

Publizistische Leitlinien SWI swissinfo.ch

Unsere Haltung – Unser Handwerk – Unser Stil

Über dieses Handbuch

In diesem Handbuch werden publizistische Richtlinien und journalistische Grundsätze festgehalten, die für die Arbeit von SWI swissinfo.ch verbindlich sind. Es sind Regeln für einen fairen und glaubwürdigen Journalismus.

Sie zeigen unsere Haltung und dienen als Anleitung für Handwerk und Stil. Sie tragen zur Sicherung der Qualitätsstandards für alle Sprach- und Multimedia-Redaktionen bei, in der Produktion, der Adaptation wie auch in der Distribution unserer Inhalte.

Dieses Handbuch dient als internes Manual, aber auch der öffentlichen Rechenschaftspflicht. Es kann öffentlich eingesehen werden.

Die Chefredaktion SWI und die Führungsverantwortlichen stellen sicher, dass die redaktionellen Richtlinien und journalistischen Grundsätze ins Einführungsprogramm für neu eintretende Mitarbeiter:innen in redaktionellen Funktionen integriert werden. Anpassungen der redaktionellen Richtlinien und anderer relevanter Gesetze und Regelungen werden im Rahmen unserer Weiterbildungsaktivitäten regelmässig thematisiert.

Versionenkontrolle

1.0	RG	09.05.2019	Version zur Konsultation in den Redaktionen
1.1	RG	10.07.2019	Resultate Konsultation in SWI Redaktionen und Abteilungen eingebaut
1.2	RG	10.09.2019	Erstpublikation
2.0	RG/Imb	August 2021	Überarbeitet von CR SWI/Imb, externe Konsultation
2.1	RG	Dezember 2021	Diverse Inputs eingebettet und überarbeitet
2.2	RG	Juni 2022	Anpassung Struktur, Lektorat

Inhaltsverzeichnis

1.	Über SWI swissinfo.ch	5
1.1.	Über uns	5
1.2.	SWI swissinfo.ch als Teil der SRG SSR	5
1.3.	Die Vision und das Leitbild	6
1.4.	Die Zielgruppen	6
2.	Publizistische Grundsätze	7
2.1.	Ausgewogenheit	7
2.2.	Transparenz	7
2.3.	Sachgerechtigkeit	8
2.4.	Wahrhaftigkeit	8
2.5.	Unvoreingenommenheit	8
3.	Qualitätssicherung	9
3.1.	Qualitätskriterien	9
3.2.	Interner Prozess zur Qualitätssicherung	9
3.3.	Verantwortlichkeit	10
3.4.	Vorgehen bei der Korrektur von Fehlern	10
3.5.	Löschungsbegehren und Anonymisierung	11
3.6.	Der Publikumsrat	11
3.7.	Beanstandungen	11
4.	Engagement	12
4.1.	Dialogbereitschaft	12
4.2.	Kommentare und Debatten	12
4.3.	Qualitätskriterien für den Dialog	13
4.4.	Soziale Medien	14
4.5.	Private Profile von SWI-Mitarbeitenden	14
5.	Themenwahl	16
5.1.	Gegenstand der Berichterstattung	16
5.2.	Grundsätze der Themenfindung	16
5.3.	Orientierung an der Community	16
6.	Informationsbeschaffung	17
6.1.	Recherche	17
6.1.1.	Zugang zu Informationen	17
6.1.2.	Bezahlung von Informationen	17
6.1.3.	Umgang mit Sperrfristen	17
6.2.	Umgang mit Auskunftspersonen	17
6.2.1.	Verhalten der Medienschaffenden	17
6.2.2.	Anfragen Recherchegespräche	18
6.2.3.	Führen von Interviews	18
6.2.4.	Tonaufnahmen	18
6.2.5.	Autorisierung	18
6.2.6.	Anschuldigungen	19
6.2.7.	Anonymität von Journalist:innen	19
7.	Journalistisches Handwerk	20
7.1.	Umsetzung von Themen	20
7.1.1.	Grundsätze der Umsetzung	20
7.1.2.	Kriterien für einen Beitrag	20
7.1.3.	Themenumsetzung bei Wahlen und Abstimmungen	20

7.1.4.	Berichterstattung über religiöse Themen.....	21
7.1.5.	Vermeidung von Rassismus, Sexismus und Diskriminierung.....	21
7.1.6.	Namensnennungen.....	21
7.2.	Verwendung journalistischer Formen.....	22
7.2.1.	Grundsätze zur Wahl journalistischer Formen.....	22
7.2.2.	Interview.....	22
7.2.3.	Porträt.....	23
7.2.4.	Meinungsbeiträge, Analysen und Kommentare.....	23
7.2.5.	Faktenchecks.....	24
7.2.6.	Paneldiskussionen.....	24
7.2.7.	Kurationen und Presseschauen.....	25
7.2.8.	Debatten.....	25
7.2.9.	User Generated Content (UGC).....	26
8.	Produktion.....	27
8.1.	Grundsatz der Produktion.....	27
8.2.	Leseanreize.....	27
8.3.	Adaptation.....	27

1. Über SWI swissinfo.ch

DAS SIND WIR

1.1. Über uns

SWI swissinfo.ch ist die internationale, digitale Informationsplattform der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft SRG SSR. Sie bietet in zehn Sprachen unabhängige und qualitativ hochwertige Hintergrundinformationen über die Schweiz und berichtet über das Weltgeschehen aus Schweizer Perspektive. SWI swissinfo.ch wurde 1999 als Nachfolgerin von Schweizer Radio International (SRI) gegründet, das 1935 als Schweizer Kurzwellendienst gegründet worden war. SWI hat den Firmensitz in Bern und beschäftigt 103 Mitarbeiter:innen (Stand 2021), wovon rund 70 in den Redaktionen arbeiten. Darüber hinaus sind rund 120 freischaffende redaktionelle Mitarbeiter:innen für SWI swissinfo.ch tätig.

SWI swissinfo.ch besteht aus zehn Sprachredaktionen, einer Multimedia-Redaktion für die audiovisuelle Produktion und 13 Fachredaktionen (Beats¹). Aktuell hat die Redaktion von SWI swissinfo.ch Beats zu den folgenden Themen: Direkte Demokratie, Aussenpolitik, Internationales Genf, Wissenschaft, Multinationale Konzerne, Bundespolitik, Kultur, Geschichte, Auslandschweizer:innen, Leben und Altern, Finanzplatz Schweiz, Ausbildung und Wirtschaftsstandort Schweiz.

1.2. SWI swissinfo.ch als Teil der SRG SSR

SWI swissinfo.ch ist eine von fünf Unternehmenseinheiten der SRG SSR, einem privaten Verein mit vier Regionalgesellschaften, welche die Sprachregionen der Schweiz vertreten und insgesamt mehr als 23'000 Mitglieder zählen. Die SRG SSR wird zum grössten Teil durch Gebührengelder finanziert, die alle Schweizer Haushalte und Unternehmen bezahlen. SWI swissinfo.ch finanziert sich zu 50 Prozent aus den Gebührengeldern der SRG SSR und zu 50 Prozent aus Bundesgeldern. SWI swissinfo.ch generiert keine eigenen Einnahmen durch Werbung, Publireportagen oder Sponsoringbeiträge.

Das publizistische Angebot ist in einer Leistungsvereinbarung zwischen dem Bundesrat und der SRG SSR festgelegt. Die Vereinbarung wird alle vier Jahre erneuert und legt auch das Budget fest. Im Rahmen der Leistungsvereinbarung mit dem Bundesrat bietet SWI swissinfo.ch unabhängige Berichterstattung über Schweizer Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Gesellschaft. Das Angebot von SWI swissinfo.ch richtet sich in erster Linie an ein internationales, an der Schweiz interessiertes Publikum. Es richtet sich auch an die Auslandschweizer:innen und ermöglicht ihnen eine freie Meinungsbildung im Hinblick auf die Ausübung ihrer politischen Rechte in der Schweiz (Abstimmungen und Wahlen).

SWI swissinfo.ch ist im Sinne des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) unabhängig. Das heisst, SWI swissinfo.ch ist dort, wo die Leistungsvereinbarung nichts anderes regelt, frei und eigenverantwortlich. Dies namentlich in der Wahl der Themen, der inhaltlichen Bearbeitung und der Darstellung der redaktionellen Publikationen.

¹ Der Begriff «Beat» stammt aus dem Englischen und bezeichnet ein Themen- oder Fachgebiet, auf das sich ein Journalist oder eine Journalistin spezialisiert.

Die Publizistik orientiert sich an der Angebotscharta der SRG SSR. Im Weiteren gelten die internen Weisungen der SRG SSR in Bezug auf Korruptionsprävention und Whistleblowing sowie der Ethikcode.

Als Referenz für die journalistische Arbeit gilt zudem die Erklärungen der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten sowie die ergänzenden Richtlinien des Schweizer Presserats.

1.3. Die Vision und das Leitbild

Die Vision von SWI swissinfo.ch lautet: «Wer uns liebt, versteht die Schweiz.»

