

# TRANSPARENZ IM JOURNALISMUS

## Leitlinien für die Praxis



Frei, unabhängig und sorgfältig sollen sie beobachten, recherchieren und schreiben – Journalistinnen und Journalisten werden nicht zu Unrecht die vierte Gewalt im Staat genannt. Aber lässt sich diese hehre Forderung überhaupt noch durchsetzen in Zeiten großer ökonomischer Zwänge und Herausforderungen? Sender und Verlage – überregionale, regionale und lokale – müssen sparen, entlassen Festangestellte und setzen stattdessen freie Journalistinnen und Journalisten ein, denen sie lediglich ein schmales Honorar zahlen. Investigativer und Qualitätsjournalismus leiden unter diesen Sparmaßnahmen.

Gerade in Zeiten, in denen den Medien mit den Vorwürfen „Lügenpresse“ oder „Fake News“ ihre demokratische Aufgabe – die politische Meinungsbildung – abgesprochen wird, ist es umso wichtiger, dass Verlage und Redaktionen für Integrität sorgen, dass sie nicht durch ökonomische Zwänge eingeschränkt oder durch Lobbyismus und Korruption verfälscht sind. Denn es geht um das höchste Gut, über das der Journalismus verfügt, um das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Medien zu erhalten – die Glaubwürdigkeit seiner Akteure, Verlage und Sender.

In einer ersten bundesweiten Studie hat die Arbeitsgruppe Transparenz in den Medien von Transparency International Deutschland e.V. (nachfolgend Transparency Deutschland) im Jahr 2016 knapp 400 Journalistinnen und Journalisten zum Thema Korruptionswahrnehmung im Journalismus befragt. Herausgekommen sind zum Teil erschreckende Ergebnisse, die Sie auf unserer Webseite nachlesen können. Leider haben nur wenige Medienunternehmen die Brisanz bisher erkannt und wirksame Maßnahmen zum Schutz ihrer Journalistinnen und Journalisten und der Wahrung der journalistischen Aufgaben in der Gesellschaft eingeführt. Der Code of Conduct des Axel-Springer-Verlags kann hier als nachahmenswertes Beispiel angeführt werden – allerdings steht dieser als börsennotiertes Unternehmen hier auch in der Pflicht.

Transparency Deutschland will mit den folgenden Leitlinien Vorschläge und Handlungsempfehlungen für die journalistische Praxis geben – für eine transparente, unabhängige und neutrale Berichterstattung. Wir wollen eine Diskussion anregen und wünschen uns, dass diese Ideen inhaltlich und individuell sowohl von Unternehmen als auch von Journalistinnen und Journalisten weiterentwickelt werden.

Hinweis: Die Leitlinien konzentrieren sich auf das traditionelle Zeitungs- und Publikationswesen und ziehen bewusst den Onlinebereich (noch) nicht mit ein.

# LEITLINIEN



## Redaktionelle Unabhängigkeit von Verlags-/Anzeigeninteressen

Unterschiedliche Bereiche im Verlagsgeschäft haben unterschiedliche Aufgaben, Funktionen und Ziele. Diese Trennung muss auch bei knappen Ressourcen gewahrt bleiben – jede Abweichung von diesem Prinzip muss transparent gemacht werden.

1. Redaktion und Anzeigen-/Marketing-Abteilung sind organisatorisch strikt getrennt.
2. Redaktion und Anzeigen-/Marketing-Abteilung sind – finanziell und strategisch – unabhängig und beeinflussen sich nicht.
3. Alle Inhalte sowie Autorinnen und Autoren von Sonderveröffentlichungen und Beilagen sind deutlich als solche für den Lesenden gekennzeichnet und typografisch abgesetzt. Es findet keine Mitarbeit der Redaktion statt; das Medienlogo wird nicht verwendet.
4. Medienpartnerschaften werden aufgrund gemeinsamer inhaltlicher Ziele geschlossen. Mit Medienpartnerschaften soll keine positivere Berichterstattung über den jeweiligen Partner bewirkt werden.



