

# Mehr bewusste Kommunikation wagen

Respekt für alle – das will das Social Responsibility Board bei „20 Minuten“ vermitteln. Zora Schaad und Remo Schraner leiten seit einem Jahr dieses Board und haben gerade das generische Maskulinum verabschiedet.

**B**ist du obdachlos?“, „Hast du Schulden?“, „Erlebst du Gewalt?“, „Beschäftigt dich die Coronazeit?“ – diese Fragen betiteln kleine Serviceboxen in der Pendlerzeitung „20 Minuten“. Kleine Boxen mit Kontaktdaten von Organisationen, die je nach Frage Antworten geben können. Die Boxen fügen sich an Artikel, die um Not und Hilfe kreisen. Diese Serviceinfos sind nur ein Teil eines Projektes, das sich Social Responsibility Board nennt und vor einem Jahr an die Öffentlichkeit trat. Das Ziel: Die Sprache und Berichterstattung von „20 Minuten“ soll niemanden verletzen.

„Ich komme gerade aus einem Call mit der Stiftung Kinderschutz Schweiz“, sagt Zora Schaad, als wir uns mit Remo Schraner zu einem gemeinsamen Video-Call treffen. Schaad und Schraner leiten das Social Responsibility Board, sie leiten aber auch das noch junge Doppelressort One Love/Community. Kinderschutz ist ein heisses Thema: Was darf geschrieben oder gezeigt werden, und was nicht? Wie lautet das Recht am Bild von Kindern? Welche Sprachbilder und Sprachwendungen sind zu meiden? Dazu besprach sich Schaad mit der kooperierenden Partnerorganisation zum Kinderschutz. Weitere brisante Themen sind Corona und Rassismus, Sexismus und Gewalt, psychische Krankheiten. Täglich diskutieren Schaad und Schraner Fälle, die an sie herangetragen werden oder die im Nachhinein reflektiert und auch kritisiert werden.

Zora Schaad und Remo Schraner sind mit dieser Aufgabe nicht allein. 15 Perso-

nen sind derzeit im Board Team. Die meisten leiten Ressorts, auch die Chefredaktion ist dabei. Sie entscheidet schliesslich, was das Board empfiehlt. Zora Schaad über die Zusammensetzung des Teams:

„Je grösser und diverser unser Board ist, desto besser sind die Antworten, die wir geben.“ Vielfalt und verschiedene Blickwinkel sind gefragt, nicht ein Meinungs-mainstream ohne Kanten.

Damit diese tägliche Beratung der Redaktion keinem blossen Bauchgefühl entspringt, braucht es System und Richtlinien. Diese geben einen Rahmen vor, der Orientierung vermitteln soll. Dazu baute das Team gemeinsam mit ausgewählten Fachorganisationen die Grundlage auf. Themenspezifische Expertinnen sind notwendig, denn Schaad und Schraner ist klar: „Wir betreiben kein Lobbying, sondern sind immer noch Journalistinnen und Journalisten.“ Journalisten, die die zusätzliche Arbeit für das Board in ihren jeweiligen Alltag integrieren.

Die Grundlage des Social Responsibility Boards bilden rund 30 Themenmanuals, die etwa 40 Themen abdecken. Die weiterhelfenden Info-Boxen entstanden als kleinster Output dieser Servicearbeit, die gemeinsam mit Organisationen wie

Kinderschutz Schweiz oder Schweizerischer Israelitischer Gemeindebund erarbeitet wurden. Zora Schaad, Remo Schraner und das Social Responsibility Board informierten sich genau, welche Partner für bestimmte Themen überhaupt infrage kommen. An den Partnern sollte kein Makel kleben, der die Ernsthaftigkeit des Projekts untergräbt. Eine Bringschuld kommt dabei nicht auf, die Partner hätten auch keinen Anspruch auf eine bestimmte Berichterstattung oder Aktivismus.

Remo Schraner sagt: „Einerseits sind auch Experten und Expertinnen nicht immer einer Meinung, und ausserdem müssen wir darauf achten, dass die Forderungen journalistische Standards erfüllen.“

Das Board pflegt inzwischen mit etwa 100 Organisationen Kontakt, mit 20 unterhält das Team regeren Austausch, und

gemeinsam mit diesen wurden auch die Manuals entwickelt: Themendossiers mit Handbuchcharakter. „Nicht alles ist in Stein gemeisselt“, bringt Schraner den grundsätzlichen Prozess-Charakter des Projekts auf den Punkt.

