

Merum-Redaktionsstatut

Die Merumpress AG setzt nach Anhörung der Merum-Redaktion das nachfolgende Redaktionsstatut in Kraft.

1. Dieses Redaktionsstatut kann nur mit der Zustimmung der Redaktion (reguläre Redaktionskonferenz; Stichentscheid: Chefredakteur) **von der Merumpress AG geändert oder außer Kraft gesetzt werden.** (Eine Redaktionskonferenz gilt als regulär, wenn sie mindestens sieben Tage zuvor einberufen wurde, am Sitz der Redaktion in Lamporecchio stattfindet und mindestens zwei Drittel der im Impressum als Redakteure aufgeführten Mitarbeiter anwesend sind.)

2. Publizistisches Grundkonzept

Die journalistischen Aktivitäten von Merum orientieren sich am publizistischen Grundkonzept:

Zentrale Themenkreise von Merum sind Wein (aus Italien) und Olivenöl. Daneben werden auch andere landwirtschaftliche Erzeugnisse rund um den Wein (Käse-, Wurst- und andere lokale Spezialitäten), für Weintouristen interessante Informationen und wirtschaftliche, politische, kulturelle, geschichtliche sowie technische Hintergründe sowie sporadisch auch nichtitalienische Appellationen thematisiert.

Merum setzt sich für die Authentizität der redaktionell thematisierten Güter, 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 Professionalität der Autoren sind dafür die Voraussetzungen. Der Merum-Journalismus ist verlässlich, fachlich kompetent, unabhängig, kritisch, erklärend und interpretierend. Grundlage der journalistischen Qualitätsstandards von Merum bildet die Erklärung des Schweizer Presserat 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 Redakteurstatus 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 an 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 sind a priori vergütete Leistungen für kommerzielle Anbieter von in Merum thematisierten Waren oder kommerzielle Aktivitäten (z.B. Weinvertrieb).

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-Redakteuren ist es untersagt, von Firmen, Produzenten, Konsortien, Händlern etc. Geld oder andere Werte anzunehmen, weder als Vergütung für Spesen noch für Leistungen. Es ist ihnen hingegen erlaubt, kleine Warengeschenke (Musterflaschen, andere Muster der Produktion) bis zu einem Höchstwert von 50 Euro pro Kontakt zu akzeptieren. Ist ein Geschenk wertvoller als dieser Betrag, dann muss es entweder zurückgegeben oder bezahlt werden. Will sich der Mitarbeiter nicht dem Vorwurf der Bestechung aussetzen, dann deklariert er ein Geschenk möglichst sofort, mindestens aber innerhalb von 24 Stunden schriftlich der Geschäftsleitung zwecks baldiger Besprechung an der Redaktionskonferenz. Diese entscheidet.

Nicht erlaubt ist, gegenüber Produzenten oder Händlern Kaufbereitschaft zum Ausdruck zu bringen und sich die entsprechende Ware (Wein etc.) dann schenken zu lassen. Sobald das Wort „kaufen“ ausgesprochen ist, muss die Ware auch bezahlt werden!

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

Merum-Redaktion, Lamporecchio, 10. August 2014