Seit 2019 ist folgendes Leitbild massgebend:

- Wir sind ein Fenster zur Schweiz und stehen als vielfältige Einheit für die Werte der Freiheit, Demokratie, Gleichheit, Respekt und Gerechtigkeit.
- Wir ordnen Entwicklungen und Entscheide in der Schweiz hintergründig und aktuell ein – mit einem klaren Themenfokus, kritischer Haltung und qualitativ hochwertig.
- Wir bereiten Themen unabhängig und transparent auf, um zusammen mit unseren Communities in der ganzen Welt eine freie Meinungsbildung zu ermöglichen.
- Wir versuchen auch dort relevant zu sein, wo örtliche Medien nicht unabhängig berichten können und bieten Analysen aus Schweizer Sicht.
- Wir führen gemeinsam mit unseren Nutzerinnen und Nutzern einen Dialog auf Augenhöhe, hören ihnen zu und geben ihnen eine Stimme.
- Wir sind experimentierfreudig. Wir nutzen unser digitales und dynamisches Umfeld, um uns und unsere Produkte systematisch, datenbasiert und bedürfnisorientiert zu entwickeln.
- Wir schaffen global Verständnis für vielfältige Kulturen, leben Toleranz und eröffnen globale Dialoge.

1.4. Die Zielgruppen

SWI swissinfo.ch richtet sich an Menschen im Ausland, die an der Schweiz interessiert sind, und berichtet ausgewogen und hintergründig über die Schweiz. Die Redaktion informiert auch die Auslandschweizer:innen und stärkt deren Verbindung zur Heimat. Damit trägt sie dazu bei, dass diese sich im Hinblick auf die Ausübung ihrer politischen Rechte in der Schweiz eine fundierte und freie Meinung bilden können.

Durch die Berichterstattung aus mehrsprachigen Fachredaktionen (Beats), durch Events sowie spezifische und personalisierte Produkte wie den Newsletter spricht SWI swissinfo.ch spezifische Zielgruppen an. Dazu gehören zum Beispiel die Mitglieder der breiteren Schweizer Wissenschafts- und Forschungsgemeinschaft, Personen, die für multinationale Unternehmen mit Hauptsitz in der Schweiz arbeiten oder sich für diese interessieren, Personen, die mit Institutionen im «Internationalen Genf» zusammenarbeiten, sowie Personen, die in der Kryptowährungs- und Fintech-Szene im Schweizer «Crypto Valley» tätig sind. Die Redaktion sucht laufend nach innovativen und effektiven Wegen, um mit diesen und anderen Gemeinschaften in Kontakt zu treten.

2. Publizistische Grundsätze

DAS IST UNSERE ARBEITSETHIK

Bei der Arbeit wenden die Medienschaffenden von SWI swissinfo.ch die folgenden journalistischen Sorgfaltskriterien an:

2.1. Ausgewogenheit

Die Redaktion achtet bei sämtlichen Themen auf eine ausgewogene Berichterstattung. Alle relevanten Fakten und Positionen werden bei der Auswahl der Quellen für die Analyse eines Themas berücksichtigt. Die Nutzer:innen müssen in die Lage versetzt werden, sich sachlich und vollständig informiert eine eigene Meinung bilden zu können.

SWI swissinfo.ch will nicht Sprachrohr der dominanten Stimmen und Mehrheiten in Debatten sein. Die Berichterstattung ist inklusiv und repräsentiert die Vielfalt der Schweiz und ihrer Akteure und Akteurinnen.

«False Balancing» ist zu vermeiden. Steht eine breit abgestützte Konsensmeinung einer Minderheitsposition gegenüber, ist letztere als solche zu kennzeichnen. Ausgewogenheit bedeutet nicht zwingend, dass alle gleich viel Platz bekommen.

Bei Vorwürfen gegenüber Dritten muss der Standpunkt der Kritisierten dargestellt werden.

Die Ausgewogenheit muss nicht in jedem einzelnen Beitrag, sondern in der Gesamtheit der Berichte zu einem bestimmten Thema oder Fokus gewährleistet sein. Bei Beiträgen, die in einem thematischen Zusammenhang mit Wahlen oder Abstimmungen stehen, gelten erhöhte Sorgfaltspflichten und Fristen (vgl. Kapitel «Themenumsetzung bei Wahlen und Abstimmungen»).

2.2. Transparenz

Die Nutzer:innen werden über jene Umstände ins Bild gesetzt, die zur umfassenden Würdigung des Beitrags notwendig sind. Dazu gehören zum Beispiel Unsicherheiten oder Schwierigkeiten in der Recherche sowie Hinweise zur Verlässlichkeit der Quellen. Thesen und Kommentare müssen inhaltlich abgestützt und gekennzeichnet werden.

Grundsätzlich treten in den Inhalten von SWI swissinfo.ch alle Personen mit ihrem echten Namen auf. Dem Wunsch nach Anonymität kann ausnahmsweise stattgegeben werden, wenn ein schutzwürdiges Interesse vorliegt und ein grosses öffentliches Interesse an der Aussage der anonymen Quelle besteht. In jedem Fall muss die Aussage überprüfbar sein (zweite Quelle).

In besonderen Fällen ist es sinnvoll, wenn die Redaktion von sich aus Personen zu deren Schutz anonymisiert, selbst wenn sie offen auftreten möchten. Bei der Verwendung anonymer Aussagen, die aus journalistischen Angeboten von Dritten stammen, überzeugen sich die Mitarbeitenden im Rahmen des Möglichen von deren Echtheit. Gegenüber Vorgesetzten müssen Mitarbeitende ihre anonymen Quellen offenlegen.

2.3. Sachgerechtigkeit

In Bezug auf die Information gilt das Objektivitätsprinzip: Redaktionelle Produktionen mit Informationsgehalt müssen Tatsachen und Ereignisse sachgerecht darstellen, so dass sich Nutzer:innen eine eigene informierte Meinung bilden können.

Die Redaktion will dabei angemessene Mittel verwenden: Sie verzichtet auf manipulative Aussagen. Die Redaktionsmitglieder verfügen in Bezug auf das zu behandelnde Thema über eine gewisse Sachkenntnis.

2.4. Wahrhaftigkeit

Die Medienschaffenden sagen oder zeigen nichts, was sie nicht nach bestem Wissen und Gewissen als wahr beurteilen. Informationen dürfen übernommen werden, sofern ein bestimmtes Mass an Gewissheit über die Richtigkeit besteht und die Quelle angegeben wird.

Voraussetzung für die Publikation von Nachrichten sind in der Regel zwei gleichlautende Informationen zweier voneinander unabhängiger Quellen, oder die Nennung des direkten Ursprungs der Nachricht (Originalquelle). Eine Ausnahme ist möglich, wenn die Quelle eine hohe Glaubwürdigkeit hat (z.B. SDA-Feed, Nachricht einer anderen Unternehmenseinheit der SRG SSR).

Die Glaubwürdigkeit der Quellen und deren Informationen müssen in jedem Fall verifizierbar sein. Die Quellen müssen angegeben werden. Vorsicht gilt insbesondere beim Umgang mit Quellen und Material aus dem Internet, wo Inhalte manipuliert und Bilder mit wenig Aufwand gefälscht werden können.

Wikipedia genügt nicht als Quellenangabe, weil diese Enzyklopädie Manipulationen ausgesetzt sein kann. Informationen, die aus dieser Quelle benutzt werden, müssen mit anderen überprüft werden.

Das Gebot der Quellentransparenz gilt auch für Bild- und Tonaufnahmen. Bei Video- und Audiomaterial aus dem Internet muss die Quelle mit Link genannt werden.

2.5. Unvoreingenommenheit

Editoriale Mitarbeiter:innen können einer politischen oder wirtschaftlichen Vereinigung (Partei, Verein, Verband etc.) als einfaches Mitglied angehören. Sie verzichten aber auf Mandate wie Verwaltungsrats- und Parlamentsmandate, Aufträge oder Beratungstätigkeiten.

Freischaffende Mitarbeitende unterliegen denselben Anforderungen wie die Festangestellten von SWI swissinfo.ch. Auch sie müssen unabhängig von politischen, wirtschaftlichen und anderen Interessenbindungen sein.

Themenbezogene Interessenbindungen werden bewusst offengelegt. Für die Einordnung von inhaltlichen Positionen ist es wichtig, dass Personen nicht nur mit ihrer offiziellen Funktion benannt werden, sondern dass weitergehende Interessenbindungen transparent gemacht werden. Die Mitarbeiter:innen legen Interessenbindungen, die für ihre berufliche Tätigkeit von Bedeutung sein könnten, gegenüber ihren direkten Vorgesetzten offen. Auch Interessenbindungen von Autorinnen und Autoren werden ausgewiesen, bei Interessenkonflikten treten diese von sich aus in den Ausstand. Interessensbindungen von Freischaffenden werden ebenfalls konsequent offengelegt.

Redaktionsmitglieder akzeptieren das Ergebnis sorgfältiger Recherchen auch dann, wenn dieses der eigenen Meinung widerspricht. Sie sind bereit, selbst bei grösserem Aufwand eine bereits getätigte Recherche fallen zu lassen, wenn das ursprünglich beabsichtigte Thema sich nicht verwirklichen oder die These sich nicht erhärten lässt.

3. Qualitätssicherung

SO SICHERN WIR DIE PROFESSIONELLE ARBEIT

3.1. Qualitätskriterien

Die Qualität des Angebots ist für einen Service Public Anbieter wie die SRG SSR zentral. Die Konzession der SRG SSR nennt in Artikel 4.1 folgende Kriterien für die Qualität des publizistischen Angebots:

- Relevanz
- Professionalität
- Unabhängigkeit
- Vielfalt
- Zugänglichkeit

In der Konzession der SRG SSR (Artikel 4.4) ist auch geregelt, dass die Qualitätssicherungsprozesse regelmässig durch externe Sachverständige mit der entsprechenden beruflichen Qualifikation und Erfahrung kontrolliert werden müssen. Die Öffentlichkeit ist über die Ergebnisse dieser Kontrollen zu informieren. Stand 2022 wird diese Prüfung durch das Institut für Angewandte Medienwissenschaften der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ausgeführt. Zudem wird das Angebot von SWI swissinfo.ch jährlich im «Jahrbuch Qualität der Medien» des Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (fög) beurteilt. Seit 2021 ist SWI swissinfo.ch zudem mit dem Qualitätslabel der Journalism Trust Initiative (JTI) zertifiziert.

