

Publizistische Leitlinien

Version 2.0 - 2020

Inhaltsverzeichnis

1 Geltungsbereich	4
2 Allgemeines	5
2.1 Grundprinzipien	5
2.2 TELE Z-Journalisten/-innen und Normen	
2.3 Politische und wirtschaftliche Unabhängigkeit	5
2.4 Interessensbindung der Programmmitarbeitenden	6
2.5 Mandate	6
2.6 Öffentliche Auftritte	7
2.7 Informationshonorare, Scheckbuch-Journalismus	7
2.8 Geschenke und Hilfestellungen	8
2.9 Werbung	8
2.10 Nebenbeschäftigung	8
2.11 Insiderkenntnisse	9
3 Themenwahl	9
3.1 Heikle Themen	9
3.1.1 Wahlen und Abstimmungen	9
3.1.2 Religionen	9
3.1.3 Konsumentenschutz, Produktevergleiche	9
3.1.4 Gewaltdarstellung	10
3.1.5 Familiendramen	10
3.1.6 Suizid	10
3.1.7 Sex	10
3.1.8 Satire	10
3.2 Werbung und Sponsoring	11
4 Recherche	11
4.1 Recherche	11
4.2 Alle Betroffenen anhören	11
4.3 Recherchegespräch	12
4.4 Besondere Regeln beim People-Journalismus	12

5 Realisation, Schnitt, Texten	12
5.1 Interviews vor der Kamera	12
5.2 Rechte der Interviewpartnerin/des Interviewpartners	13
5.3 Situationsgerechte Aussenauftritte	14
5.4 Transparenz	14
5.5 Symbolbilder	14
5.6 Recht am eigenen Bild	15
5.7 Recht am eigenen Wort: keine Telefonmitschnitte	15
5.8 Spontane Konfrontation („Journalistischer Überfall“)	15
5.9 Verdeckte Recherchen und Drehen mit versteckter Kamera	16
5.10 Nennung von Markennamen	16
5.11 Anrede	16
5.12 Unschuldsvermutung	16
5.13 Namensnennung und Abbildung von mutmasslichen Straftätern	17
5.14 Rassistische Äusserungen und Antirassismus-Strafnorm	17
6 Abnahme	18
6.1 Abnahme und Gegenlesen	18
7 Reklamationen, Berichtigung, Gegendarstellung, Publikationsverbot	18
7.1 Reklamationen	18
7.2 Berichtigung und Entschuldigung	18
7.3 Aufbewahrung von Materialien	19

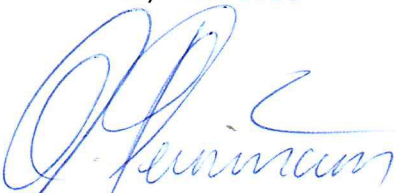
1. Geltungsbereich

Diese Leitlinien gelten sinngemäss für alle journalistisch tätigen Redaktionen des Zürcher Regionalfernsehens TELE Z. Sie definieren handwerkliche Regeln, die den journalistischen Qualitätsstandard, aber auch die Einhaltung von Medienrecht und Medienethik sichern helfen.

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

Diese Leitlinien liegen auf den Redaktionen vor und sind ein Arbeitsinstrument.

Wallisellen, März 2020



Claudia Steinmann
Geschäfts- und
Publizistische Leitung TELE Z



Peter Steinmann
Programmleitung TELE Z

2. Allgemeines

2.1 Grundprinzipien

Die Programmtätigkeit von TELE Z orientiert sich 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 bei Journalistinnen und Journalisten voraus (gründliche Vorbereitung). Sie bedingt auch Transparenz (die Quellenlage wird offengelegt), faire Darstellung der anderen Meinung (Anhörungsrecht beider Seiten) 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.

2.2 TELE Z-Journalistinnen und -Journalisten und Normen

Journalistinnen und Journalisten von TELE Z sind der Rechtsordnung, sinngemäss dem Journalistenkodex und den unternehmensethischen Normen der ZH-Medien GmbH verpflichtet. Kommt es zu Konflikten zwischen Rechtsordnung und Berufsethik (Beispiele: Zeugnisverweigerungsrecht StGB Art. 27 bis, Publikation vertraulicher Amtsinformationen StGB Art. 293), nehmen Journalistinnen und Journalisten von TELE Z eine sorgfältige Güterabwägung vor. In Grenzfällen und bei heiklen Themen und Vorgehensweisen, die Kontroversen rund um TELE Z oder Gerichtsverfahren auslösen können, konsultieren sie die Geschäftsführung und die Chefredaktion. Damit übernehmen diese grundsätzlich die Verantwortung.

2.3 Politische und wirtschaftliche Unabhängigkeit

Das Publikum von TELE Z muss sich darauf verlassen können, dass redaktionelle Entscheidungen nur aufgrund journalistischer Erwägungen und nicht aufgrund anderer Einflüsse getroffen werden. Um Interessenskonflikte von TELE Z-Journalistinnen und -Journalisten auszuschliessen und um Befangenheit (oder auch nur den Anschein davon) zu vermeiden, gelten diese Leitlinien für Programmmitarbeitende (Journalistinnen und Journalisten, Moderatorinnen und Moderatoren und andere, direkt an den Programminhalten Mitwirkende) als Verhaltenskodex.

2.4 Interessensbindung der Programmmitarbeitenden

Programmmitarbeitende legen Interessensbindungen, die für ihre jeweilige berufliche Tätigkeit von Bedeutung sein könnten, gegenüber der Geschäftsführung und der Chefredaktion 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 die Chefredaktion bei. Wenn eine Absprache mit den 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 1.11).
- Verwaltungsratsmandate, Beratungsverträge
- Verwandtschaftliche oder nahe persönliche Beziehungen zu Personen, über die der Journalist berichten soll.

Diese Aufzählung ist nicht abschliessend.

2.5 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 TELE Z wäre kompromittiert, wenn bekannt wird, dass ein Journalist, der über eine umstrittene Erhöhung einer Staumauer berichtet, Vorstandsmitglied von Pro Natura oder dem WWF ist. Generell ausgeschlossen sind Mandate in Sachgebieten, in denen TELE Z-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 der Exekutive einer kleinen Gemeinde oder in einer Schulkommission), entscheidet die Geschäftsführung oder die Chefredaktion. Wer für ein öffentliches Amt kandidieren will, bespricht dies vorgängig mit der Geschäftsführung und der Chefredaktion. Diese 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.

2.6 Öffentliche Auftritte

Aufträge zur Leitung von Podiumsdiskussionen und Ähnliches können angenommen werden, solange die Themen kontrovers debattiert werden und klar ist, dass der TELE Z-Mitarbeitende vom Veranstalter unabhängig ist. Derartige Einsätze sind vor einer Zusage mit der Geschäftsführung oder der Chefredaktion 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.

Journalistinnen und Journalisten von TELE Z 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 der Geschäftsführung abgesprochen sein. Entsprechende Aufrufe dürfen nur mit Namen und Beruf („Journalist/-in“, „Redaktor/-in“) 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. Ebenso verzichten sie auch auf die Teilnahme an Promi-Umfragen zu aktuellen, kontroversen politischen Fragen („Sind Sie für die Kündigung der Bilateralen Verträge mit der EU?“). Die Geschäftsführung kann die Mitarbeit einer/s TELE Z-Journalistin/en an einem Thema, zu dem sie/er sich ausserberuflich exponiert hat, einschränken. Moderationsauftritte, z. B. an Firmenanlässen, dürfen den Interessen von TELE Z 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.

2.7 Informationshonorare, Scheckbuch-Journalismus

Journalistinnen und Journalisten und Redaktionen von TELE Z 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 Informantinnen und Informanten zur Unterrichtung oder Begleitung der/s Journalistin/en 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 der Chefredaktion oder der Programmleitung 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 TELE Z beauftragte Equipen verursacht hätte. Im Zweifelsfall ist die Chefredaktion oder die Programmleitung zu konsultieren.

2.8 Geschenke und Hilfestellungen

Journalistinnen und Journalisten von TELE Z 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 Glaubwürdigkeit von TELE Z 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 TELE Z durch Sach- oder Dienstleistungen unterstützen, welche vergünstigt oder gratis zur Verfügung gestellt werden, ist zwingend der Bereich TELE Z-Sponsoring zu kontaktieren. Schleichwerbung ist verboten.

2.9 Werbung

Programmmitarbeitenden ist die Mitwirkung in der Werbung verboten. Ausnahmen kann die Geschäftsführung oder die Chefredaktion bewilligen. Als Werbung gelten Radio- und TV-Werbespots und alle anderen kommerziellen Werbeformen. Für Identifikationsstimmen von Sendungen gelten besondere Regeln.

2.10 Nebenbeschäftigung

Über alle Formen von Nebenbeschäftigung gelten die entsprechenden Weisungen der ZH-Medien GmbH.

2.11 Insiderkenntnisse

TELE Z-Journalistinnen und -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.

3. Themenwahl

3.1 Heikle Themen

TELE Z kennt grundsätzlich keine verbotenen Themen. Gewisse Themen verlangen aber bei der Bearbeitung besondere Aufmerksamkeit.

3.1.1 Wahlen und Abstimmungen

TELE Z hat bei der Meinungsbildung der Stimmberechtigten vor Wahlen und Abstimmung einen relevanten Stellenwert. Kontroverse Themen sind immer kontrovers zu behandeln. In der Phase vor einem Urnengang sind die Anforderungen an die Ausgewogenheit der Beiträge besonders gross (vergleichbare Auftrittsmöglichkeiten, vergleichbare Redezeit etc.). Je näher der Abstimmungs- oder Wahltermin, desto dominanter ist das Ausgewogenheitsgebot. In der Vorwahlphase dürfen ohne speziellen Grund keine Einzelporträts von Kandidierenden gesendet werden, sofern die anderen 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 Eishockeyclubs die Entlassung des Trainers begründen, auch wenn er für den Nationalrat kandidiert).

3.1.2 Religionen

Religiöse Themen behandeln wir nicht anders als andere Themen. Allerdings kann eine Infragestellung der so genannten zentralen Glaubensinhalte religiöse Gefühle der Zuschauerinnen und Zuschauer verletzen. Die Sakramente des Glaubens sind zentrale Glaubensinhalte. Sie dürfen nicht ins Lächerliche gezogen werden.

