktionen mit politischen Zielen. Das Unterzeichnen von Testimonials oder Wahlaufrufen ist grundsätzlich unerwünscht und muss mit dem Vorgesetzten abgesprochen sein. Entsprechende Aufrufe dürfen nur mit Namen und Beruf („Journalist“, „Redaktor“) unterzeichnet werden; Hinweise auf Funktion, Sendung oder Sender sind verboten.

Programmmitarbeitende und insbesondere Moderationspersonen halten sich bei positionsbeziehenden politischen Äusserungen in der Öffentlichkeit zurück. Das gilt auch für Aktionen ihrer Berufsverbände im allgemeinpolitischen Raum (z.B. Aufruf zur Demonstrationsteilnahme gegen das WEF in Davos). Ebenso verzichten sie auch auf die Teilnahme an Promi-Umfragen zu aktuellen, kontroversen politischen Fragen („Sind Sie für die Initiative gegen den Asylmissbrauch?“ / „Würden Sie Schröder oder Merkel wählen?“).

Der Vorgesetzte kann die Mitarbeit eines SF-Journalisten an einem Thema, zu dem er sich ausserberuflich exponiert hat, einschränken.

Moderationsauftritte, z.B. an Firmenanlässen, dürfen den Interessen von SF nicht zuwiderlaufen. Auf jeden Fall ist vor der Zusage eine Bewilligung für eine Nebenbeschäftigung einzuholen. Eine Zusage darf erst gemacht werden, wenn das Gesuch bewilligt ist.

## **7. Informationshonorare, Scheckbuch-Journalismus**

Journalisten und Redaktionen von SF betreiben keinen Scheckbuch-Journalismus. Sie kaufen Berufsfremden keine Informationen oder Dossiers gegen Geld ab. Unzulässig ist es insbesondere, für brisante Dokumente („Skandal-Informationen“) zu bezahlen, vor allem auch, wenn diese illegal beschafft worden sind.

Zulässig ist hingegen eine Entschädigung für Spesen und für die Zeit, die Informanten zur Unterrichtung oder Begleitung der Journalisten aufwenden.

Honorare werden nicht ausgerichtet an Personen, die ohnehin dafür bezahlt sind, in der fraglichen Materie Auskunft zu geben (Medienbeauftragte, Angestellte einer Firma oder Behörde, über deren Belange berichtet wird etc.). Zulässig sind kleine Geschenke (Bücher, Wein). Die Entschädigung für Auftritte in Sendungen wird separat geregelt.

In Absprache mit dem Vorgesetzten kann für zugekaufte Filmaufnahmen, die im Programm Verwendung finden können, Geld bezahlt werden. Der Preis soll im Rahmen der Kosten liegen, die eine Produktion der entsprechenden Sequenzen durch von SF beauftragte Equipen verursacht hätte. Im Zweifelsfall ist der Chefredaktor bzw. der zuständige Abteilungsleiter zu konsultieren.

## **8. Geschenke und Hilfestellungen**

Journalisten von SF nehmen keine Geschenke oder Zuwendungen an, die ihre berufliche Unabhängigkeit in irgendeiner Weise einschränken könnten. Als Richtschnur gilt, dass Geschenke, deren Wert insgesamt 100 Franken übersteigt, nicht angenommen werden dürfen. Die Annahme von Bargeld ist in jedem Fall ausgeschlossen. Geschenke können zu Loyalität und Dankbarkeit verpflichten und so den journalistischen Freiraum einschränken. Zudem ist die Glaub-

würdigkeit von SF tangiert.

Ausgenommen von dieser Regel sind Leistungen Dritter, die allen Medien zugute kommen und die branchenüblich akzeptiert werden, solange die Unabhängigkeit der Berichterstattung nicht in Frage gestellt ist. Also zum Beispiel Essen und Give-Aways an Medienkonferenzen, vom Organisator bezahlte Journalistenausflüge zum Besuch eines Schauplatzes, Einladungen an Premieren und Promi-Veranstaltungen etc. Auch der Besuch von kostenlosen Seminaren und Weiterbildungsveranstaltungen, die von Interessensgruppen organisiert werden, ist zulässig.

Falls Dritte die Arbeit von SF durch Sach- oder Dienstleistungen unterstützen, welche vergünstigt oder gratis zur Verfügung gestellt werden, ist zwingend der Bereich SF-Sponsoring zu kontaktieren. Schleichwerbung ist verboten.

## **9. Werbung**

Programmmitarbeitenden mit GAV und Kadern ist die Mitwirkung in der Werbung verboten. Ausnahmen kann die Fernsehdirektorin bewilligen. Für Mitarbeitende mit EAV ist die Mitwirkung in der Werbung verboten, sofern sie als Moderatoren, Off-Sprecher oder Journalisten, die regelmässig im IN erscheinen, tätig sind. Als Werbung gelten Radio- und TV-Werbespots und alle anderen kommerziellen Werbeformen.

Für Identifikationsstimmen von Sendungen gelten besondere Regeln.

## **10. Nebenbeschäftigung**

Über alle Formen von Nebenbeschäftigung gelten die entsprechenden Weisungen von SF.

## **11. Insiderkenntnisse**

SF-Journalisten verpflichten sich, Insider-Informationen, die ihnen im Rahmen der beruflichen Tätigkeit zukommen, weder für sich selbst zu nutzen noch in irgendeiner Form an Dritte weiterzugeben.

- Als Insider-Information gelten alle geschäftsrelevanten Informationen, die Auswirkungen auf den Börsenkurs haben können. Neben Fusionen und Übernahmen sowie andern Veränderungen der Besitzverhältnisse, wie sie in Artikel 161 StGB erwähnt sind, zählen dazu zum Beispiel auch Gewinnwarnungen, Produktinnovationen und -Lancierungen, Zulassungen und Patente etc.
- Journalisten von SF ist es generell untersagt, mit Aktien und Optionen von Firmen zu handeln, über die sie selbst berichten. Dieses Verbot erstreckt sich vom Moment der Kenntnisnahme der Information bzw. spätestens vom Moment der Auftragserteilung bis zehn Tage nach Ausstrahlung des Berichts.
- Diese Bestimmung bezieht sich auf Autoren von Beiträgen, die vor Ort gehen und zum Beispiel mit den Entscheidungsträgern der Firma persönlich sprechen oder in der Forschungsabteilung der Firma drehen. In solchen Situationen kann Insiderwissen erlangt werden. Von der Regel nicht betroffen sind Nachrichtenredaktoren, die Meldungen über Firmen schreiben oder zugeliefertes Material bearbeiten, ebenso wenig Produzenten, Moderatoren oder weitere Beteiligte der Sendung.
- Journalisten, die regelmässig über Wirtschaftsthemen berichten, erklären sich in einer speziellen Vereinbarung bereit, einer externen Vertrauensperson, die der Schweigepflicht untersteht, Einblick in ihr Wertschriftendepot und in sämtliche Transaktionen der fraglichen Zeitperiode (Depotauszug). Die Kontrolle kann jederzeit stichprobenweise oder auf Anweisung des Vorgesetzten oder der Chefredaktion erfolgen. Die Vertrauensperson meldet Verstösse gegen die oben formulierten Regeln an die Chefredaktion.

Verstösse gegen diese Regeln können arbeitsrechtliche und strafrechtliche Konsequenzen haben.

## **12. Rechtlicher Schutz**

SF stellt sich grundsätzlich hinter seine Mitarbeitenden, falls sie im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit mit der Justiz in Kontakt kommen.

Zivilrechtlich übernimmt SF die Verantwortung für Handlungen ihrer Mitarbeitenden im beruflichen Kontext. Strafrechtlich sind die Mitarbeitenden für ihre Handlungen grundsätzlich selbst verantwortlich. In beiden Fällen gewährt SF Rechtsschutz. Vorbehalten bleibt der Rückgriff im Falle von beruflichem Fehlverhalten, bei grober Fahrlässigkeit oder Absicht.

## B. Themenwahl

### 13. Heikle Themen

SF kennt keine verbotenen Themen.

Gewisse Themen verlangen aber bei der Bearbeitung besondere Aufmerksamkeit, so etwa:

- **Wahlen und Abstimmungen:** SF hat bei der Meinungsbildung der Stimmberechtigten vor Wahlen und Abstimmung einen grossen Stellenwert. Zwar sind kontroverse Themen immer kontrovers zu behandeln. In der Phase vor einem Urnengang sind die Anforderungen an die Ausgewogenheit der Beiträge besonders gross (vergleichbare Auftrittsmöglichkeiten für die Akteure, vergleichbare Redezeit etc.). Je näher der Abstimmungs- oder Wahltermin, desto dominanter ist das Ausgewogenheitsgebot. Die Rechtssprechung hat nicht definiert, wann die „heisse Phase“ beginnt, und es gibt dafür auch keine starre Regel; die Frist ist insbesondere bei kantonalen und kommunalen Wahlen und Abstimmungen von Fall zu Fall zu bestimmen. Bei eidgenössischen Wahlen legt der Chefredaktor die Frist fest und publiziert sie intern. In der Vorwahlphase dürfen ohne speziellen Grund keine Einzelporträts von Kandidierenden gesendet werden, sofern die andern Bewerbenden nicht eine vergleichbare Auftrittsmöglichkeit erhalten. Auch Auftritte in Sport- und Unterhaltungssendungen sind nicht zulässig. Solche bergen meist ein grosses Profilierungspotenzial und würden den Betroffenen gegenüber ihren Mitbewerbern einen grossen Vorteil verschaffen. Ausgenommen sind fachlich begründete Auftritte (z.B. kann ein Präsident eines Fussballclubs die Entlassung des Trainers begründen, auch wenn er für den Nationalrat kandidiert).

Unter bestimmten Umständen ist auch während der heißen Phase eine Porträtserie möglich, vorausgesetzt, dass die Serie von Anfang an pluralistisch konzipiert ist und insbesondere die wichtigsten politischen Tendenzen berücksichtigt werden. Wichtig ist in einem solchen Fall, dass die einzelnen Folgen in der Moderation eingangs und ausgangs verknüpft werden.

- **Die Tagesschau beachtet im Vorfeld von Abstimmungen spezielle Regeln.** Zum Pflichtstoff gehören im näheren Vorfeld des Urnengangs die offiziellen Pressekonferenzen der offiziellen Komitees pro und contra. Zudem berichtet die Tagesschau über die Pressekonferenz des Bundesrates oder des zuständigen Departementschefs zu den jeweiligen Abstimmungsthemen. Zudem berücksichtigt die Tagesschau die Parolen der Bundesratsparteien, die meistens an Delegiertenversammlungen beschlossen werden, sowie die Parolen der Parteien, die im Parlament alleine Fraktionsstärke haben. Für alles, was darüber hinausgeht, gelten **strenge journalistische Kriterien.** Das heisst, dass die Tagesschau nur über Ereignisse, Stellungnahmen, neue Entwicklungen berichtet, die einen klaren Newswert und eine gewisse Relevanz haben. Das bedeutet, dass reine Tendenz-Veranstaltungen (zum Beispiel die Pressekonferenz eines Komitees „Ärzte gegen Atomkraftwerke“, „Gewerbetreibende gegen die Personenfreizügigkeit“ etc.) nicht zum Pflichtstoff gehören und deshalb nicht berücksichtigt werden, es sei denn, die Veranstaltung oder das Gesagte habe einen realen Newswert. **Besondere Zurückhaltung übt die Tagesschau bei extra für die Kameras organisierten Happenings, Kundgebungen, Prominentendemos** etc.
- **Religiöse Themen** behandeln wir nicht anders als andere Themen. Allerdings kann eine Infragestellung der so genannten zentralen Glaubensinhalte religiöse Gefühle der Zuschauer verletzen. Die Sakramente des katholischen Glaubens sind zentrale Glaubensinhalte: Taufe, Firmung, Eheschliessung, Beichte, Eucharistie (Abendmahl), Weihe, Letzte Ölung. Sie dürfen nicht ins Lächerliche gezogen werden. Gegenüber Minderheits- und gegenüber fremden Religionen ist besondere Zurückhaltung geboten.

- **Konsumentenschutz, Produktevergleiche. Wer mit produktkritischen Berichten** in den marktwirtschaftlichen Wettbewerb eingreift, untersteht einer erhöhten Sorgfaltspflicht (**Gesetz über den unlauteren Wettbewerb UWG**). Unrichtige, irreführende oder unnötig verletzend Kritik an Produkten oder Dienstleistungen kann grossen wirtschaftlichen Schaden anrichten. Wer überdies einzelne Produkte oder Anbieter herausgreift, um allgemeine oder gattungsspezifische Eigenschaften zu kritisieren oder auch hochzujubeln, handelt möglicherweise unlauter. Deshalb dürfen sich Journalisten nicht von einem Anbieter instrumentalisiert lassen. Wenn dieser im Interview über die Konkurrenz herzieht, ist auch diese zu befragen und deren Standpunkt einzubringen. Wenn unter mehreren gleich gefährlichen oder schlechten Produkten eines herausgegriffen wird (pars pro toto), **muss die Auswahl begründet werden; auch muss mindestens ein knapper Hinweis auf die übrigen Produkte gemacht werden.** Ist eine umfassende Gesamtschau angesichts der grossen Anzahl Produkte oder Anbieter nicht möglich oder zumutbar, muss dies erwähnt werden.
- **Gewaltdarstellung.** Nachrichtenredaktionen müssen immer wieder (und häufig unter Zeitdruck) entscheiden, ob und wenn ja wie ausführlich sie Bilder gewalttätiger Szenen zeigen wollen. Unter diese Kategorie fallen insbesondere blutige Kriegsbilder, aber auch Bilder von Opfern von Verbrechen, Unfällen oder Naturkatastrophen. Auswahl und Präsentation solcher Bilder am Sender sollen sich an den folgenden Überlegungen orientieren: **Es ist nicht Aufgabe von SF, ein geschöntes Bild der Realität zu liefern.** Ereignisse, die schockierend sind, dürfen auch schockieren. Ein Ereignis in seiner Brutalität zu sehen, kann dazu beitragen, es zu verstehen.

  - Häufig haben solche Bilder einen **Nachrichtenwert**, oder sie spielen eine Rolle in der Propaganda (die ersten toten US-Soldaten im Irak-Krieg, Bilder der toten Saddam-Söhne).
  - Gewalttätige Bilder sollen **in der angemessenen Länge** gezeigt werden. Es gehört zum redaktionellen Handeln, zu antizipieren, wann die Zuschauer genug gesehen haben. Es gibt aber auch Sequenzen, die nicht zu kurz gezeigt werden sollen. Zum Beispiel die Szene, in der in Los Angeles Polizisten den Schwarzen Rodney King massiv verprügeln; sie wirkt erst, wenn man sie in einer gewissen Länge zeigt.

- Ereignisse, von denen gewalttätige Bilder gezeigt werden, unterstehen einem verschärften **Relevanzkriterium**. Gewaltbilder zu zeigen, nur weil sie vorliegen, ist unzulässig.
  - Zuschauer sollen in der Moderation darauf aufmerksam gemacht werden, dass **nachfolgende Bilder schockierend** sein können.
  - Gewaltszenen sollen **nicht mehrmals wiederholt** werden. Sie sollen nicht übertextet (es hört ohnehin niemand auf den Text) und auch nicht als Bildteppich benutzt werden.
  - **Keine sterbenden Menschen zeigen und bei Toten keine erkennbaren Gesichter**. Auf keinen Fall sollen Zuschauer via Fernsehen erfahren, dass eine ihnen nahestehende Person umgekommen, schwer verletzt oder gefangen genommen worden ist.
  - Bei expliziten Darstellungen von Gewalt oder Brutalität ist der Redaktionsleiter zu konsultieren.
- **Bei Entführungen kommt es vor, dass den Medien oder den Agenturen Videos der Entführten zugespielt werden**. Damit wollen die Entführer via Öffentlichkeit Druck auf die Adressaten ihrer Forderungen ausüben. Solche Videos dürfen nur ausgestrahlt werden, wenn eine besondere Begründung vorliegt. **Die Ausstrahlung muss in jedem Fall vom Nachrichtenchef oder dem Chefredaktor bewilligt werden**. Das gilt noch verschärft für Bilder von Exekutionen von Entführten.
  - **Tötungsdelikte gegen die eigene Familie und Verzweiflungstaten**. Über so genannte Familiendramen (zum Beispiel ein Vater, der seine Frau, ein Kind und sich selbst umbringt) berichtet SF zurückhaltend: Kein „Witwenschütteln“, keine Nachbarskinder, kein Stammtischgerede, keine Namen, keine Opferfotos. Schon das Wort „Familiendrama“ hat etwas Beschönigendes, indem es dem überforderten Familienvater eine Legitimation für die Tat zubilligt. Genau genommen geht es um vorsätzliche Tötung oder um Mord sowie um Selbsttötung.
  - **Auch über Suizide von „Normalbürgern“** berichtet SF in der Regel nicht und verzichtet insbesondere darauf, Details über die Art des Todes zu erwähnen. Wir zeigen zum Beispiel auch nicht die Brücke, von der sich jemand in den Tod gestürzt hat. Wir wollen nicht Suizidgefährdete auf solche todsicheren Exit-

Möglichkeiten hinweisen. Ausnahmen von der Regel sind möglich, wenn die Tat öffentlich war (zum Beispiel Selbstverbrennung in der Öffentlichkeit), wenn die Tat mit andern Straftaten kombiniert war (zum Beispiel eine Entführung) oder wenn es sich um eine in der Öffentlichkeit bekannte Person handelte.

- **Sex** ist kein Tabuthema. Wichtig ist, dass die Beiträge der Art der Sendung und deren Publikum entsprechen. Generell gilt: Zuschauer sollen in ihrer Erwartung an den Themenmix einer Sendung nicht erschreckt werden. Beispiel: Ein Studiobeitrag über Bodypainting ist in einer Sendung für ein junges Publikum schon am Vorabend möglich, ein Beitrag über neue Trends im Sado-Maso-Bereich hingegen nicht. Je später der Abend, desto mehr ist möglich – eine Regel, die allerdings durch Wiederholungen im Tagesprogramm relativiert wird.
- **Satire** ist eine Kleinkunstform, die nur wenige beherrschen. Satire ist in aktuellen Informationssendungen nicht zulässig, weil das Publikum dort Information und nicht Sarkasmus erwartet. Satire ist sendungsgerecht einzusetzen. Sie muss deklariert werden oder wenigstens klar erkennbar sein.  
**Der Inhaltskern der satirischen Aussage darf nicht unwahr** oder ehrverletzend sein. Satire darf sich auch über Akteure des öffentlichen Lebens lustig machen. Die Menschenwürde und zentrale Glaubensinhalte sind zu respektieren, auch in der Form. Der Papst ist satirefähig, nicht aber die zu den zentralen Glaubensinhalten zählenden heiligen Handlungen der Katholiken (wie Beichte oder Sakrament).
- Beim **Drehen mit Tieren** sind zunächst die Bestimmungen des Tierschutzgesetzes einzuhalten. Dieses verlangt, dass beim Umgang mit Tieren "ihren Bedürfnissen in bestmöglicher Weise Rechnung zu tragen" sei: "Niemand darf ungerechtfertigt einem Tier Schmerzen, Leiden oder Schäden zufügen, es in Angst versetzen oder in anderer Weise seine Würde missachten. Das Misshandeln, Vernachlässigen oder unnötige Überanstrengen von Tieren ist verboten." Darüber hinaus ist gemäss Rechtsprechung der UBI zu beachten, dass Tiere in Spielshows oder in Reportagen nicht als Spielzeug behandelt oder zum Spass gestresst werden dürfen. Die UBI hat eine entsprechende Instrumentalisierung von Tieren in einer Unterhaltungssendung

als konzessionswidrig beurteilt; die Spielanlage stelle eine "Gefährdung der öffentlichen Sittlichkeit im Sinne des RTVG" dar.