3.2. Interner Prozess zur Qualitätssicherung

Zur Qualitätssicherung besteht ein mehrstufiges internes System:

- **Themenmanagement:** Die Themen werden in mehrsprachigen Fachredaktionen («Beats») erarbeitet. Damit wird sichergestellt, dass nicht nur die Fachexpertise, sondern auch eine internationale Perspektive mitgedacht wird.
- **Editing:** Jeder hintergründige Inhalt wird in der Produktion von einem Editor resp. einer Editorin mit Erfahrung begleitet. Dadurch werden Fragestellungen geschärft und es wird sichergestellt, dass die journalistische Umsetzung den Qualitätsstandards entspricht.
- **Abnahme:** Alle Inhalte und Multimedia-Elemente müssen vor der Publikation von einem Mitglied der entsprechenden Sprachredaktion geprüft werden (Vier-Augen-Prinzip). Bei Inhalten, die in zehn Sprachen adaptiert werden, prüft zudem vor der Bereitstellung ein Mitglied der Chefredaktion oder der resp. die Produzent:in die Qualität (Sechs-Augen-Prinzip).
- **Feedback:** Täglich geben die Redaktionsleiter:innen und die redaktionellen Kader Feedback zu den aktuellen Produktionen, sei es innerhalb der Sprach- resp. Multimediaredaktion oder an der Tagessitzung. In regelmässigen Qualitätssitzungen diskutieren die Chefredaktion und die redaktionellen Kader konkrete Beispiele, um die Einhaltung der publizistischen Richtlinien sowie der ethischen und rechtlichen Grundsätze sicherzustellen und zu verbessern. Zudem werden editoriale Feedback-Sitzungen organisiert, an denen die Medienschaffende aller Fach- und Sprachredaktionen ein Thema diskutieren.

Ausgewählte Auditorinnen und Auditoren überprüfen überdies im Auftrag der Chefredaktion in unregelmässigen Abständen die Angebote und beantworten Fragen zur Qualität. Dies ist besonders für die nicht-nationalsprachlichen Angebote wichtig.

3.3. Verantwortlichkeit

Jede Journalistin und jeder Journalist trägt als Urheber:in die Verantwortung für die eigenen Produktionen, sowohl auf inhaltlicher (z.B. Auswahl und Überprüfbarkeit der Quellen) wie formaler Ebene (z.B. Format, Orthografie, Layout). In der Produktion werden sie von einem Editor oder einer Editorin begleitet. Diese führen einen Faktencheck durch und bürgen für die Richtigkeit der Inhalte und die Einhaltung der Qualitätskriterien. Fehler, Korrekturen und negative Reaktionen der Nutzer:innen auf die Inhalte müssen die Redaktionsmitglieder unverzüglich den Vorgesetzten melden.

Die Leiter:innen der Sprachredaktionen tragen die Verantwortung für alle Inhalte (Eigenproduktionen, Adaptationen und Kurationen), die in der entsprechenden Sprache auf allen Kanälen veröffentlicht werden. Sie prüfen alle Inhalte vor der Veröffentlichung, ob sie den Qualitätsrichtlinien der SRG SSR und von SWI swissinfo.ch und den rechtlichen Anforderungen entsprechen. Fehler, Korrekturen und negative Reaktionen auf die Inhalte sind unverzüglich der Chefredaktion anzuzeigen.

Die Chefredaktion trägt die übergeordnete Verantwortung für alle Inhalte und Produkte, die von SWI swissinfo.ch auf eigenen und Drittplattformen publiziert werden. Sie verantwortet die Einhaltung der Qualitätsrichtlinien der SRG SSR und von SWI swissinfo.ch und der rechtlichen Anforderungen. Die Chefredaktion ist auch verantwortlich für den Qualitätssicherungsprozess und dafür, dass alle editoriale Mitarbeiter:innen diesen kennen.

3.4. Vorgehen bei der Korrektur von Fehlern

Fehler machen alle – glaubwürdig sind diejenigen, die offen zu ihnen stehen und korrigieren, was korrigiert werden muss.

Eine rasche Korrektur ist zentral. Identifizierte Fehler in publizierten Beiträgen, sei es auf der Internetseite von SWI swissinfo.ch oder den Social-Media-Plattformen, müssen unverzüglich korrigiert werden. Wenn sie von Aussenstehenden signalisiert werden, müssen sie zuerst überprüft werden. Eine Rückmeldung über die vorgenommenen Korrekturen aufgrund des Hinweises ist Pflicht.

Sprachliche Korrekturen (falsche Schreibweisen etc.) werden direkt im Beitrag vorgenommen; eine explizite Richtigstellung ist nicht erforderlich.

Inhaltliche Korrekturen aufgrund unzureichender Recherchen, falscher Fakten oder irreführender Aussagen werden umgehend korrigiert und in einer Box im Artikel oder in einer Fussnote (Was wurde korrigiert? Datum und Grund der Korrektur?) ausgewiesen. Das Publikationsdatum in den Metadaten wird bei einer Korrektur nicht angepasst.

Wenn Fehler auftauchen, werden diese von dem oder der Autor:in mit einem Korrekturvorschlag an alle Sprachredaktionen kommuniziert, und zwar so, dass sofort ersichtlich wird, was wie korrigiert werden muss.

Wenn Nutzer:innen faktische Fehler in Beiträgen in den Sozialen Medien bemängeln, müssen Distributionsverantwortliche in der entsprechenden Sprache rasch reagieren und in einer sachlichen Antwort Transparenz herstellen. Weisen Interessenvertreter:innen (z.B. Politiker:innen und andere Stakeholder) auf Unausgewogenheiten hin, ist die Chefredaktion einzubeziehen. Fehler werden sofort korrigiert und transparent gemacht – mit Dank für den Hinweis.

Wenn Nutzer:innen Reklamationen mit Beanstandungscharakter einreichen, muss man sie auf die Möglichkeit hinweisen, dass sie an die Ombudsperson gelangen können.

3.5. Löschungsbegehren und Anonymisierung

Das Online-Angebot von SWI ist dauerhaft abrufbar. Es ist als digitales Archiv von öffentlichem Interesse: Laut dem Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR) gehört zur freien Meinungsbildung auch der Anspruch, Ereignisse der Vergangenheit recherchieren zu können.

SWI ist sehr restriktiv in Bezug auf Begehren von Personen, welche eine Löschung eines älteren, sie betreffenden Online-Beitrags fordern. Eine Löschung ist grundsätzlich ausgeschlossen.

Macht eine Person geltend, dass ein älterer Online-Beitrag sie heute in ihrer Persönlichkeit widerrechtlich verletzt, wird das öffentliche Interesse des Beitrages analysiert und die Anonymisierung des Beitrags geprüft. Dazu kann die Redaktion den Rechtsdienst der SRG SSR beiziehen, der die Einzelfallbeurteilung vornimmt und in Absprache mit der Chefredaktion bzw. der betroffenen Abteilungsleitung über das Begehren entscheidet. Wird im Ausnahmefall ein Beitrag anonymisiert, wird dies online transparent gemacht.

3.6. Der Publikumsrat

Der Publikumsrat als institutionalisierte Publikumsvertretung nimmt regelmässig in speziellen Berichten zur Qualität Stellung. Er ist vielsprachig zusammengesetzt, um der Produktion von SWI swissinfo.ch gerecht zu werden. Durch die regelmässige Rotation der Sprachvertretungen im Publikumsrat wird ein gutes Monitoring über das gesamte Sprachangebot sichergestellt. Das Feedback des Publikumsrates wird von der Chefredaktion direkt an die zuständigen Medienschaffenden weitergeleitet.

Der Publikumsrat besucht zudem an einem Q-Day die Redaktion, um Einblick zu bekommen und Rückmeldungen zu möglichen Qualitätsverbesserungen direkt einzubringen.

3.7. Beanstandungen

Die Ombudsstelle wacht über die Einhaltung der Qualitätsvorgaben. Bei Beanstandungen vermittelt sie zwischen dem Publikum sowie von Medienberichten betroffenen Personen und Institutionen und den Redaktionen von SWI swissinfo.ch. Seit 2016 können beanstandete Fälle auch vor die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen UBI getragen werden. Dabei kann es um redaktionelle Inhalte von SWI gehen, aber auch um Nutzer:innenkommentare.

4. Engagement

SO TRETEN WIR MIT NUTZER:INNEN IN DIALOG

4.1. Dialogbereitschaft

SWI swissinfo.ch stärkt die Sichtbarkeit der Themen und der Expertise in der Community durch ein gemeinsames, vielfältiges und aktives Engagement und dank der Interaktion mit der Community. Dazu stärkt die Redaktion den laufenden, persönlichen Dialog auf Augenhöhe und moderiert die Debatten. In den Debatten bietet sie als Service und Vertiefung weitere Artikel zum Thema an.

Sie zeigt sich offen für den Austausch und nimmt sich Zeit für die Anliegen der Nutzer:innen. E-Mails, Kommentare und Dialoge in sozialen Medien beantwortet sie möglichst ohne Verzug und in Form und Stil korrekt. Die E-Mails an die Redaktion werden laufend vom Assistenzpool überwacht. Dieser triagiert die Mitteilungen.