3.1.3 Konsumentenschutz, Produktvergleiche

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 Journalistinnen und Journalisten nicht von einem Anbieter instrumentalisieren lassen. Wenn dieser im Interview über die Konkurrenz herzieht, ist auch diese zu befragen und deren Standpunkt einzubringen.

3.1.4 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 Unfallbilder, aber auch Bilder von Opfern von Verbrechen oder Naturkatastrophen. Für die Auswahl und Präsentation solcher Bilder am Sender sollen folgende Überlegungen herangezogen werden:

Es ist nicht Aufgabe von TELE Z, 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. Es gilt daher, Folgendes zu beachten:

- Gewalttätige Bilder sollen in der angemessenen Länge gezeigt werden. Es gehört zum redaktionellen Handeln, zu antizipieren, wann die Zuschauerinnen und Zuschauer genug gesehen haben.
- Gewaltbilder zu zeigen, nur weil sie vorliegen, ist unzulässig.
- Zuschauerinnen und 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 werden.
- Sterbende Menschen oder Tote mit erkennbaren Gesichtern dürfen in keinem Fall gezeigt werden. Es darf nicht vorkommen, dass Zuschauerinnen und Zuschauer via Fernsehen erfahren, dass eine ihnen nahestehende Person umgekommen oder schwer verletzt worden ist.
- Bei expliziten Darstellungen von Gewalt oder Brutalität ist die Chefredaktion zu konsultieren.

3.1.5 Familiendramen

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 TELE Z in der Regel nicht.

3.1.6 Suizid

Auch über Suizide von „Normalbürgerinnen und -bürgern“ berichtet TELE Z in der Regel nicht und verzichtet insbesondere darauf, Details über die Art des Todes zu erwähnen.

3.1.7 Sex

Sex ist kein Tabuthema. Wichtig ist, dass die Beiträge der Art der Sendung und deren Publikum entsprechen. Generell gilt: Zuschauerinnen und Zuschauer sollen in ihrer Erwartung an den Themenmix einer Sendung nicht erschreckt werden. Im Zweifelsfall entscheidet die Chefredaktion.

3.1.8 Satire

Satire ist eine Kleinkunstform, die nur wenige beherrschen. Satire ist in aktuellen Informationssendungen nicht zulässig, weil das Publikum dort Information und nicht Sarkasmus erwartet.

3.2 Werbung und Sponsoring

Werbekunden und Sponsoring-Kunden von TELE Z erhalten keine bevorzugte Behandlung im Programm. Buchungen oder Sponsoringverträge mit TELE Z dürfen nicht mit redaktionellen Auflagen verbunden werden.

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

4. Recherche

4.1 Recherche

Journalistinnen und Journalisten von TELE Z recherchieren nach den Grundsätzen von Unvoreingenommenheit und Wahrhaftigkeit. Unvoreingenommenheit bedeutet nicht den Verzicht auf eine eigene Meinung. Es ist zulässig und oft sinnvoll, Recherchen mit einer eigenen Meinung zu beginnen. Aber es müssen in deren Verlauf auch Fakten berücksichtigt werden, die dieser 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“). Journalistinnen und 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 Expertinnen oder Experten ist offenzulegen (zum Beispiel bei Finanzanalysten/-innen, 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.

4.2 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, TELE Z Rede 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.

4.3 Recherchegespräch

Am Anfang des Recherchegesprächs stellen sich Journalistinnen und Journalisten von TELE Z 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 Auskunftgebenden verwendet werden. „Off the record“ heißt, dass der Name des Auskunftgebenden entfällt und seine Stellung verundeutlicht wird - die genaue Formulierung ist in diesem Fall zu vereinbaren. Bei Auskünften, die als reine Hintergrundinformation gegeben werden, entfällt jede Zuschreibung. 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 Journalistinnen und Journalisten spricht, macht einen Schritt an die Öffentlichkeit. Er kann nicht den ganzen Informationsinhalt zurückziehen: Journalistinnen und Journalisten von TELE Z dürfen diese Person in indirekter Rede und über einem neutralen Bild zitieren (siehe auch Abschnitt 4.1).

4.4 Besondere Regeln beim People-Journalismus

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.

5. Realisation, Schnitt, Texten

5.1 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). 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 Vorwürfen 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 oder die Interviewte nochmals Stellung nehmen können. Beim Schneiden des Beitrags soll der/die Journalist/-in 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.

5.2 Rechte des Interviewpartners

Der oder die Interviewte kann beim Recherchegespräch bzw. beim Drehen des Interviews verlangen, dass ihr/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 oder die Interviewte hat keinen Anspruch darauf, dass ihm der ganze Beitrag vorgespielt wird. Das Vorlegen der verwendeten Interviewteile kann schriftlich oder telefonisch erfolgen. Am einfachsten ist es, die Ausschnitte den Interviewten vom Schnittpunkt aus am Telefon vorzuspielen. Auch eine schriftliche Benachrichtigung ist möglich (E-Mail); diese Methode hat aber den Nachteil, dass man möglicherweise lange auf das Okay warten muss. Inhaltliche Korrekturwünsche der Interviewten sollen berücksichtigt werden, wenn die/der Interviewpartner/in zum Beispiel wünscht, dass sie/er eine andere Aussage unbedingt im Beitrag haben will oder wenn es darum geht, Versprecher, Missverständnisse etc. zu vermeiden. Auch klare Irrtümer (der/die 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: Politikern/-innen, Amtsinhabern/-innen, Managern/-innen, Firmeninhabern/-innen, Prominenten und anderen 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 mediengewandte Personen zurückziehen.

Anders ist es bei „Normalbürgerinnen und -bürgern“. 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 die Chefredaktion und allenfalls ein Rechtskonsultent beizuziehen.

5.3 Situationsgerechte Aussenauftritte

TELE Z-Journalistinnen und -Journalisten werden beim Drehen und andern Aussenauftritten als Botschafter/-innen des Unternehmens 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 der/des Gesprächspartners/-in.

Zu vermeiden sind:

- Nachlässige Kleidung wie billig aussehendes Material, abgerissene Knöpfe, Löcher in oder Flecken auf der Kleidung, Hemd, das halb zur Hose raushängt, und zerrissene Jeans
- Transparente Stoffe, bauchfrei, Miniröcke, durchschimmernde Unterwäsche und zu tiefe Ausschnitte
- Kurze Hosen oder Shorts, Radlerhosen und Sportbekleidung
- Ärmellose Oberteile und Tops mit Spaghettiträgern
- Abgelatschte und schmutzige Schuhe
- Flip-Flops, vorne offene Schuhe, Sandalen und Absätze höher als 6 cm
- Zu viel Parfüm, zu viel oder klimpernder Schmuck und auffällige Nagelapplikationen

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.

5.4 Transparenz

Das Gebot der Quellentransparenz gilt insbesondere auch für Bilder. Agenturmaterial wird nicht extra gekennzeichnet. Eine spezielle Erwähnung ist dort sinnvoll, wo die Quelle ein Teil der Nachricht oder der Story ist. 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 der/dem Interviewpartner/-in, die/der für die Einführungssequenz vor ihrem/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 oben kenntlich gemacht: „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 TELE Z“ zu bezeichnen.

Material, das TELE Z von Zuschauerinnen und Zuschauern zur Verfügung gestellt wird, wird ebenfalls deklariert („TELE Z Augenzeuge/-in: Vorname Name“ oder „Zuschauervideo“). Politiker/-innen (Parlament und Exekutive) sind im Einblender mit Amt, Partei und geografischer Herkunft zu bezeichnen (z. B. Ruedi Noser, Ständerat FDP/ZH). Richter/-innen 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.

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

5.5 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 (z. B. sexueller Übergriff in einem Schulhaus - Symbolbild eines bestehenden Schulhauses = die Leute dieser Gemeinde werden es erkennen und womöglich die falschen Schlüsse daraus ziehen).

5.6 Recht am eigenen Bild

Journalistinnen und Journalisten von TELE Z respektieren beim Drehen den Persönlichkeitsschutz. 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/-innen, Akteure einer Medienkonferenz), und Personen, die nebenbei und zufällig auf ein Bildsujet geraten (Passanten/-innen auf der Seebrücke), 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 TELE Z-Mikrofonmanschette oder eine mit TELE Z beschriftete Kamera sieht. Auch VJ-Kameras sind entsprechend zu beschriften. In heiklen Fällen ist das ausdrückliche Einverständnis nötig.

Amtsträger/-innen, Prominente und Personen in den Schlagzeilen dürfen abgebildet werden, solange die Aufnahmen mit dem Grund ihrer Bekanntheit zusammenhängen. Auch sie haben jedoch das Recht auf eine Intimsphäre (Sexualität, Religion, Gesundheit).

Aufnahmen mit Kindern oder Urteilsunfähigen bedürfen immer der Einwilligung der erziehungsberechtigten Person.

5.7 Recht am eigenen Wort: keine Telefonmitschnitte

Telefongespräche mit Dritten dürfen nur mit deren Zustimmung aufgenommen werden (Gesetzesbestimmung Art. 179 ter StGB in Revision). 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 eine Kollegin resp. einen Kollegen als Zeugin resp. als Zeugen beizuziehen, die oder der über Lautsprecher mithört. Je umstrittener die Fakten, desto mehr Beweise müssen vorliegen.

5.8 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. „Klinkenputzen“ – Läuten an der Wohnungstür mit laufender Kamera – ist wegen des Rechts auf Antwortverweigerung problematisch und muss in jedem Fall vorgängig mit der Chefredaktion abgesprochen werden. Dabei muss auch das Risiko, einen Hausfriedensbruch zu begehen, abgewogen werden.

5.9 Verdeckte Recherchen und Drehen mit versteckter Kamera

TELE Z-Journalistinnen und -Journalisten geben ihren Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern gegenüber ihre Identität bekannt. „Tarnung“ des Berufs verstösst gegen das Lauterkeits- und Transparenzgebot.

Das Drehen mit versteckter Kamera im Privatbereich ist gemäss Artikel 179 bis StGB grundsätzlich verboten.

5.10 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 Eistadion 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. 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).