- Über die **SRG SSR und SF** berichtet SF nach den gleichen journalistischen Kriterien wie über andere Unternehmen.

## 14. Werbung und Sponsoring

Werbekunden der publisuisse AG und Sponsoring-Kunden von SF erhalten **keine bevorzugte Behandlung** im Programm. Buchungen bei der publisuisse AG oder Sponsoringverträge mit SF dürfen **nicht mit redaktionellen Auflagen verbunden** werden.

Events, bei denen SF Medienpartner ist, erhalten keine Bevorzugung in der Berichterstattung. Sie dürfen nach den üblichen journalistischen Regeln auch kritisch beleuchtet werden.

## C. Recherche

### 15. Recherche

**Journalisten von SF recherchieren nach den Grundsätzen von Unvoreingenommenheit und Wahrhaftigkeit.** Unvoreingenommenheit bedeutet nicht den Verzicht auf eine Arbeitshypothese. Es ist zulässig und oft sinnvoll, Recherchen mit einer Hypothese zu beginnen. Aber es müssen in deren Verlauf auch Fakten berücksichtigt werden, die der Arbeitshypothese widersprechen. Wahrhaftigkeit fordert, keine Schlüsse zu ziehen, die nach sorgfältig erarbeitetem Wissen nicht für wahr gehalten werden.

Für kontroverse Informationen sollen in der Regel **zwei gleichlautende, voneinander unabhängige Quellen** zur Verfügung stehen („Watergate-Regel“). Journalisten dürfen sich aber auf Nachrichten einer anerkannten Nachrichtenagentur verlassen, es sei denn, dass sich mehrere Agenturen widersprechen oder Ungereimtheiten auftauchen. Je schwieriger die Quellenlage, desto wichtiger ist das Gebot, darüber Transparenz herzustellen. Umstrittene Fakten sind als solche darzustellen. Fakten und Meinungen sollen strikte getrennt

werden. Die Interessenlage von Experten ist offenzulegen (zum Beispiel bei Finanzanalysten, deren Bank in engster Geschäftsbeziehung zu der analysierten Firma steht.)

Mit Quellenangabe veröffentlichte polizeiliche und amtliche Mitteilungen müssen in der Regel nicht nachrecherchiert werden. Zeitungsartikel sind keine amtlichen Quellen und sind dementsprechend kritisch zu prüfen.

## 16. Alle Betroffenen anhören

Wird Nachteiliges über eine Person, eine Unternehmung, ein Amt oder eine Organisation verbreitet, **müssen sich die Betroffenen im selben Kontext dazu äussern können**. Dabei werden sie mit ihren besten Argumenten zitiert. Eine Ausgewogenheit im Sinne von gleich vielen oder gleich langen Statements ist nicht gefordert.

Wenn im Verlauf der Recherche nach Aufzeichnung des Interviews neue Vorwürfe auftauchen, müssen die Betroffenen zu den neuen, konkreten Vorwürfen erneut Stellung nehmen können.

Das Gleiche gilt, wenn im Rahmen einer Follow-up-Story neue Vorwürfe geäußert werden. Auch da muss eine neue Entgegnung auf die konkreten Vorwürfe eingeholt werden. Falls es logistisch nicht anders geht, kann die Stellungnahme im Off referiert oder schriftlich eingebündelt werden. Eine allgemeine Antwort zu verwenden, die vor ein paar Tagen aufgezeichnet worden ist, ist untauglich, auch wenn das Generalthema immer noch das gleiche ist.

**Niemand ist verpflichtet, SF Red und Antwort zu stehen.** Wer sich weigert, wird deswegen weder getadelt noch lächerlich gemacht.

Verweigert ein Betroffener die Stellungnahme, wird das im Beitrag – wenn möglich mit Angabe des Grundes – erwähnt. Falls danach im Verlauf der Recherche zusätzliche, gravierende Vorwürfe auftauchen, muss der Firma oder Person erneut die Gelegenheit gegeben werden, eine Stellungnahme abzugeben, auch wenn sie beim ersten Kontakt eine solche abgelehnt hat.

## 17. Recherchegespräch

Am Anfang des Recherchegesprächs stellen sich Journalisten von SF vor und umschreiben ihr Vorhaben in den Grundzügen (Stossrichtung, Format).

Wenn nicht ausdrücklich ein Vorbehalt vereinbart ist, werden Auskünfte „**on the record**“ erteilt, das heisst: sie können unter Nennung von Namen und Stellung des Auskunftgebers verwendet werden. „**Off the record**“ heisst, dass der Name des Auskunftgebers entfällt und seine Stellung verundeutlicht wird („Ein hoher Beamter des Justizdepartements...“); die genaue Formulierung ist in diesem Fall zu vereinbaren. Bei Auskünften, die als reine Hintergrundinformation gegeben werden („**On background**“), entfällt jede Zuschreibung („Wie uns zugetragen wurde...“). Bei Informationen, die nicht zugeordnet werden können, ist die Absicherung durch eine zweite, unabhängige Quelle wichtig. Diese sollte in der Regel zitierbar sein.

Wer wissentlich und im Berufskontext mit Journalisten spricht, macht einen Schritt an die Öffentlichkeit. Er kann nicht den ganzen Informationsinhalt zurückziehen: Journalisten von SF dürfen diese Person in indirekter Rede und über einem neutralen Bild zitieren (siehe auch Abschnitt 19).

## 18. Besondere Regeln beim People-Journalismus

Im Gegensatz zum Nachrichtenjournalismus kann im People-Journalismus auch über Gerüchte berichtet werden, sofern die Quelle eine gewisse Glaubwürdigkeit hat. Wichtig ist, dass die Quelle genannt wird („das berichtet ‚Gala‘ in ihrer neusten Ausgabe“) und dass das Gerücht als solches bezeichnet wird. Bei Gerüchten über internationale Stars kann auf den Versuch verzichtet werden, die Betroffenen damit zu konfrontieren.

Kantinen-Gossip über SF-Mitarbeitende, zu dem wir sozusagen einen Insider-Zugang haben, muss unbedingt verifiziert werden. News aus dem Privatleben von SF-Mitarbeitenden dürfen ohne deren Einverständnis nicht publiziert werden. Ist die Neuigkeit aber öffentlich (die bekannte Moderatorin tritt mit ihrem neuen Partner öffentlich auf), dann entfällt die Pflicht, das Einverständnis einzuholen.

Auch im People-Bereich betreiben wir keinen Paparazzi-Journalismus und beachten die Privatsphäre der Prominenten. Wir filmen zum Beispiel nicht durch eine Hecke in einen privaten Garten. Wenn internationale Paparazzi-Bilder Furore machen (Prinzessin Stéphanie lässt sich von ihrem neuen Lover den Rücken einschmieren), können wir sie bringen, sofern die Rechtesituation kein Hindernis darstellt.

## D. Realisation, Schnitt, Texten

### 19. Interviews vor der Kamera

Je nach Vorgehensweise und nach Art des Beitrags können gefilmte Interviews kurz (eine Kernaussage auf den Punkt bringen) oder auch ausführlich sein (gefilmtes Recherchegespräch, „Jagen und Sammeln“). Auf jeden Fall muss der Interviewte erfahren, dass nur **Ausschnitte** des Gesprächs verwendet werden.

Falls dies nicht schon im Rahmen des Recherchegesprächs erfolgt ist, muss der Interviewpartner darüber informiert werden, für welche Sendung das Interview gemacht wird, welche Stossrichtung der Beitrag hat und wie das Interview oder der Quote voraussichtlich im Beitrag eingebettet sein werden.

Zentral ist, dass der Interviewte zu allen wichtigen Vorhalten Stellung nehmen kann. Werden mehrere Versionen aufgezeichnet, sind Abmachungen darüber, welche Version im Beitrag verwendet wird, einzuhalten.

Tauchen nach dem Interview wesentliche neue Aspekte auf, so muss der Interviewte nochmals Stellung nehmen können.

Beim Schneiden des Beitrags soll der Autor die Stellen auswählen, in denen der Befragte seinen Standpunkt zum zentralen Vorhalt am besten darlegt (Regel des „**best argument**“).

Beim **nachträglichen Antexten von Interviewfragen** darf die ursprüngliche Fragestellung eventuell gestrafft, aber nicht verfälscht werden.

## 20. Rechte des Interviewpartners

Der Interviewte kann beim Recherchegespräch bzw. beim Drehen des Interviews verlangen, dass ihm **die verwendeten Zitate vorgelegt** werden. Das gilt sowohl für Aussagen, die in indirekter Rede im Off-Text wiedergegeben werden, als auch für Interviewausschnitte im On.

Der Interviewte hat **keinen Anspruch darauf, dass ihm der ganze Beitrag vorgespielt wird**. Eine Visionierung des ganzen Beitrags kann in Ausnahmefällen, z.B. bei einem sensiblen Porträt, als vertrauensbildende Massnahme zugesichert werden. Bei kontroversen Themen ist unbedingt davon abzusehen, nicht zuletzt aus Praktikabilitätsgründen (Zeit!) und um keine Präjudizien zu schaffen. Auch soll vermieden werden, dass Interviewte Druck auf andere Personen, die im Beitrag vorkommen, ausüben können.

**Das Vorlegen der verwendeten Interviewteile kann schriftlich oder telefonisch erfolgen.** Am einfachsten ist es, die Ausschnitte dem Interviewten vom Schnittplatz aus am Telefon vorzuspielen. Das ist viel einfacher als ein Ortstermin (möglicherweise mit Anwälten!) im Schneiderraum. Auch eine schriftliche Benachrichtigung ist möglich (Fax oder E-Mail); diese Methode hat aber den Nachteil, dass man möglicherweise lange auf das Okay warten muss.

Inhaltliche Korrekturwünsche des Interviewten sollen berücksichtigt werden, wenn der Interviewpartner zum Beispiel wünscht, dass er eine andere Aussage unbedingt im Beitrag haben will oder wenn es darum geht, Versprecher, Missverständnisse etc. zu vermeiden. Auch klare Irrtümer (der Interviewte nennt im Quote eine falsche Zahl) sollen korrigiert werden.

Kommt eine Einigung über die zu verwendenden Interviewteile nicht zustande, können Interviewte unter Umständen das Interview zurückziehen. Sie müssen aber dulden, dass der Kern ihrer Aussage verwendet wird.

Allerdings gilt auch: Wer ein Interview vor der Kamera gibt, macht einen Schritt an die Öffentlichkeit. Deshalb können gegebene Interviews – entgegen einer weit verbreiteten Meinung – nicht einfach generell zurückgezogen werden. Das gilt insbesondere für Interviews mit mediengewandten Personen: Politiker, Amtsinhaber, Manager, Firmeninhaber, Prominente und andere Persönlichkeiten des

öffentlichen Lebens. Bei ihnen ist das Recht auf einen Rückzug des Interviews eingeschränkt, insbesondere wenn das Interview ordnungsgemäss vereinbart worden ist (Thema, Sendung, Interviewtermin). Eine solche Abmachung ist wie ein Vertrag; sie kann nicht einfach rückgängig gemacht werden. Spontaninterviews (zum Beispiel ein emotionaler Wutausbruch beim Verlassen eines Sitzungszimmers oder unbedachte Beschimpfungen) hingegen können auch medien-gewandte Personen zurückziehen.

Anders ist es bei „Normalbürgern“. Sie können das Interview unter Berufung auf das Recht am eigenen Bild zurückziehen. Nicht zurückziehen können sie den **Informationsgehalt des Gesprächs**. Notfalls kann die Aussage 1:1 nachvertont oder in indirekter Rede zitiert (zum Beispiel auf einem Standbild) gleichwohl verwendet werden. Es sind Fristen einzuhalten; ein Interviewrückzug kurz vor der geplanten Sendung ist missbräuchlich und muss nicht befolgt werden.

Wenn zwischen Aufzeichnung und Ausstrahlung Kontroversen um die Verwendung von Interviewteilen entstehen, ist der Redaktionsleiter und wenn nötig der Chefredaktor bzw. der zuständige Abteilungsleiter und der Rechtskonsulent beizuziehen.

## **21. Situationsgerechte Aussenauftritte**

SF-Journalisten werden beim Drehen und andern Aussenauftritten als Botschafter des öffentlichen Fernsehens der Schweiz wahrgenommen. Das verlangt, dass Reporterinnen und Reporter situationsgerecht gekleidet sind – was bedeutet, dass ihre Kleidung etwa so formal zu sein hat wie der Anlass oder wie die Kleidung des Gesprächspartners. Für Kamerateams gelten diese Regeln sinngemäss, auch wenn hier aus beruflich-praktischen Gründen die Toleranz grösser ist.

Unsere Auftritte nach aussen werden auch durch den Schriftverkehr geprägt. Intern mögen Mails in radikaler Kleinschreibung oder in Mundart allenfalls angehen. Schreiben an Aussenstehende müssen dagegen allen Anforderungen des korrekten Schriftverkehrs Genüge tun: Gross- und Kleinschreibung, korrekter Betreff, richtige Anrede, saubere Funktionsbezeichnung, Absender inklusive Telefonnummer.

## 22. Basics des Nachrichtenjournalismus

Beim Texten insbesondere von Nachrichten halten sich SF-Journalisten an die Basics des Nachrichtenjournalismus. **Jede** Nachricht beantwortet die 5 W (**Wer? Was? Wie? Wann? Wo?**). Nicht: „Die Koalitionstruppen haben Mossul eingenommen“, sondern: „Ein Pentagon-Sprecher hat vor einer Stunde erklärt, die Koalitionstruppen hätten Mossul eingenommen“. Falsch ist auch: „Der israelische Ministerpräsident Sharon will Siedlungen auf der Westbank abbrechen lassen.“ Wie wollen wir wissen, was Sharon will? Nur er selbst weiss es. Gesichert ist nur, was er über seine Absicht gesagt hat. Richtig wäre deshalb: „Der israelische Ministerpräsident Sharon hat vor der Knesset erklärt, er wolle Siedlungen auf der Westbank abbrechen lassen.“ Eine **korrekte Verwendung von Indikativ und Konjunktiv** hilft, Gesichertes von Behauptetem zu unterscheiden.

Soweit es Sendeplatz und Zeit erlauben, interessieren auch die andern W: **Warum? Und wie weiter?**

Zum professionellen Nachrichtenjournalismus gehört auch, dass in Informationssendungen über die Schweiz in der dritten Person gesprochen wird, nie in der ersten. SF ist nicht Mitgliedsorgan des Vereins Schweiz oder so ähnlich, sondern berichtet mit kritischer Distanz über Vorgänge in diesem Land. Also nicht: „Unsere Schutzwälder sind in Gefahr“, „unsere Beziehungen zur Türkei“, „unsere Armee“ usw. Informationssendungen verzichten auch auf chauvinistisch-populistische Formulierungen wie „unser Wimbledon-Sieger“ oder „unser Nationaltrainer“. In Sendungen der Abteilung 'Sport' gilt diese Regel nicht; dort ist eine Dosis Chauvinismus zulässig, solange sie nicht distanzlos und peinlich anmutet.

## 23. Transparenz

Das Gebot der **Quellentransparenz** gilt insbesondere auch für Bilder.

**EVN- und Agenturmaterial** werden nicht extra gekennzeichnet. Eine spezielle Erwähnung ist dort sinnvoll, wo die Quelle ein Teil der Nachricht oder der Story ist (zum Beispiel spezielle Irak-Bilder von Al Jazeera).

**Inszenierungen** im Alltagsrahmen und ohne Einfluss auf die inhaltliche Beurteilung sind unbedenklich und müssen nicht deklariert werden. Fernsehen ist immer ein Stück weit Inszenierung: Die Szene mit dem Interviewpartner, der für die Einführungssequenz vor seinem Quote den Raum betritt, sich ans Pult setzt und in Akten blättert, ist immer inszeniert; das Publikum weiss das.

**Inhaltlich relevante Inszenierungen** werden hingegen durch einen entsprechenden Einblender links oben kenntlich gemacht: „nachgestellte Verfolgungsjagd“, „gestellte Szene“ etc. Eine Inszenierung darf keine wesentlichen Elemente des Sachverhalts verfälschen.

**Archivmaterial** ist ebenfalls mit den vorgegebenen Einblendern zu bezeichnen. Bei Bildern vom Vortag genügt der Einblender „gestern“. Weiter zurückliegende Bilder sind wenn möglich mit dem genauen Datum, mindestens aber mit "Archiv SF" zu bezeichnen. Nicht angeschrieben werden müssen reine Symbolbilder, die nicht ein Ereignis wiedergeben (z.B. Heliflug über das Bundeshaus, Huckepack-Zug auf der Gotthardrampe).

Material, das SF von Zuschauern zur Verfügung gestellt wird, wird ebenfalls deklariert („**SF Augenzeuge: Hanna Muster**“ oder „**Zuschauervideo**“).

VJ-Sequenzen von SF-Journalisten werden nicht speziell gezeichnet.

**Politiker** (Parlament und Exekutive) sind im Einblender mit Amt, Partei und geografischer Herkunft zu bezeichnen. **Richter** können genannt werden, wenn sich die Namensnennung aufgrund der Verhandlungsführung oder des Urteils aufdrängt. Ihre Parteizugehörigkeit wird erwähnt, wenn die Weltanschauung im Verfahren bedeutsam war (z.B. welche Bundesrichter haben den Entscheid gefällt, dass Einbürgerungen an der Urne der Bundesverfassung widersprechen? Welcher Partei gehören sie an?).

In den Namenseinblendern werden akademische Titel grundsätzlich nicht erwähnt, hingegen ist eine Erwähnung in der Funktionszeile möglich. Also nicht „Prof. Dr. Peter Muster, Universität Zürich“, sondern „Peter Muster, Professor für Dermatologie“.

