

Merum-Redaktionsstatut

1. Dieses Redaktionsstatut kann nur mit der Zustimmung der Redaktion von der Merumpress AG geändert oder außer Kraft gesetzt werden.

2. Publizistisches Grundkonzept

Die journalistischen Aktivitäten von Merum orientieren sich am publizistischen Grundkonzept:

Zentrale Themen der Merum-Berichterstattung sind exportfähige, konfektionierte Produkte der italienischen Landwirtschaft (in erster Linie Wein und Olivenöl) und wirtschaftliche, politische, kulturelle sowie technische Hintergründe und mit Weintourismus in Verbindung stehenden Themen.

Merum setzt sich für die Authentizität der redaktionell thematisierten Güter (Wein, Öl, etc.), für die Korrektheit bei deren Anpreisung und Kommunikation, sowie für die in jeder Beziehung nachhaltige Produktionsweise derselben ein.

Merum schenkt seinen Lesern „Reinen Wein“ ein. Seriöse Recherche, Unabhängigkeit und fachliche Professionalität der Autoren sind dafür die Voraussetzungen. Grundlage der journalistischen Qualitätsstandards von Merum bildet die Erklärung des Schweizer Presserats vom 5. Juni 2008 (<http://www.presserat.ch/Documents/Erklaerung2008.pdf>).

Merum setzt sich für die Aufklärung der Verbraucher sowie für die Erhaltung einer lebensfähigen, sozial- wie ökologisch nachhaltigen Landwirtschaft ein. Grundlage für die Ausrichtung der landwirtschaftlichen Berichterstattung von Merum bilden die in der „Charta der bäuerlichen Landwirtschaft“ (**siehe Anlage**) vertretenen Werte und Zielsetzungen.

3. Redaktionelle Unabhängigkeit

Die redaktionelle Unabhängigkeit ist gewährleistet. Die Mitglieder der Redaktion sowie die freien Mitarbeiter können nicht gezwungen werden, etwas zu schreiben oder zu verantworten, was dem publizistischen Grundkonzept oder der eigenen Überzeugung widerspricht.

Die Geschäftsleitung der Merumpress AG ist verpflichtet, Anzeigenaufträge abzulehnen, wenn diese in krassem Widerspruch zum publizistischen Grundkonzept stehen. Sie weist wirtschaftliche und politische Druckversuche auf die Redaktion ab.

Die Geschäftsleitung der Merumpress AG ist berechtigt, im Textteil von Merum Verlagsmitteilungen zu veröffentlichen. Sie konsultiert vorgängig den Chefredakteur.

4. Wahl des Chefredakteurs

Die Merumpress AG verpflichtet sich, einen Chefredakteur zu ernennen, der für die Einhaltung dieses Redaktionsstatuts Gewähr bietet.

Vor der Ernennung eines Chefredakteurs findet eine Anhörung der Redaktion statt.

5. Grundsätze der Personalpolitik

Die Ernennung neuer Redakteure ist im Rahmen seines Budgets Sache des Chefredakteurs. Die Chefredaktion orientiert sich in Bezug auf die Eignung neuer Redakteure am publizistischen Grundkonzept.

Ernennungen zu und Trennungen von Redakteuren müssen mit den Mitgliedern der Redaktion im Rahmen der Redaktionskonferenz besprochen werden.

6. Transparenz bei Inhalt und Gestaltung

Die Chefredaktion sorgt gegenüber den Redakteuren und der Geschäftsleitung für größtmögliche Transparenz bei publizistischen und konzeptionellen Entscheiden.

Grundlegende Änderungen der Publikationsform (inhaltliche Positionierung, Beilagen, grafische Gestaltung) bedürfen der Genehmigung durch die Geschäftsleitung.

7. Innerbetriebliche Transparenz und Verschwiegenheit

Die Geschäftsleitung informiert die Redaktion mindestens einmal jährlich über den Geschäftsgang der Merumpress AG.

Die Redaktion hat Anrecht auf Transparenz bei strategischen, geschäftlichen, publizistischen und personellen Entscheiden. Im Gegenzug gewähren die Redakteure gegenüber Merum Transparenz über entschädigte Tätigkeiten außerhalb ihrer Merum-Tätigkeit.

Transparenz setzt Diskretion aller Beteiligten voraus. Die Redakteure verpflichten sich bei allen Informationen, die ihr auf Grund ihres Redakteur-Status zur Kenntnis gebracht werden, zur Verschwiegenheit nach außen.

8. Rechte und Pflichten der Redakteure

Die Redakteure orientieren sich bei ihrer Arbeit am publizistischen Grundkonzept und arbeiten nach den professionellen Standards des guten Journalismus.

Konkurrenzklausele: Merum-Redakteure verfassen keine Texte über Merum-Themen (Wein, Olivenöl, Grappa, u.a.) für andere Medien ohne vorgängiges Einverständnis der Redaktion (regulär einberufene Redaktionskonferenz). Der Entscheid der Redaktion wird im Protokoll der Redaktionskonferenz festgehalten.

Merum-Redakteure, die Nebenjobs mit Merum-Themen (Wein, Öl, Grappa, etc.) ausüben (Seminare, Vorträge, etc.), bringen dies in der Redaktionskonferenz zur Sprache. Der Chefredakteur entscheidet nach Aussprache in der Redaktion, ob ein Konflikt mit dem Prinzip der journalistischen Unabhängigkeit oder der Konkurrenzklausele vorliegt. Ausgeschlossen für Merum-Redakteure sind a priori vergütete Leistungen für Anbieter von in Merum thematisierten Waren oder kommerzielle Aktivitäten (z.B. Weinvertrieb).

Merum-Redakteuren ist untersagt, von Firmen, Produzenten, Konsortien, Händlern, etc. Geld anzunehmen, weder als Vergütung für Spesen noch für Leistungen.

Redakteure, die eigene Produktionsbetriebe besitzen, tun alles in ihrer Macht Stehende, damit ihr Name und ihre Funktion in Merum nicht für kommerzielle Interessen eingesetzt werden.

Merum-Redakteure dürfen von besuchten/porträtierten Produzenten oder Konsortien, etc. kleine Warengeschenke annehmen. (Wenn ein Redakteur zum Beispiel einen Artikel über einen Schokoladehersteller schreibt und dieser ihm ein paar Muster schenkt/schickt, dann darf der Autor diese behalten.)

Nicht erlaubt ist, Kaufbereitschaft zum Ausdruck zu bringen und sich die entsprechende Ware (Wein, etc.) dann schenken zu lassen. Sobald das Wort "kaufen" ausgesprochen ist, muss bezahlt werden!

Wenn ein Geschenk unanständig groß ist ("Bestechung"), dann muss es entweder zurückgegeben oder bezahlt werden.

Hotels und Restaurants dürfen sich die Redakteure (zum Beispiel von Konsortien) bezahlen lassen, wenn der jeweilige Aufenthalt mit einem Merum-Auftrag zusammenhängt und die journalistische Unbefangenheit gewährleistet ist. Untersagt ist es den Redakteuren hingegen, sich von Konsortien, Firmen oder Produzenten Ferientaufenthalte bezahlen zu lassen.