5.11 Anrede

Grundsätzlich wird die Höflichkeitsform verwendet. Das Du kann aber situationsgerecht eingesetzt werden. Eine/n Geschäftsfrau oder -mann oder eine/n Politiker/-in zu duzen, wirkt aber nur anbietend und hinterlässt beim Publikum oftmals ein Gefühl der Ausgeschlossenheit - auch wenn Reporter und Interviewpartner längst Duzis sind. TELE Z-Mitarbeitende, die als Gast in einer anderen TELE Z-eigenen Sendung auftreten, können geduzt werden.

5.12 Unschuldsvermutung

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

5.13 Namensnennung und Abbildung von mutmasslichen Straftätern

TELE Z 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. 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! Die Zuschauerinnen und Zuschauer nehmen eventuell an, die unverfremdete Person, die zufälligerweise im Bild ist, sei der Angeschuldigte. Ausnahmen vom Verzicht auf Namensnennung oder sonstige Identifizierung sind möglich, jeder Fall ist aber individuell zu beurteilen. In allen Zweifelsfällen ist die Chefredaktion zu konsultieren.

5.14 Rassistische Äusserungen und Antirassismus-Strafnorm

TELE Z berichtet auch über Politikerinnen und 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 Gegnerinnen und Gegnern, Geschädigten oder Untersuchungsbehörden geben Gegensteuer. Bei der Kriminalberichterstattung ist die ethnische und nationale Zuordnung von Täterinnen und Tätern oder Verdächtigen heikel. Wenn Nationalitäten wegen ihres Informationswerts genannt werden, dann umfassend (heisst: Gleichbehandlung von Schweizern). Rassistische Stereotype vermeiden („Balkan-Typ“).

6. Abnahme

6.1 Abnahme und Gegenlesen

Jede TELE Z-Redaktion organisiert sich so, dass alle redaktionellen Produktionen (Beiträge, Moderationen, Vorbereitung von Livegesprächen) abgenommen werden. 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 die Chefredaktion beizuziehen. Damit übernimmt die Chefredaktion grundsätzlich die Verantwortung. In wichtigen Fällen ist der Beizug Pflicht.

7. Reklamationen, Berichtigung, Gegendarstellung, Publikationsverbot

7.1 Reklamationen

Der Umgang mit Reklamationen trägt entscheidend zum Aussenbild von TELE Z bei. Jede Sendung führt eine Reklamationskontrolle und sorgt dafür, dass alle Reklamationen beantwortet werden. TELE Z-Journalistinnen und -Journalisten beantworten Reklamationen, die an sie persönlich adressiert sind, selbst. Für Reklamationen, die einzelne Berichte oder Eigenheiten der Sendung beanstanden, ist die Chefredaktion verantwortlich. Bei grundsätzlichen Fragen antwortet ebenfalls die Chefredaktion oder die Programmleitung.

7.2 Berichtigung und Entschuldigung

Stellen Journalistinnen und Journalisten oder Redaktionen sachliche Fehler in ausgestrahlten Sendungen oder auf anderen Berichten 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.

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.
- Irrtümer, also sachliche Fehler, müssen nach Ablauf der Sendung korrigiert werden (zum Beispiel falsche Schreibweise eines Namens, eine falsche Parteibezeichnung etc.).

7.3 Aufbewahrung von Materialien

Der 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. Aus praktischen Gründen ist dies wie folgt festgelegt:

Rohmaterial und Rechercheunterlagen zu allen Beiträgen sollen während mindestens eines Monats (nach Ausstrahlung) aufbewahrt werden. Das heisst: Die Originalbänder 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 ((Im vorherigen Satz waren es 20 Tage – was stimmt?)) bezieht sich explizit auch auf Beiträge zu nicht konflikträchtigen 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 TELE Z 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.

Inhaltsverzeichnis

- 1 Präambel
 - 2 Qualitätsmanagement Tele Z
 - 2.1 Regionaler Gehalt und Relevanz:
 - 2.2 Journalistisch:
 - 2.3 Faktenüberprüfung:
 - 2.4 Fairness und Ausgewogenheit:
 - 2.5 Recherche:
 - 2.6 Ethik:
 - 2.7 Sprache:
 - 2.8 Abnahme von Berichten:
 - 3 Bild und Ton Qualität
 - 3.1 Bildqualität:
 - 3.2 Tonqualität:
 - 3.3 Bildsprache:
 - 3.4 Feedback-System
 - 4 Aus- und Weiterbildung
 - 5 Verantwortlichkeit
-

1 Präambel

Tele Z erklärt, nach den in der Branche anerkannten Regeln für die journalistische Praxis zu arbeiten. Wir anerkennen den Journalistenkodex mit den Rechten und Pflichten des Schweizer Presserates.

2 Qualitätsmanagement Tele Z

2.1 Regionaler Gehalt und Relevanz:

Unser Ziel ist es, die Vielfalt des politischen, kulturellen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und sportlichen Geschehens in unserer Region zu zeigen und dabei auch auf die Herausforderungen und Entwicklungen einzugehen, denen sie gegenübersteht. Wir verstehen uns als Informationsquelle für die ganze Region.

2.2 Journalistisch:

Unsere journalistische Qualitätskontrolle soll sicherstellen, dass wir die journalistischen Standards einhalten. Hier sind die wichtigen Punkte, die wir besonders berücksichtigen:

2.3 Faktenüberprüfung:

Wir stellen sicher, dass jeder Bericht und jede Sendung auf Fakten überprüft wird, um sicherzustellen, dass sie korrekt und genau sind. Wir sollten immer Quellen angeben und sicherstellen, dass sie vertrauenswürdig sind.

2.4 Fairness und Ausgewogenheit:

Unsere journalistischen Beiträge sollen fair und ausgewogen sein und unterschiedliche Perspektiven darstellen. Wir vermeiden, einseitig oder voreingenommen zu berichten.

2.5 Recherche:

Eine gründliche Recherche ist entscheidend für die Qualität unserer journalistischen Beiträge. Wir nehmen uns Zeit, die Fakten zu überprüfen und verschiedene Quellen zu konsultieren, um ein umfassendes Verständnis des Themas zu erlangen.

2.6 Ethik:

Wir halten uns als Journalisten an die Ethikstandards und es ist uns bewusst, wie ((oder: dass)) unsere Arbeit die Menschen beeinflussen kann. Wir sind respektvoll und verantwortungsbewusst und stellen sicher, dass wir keine falschen Informationen verbreiten oder die Privatsphäre von Menschen verletzen. Dazu gehört auch die gendergerechte Sprache und Ausdrucksweise.

2.7 Sprache:

Unsere Sprache soll klar und präzise sein, ohne überflüssige Details oder übermäßige Komplexität. Wir vermeiden umgangssprachliche Ausdrücke, die missverstanden werden können.

2.8 Abnahme von Berichten:

Es gilt, dass jeder Bericht von einer anderen Person gesichtet wird, bevor er gesendet wird. Ist dies aus zeitlichen Gründen nicht möglich, wird der Bericht für die Wiederholung (Stundenrhythmus) abgenommen und wenn nötig korrigiert.

3 Bild- und Ton-Qualität

3.1 Bildqualität:

Der Anspruch gilt, dass das Bild in der Klarheit, der Helligkeit, der Schärfe und der Farbgenauigkeit stimmt.

3.2 Tonqualität:

Der Ton sollte klar und verständlich sein, ohne störende Hintergrundgeräusche oder Überlagerungen. Die Lautstärke sollte angemessen sein.

3.3 Bildsprache:

Eine gute Kameraführung sollte das Thema des Berichts angemessen präsentieren und die Aufmerksamkeit des Zuschauers auf wichtige Details lenken.

4 Feedback-System

Im Sinne einer Qualitätssteigerung wird an den Redaktions- oder Programmsitzungen eine offene Diskussion geführt, in der sowohl Positives als auch Negatives konstruktiv beleuchtet wird. Ziel ist es, unsere Arbeit stetig zu verbessern, und dafür werden gemeinsam Prozessanpassungen besprochen und eingeleitet.

5 Aus- und Weiterbildung

Zur Wahrung und Optimierung der Qualität im Programm werden die Mitglieder der Redaktion regelmässig in internen und externen Weiterbildungsprogrammen ausgebildet.



6 Verantwortlichkeit

Für die Einhaltung der Qualitätssicherung und allfällige Prozessanpassungen ist die Redaktionsleitung verantwortlich.

Bewertungsbogen:

Titel des Berichts/Sendung: _____

Autor/in: _____

Datum: _____

Regionalbezug:

- **Hat der Bericht einen regionalen Bezug - thematisch, personenbezogen oder geografisch?**

Ja / Nein

- **Hat der Bericht Relevanz für die Region in den Themen:**

Politik?

Ja / Nein

Kultur?

Ja / Nein

Sport?

Ja / Nein

Wirtschaft?

Ja / Nein

Gesellschaft?

Ja / Nein

Faktenüberprüfung:

- **Sind alle Fakten im Bericht korrekt und genau?**
Ja / Nein
- **Wurden Bilder, Grafiken oder andere visuelle Elemente verwendet, um die Fakten zu belegen?**

Sehr gut Schwach

Fairness und Ausgewogenheit:

- **Wurden alle relevanten Perspektiven dargestellt?**
Sehr gut Schwach
- **Gab es Anzeichen von Voreingenommenheit oder Einseitigkeit?**
Ja / Nein
- **Gab es eine angemessene Berichterstattung über die Meinungen und Standpunkte der Beteiligten?**
Ja / Nein

Recherche:

- **Gab es genügend Recherche und Untersuchung des Themas?**
Sehr gut Schwach
- **Wurden mehrere Quellen verwendet, um die Informationen zu überprüfen?**
Ja / Nein
- **Wurden Interviewpartner ausgewählt, um verschiedene Meinungen und Standpunkte darzustellen?**
Sehr gut Schwach

Klarheit und Verständlichkeit:

- **Ist der Bericht klar und verständlich gesprochen, Mundart?**
Sehr gut Schwach
- **Wurden Fachbegriffe oder technische Ausdrücke erklärt?**
Ja / Nein
- **Wurden die Informationen in einer logischen Reihenfolge präsentiert?**
Sehr gut Schwach

Ethik:

- **Gab es Anzeichen von Respektlosigkeit oder Verletzung der Privatsphäre?**
Ja / Nein
- **Wurden ethische Standards eingehalten?**
Ja / Nein