## 24. Symbolbilder

Bei der Verwendung von Symbolbildern muss jedes Mal geprüft werden, ob diese wirklich nur Symbolcharakter haben oder ob sie – zumindest für einen Teil des Publikums – auch eine (nicht beabsichtigte) konkrete Aussage beinhalten. Beispiel: Ein Beitrag über sexuelle Verfehlungen von Lehrern wird mit einer Bildmontage aus dem Archiv mit Aussenansichten von Schulhäusern illustriert, und im Text wird gesagt, dass hinter diesen Fassaden Lehrer üble Verfehlungen begangen hätten. Die Auswahl der Schulhäuser stützt sich auf Zeitungsartikel über Vorwürfe gegen Lehrer. Die Bewohner des Dorfes X oder Y werden das eigene Dorfschulhaus erkennen. Für sie transportiert das Symbolbild eine konkrete Aussage. In diesem Fall müssen wir sicher sein, dass in jedem Schulhaus, dessen Fassade wir zeigen, tatsächlich in jüngster Zeit ein Lehrer wegen sexuellen Verfehlungen rechtsgültig verurteilt worden ist.

## 25. Überprüfung von Zuschauerbildern

Wir fordern im Internet Zuschauerinnen und Zuschauer auf, uns Bilder oder Videos zu senden, die wir in unsern Sendungen verwenden können ([augenzeuge@sf.tv](mailto:augenzeuge@sf.tv)). Besonders bei grossflächigen Ereignissen wie Hochwasser hat sich das Programm „SF Augenzeuge“ schon bewährt. Wir wollen diese Form von „citizen journalism“ fördern und entwickeln. Sie verlangt aber auch eine erhöhte Sorgfaltspflicht. Bei zugesandten oder elektronisch übermittelten Zuschauerbildern muss die Quelle respektive der Absender der Bilder wenn möglich in einer persönlichen Kontaktaufnahme überprüft werden. Die Deklaration als Zuschauerbild (vgl. Abschnitt 23 Transparenz) enthebt uns nicht der journalistischen Sorgfaltspflichten. Soweit möglich ist auch der gezeigte Sachverhalt zu überprüfen (Beispiel: ein von vielen Zeitungen abgedrucktes Zuschauerfoto, das Madonna in den Ferien in Lech am Arlberg zeigte, erwies sich nachträglich als plumpe Fotomontage). Ist die Überprüfung innert nützlicher Frist nicht möglich (z.B. bei Handy-Bildern zu Breaking News), gilt neben der Plausibilitätsabklärung eine zusätzlich erhöhte Pflicht zur Transparenz („... diese Zuschaueraufnahmen wurden mit einem Kamerahandy aufgenommen und zeigen angeblich die Bombenleger...“.)

Zuschauerbilder werden in der Regel finanziell nicht entschädigt. Auf ausdrückliches Verlangen kann in besonderen Fällen eine Vergütung

ausgerichtet werden. Diese richtet sich nach den branchenüblichen Ansätzen (vgl. Abschnitt 7, kein Scheckbuch-Journalismus).

## 26. Anonyme Beiträge in Online-Foren und Blogs

Online-Foren und Blogs müssen in sinnvollem zeitlichen Rhythmus überwacht werden. Forumsbeiträge, die das Forum missbrauchen oder die ehrverletzend, verleumderisch, rassistisch oder sonst wie anstossend sein können, werden umgehend entfernt. Anonyme Meinungsäußerungen sind zulässig, solange sie sich an Sitte und Anstand halten.

## 27. Zusicherung von Anonymität

Sollten Quellen auf Anonymität bestehen, so gewährleisten Journalisten von SF diese,

- wenn ein öffentliches Interesse am Thema besteht,
- der Wunsch begründet ist,
- die Qualität der Aussage überprüfbar ist (zweite Quelle!)
- und wenn die von einer anonymen Aussage betroffene oder angeschuldigte Person Gelegenheit hat, sich angemessen zu äussern.

Anonyme Aussagen vor der Kamera sollen mit dem Redaktionsleiter abgesprochen sein. Gerade in politischen und gesellschaftlichen Kontroversen sind Transparenz und Offenheit anzustreben; Maskierungen und Stimmverfälschungen sind verpönt.

Allerdings kann es in besonderen Fällen auch sinnvoll sein, eine Person aus Gründen des Selbstschutzes zu anonymisieren, selbst wenn diese von sich aus offen auftreten würde.

Zugesicherte Anonymität muss unter allen Umständen gewährleistet werden.

Bei **anonymen Testimonials in Beiträgen von Dritten** überzeugen sich die Sendeverantwortlichen im Rahmen der Möglichkeiten von der Authentizität der Aussagen.

**Vermummte Auftritte** von Akteuren („Chaoten“, „Schwarzer Block“, Polizisten etc.), die politische Aussagen machen und / oder

unbewilligte Demonstrationen o.ä. ankündigen, müssen vom Chefredaktor bewilligt werden. SF verbreitet keine Aufrufe zu Sachbeschädigungen oder andern kriminellen Handlungen. Ebenfalls vom Chefredaktor bewilligt werden müssen Auftritte von Personen, die von sich aus verumumt auftreten und deren Identität die Redaktion nicht kennt.

## 28. Redaktionsgeheimnis, Zeugnisverweigerung

Journalisten von SF wahren das **Redaktionsgeheimnis**. Sie gewähren **Informantenschutz** und geben die Quellen vertraulicher Informationen auch gegenüber den Strafverfolgungsbehörden nicht preis. Das Strafrecht geht nicht automatisch vor. Bei behördlichen Ersuchen ist der Redaktionsleiter zu informieren. Dieser zieht den Chefredaktor und den Rechtskonsultanten bei. Bei schwerwiegenden Verbrechen gegen Leib und Leben (wenn z.B. Journalisten Kontakt mit Kidnappern hatten) ist eine Güterabwägung vorzunehmen.

Heikles Rohmaterial (zum Beispiel von Ausschreitungen an Demonstrationen oder von Interviews mit Personen, die in einem Strafverfahren Beschuldigte sind) darf nicht an die Untersuchungsbehörden abgegeben werden, auch auf Verlangen nicht. Solche Aufnahmen sind entsprechend an einem sicheren Ort aufzubewahren. Auch hier ist bei schwerwiegenden Verbrechen gegen Leib und Leben eine Güterabwägung unter Einbezug des Chefredaktors vorzunehmen.

## 29. Sperrfristen

Sperrfristen können gerechtfertigt sein, wo sie der Informationsgeber **im Interesse aller Journalisten** und der Medienqualität verhängt (Beispiel: Ein umfangreicher Bericht wird unter Embargo drei Tage vor einer Pressekonferenz abgegeben, um den Medien Zeit zu geben, ihn zu lesen; das verbessert die Qualität der Berichterstattung).

Sachlich nicht gerechtfertigt sind Sperrfristen, welche nur dazu dienen, bestimmte Medien gegenüber anderen zu bevorzugen. Hält ein Redaktionsleiter von SF eine Sperrfrist für unberechtigt, teilt er dies dem Informationsgeber rechtzeitig mit, damit dieser auch die andern Medien benachrichtigen kann. Im Zweifelsfall konsultiert er vor Bruch des Embargos den Vorgesetzten bzw. den Chefredaktor.

### 30. Recht am eigenen Bild

Journalisten von SF respektieren beim Drehen den Persönlichkeitschutz. Wer **fokussiert und bildfüllend** fotografiert oder gefilmt werden soll, muss dazu seine Einwilligung geben. In der Praxis reicht die Bereitschaft, ein Interview zu geben, als Einwilligung. Wichtig: Schon die Aufnahme, nicht erst die Ausstrahlung, kann Persönlichkeitsrechte verletzen.

Personen, die sich offenkundig **freiwillig in der Öffentlichkeit** exponieren (z.B. Demonstrationsteilnehmer, Akteure einer Medienkonferenz) und Personen, die nebenbei und zufällig auf ein Bildsujet geraten (Passanten vor dem neuerbauten Kunsthaus) müssen sich eine Filmaufnahme ohne Rücksprache **gefallen lassen**.

Wer an Orten dreht, die der Öffentlichkeit nicht ohne Weiteres zugänglich sind, und dabei Personen so filmt, dass sie erkennbar sind, muss deren Einverständnis haben. Je nachdem reicht es, wenn jemand nicht abwinkt, sobald er eine SF-**Mikrofonmanschette** oder **eine mit SF beschriftete Kamera** sieht. Auch VJ-Kameras sind entsprechend zu beschriften. In heiklen Fällen (zum Beispiel in einem Swinger-Club) ist das ausdrückliche Einverständnis nötig.

**Amtsträger, Prominente und Personen in den Schlagzeilen** dürfen abgebildet werden, solange die Aufnahmen mit dem Grund ihrer Bekanntheit zusammenhängen. Je mehr "Personality Stories" sie veranlassen oder zulassen, desto mehr unwillkommene Zugriffe haben sie hinzunehmen. Auch sie haben jedoch das Recht auf eine **Intimsphäre** (Sexualität, Religion, Gesundheit).

Aufnahmen mit **Kindern oder Urteilsunfähigen**, an privaten Trauerfeiern, in Gottesdiensten, **Schockbilder** an Unfall- oder Katastrophenstellen greifen in die Privatsphäre ein. Besteht ein öffentliches Interesse, sind Einzelheiten mit Betroffenen, Angehörigen oder Verantwortlichen vorher abzusprechen.

### 31. Recht am eigenen Wort: Keine Telefonmitschnitte

Telefongespräche mit Dritten dürfen nur mit deren Zustimmung aufgenommen werden (Gesetzesbestimmung Art. 179 ter StGB in Revision). Das bedeutet insbesondere, dass nicht autorisierte Gesprächsmitschnitte vor Gericht als Beweismittel nicht zulässig sind.

Deshalb muss am Anfang eines Gesprächs eine entsprechende Einwilligung eingeholt werden. Wenn das nicht möglich ist, besteht eine taugliche Möglichkeit darin, ausführlich Notizen zu machen oder einen Kollegen als Zeugen beizuziehen, der über Lautsprecher mithört.

Je umstrittener die Fakten, desto mehr Beweise müssen vorliegen. In wichtigen Fällen sollen die Gespräche schriftlich zusammengefasst und dem Betroffenen zugestellt werden. Das gilt namentlich für Aussagen aus dem Telefongespräch, die im Beitrag zusammengefasst werden. Auch wenn wichtige Akteure ein Interview verweigern, ist es nützlich, dies schriftlich zu bestätigen.

### **32. Spontane Konfrontation („Journalistischer Überfall“)**

Spontane Interviews (beim Verlassen eines Konferenzsaals, nach der Ankunft eines Sportlers im Ziel) sind insbesondere bei Personen zulässig, die Routine im Umgang mit Medien haben.

Eine Konfrontation mit laufender Kamera kann aus aktueller Lage oder als "Wiedererwägungsgesuch" nach abgelehntem Interviewwunsch zulässig sein. Die "überfallene" Person kann darauf bestehen, dass erste emotionale Reaktionen weggeschnitten werden. (Beispiel: umstrittener Bezirksanwalt wird auf dem Parkplatz „gestellt“, rastet kurz aus, beantwortet aber nachher die Fragen). „Klinkenputzen“ – Läuten an der Wohnungstür mit laufender Kamera – ist wegen des Rechts auf Antwortverweigerung problematisch und muss in jedem Fall vorgängig mit dem Vorgesetzten abgesprochen werden. Dabei muss auch das Risiko, einen Hausfriedensbruch zu begehen, abgewogen werden.

### **33. Verdeckte Recherchen und Drehen mit versteckter Kamera**

SF-Journalisten geben ihren Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern gegenüber ihre **Identität** bekannt. „Tarnung“ des Berufs verstösst **gegen das Lauterkeits- und Transparenzgebot**, ist aber ausnahmsweise zulässig, wenn das Thema von hohem öffentlichen Interesse ist und die Information

anders nicht erhältlich ist. Beispiel: Günter Wallraffs verdeckte Recherche bei der „Bild“-Zeitung 1977; sie wurde nachträglich auch vom deutschen Bundesverfassungsgericht gedeckt.

Geplante verdeckte Recherchen müssen vom Vorgesetzten bewilligt werden.

**Nicht nötig ist die Selbstdeklaration** bei allgemein zugänglichen Informationen (zum Beispiel bei der Bewertung eines ausgeschriebenem Reiseangebots oder eines Restaurants, Besichtigung einer Ausstellung usw.).

Das Drehen mit versteckter Kamera im Privatbereich ist gemäss Artikel 179 bis StGB grundsätzlich verboten. Grundsätzlich stellen wir uns auf den Standpunkt, dass die Missachtung des Verbots straffrei sein kann, wenn ein überwiegendes öffentliches Interesse an der Veröffentlichung eines Sachverhalts besteht, der nur mit einer versteckten Fernsehaufnahme belegt werden kann. (Das entspricht auch der Rechtssprechung des Schweizerischen Presserats, der das Drehen mit versteckter Kamera unter diesen Bedingungen als Form von verdeckter Recherche ausdrücklich als zulässig erklärt). **Allerdings ist der Einsatz von versteckten Kameras in Informations-sendungen zur Zeit grundsätzlich untersagt.** Dies aufgrund der gegenwärtigen Rechtssprechung. Die SRG hat einen Fall nach Strassburg weitergezogen; nach Vorliegen dieses Grundsatzurteils wird die Situation neu beurteilt.

Versteckte Bild- und Tonaufnahmen in eingekauften Beiträgen, die in einem Land gedreht wurden, in denen die verdeckte Recherche legal ist, können unter Umständen verwendet werden. **In jedem Fall ist vor der Publikation eine Zustimmung des Chefredaktors einzuholen.**

Für Aufnahmen mit versteckter Kamera im Unterhaltungsbereich („candid camera“) gelten separate Regeln.

Auch blosse Tonaufnahmen von nicht öffentlichen Gesprächen sind gemäss Art 179 ter StGB ohne Einwilligung aller Beteiligten verboten. Ein nicht autorisierter Tonbandmitschnitt eines Recherche-Telefongesprächs ist also nicht erlaubt und könnte im Streitfall auch kaum als Beweismittel eingesetzt werden. Entweder holen wir zu Beginn des Gesprächs das Einverständnis ein, oder wir behelfen uns mit Notizen.

Allenfalls kann ein Bürokollege zum Mitschreiben und als Zeuge beigezogen werden.

### **34. Nennung von Markennamen**

Bei der **Nennung von Markennamen**, die immer häufiger in Sportwettbewerben, an Veranstaltungsorten, aber auch an Kulturveranstaltungen auftauchen, sind wir so zurückhaltend wie möglich und verzichten auf die Nennung der Werbezusätze (also z.B. Super League, statt Axpo Super League, Bern Arena oder Eisstadion Allmend statt Postfinance-Arena). Die Trennlinie zu ziehen ist nicht immer einfach und Ausnahmen sind möglich, insbesondere bei Veranstaltungen mit einem Namenszusatz, die eine lange Tradition haben oder bei denen man ohne Zusatz nicht weiss, wovon die Rede ist (z.B. Louis-Vuitton-Cup oder AVO Sessions).

Wenn möglich vermeiden wir es auch, Interviews vor extra aufgestellten Wänden mit den Logos der Veranstaltungssponsoren zu machen.

Bei Interviews mit Firmenvertretern ist es hingegen zulässig, sie zwecks Situierung mit sichtbarem Firmenlogo im Hintergrund zu befragen (zum Beispiel vor dem Firmenhauptsitz).

### **35. Meinungsumfragen**

Bei der Veröffentlichung von **politischen Meinungsumfragen** hält sich SF an die Regeln der Branchenvereinigung Swiss Interview. Diese schreiben unter anderem vor:

- Die Ausgangsstichprobe muss mindestens 1000 Stimmberechtigte umfassen.
- In den letzten zehn Tagen vor dem offiziellen Abstimmungstermin dürfen keine neuen Umfrageergebnisse mehr veröffentlicht werden. Nach gängiger Interpretation dieser Regel ist der Mittwoch der Woche vor dem Abstimmungswochenende der letztmögliche Publikationstermin.

Im Rahmen der Berichterstattung müssen **erwähnt** werden:

- das Umfrageinstitut
- der Auftraggeber
- der Befragungszeitraum

- die Durchführungsart (persönlich oder telefonisch)
- die Zahl der Befragten
- der Kernwortlaut der Fragen
- die Fehlermarge bei den einzelnen Aussagen.

Diese Informationen können in der Moderation, im Text des Beitrags oder als reine Textinformation in den Grafiken vermittelt werden.

Meinungsumfragen sollen generell als "Momentaufnahmen" präsentiert werden, nicht als Prognosen. In der Berichterstattung soll erwähnt werden, wenn zum Beispiel die Fehlermarge einer Umfrage mehrere Ergebnisse eines Urnengangs zulässt. Ebenfalls ist zu erwähnen, wenn sich seit der Umfrage Ereignisse abgespielt haben, die die Meinungsbildung beeinflussen könnten.

Eigene Umfragen gibt SF nur **bei renommierten Umfrageinstituten** in Auftrag. Eine Zusammenarbeit (Kostenteilung) mit andern Medien (SRG SSR oder Print) ist möglich. In diesem Fall kann eine einfache, gegenseitige Namensnennung vereinbart werden.

Bei Themen, zu denen die SRG SSR **eigene Umfragen** realisiert (z.B. Wahlbarometer vor eidgenössischen Wahlen, Umfragewellen vor wichtigen Abstimmungen) verzichtet SF in der Regel darauf, in den Newssendungen über Umfragen von andern Auftraggebern zu berichten.

TED-Umfragen sind zu unterhaltenden Themen möglich („Würden Sie Arnold Schwarzenegger Ihre Stimmen geben?“). Im Bereich der politischen Willensbildung sind sie nicht zulässig. TED- und SMS-Umfragen in Informationssendungen müssen vom Chefredaktor bewilligt werden. Bei der Auftragserteilung sind allfällige Zusammenarbeitsvereinbarungen von SF mit TED-Firmen einzuhalten. Im Online-Bereich sind interaktive Votings ohne besonderes Prozedere möglich.

## 36. Anrede

Die Schweiz ist ein republikanisches Land. Die Adelstitel sind abgeschafft, und wir sind auch zurückhaltend bei der Verwendung von akademischen Titeln oder anderen Veredelungen des Namens einer Person.

Im journalistischen Alltag bedeutet das, dass selbst ein Bundesrat in der Regel in der ersten Begrüssung als "Herr Bundesrat" (oder auch „Im Studio begrüsse ich Bundesrat Joseph Deiss“) angesprochen werden soll, anschliessend sprechen wir ihn mit seinem bürgerlichen Namen an.