Leser:innen können auch Ideen für Meinungsartikel oder sonstige Beiträge einreichen, wobei die Redaktion sicherstellt, dass über mehrere Beiträge hinweg alle relevanten Aspekte eines Themas abgebildet werden. Spezielle Formate auf der Website, wie z. B. die mehrsprachigen Debatten über eine von der Redaktion gestellte Frage, laden ebenfalls zum Leser:innen-Feedback ein und können zu Ideen für Artikel und weitere Debatten führen. Das Profil jedes Journalisten und jeder Journalistin enthält Informationen darüber, wie man mit ihm oder ihr in Kontakt treten kann, sowie Informationen über die Fachkenntnisse und Interessen.

Medienschaffende beantworten Reklamationen, die an sie persönlich gerichtet sind, in der Regel selbst und informieren bei gravierenden Fällen oder Reputationsrisiken ihre Vorgesetzten.

4.2. Kommentare und Debatten

Externe Kommentare zu einzelnen Inhalten können verletzend, feindselig oder diskriminierend sein. Um tiefer gehende Debatten über Themen zu fördern, werden die Kommentarspalten unter einzelnen Artikeln grundsätzlich geschlossen, es sei denn, der oder die Autor:in möchte sich mit dem Publikum über einen bestimmten Aspekt der Geschichte austauschen.

Stattdessen werden gezielte, konstruktive Debatten initiiert. Dank einer guten Debattenkultur treten Fachleute, Stakeholder:innen und Interessierte in den Dialog mit der Redaktion. Diese pflegt mit dem Publikum konstruktive Gespräche, um relevante Themen und Recherchen noch besser einordnen und vertiefen zu können. SWI swissinfo.ch will für die Nutzer:innen und mit ihnen die Welt besser verstehen.

Redaktionsmitglieder müssen sich bewusst sein, dass sie in diesen Dialogen stets auch SWI swissinfo.ch als Kollektiv vertreten. Wenn Journalist:innen als voreingenommen wahrgenommen werden oder in den sozialen Medien aktivistisch tätig sind, kann dies die Glaubwürdigkeit des gesamten Unternehmens beeinträchtigen.

Wenn sich Mitarbeitende im Dialog Drohungen ausgesetzt sehen, wenden sie sich an ihre Vorgesetzten. In Zweifelsfällen ist der Rechtsdienst der SRG SSR einzubeziehen.

In Debatten und bei der Moderation von Kommentaren tritt die Redaktion wie folgt auf:

- ... sie vermittelt keine negativen Emotionen
- ... sie zeigt Vertrauen
- ... sie konzentriert ihre Antworten und Aufmerksamkeit auf Nutzer:innen, die einen konstruktiven Beitrag leisten
- ... sie scheut sich wonötig nicht vor Selbstkritik
- ... sie argumentiert mit Fachwissen, ohne andere zu bevormunden
- ... sie verweist auf andere Inhalte auf der Webseite
- ... sie offenbart ihr Fachwissen
- ... sie bedankt sich beim Publikum für dessen Beiträge und verwendet sie in zukünftigen Artikeln
- ... sie teilt Lob, Kritik und Anregungen mit den für den Inhalt verantwortlichen Personen bei SWI
- ... sie stellt tiefer gehende Fragen, um detailliertere Antworten zu erhalten
- ... und schafft eine positive Atmosphäre, die zu einer konstruktiven Debatte anregt

4.3. Qualitätskriterien für den Dialog

Alle auf SWI swissinfo.ch und den damit verbundenen Plattformen und Sozialen Medien geposteten Nutzer:innen-Kommentare und Debattenbeiträge werden von den Medienschaffenden der jeweiligen Sprachredaktion durchgängig beobachtet und aktiv moderiert. Kommentare auf der Webseite werden vor der Publikation überprüft, solche in den Sozialen Medien zeitnah, nachdem sie gepostet wurden.

Persönliche Meinungen anderer sind zu respektieren und ernst zu nehmen. In Publikumsdebatten ist jedoch darauf zu achten, dass die Netiquette eingehalten wird. Nicht toleriert werden insbesondere:

- Inhalte, die keinen Bezug zum jeweiligen Thema haben
- Verallgemeinerungen, Unterstellungen oder Behauptungen, die sich nicht überprüfen lassen
- persönliche Angriffe jeglicher Art, Beleidigungen oder gezielte Provokationen
- Diskriminierung aller Art wie beispielsweise aufgrund von Religion, Nationalität, Hautfarbe, sexueller Orientierung, politischer Gesinnung, Alter oder Geschlecht
- Gewaltverherrlichende oder pornografische Inhalte
- kommerzielle oder politische Werbung
- rechtswidrige Inhalte
- falsche Angaben zum Namen und Vorname

Wer gegen die Netiquette verstösst, wird ermahnt. Im Wiederholungsfall werden Nutzer:innen gesperrt. Bei gravierenden Verletzungen der Netiquette kann die Nutzerin oder der Nutzer sofort geblockt werden. Es besteht grundsätzlich kein Anrecht auf Publikation.

In den sozialen Medien werden beleidigende oder sitten- und rechtswidrige Inhalte verborgen und der oder die Nutzer:in verwarnt. Bei mehrmaligen Vergehen können Nutzer:innen ohne Angabe von Gründen von der Seite gesperrt werden. Vor dem Sperren muss ein Screenshot des Kommentars gespeichert werden.

Bei heiklen Kommentaren oder Diskussionen wird eine zweite Meinung im Unternehmen eingeholt. Richtet sich eine Diskussion gegen Personen, das Unternehmen oder seine Mitarbeitenden, wird die Chefredaktion informiert.

4.4. Soziale Medien

Soziale Medien sind in der Distribution der Inhalte für SWI swissinfo.ch wichtig, oft sind sie der Ort, wo die Nutzer:innen journalistische Inhalte finden und konsumieren. Vor allem sind sie auch eine Plattform für die Interaktion mit dem Publikum. Im Dialog können Fragestellungen geschärft und neue Themenfelder recherchiert werden. Rückmeldungen können als Basis für die weitergehende Berichterstattung dienen. Überdies wird potenziellen Nutzer:innen auf den Social Media die Arbeit von SWI swissinfo.ch näher gebracht.

SWI swissinfo.ch ist mit einem Profil in jeder Sprache auf Facebook, Twitter und Instagram vertreten. Einzelne Sprachen sind auch auf anderen Plattformen präsent (TikTok, LinkedIn, WeChat, VKontakte...). Die Verantwortung für die Betreuung und Koordination der Profile liegt bei den Distributions-Verantwortlichen in der entsprechenden Sprache.

Alle, die während des Planungs-, Schreib- und Veröffentlichungsprozesses mit diesen Inhalten arbeiten, sind dafür verantwortlich, dass sie verbreitet werden. Die Überlegungen, wie die Inhalte auf den verschiedenen Plattformen präsentiert werden, beginnen bereits in einem frühen Stadium des Prozesses. Medienschaffende, der Editor oder die Editorin sowie die Fachpersonen für Multimedia und Distribution werden miteinbezogen. Die Veröffentlichung auf den Plattformen erfolgt durch Medienschaffende aus der Fachredaktion und/oder die für die Distribution verantwortliche Person in der Sprachredaktion.

Die Sprache wird der jeweiligen Plattform angepasst, das kann zum Beispiel informell, humorvoll, charmant, jugendlich, kreativ, zugänglich oder persönlich sein. Dennoch tritt die Redaktion stets professionell auf und hält sich an die journalistischen Standards und Richtlinien von SWI swissinfo.ch. Sie sucht aktiv und auf Augenhöhe den Austausch mit den Nutzerinnen und Nutzern und tritt in direkten persönlichen Kontakt mit ihnen. Falls es inhaltlich und journalistisch sinnvoll ist, wird auf Inhalte anderer Anbieter verwiesen.

Was einmal online ist, kann nicht gelöscht werden, daher sind Respekt, Qualität, Recht und Neutralität besonders wichtig. Es wird nichts publiziert, was nicht auf der Frontseite von SWI swissinfo.ch veröffentlicht werden könnte.

4.5. Private Profile von SWI-Mitarbeitenden

Die Nutzung sozialer Medien für professionelle Zwecke wird gefördert. Sie dient neben der Distribution zum Beispiel auch der Kontaktpflege mit Redaktionsmitgliedern anderer Medien, der Beschaffung oder dem Austausch von Informationen oder dem Dialog auf Augenhöhe mit dem Publikum.

Die privaten Profile werden als selbstverständliche Erweiterung der journalistischen Tätigkeit betrachtet. Deshalb gelten die gleichen berufsethischen Grundsätze. Als Vertreter:innen eines Medienunternehmens, das der Ausgewogenheit verpflichtet ist, tragen die Medienschaffenden auch durch ihre privaten Äusserungen eine Verantwortung für die Glaubwürdigkeit, Ausgewogenheit und Qualität von SWI swissinfo.ch.

Persönliche Äusserungen auf privaten Profilen können mit dem Unternehmen in Verbindung gebracht oder gegen dieses gerichtet werden. Das bedeutet, dass grundsätzlich die gleichen Regeln wie für die anderen Profile gelten. Es ist wichtig, auch auf den privaten Profilen nur Äusserungen zu machen, zu welchen man stehen kann, falls sie öffentlich werden.

Zwingend müssen Medienschaffende von SWI in persönlichen Profilen von einer Parteiergreifung absehen, da diese auf die SWI-Publikationen abfärben kann. Auf Propaganda oder Werbung, zum Beispiel für politische Parteien oder Interessengruppen, haben sie zu verzichten, weil das ihre Glaubwürdigkeit und damit die der Publikation gefährden kann.