Bild und Ton

- **Sind die Bilder und Videos klar und von hoher Qualität?**
Sehr gut Schwach
- **Ist die Sprache klar und präzise?**
Sehr gut Schwach
- **Wurden umgangssprachliche Ausdrücke vermieden?**
Ja / Nein
- **Gab es geeignete Musik und Geräuscheffekte?**
Ja / Nein

Zusammenfassung:

- **Gesamteindruck des Berichts?**
Sehr gut Schwach

Kommentare:

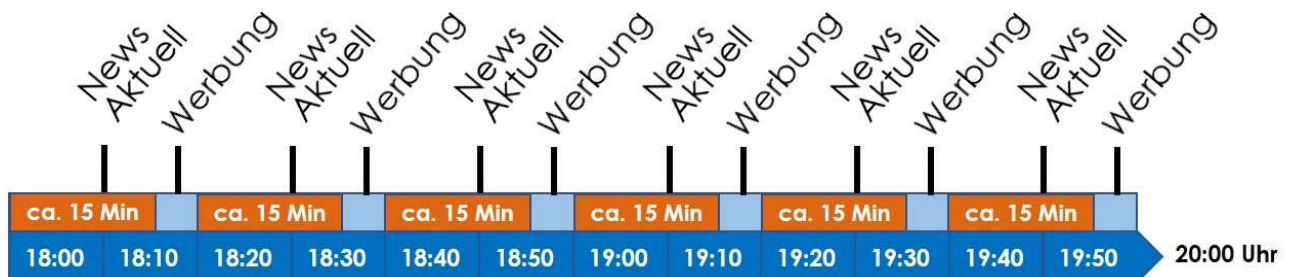
Block News von 18:00 bis 20:00 Uhr

Der erste Block von 18:00 bis 20:00 Uhr gehört den täglichen Nachrichten. Das bedeutet, dass die Nachrichtensendung «Aktuell» (siehe Sendungen «Aktuell») in dieser Zeit während 2 Stunden wiederholt wird. Da die Länge von "Aktuell" variiert - Montag bis Freitag dauert sie ca. 22 Minuten und am Wochenende (Samstag und Sonntag) ca. 15 Minuten –, führt dies zu einer unterschiedlichen Anzahl von Wiederholungen. Unverändert bleibt aber der Sachverhalt, dass es bei Tele Z täglich zwischen 18:00 und 20:00 Uhr Nachrichten gibt.

Montag bis Freitag



Samstag und Sonntag



Für Spezial-Sendungen z. B. bei Wahlen oder Abstimmungen lässt dieses Blocksystem auch mehr Freiheiten, das Programm anzupassen.

Block Abendprogramm von 20:00 bis 23:00 Uhr

Im zweiten Block von 20:00 bis 23:00 Uhr werden Sendungen vom Typus Talk, Information und Unterhaltung in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport ausgestrahlt. Diese Sendungen folgen einem Wochenrhythmus (siehe Programm raster Beispielwoche Tele Z). Die einzelnen Tage sind wie folgt belegt:

Montag und Donnerstag: «Konkret»

Erstausstrahlung 20:00 Uhr, danach Wiederholungen bis 23:00 Uhr. Die Talk-Sendung «Konkret» (siehe Sendungen «Konkret») kann durch die Blocksendezeit je nach Thema und Anzahl Gäste in der Länge zwischen 42 und 53 Minuten variieren.

Variante «Konkret» Länge 42 Minuten:

1. Ausstrahlung und 3 Wiederholungen



Variante «Konkret» Länge 53 Minuten:

1. Ausstrahlung und 2 Wiederholungen



Dienstag: «KulturWoche» und «Marco liest»

Dienstag ist der Kultur-Abend mit den beiden Sendungen:

«KulturWoche», Länge ca. 25 Minuten (siehe Sendungen)

1. Ausstrahlung und 2 Wiederholungen

und «Marco liest», Länge ca. 25 Minuten (siehe Sendungen).

1. Ausstrahlung und 2 Wiederholungen



Mittwoch: «Eusi Erinnerige»

«Eusi Erinnerige», Länge ca. 42 Minuten (siehe Sendungen)

Erfahrene Menschen erzählen aus ihrem Leben und widerspiegeln den gesellschaftlichen Wandel der letzten Jahrzehnte.

1. Ausstrahlung und 3 Wiederholungen



Freitag: «3 Stimmen – 3 Kantone»

«3 Stimmen – 3 Kantone», Länge ca. 42 Minuten (siehe Sendungen)

Diskussionssendung zu Wochenthemen aus der Region.

1. Ausstrahlung und 3 Wiederholungen



Samstag: «1vo4»

«1vo4», die Quizsendung mit Fragen aus der und über die Region (siehe Sendungen).

Länge ca. 52 Minuten, unterteilt in zwei Teile à ca. 26 Minuten.

1. Ausstrahlung und 3 Wiederholungen



Sonntag: «Marktplatz», «BerufsBox», «RunX», und «Globe TV»

«Marktplatz», Länge ca. 12 Minuten. Unter diesem Titel werden Publireportagen und Werbung ausgestrahlt. Regionale Betriebe stellen sich oder ihre Produkte vor.

1. Ausstrahlung und 3 Wiederholungen

«BerufsBox», Länge ca. 10 Minuten (siehe Sendungen).

Die Sendung für Jugendliche, die vor der Berufswahl stehen.

Ausbildungsbetriebe in der Region stellen sich vor.

1. Ausstrahlung und 3 Wiederholungen

«RunX», Länge ca. 14 Minuten (siehe Sendungen).

Sport- und vor allem Laufbegeisterte erhalten Informationen rund ums Thema Laufen

1. Ausstrahlung und 3 Wiederholungen

«Globe TV», Länge ca. 14 Minuten (siehe Sendungen).

Das Ferien- und Reisemagazin

1. Ausstrahlung und 3 Wiederholungen



Tagesprogramm

In den Sendeblöcken 11:00 bis 13:00 Uhr und 16:00 bis 18:00 Uhr werden Sendungen des Abendprogramms wiederholt. Einzig die Fitness-Sendung «Take a Break» um 11:00 Uhr und 16:00 Uhr steht nur zu diesem Zeitpunkt auf dem Programm.



Werbung

Alle Sendeblöcke, die mit Werbung bezeichnet sind, sind so ausgelegt, dass sie Art. 19 RTVV entsprechen.

(Werbespots dürfen höchstens zwölf Minuten innerhalb einer natürlichen vollen Stunde beanspruchen.)

Das heisst, dass in diesen Sendeblöcken auch Trailer gespielt werden, die auf Sendungen aufmerksam machen, und so die maximale Zeit von 12 Minuten nicht erreicht wird.

Inhaltsverzeichnis Programmauftrag

1	Programm und Sendungen	2
2	Programmliche Abdeckung des Konzessionsgebietes.....	2
3	Quellen Regionalinformationen für die Berichterstattung.....	3
3.1	Unsere Quellen:	4
4	Sendungen.....	4
4.1	Sendung «Aktuell»	5
4.2	Sendung «3 Stimmen – 3 Kantone»	8
4.3	Sendung «Konkret».....	9
4.4	Sendung «KulturWoche».....	11
4.5	Sendung «Marco liest» mit «BuchTipp».....	13
4.6	Sendung «Berufsbox»	15
4.7	Sendung «Eusi Erinnerige»	16
4.8	Sendung «1vo4».....	17
4.9	Sendung «RunX»	18
4.10	Sendung «Globe TV».....	19
5	Durchschnittlicher Umfang relevanter Regionalinformationen	20
6	Hintergründe und Zusammenhänge	21
7	Programmauftrag und Ausrichtung.....	22

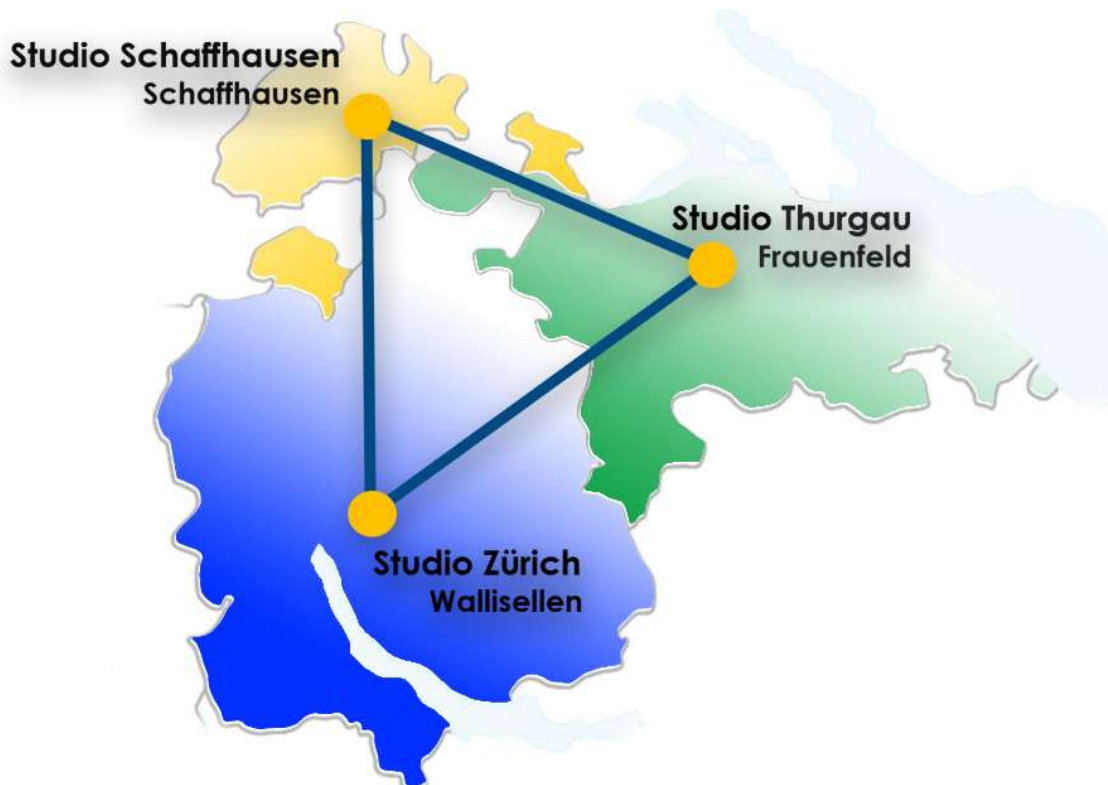
1 Programm und Sendungen

Im Mittelpunkt von Tele Z steht immer das Programm. Ressourcen müssen immer zielgerichtet auf den Leistungsauftrag ausgerichtet sein, um eine gesunde Balance zwischen Qualität und Output zu gewährleisten. Jede Ausgabe muss daraufhin überprüft werden, ob sie dem Auftrag entspricht. Für die Zuschauerinnen und Zuschauer muss das Programm einen Mehrwert an Information und Unterhaltung bieten. Für sie machen wir unser Programm.