Auch bei kirchlichen Würdenträgern gilt die gleiche Regel. Zum Beispiel wird ein Bischof zuerst mit "Bischof Ivo Fürer" eingeführt, später kann er auch einfach mit "Ivo Fürer" angesprochen oder im Text erwähnt werden. Eine Ausnahme ist der Papst, welcher in der Regel mit dem von ihm gewählten Namen bezeichnet wird (Papst Benedikt XVI., nicht Papst Ratzinger oder Joseph Ratzinger.).

Bei ausländischen Staatsoberhäuptern und Würdenträgern machen wir uns über die jeweiligen Gepflogenheiten kundig und halten uns daran.

Die Du- bzw. die Höflichkeitsform wird situationsgerecht eingesetzt. Einen Geschäftsmann in einem Porträt zu duzen, wirkt anbiedernd und ist deplaziert, auch wenn Reporter und Porträtierten längst Duzis sind.

SF-Mitarbeitende, die als Gast in einer Magazinsendung interviewt werden, können geduzt werden. In Newssendungen hingegen wirkt das Du kumpelhaft und wird deshalb vermieden. Im Zweifelsfall wird die Höflichkeitsform verwendet.

## **37. Unschuldsvermutung**

Während Strafuntersuchungen und Prozessen ist die **Unschuldsvermutung** (Art. 32 BV) zu respektieren – bis zum Vorliegen eines rechtskräftigen, nicht ordentlich weiterziehbaren Urteils.

**Für Beschuldigte, die nicht rechtskräftig verurteilt sind, gilt grundsätzlich die Unschuldsvermutung.** Täter sind also mutmassliche Täter, es liegt Betrugsverdacht und nicht Betrug vor usw. Bei Beschuldigten ist der Hinweis wichtig, dass der Betroffene als unschuldig gilt, bis ein Gericht entschieden hat. Bei Verurteilten, die an die nächste Instanz appellieren, ist die Information „verurteilt in erster Instanz“ von Bedeutung.

Die Redaktionen von SF legen Wert auf eine korrekte Terminologie gemäss strafprozessualen Grundsätzen. Während der Strafuntersuchung heisst es also „der Verdächtige“ oder „der Beschuldigte“, nach Vorliegen der Anklageschrift „der Angeklagte“ – und nicht der „Mörder“ oder der „Betrüger“. Wenn jemand „festgenommen“ worden ist, ist er noch lange nicht verhaftet; von einer Verhaftung kann man erst nach Erlass eines Haftbefehls sprechen. Jemand ist **angezeigt** (eine Strafanzeige besagt an sich wenig, weil jedermann die Polizei anrufen kann), **angeklagt** (nach strafrechtlicher Anklageerhebung durch die zuständige Behörde), ist **eingeklagt** (x hat gegen y eine Zivilklage eingereicht). Falls der „Verdächtige“ bzw. der „Beschuldigte“ den Vorwurf bestreitet, muss dies angemerkt werden. Auch beim Strafvollzug sind die Begriffe „Haft“, „Gefängnis“ und „Zuchthaus“ korrekt einzusetzen.

Dieses Gebot der sprachlichen Korrektheit gilt nicht nur für den Off-Text eines Beitrags, sondern auch für die Schlagzeilen und die Moderation.

### **38. Namensnennung und Abbildung von mutmasslichen Straftätern**

SF ist bei der **Namensnennung, Abbildung oder sonstigen Identifizierung von Verdächtigen, Angeklagten oder Personen, denen sonst wie ein verwerfliches Verhalten vorgeworfen wird etc. zurückhaltend** und respektiert den Persönlichkeitsschutz. Es ist **keine** journalistische Leistung, den Namen eines Lehrers oder Pfarrers zu publizieren, der in einem Dorf wegen des Verdachts auf Kindesmissbrauch verhaftet worden ist. Ebenso grosse Zurückhaltung ist bei der Publikation seines Bildes geboten, insbesondere dann, wenn der Verdächtige sich gegen Aufnahmen sträubt.

Mutmassliche oder verurteilte Straftäter sind grundsätzlich so zu identifizieren, dass höchstens der allerengste Kreis der Bezugspersonen (Kernfamilie, Nachbarn) erkennen kann, wer gemeint ist. Angaben von Adressen oder Aufnahmen seines Hauses, die eine Identifizierung ermöglichen, sind – nicht zuletzt aus Rücksicht auf Angehörige – ebenfalls verpönt.

Bei Verwendung von **Initialen** werden in der Regel unverfängliche Buchstaben oder Pseudonyme verwendet. Achtung vor eindeutigen Initialen (wenn es in einem Dorf nur einen Arnold F. gibt)!

**Filmaufnahmen vor dem Gerichts- oder Polizeigebäude** sind im Bildmedium Fernsehen möglich. Allerdings müssen die Gesichter der Angeklagten und Opfer in der Regel abgedeckt werden. Achtung vor Sequenzen mit mehreren abgebildeten Personen! Der Zuschauer nimmt eventuell an, die unverfremdete Person, die zufälligerweise im Bild ist, sei der Angeschuldigte.

Im Gerichtssaal sind **Gerichtszeichnungen** ein klassisches Mittel, um dem Bildnotstand zu begegnen; meist herrscht bekanntlich Drehverbot während der Verhandlungen. Gerichtszeichnungen sind bei SF grundsätzlich möglich. Der Auftrag an den Zeichner soll allerdings nicht lauten, auf anatomische Genauigkeit und Erkennbarkeit zu zeichnen. Vielmehr soll er eine Stimmung wiedergeben und die Personen typenähnlich zeichnen. Wägt man freilich Aufwand und Ertrag ab, empfiehlt sich meist ein Verzicht auf das Stilmittel der Gerichtszeichnung.

Ausnahmen vom Verzicht auf Namensnennung oder sonstige Identifizierung sind möglich. Zum Beispiel

- bei **überwiegendem öffentlichem Interesse** (in der Regel, wenn die Polizei im Rahmen der **Fahndung** den Namen eines Gesuchten nennt);
- bei **Personen des Zeitgeschehens** (Politiker, Amtsträger und andere Prominente, deren Name und Bild allgemein bekannt sind, sofern das Delikt mit der Prominenz zu tun hat). Je prominenter eine Person ist, desto eher kann ihr Name genannt werden;
- wenn der Name bereits **allgemein bekannt** ist oder als Chiffre für den Fall gilt (zum Beispiel der Fall Osterwalder). Vorsicht! Die Nennung durch einzelne Zeitungen schafft noch nicht allgemeine Bekanntheit; eine Nennung in unseren Sendungen hat eine viel nachhaltigere Wirkung. SF geht bei der Namensnennung nicht voran;
- wenn der Verdächtige **weiter delinquierte** oder die Namensnennung eine warnende Wirkung haben soll (Beispiel: Haftpflichtprozess gegen einen Quacksalber, der weiterhin Kunden akquiriert);

- in der Regel, wenn der Betroffene mit der Publizität **einverstanden** ist (indem er Interviews gibt oder in die Kamera lacht). Achtung, Vorsicht: Allenfalls müssen wir Betroffene vor sich selbst schützen!;
- wenn die Story **nur mit Namensnennung Sinn** macht (wenn zum Beispiel der Präsident der Verkehrsofopfer-Vereinigung bei FiaZ erwischt wird).

Bei der Nachbearbeitung von lange zurückliegenden Ereignissen ist (nicht zuletzt im Interesse der Resozialisierung) das Recht auf Vergessen sorgfältig abzuwägen.

Jeder Fall ist individuell zu beurteilen. Die vorstehenden Grundsätze ermöglichen eine erste, grobe Beurteilung des Einzelfalles. In allen Zweifelsfällen konsultiert der Redaktionsleiter den Rechtskonsulenten und den Chefredaktor.

### **39. Rassistische Äusserungen und Antirassismus-Strafnorm**

SF berichtet auch über Politiker oder Skinheads, die rassistische Parolen verbreiten. Solche Akteure können im Originalton zitiert werden, auch wenn dadurch ihre **rassistischen und möglicherweise strafbaren Aussagen** eine zusätzliche Verbreitung erhalten. Die Moderation und die Einbettung im Beitrag sorgen dafür, dass die rassistischen Aussagen keine Propagandawirkung entfalten. Auch Aussagen von politischen Gegnern, Geschädigten oder Untersuchungsbehörden geben Gegensteuer.

Bei der Kriminalberichterstattung ist die ethnische und nationale Zuordnung von Tätern oder Verdächtigen heikel. **Wenn Nationalitäten wegen ihres Informationswerts genannt werden, dann umfassend** (heisst: Gleichbehandlung von Schweizern). Rassistische Stereotype vermeiden („Balkan-Typ“, „maghrebinisches Aussehen“).

**Latenter Rassismus** in Diskussionssendungen oder in Zuschauergefässen bricht dann auf, wenn negative Eigenschaften einer Volks- oder Rassengruppe fest zugeordnet werden („Ich mag Juden wegen ihrer Art nicht“). In einem solchen Fall soll die Moderationsperson

sofort reagieren, indem sie den biologischen Rassenbegriff zurückweist oder bei Livesendungen eine Gegenmeinung provoziert.

## E. Abnahme

### 40. Abnahme und Gegenlesen

Jede SF-Redaktion organisiert sich so, dass **alle redaktionellen Produktionen (Beitragstexte, Moderationen, Vorbereitung von Livegesprächen) abgenommen werden**, bei tagesaktuellen Newssendungen durch den Produzenten, bei Magazinsendungen durch den Produzenten und den Redaktionsleiter. Die Person, die einen Beitrag abnimmt, übernimmt Mitverantwortung für erkennbare Fehler und Normverstöße. Es steht einer Person, die eine Abnahme macht, jederzeit frei, bei Unsicherheiten den nächsten Vorgesetzten beizuziehen. Damit übernimmt dieser grundsätzlich die Verantwortung. In wichtigen Fällen ist der Beizug Pflicht.

### 41. Verkürzung in Moderationen, Schlagzeilen, Trailern

Beiträge sind meist sorgfältig und differenziert getextet; häufig ist das Wording sogar mit den Betroffenen oder mit dem Rechtskonsulten abgesprochen. Es ist darauf zu achten, dass beim **knackigen Verknappen** der Aussagen in Moderation, Schlagzeilen, Trailern oder Presseankündigungen keine verfälschenden Kürzungen oder gar Fehler passieren.

## F. Rechte der Autoren

### 42. Primeurs

Die Journalisten von SF betreiben ein **aktives Newsgetting**. Sie versuchen, in laufenden Ereignissen die Nachrichten-Führerschaft zu erlangen – dies einerseits durch Recherche, andererseits durch Aussagen, die Akteure von laufenden Kontroversen in Sendungen

machen. SF soll häufig in anderen Medien zitiert werden.

Umgekehrt respektieren Journalisten von SF **Primeurs von Kollegen** aus andern Medien und erwähnen sie entsprechend („wie der 'Obertoggenburger' in seiner heutigen Ausgabe berichtet“). Dieses Gebot gilt nur für echte Primeurs und nur, wenn der SF-Bericht die Story nicht wesentlich weiterentwickeln kann.

Dieser Grundsatz gilt auch unter den Redaktionen im eigenen Haus: Bei Primeurs ist die Quelle zu nennen („wie der 'Kassensturz' berichtete“).

### **43. Redaktionelle Änderung von Beiträgen**

Redaktionen von SF können Berichte ihrer Mitarbeiter kürzen, ergänzen, umschneiden oder umformulieren. Sofern es die Umstände (Zeit!) erlauben, ist der Autor über die Änderung zu informieren. Dabei ist insbesondere darauf zu achten, dass sich bei den Änderungen keine sachlichen Fehler einschleichen. Auch dürfen bei Kürzungen keine Abmachungen mit Gesprächspartnern verletzt werden, und das Gebot des „best argument“ muss eingehalten sein.

Ist der Autor mit einer Änderung nicht einverstanden, kann er verlangen, dass sein Name aus Byline und Abspann entfernt wird. Im Konfliktfall liegt der Entscheid beim zuständigen Ausgabeleiter (Produzent) oder bei dessen Vorgesetzten.

## **G. Reklamationen, Berichtigung, Gegendarstellung, Publikationsverbot**

### **44. Reklamationen**

**Der Umgang mit Reklamationen** trägt entscheidend zum Aussenbild von SF bei. Jedes Redaktionssekretariat führt eine Reklamationskontrolle und sorgt dafür, dass alle Reklamationen beantwortet werden.

SF-Journalisten beantworten Reklamationen, die an sie **persönlich** adressiert sind, selber. Für Reklamationen, die einzelne Berichte oder Eigenheiten der **Sendung** beanstanden, ist der Redaktionsleiter verantwortlich. Bei grundsätzlichen Fragen antwortet der Chefredaktor.

Musterbriefe sind zulässig. Beschimpfungen können summarisch beantwortet werden, anonyme E-Mails (Pseudonym als Absender) müssen nicht beantwortet werden.

Reklamationen, die Beanstandungscharakter haben, werden direkt beantwortet. Dabei muss auf die Möglichkeit hingewiesen werden, mit einer Beanstandung an den Ombudsmann zu gelangen. Irrtümlich an die Redaktion adressierte Beanstandungen können direkt an den Ombudsmann geleitet werden.

## **45. Berichtigung und Entschuldigung**

Stellen Journalisten oder Redaktionen **sachliche Fehler** in ausgestrahlten Sendungen oder auf andern Vektoren fest, berichtigen sie diese in angemessener Form. Die klare und unmissverständliche **Korrektur schadet der Glaubwürdigkeit nicht**, im Gegenteil. Fehler unterlaufen allen; es geht darum, möglichst wenige zu machen. Glaubwürdig sind diejenigen, welche offen dazu stehen und korrigieren, was korrigiert werden muss. Eine rasche Korrektur ist auch wichtig, um eine Weiterverbreitung der Fehlleistung in nachfolgenden Sendungen oder via Archiv zu vermeiden.

Fehler der nachfolgend dargestellten Kategorien „Irrtümer“ und „Richtigstellungen“ werden so schnell wie möglich **in der Rubrik KORREKT** im Newsportal der Tagesschau korrigiert. Das gilt für alle Fehler in Sendungen der Abteilung Information. Der Text soll kurz und sachlich sein; unterschrieben wird er vom zuständigen Redaktionsleiter.

Für Fehlerkorrekturen on air gelten die folgenden Regeln:

**Stellen wir einen Fehler während der laufenden Sendung fest, korrigieren wir diesen nach Verifizierung noch während der Sendung.**

Blosse **Irrtümer**, also sachliche Fehler, die für das Renommé der Betroffenen ohne jede Tragweite sind, müssen nach Ablauf der Sendung nicht mehr korrigiert werden (zum Beispiel falsche Schreibweise eines Namens, eine falsche Parteibezeichnung etc.).

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

Eine **Entschuldigung** durch den Redaktionsleiter oder in gravierenden Fällen durch den Chefredaktor am Bildschirm ist (als absolute Ausnahme) dann geboten, wenn legitime Gefühle von Zuschauern verletzt worden sind oder wenn durch Falschinformationen das Renommé einer Person / Organisation erheblich geschädigt worden ist.

Veröffentlicht die **Unabhängige Beschwerdeinstanz UBI** eine Rüge an die Adresse von SF oder spricht ein Gericht eine Verurteilung aus, so berichtet die verantwortliche Redaktion darüber. In der Regel genügt eine **knappe** Berichterstattung.

## 46. Gegendarstellungen

**Gegendarstellungen** korrigieren – anders als Berichtigungen – nicht die sachliche Unrichtigkeit eines Berichts. Das Gesetz verlangt sie bloss, um eine abträgliche Tatsachenbehauptung durch eine **Gegenbehauptung des Betroffenen** zu ergänzen (Art. 28 g ZGB). Offen bleibt, wer Recht hat. Ihr Platz ist in der Regel in der Abmoderation einer Sendung.

Gegendarstellungsgesuche, die gegen SF eingereicht werden, sind häufig gar nicht zulässig oder gehen über die vom Gesetz vorgesehene Tatsachendarstellung hinaus. Darum sind sie ohne Verzug über die Linie dem **Rechtskonsulenten** zu unterbreiten.

Die meisten Gegendarstellungen können vermieden werden, wenn die kritisierten Parteien im Beitrag genügend zu Wort kommen.

## 47. Publikationsverbote

Wer glaubhaft macht, dass die bevorstehende Ausstrahlung eines Berichts seine Persönlichkeit verletzt und ihm einen "besonders schweren Nachteil" zufügt, kann die Ausstrahlung vom Richter verbieten lassen – bei zeitlicher Dringlichkeit sogar ohne Anhörung der Redaktion (Art. 28 c, d ZGB) und im letzten Moment (**super-provisorische Verfügung**).

Es lohnt sich, den **Rechtskonsulenten** und den Chefredaktor bei drohendem Verbot **vorab** beizuziehen, denn medienrechtlich unerfahrene Richter übersehen oft die im Gesetz formulierten Schranken zum Schutz der Medien. Gelegentlich wird der Rechtskonsulent den fraglichen Richter schon im Voraus informieren, um eine böse Überraschung vor Beginn der Ausstrahlung zu vermeiden.

Hat ein Gericht eine superprovisorische Verfügung gegen die Ausstrahlung eines Beitrags ausgesprochen, **muss diese eingehalten werden**. Eine vorsätzliche Missachtung des Verbots kann nur in Extremfällen in Betracht gezogen werden. Sie muss in jedem Fall vom Chefredaktor genehmigt werden.

## 48. Aufbewahrung von Materialien

Artikel 20 des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) verlangt, dass wir Sendungsaufzeichnungen „sowie die einschlägigen Materialien und Unterlagen“ während „mindestens vier Monaten“ aufbewahren. Die Sendungsaufzeichnung ist zentral organisiert. Was mit den „einschlägigen Materialien“ alles gemeint ist, ist hingegen nicht ganz klar. Wir legen das aus praktischen Gründen so aus:

Rohmaterial und Rechercheunterlagen **zu allen Beiträgen** soll während mindestens eines Monats (nach Ausstrahlung) aufbewahrt werden. Das heisst: Die Originalbänder oder die Professional Discs dürfen nicht nach dem Dreh zum Löschen gegeben werden, sondern werden aufbewahrt, ebenso weitere Rechercheunterlagen. Nach diesem Monat weiss man in der Regel, ob während der gesetzlichen 20-Tage-Frist eine Beanstandung an den Ombudsmann oder ein Begehren auf Gegendarstellung eingereicht worden ist oder ob der Beitrag sonst bestritten wird. Diese 30-Tage-Regel bezieht sich explizit auch auf Beiträge zu nicht konfliktträchtigen Themen, da die

Erfahrung zeigt, dass häufig auch zu scheinbar harmlosen Beiträgen Beanstandungen eingereicht werden. **Rohmaterial und Unterlagen zu Beiträgen, die kontrovers sind oder bestritten werden könnten**, müssen **unbedingt** und im eigenen Interesse länger aufbewahrt werden. Wer ein Verfahren vor dem Presserat anstrebt, hat dafür sechs Monate Zeit; wer zivilrechtlich gegen SF klagen will, kann sich zwölf Monate Zeit nehmen.

