

Energy verpflichtet sich in seinem Leitbild zur kontinuierlichen Verbesserung von Produkten und Prozessen im Sinne der User, Hörer und Kunden sowie zur Einhaltung ethischer Grundsätze und journalistischer Unabhängigkeit. Grundlage ist ein umfassendes Qualitätsmanagementsystem, das sich an den folgenden Hauptzielsetzungen orientiert.

Um die Leserlichkeit zu vereinfachen, wird in diesem Dokument die männliche Form verwendet; die Weibliche ist dabei immer mit gemeint. Energy bekennt sich explizit zur Chancengleichheit beider Geschlechter auf allen Ebenen (Führungsstruktur, Lohnniveau etc.) und, soweit der Personalmarkt dies ermöglicht, zu einer ausgeglichenen personellen Geschlechterstruktur.

1. User und Hörer im Fokus.

Im Zentrum des täglichen Handelns steht bei Energy die bestmögliche Erfüllung der Anforderungen von Usern, Hörern und anderen Anspruchsgruppen. Die Zielgruppe und Zielhörerschaft steht bei jedem Entscheid im Fokus. Mit dem Ziel einer kontinuierlichen Verbesserung misst Energy regelmässig die Zufriedenheit von Usern, Hörern und anderen Kunden.

2. Journalistische Qualität.

Energy strebt qualitativ hochstehende journalistische Produkte an, das sich an den Vorgaben Relevanz, Hörernähe, Vielfalt und im Radiobereich der Regionalität orientieren.

3. Messbare Umsetzungsziele.

Bei Energy werden in jedem relevanten Prozess sinnvolle und messbare Qualitätsziele definiert und diese regelmässig hinsichtlich Erfüllungsgrad überprüft. Sie werden aus der Qualitätspolitik abgeleitet und kontrollieren die Umsetzung der vorliegenden Hauptzielsetzungen.

4. Festgelegte Abläufe.

Die tägliche Arbeit bei Energy folgt der Prämisse der Prozesshaftigkeit hinsichtlich systematischer Dokumentation, Durchführung und Messung der Abläufe. Dies ermöglicht effizientes, qualitätsorientiertes Arbeiten und minimiert Fehlerquellen. Die Ursache von Produktfehlern kann in den Prozessen zurückverfolgt werden, Lerneffekte fliessen nach Möglichkeit in den Prozess zurück.

5. Kreativität und Innovation.

Die Mitarbeitenden von Energy sind stets bestrebt, die Produkte durch Kreativität und Innovation weiter zu entwickeln. Die Gruppenleitung stellt hierfür entsprechende Werkzeuge und Rahmenbedingungen zur Verfügung.

6. Motivierte Mitarbeitende.

Zur Erarbeitung eines qualitativen Produkts bedarf es motivierter und fachkompetenter Mitarbeiter. Energy fördert seine Mitarbeitenden durch adäquate Aus- und Weiterbildung, sorgt für eine zweckmässige und sichere Arbeitsumgebung und überprüft regelmässig die Mitarbeiterzufriedenheit. Kreative und innovative Beiträge zur Verbesserung von Prozessen und Produkten sind jederzeit willkommen und werden systematisch weiterverarbeitet.

QUALITÄTSZIELE



Energy | Basisdokument | Verantwortung: neu | Datum: 14.10.2016

7. Beschaffung / Schnittstellen.

Werden Content und andere qualitätsrelevante Leistungen von Dritten beschafft, erfolgt dies nach klar definierten Vorgaben und unter Wahrung des Redaktionsstatuts. Die Lieferung der Leistungen wird im Rahmen der definierten Prozesse auf die für Energy geltenden Qualitätsstandards überprüft und mit den Lieferanten besteht ein fortwährender Dialog zur Verbesserung der Produkte. Die Lieferanten von Content ihrerseits pflegen den Dialog zu weiteren Anspruchsgruppen und messen deren Zufriedenheit. So wird z.B. durch die Verkaufsorganisation Energy Media AG regelmässig die Zufriedenheit der Werbekunden gemessen. Diesbezügliche Erkenntnisse haben jedoch keinerlei Einfluss auf den publizistischen Inhalt von Energy.

Zürich, den 14. Oktober 2016

Handwritten signature of Dani Büchi in black ink.

Dani Büchi
CEO

Handwritten signature of Roger Spillmann in black ink.

Roger Spillmann
Chief Radio Officer

Handwritten signature of Pascal Frei in black ink.

Pascal Frei
Chief Marketing Officer und stv. CEO

Handwritten signature of Bernhard Brechbühl in black ink.

Bernhard Brechbühl
Chief Content Officer

Handwritten signature of Oliver Diggelmann in black ink.

Oliver Diggelmann
Chef Operation Officer