Auch beim Liken und Sharen von Posts ist Vorsicht geboten, da sich dies kaum mit der erforderlichen Distanz vereinbaren lässt. Folglich sollen einseitig dargestellte politische Inhalte grundsätzlich nicht geliked oder geteilt werden. Vergleichbar heikel ist die Mitgliedschaft bei themenbezogenen Social-Media-Gruppen: Medienschaffende von SWI sollen keinen Gruppen beitreten, deren Forderungen einen explizit politischen, wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Kerninhalt haben.

Redaktionsmitglieder von SWI swissinfo.ch sollen im persönlichen Profil ihrer Social Media Accounts transparent machen, welche Rolle sie in der Redaktion wahrnehmen. Twitter-Profile sollen wenn möglich verifiziert sein (Blauer Haken).

5. Themenwahl

SO ENTSCHEIDEN WIR ÜBER INHALTE

5.1. Gegenstand der Berichterstattung

Jeder Beitrag auf SWI swissinfo.ch knüpft an eine internationale Debatte an und hat einen klaren Bezug zur Schweiz und/oder vermittelt Schweizer Perspektiven. SWI swissinfo.ch bietet Debatten, Hintergründe, Meinungen, Expertise und Kontext zu internationalen Themen aus einer Schweizer Perspektive – journalistisch unabhängig, differenziert und ausgewogen.

Die Redaktion schreibt vor allem für Nutzer:innen, die nicht Schweiz-Fachleute sind, die die politischen und institutionellen Finessen also nicht genau kennen. Dies erfordert zusätzlichen Kontext. Eine gut sichtbare Einbettung des Berichts ins Thema und in den Verlauf der Aktualität/Debatte ist darum zentral.

5.2. Grundsätze der Themenfindung

Die Inhalte der hintergründigen Berichterstattung werden in den Themenredaktionen (Beats) ausgearbeitet. Unterstützt werden die Beats in der Themenwahl von den Journalist:innen der Sprachredaktionen, welche die aktuellen Nachrichtenlage und die Debatten in ihrer Zielregion kennen und die dortigen Medien gezielt auswerten. Ebenso nehmen die Beats Anregungen und Diskussionsbeiträge der Nutzer:innen auf.

5.3. Orientierung an der Community

Der Markt von SWI swissinfo.ch ist heterogen. Deshalb arbeiten die Redaktion die Themen so auf, dass thematische und sprachliche Communities, also Nutzer:innen-Gruppen mit ähnlichen Bedürfnissen und Interessen, direkt angesprochen, vernetzt und in Debatten eingebunden werden. Dies erfolgt beispielsweise, indem:

- Debatten und **konkrete Fragestellungen** der Community am Anfang der Recherche platziert werden
- Für die Nutzerinnen und Nutzer ein **persönlicher Nutzen** oder Bezug hergestellt wird: Wie betrifft ein Beitrag die Nutzer:innen? Inwiefern können sie lernen oder profitieren?
- Ein **aktueller Bezug** geschaffen wird: Aktualität schafft Relevanz – idealerweise mit Hintergründen zu aktuellen Themen (zum Beispiel zum CH-Waffengesetz nach einem Amoklauf in den USA)
- Indem aufgezeigt wird, was die Nutzerinnen und Nutzer **von der Schweiz lernen** können: Fälle und Beispiele aus der Schweiz oder auch aus den Ländern der Nutzer:innen erleichtern das Verständnis
- **Vergleiche** zwischen Ländern angestellt werden: Durch den Vergleich der Schweiz mit dem Land der Nutzer:innen wird Bezug geschaffen
- Wo nötig **Hintergrundinformationen** bereitgestellt werden: Sichtbare Verlinkungen auf bestehende SWI-Inhalte und erklärende Boxen erleichtern bei komplexen Inhalten die Verständlichkeit

6. Informationsbeschaffung

SO GELANGEN WIR AN INFORMATIONEN

6.1. Recherche

6.1.1. Zugang zu Informationen

Journalist:innen haben die Freiheit zur unbehinderten Ermittlung aller Tatsachen, die von öffentlichem Interesse sind. Die Geheimhaltung öffentlicher oder privater Angelegenheiten kann Journalistinnen und Journalisten gegenüber nur in Ausnahmefällen und nur mit klarer Darlegung der Gründe geltend gemacht werden (Quelle: Presserat). Ein Informant oder eine Informantin darf den Zugang zu Informationen nicht von einer positiven Berichterstattung abhängig machen.

Das Bundesgesetz über das Öffentlichkeitsprinzip der Verwaltung (BGÖ) regelt zudem, dass alle Personen grundsätzlich Zugang zu jeder Information und jedem Dokument der Bundesverwaltung haben. Eine Ausnahme gilt nur, wenn zum Beispiel die Privatsphäre Dritter verletzt oder die Sicherheit der Schweiz gefährdet würde.

6.1.2. Bezahlung von Informationen

SWI swissinfo.ch kauft niemandem Informationen gegen Geld ab. Zulässig ist in Ausnahmefällen eine Entschädigung für die Spesen, die für besondere Recherchen oder die Begleitung der SWI-Mitarbeiter:innen entstehen. In anderen Fällen oder wenn die Gesamtsumme 300 Franken übersteigt, ist die Einwilligung der Chefredaktion einzuholen.

6.1.3. Umgang mit Sperrfristen

Nachrichtensperren, die die freie Themenwahl behindern oder verunmöglichen, werden nicht akzeptiert.

Sachlich gerechtfertigte Sperrfristen sind einzuhalten, insbesondere Fristen, die den Medien Zeit zur Vorbereitung der Berichterstattung einräumen. Sperrfristen, die nur dazu dienen, bestimmte Medien gegenüber anderen zu bevorzugen, sind nicht gerechtfertigt. Ist eine Sperrfrist unbegründet, wird der Informationsgeber oder die Informationsgeberin rechtzeitig informiert, damit diese auch die anderen Medien benachrichtigen können. Vor der Verletzung einer Sperrfrist sind die Vorgesetzten zu konsultieren.

6.2. Umgang mit Auskunftspersonen

6.2.1. Verhalten der Medienschaffenden

Redaktionsmitglieder sind auch Botschafter:innen für Journalismus im Allgemeinen und für SWI swissinfo.ch im Besonderen. Deshalb ist professionelles Verhalten Pflicht. So sind zum Beispiel Anfragen zeitgerecht einzureichen, Fristen und Abmachungen einzuhalten und der Ton auch im Konfliktfall höflich und professionell zu halten.

6.2.2. Anfragen Recherchegespräche

Am Anfang des Recherchegesprächs stellen sich Medienschaffene ihren Kontaktpersonen unmissverständlich und transparent als SWI swissinfo.ch-Mitarbeitende vor und umschreiben ihr Vorhaben in den Grundzügen.

Mediengewohnte Gesprächspartner:innen (z.B. Politiker:innen, Pressesprecher:innen) wissen, dass ihre Aussagen publiziert werden können. Alle anderen Auskunftspersonen müssen darauf aufmerksam gemacht werden.

6.2.3. Führen von Interviews

Der Journalist resp. die Journalistin muss dem Thema gewachsen sein, um der interviewten Person auf Augenhöhe zu begegnen. Eine intensive Vorbereitung zum Thema ist unerlässlich.

Vor dem Interview sind mit dem oder der Gesprächspartner:in die Bedingungen – zum Beispiel die Regeln bei der Autorisierung – festzulegen. Nicht erlaubt sind Interviews, die ohne ausdrückliche Zustimmung des Gesprächspartners oder der -partnerin anhand eines informellen Gesprächs konstruiert werden.

Medienschaffende hinterfragen die Aussagen der interviewten Person und gestalten das Gespräch. Gegenpositionen werden zur Diskussion gestellt. Die Fragen müssen direkt und schnörkellos formuliert und so kurz wie möglich sein. Der Journalist oder die Journalistin befindet sich in einer kritisch distanzierten Rolle.

6.2.4. Tonaufnahmen

Tonaufnahmen von Gesprächen müssen gegenüber Gesprächspartner:innen immer deklariert werden. Dies gilt speziell für telefonisch geführte Gespräche. Heimliche Telefonaufnahmen sind strafbar und juristisch nicht verwertbar.

Autorisierte Tonaufnahmen sowie Notizen von Interviews sind aufzubewahren. Dies für den Fall, dass später die Richtigkeit der Aussagen belegt werden muss.

6.2.5. Autorisierung

Die befragte Person hat auf Verlangen das Recht, die eigenen Zitate vor der Publikation zu lesen und zu erfahren, in welchem Kontext diese publiziert werden. Im Umgang mit Privatpersonen ohne Medienerfahrung ist aktiv auf Möglichkeit der Zitatautorisierung hinzuweisen.

Interviews in Q&A-Form werden zur Autorisierung vorgelegt (ohne Titel, Lead und Bild). Faktische Fehler oder falsche Formulierungen müssen angepasst werden, nie aber dürfen auf Wunsch des Interviewpartners ganze Fragen weggelassen oder sinnverzerrende Änderungen vorgenommen werden. Wenn sich der Interviewer resp. die Interviewerin und die befragte Person einig geworden sind, dürfen vorherige Versionen nicht mehr verwendet werden. Kommt eine Einigung über die Verwendung von Interviews nicht zustande, können sowohl SWI swissinfo.ch als auch Interviewte das Gespräch zurückziehen. Nicht zurückziehen können sie den Informationsgehalt des Interviews. Notfalls kann die Aussage in indirekter Rede zitiert werden.

Davon abgesehen werden ganze Beiträge vor Publikation grundsätzlich nicht zur Ansicht vorgelegt. Ausnahmen müssen begründet und mit den Vorgesetzten besprochen werden. Die Gesprächspartnerin oder der Gesprächspartner muss die eigenen Aussagen wiedererkennen können, auch in einem stark zusammenfassenden Beitrag.