Wird tatsächlich ein Verfahren eingeleitet (Ombudsmann, UBI, Presserat, Bakom-Aufsichtsverfahren; Strafrecht, Zivilrecht), müssen sämtliche Unterlagen bis zum Ende des Verfahrens aufbewahrt werden.

Wurde ein Beitrag auf einer Kamera mit einem Solid-state-Speichermedium gedreht, muss das Rohmaterial auf einen geeigneten Träger ausgespielt und gesichert werden. Der Journalist ist dafür verantwortlich, dass dieser Sicherungsvorgang erfolgt.

## Anhang

*In diesem Anhang werden die wichtigsten Rechtsgrundlagen, welche die journalistische Arbeit im Rahmen der SRG SSR idée suisse bestimmen, wiedergegeben. Im Handbuch Medienrecht für die Praxis (Peter Studer und Rudolf Mayr von Baldegg, 3. Auflage, Zürich 2006) sind alle Bestimmungen aus schweizerischen Gesetzen zitiert, die im journalistischen Alltag wichtig sein können (z. B. Ehrverletzung, Verleumdung, üble Nachrede, Persönlichkeitsschutz, Gegendarstellungsrecht, Verbot der Rassendiskriminierung, unlauterer Wettbewerb, Zeugnisverweigerungsrecht, Hausfriedensbruch etc.).*

### **Anhang 1: Radio- und Fernsehartikel Bundesverfassung**

*Die Grundlage für die Radio- und Fernsehgesetzgebung bildet Artikel 93 der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999.*

#### **Art. 93 – Radio und Fernsehen**

<sup>1</sup> Die Gesetzgebung über Radio und Fernsehen sowie über andere Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen ist Sache des Bundes.

<sup>2</sup> Radio und Fernsehen tragen zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung bei. Sie berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone. Sie stellen die Ereignisse sachgerecht dar und bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck.

<sup>3</sup> Die Unabhängigkeit von Radio und Fernsehen sowie die Autonomie in der Programmgestaltung sind gewährleistet.

<sup>4</sup> Auf die Stellung und die Aufgabe anderer Medien, vor allem der Presse, ist Rücksicht zu nehmen.

<sup>5</sup> Programmbeschwerden können einer unabhängigen Beschwerdeinstanz vorgelegt werden.

### **Anhang 2: Inhaltliche Vorschriften im RTVG**

*Das Bundesgesetz für Radio und Fernsehen (RTVG), das am 24. März 2006 von beiden Räten verabschiedet und per 1. April 2007 in Kraft gesetzt worden ist, formuliert zahlreiche inhaltlichen Anforderungen an Radio- und Fernsehprogramme und insbesondere auch an die SRG.*

*Auszüge aus dem neuen RTVG:*

#### **Art. 4 – Mindestanforderungen an den Programminhalt**

<sup>1</sup> Alle Sendungen eines Radio- oder Fernsehprogramms müssen die Grundrechte beachten. Die Sendungen haben insbesondere die Menschenwürde zu achten, dürfen

weder diskriminierend sein noch zu Rassenhass beitragen noch die öffentliche Sittlichkeit gefährden noch Gewalt verherrlichen oder verharmlosen.

2 Redaktionelle Sendungen mit Informationsgehalt müssen Tatsachen und Ereignisse sachgerecht darstellen, so dass sich das Publikum eine eigene Meinung bilden kann. Ansichten und Kommentare müssen als solche erkennbar sein.

3 Die Sendungen dürfen die innere oder äussere Sicherheit des Bundes oder der Kantone, ihre verfassungsmässige Ordnung oder die Wahrnehmung völkerrechtlicher Verpflichtungen der Schweiz nicht gefährden.

4 Konzessionierte Programme müssen in der Gesamtheit ihrer redaktionellen Sendungen die Vielfalt der Ereignisse und Ansichten angemessen zum Ausdruck bringen. Wird ein Versorgungsgebiet durch eine hinreichende Anzahl Programme abgedeckt, so kann die Konzessionsbehörde einen oder mehrere Veranstalter in der Konzession vom Vielfaltsgebot entbinden.

#### **Art. 5 – Jugendgefährdende Sendungen**

Programmveranstalter haben durch die Wahl der Sendezeit oder sonstige Massnahmen dafür zu sorgen, dass Minderjährige nicht mit Sendungen konfrontiert werden, welche ihre körperliche, geistig-seelische, sittliche oder soziale Entwicklung gefährden.

#### **Art. 6 – Unabhängigkeit und Autonomie**

1 Soweit das Bundesrecht nichts anderes bestimmt, sind die Programmveranstalter nicht an die Weisungen von eidgenössischen, kantonalen oder kommunalen Behörden gebunden.

2 Sie sind in der Gestaltung, namentlich in der Wahl der Themen, der inhaltlichen Bearbeitung und der Darstellung ihrer Programme frei und tragen dafür die Verantwortung.

3 Niemand kann von einem Programmveranstalter die Verbreitung bestimmter Darbietungen und Informationen verlangen.

#### **Art. 24 – Programmauftrag der SRG**

1 Die SRG erfüllt den verfassungsrechtlichen Auftrag im Bereich von Radio und Fernsehen (Programmauftrag). Insbesondere:

a. versorgt sie die gesamte Bevölkerung inhaltlich umfassend mit gleichwertigen Radio- und Fernsehprogrammen in den drei Amtssprachen; b. fördert sie das Verständnis, den Zusammenhalt und den Austausch unter den Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen und gesellschaftlichen Gruppierungen und berücksichtigt sie die Eigenheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone; c. fördert sie die engere Verbindung zwischen den Auslandschweizerinnen und Auslandschweizern und der Heimat sowie die Präsenz der Schweiz und das Verständnis für deren Anliegen im Ausland.

2 Für die rätoromanische Schweiz veranstaltet die SRG mindestens ein Radioprogramm. Im Übrigen legt der Bundesrat die Grundsätze fest, nach denen die Radio- und Fernsehbedürfnisse dieser Sprachregion zusätzlich berücksichtigt werden müssen.

3 Der Bundesrat legt die Grundsätze fest, nach denen die Bedürfnisse der Menschen mit Sinnesbehinderungen berücksichtigt werden müssen. Er bestimmt insbesondere, in welchem Ausmass Spezialsendungen in Gebärdensprache für gehörlose Menschen angeboten werden müssen.

4 Die SRG trägt bei zur:

a. freien Meinungsbildung des Publikums durch umfassende, vielfältige und sachgerechte Information insbesondere über politische, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge; b. kulturellen Entfaltung und zur Stärkung der kulturellen Werte des Landes sowie zur Förderung der schweizerischen Kultur unter besonderer Berücksichtigung der Schweizer Literatur sowie des Schweizer Musik- und Filmschaffens, namentlich durch die Ausstrahlung von Schweizer Produktionen und eigenproduzierten Sendungen; c. Bildung des Publikums, namentlich durch die regelmässige Ausstrahlung von Sendungen mit bildenden Inhalten; d. Unterhaltung.

5 In wichtigen, über die Sprach- und Landesgrenze hinaus interessierenden Informationssendungen ist in der Regel die Standardsprache zu verwenden.

### **Art. 25 – Konzession**

1 Der Bundesrat erteilt der SRG eine Konzession.

2 Vor der Konzessionserteilung oder vor Konzessionsänderungen mit medienpolitischer Tragweite wird eine Anhörung durchgeführt.

3 Die Konzession bestimmt namentlich:

a. die Anzahl und die Art der Radio- und Fernsehprogramme; b. den Umfang des übrigen publizistischen Angebots, das zur Erfüllung des Programmauftrags auf sprachregionaler, nationaler und internationaler Ebene notwendig ist und aus den Empfangsgebühren finanziert wird; c. die Einzelheiten der Berücksichtigung der Schweizer Literatur sowie schweizerischen Musik- und Filmschaffens nach Artikel 24 Absatz 4 Buchstabe b; sie kann entsprechende Mindestanteile vorschreiben.

4 Die SRG kann einzelne Programme in Zusammenarbeit mit anderen Veranstaltern anbieten. Die Zusammenarbeit wird in Verträgen geregelt, die der Zustimmung des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (Departement) bedürfen.

5 Das Departement kann einzelne Bestimmungen der Konzession vor Ablauf ihrer Dauer ändern, wenn die tatsächlichen oder rechtlichen Verhältnisse sich geändert haben und die Änderung zur Wahrung wichtiger Interessen notwendig ist. Der SRG wird eine angemessene Entschädigung ausgerichtet.

6 Das Departement kann die Konzession der SRG einschränken oder teilweise suspendieren, wenn: a. die Aufsichtsbehörde nach Artikel 89 einen Antrag gestellt hat; b. die SRG ihre Pflichten zu Finanzhaushalt und Rechnungslegung (Art. 35 und 36) wiederholt oder schwer verletzt hat.

### **Art. 31 – Organisation der SRG**

1 Die SRG organisiert sich so, dass:

a. ihre Autonomie und Unabhängigkeit vom Staat und von einzelnen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Gruppierungen gewährleistet sind; b. sie wirtschaftlich geführt wird und die Empfangsgebühren ihrem Zweck entsprechend verwendet werden; c. die Anliegen der Sprachregionen berücksichtigt werden und eine nationale Leitung und Koordination sichergestellt ist; d. das Publikum in der Organisation vertreten ist; e. die redaktionelle Tätigkeit von den wirtschaftlichen Aktivitäten getrennt ist; f. sie nach aktienrechtlichen Prinzipien geleitet, überwacht und kontrolliert werden kann.

2 Ihre Statuten müssen durch das Departement genehmigt werden.

## **Anhang 3: Inhaltliche Vorschriften der SRG-Konzession**

*Auszug aus der neuen Konzession für die SRG SSR vom 28. November 2007*

### **Art. 2 – Programmauftrag**

1 Die SRG erfüllt ihren Programmauftrag in erster Linie durch die Gesamtheit ihrer Radio- und Fernsehprogramme; die Programmleistungen werden gleichwertig in allen Amtssprachen erbracht.

2 In ihren Programmen fördert sie das Verständnis, den Zusammenhalt und den Austausch unter den Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen, Religionen und den gesellschaftlichen Gruppierungen. Sie fördert die Integration der Ausländerinnen und Ausländer in der Schweiz, den Kontakt der Auslandschweizerinnen und -schweizer zur Heimat sowie im Ausland die Präsenz der Schweiz und das Verständnis für deren Anliegen. Sie berücksichtigt die Eigenheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone.

3 Innerhalb des vorgegebenen programmlichen und finanziellen Rahmens berücksichtigt die SRG die unterschiedlichen Anliegen und Interessen des Publikums.

4 Die SRG trägt bei zur:

- a) freien Meinungsbildung des Publikums durch umfassende, vielfältige und sachgerechte Information insbesondere über politische, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge;
- b) kulturellen Entfaltung und zur Stärkung der kulturellen Werte des Landes sowie zur Förderung der schweizerischen Kultur unter besonderer Berücksichtigung der Schweizer Literatur sowie des Schweizer Musik- und Filmschaffens, namentlich durch die Ausstrahlung von veranstalterunabhängigen Schweizer Produktionen und eigenproduzierten Sendungen;
- c) Bildung des Publikums, namentlich durch die regelmässige Ausstrahlung von Sendungen mit bildenden Inhalten;
- d) Unterhaltung.

5 In wichtigen, über die Sprach- und Landesgrenze hinaus interessierenden Informationssendungen ist in der Regel die Standardsprache zu verwenden.

6 Die SRG erbringt ihre Leistungen insbesondere durch:

- a) einen hohen Anteil an vielfältigen und innovativen Eigenproduktionen, die einen Beitrag zur schweizerischen Identität leisten;
- b) eine enge Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen;
- c) die Vergabe eines angemessenen Anteils von Aufträgen an die veranstalterunabhängige schweizerische audiovisuelle Industrie;
- d) die Ausstrahlung von schweizerischen und europäischen Werken, die von veranstalterunabhängigen Produzentinnen oder Produzenten hergestellt worden sind;
- e) eine enge Zusammenarbeit mit der schweizerischen Musikbranche;
- f) die angemessene Berücksichtigung der schweizerischen Literatur und literarischer Ereignisse;
- g) einen angemessenen Anteil an Sendungen für hör- und sehbehinderte Menschen.

### **Art. 3 – Programmqualität**

1 Das Programmschaffen der SRG hat hohen qualitativen und ethischen Anforderungen zu genügen. Die einzelnen Programmbereiche orientieren sich am Programmauftrag und

zeichnen sich durch Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und journalistische Professionalität aus. Die SRG stellt die Unverwechselbarkeit ihrer Programme sicher und unterscheidet sich damit von kommerziell ausgerichteten Veranstaltern.

2 Die SRG strebt eine hohe Akzeptanz bei den verschiedenen Zielpublika an. Sie bemisst die Akzeptanz nicht in erster Linie in Marktanteilen.

3 Sie definiert zur Umsetzung der Vorgaben nach Absatz 1 und 2 inhaltliche und formale Qualitätsstandards. Sie veröffentlicht diese Standards, führt regelmässige interne Qualitätskontrollen durch und informiert die Öffentlichkeit über deren Ergebnisse.

#### **Art. 13 – Online-Angebote**

1 Die Online-Angebote umfassen:

- a) programmbezogene, multimedial aufbereitete Beiträge, die zeitlich und thematisch einen direkten Bezug zu Sendungen aufweisen;
- b) Hintergrund- und Kontextinformationen, die als Basis von Sendungen gedient haben;
- c) Informationen zu Basiswissen mit Bezug zu bildenden Sendungen, sofern sie zur besseren oder zweckmässigeren Erfüllung des Leistungsauftrages dienen.
- d) an Sendungen gekoppelte Publikumsforen und Spiele ohne eigenständige Bedeutung.

2 Links zu Online-Angeboten Dritter werden ausschliesslich nach redaktionellen Kriterien vorgenommen und dürfen nicht kommerzialisiert werden.

3 Im Online-Angebot ist Eigenwerbung erlaubt, sofern sie überwiegend der Publikumsbindung dient. Die Nennung von publizistischen Partnerinnen oder Partnern bei Koproduktionen gilt nicht als Sponsoring. Eigenständige Angebote nach Absatz 1 Buchstabe c, die mit nicht gewinnorientierten Dritten hergestellt werden, können gesponsert werden und Werbung enthalten; die Werbe- und Sponsoringbestimmungen des RTVG und der RTVV gelten sinngemäss.

## **Anhang 4: Erklärung zu den Pflichten und Rechten von Journalisten**

Die SRG SSR ist 2008 der Trägerschaft des schweizerischen Presserats beigetreten. Damit erhält die Erklärung zu den Rechten und Pflichten von Journalisten („Journalistenkodex“) für die tägliche Arbeit einen höheren Stellenwert. Wir bringen deshalb in dieser Ausgabe 3.0 der publizistischen Leitlinien erstmals neben dem Journalistenkodex auch die Richtlinien des Presserats, die die einzelnen Bestimmungen des Journalistenkodex erklären und ergänzen. Diese Richtlinien des Presserats wurden seit der erstmaligen Publikation 1999 mehrmals überarbeitet, zuletzt am 1. 7.2008.

### **Richtlinien zur Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten**

#### **Ziff.1 der „Erklärung der Pflichten “**

***Sie halten sich an die Wahrheit ohne Rücksicht auf die sich daraus für sie ergebenden Folgen und lassen sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.***

## Richtlinie 1.1 Wahrheitssuche

Die Wahrheitssuche stellt den Ausgangspunkt der Informationstätigkeit dar. Sie setzt die Beachtung verfügbarer und zugänglicher Daten, die Achtung der Integrität von Dokumenten (Text, Ton und Bild), die Überprüfung und die allfällige Berichtigung voraus. Diese Aspekte werden nachfolgend unter den Ziffern 3, 4 und 5 der „Erklärung der Pflichten“ behandelt.

### **Ziff.2 der „Erklärung der Pflichten**

**Sie verteidigen die Freiheit der Information, die sich daraus ergebenden Rechte, die Freiheit des Kommentars und der Kritik sowie die Unabhängigkeit und das Ansehen ihres Berufes.**

## Richtlinie 2.1 Informationsfreiheit

Die Informationsfreiheit ist die wichtigste Voraussetzung der Wahrheitssuche. Es obliegt allen Journalistinnen und Journalisten, dieses Grundprinzip allgemein und individuell zu verteidigen. Der Schutz dieser Freiheit wird durch die Ziffern 6, 9, 10 und 11 der „Erklärung der Pflichten“ und durch die „Erklärung der Rechte“ gewährleistet.

## Richtlinie 2.2 Meinungspluralismus

Der Meinungspluralismus trägt zur Verteidigung der Informationsfreiheit bei. Er ist notwendig, wenn sich ein Medium in einer Monopolsituation befindet.

## Richtlinie 2.3 Trennung von Fakten und Kommentar

Journalistinnen und Journalisten achten darauf, dass das Publikum zwischen Fakten und kommentierenden, kritisierenden Einschätzungen unterscheiden kann.

## Richtlinie 2.4 Öffentliche Funktionen

Die Ausübung des Berufs der Journalistin, des Journalisten ist grundsätzlich nicht mit der Ausübung einer öffentlichen Funktion vereinbar. Wird eine politische Tätigkeit aufgrund besonderer Umstände ausnahmsweise wahrgenommen, ist auf eine strikte Trennung der Funktionen zu achten. Zudem muss die politische Funktion dem Publikum zur Kenntnis gebracht werden. Interessenkonflikte schaden dem Ansehen der Medien und der Würde des Berufs. Dieselben Regeln gelten auch für private Tätigkeiten, die sich mit der Informationstätigkeit überschneiden könnten.

## Richtlinie 2.5 Exklusivverträge

Exklusivverträge mit Trägerinnen und Trägern von Informationen dürfen nicht Vorgänge oder Ereignisse zum Gegenstand haben, die für die Information der Öffentlichkeit und die Meinungsbildung von erheblicher Bedeutung sind. Wenn solche Verträge ein Informationsmonopol etablieren, indem sie andere Medien vom Zugang zu Informationen ausschliessen, beeinträchtigen sie die Pressefreiheit.