2 Programmliche Abdeckung des Konzessionsgebietes

Bei der Ausarbeitung des Konzepts zur optimalen Berichterstattung für die drei Kantone wurde die Fenster- oder Kanallösung diskutiert. Dabei wurde klar, dass zur Erfüllung des Konzessionsauftrags ein einheitliches Programm für das gesamte Gebiet die beste Lösung ist. Besonders gewichtet wurde dabei, dass viele Gebiete nicht eindeutig einer Region zugeordnet werden können.

Um eine optimale Abdeckung des Konzessionsgebiets zu gewährleisten, wird Tele Z mit drei Standorten arbeiten: Das Hauptstudio wird in Zürich-Wallisellen sein, zusätzlich gibt es Studios in Frauenfeld für den Kanton Thurgau und in Schaffhausen für den Kanton Schaffhausen.



Jeder Standort verfügt über eine eigene Redaktion und ein Studio. In den Standorten Thurgau und Schaffhausen sind jeweils 2 Redaktorinnen oder

Redaktoren stationiert, wobei Wert daraufgelegt wird, dass deren Lebensmittelpunkt in der jeweiligen Region liegt. Durch diese gezielte Personalauswahl wird eine enge Bindung an die lokale Berichterstattung sichergestellt. Um Zeit und Kosten zu sparen, finden die täglichen Redaktionssitzungen online statt und ermöglichen eine effiziente Zusammenarbeit zwischen den Standorten. Durch diese Vorgehensweise kann Zeit für die An- und Rückfahrt gespart werden, was wiederum der Qualität des Programms zugutekommt.

Durch die drei Standorte wird auch gewährleistet, dass täglich aus dem gesamten Konzessionsgebiet berichtet wird. Ein weiterer Vorteil der drei Standorte ist, dass bei diversen Themen die Perspektiven aus den drei Kantonen einbezogen werden können. Jeden Freitag werden die drei Studios für die Sendung "3 Stimmen – 3 Kantone" virtuell zusammengeschaltet.

3 Quellen Regionalinformationen für die Berichterstattung

Um eine möglichst nahe Berichterstattung zu gewährleisten, ist es von entscheidender Bedeutung, alle verfügbaren Kanäle zur Informationsbeschaffung zu nutzen.

Dazu gehören nicht nur grosse, nationale Medien, sondern auch kleine, kommunale Publikationen wie Amtsblätter, die oft wertvolle Einblicke und Informationen aus erster Hand liefern. Darüber hinaus sind auch Zuschauer-Meldungen von grosser Bedeutung, denn sie können auf Ereignisse und Entwicklungen aufmerksam machen, die uns sonst möglicherweise entgehen würden.

Neben diesen wichtigen Quellen setzen wir auch auf unsere Eigenrecherche und Themensetzung.

Unser Ziel ist es, ein breites Spektrum an Quellen und Informationen aus unserer Region zu nutzen um einen möglichst unabhängigen Blick in das lokale und regionale Geschehen zu ermöglichen.

3.1 UNSERE QUELLEN:

Mitteilungen und Medienkonferenzen von:

- . Bundeskanzlei
- . Staatskanzleien der Kantone
- . Gemeindeverwaltungen

Mitteilungen und Medienkonferenzen von:

- . Verbänden
- . Sportverbänden
- . Kulturverbänden
- . Kirchen
- . EMPA Dübendorf
- . Universitäten und Fachhochschulen

Onlineportale der politischen Behörden (Bund, Kanton, Gemeinden)

Tagesaktuelle Online- Nachrichtenportale und Printmedien

Regionale und kommunale Gemeindezeitungen- und Amtsblätter

Schweizer Mediendatenband SMD

Agenturmeldungen Keystone-SDA

Eigenleistungen

Zuschauermeldungen

4 Sendungen

Bei den Sendungen auf Tele Z wird darauf geachtet, eine grosse Vielfalt an journalistischen Formaten zu präsentieren. Im Bereich der Nachrichten (in der Sendung «Aktuell») setzen wir auf eine klassische Berichterstattung, die informiert oder verschiedene Standpunkte einander gegenüberstellt. Aus dem Studio präsentieren wir Talkshows wie die Sendungen «3 Stimmen – 3 Kantone» und «Konkret». Bei den Sendungen «KulturWoche» und «BerufsBox» handelt es sich um Informationsformate, bei denen ein Moderator vor Ort die Themen mit Experten diskutiert. Für regionale Unterhaltung sorgen die Sendungen «1 vo4» und «Marco liest».

4.1 SENDUNG «AKTUELL»



«Aktuell» ist bereits heute die tägliche News-Sendung auf Tele Z. Die moderierte Sendung wird jeweils zur Hauptsendezeit ab 18:00 Uhr ausgestrahlt. Geplant ist ein Ausbau der Sendung, Montag bis Freitag mit 5 Berichten à ca. 3 Minuten. Samstag und Sonntag jeweils 3 Berichte. Die Berichte decken inhaltlich die Themengebiete Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport ab.

Die 3 ständig besetzten Redaktionsstandorte (Zürich, Thurgau und Schaffhausen) gewährleisten, dass die ganze Region abgebildet wird. Einzelne Berichte oder Themen können so auch als Co-Produktionen zwischen den regionalen Redaktionen aufgearbeitet werden.

Wochentags werden täglich 3 Berichte aus der Region Zürich und je 1 Bericht aus den Regionen Thurgau und Schaffhausen produziert. Am Wochenende sind dies täglich 2 Berichte aus der Region Zürich und je 1 Bericht aus den Regionen Thurgau oder Schaffhausen.

Zu den festen Bestandteil der Sendung gehören:

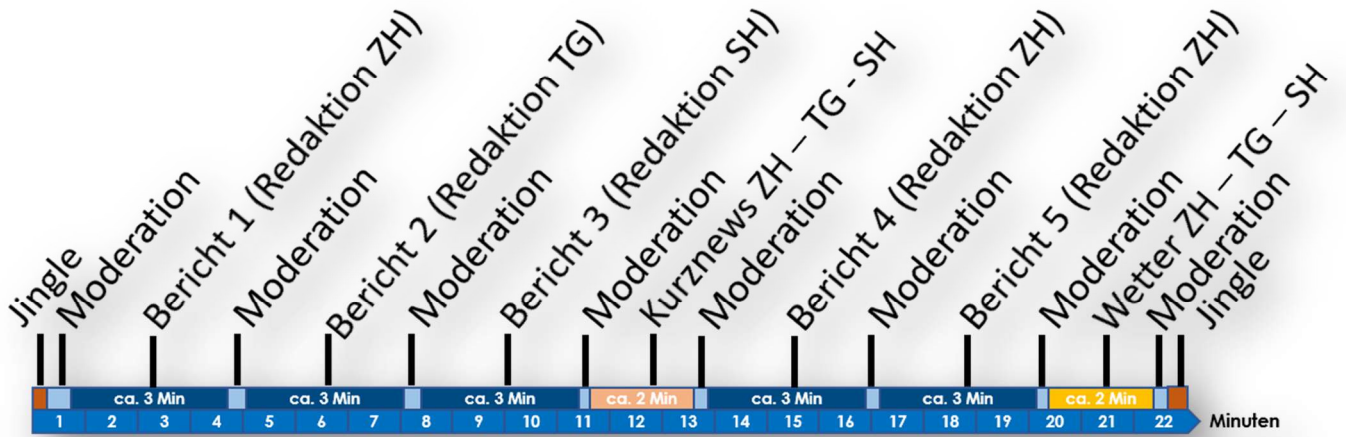
- Wöchentlich Berichterstattung aus den kantonalen Parlamenten, Zürich, Thurgau und Schaffhausen
- Abstimmungen auf nationaler und kantonaler Ebene
- Abstimmungen auf kommunaler Ebene von Bedeutung
- Wahlen auf nationaler und kantonaler Ebene
- Wahlen auf kommunaler Ebene von Bedeutung
- Kulturelle und gesellschaftliche Anlässe
- Infos der Regierungen von Kantonen und Gemeinden, der Verwaltungen, der Parteien, der Verbände etc.

Täglich in der Sendung sind nebst den Berichten:

- Kurzmeldungen (gelesen und bebildert aus dem eigenen Archiv)
- Wetter (Daten geliefert von MeteoNews AG). Zusätzlich werden die Wetterprognosen mit Mondstand und Sonnenauf- und -untergang ergänzt (Eigenleistung).

Typus:	News
Länge:	22 Minuten
Rhythmus:	täglich
Sendezeit:	ab 18:00 bis 20:00 / 23:00 bis 01:00 / 04:00 bis 08:00 In diesen Blöcken wird die Sendung wiederholt und mit Werbeblöcken ergänzt (siehe Programmraster).
Eigenleistung:	100 % - 140 Min./Woche
Einstufung gemäss Leistungsauftrag:	100 % - 140 Min./Woche

Aufbau der Sendung «Aktuell»:



4.2 SENDUNG «3 STIMMEN – 3 KANTONE»

«3 Stimmen – 3 Kantone» ist eine Talk-Sendung. Die Sendung wird jeweils zur



Hauptsendezeit am Freitag ab 20:00 Uhr ausgestrahlt. An der Diskussion ist jeweils ein Vertreter aus jedem Kanton aus den lokalen Studios zugeschaltet. Dadurch wird der föderale Gedanke unterstrichen und trotzdem das Gemeinsame in einer Sendung gelebt. Die besprochenen Themengebiete umfassen alle Themenbereiche wie: Politik, Kultur, Wirtschaft, Gesellschaft und Sport. Im Fokus steht die Sicht auf Aktuelles aus der Region oder Themen, die die Region bewegen.