Wenn Aussagen genehmigt sind, können sie nicht mehr zurückgezogen werden, wie immer sich die Lage entwickelt. Dafür setzt sich die Redaktion ein, auch wenn die Widerstände gross sind.

6.2.6. Anschuldigungen

Alle in Artikeln erwähnte Personen haben das Recht zu Sachverhalten zu ihrer Person Stellung zu nehmen.

Ergeben sich schwere Vorwürfe gegen eine Person oder Organisation, muss ihr die Möglichkeit zur Stellungnahme aktiv angeboten werden. Der beschuldigten Partei sind dafür mindestens 24 Stunden Zeit einzuräumen. Verzichtet diese auf eine Stellungnahme oder ist sie nicht erreichbar, ist dies im Beitrag transparent auszuweisen.

6.2.7. Anonymität von Journalist:innen

Der Schutz der Journalist:innen und Freelancer:innen hat für SWI swissinfo.ch eine hohe Priorität. Aus diesem Grund ist es in Ausnahmefällen zulässig, dass Autor:innen anonym recherchieren und berichten, wenn ein hohes öffentliches Interesse am Thema besteht. Sowohl eine verdeckte Recherche wie auch eine Anonymisierung der Journalistin oder des Journalisten muss jedoch vorgängig von der Chefredaktion bewilligt werden. Kriterien, die eine Anonymisierung rechtfertigen, sind zum Beispiel eine Bedrohung an Leib und Leben von Medienschaffenden oder deren Kontaktpersonen, oder wenn ein Visum über lange Zeit und ohne zu akzeptierende Gründe verweigert und somit die Berufstätigkeit langfristig eingeschränkt werden könnte.

Der Grund der Anonymisierung muss im Artikel zwingend in einer Infobox transparent gemacht werden.

7. Journalistisches Handwerk

SO SETZEN WIR THEMEN UM

7.1. Umsetzung von Themen

7.1.1. Grundsätze der Umsetzung

Die Redaktion besteht nicht aus Einzelkämpfer:innen. Gute Inhalte sind ein Produkt der Kooperation zwischen verschiedenen Sprachredaktionen in den Beats, den Fachpersonen für verschiedene Formate und/oder dem Marketing und der IT.

7.1.2. Kriterien für einen Beitrag

Bei der Produktion von Nachrichten und Berichten gelten die Grundregeln des Nachrichtenjournalismus: Jeder Beitrag beantwortet die sieben W (Wer? Was? Wie? Wann? Wo? Warum? Woher stammt die Information?).

Jeder Beitrag muss für sich sprechen. Er enthält:

- Eine Kernaussage
- Eine Aussage dazu, warum diese Kernaussage zum Zeitpunkt der Publikation wichtig oder relevant ist
- Einen internationalen Anknüpfungspunkt
- Die Schweizer Perspektive zum Thema
- Notwendige, aber nicht ausschweifende Hintergrundinformation
- Zitate und Quellenangaben

Der Beitrag darf nicht zu viel Wissen voraussetzen oder Fragen aufwerfen, die er nicht beantwortet – besonders im Titel. Die für das Verständnis notwendigen Fakten müssen genannt und korrekt sein; Behauptungen müssen belegt werden.

Komplexe Inhalte werden visualisiert oder vereinfacht dargestellt und vermittelt.

Zur Kontextualisierung sind andere für das Thema relevante Fokusse, erklärende Inhalte (Explainer) und ergänzende Beiträge einzubetten.

Die Abnahme resp. das Gegenlesen von Beiträgen ist anhand der im Content Management System aufbereiteten Version durchzuführen.

7.1.3. Themenumsetzung bei Wahlen und Abstimmungen

SWI swissinfo.ch spielt für die Meinungsbildung der Auslandschweizer:innen vor Wahlen und Abstimmungen eine Schlüsselrolle. Deshalb sind die Anforderungen an Sachgerechtigkeit, Meinungsvielfalt und Fairness besonders hoch.

Die Redaktionen achten darauf, dass im Gesamtangebot Pro- und Contra-Seite fair zu Wort kommen, und dass die Berichterstattung ein für die Abstimmungsentscheidung angemessenes Mass an relevanter, sachlicher Hintergrundinformation enthalten.

Durch die Aktualität diktierte und journalistisch begründete Berichte über Wahlen und Abstimmungen sind jederzeit möglich. Es gilt jedoch: Je näher der Abstimmungs- oder Wahltermin rückt, desto wichtiger sind Sachgerechtigkeits- und Vielfaltsgebot.

Für die Berichterstattung vor Abstimmungen und Wahlen gelten untenstehende Fristen verbindlich für alle Gattungen, Formate und Kanäle. Entscheidend ist der Zeitpunkt der Publikation in der Originalsprache.

Acht Wochen vor dem Datum des Urnengangs beginnt in der Regel die eigentliche Abstimmungsberichterstattung:

- Es ist zulässig, zwecks Vertiefung von Themen auf das eine oder das andere Lager zu fokussieren.
- Einzelauftritte von Kandidierenden des Pro- oder Kontralagers sind in allen Publikationen von der Chefredaktion zu bewilligen.
- In ihrer Gesamtheit hat die Berichterstattung dem Gebot der Fairness zu genügen.

Drei Wochen vor dem Abstimmungstermin gilt eine erhöhte Sorgfaltspflicht:

- In allen Beiträgen kommen die unterschiedlichen Positionen angemessen und mit ihren zentralen Argumenten zu Wort.
- Es gibt keine Einzelauftritte von Kandidierenden, die eine einseitige Plattform bieten.

Eine Woche vor dem Urnengang gilt die schärfste Form der Sorgfaltspflicht:

- Alle einzelnen Beiträge müssen zwingend in sich ausgewogen sein.
- Ab Donnerstag vor einem Urnengang dürfen grundsätzlich keine neuen Abstimmungsinhalte mehr publiziert werden.

Alle Medienschaffenden von SWI swissinfo.ch unterliegen der erhöhten Sorgfaltspflicht. Sie beziehen im Vorfeld einer Wahl oder Abstimmung nicht öffentlich Position zu den Vorlagen.

7.1.4. Berichterstattung über religiöse Themen

Auf religiöse Themen ist ein besonderes Augenmerk zu legen, weil sie teilweise in der gesellschaftspolitischen Debatte instrumentalisiert werden. Die Redaktion bietet keine Plattform für Hetze. Sie achtet darauf, dass die religiösen Gefühle der Nutzer:innen respektiert werden.

7.1.5. Vermeidung von Rassismus, Sexismus und Diskriminierung

SWI swissinfo.ch diskriminiert keine Personen oder Personengruppen – weder wegen ihrer ethnischen Zugehörigkeit noch aufgrund ihrer Religion, ihrer sexuellen Orientierung oder ihrer Geschlechtsidentität. Die Redaktion achtet darauf, dass in Sprache und Bild keine Stereotypen verfestigt werden. Alle Mitglieder engagieren sich für ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in der Berichterstattung.

Für sprachspezifische Ausführungen zur inklusiven Sprache ist die Richtlinie «Inclusive Language at SWI swissinfo.ch» zu konsultieren.

7.1.6. Namensnennungen

Namen von Tätern, Täterinnen oder Opfern von Straftaten werden grundsätzlich nicht genannt. Deren Nationalität wird nur dann erwähnt, wenn sie im Zusammenhang mit dem Delikt bedeutsam ist. Dasselbe gilt für Opfer von Katastrophen oder Unfällen.

Die Redaktion respektiert die Unschuldsvermutung bei mutmasslichen Täterinnen und Tätern sowie den Schutz der Privatsphäre von Opfern. Besonders respektiert wird die Privatsphäre von Minderjährigen. Ausnahmen von dieser Regel – sie erfordern die Zustimmung der Redaktionsleitung – sind möglich, wenn die Namen dieser Personen in der Öffentlichkeit bereits so bekannt sind, dass die Nichterwähnung irritieren würde.

Bei Personen des öffentlichen Lebens liegt diese Schwelle tiefer. In der Öffentlichkeit bekannte Persönlichkeiten oder Personen, die eine wichtige Position des öffentlichen Lebens besetzen, geniessen einen verminderten Datenschutz, insbesondere, wenn deren Delikte im Zusammenhang mit ihrer Funktion stehen.

7.2. Verwendung journalistischer Formen

7.2.1. Grundsätze zur Wahl journalistischer Formen

Dank der Wahl der geeigneten journalistischen Form wird der Inhalt eines Beitrages so verständlich wie möglich vermittelt. Medienschaffende entscheiden gemeinsam mit dem oder der Beatleiter:in resp. Editor:in über die formale Umsetzung. Dabei soll der Inhalt über möglichst viele Kanäle ausgespielt werden (Multimediaformate dienen der Ausspielung über Social Media).

7.2.2. Interview

Ein Interview ermöglicht einen persönlichen Zugang zu einem Thema. Mit dieser journalistischen Form erhält eine Persönlichkeit die Möglichkeit, ihren Standpunkt zu einem bestimmten Thema darzulegen.

Wissensfragen (Fragen zu Fakten) gehören nicht in ein Interview. Eine Ausnahme sind Fragen zu neuen Entwicklungen. Die persönliche Meinung der Journalistin oder des Journalisten gehört ebenfalls nicht in ein Interview.

Interviews werden nur schriftlich geführt, wenn eine Stellungnahme unerlässlich ist und es keine Möglichkeit gibt, ein persönliches Gespräch zu führen. Erscheint ein schriftlich geführtes Interview, muss dies deklariert werden, indem unten im Artikel ein kursiver Satz eingefügt wird: «Dieses Interview wurde schriftlich per E-Mail am xxx (Datum) geführt.»