### **Ziff.3 der „Erklärung der Pflichten“**

**Sie veröffentlichen nur Informationen, Dokumente, Bilder und Töne deren Quellen ihnen bekannt sind. Sie unterschlagen keine wichtigen Elemente von Informationen und entstellen weder Tatsachen, Dokumente, Bilder und Töne noch von anderen geäußerte Meinungen. Sie bezeichnen unbestätigte Meldungen, Bild- und Tonmontagen ausdrücklich als solche.**

#### Richtlinie 3.1 Quellenbearbeitung

Ausgangspunkt der journalistischen Sorgfaltspflichten bildet die Überprüfung der Quelle einer Information und ihrer Glaubwürdigkeit. Eine genaue Bezeichnung der Quelle eines Beitrags liegt im Interesse des Publikums, sie ist vorbehaltlich eines überwiegenden Interesses an der Geheimhaltung einer Quelle unerlässlich, wenn dies zum Verständnis der Information wichtig ist.

#### Richtlinie 3.2 Medienmitteilungen

Medienmitteilungen von Behörden, Parteien, Verbänden, Unternehmen oder anderer Interessengruppen sind als solche zu kennzeichnen.

#### Richtlinie 3.3 Archivadokumente

Archivadokumente sind ausdrücklich als solche zu kennzeichnen, allenfalls mit Angabe des Datums der Erstveröffentlichung.

#### Richtlinie 3.4 Illustrationen

Bilder oder Filmsequenzen mit Illustrationsfunktion, die ein Thema, Personen oder einen Kontext ins Bild rücken, die keinen direkten Zusammenhang mit dem Textinhalt haben (Symbolbilder), sollen als solche erkennbar sein. Sie sind klar von Bildern mit Dokumentations- und Informationsgehalt unterscheidbar zu machen, die zum Gegenstand der Berichterstattung einen direkten Bezug herstellen.

#### Richtlinie 3.5 Fiktive Sequenzen

Fiktive Sequenzen und gestellte Bilder, die in Fernsehberichten und Reportagen von Schauspielerinnen bzw. Schauspielern stellvertretend für die von einer Berichterstattung betroffenen realen Personen gespielt werden, sind klar als solche zu kennzeichnen.

#### Richtlinie 3.6 Montagen

Foto- und Videomontagen sind gerechtfertigt, soweit sie dazu dienen, einen Sachverhalt zu erklären, eine Mutmassung zu illustrieren, kritische Distanz zu wahren, oder wenn sie einen satirischen Angriff enthalten. Sie sind in jedem Fall deutlich als solche zu kennzeichnen, damit für das Publikum keine Verwechslungsgefahr besteht.

#### Richtlinie 3.7 Meinungsumfragen

Bei der Veröffentlichung von Meinungsumfragen sollten die Medien dem Publikum immer alle Informationen zugänglich machen, die für das Verständnis der Umfrage nützlich sind: Mindestens die Zahl der befragten Personen, Repräsentativität, mögliche Fehlerquote,

Erhebungsgebiet, Zeitraum der Befragung, Auftraggeberin / Auftraggeber. Aus dem Text sollten auch die konkreten Fragen inhaltlich korrekt hervorgehen.

#### Richtlinie 3.8 Anhörung bei schweren Vorwürfen

Aus dem Fairnessprinzip und dem ethischen Gebot der Anhörung beider Seiten («Audiatur et altera pars») leitet sich die Pflicht der Journalistinnen und Journalisten ab, Betroffene vor der Publikation schwerer Vorwürfe anzuhören. Deren Stellungnahme ist im gleichen Medienbericht kurz und fair wiederzugeben. Ausnahmsweise kann auf die Anhörung verzichtet werden, wenn dies durch ein überwiegendes öffentliches Interesse gerechtfertigt ist.

Der von schweren Vorwürfen betroffenen Partei muss nicht derselbe Umfang im Bericht zugestanden werden wie der Kritik. Aber die Betroffenen sollen sich zu den schweren Vorwürfen äussern können.

#### **Ziff.4 der „Erklärung der Pflichten“**

**Sie bedienen sich bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten keiner unlauteren Methoden. Sie bearbeiten nicht oder lassen nicht Bilder bearbeiten zum Zweck der irreführenden Verfälschung des Originals. Sie begehen kein Plagiat.**

#### Richtlinie 4.1 Verschleierung des Berufs

Es ist unlauter, bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten, die zur Veröffentlichung vorgesehen sind, den Beruf als Journalistin / Journalist zu verschleiern.

#### Richtlinie 4.2 Verdeckte Recherchen

Verdeckte Recherchen sind ausnahmsweise zulässig, wenn ein überwiegendes öffentliches Interesse an den damit recherchierten Informationen besteht und wenn diese Informationen nicht auf andere Weise beschafft werden können. Sie sind weiter zulässig, wenn Ton- oder Bildaufnahmen Journalistinnen und Journalisten gefährden würden, immer ein überwiegendes öffentliches Interesse an diesen Aufnahmen vorausgesetzt. Besondere Beachtung ist der Wahrung des Persönlichkeitsschutzes von zufällig anwesenden Personen zu schenken. Journalistinnen und Journalisten dürfen den Rückgriff auf an sich unlautere Methoden auch in diesen Ausnahmefällen aus Gewissensgründen ablehnen.

#### Richtlinie 4.3 Bezahlung von Informantinnen / Informanten

Die Bezahlung von Informantinnen / Informanten, die nicht zum Berufsstand gehören, ist grundsätzlich nicht zulässig, da dadurch der Informationsfluss und der Inhalt der Information beeinträchtigt werden kann. Vorbehalten sind Fälle eines überwiegenden öffentlichen Interesses. Der Kauf von Informationen oder Bildern von Personen, die in ein Gerichtsverfahren verwickelt sind, ist untersagt. Vorbehalten ist die Rechtfertigung durch ein überwiegendes öffentliches Interesse, sofern die Information nicht auf andere Weise beschafft werden kann.

#### Richtlinie 4.4 Sperrfristen

Wenn eine Information oder ein Dokument mit einer gerechtfertigten Sperrfrist (Abgabe von Texten noch nicht gehaltener Reden; Beeinträchtigung wichtiger Interessen bei einer verfrühten Publikation usw.) an ein oder mehrere Medien übergeben wird, ist diese Sperrfrist zu respektieren. Sperrfristen dürfen nicht Werbezwecken dienen. Hält eine Redaktion eine Sperrfrist nicht für gerechtfertigt, hat sie die Quelle über ihre Absicht, umgehend an die Öffentlichkeit zu gehen, zu informieren, damit die Quelle die übrigen Medien benachrichtigen kann.

#### Richtlinie 4.5 Interview

Das journalistische Interview basiert auf einer Vereinbarung zwischen zwei Partnerinnen / Partnern, welche die dafür geltenden Regeln festlegen. Die Einhaltung dieser Regeln ist eine Frage der Fairness. Aus der Interview-Situation muss klar erkenntlich sein, dass die Publikation des Gesprächs beabsichtigt ist. Im Normalfall müssen Interviews autorisiert werden. Die interviewte Person darf jedoch keine grundsätzlichen Änderungen vornehmen, welche dem Gespräch eine andere Orientierung geben (Veränderungen des Sinnes, Streichung oder Hinzufügung von Fragen). In solchen Fällen haben Medienschaffende das Recht, auf eine Publikation zu verzichten oder den Vorgang transparent zu machen. Wenn beide Seiten mit einer Fassung einverstanden sind, kann hinterher nicht mehr auf frühere Fassungen zurückgegriffen werden. Äusserungen von Personen der Öffentlichkeit, welche in der Öffentlichkeit gemacht worden sind, sind auch ohne Rücksprache publizierbar.

#### Richtlinie 4.6 Plagiat

Wer ein Plagiat begeht, d.h. wer Informationen, Präzisierungen, Kommentare, Analysen und sämtliche anderen Informationsformen von einer Berufskollegin, einem Berufskollegen ohne Quellenangabe in identischer oder anlehrender Weise übernimmt, handelt unlauter gegenüber seinesgleichen.

#### **Ziff.5 der „Erklärung der Pflichten“**

**Sie berichtigen jede von ihnen veröffentlichte Meldung, deren materieller Inhalt sich ganz oder teilweise als falsch erweist.**

#### Richtlinie 5.1 Berichtigungspflicht

Die Berichtigungspflicht wird von den Medienschaffenden unverzüglich von sich aus wahrgenommen und ist Teil der Wahrheitssuche. Die materielle Unrichtigkeit betrifft die Fakten und nicht die sich auf erwiesene Fakten abstützenden Werturteile.

#### Richtlinie 5.2 Leserinnen- und Leserbriefe

Die berufsethischen Normen gelten auch für die Veröffentlichung von Leserinnen- und Leserbriefen. Der Meinungsfreiheit ist aber gerade auf der Leserbriefseite ein grösstmöglicher Freiraum zuzugestehen, weshalb die Leserbriefredaktion nur bei offensichtlichen Verletzungen der „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen“ einzugreifen hat. Leserinnen- und Leserbriefe sind vom Autor oder der Autorin zu zeichnen. Sie werden nur bei begründeten Ausnahmen anonym abgedruckt. Leserinnen- und Leserbriefe dürfen redigiert und dem Sinn entsprechend gekürzt

werden. Aus Transparenzgründen sollte die Leserinnen- und Leserbriefseite einen regelmässigen Hinweis enthalten, dass sich die Redaktion das Kürzungsrecht vorbehält. Von der Kürzung ausgenommen sind Fälle, in denen ein Leserinnen- und Leserbriefschreiber oder eine Leserinnen- und Leserbriefschreiberin auf den Abdruck des integralen Textes besteht. Dann ist entweder diesem Wunsch nachzugeben oder die Veröffentlichung abzulehnen.

#### **Ziff.6 der „Erklärung der Pflichten“**

**Sie wahren das Redaktionsgeheimnis und geben die Quellen vertraulicher Informationen nicht preis.**

##### Richtlinie 6.1 Redaktionsgeheimnis

Die Berufspflicht, das Redaktionsgeheimnis zu wahren, geht weiter als das gesetzliche Zeugnisverweigerungsrecht. Das Redaktionsgeheimnis schützt die Quellen der Journalistinnen und Journalisten (Notizen, Adressen, Ton- und Bildaufnahmen usw.). Es schützt Informantinnen und Informanten, sofern sie ihre Mitteilungen unter der Voraussetzung abgegeben haben, dass sie bei einer Publikation nicht identifizierbar gemacht werden dürfen.

##### Richtlinie 6.2 Ausnahmen des Quellenschutzes

Journalistinnen und Journalisten haben ungeachtet der gesetzlichen Ausnahmeregelungen des Zeugnisverweigerungsrechts in jedem Einzelfall eine Interessenabwägung zwischen dem Recht der Öffentlichkeit auf Information und anderen schützenswerten Interessen vorzunehmen. In Extremfällen können sich Journalistinnen und Journalisten von der abgegebenen Zusicherung der Vertraulichkeit entbunden fühlen. Dies gilt insbesondere dann, wenn sie Kenntnis von besonders schweren Verbrechen oder Drohungen erhalten, ebenso bei Angriffen auf die innere oder äussere Sicherheit des Staates.

#### **Ziff.7 der „Erklärung der Pflichten“**

**Sie respektieren die Privatsphäre der einzelnen Person, sofern das öffentliche Interesse nicht das Gegenteil verlangt. Sie unterlassen anonyme und sachlich nicht gerechtfertigte Anschuldigungen.**

##### Richtlinie 7.1 Schutz der Privatsphäre

Jede Person hat Anspruch auf den Schutz ihres Privatlebens. Journalistinnen und Journalisten dürfen niemanden ohne Einwilligung fotografieren und dementsprechend auch nicht ohne Wissen der Betroffenen mit einem Teleobjektiv aufnehmen. Die Belästigung (Eindringen ins Haus, Verfolgung, Aufklauern, telefonische Belästigung usw.) von Personen, die gebeten haben, in Ruhe gelassen zu werden, ist zu unterlassen. Diese Regeln gelten vorbehaltlich eines überwiegenden öffentlichen Interesses.

##### Richtlinie 7.2 Personen in Notsituationen

Besondere Zurückhaltung ist bei Personen geboten, die sich in einer Notsituation befinden oder unter dem Schock eines Ereignisses stehen sowie bei Trauernden. Dies gilt sowohl für die Betroffenen als auch ihre Familien und Angehörigen. Interviews in

Spitälern und ähnlichen Institutionen dürfen nur mit Einwilligung der Verantwortlichen realisiert werden.

#### Richtlinie 7.3 Personen des öffentlichen Lebens

Fotografien und Fernsehbilder von Personen des öffentlichen Lebens haben dem Umstand Rechnung zu tragen, dass auch diese Personen ein Recht auf eine Privatsphäre und auf ihr eigenes Bild haben. Journalistinnen und Journalisten können davon ausgehen, dass Prominente nicht daran interessiert sind, anders behandelt zu werden, als die Medienschaffenden selber an deren Stelle behandelt werden möchten.

#### Richtlinie 7.4 Kinder

Kinder bedürfen eines besonderen Schutzes; dies gilt auch für Kinder von Prominenten oder weiteren Personen, die Gegenstand des Medieninteresses sind. Besondere Zurückhaltung ist angezeigt bei der Berichterstattung im Zusammenhang mit Kindern (sei es als Opfer, mögliche TäterInnen oder als ZeugInnen) bei Gewaltverbrechen. Dies gilt vor allem bei Befragungen.

#### Richtlinie 7.5 Unschuldsvermutung

Bei der Gerichtsberichterstattung ist der Unschuldsvermutung Rechnung zu tragen. Nach einer eventuellen Verurteilung haben Journalistinnen und Journalisten auf die Familie und die Angehörigen der / des Verurteilten, wie auch auf die Resozialisierungschancen Rücksicht zu nehmen.

#### Richtlinie 7.6 Namensnennung

In Anwendung der vorgenannten Bestimmung veröffentlichen Journalistinnen und Journalisten grundsätzlich weder Namen noch andere Angaben, die eine Identifikation einer von einem Gerichtsverfahren betroffenen Person durch Dritte ermöglichen, die nicht zu Familie, sozialem oder beruflichem Umfeld gehören, also ausschliesslich durch die Medien informiert werden. Ausnahmen von dieser Grundregel sind zulässig:

- wenn dies durch ein überwiegendes öffentliches Interesse gerechtfertigt ist;
- wenn die betroffene Person mit einem politischen Amt oder einer staatlichen Funktion betraut ist und wenn sie beschuldigt wird, damit unvereinbare Handlungen begangen zu haben;
- wenn eine Person in der Öffentlichkeit allgemein bekannt ist; diese Ausnahme ist mit Zurückhaltung anzuwenden; zudem müssen die vorgeworfenen Handlungen im Zusammenhang mit der Bekanntheit stehen.
- wenn die betroffene Person ihren Namen im Zusammenhang mit dem Verfahren selber öffentlich macht oder ausdrücklich in die Veröffentlichung einwilligt;
- sowie wenn die Namensnennung notwendig ist, um eine für Dritte nachteilige Verwechslung zu vermeiden. Richtlinie 7.7 Nichteröffnung, Einstellung und Freispruch

Wenn eine Person in ein Gerichtsverfahren verwickelt ist, welches mit Nichteröffnung, Einstellung oder Freispruch erledigt wird, muss die Art und Weise der entsprechenden Berichterstattung in einem angemessenen Verhältnis zur ursprünglichen Präsentation des Falles stehen. Wenn der Name der betroffenen Person genannt wurde oder diese

sonstwie identifizierbar war, ist bei der Berichterstattung über den Gerichtsentscheid diesem Umstand angemessen Rechnung zu tragen.

#### Richtlinie 7.8 Sexualdelikte

Bei Sexualdelikten ist den Interessen der Opfer besondere Rechnung zu tragen. Es dürfen keine Begriffe verwendet werden, die eine Identifikation des Opfers ermöglichen. Sofern Minderjährige betroffen sind, ist bei der Verwendung des Begriff „Inzest“ besondere Vorsicht geboten.

#### Richtlinie 7.9. Suizid

Die Massenmedien üben bei Suizidfällen grösste Zurückhaltung. Ausnahmsweise darf über Suizide in folgenden Fällen berichtet werden:

- - wenn sie grosses öffentliches Aufsehen erregen;
- - wenn sich Personen des öffentlichen Lebens das Leben nehmen. Bei weniger bekannten Persönlichkeiten muss ihr Handeln zumindest in einem vermuteten öffentlichen Zusammenhang steht;
- - wenn der Verstorbene oder seine Angehörigen von sich aus an die Öffentlichkeit gelangt sind;
- - wenn sie im Zusammenhang mit einem von der Polizei gemeldeten Verbrechen stehen;
- - wenn sie Demonstrationscharakter haben und auf ein ungelöstes Problem aufmerksam machen wollen;
- - wenn dadurch eine öffentliche Diskussion ausgelöst wird;
- - wenn Gerüchte oder Anschuldigungen im Umlauf sind.

In allen Fällen hat sich die Berichterstattung auf die für das Verständnis notwendigen Angaben zu beschränken und darf keine intimen oder herabsetzenden Einzelheiten enthalten.

#### Richtlinie 7.10 Bilder von Kriegen, Konflikten und Prominenten

Bei Fotografien und Fernsehbildern von Kriegen und Konflikten, Terrorakten und Prominenten sind vor der Publikation oder Ausstrahlung die nachfolgenden Fragen sorgfältig zu prüfen:

- Was stellen die Fotografien oder die Bilder genau dar?
- Ist die im Bild dargestellte Szene geeignet, die abgebildete(n) Person(en), die Betrachterin, den Betrachter oder beide zu verletzen?
- Sofern das Bild einen historischen Moment dokumentiert: überwiegt nicht das Recht auf Totenruhe gegenüber dem Interesse der Öffentlichkeit an einer Publikation?
- Ist bei Archivbildern die Einwilligung für eine neuerliche Publikation gegeben worden? Befindet sich die abgebildete Person noch immer in der gleichen Situation?

#### **Ziff.8 der „Erklärung der Pflichten“**

**Sie respektieren die Menschenwürde und verzichten in ihrer Berichterstattung in Text, Bild und Ton auf diskriminierende Anspielungen, welche die ethnische oder nationale Zugehörigkeit, die Religion, das Geschlecht, die sexuelle Orientierung, Krankheiten sowie körperliche oder geistige Behinderung zum Gegenstand haben. Die Grenzen der Berichterstattung in Text, Bild und Ton über Kriege, terroristische Akte, Unglücksfälle und Katastrophen liegen dort, wo das Leid der Betroffenen und die Gefühle ihrer Angehörigen nicht respektiert werden.**

#### Richtlinie 8.1 Achtung der Menschenwürde

Die Informationstätigkeit hat sich an der Achtung der Menschenwürde zu orientieren. Sie ist ständig gegen das Recht der Öffentlichkeit auf Information abzuwägen. Dies gilt sowohl hinsichtlich der direkt betroffenen oder berührten Personen als auch gegenüber der gesamten Öffentlichkeit.