## Offenlegung von strukturellen Abhängigkeiten

Verflechtungen jedweder Art können zu direkten und indirekten, offensichtlichen und versteckten Abhängigkeiten führen – frühzeitige Vermeidung muss die Regel sein.

1. Verflechtungen zwischen beruflichen und privat-kommerziellen Interessen werden vermieden bzw. deutlich und transparent öffentlich gemacht.
2. Private Beziehungen von Journalistinnen und Journalisten zu Unternehmen und Personen des öffentlichen Lebens werden vor der Berichterstattung intern offengelegt; Interessenkonflikte werden vermieden.
3. Individuelle Interessen/Engagements von Journalistinnen und Journalisten mit gesellschaftspolitischer Relevanz werden transparent gemacht.
4. Gesellschaftsrechtliche Verflechtungen zwischen Journalistinnen und Journalisten und Produktanbietern werden deutlich und transparent öffentlich gemacht.
5. Intensive Kontakte zwischen Journalistinnen und Journalisten und Politik sowie Interessenvertretenden gehören zum journalistischen Alltag. Den Journalistinnen und Journalisten muss ständig bewusst sein, dass diese Kontakte nicht dazu führen dürfen, dass die Aufgabe zu unabhängiger Berichterstattung vernachlässigt wird (Vermeidung von Anfüttern).
6. Beim Engagement von freien Journalistinnen und Journalisten wird überprüft, ob der gewünschte Inhalt des Berichts zu Interessenkonflikten mit dritten Auftraggebern der freien Journalistinnen und Journalisten führt bzw. das journalistische Ziel im Grundsatz verletzt.
7. Falls Medienunternehmen außerhalb ihrer journalistischen Tätigkeit weitere kommerzielle Interessen haben, führen diese nicht zur Beeinflussung der journalistischen Arbeit.



## Finanzielle und geldwerte Unterstützungen

Externe Mittel, die zur Erstellung eines Berichts herangezogen werden, können Inhalte beeinflussen. Die Leserinnen und Leser müssen über jede unterstützende Einwirkung auf einen entstandenen Beitrag aufgeklärt werden, um sich ein freies Urteil machen zu können.

1. Materielle, finanzielle oder geldwerte Unterstützung der Journalistinnen und Journalisten oder der journalistischen Arbeit werden klar, für den Rezipienten deutlich erkennbar gekennzeichnet:
  - a. Fotos/Videos/Texte interessengebundener Dritter werden deutlich gekennzeichnet bzw. im Abspann erwähnt.
  - b. Produktionsbeihilfen und technische Hilfsmittel werden ebenso genannt wie Übernachtungen und Transporthilfen.
2. Pressemitteilungen dienen lediglich als Anlass und Grundlage zur Recherche und werden nicht unverändert übernommen.



## Nebentätigkeiten

Externe Einnahmequellen von Journalistinnen und Journalisten können zu Loyalitätskonflikten führen bzw. eine sachliche und interessensunabhängige Berichterstattung verhindern.

1. Bezahlte Moderationstätigkeiten, Vorträge und die Teilnahme an Podiumsdiskussionen der freien oder festangestellten Journalistinnen und Journalisten werden von dem Medium freigegeben sowie transparent gemacht.
2. Entgeltliche Tätigkeiten für PR- oder Marketingzwecke werden vom Medium freigegeben.
3. Freie Journalistinnen und Journalisten legen ihre kommerziellen Tätigkeiten für Nicht-Medienunternehmen offen.



## Annahme von Geschenken und geldwerten Vorteilen

Geschenke und sonstige geldwerte Vorteile für Journalistinnen und Journalisten führen zu veränderter Wahrnehmung und in der Folge – unbewusst – verzerrten Urteilen.