Steht eine interviewte Person mit der SRG SSR in einer geschäftlichen oder besonderen Beziehung, ist dies transparent zu machen. Die interviewte Person ist mit einer kurzen Vita mit Funktion und besonderen Leistungen zu beschreiben. Steht der Journalist oder die Journalistin mit der interviewten Person in einem besonderen Verhältnis, wird dies offen gelegt.

Besondere Bedingungen, die zum Interview geführt haben, wie eine externe Initiative oder Abmachungen vor der Aufzeichnung des Interviews (z.B. der Verzicht auf bestimmte Fragen), sind bei der Publikation transparent zu machen.

Formal gelten folgende Regeln:

- Fragen sind fett gedruckt.
- Vor der ersten Antwort stehen Vorname und Name der interviewten Person.
- Vor allen anderen Antworten stehen die Initialen der interviewten Person.
- Nach dem Lead folgt eine kurze Einführung ins Thema mit Informationen, welche zum Verständnis beitragen und einen Leseanreiz bieten. In der Einführung wird auch die interviewte Person kurz vorgestellt.
- Herausragende Zitate werden als Quote hervorgehoben.

Die Redaktion weist Interviewpartner:innen auf die Guidelines und insbesondere den Verzicht auf das generische Maskulinum hin. Lehnen diese es ab, ihre Zitate gendergerecht zu gestalten, wird dies in einer Fussnote kommuniziert, angehängt beim ersten generischen Maskulinum (*«SWI swissinfo.ch bekennt sich zu einer gendergerechten Sprache und verzichtet insbesondere auf die Verwendung des generischen Maskulinums. Alle Interviewpartner:innen werden darauf aufmerksam gemacht. XY ist dieser Empfehlung nicht gefolgt»).

7.2.3. Porträt

Ein Porträt ist eine an den Tatsachen orientierte, aber subjektiv gefärbte, lebendig geschriebene Form: Eine Personenreportage, die mehr darstellt als eine einfache Beschreibung der Biografie. Das Porträt enthält nicht nur Fakten, sondern auch Beobachtungen der Journalist:innen über Eigenschaften, Aktivitäten, Denkweisen, Gefühle. Sie bringen aber nicht die eigene Meinung über eine Person zu Papier und verzichten auf Werturteile und Kommentare.

Das Porträt ist eine der anspruchsvollsten Stilformen des Journalismus. Nirgends sonst kommt man einer Person so nahe. Die porträtierte Person, die auch sehr persönliche Dinge über sich preisgeben kann, muss sich auf die Redlichkeit und Gewissenhaftigkeit der Journalistin oder des Journalisten verlassen können. Trotzdem oder gerade deswegen ist eine kritische Distanz geboten (keine Gefälligkeitsberichte): Aussagen werden überprüft.

Das Porträt wirkt glaubwürdiger und die porträtierte Person menschlicher, wenn Stärken und Schwächen zur Sprache kommen. Aussagen von Dritten über die zu porträtierende Person sind wichtig. Weil es anmassend wäre, eine Person nach einem Treffen von 2–3 Stunden zutreffend zu charakterisieren, wird vor allem die Begegnung mit der Person beschrieben – ein kurzer Ausschnitt aus dem Leben von...

Es werden keine nahestehenden Personen oder Mitarbeitende aus der eigenen Redaktion porträtiert. Ausnahmefälle sind mit der Redaktionsleitung abzusprechen und transparent zu machen.

Aus Aktualitätsgründen kann es erforderlich sein, ein Porträt zu erstellen, ohne vorher die Person zu treffen oder mit ihr sprechen zu können (meistens Personen des öffentlichen Lebens). Ist dies der Fall, muss dies offengelegt werden. Dafür können Informationen aus anderen Medien, aus publizierten Interviews oder von Auskunftspersonen verwendet werden, welche die zu porträtierende Person gut kennen oder kannten.

Der Text wird der porträtierten Person vor der Publikation nicht zum Gegenlesen vorgelegt, sondern höchstens einzelne Ausschnitte zur Überprüfung der Fakten und Zitate. Die Interessen und Einschätzungen der porträtierten Personen und jene der Journalistin oder des Journalisten können in gewissen Punkten nicht übereinstimmen.

Personen, die möglicherweise nicht urteilsfähig sind, sind vor sich selbst zu schützen. Auch wenn sie Öffentlichkeit suchen, wird auf eine Berichterstattung über sie verzichtet.

7.2.4. Meinungsbeiträge, Analysen und Kommentare

Meinungen und subjektive Bewertungen werden nur in der Form von Standpunkten externer Autor:innen abgebildet. Meinungsbeiträge werden in der Regel nicht finanziell honoriert. Sie sind eindeutig durch das Layoutformat als solche auszuweisen und zu differenzieren, so dass sie auf den ersten Blick klar von der faktenbasierten Berichterstattung zu unterscheiden sind.

Analysen aus Schweizer Sicht zum Weltgeschehen und aus internationaler Sicht auf die Schweiz gehören zum Kernangebot von SWI swissinfo.ch. Sie werden zurückhaltend eingesetzt und stehen nicht für sich allein. Analysen ergänzen eine bereits laufende Berichterstattung von SWI zu einem Thema.

Als Verfasser:innen von Meinungsbeiträgen und Analysen kommen Persönlichkeiten in Frage, die sich zum entsprechenden Thema als Fachpersonen prominent geäußert haben oder die aufgrund ihrer Erfahrung international bekannt sind. Auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen weiblichen und männlichen Persönlichkeiten ist zu achten.

Bei externen Analysen ist speziell auf die Ausgewogenheit der Argumentation zu achten. Alle Sichten auf das Thema sind abzubilden, so dass sich Leser:innen eine eigene Meinung bilden können. Ergreift ein externer Autor oder eine externe Autorin Partei, so ist auf SWI gleichzeitig und -wertig auch die Gegenposition darzustellen und die beiden Positionen müssen zwingend miteinander verlinkt werden. In jedem Fall ist ein Disclaimer zu veröffentlichen: «Die von den Autorinnen und Autoren vertretenen Meinungen müssen sich mit denjenigen der Redaktion nicht decken».

Redaktionsmitglieder mit vertieften Dossier-Kenntnissen können Analysen schreiben, die über die neutrale, absolut wertfreie Berichterstattung hinausgehen. Nicht die Meinung des Autors oder der Autorin ist dabei wichtig, sondern Fokus und Argumentation, die Offenlegung der Zusammenhänge und die Folgen von Ereignissen. Analysen tragen zur Verständlichkeit komplexer Sachverhalte bei. Sie basieren auf Fakten, sind frei von Vorurteilen und ausgewogen. Die Argumentation ist nachvollziehbar und plausibel. Diese Inhalte sind klar als Analysen erkennbar zu machen.

Texte aus persönlicher Perspektive sind möglich. Obwohl sie subjektiv gefärbt sind, basieren sie auf Fakten und nicht auf persönlichen Meinungen. Ansonsten gelten die gleichen journalistischen Grundsätze, wie für alle anderen Beiträge. Analysen unterliegen einer erhöhten Sorgfaltspflicht und sind deshalb von der Chefredaktion abzunehmen.

Der in den Printmedien verbreitete Meinungskommentar kommt bei SWI swissinfo.ch nicht vor. Er kann bei wichtigen Abstimmungen oder Wahlen, in Ausnahmefällen auch bei anderen herausragenden Ereignissen, von der Chefredaktion eingesetzt werden. Redaktionsmitglieder verfassen auch in anderen Medien keine Kommentare.

7.2.5. Faktenchecks

Im Rahmen eines Faktenchecks wird eine Aussage einer öffentlichen Person (z.B. eines Politikers oder einer Politikerin) ausgewählt und auf Grund zuverlässiger Beweise auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft. Dabei können vier mögliche Verdikte resultieren: richtig, falsch, irreführend oder nicht bewiesen (vgl. [hier](#)).

Jede Journalistin und jeder Journalist kann im Rahmen eines Beats einen Faktencheck vorschlagen und umsetzen. Geeignete Aussagen für einen Faktencheck sind nicht auf den ersten Blick eindeutig, sie müssen aber beweisbar sein (keine Meinungen oder Prognosen) und ein Thema des öffentlichen Interesses in der Schweiz betreffen.

Genauigkeit und Transparenz sind Schlüsselemente eines guten Faktenchecks. Deshalb sind die spezifischen internen Richtlinien zu konsultieren und Fachpersonen beizuziehen.

7.2.6. Paneldiskussionen

Paneldiskussionen ermöglichen den persönlichen und intensiveren Austausch mit den Communities und bieten den Stakeholdern eine Plattform. Sie sind eine spezielle Form des Journalismus und finden virtuell, hybrid oder physisch statt. SWI swissinfo.ch nutzt primär das virtuelle oder hybride Format, damit die Nutzer:innen aus aller Welt an der Diskussion teilnehmen können.

Paneldiskussionen werden auf Video aufgenommen, anschliessend im Rahmen des editorials Konzepts journalistisch verwertet und über die verschiedenen Kanäle distribuiert. Inhalte können auch von Dritten übernommen werden.

Damit das Speichern, die Bearbeitung und Weitergabe der Videoaufnahmen zugelassen ist, müssen folgende Rahmenbedingungen eingehalten werden:

- Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden spätestens am Anfang der Paneldiskussion (vor dem Start der Aufnahme) über die geplante Aufnahme informiert.
- Die Diskussionsteilnehmerinnen und Diskussionsteilnehmer werden beim Erstkontakt über die geplante Aufnahme der Paneldiskussion informiert; die Einverständniserklärung von SWI muss vor dem Beginn des Anlasses unterschrieben sein.