Typus:	Talk
Länge:	42 Minuten
Rhythmus:	jeden Freitag
Sendezeit:	ab 20:00 bis 23:00 / 01:00 bis 04:00 In diesen Blöcken wird die Sendung immer wiederholt, dazwischen mit Werbeblöcken ergänzt.
Eigenleistung:	100 % - 42 Min./Woche
Einstufung gemäss Leistungsauftrag:	100 % - 42 Min./Woche

4.3 SENDUNG «KONKRET»



Die Talk-Sendung «Konkret» ist bereits heute Bestandteil des Programms von Tele Z. Die Sendung wird jeweils zur Hauptsendezeit Montag und Donnerstag ab 20:00 Uhr ausgestrahlt. Claudia Steinmann diskutiert mit ihren Gästen zu den Themengebieten aus Politik, Kultur, Wirtschaft, Gesellschaft und Sport. Die variable Sendelänge richtet sich nach der Anzahl der Gäste und dem jeweiligen Thema.

Im Fokus stehen Themen aus der Region oder Themen, die die Region betreffen oder bewegen.

Regelmässige Themen in den Sendungen:

Session: 4-mal jährlich, nach jeder Session in Bern, sind je ein National- oder Ständerat aus Zürich, Thurgau, Schaffhausen zu Besuch. Die Runde setzt sich aus Teilnehmern verschiedener Parteien zusammen. Diskutiert werden die relevanten Themen der vergangenen Session.

Abstimmungen: Zu den nationalen, kantonalen und gewichtigen kommunalen Abstimmungen werden Pro und Kontra diskutiert.

Wahlen: Zu nationalen und kantonalen Wahlen sind die Bisherigen und die Herausforderer zu Gast.

Sendung «Konkret»

Typus: Talk

Länge: 42 oder 53 Minuten

Rhythmus: jeden Montag und Donnerstag

Sendezeit: ab 20:00 bis 23:00 / 01:00 bis 04:00
In diesen Blöcken wird die Sendung immer wiederholt, dazwischen mit Werbeblöcken ergänzt.

Eigenleistung: 100 % - 84 bis 106 Min./Woche

Einstufung gemäss Leistungsauftrag:
100 % - 84 bis 106 Min./Woche

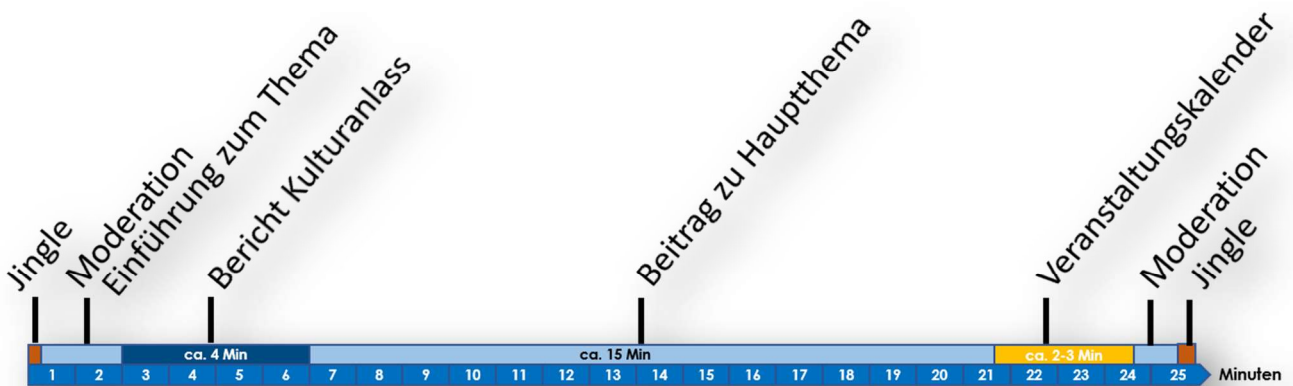
Sendung «KulturWoche»

Typus: Kultur, Information
Länge: 25 Minuten
Rhythmus: jeden Dienstag
Sendezeit: ab 20:00 bis 23:00 / 01:00 bis 04:00
In diesen Blöcken wird die Sendung im Wechsel mit der Sendung «Marco liest» wiederholt. Dazwischen werden Werbeblöcke ausgestrahlt.

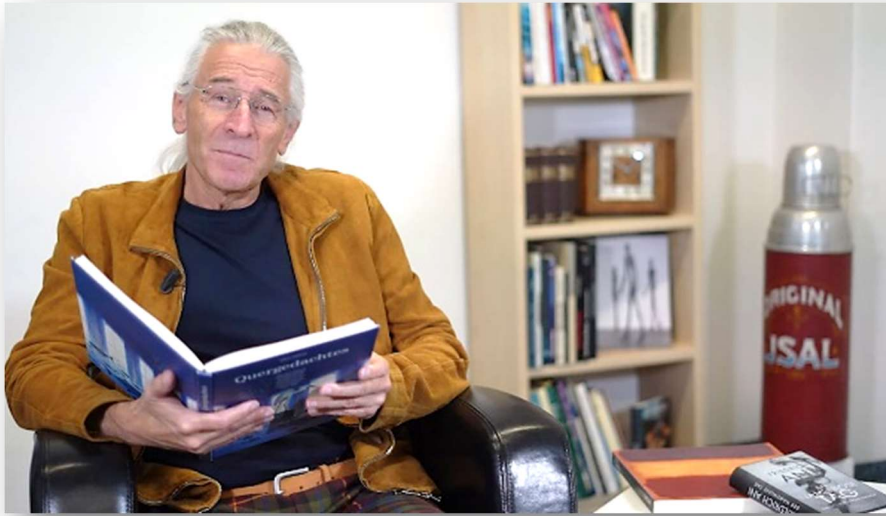
Eigenleistung: 100 % - 25 Min./Woche

Einstufung gemäss Leistungsauftrag: 100 % - 25 Min./Woche

Aufbau der Sendung:



4.5 SENDUNG «MARCO LIEST» MIT «BUCHTIPP»



«Marco liest» und «BuchTipp» ist eine Kultur-Sendung im Bereich Literatur und Unterhaltung. Die Sendung wird jeweils zur Hauptsendezeit am Sonntag ab 20:00 Uhr ausgestrahlt. Marco Caduff führt die Zuschauerinnen und Zuschauer in seiner Sendung auf eine literarische Reise. In jeder Episode liest er ausgewählte Kurzgeschichten, die er mit seiner charismatischen Stimme und lebendigen Interpretation zum Leben erweckt. Dabei werden die Geschichten durch Visualisierungen und Illustrationen gekonnt untermalt. Nach der Lesung präsentiert Marco Caduff den "BuchTipp" der Woche und stellt dabei eine aktuelle Lese-Empfehlung vor.

Ob Belletristik, Sachbuch oder Klassiker - die Sendung soll die Zuschauerinnen und Zuschauer dazu anregen, sich in die Welt der Bücher zu vertiefen.

Sendung «Marco liest» mit «BuchTipp»

Typus: Kultur, Unterhaltung

Länge: 25 Minuten

Rhythmus: jeden Dienstag

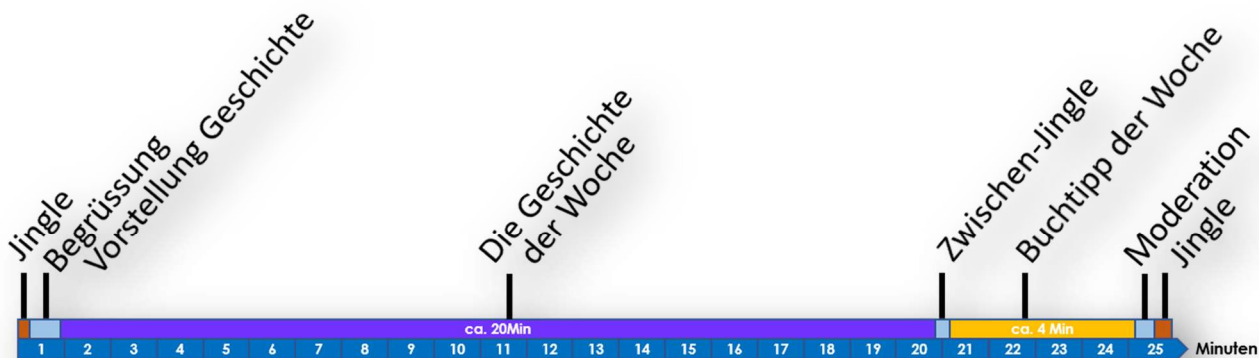
Sendezeit: ab 20:00 bis 23:00 / 01:00 bis 04:00
 In diesen Blöcken wird die Sendung im Wechsel mit den Sendungen Berufsbox und Globe TV immer wiederholt. Werbeblöcke sind zwischen den Sendungen geschaltet.

Es ist geplant, diese Sendung auch als Podcast zum Nachhören anzubieten.

Eigenleistung: 100 % - 25 Min./Woche

Einstufung gemäss Leistungsauftrag:
 je nach Buch bis 100 % - 25 Min./Woche

Aufbau der Sendung:



4.6 SENDUNG «BERUFSBOX»



«Berufsbox» ist eine Sendung im Bereich Bildung und Information. Die Sendung wird jeweils zur Hauptsendezeit Sonntag ab 20:00 Uhr ausgestrahlt. Gerichtet ist die Sendung an Jugendliche, die vor der Berufswahl stehen. In der Sendung werden Betriebe und Berufe aus dem Konzessionsgebiet vorgestellt, und es wird darauf eingegangen, was es heisst, diesen Beruf zu erlernen. Der Moderator trifft vor Ort Ausbilderinnen und Ausbilder sowie Auszubildende, die über ihre Tätigkeit Auskunft geben können.

Typus:	Bildung, Information
Länge:	8 - 12 Minuten
Rhythmus:	jeden Sonntag
Sendezeit:	ab 20:00 bis 23:00 / 01:00 bis 04:00 In diesen Blöcken wird die Sendung im Wechsel mit den Sendungen «Marco liest» und «Globe TV» immer wiederholt. Werbeblöcke sind zwischen den Sendungen geschaltet.