1. Geschenke jedweder Art, die einen vom Medienunternehmen festzulegenden Wert übersteigen, werden abgelehnt.
2. Redaktionelle Inhalte oder Testberichte, die im Anschluss von Pressereisen oder vergleichbaren Events entstanden sind, werden deutlich kenntlich gemacht.
3. Sogenannte Journalisten-Rabatte werden nicht angenommen.



## Zusätzliche Leitlinien für Testjournalismus

Medien, deren inhaltlicher Schwerpunkt die Bewertung und der Vergleich von Waren und Dienstleistungen verschiedener Anbieter ist, sind häufig besonders stark den Beeinflussungsversuchen von Herstellern und Anbietern ausgesetzt. Deshalb sollten sie zusätzliche Vorkehrungen zum Schutz vor Lobbyismus und Korruption treffen.

1. Geld bzw. geldwerte Vorteile mit dem möglichen Ziel der Beeinflussung der Berichterstattung oder der Testergebnisse im Sinne des Geldgebers werden nicht entgegengenommen.
2. Produkte zur Erstellung von Testberichten werden zurückgegeben. Spenden für gemeinnützige Zwecke werden kenntlich gemacht.
3. Bei Testberichterstattungen werden die Kriterien nachvollziehbar gestaltet und transparent veröffentlicht. Sie stammen nicht vom Hersteller oder anderen interessengeleiteten Dritten; diese nehmen keinerlei Einfluss auf die Testergebnisse.
4. Die mit dem Test betrauten Personen sind fachlich qualifiziert, die Durchführung geschieht mit eigener Inaugenscheinnahme und nicht auf Basis von Datenvergleichen.



## Compliance Regeln, Code of Conduct

Unabhängige und transparente journalistische Arbeit ist nur möglich, wenn Voraussetzungen und Bedingungen verbindlich in einem Regelwerk festgehalten werden. Diese Regelwerke werden von Geschäftsführung und Vorstand als unabdingbar formuliert und gelebt. Auch freie Journalistinnen und Journalisten werden auf diese Anforderungen verpflichtet.

1. Compliance-Regeln und Code of Conduct sind Bestandteile des Arbeits-/Werkvertrages, Verstöße werden sanktioniert.
2. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden regelmäßig in unterschiedlichen Aspekten der Korruptionsprävention geschult; Freie bekommen eine schriftliche Unterweisung.
3. Eine offizielle Anlaufstelle für Hinweisgeber wird eingerichtet, bei der auf Missstände aufmerksam gemacht werden kann ohne nachteilige Folgen für den Hinweisgeber.

## Transparenz im Journalismus – Leitlinien für die Praxis | Arbeitsgruppe Transparenz in den Medien, federführend Ulrike Fröhling und Laura Welle | Juni 2020

Transparency International Deutschland e.V.

Geschäftsstelle:

Alte Schönhauser Straße 44

10119 Berlin

Tel: +49 30-54 98 98-0

Fax: +49 30-54 98 98-22

E-Mail: [office@transparency.de](mailto:office@transparency.de)

[www.transparency.de](http://www.transparency.de)

 [@transparency\\_de](https://twitter.com/transparency_de)

 [TransparencyDeutschland](https://www.facebook.com/TransparencyDeutschland)

ISBN: 978-3-944827-32-2

Gestaltung: Julia Bartsch, Berlin



Die von Transparency Deutschland genutzte Lizenz CC BY-NC-ND 4.0 legt fest, dass die Vervielfältigung und Verbreitung nur dann erlaubt wird, wenn der Name der Autorin/des Autors genannt wird, wenn die Verwendung nicht für kommerzielle Zwecke erfolgt und wenn keine Bearbeitung, Abwandlung oder Veränderung erfolgt.

Für unsere Arbeit und Publikationen wie diese ist Transparency Deutschland auf Ihre Unterstützung angewiesen. Informationen zu Spenden- und Fördermöglichkeiten finden Sie unter [www.transparency.de/spenden/](http://www.transparency.de/spenden/).