7.2.7. Kurationen und Presseschauen

Die Prinzipien der Ausgewogenheit gelten auch für Kurationen (Übernahme von Inhalten aus anderen Medien). Zeigt ein übernommener Inhalt nur eine Perspektive eines Themas auf, oder sind die Urheber:innen wegen einer Interessenbindung nicht unabhängig, muss mit ergänzenden Inhalten sichergestellt werden, dass sich die Nutzer:innen eine eigene Meinung zum Thema bilden können. Diese Beiträge zum selben Thema müssen untereinander verlinkt sein.

Die Presseschau ist ein zentrales Instrument von SWI swissinfo.ch, um die öffentlichen Befindlichkeiten in Bezug auf ein Ereignis oder eine Entscheidung im Ausland zu vermitteln. Sie ermöglicht, ein internationales Thema aus schweizerischer Perspektive zu behandeln. Die Presseschauen von SWI swissinfo.ch geben einen Überblick der Medienkommentare aus der französischen, italienischen und deutschen Schweiz.

Wenn ein aktuelles Ereignis in der Schweiz auch im Ausland zu reden gibt, produziert SWI swissinfo.ch eine internationale Presseschau. Daran beteiligen sich alle Sprachredaktionen, indem sie Zitate von Medien aus den Regionen ihres Sprachraums liefern.

7.2.8. Debatten

SWI swissinfo.ch richtet sich bei der Gestaltung von Debatten nach den folgenden Qualitätskriterien:

- Debatten sind nie unmoderiert: Jede Debatte wird aktiv von der Autorin oder dem Autor begleitet und moderiert, damit sie hochstehend, fair und lebendig bleibt mit dem Ziel, das Thema mit der Expertise der Nutzer:innen zu vertiefen. Ist die Autorin oder der Autor abwesend, muss eine Stellvertretung im Beat-Team bezeichnet werden.
- Debatten beziehen sich immer auf Recherchen und Beiträge von SWI swissinfo.ch, die bereits publiziert worden sind. Fragestellungen allein ermöglichen noch keine fundierte Meinungsbildung zu einem Thema, dafür braucht es Einordnung, Kontext und Fakten. Die grundlegende Erklärung und Information zum Thema muss für jede Frage gegeben sein.
- Jede Fragestellung wird zu Beginn des Debattenelementes mit Kontext und Information eingeführt, die Fakten liegen sichtbar auf dem Tisch.
- Die Fragestellungen sind nicht banal oder beliebig, sondern journalistisch und bieten Interessierten einen inhaltlichen Mehrwert, sie orientieren sich an im Ausland relevanten globalen Debatten.
- Die Fragestellungen werden immer gemeinsam im Beat-Team erarbeitet und diskutiert.
- In den Debatten wird auf suggestive, tendenziöse Fragen verzichtet, bei welchen von vornherein klar ist, dass sie bloss die Empörung bewirtschaften und Diskriminierung, Rassismus und Sexismus fördern.
- Debattenelemente werden von den Autorinnen und Autoren in den Distributionskreislauf gebracht und immer wieder gepusht.

7.2.9. User Generated Content (UGC)

Ein Aufruf an die Nutzer:innen zur Mitwirkung (User generated content) kann zu einer wertvollen Bereicherung der Berichterstattung führen.

Die Beiträge der Nutzer:innen müssen mit Sorgfalt und kritischer Distanz bearbeitet werden, weil sich Manipulationen nicht ausschliessen lassen. Sie unterliegen denselben Qualitätsanforderungen und Standards wie redaktionell produzierte Inhalte.

Vor der Veröffentlichung müssen Nutzer:innen kontaktiert werden, um deren Authentizität zu überprüfen und um die Zustimmung zur Veröffentlichung des Inhalts einzuholen. Für alle Bild- oder Textbeiträge der Nutzer:innen ist sicherzustellen, dass die Nutzungsrechte geklärt und dokumentiert sind. Bei Faktenbehauptungen der Nutzer:innen ist immer nach der Quelle zu fragen, so dass die Fakten verifiziert werden können.

Bei der Veröffentlichung muss der nutzer:innengenerierte Beitrag klar als solcher gekennzeichnet werden.

8. Produktion

SO VEREDELN WIR UNSERE BEITRÄGE

8.1. Grundsatz der Produktion

Jeder Beitrag wird in der Produktion der Originalversion von einer Editorin oder einem Editor begleitet. Damit wird gemeinsam mit dem Journalisten oder der Journalistin unter anderem sichergestellt, dass das Thema im Sinne der Angebotsstrategie von SWI swissinfo.ch umgesetzt wird, dass die notwendigen Informationen eingeholt wurden, dass die richtigen Formate eingesetzt sind, dass die Fakten stimmen und Überlegungen zur Distribution angestellt wurden. Es wird transparent ausgewiesen, wer die Editorin oder der Editor eines Beitrages war.

In einem weiteren Schritt, bei der Adaptation, bereiten Journalist:innen den Beitrag so auf, dass er für ihre Community einfach zugänglich ist. Dafür kann es zum Beispiel nötig sein, den Titel und Lead umzuformulieren, zusätzlichen Kontext einzubetten oder die Bildsprache anzupassen.

8.2. Leseanreize

Die Redaktion produziert nach dem Grundsatz «mobile first», weil die Inhalte vor allem auf mobilen Endgeräten genutzt werden. Alle Inhalte sind auf die Darstellung auf Smartphones optimiert. Das bedeutet vor allem übersichtliche Absätze. Die mobile Darstellung ist vor der Publikation zu prüfen.

Jeder Beitrag soll Anreize bieten, die Nutzer:innen zu fesseln und Einstiegsmöglichkeiten zu bieten: Zwischentitel und Bilder gliedern den Text und bieten Ankerpunkte für die Nutzer:innen. Faustregel: Pro Mobile Screen braucht es einen visuellen Unterbruch im Text. Dies kann ein Bild, ein Zwischentitel, ein hervorgehobenes Zitat oder eine Grafik sein.

Dabei wird auf passende Übergänge zwischen Text- und Multimedia-Elementen geachtet, so dass die Medienbrüche möglichst gering sind. Es ist nicht nötig, alle Informationsquellen im Beitrag zu Wort kommen zu lassen: So kurz, wie möglich – so lang, wie nötig.

8.3. Adaptation

Bei SWI swissinfo.ch wird ein grosser Teil der Produktion in mehreren oder sogar sämtlichen zehn Sprachen publiziert. Der Entscheid darüber, was in welche Sprachen übertragen wird, liegt primär bei der Chefredaktion, sekundär bei den Sprachredaktionen.

Sprachliche Adaptationen von Originalproduktionen der Beats gehören zur Kernkompetenz der Redaktion von SWI swissinfo.ch. Die Herausforderung besteht darin, den Text für die Nutzer:innen in den verschiedenen Sprachregionen verständlich und attraktiv zu gestalten, indem zum Beispiel Titel und Lead umformuliert werden (auch unter SEO-Kriterien) oder zusätzlicher Kontext eingebettet wird. Gleichzeitig ist den Aussagen des Originals gerecht zu werden.

In den Sprachredaktionen wird in Glossaren festgehalten, wie häufige Begriffe in die entsprechende Sprache zu übersetzen sind, um eine gewisse Konsistenz sicherzustellen. Dies gilt insbesondere für Begriffe, die in der Zielsprache noch nicht existieren.

Wird zur Adaptation ein automatisches Übersetzungstool eingesetzt und die adaptierte Version editorial nicht nachbearbeitet, wird das mit einem Disclaimer unmissverständlich ausgewiesen.

Wird ein Beitrag in eine andere Sprache übertragen, soll er in der jeweiligen Zielsprache wie ein Originaltext gelesen werden können. Die Ausgangssprache soll sich nicht durch Stil oder Struktur in der übersetzten Zielversion niederschlagen.

Für die bessere Verständlichkeit der Adaptation sind oft zusätzliche Erklärungen oder Präzisierungen erforderlich. Wenn Titel angepasst werden, sollte die Kernbotschaft erhalten bleiben. Der Autor resp. die Autorin kann Kürzungsmöglichkeiten für Inhalte vorschlagen. Journalist:innen, die darüber hinaus in der Adaptation wesentliche Kürzungen oder Änderungen am Storytelling vornehmen möchten, können dies in Absprache und mit dem Autor oder der Autorin tun.

Adaptierte Texte müssen dem Original und der Quintessenz des Beitrags gerecht werden. Wesentliche Änderungen – wie Änderungen der Struktur, Verzicht auf gewisse Quellen, Verzicht auf Multimedia-Elemente – müssen mit der Autorin oder dem Autor oder den Vorgesetzten besprochen werden.

Werden Interviews und direkte Zitate adaptiert, ist besondere Sorgfalt zwingend. Nach Möglichkeit sind die Aussagen in der Originalsprache beim Autor oder der Autorin zu beschaffen und von dort aus zu übersetzen.

Bei der Adaptation von Interviews in andere Sprachen ist es erlaubt, den Informationsgehalt in einer anderen journalistischen Form abzubilden. Es steht jeder Redaktion frei, die Zitate in ihrem eigenen Angebot in indirekte Rede umzuwandeln. Dabei sind keine sinnverzerrenden Änderungen zugelassen und es muss klar sein, was eine Aussage der interviewten Person ist und was redaktionelle Einordnung.

In der adaptierten Version des Beitrages wird ausgewiesen, welches die Originalsprache war und wer die Adaptation verfasst hat. Die Verantwortung für die publizierte Sprachversion liegt beim Leiter der entsprechenden Sprachredaktion.