#### Richtlinie 8.2 Diskriminierungsverbot

Bei Berichten über Straftaten dürfen Angaben über ethnische Zugehörigkeit, Religion, sexuelle Orientierung, Krankheiten, körperliche oder geistige Behinderung gemacht werden, sofern sie für das Verständnis notwendig sind. Die Nennung der Nationalität darf keine Diskriminierung zur Folge haben: sofern sie nicht systematisch erwähnt (und also auch bei schweizerischen Staatsangehörigen angewendet wird), gelten die gleichen restriktiven Bedingungen wie für die übrigen in dieser Richtlinie genannten Angaben. Besondere Beachtung ist dem Umstand zu schenken, dass solche Angaben bestehende Vorurteile gegen Minderheiten verstärken können.

#### Richtlinie 8.3 Opferschutz

Autorinnen und Autoren von Berichten über dramatische Ereignisse oder Gewalt müssen immer sorgfältig zwischen dem Recht der Öffentlichkeit auf Information und den Interessen der Opfer und der Betroffenen abwägen. Journalistinnen und Journalisten sind sensationelle Darstellungen untersagt, welche Menschen zu blossen Objekten degradieren. Als sensationell gilt insbesondere die Darstellung von Sterbenden, Leidenden und Leichen, wenn die Darstellung in Text und Bild hinsichtlich detailgetreuer Beschreibung sowie Dauer und Grösse der Einstellungen die Grenze des durch das legitime Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit Gerechtfertigten übersteigt.

#### Richtlinie 8.4 Bilder über Kriege und Konflikte

Fotografien und Fernsehbilder über Kriege und Konflikte sollten darüber hinaus vor ihrer Publikation oder Ausstrahlung hinsichtlich folgender Fragen geprüft werden:

- Handelt es sich wirklich um ein einmaliges Dokument der Zeitgeschichte? – Sind die abgebildeten Personen als Individuen identifizierbar? – Würde ihre Menschenwürde durch eine Publikation verletzt?

#### Richtlinie 8.5 Bilder von Unglücksfällen, Katastrophen und Verbrechen

Fotografien und Fernsehbilder von Unglücksfällen, Katastrophen und Verbrechen müssen die Menschenwürde respektieren und darüber hinaus die Situation der Familie

und der Angehörigen der Betroffenen berücksichtigen. Dies gilt besonders im Bereich der lokalen und regionalen Information.

#### **Ziff.9 der „Erklärung der Pflichten“**

**Sie nehmen weder Vorteile noch Versprechungen an, die geeignet sind, ihre berufliche Unabhängigkeit und die Äusserung ihrer persönlichen Meinung einzuschränken.**

#### Richtlinie 9.1 Unabhängigkeit

Die Wahrung der Unabhängigkeit der Journalistinnen und Journalisten ist für die Verteidigung der Pressefreiheit unabdingbar. Die Wahrung der Unabhängigkeit erfordert ständige Wachsamkeit. Die Annahme von individuellen Einladungen und Geschenken ist zulässig, sofern diese das übliche Mass nicht übersteigen. Dies gilt sowohl für berufliche als auch für soziale Beziehungen. Die Recherche von Informationen und ihre Veröffentlichung darf durch die Annahme von Einladungen oder Geschenken niemals beeinflusst werden.

#### Richtlinie 9.2 Interessensbindungen

Die Wirtschafts- und Finanzberichterstattung ist der Gewährung verschiedenster Vergünstigungen und dem Zugang zu Insiderwissen besonders ausgesetzt. Journalistinnen und Journalisten dürfen Informationen, von denen sie vor deren Veröffentlichung Kenntnis erhalten, nicht zu ihrem Vorteil auswerten oder durch Dritte auswerten lassen. Sie dürfen nicht über Gesellschaften oder Wertpapiertitel schreiben, zu denen durch sie oder ihre Angehörigen Interessensbindungen bestehen, so dass ein Interessenkonflikt entstehen könnte. Sie dürfen keine vergünstigten Beteiligungen im Austausch gegen Medienberichte annehmen, selbst wenn es sich nicht um Gefälligkeitsberichte handelt.

#### **Ziff.10 der „Erklärung der Pflichten“**

**Sie vermeiden in ihrer beruflichen Tätigkeit als Journalistinnen und Journalisten jede Form von kommerzieller Werbung und akzeptieren keinerlei Bedingungen von seiten der Inserentinnen und Inserenten.**

#### Richtlinie 10.1 Trennung zwischen redaktionellem Teil und Werbung

Die deutliche Trennung zwischen redaktionellem Teil bzw. Programm und Werbung ist für die Glaubwürdigkeit der Medien unabdingbar. Inserate und Werbesendungen sind gestalterisch von redaktionellen Beiträgen klar abzuheben. Sofern sie nicht optisch / akustisch eindeutig als solche erkennbar sind, müssen sie explizit als «Anzeigen», «Werbung», «Werbereportagen», «Werbespots» oder durch andere dem Publikum geläufige vergleichbare Begriffe deklariert werden. Journalistinnen und Journalisten dürfen diese Abgrenzung nicht durch Einfügen von Schleichwerbung in der redaktionellen Berichterstattung unterlaufen.

#### Richtlinie 10.2 Sponsoring, Koppelung von redaktionellen Berichten und Werbung

Bei gesponserten Medienberichten sind der Name des Sponsors transparent zu machen und die freie Themenauswahl und -bearbeitung durch die Redaktion zu gewährleisten.

Redaktionelle Beiträge (z.B. «begleitende» redaktionelle Berichterstattungen), die als «Gegenleistung» zu Inseraten und Werbesendungen veröffentlicht werden, sind unzulässig.

#### Richtlinie 10.3 Lifestyle-Berichte; Nennung von Marken und Produkten

Die Freiheit der Redaktion bei der Auswahl der redaktionellen Themen in Bereichen wie «Lifestyle» oder «Ratgeber» ist zu gewährleisten. Die berufsethischen Regeln erfassen auch Berichte, die Konsumgüter und Dienstleistungen vorstellen.

Die unkritische oder hochlobende Präsentation von Konsumgegenständen, die häufiger als nötige Nennung von Produkte- oder Dienstleistungsmarken und die bloße Wiedergabe von Werbeslogans im redaktionellen Text gefährden die Glaubwürdigkeit des Mediums und der Journalistinnen und Journalisten.

#### Richtlinie 10.4 Public Relations

Journalistinnen und Journalisten redigieren keine interessen gebundenen Texte (Werbung und Public Relations), die ihre journalistische Unabhängigkeit beeinträchtigen. Heikel sind insbesondere Themen, die sie auch publizistisch bearbeiten. Sie berichten nicht anders als sonst über Anlässe, bei denen das eigene Medienhaus Sponsor / in oder «Medienpartner/in» ist.

#### Richtlinie 10.5 Inserateboykotte

Journalistinnen und Journalisten verteidigen die Informationsfreiheit bei tatsächlicher oder drohender Beeinträchtigung durch private Interessen, namentlich bei Inserateboykotten oder Boykottandrohungen. Drohungen oder Boykotte sind grundsätzlich öffentlich zu machen.

#### **Ziff. 11 der „Erklärung der Pflichten“**

**Sie nehmen journalistische Weisungen nur von den hierfür als verantwortlich bezeichneten Mitgliedern ihrer Redaktion entgegen, und akzeptieren sie nur dann, wenn diese zur Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten nicht im Gegensatz stehen.**

\* \* \* \* \*

#### **Buchstabe a der „Erklärung der Rechte“**

**Sie haben freien Zugang zu allen Informationsquellen und die Freiheit zur unbehinderten Ermittlung aller Tatsachen, die von öffentlichem Interesse sind; die Geheimhaltung öffentlicher oder privater Angelegenheiten kann dabei den Journalistinnen und Journalisten gegenüber nur in Ausnahmefällen und nur mit klarer Darlegung der Gründe geltend gemacht werden.**

#### Richtlinie a.1. Indiskretionen

Medien dürfen Informationen veröffentlichen, die ihnen durch Indiskretionen bekannt geworden sind, sofern bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind:

- die Informationsquelle muss dem Medium bekannt sein; – das Thema muss von öffentlicher Relevanz sein; – es muss gute Gründe dafür geben, dass die Information jetzt und nicht erst viel später publik werden soll; der Vorteil im publizistischen Wettbewerb genügt nicht als Rechtfertigung; – es muss erwiesen sein, dass das Thema oder Dokument dauerhaft als geheim klassifiziert oder als vertraulich deklariert wird und es nicht bloss einer kurze Sperrfrist von einigen Stunden oder Tagen unterliegt; – die Indiskretion durch die Informantin / den Informanten muss absichtlich und freiwillig erfolgt sein, die Information darf nicht durch unlautere Methoden (Bestechung, Erpressung, Wanzen, Einbruch oder Diebstahl) erworben worden sein; – die Veröffentlichung darf keine äusserst wichtigen Interessen wie z.B. schützenswerte Rechte, Geheimnisse usw. tangieren.

#### Richtlinie a.2 Privatunternehmen

Privatunternehmen sind Gegenstand der journalistischen Recherche, wenn sie aufgrund ihres wirtschaftlichen Gewichts und / oder ihrer gesellschaftlichen Bedeutung zu den wichtigen Akteuren einer Region gehören.

#### **Buchstabe b. der „Erklärung der Rechte“**

**Sie dürfen nicht veranlasst werden, beruflich etwas zu tun oder zu äussern, was den Berufsgrundsätzen oder ihrem Gewissen widerspricht. Aus dieser Haltung dürfen ihnen keinerlei Nachteile erwachsen.**

#### **Buchstabe c. der „Erklärung der Rechte“**

**Sie dürfen jede Weisung und jede Einmischung zurückweisen, die gegen die allgemeine Linie ihres Publikationsorgans verstossen. Diese allgemeine Linie muss ihnen vor ihrer Anstellung schriftlich mitgeteilt werden; ihre einseitige Änderung oder Widerrufung ist unstatthaft und stellt einen Vertragsbruch dar.**

#### **Buchstabe d. der „Erklärung der Rechte“**

**Sie haben Anspruch auf Transparenz über die Besitzverhältnisse ihres Arbeitgebers. Sie müssen als Mitglied einer Redaktion vor jeder wichtigen Entscheidung, die Einfluss auf den Gang des Unternehmens hat, informiert und angehört werden. Die Redaktionsmitglieder sind insbesondere vor dem definitiven Entscheid über Massnahmen zu konsultieren, welche eine grundlegende Änderung in der Zusammensetzung der Redaktion oder ihrer Organisation zur Folge haben.**

#### **Buchstabe e. der „Erklärung der Rechte“**

**Sie haben Anspruch auf eine angemessene berufliche Aus- und Weiterbildung.**

#### **Buchstabe f. der „Erklärung der Rechte“**

**Sie haben Anspruch auf eine klare Regelung der Arbeitsbedingungen durch einen Kollektivvertrag. Darin ist festzuhalten, dass ihnen durch ihre Tätigkeit in den Berufsorganisationen keine persönlichen Nachteile entstehen dürfen.**

#### **Buchstabe g. der „Erklärung der Rechte“**

**Sie haben das Recht auf einen persönlichen Anstellungsvertrag, der ihnen ihre materielle und moralische Sicherheit gewährleisten muss. Vor allem soll durch eine angemessene Entschädigung ihrer Arbeit, die ihrer Funktion, ihrer Verantwortung und ihrer sozialen Stellung Rechnung trägt, ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit als Journalistinnen und Journalisten sichergestellt werden.**

*Diese Richtlinien wurden vom Schweizer Presserat an seiner konstituierenden Sitzung vom 18. Februar 2000 verabschiedet und an den Plenarsitzungen vom 9. November 2001, 28. Februar 2003, 7. Juli 2005, 16. September 2006 sowie vom 24. August 2007 revidiert und per 1. Juli 2008 in Kraft gesetzt.*

## **Anhang 5: Die Handwerksregeln der UBI**

*Die UBI hat Guidelines verfasst, welche die Grundsätze ihrer Rechtssprechung zu den wichtigsten Programmbestimmungen zusammenfassen. Detaillierte Verweise auf Entscheide der UBI finden sich auch unter den "Schlüsselwörtern" in der UBI-Datenbank ([http://www.ubi.admin.ch/de/dokumentation\\_entscheide.htm](http://www.ubi.admin.ch/de/dokumentation_entscheide.htm) )*

### **Aufsichtstätigkeit der UBI**

Die UBI hat sich gemäss bundesgerichtlicher Praxis auf eine Rechtskontrolle zu beschränken. Sie darf keine Fachaufsicht ausüben und insbesondere nicht die Qualität von Sendungen beurteilen. Bei der Prüfung von Ausstrahlungen hat sie der den Veranstaltern zustehenden Programmautonomie gebührend Rechnung zu tragen.

### **Sachgerechtigkeitsgebot**

Bei Sendungen mit Informationsgehalt muss das Publikum in die Lage versetzt werden, sich aufgrund der vermittelten Fakten und Meinungen eine eigene Meinung zu den behandelten Themen bilden zu können. Umstrittene Aussagen sowie Ansichten und Kommentare müssen als solche erkennbar sein. Fehler in Nebenpunkten und redaktionelle Unvollkommenheiten, welche nicht geeignet sind, den Gesamteindruck der Ausstrahlung wesentlich zu beeinflussen, sind nicht relevant. Hat sich das Publikum keine eigene Meinung über einen Sachverhalt oder ein Thema bilden können, prüft die UBI zusätzlich, ob zentrale journalistische Sorgfaltspflichten eingehalten wurden. Ist dies nicht der Fall, liegt eine Verletzung des Sachgerechtigkeitsgebots vor.

Wenn in Sendungen schwerwiegende Vorwürfe gegen Personen, Unternehmen oder Behörden erhoben werden und dadurch ein erhebliches materielles und immaterielles

Schadensrisiko für die Betroffenen besteht, gelten qualifizierte Anforderungen bezüglich der Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflichten. Erforderlich ist eine sorgfältige Recherche, die sich auf Details der Anschuldigungen erstreckt. Es ist überdies unabdingbar, den Standpunkt der Angegriffenen in geeigneter Weise darzustellen. Das Sachgerechtigkeitsgebot verlangt aber nicht, dass alle Standpunkte qualitativ und quantitativ gleichwertig dargestellt werden.

Bei Sendungen, die in einem thematischen Zusammenhang zu **Wahlen** oder **Abstimmungen** stehen, bestehen erhöhte Sorgfaltspflichten, weil der **politischen Meinungsbildung** ein hoher Stellenwert zukommt. Im Vordergrund steht die Gewährleistung der Chancengleichheit zwischen den Parteien bzw. zwischen den Kandidatinnen und Kandidaten.

Wenn in einer redaktionellen Sendung ohne Entgelt **Schleichwerbung** für ein Produkt oder eine Dienstleistung gemacht wird, berührt dies auch das Sachgerechtigkeitsgebot. Redaktionelle Sendungen dürfen nicht als Werbeplattform missbraucht werden. In diesem Sinne verbotene Schleichwerbung liegt bei Aussagen oder Bildern mit werbendem Charakter vor, welche zur Vermittlung einer Information oder zur Gestaltung einer realitätsgerechten Umgebung nicht erforderlich sind.

### **Vielfaltgebot**

Das Vielfaltgebot richtet sich im Gegensatz zum Sachgerechtigkeitsgebot nicht an eine einzelne Sendung, sondern an mehrere Sendungen, die in einem sachlichen Zusammenhang zueinander stehen. Es will einseitige Tendenzen bei Radio- und Fernsehen insgesamt verhindern. Diese sollen insbesondere auch nicht ausschliesslich die politisch oder gesellschaftlich herrschenden Ansichten vermitteln. Vielmehr haben die konzessionierten Radio- und Fernsehprogramme gesamthaft die politische und weltanschauliche Vielfalt zu widerspiegeln.

### **Öffentliche Sicherheit**

Eine Verletzung der Bestimmung über die öffentliche Sicherheit des Bundes oder von Kantonen ist anzunehmen, wenn eine ausgestrahlte Sendung selbständig eine konkrete Gefährdung der Sicherheit bewirkt.

### **Gewalt**

Im Zusammenhang mit der Darstellung von Gewalt ist zwischen Informationssendungen und fiktionalen Ausstrahlungen zu unterscheiden. Im Rahmen von **Informationssendungen** ist eine unzulässige Verherrlichung oder Verharmlosung von Gewalt anzunehmen, wenn die Gewaltdarstellung reinem Selbstzweck dient und unverhältnismässig ist. Die UBI prüft, ob die ausgestrahlten Gewaltszenen für eine sachgerechte Informationsvermittlung notwendig sind. Im Bereich der **Fiktion** ist dagegen primär entscheidend, ob die Ausstrahlung dem Publikum eine gebührende Distanz zu den gezeigten Gewaltdarstellungen ermöglicht. So können etwa die besondere Machart eines Films sowie der Einsatz besonderer formaler und ästhetischer Mittel eine entsprechende Distanz schaffen, selbst bei eindringlichen Gewaltbildern. Zusätzlich ist im Rahmen des Tatbestands der Gewaltverherrlichung bzw. Gewaltverharmlosung jeweils auch die Intensität der ausgestrahlten Gewaltdarstellungen zu prüfen. Schliesslich gilt es, die Art der Einbettung in das Programm zu berücksichtigen. Zu nennen sind dabei etwa die Ausstrahlungszeit, das Sendegefäss und warnende Hinweise.

## **Öffentliche Sittlichkeit**

Die UBI trägt bei der Beurteilung einer Sendung im Hinblick auf die Vereinbarkeit mit der Bestimmung über die Gefährdung der öffentlichen Sittlichkeit den gesellschaftlichen Änderungen bezüglich des Sittlichkeitsgefühls in geschlechtlichen Dingen Rechnung. Entscheidend ist, dass Darstellungen mit sexuellen Inhalten nicht als Selbstzweck dienen oder Menschen zu Unterhaltungszwecken zum Objekt voyeuristischer Neigungen entwürdigen. Zusätzlich ist durch eine geeignete Ausstrahlungszeit und gegebenenfalls eine Warnung bzw. eine entsprechende Anmoderation dem Jugendschutz Rechnung zu tragen. Sendungen mit primär erotischen Inhalten sind nach 23 Uhr auszustrahlen. Die Ausstrahlung von pornografischen Darstellungen ist grundsätzlich untersagt.

## **Schutz der Menschenwürde**

Eine Verletzung der Menschenwürde liegt vor, wenn die dargestellten Personen als Objekte blossgestellt oder erniedrigt werden. Schutzgut sind aber nicht nur Personen, sondern ebenfalls die grundlegenden kulturellen und gesellschaftlichen Werte.