Die Sendung «Berufsbox» wird speziell auch auf den aktuellen Social-Media-Plattformen verbreitet. Für Schulen und andere Institutionen wird eine eigene Webseite mit allen Beiträgen zur Verfügung gestellt.

Eigenleistung: 100 % - 25 Min./Woche

Einstufung gemäss Leistungsauftrag: 100 % - 12 Min./Woche

4.7 SENDUNG «EUSI ERINNERIGE»



«Eusi Erinnerige» ist eine Sendung im Bereich regionaler Geschichte und Kultur. Die Sendung ist bereits heute Bestandteil des Programms von Tele Z. Ausgestrahlt wird die Sendung jeweils zur Hauptsendezeit Mittwoch ab 20:00 Uhr.

Erfahrene Einzelpersonen oder Ehepaare teilen mit uns ihre bewegte Vergangenheit und gewähren persönliche Einblicke. Als Zeitzeugen erzählen sie fesselnd und authentisch von der Vergangenheit und den Veränderungen der letzten Jahrzehnte. Wir erfahren, wie sie ihre Kindheit, ihre Jugend und ihr Berufsleben erlebt haben und wie sie schwierige Zeiten überwunden haben. Diese Geschichten sind von unschätzbarem Wert und dürfen nicht verloren gehen.

Typus:	Geschichte, Kultur
Länge:	42 Minuten
Rhythmus:	jeden Mittwoch
Sendezeit:	ab 20:00 bis 23:00 / 01:00 bis 04:00 In diesen Blöcken wird die Sendung immer wiederholt, dazwischen wird sie mit Werbeblöcken unterteilt.
Eigenleistung:	100 % - 42 Min./Woche
Einstufung gemäss Leistungsauftrag:	100 % - 42 Min./Woche

4.8 SENDUNG «1VO4»



«1vo4» ist eine Quiz-Sendung im Bereich «Regionale Unterhaltung». Die Sendung ist bereits heute Bestandteil des Programms von Tele Z. Ausgestrahlt wird die Sendung jeweils zur Hauptsendezeit Samstag ab 20:00 Uhr.

Quizfüchse sind zu Gast in der Sendung. 10 Fragen mit jeweils 4 möglichen Antworten erwarten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Mit den richtigen Antworten gewinnen sie verschiedene Sachpreise.

Die Fragen beziehen sich auf die Region. Moderiert wird die Sendung witzig und unterhaltsam.

Typus:	Quiz,
Länge:	52 Minuten
Rhythmus:	jeden Samstag
Sendezeit:	ab 20:00 bis 23:00 / 01:00 bis 04:00 In diesen Blöcken wird die Sendung immer wiederholt, dazwischen wird sie mit Werbeblöcken unterteilt.
Eigenleistung:	100 % - 52 Min./Woche
Einstufung gemäss Leistungsauftrag:	100 % - 52 Min./Woche

4.9 SENDUNG «RUNX»



Bei der Sendung «RunX» dreht sich alles um Bewegung und Sport. Die Sendung wird jeweils zur Hauptsendezeit Sonntag ab 20:00 Uhr ausgestrahlt. Die Sendung wird von einem Experten und einer Expertin moderiert. Mit Tipps und Tricks geben sie Ratschläge rund um den Laufsport. In jeder Sendung wird von regionalen Laufsportveranstaltungen berichtet. Ein Veranstaltungskalender mit Laufsportveranstaltungen rundet die Sendung ab. Die Sendung soll zu mehr Bewegung motivieren.

Typus: Sport, Information

Länge: 14 Minuten

Rhythmus: jeden Sonntag

Sendezeit: ab 20:00 bis 23:00 / 01:00 bis 04:00
 In diesen Blöcken wird die Sendung im Wechsel mit den Sendungen «BerufsBox» und «Globe TV» immer wiederholt. Werbeblöcke sind zwischen den Sendungen geschaltet.

Eigenleistung: 100 % - 14 Min./Woche

Einstufung gemäss Leistungsauftrag: 25 % - 4 Min./Woche

4.10 SENDUNG «GLOBE TV»



«Globe TV» ist eine Ferien- und Reisesendung. Die Sendung ist bereits heute Bestandteil des Programms von Tele Z. Länder, Regionen und Hotels werden in der Sendung seit 1999 vorgestellt.

Typus:	Ferien und Reisen
Länge:	14 Minuten
Rhythmus:	jeden Sonntag
Sendezeit:	ab 20:00 bis 23:00 / 01:00 bis 04:00 In diesen Blöcken wird die Sendung im Wechsel mit den Sendungen «BerufsBox» und «RunX» immer wiederholt. Werbeblöcke sind zwischen den Sendungen geschaltet.
Eigenleistung:	0 % - 0 Min./Woche (Fremdproduktion)
Einstufung gemäss Leistungsauftrag:	0 % - 0 Min./Woche

5 Durchschnittlicher Umfang relevanter Regionalinformationen

Tele Z produziert bereits heute Nachrichten- und Talk-Sendungen, die den Anforderungen des Leistungsauftrags entsprechen.

Programm Tele Z - Heute				
Sendung	Ausstrahlung	Min/Sendung	Eigenleistung	Min/Woche
Aktuell	Mo - Fr	14	70	70
Konkret	Mo - Wiederholung Mi + Fr	42	42	42
Marco liest mit BuchTipp				geplant
Eusi Erinnerige	Di	30		z.Z. Wiederholungen
1vo4	Sa	53		z.Z. Wiederholungen
RunX				geplant
Globe TV	Do - Wiederholung So	14		
Total Minuten Eigenproduktion pro Woche			112	
davon im Sinne des Leistungsauftrags				112

Mit zusätzlichen Mitteln wird Tele Z sein Programm erheblich ausbauen. Die zusätzlichen Ressourcen werden eine Verdoppelung des täglichen Nachrichtenprogramms und eine Verdreifachung der Talk-Sendungen bedeuten. Ausserdem wird das Kulturangebot neben den Beiträgen in den Nachrichten und Talkshows auch eine eigene Sendung erhalten.

Programm Tele Z ab 1.1.2025				
Sendung	Ausstrahlung	Min/Sendung	Eigenleistung	Min/Woche
Aktuell	Mo - Fr	22	110	110
Aktuell	Sa + So	15	30	30
3 Stimmen / 3 Kantone	Fr	42	42	42
Konkret	Mo + Do	42	84	84
KulturWoche	Di	25	25	25
Marco liest mit BuchTipp	Di	25	25	25
Berufsbox	So	10	10	10
Eusi Erinnerige	Mi	42	42	42
1vo4	Sa	42	52	52
RunX	So	14	14	
Globe TV	So	14		
Total Minuten Eigenproduktion pro Woche			434	
davon im Sinne des Leistungsauftrags				420

Mit 434 Minuten Eigenproduktion pro Woche ergibt das pro Tag über 60 Minuten. Allein die Hauptinformationssendung «Aktuell» generiert in einer Woche bereits 140 Minuten Sendezeit, die dem Leistungsauftrag entsprechen. Gesamthaft sind es in einer Woche 7 Stunden Sendezeit mit regionalen Informationen, verteilt auf alle Themengebiete, Politik, Kultur, Wirtschaft, Gesellschaft und Sport.

6 Hintergründe und Zusammenhänge

Es ist uns wichtig, unseren Zuschauerinnen und Zuschauern nicht nur oberflächliche Informationen zu liefern, sondern ein umfassendes Bild des Geschehens zu vermitteln. Bei Berichten zum lokalen und regionalen Geschehen achten wir deshalb darauf, Hintergründe und Zusammenhänge aufzuzeigen.

Ein Beispiel dafür ist die Berichterstattung über einen Brand in einem örtlichen Betrieb. Neben den Fakten zum Brandherd, der Anzahl der Feuerwehrleute und der Schadenshöhe berichten wir auch über die Geschichte des Unternehmens und dessen Bedeutung für die Region. Dabei legen wir besonderen Wert darauf, mögliche Ursachen wie mangelnde Sicherheitsvorkehrungen oder technische Defekte zu thematisieren. Auch die Auswirkungen auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die lokale Wirtschaft werden von uns beleuchtet.

Durch die Einbettung des aktuellen Vorfalls in einen grösseren Zusammenhang können unsere Zuschauerinnen und Zuschauer besser verstehen, was passiert ist und welche Konsequenzen es haben kann. Dabei versuchen wir stets, sachlich und ausgewogen zu berichten, um unseren Zuschauerinnen und Zuschauern eine möglichst objektive Einschätzung zu ermöglichen.

Insgesamt ist es uns als Fernsehsender wichtig, unseren Zuschauerinnen und Zuschauern eine umfassende und fundierte Berichterstattung zu bieten. Durch die Berücksichtigung von Hintergründen und Zusammenhängen wollen wir ihnen ermöglichen, sich ein eigenes Urteil zu bilden und informiert zu sein.

7 Programmauftrag und Ausrichtung

Wir verstehen unseren Programmauftrag wie folgt:

Jede Sendung, jeder Beitrag muss die Grundrechte respektieren. Dabei steht insbesondere die Achtung der Menschenwürde im Fokus. Diskriminierung, Förderung von Rassenhass, Bedrohung der öffentlichen Sittlichkeit sowie Verherrlichung oder Verharmlosung von Gewalt sind in den Sendungen strikt untersagt.

Bei redaktionellen Sendungen und Beiträgen mit Informationsgehalt ist es wichtig, Tatsachen und Ereignisse sachgerecht darzustellen, um dem Publikum die Möglichkeit zu geben, sich eine eigene Meinung zu bilden. Ansichten und Kommentare müssen deutlich als solche gekennzeichnet sein.

Das Programm insgesamt muss eine angemessene Vielfalt an Ereignissen und Ansichten widerspiegeln.

Wir achten darauf, dass die Sendungen nicht die innere oder äussere Sicherheit des Bundes oder der Kantone, die verfassungsmässige Ordnung oder die Wahrnehmung völkerrechtlicher Verpflichtungen der Schweiz gefährden.

Werbung muss klar vom redaktionellen Teil des Programms getrennt sein und eindeutig als solche erkennbar sein. Programmmitarbeiterinnen und -mitarbeiter im redaktionellen Bereich dürfen in keiner Weise an der Produktion oder Durchführung von Werbesendungen beteiligt sein, um eine klare Trennung zwischen dem redaktionellen Teil und der Werbung sicherzustellen.

