

...UND NUN ZUM WETTER

Die Klimakrise findet momentan medial nicht statt. Die sich überschlagenden schrecklichen Ereignisse in relativer geografischer Nähe zu uns verdrängen die Horrorszenarien des neuesten IPCC-Berichts auf die hintersten Nachrichtenplätze neben Sport und Wetter.

Doch ist diese Konstellation nicht neu. Kommunikationsforscher*innen und kritische Journalist*innen werfen den Medien insgesamt ein dauerhaft eklatantes Versagen bei der Klima-Berichterstattung vor.^{1, 2, 3} Weder die Quantität noch die Qualität der Berichte spiegeln die Relevanz des Themas annähernd wider. Die meisten Redaktionen sind bisher nicht in der Lage, die Klimakrise als neue journalistische Herausforderung anzuerkennen und entsprechend zu bearbeiten.

Die journalistischen Probleme sind vielfältig und werden hier nur angerissen:

1. Die redaktionellen Filter, die ein Ereignis zur Nachricht werden lassen, passen nicht zum Wesen des Klimawandels. Der sogenannte Nachrichtenwert orientiert sich an den Parametern der Neuigkeit, der geografischen Nähe, der Visualisierbarkeit, der Exklusivität. Hemmend ist eine hohe Komplexität eines Themas.
2. Journalist*innen übernehmen unkritisch Formulierungen und Phrasen aus Politik und Wirtschaft, die die Wahrnehmung des Klimawandels framen.
3. Einlassungen aus der Wissenschaft erscheinen als Meinung.
4. Die Redaktionen haben noch nicht verstanden, dass das Klima als Querschnittsthema jedes Ressort berührt und nicht in reine Wissenssendungen abgeschoben werden kann und darf.
5. Die Mehrheit der Journalist*innen kann das Klima nicht als Querschnittsthema bearbeiten, weil ihr das notwendige Wissen darüber fehlt.



6. Journalist*innen geben Klimawandel-leugnenden, -skeptischen oder verzerrenden Meinungen aus der Tradition einer falsch verstandenen Ausgewogenheit heraus zu viel Raum.

7. Journalist*innen ordnen das Thema parteipolitisch ein und haben Angst, der Parteilichkeit oder des Aktivismus bezichtigt zu werden, wenn sie kritisch zu Klimathemen berichten.^{4,5,6,7}

Das Resultat dieses breiten medialen Versagens ist eine Bevölkerung, die größtenteils nicht in der Lage ist, die Klimakrise in ihrem Ausmaß wirklich wahrzunehmen, zu verstehen und entsprechend politische Urteile und Handlungen abzuleiten.

Hinzu kommt eine zersplitterte und digital zuge-spitzte Medienlandschaft, die zunehmend inhaltliche

Blasen erzeugt. Umso größer ist in dieser Gemengelage die Verantwortung der 20-Uhr-Sendung der Tagesschau, die (noch) die mit Abstand größte Reichweite besitzt und diese aktuell sogar noch ausbauen konnte. Gerade sie steht in der Pflicht, die Relevanz von Ereignissen unabhängig von Einfluss, falschen Bedenken und Gewohnheit zu definieren und als eines der letzten medialen „Lagerfeuer“ Diskursräume offen zu halten.

Doch dieser Verantwortung wird die Redaktion nicht gerecht, wie wir [in einer Beschwerde an den NDR Rundfunkrat](#) gut recherchiert zeigen konnten. Konkret be-anstanden wir 22 Sendungen im Zeitraum vom 6.9. bis zum 22.10.2021, die wichtige klimapolitische Ereignisse schlicht ignorierten. Mit der großartigen spontanen Un-

terstützung von 168 Unterschriften von Einzelpersonen, 12 Parents-Ortsgruppen sowie Parents/Grandparents for Future Deutschland erreichte die Beschwerde den Rundfunkrat Ende November 2021.

Eine erste Stellungnahme des NDR vom 10. Februar lässt leider kein Problembewusstsein erkennen. Aus Sicht des Intendanten Joachim Knuth „liegt kein Verstoß gegen die Programmgrundsätze des NDR oder sonstige Vorschriften vor“. Der verantwortliche Chefredakteur Marcus Bornheim weicht der Kritik mit holprigen Manövern aus. Da diese Antworten absolut nicht zufriedenstellend sind, haben wir eine Entgegnung verfasst, die dem NDR seit Anfang März vorliegt. Das Prozedere einer Programmbeschwerde sieht nun eine Bearbeitung der Beschwerde im Programmausschuss des NDR vor.

Wir sind nicht allzu gespannt auf die Antwort, da es anscheinend einer mangelnden Fehlerkultur des NDR geschuldet ist, Programmbeschwerden grundsätzlich abzuweisen. Dennoch halten wir diese Form der Kritik weiterhin für sehr attraktiv, da sich die Redaktion im-

mer wieder recht umfassend mit unseren Eingaben beschäftigen muss.

Unsere Hamburger AG Klimakommunikation hat hier also noch dicke Bretter zu bohren. Gleichzeitig arbeiten wir uns immer weiter in das Thema ein – wichtig ist uns dabei der Kontakt zu kritischen Stimmen aus journalistischen Initiativen und der Kommunikationsforschung, um hier perspektivisch mit hoher Schlagkraft weitere Projekte anstoßen zu können.

Ob und wie ein Thema kommuniziert wird, ist entscheidend für seine Wahrnehmung und Bearbeitung. Wir werden die Journalist*innen an ihre riesige Verantwortung angesichts der unausweichlichen gesellschaftlichen Veränderungsprozesse regelmäßig erinnern und deutliche Verbesserungen der Kommunikation vehement einfordern.

*Katja Musenberg, AG Klimakommunikation,
Parents for Future Hamburg*

Quellen:

¹ vgl. <https://uebermedien.de/43754/an-der-klimakrise-scheitern-nicht-nur-die-regierungen-sondern-auch-die-medien/>

² vgl. <https://www.zeit.de/wissen/umwelt/2021-10/klimawandel-kommunikation-sprache-psychologie-abstraktion>

³ vgl. <https://www.ardaudiothek.de/episode/mediasres-deutschlandfunk/weltklimakonferenz-klimawandel-bleibt-ein-nischenthema/deutschlandfunk/94707856/>

⁴ vgl. <https://www.zeit.de/green/2021-11/klimawandel-journalismus-konzerne-manipulation-oeffentlichkeit-gesellschaft-profit-cop26>

⁵ vgl. <https://taz.de/Medias-Framing-in-der-Klimadebatte/15631164/>

⁶ vgl. <https://das-klima-thema.de/die-frames-in-den-koepfen-von-klimajournalistinnen/>

⁷ vgl. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/calendar/climate-change-journalisms-greatest-challenge>