## **Jugendschutz**

Die Verbreitung von Sendungen, die geeignet erscheinen, die körperliche, geistig-seelische oder sittliche Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu beeinträchtigen, ist untersagt, wenn anzunehmen ist, dass diese die Ausstrahlung aufgrund der Sendezeit sehen können.

## **Religiöse Gefühle**

Der besondere Schutz der religiösen Gefühle ist Ausfluss der verfassungsrechtlich gewährleisteten Glaubensfreiheit. In ihrer Praxis unterscheidet die UBI zwischen zentralen Glaubensinhalten und der Kirche als Institution bzw. kirchlichen Würdenträgern. Einen privilegierten Schutz genießen lediglich die zentralen Glaubensinhalte. Wenn eine Sendung entsprechende Inhalte berührt, können religiöse Gefühle und Überzeugungen von gläubigen Menschen besonders leicht verletzt werden. Stellt eine Sendung in erheblicher Weise zentrale Glaubensinhalte negativ und verletzend dar, verstößt dies gegen den gebotenen Schutz religiöser Gefühle.

## **Schutz der Privatsphäre**

Liegen in einem konkreten Fall weder überwiegende öffentliche Interessen an einer Nennung des Namens oder der Ausstrahlung des Bildes noch eine explizite oder implizite Einwilligung der betroffenen Person vor, gebietet sich eine Anonymisierung dieser Gestaltungselemente.

## **Satire / Humor**

Satirische und generell humoristische Äußerungen genießen einen erhöhten Schutz. Voraussetzung ist, dass der satirische bzw. humoristische Charakter einer Darstellung oder eines Textes gegeben ist und für das Publikum als solcher erkennbar ist. Es bestehen aber Grenzen, insbesondere im Zusammenhang mit dem Schutz der Menschenwürde oder den religiösen Gefühlen. Letztere dürfen nicht in erheblicher Weise berührt werden.

## Index

|                                    |                |                           |                           |
|------------------------------------|----------------|---------------------------|---------------------------|
| Abbildung                          | 38             | Berichtigungspflicht      | 55                        |
| Abnahme                            | 41             | Berufsethik               | 9                         |
| Abstimmungen                       | 16, 17, 36     | Berufsverbände            | 12                        |
| Abstimmungstermin                  | 16, 35         | Betroffene                | 11, 22, 32, 41, 44        |
| Achtung der Menschenwürde          | 59             | Bezahlung von Informanten | 54                        |
| akademische Titel                  | 28, 36         | Bildung                   | 47, 49, 50                |
| Aktienhandel                       | 15             | Bischof                   | 37                        |
| Amtsträger                         | 32, 39         | Blogs                     | 30                        |
| Änderung von Beiträgen             | 42             | Börsenkurs                | 15                        |
| Anhörung bei schweren<br>Vorwürfen | 54             | Brutalität                | 18                        |
| Anonyme Meinungsäusserung          | 30             | Bundesrat                 | 37                        |
| Anonymität                         | 30             | Bundesverfassung          | 28, 47                    |
| Anrede                             | 36             | Chefredaktor              | 13, 26, 31, 40, 43,<br>45 |
| Anstellung                         | 10             | citizen journalism        | 29                        |
| Antexten von Interviewfragen       | 24             | Demonstrationen           | 31                        |
| Antirassismus-Strafnorm            | 40             | Depotauszug               | 15                        |
| Archivdokumente                    | 53             | Diskriminierungsverbot    | 59                        |
| Archivmaterial                     | 28             | Diskussionssendungen      | 40                        |
| Aufbewahrung                       | 45             | Drehen mit Tieren         | 20                        |
| Aufsichtstätigkeit der UBI         | 63             | eidgenössische Wahlen     | 16                        |
| Auftrag                            | 9, 10, 36      | eigene Meinung            | 63                        |
| Augenzeuge                         | 28, 29         | Einblender                | 28                        |
| Ausgewogenheit                     | 16             | Einverständnis            | 32                        |
| ausländische<br>Staatsoberhäupter  | 37             | emotionale Reaktionen     | 33                        |
| Ausschnitte                        | 24             | Entführungen              | 19                        |
| Aussenansicht                      | 29             | Entschädigungen           | 13                        |
| Aussenauftritte                    | 26             | Entschuldigung            | 43, 44                    |
| Ausstand                           | 10             | Erklärungen Presserat     | 51                        |
| Ausstrahlung                       | 26, 32, 45, 46 | Events                    | 21                        |
| Authentizität                      | 30             | EVN- und Agenturmaterial  | 27                        |
| Autonomie                          | 47             | Exekutionen               | 19                        |
| Bakom                              | 46             | Exklusivverträge          | 52                        |
| Bedürfnisse der Kantone            | 47             | Fakten                    | 9, 21, 33                 |
| Beitragstexte                      | 41             | Fakten und Meinungen      | 21                        |
| Berichte über SRG und SF           | 21             | Familiendrama             | 19                        |
| Berichtigung                       | 43             | Fehler                    | 41, 42, 43, 44            |
|                                    |                | Fiktive Sequenzen         | 53                        |
|                                    |                | Filmaufnahmen             | 13, 39                    |

|                               |                |                             |                                    |
|-------------------------------|----------------|-----------------------------|------------------------------------|
| Firmenanlass                  | 13             | Interview                   | 24, 25, 26, 31, 32, 33, 35, 40, 55 |
| freie Meinungsbildung         | 50             | Interview zurückziehen      | 25, 26                             |
| Freiheit der Information      | 3, 52          | Intimsphäre                 | 32                                 |
| fremde Religionen             | 17             | Journalistenkodex           | 51                                 |
| Gegendarstellung              | 42, 44         | journalistische Kriterien   | 17                                 |
| Gegenlesen                    | 41             | Jugendgefährdende Sendungen | 48                                 |
| Gerichts- oder Polizeigebäude | 39             | Jugendschutz                | 65                                 |
| Gerichtsverfahren             | 10             | Kinder                      | 32, 57                             |
| Gerichtszeichnungen           | 39             | Kindsmissbrauch             | 38                                 |
| Gerüchte                      | 23             | Kleidung                    | 26                                 |
| geschäftsrelevanten           |                | Komitees                    | 17                                 |
| Informationen                 | 15             | Kommentare                  | 48                                 |
| Geschenke                     | 13             | Konsumentenschutz           | 18                                 |
| Gesetzgebung                  | 47             | Kontroverse                 | 10, 41                             |
| Gewalt                        | 48, 64         | Kontroverse Informationen   | 21                                 |
| Gewaltdarstellung             | 18             | Kontroverse Themen          | 25                                 |
| Gewinnwarnungen               | 15             | Konzession                  | 10, 48, 49, 50                     |
| Glaubwürdigkeit               | 11, 43         | korrekte Terminologie       | 38                                 |
| Grundrechte                   | 47             | Korrektur                   | 43                                 |
| Handybilder                   | 29             | Korrekturwünsche            | 25                                 |
| Happenings                    | 17             | Kriege und Konflikte        | 59                                 |
| Heikles Rohmaterial           | 31, 46         | kritischer Journalismus     | 3                                  |
| Hilfestellungen               | 13             | kulturelle Entfaltung       | 47, 50                             |
| Hintergrundinformation        | 23             | Kundgebungen                | 17                                 |
| Hinweise auf Funktion,        |                | Kürzungen                   | 41, 42                             |
| Sendung oder Sender           | 12             | Lauterkeitsgebot            | 33                                 |
| Höflichkeitsform              | 37             | Leistungsauftrag            | 9                                  |
| Honorare                      | 13             | Leserbriefe                 | 55                                 |
| Hypothese                     | 21             | Logos von Firmen            | 35                                 |
| Identifikationsstimmen        | 14             | Logos von Sponsoren         | 35                                 |
| Illustrationen                | 53             | Magazinsendungen            | 41                                 |
| Indiskretionen                | 61             | Mandate                     | 11                                 |
| Informantenschutz             | 31             | Markennamen                 | 35                                 |
| Information                   | 10, 20, 33, 37 | Materialien                 | 45                                 |
| Informationsfreiheit          | 52             | Medienmitteilungen          | 53                                 |
| Inserateboykotte              | 61             | Meinungsbildung             | 16, 36, 47, 48                     |
| Insiderkenntnisse             | 14             | Meinungspluralismus         | 52                                 |
| Inszenierungen                | 28             | Meinungsumfragen            | 35, 36, 53                         |
| Integration                   | 50             | Menschenwürde               | 20, 47                             |
| interaktive Votings           | 36             | Minderjährige               | 48                                 |
| Interessensbindungen          | 10, 60         |                             |                                    |

|                                  |                        |  |                        |
|----------------------------------|------------------------|--|------------------------|
| Moderation                       | 17, 19, 36, 38, 40, 41 | Personen in den Schlagzeilen           | 32                     |
| Montagen                         | 53                     | Personen in Notsituationen             | 56                     |
| Multimedia                       | 3                      | Persönlichkeitsschutz                  | 32, 38                 |
| Musterbriefe                     | 43                     | Pflichten und Rechten von Journalisten | 51                     |
| Nachrichten                      | 21, 27, 41             | Pflichtstoff                           | 17                     |
| Nachrichtenjournalismus          | 27                     | Plagiat                                | 55                     |
| Nachrichtenwert                  | 18                     | Podiumsdiskussionen                    | 12                     |
| Namensnennung                    | 36, 38, 39, 40, 57     | Porträtserie                           | 17                     |
| Nationalität                     | 40                     | Presse                                 | 47                     |
| Naturkatastrophen                | 18                     | Presserat                              | 34, 46, 51             |
| Nebenbeschäftigung               | 12, 14                 | Primeurs                               | 41, 42                 |
| Nennung von Marken und Produkten | 61                     | Privatsphäre                           | 23, 32, 56             |
| neue Vorwürfe                    | 22                     | Privatunternehmen                      | 62                     |
| Newssendungen                    | 41                     | Programmauftrag der SRG                | 48                     |
| Normen                           | 9                      | Programmbeschwerden                    | 47                     |
| Off the record                   | 23                     | Programmqualität                       | 50                     |
| öffentliche Aktionen             | 12                     | Prominente                             | 17, 32, 39             |
| Öffentliche Funktionen           | 52                     | Propaganda                             | 18, 40                 |
| Öffentliche Sicherheit           | 64                     | Prozesse                               | 37                     |
| öffentliche Sittlichkeit         | 21                     | Public Relations                       | 61                     |
| Öffentliche Sittlichkeit         | 65                     | Publikationsverbot                     | 42, 45                 |
| öffentliches Interesse           | 34                     | Publikum                               | 10, 20                 |
| Öffentlichkeit                   | 12, 20, 23, 25, 32     | Publizität                             | 40                     |
| Ombudsmann                       | 46                     | Quellen                                | 21, 22, 30, 31         |
| On the record                    | 23                     | Quellenbearbeitung                     | 53                     |
| Online-Angebote                  | 51                     | Quellenschutz                          | 56                     |
| Online-Foren                     | 30                     | Rassenhass                             | 48                     |
| Opfer                            | 39                     | Rassismus                              | 40                     |
| Opferschutz                      | 59                     | Rassistische Äusserungen               | 40                     |
| Organisation der SRG             | 49                     | Recherche                              | 9, 21, 34, 41          |
| Paparazzi                        | 24                     | Recherchegespräch                      | 23, 24, 25             |
| Papst                            | 37                     | Recherchegrundsätze                    | 21                     |
| Parteien                         | 11                     | Rechercheunterlagen                    | 45                     |
| People-Journalismus              | 23                     | Recht am eigenen Bild                  | 26, 32                 |
| Personen des öffentlichen Lebens | 57                     | Recht auf Antwortverweigerung          | 33                     |
| Personen des Zeitgeschehens      | 39                     | Rechtlicher Schutz                     | 15                     |
|                                  |                        | Rechtskonsulent                        | 26, 31, 40, 41, 44, 45 |
|                                  |                        | Rechtsordnung                          | 9                      |

|                             |                           |                                      |                       |
|-----------------------------|---------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| Rechtsschutz                | 16                        | Suizid                               | 19, 58                |
| Rechtssprechung             | 16, 34, 63                | Symbolbilder                         | 29                    |
| Redaktionsgeheimnis         | 31, 56                    | TED- und SMS- Umfragen               | 36                    |
| Reklamationen               | 42, 43                    | Telefongespräche                     | 32                    |
| Relevanz                    | 19                        | Themen                               | 48                    |
| Religiöse Gefühle           | 65                        | Tiere                                | 20                    |
| Religiöse Themen            | 17                        | Tierschutzgesetz                     | 20                    |
| Richtigstellung             | 44                        | Titel                                | 36                    |
| Richtlinien des Presserats  | 51                        | Tonaufnahmen                         | 34                    |
| Rohmaterial                 | 45                        | Tote                                 | 19                    |
| RTVG                        | 47                        | Trailer                              | 41                    |
| Sach- oder Dienstleistungen | 14                        | Transparenz                          | 9, 21, 27, 29, 30, 33 |
| sachgerecht                 | 47, 48                    | Trennung von Fakten und<br>Kommentar | 52                    |
| Sachgerechtigkeit           | 9, 63                     | Überprüfung                          | 29                    |
| Sachkenntnis                | 9                         | UBI                                  | 20, 44, 46, 47, 63    |
| Sakramente                  | 17, 20                    | Umfragen                             | 12, 36                |
| Sarkasmus                   | 20                        | Unabhängigkeit                       | 9, 10, 47, 60         |
| Satire / Humor              | 20, 65                    | Unabhängigkeit und Autonomie         | 48                    |
| Scheckbuch-Journalismus     | 13                        | Unabhängigkeit                       | 3                     |
| Schlagzeilen                | 38, 41                    | Unfälle                              | 18                    |
| Schleichwerbung             | 14, 64                    | Unglücksfälle und Verbrechen         | 59                    |
| Schockbilder                | 32                        | Unschuldsvermutung                   | 37, 57                |
| Schriftverkehr              | 26                        | Unterhaltung                         | 47                    |
| Schulhäuser                 | 29                        | Unterlagen                           | 45                    |
| Schutz der Menschenwürde    | 65                        | Untersuchungsbehörden                | 31, 40                |
| Schutz der Privatsphäre     | 65                        | Unvoreingenommenheit                 | 9, 21                 |
| Selbstverbrennung           | 20                        | Urteil                               | 37                    |
| Sendungsaufzeichnungen      | 45                        | UWG                                  | 18                    |
| Sex                         | 20                        | Verantwortung                        | 3, 10, 16, 41, 48     |
| Sexualdelikte               | 58                        | verbotenen Themen                    | 16                    |
| SF Augenzeuge               | 28, 29                    | Verbrechen                           | 18                    |
| SF-Journalisten             | 9, 10, 12, 27, 28, 33, 43 | Verdeckte Recherche                  | 33, 54                |
| Sittlichkeit                | 48                        | Verhaltenskodex                      | 10                    |
| Sorgfaltspflicht            | 18                        | Vermummte                            | 30                    |
| Sperrfristen                | 31, 55                    | Verschleierung des Berufs            | 54                    |
| Sponsoring                  | 14, 21, 60                | Versteckte Kamera                    | 34                    |
| SRG SSR idée suisse         | 9                         | Verwaltungsratsmandat                | 11                    |
| Standardsprache             | 50                        | Videomaterial                        | 28                    |
| Stars                       | 23                        |                                      |                       |
| Straftäter                  | 38                        |                                      |                       |
| Strafuntersuchung           | 37                        |                                      |                       |

|  |                               |                          |            |
|--|-------------------------------|--------------------------|------------|
| Vielfalt                                 | 9                             | Wahlen oder Abstimmungen | 64         |
| Vielfalt der Ansichten                   | 47                            | Wahrhaftigkeit           | 21         |
| Vielfalt der Ereignisse und<br>Ansichten | 48                            | Wahrheit                 | 51         |
| Vielfalt der Tatsachen und<br>Meinungen  | 9                             | Werbespots               | 14         |
| Vielfaltgebot                            | 64                            | Werbung                  | 14, 21, 60 |
| Vorgesetzte                              | 10, 12, 13, 33, 34,<br>41, 42 | Wiederholungen           | 20         |
| Vorwahlphase                             | 16                            | Würde der Kreatur        | 20         |
| Vorwürfe                                 | 22, 63                        | zentrale Glaubensinhalte | 17, 20     |
| Wahlaufrufe                              | 12                            | Zeugen                   | 33         |
| Wahlen                                   | 12, 16, 36                    | Zeugnisverweigerung      | 31         |
|  |                               | Zitat                    | 25         |
|  |                               | Zuschauerbilder          | 29         |
|  |                               | Zuschauervideo           | 13, 28     |

## Änderungen und Versionsübersicht

Dies ist die Version 3.1. der der Publizistischen Leitlinien des Schweizer Fernsehens vom 9.11. 2009. Gegenüber der Version 3.0. (vom 1.9.2008) sind folgende Ergänzungen/Änderungen vorgenommen worden:

- Kap 13: Drehen mit Tieren, Würde der Kreatur
- Kap 33: Kein Einsatz von versteckter Kamera

Die **Version 3.0.** der Publizistischen Leitlinien des Schweizer Fernsehens vom 1.9.2008 hat gegenüber der vorherigen Version folgende kleinere Änderungen und Ergänzungen vorgenommen worden:

- Kap 4: Deklaration von Interessensbindungen
- Kap 6: Moderationsauftritte an Firmenanlässen
- Kap 7: Entschädigung für Zuschauervideos
- Kap 8: Unterstützung durch Sach- und Dienstleistungen Dritter
- Kap 13: Kandidatenporträts und -auftritte in der heisse Phase vor Wahlen
- Kap 16: Erneute Anhörungspflicht bei neuen Vorwürfen
- Kap 21: Korrekter Auftritt im schriftlichen Verkehr
- Kap 23: Deklaration von Zuschauervideos
- Kap 25: Überprüfung von Zuschauerbildern und -videos
- Kap 33: Verdeckte Recherche und Drehen mit versteckter Kamera
- Kap 34: Nennung von Markennamen in Sport- und Kulturveranstaltungen
- Kap 35.: TED-Umfragen in Informationssendungen
- Kap 48: Aufbewahrungspflicht für Materialien und Unterlagen
- Anhang 2: Bestimmungen des RTVG vom 1.4.2007
- Anhang 3: Inhaltliche Vorschriften der SRG-Konzession vom 28.11.2007
- Anhang 4: Richtlinien und Erklärung des Presserates, 1.7.2008
- Anhang 5: Die Handwerksregeln der UBI, April 2007



Chelredaktion Fernsehstrasse 1-4 8052 Zürich

SF – ein Unternehmen der **SRG SSR** idée suisse