Manuals, Guidelines, Orientierungshilfen für die Redaktion: Das bedeutet zum Beispiel: möglichst kein Blut, keine Leichen und Gewalt zeigen. Wenn doch Gewalt gezeigt wird, sollte sie in Bild und Sprache aufklären, und vielleicht mit einer Warnung versehen werden. Akuter Bedarf herrscht beim Thema Corona und Coronakritik. Sollen Nazisymbole im Zusammenhang von Demonstrationen und Kritik an Coronamassnahmen gezeigt werden? Da ist ein Anruf beim israelitischen Gemeindebund ratsam. Und wie lautet die Antwort? Ja, kann man zeigen, aber ... Das Aber deutet stets an, dass es kein Schwarz-Weiss gibt, sondern, dass das Board täglich Für und Wider abwägen muss. Das gelingt nicht dauernd, doch Zora Schaad ist überzeugt: „Wir sind auf Kurs.“

Dafür braucht es möglichst einfache Kommunikation. Redaktorinnen können zum Beispiel über Slack Fragen stellen. Diese Anfragen, aber auch Reaktionen der Leser übernimmt das Board in eine eigene Whatsapp-Gruppe, wo sie alles diskutieren. Die Empfehlung für eine bestimmte Entscheidung sollte zumindest von drei Mitgliedern getragen werden. Die Entscheidung selbst fällt schliesslich die Chefredaktion.

Doch natürlich gibt es auch Grenzfälle. Zora Schaad nennt etwa die Berichterstattung über die gesetzliche Neuregelung bei Eintrag bzw. Änderung des eigenen Geschlechts. Die Erleichterung sei einerseits ein enormer Fortschritt für die Transgender-Gemeinde gewesen, andererseits hätten rechtskonservative Kreise kritisiert, dass diese Erleichterung die Flucht aus der Wehrpflicht und frühere Pensionierung ermögliche. „20 Minuten“ brachte die Kritik an der Erneuerung – bei der Community kam das nicht nur gut an. Man traf sich dann mit der Community und holte „die Berichterstattung nach, um ein umfassendes Bild abzugeben“. Schaad fügt hinzu: „Oft gibt es keine Standardlösung.“ Kritik und Auseinandersetzung scheue sie nicht, Feedback erhält das Team nicht nur von reaktionsfreudigen Leserinnen und Lesern, sondern auch von den Partnerorganisationen, die regelmässig ins Medienhaus kommen – briefen und Blattkritik üben.

Dieses erste Jahr des Social Responsibility Boards war ein Bewährungsjahr. Intern



Foto: Michael Scherrer

Sie leiten das Board seit einem Jahr: Zora Schaad (39) und Remo Schraner (31) – beide aus dem Ressort One Love/Community. 3

---

## Sonderpreis

---

### WARUM DIESER PREIS?

## Modell für die Branche

Neben den 14 Kategorien im Ranking „Journalist:innen des Jahres“ vergeben wir auch einen Sonderpreis.

Das Social Responsibility Board von „20 Minuten“ hat die Redaktion überzeugt, weil es einen praxisbezogenen und konsequenten Lösungsansatz für zahlreiche Probleme erarbeitet hat, die im Moment fast alle Redaktionen in der Schweiz beschäftigen. Auch der Einbezug von ausgewählten Fachorganisationen und die transparente Weitergabe des erarbeiteten Wissens an andere Redaktionen macht das Board zu einem Modellprojekt für die ganze Branche.

musste das Team viele Sorgen nehmen. Einige fürchteten sich vor Mehrarbeit, andere vor starren Regeln. Extern galt es, Glaubwürdigkeit zu beweisen. Zu beweisen, dass das Social Responsibility Board – anders, als das die Konkurrenz manchmal unterstellt – kein Feigenblatt ist. Intern habe sich mittlerweile das Bewusstsein verändert, das Projekt fliesse in den Redaktionsalltag ein. „Das Bewusstsein ist extrem gestiegen, und wir besprechen jeden Tag Anfragen, wir werden von unseren Kolleginnen und Kollegen nun dankbar als Beratungsinstanz wahrgenommen.“ Das Gendersternchen ist nun im Doppelsort Realität, das generische Maskulinum wurde bei „20 Minuten“ verabschiedet. Intern kommt das gut an: Wenn etwas kritisiert wird, dann der Mehraufwand.

Extern erhalte das Board Anfragen von Zeitschriften und Agenturen, oder wissbegierigen Besuch vom Studiengang zu Innovationen im Journalismus von MAZ (Medienausbildungszentrum) und ZHAW (Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften).

Was Zora Schaad und Remo Schraner

dennoch beschäftigt, ist der Rechtfertigungsdruck, unter dem die Gratiszeitung steht. Nicht wenige Kolleginnen, auch aus dem eigenen Haus, betrachten „20 Minuten“ kritisch, sehen die Redaktoren dort nicht als „echte“ Journalisten und Reporterinnen – und haben daher Mühe, anzuerkennen, wenn etwas Gutes entsteht.

Zora Schaad und Remo Schraner haben noch einiges vor. Dazu zählt einerseits die interne Vernetzung – Amra Duric vom österreichischen Partnermedium ist beispielsweise am Projekt interessiert. Andererseits die generelle Öffnung, wie Schaad erzählt: „Wir wollen Möglichkeiten finden, unser Wissen öffentlich zugänglich zu machen.“

---

### ANTJE PLAICKNER

ist freie Journalistin und Medienwissenschaftlerin in Innsbruck.

[plaickner@gmail.com](mailto:plaickner@gmail.com)

---