Es ist uns wichtig, dass Werbesendungen nicht den Eindruck erwecken, Teil des redaktionellen Programms zu sein. Die Zuschauerinnen und Zuschauer müssen in der Lage sein, zwischen werblichen und informativen Inhalten zu unterscheiden. Darüber hinaus darf Werbung nicht dazu verwendet werden, um versteckte oder unzulässige Botschaften zu übermitteln, die gegen die ethischen und rechtlichen Standards des Programms verstossen könnten. Die klare Trennung zwischen redaktionellem Inhalt und Werbung ist daher unerlässlich, um die Integrität und Glaubwürdigkeit des Programms zu erhalten.

Mit der Ausrichtung des künftigen Programms von Tele Z sehen wir uns verantwortlich für eine umfassende Versorgung der Bevölkerung innerhalb des Konzessionsgebietes mit Informationen. Durch diese Versorgung soll das Verständnis, der Zusammenhalt und der Austausch zwischen verschiedenen Regionen, Kulturen und gesellschaftlichen Gruppierungen gefördert werden.

Dabei werden die Besonderheiten und Bedürfnisse jeder Region berücksichtigt. Ein wichtiger Aspekt davon ist die Bereitstellung von vielfältigen und sachgerechten Informationen zu politischen, wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhängen, um das Publikum in die Lage zu versetzen, sich eine eigene Meinung zu bilden. Ausserdem setzt sich Tele Z dafür ein, dass kulturelle Werte in der Region gezeigt und gestärkt werden.

Umsetzung des Kulturauftrags

Definition Kultur:

Definitionen von Oxford Languages

Substantiv, feminin [die]

1a.

[ohne Plural]

*Gesamtheit der geistigen, künstlerischen, gestaltenden Leistungen einer Gemeinschaft als Ausdruck menschlicher Höherentwicklung
"die menschliche Kultur"*

1b.

Gesamtheit der von einer bestimmten Gemeinschaft auf einem bestimmten Gebiet während einer bestimmten Epoche geschaffenen, charakteristischen geistigen, künstlerischen, gestaltenden Leistungen

"die abendländische Kultur"

Diese Definition von Kultur dient als Leitlinie für die redaktionelle Arbeit bei Tele Z. Wir orientieren uns an den aktuellen Ereignissen und den Interessen unseres Versorgungsgebiets. Unser Programm umfasst sowohl die sogenannte Hochkultur, wie klassische Musik, Literatur, Architektur oder Malerei, als auch die Volks- oder Populärkultur, wie Dorfmusikfeste, volkstümliche Anlässe, Laienbühnen-Theater oder Fasnacht. Somit bieten wir ein breites Spektrum an kulturellen Inhalten, das für jeden Geschmack etwas zu bieten hat.

Durch diese breit gefasste Definition von Kultur ergibt sich auch eine Vielfalt an Themen, die in verschiedenen Sendungen auf Tele Z abgebildet werden.

In folgenden Sendungen werden kulturelle Beiträge oder Themen behandelt:

- **«Aktuell»:** In der täglichen Sendung (18:00 – 20:00 Uhr und 23:00- 01:00 Uhr) werden aktuelle kulturelle Ereignisse in Form von journalistischen Beiträgen aufbereitet. Dazu gehören Anlässe, Ausstellungen, Portraits von Personen oder Institutionen.

- **«Konkret»** ist die Talk-Show, die jeweils am Montag und Donnerstag zur Hauptsendezeit (20:00 – 23:00 Uhr) ausgestrahlt wird. Zu Gast sind immer wieder Personen aus dem kulturellen Bereich, ob darstellende oder bildende Kunst oder Literatur und Musik.

- **«Marco liest»** ist Kultur, die auf unserem Sender stattfindet. Die Sendung wird jeden Dienstag zur Hauptsendezeit (20:00 – 23:00 Uhr) ausgestrahlt. Marco Caduff liest literarische Texte, die mit eigenproduzierten Visualisierungen untermalt sind.

- **«KulturWoche»** ist das Format, das Kultur zum Inhalt hat. Die Sendung wird zur Hauptsendezeit am Dienstag (20:00 – 23:00 Uhr) ausgestrahlt. Die Sendung hat eine Länge von 25 Minuten, darin ist auch mindestens ein Beitrag à ca. 4

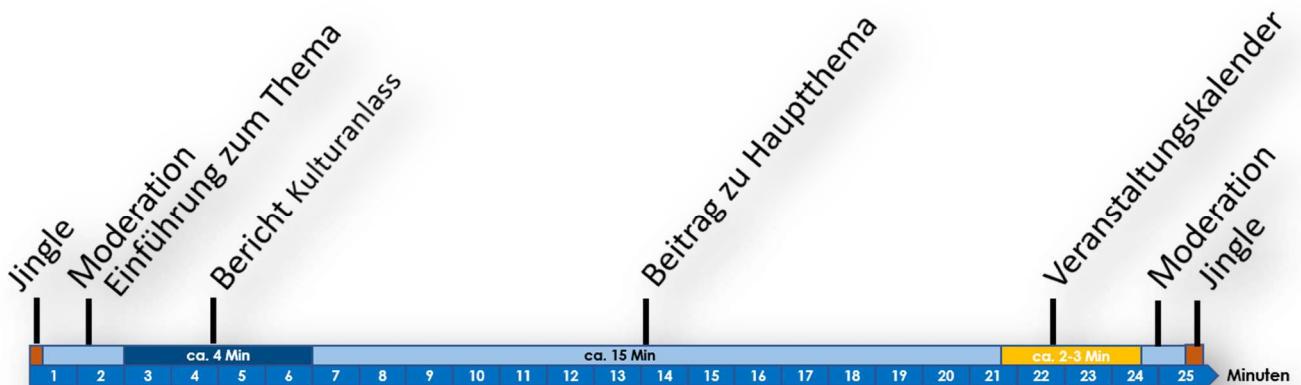
Minuten über einen vergangenen Kulturanlass.
 Mit einem Veranstaltungskalender schliesst die Sendung.

Das Hauptziel der Sendung «KulturWoche» besteht darin, das Verständnis und die Anerkennung der lokalen Kultur zu fördern und zu vertiefen. In jeder Folge wird ein bestimmtes Thema oder Ereignis behandelt und werden verschiedene Kulturstätten besucht. Experten, Persönlichkeiten oder andere Gäste teilen ihre Sichtweisen und Erkenntnisse zu dem jeweiligen Thema mit den Zuschauern. Das Ziel der Sendung besteht darin, die Zuschauer zu inspirieren, die Vielfalt der Kultur in ihrer Region zu schätzen und zu erleben.

Der Veranstaltungskalender weist auf kulturelle Anlässe in der Region hin. Die Zusammenstellung der Hinweise über Veranstaltungen erfolgt aufgrund von journalistischen wie auch kommerziellen Kriterien. Es gilt jedoch, dass mindestens die Hälfte der Hinweise für die Veranstalter kostenlos sind. Journalistisch werden Anlässe von Nonprofit-Organisationen bevorzugt. Zusammengestellt wird der Kalender aus direkten Anfragen, Pressemitteilungen und Eigenrecherche. Es werden keine Preise oder Aktionen angepriesen. Politische Anlässe werden nicht beworben.

Der Veranstaltungskalender ist so aufbereitet, dass er auch als Lückenfüller im Rest des Programms von Tele Z eingesetzt werden kann.

Aufbau der Sendung «KulturWoche»



Anmerkung

Als Sender konzentriert sich Tele Z im Kulturbereich hauptsächlich darauf, ein breites Spektrum an kulturellen Inhalten zu produzieren und zu senden. Aus diesem Grund organisieren wir selber keine kulturellen Anlässe.

Nichtsdestotrotz sind wir immer offen für Medienpartnerschaften für kulturelle Anlässe. Wenn ein kulturelles Ereignis in unserem Versorgungsgebiet stattfindet und eine Zusammenarbeit für beide Seiten von Vorteil sein könnte, sind wir gerne bereit, als Medienpartner zu fungieren und das Ereignis zu unterstützen.

Durch diese Medienpartnerschaften haben wir die Möglichkeit, unseren Zuschauern exklusive Einblicke in die Veranstaltung zu bieten und ihnen einzigartige Erlebnisse zu vermitteln. Gleichzeitig können wir damit auch unseren Beitrag zur kulturellen Vielfalt in unserer Region leisten und uns mit anderen Organisationen und Veranstaltern vernetzen.

Wir bei Tele Z sind der Überzeugung, dass eine Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren der Kulturszene für alle Beteiligten von Vorteil ist und dass wir durch solche Kooperationen dazu beitragen können, dass unsere Region weiterhin reich an kulturellen Angeboten bleibt.

Sendungen mit kulturellem Anteil – Senderaster Tele Z

00:00	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell
01:00	RunX - Globe TV	Konkret	Kultur Woche - Marco Liest	Eusi Erinnerige	Konkret	3 Stimmen 3 Kantone	1 vo 4
02:00							
03:00							
04:00	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell
05:00							
06:00							
07:00							
<hr/>							
08:00	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung
09:00							
10:00							
11:00	Tages- programm	Tages- programm	Tages- programm	Tages- programm	Tages- programm	Tages- programm	Tages- programm
12:00							
13:00	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung	Verkaufs Sendung
14:00							
15:00							
16:00	Tages- programm	Tages- programm	Tages- programm	Tages- programm	Tages- programm	Tages- programm	Tages- programm
17:00							
<hr/>							
18:00	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell
19:00							
20:00	Konkret	Kultur Woche - Marco liest	Eusi Erinnerige	Konkret	3 Stimmen 3 Kantone	1 vo 4	Berufs- box - RunX - Globe TV
21:00							
22:00							
23:00	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell	Aktuell



Die Sendungen «KulturWoche» und «Marco liest» haben einen Kulturanteil von 100%.

«KulturWoche» Länge 25 Minuten – siehe Sendungen Tele Z

«Marco liest» Länge 25 Minuten – siehe Sendungen Tele Z



In den täglichen News «Aktuell» findet die Kultur in journalistischen Beiträgen statt. – siehe Sendungen Tele Z

In der Talksendung «Konkret» sind regelmässig Gäste aus dem Bereich Kultur zu Gast. – siehe Sendungen Tele Z