

Grüne Worte - Was MedienmacherInnen über Nachhaltigkeit denken.

Texte und Gespräche aus fünf Jahren Grüner-Journalismus



"Grüner-Journalismus".de gibt es nun mehr als fünf Jahre. Deshalb haben wir beschlossen, eine Auswahl an spannenden Interviews und Gastbeiträgen aus dieser Zeit in einem kleinen Band zu veröffentlichen, der vor allem in der Lehre eingesetzt werden kann, aber auch im Beruf stehenden JournalistInnen als Anregung dienen soll. Denn diese haben wir bei GJ weiterhin im Blick, auch wenn die Nachwuchsarbeit in den fünf Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat. Grund für unsere stärkere Ausbildungsperspektive ist unter anderem, dass es erfreulicherweise nun einige andere Mediendienste und Plattformen sowie Hochschulen und andere Projekte gibt, die den Journalismus unter Aspekten der Nachhaltigkeit beobachten, fördern, fordern und begleiten. Grüner-Journalismus ist Teil dieses neuen grünen Mediennetzwerks, dessen Akteure in diesem Band zur Sprache kommen samt erfahrener KollegInnen, die viele Ideen und Tipps für die Praxis bereitstellen.

Die Interviews und Beiträge sind aus fünf Jahren ausgewählt, sodass sich hie und da ein Bezug zu aktuellen, bereits vergangenen Ereignissen ergibt. Jedes Gespräch steht für sich und seine Zeit; sie sind nicht aktualisiert. Dies sollte man bei der Lektüre des Bandes beachten, den die GJ-Redakteure Johannes Giesler, Absolvent des BA Wissenschaftsjournalismus an der Hochschule Darmstadt, und Vanessa Kokoschka, Absolventin des dortigen BA Onlinejournalismus, in einer tollen Redaktionsund Layoutarbeit produziert haben.

Mit besten Grüßen.

Prof. Dr. Torsten Schäfer

Themenfelder:

#Grundlagen und Debatten

(ab Seite 2)

#Felder der Nachhaltigkeit

(ab Seite 30)

#Neues Erzählen

(ab Seite 46)

"Wir haben uns in der Schönheit der Natur gesuhlt"

Dirk Steffens, bekannter Tierfilmer und Moderator der ZDF-Sendung Terra-X, hat mit "#6 Fighting Extinction" eine große Artenschutzkampagne gestartet, um das Thema im Grundgesetz zu verankern. Der Wissenschaftsjournalist und sein Team produzieren dafür einen eigenen Film. Sie sammeln Unterschriften für eine Petition und reisen mit Vorträgen durch Deutschland. Grüner-Journalismus sprach mit Steffens über die Kampagne, sein Rollenbild und die Mediendebatte zu Artenschutz in Deutschland. (2019)

Autor: Torsten Schäfer

Herr Steffens, was genau war der Auslöser, diese große Artenschutzkampagne zu starten; sie arbeiten zu dem Thema ja schon lange als Journalist und Filmemacher?

Es war nicht das eine große Erlebnis, sondern ich mache den Job als Tierfilmer und Wissenschaftsjournalist seit einem Vierteljahrhundert. Mit der Zeit stellte ich fest, wie schlecht es der Natur in vielen Bereichen geht. So vor zehn Jahren wurde es akut. Ich habe es da nicht mehr ausgehalten, nur noch schöne Bilder zu zeigen oder so zu tun, als gehe es der Erde prächtig. Aber es war eine Entwicklung: In den ersten Jahren hatte ich bei Talkshows, Podiumsdiskussionen, Vorträgen, in Ministerien und anderswo oft die Stimme erhoben. Und wenn man das tut, dann zündet man unweigerlich, ohne es zu wollen, die zweite Stufe der Rakete: Wenn man zum journalistischen Mahner geworden ist, wird man immer häufiger gefragt: Und was machst Du? Du fliegst um die Welt, produzierst dabei Abgase und predigst hier Weltuntergang, das kann es ja nicht sein. Und so kam meine Frau auf die Idee, eine Stiftung für den Artenschutz zu gründen. Dann sucht man sich dafür Partner und dann fangen die Sachen an, eine Eigendynamik zu entwickeln, die mich mitgerissen hat.

Wie hat der Tierfilm bei Ihnen selbst angefangen, in der Jugend schon?

Ja! Ich habe mit sechs Jahren einen Film von Bernhard Grzimek gesehen und gedacht: Das möchte ich auch machen. Aber es war zunächst eher die Faszination für den Lebensstil, den Naturfilmer haben: das Reisen, Entdecken, die Schönheit der Welt abbilden, Unbekanntes erforschen

Liegt in schönen Bildern nicht die Gefahr, dass man das Publikum damit beruhigt?

Ich glaube nicht, dass schöne Bilder nur beruhigen - vielleicht die Seele in dem Moment. Aber man muss sich für ein Thema ja erstmal interessieren, um eine Bedrohung als solche überhaupt empfinden zu können. Als ich mit der BBC auf der "Blue Planet Tour" durch Deutschland unterwegs war, kamen Zehntausende in die Hallen. Die gucken sich wunderschöne Bilder an. Aber am Ende der Show sprechen wir über Plastikmüll im Meer und die Bedrohung der Ozeane. Man braucht beides. Die Bilder haben die Funktion, Liebe und Faszination für die Natur zu wecken. Und in der zweiten Stufe muss der gute Naturjournalist dann die hintergründige und auch bedrohliche Wahrheit erzählen.

Aber ohne dies zweite Stufe kann so ein Film schon journalistisch abrutschen, zu sehr beschönigen.

Das ist richtig. Und bis vor Kurzem - ich bin der Überzeugung, dass sich das geändert hat - war das auch die große Schwäche des Naturfilms. Wir Naturfilmer

haben uns viel zu oft in der Schönheit und Faszination der Natur gesuhlt, ohne uns darüber hinaus gehende Gedanken zu machen. Auch bei Green Screen, Europas größtem Naturfilm-Festival, sehe ich als Festival-Leiter jedes Jahr Hunderte Filme aus der ganzen Welt. Und deshalb kann ich fundiert feststellen: Die Zahl der kritischen Umweltreportagen nimmt sprungartig zu. Den schönen "Postkarten-Naturfilm" gibt es zwar auch noch, aber er wird seltener.



Wenn Journalisten so tun, als könnten sie

objektiv sein, dann ist das die erste Lüge ihres Berufs.

Sie sagen, Sie sind Naturfilmer, haben dann aber auch den Begriff des Journalisten verwendet. Wie ist denn das Engagement für eine Sache mit dem iournalistischen Rollenverständnis vereinbar?

Ich halte dieses klassische Rollenverständnis für eine überkommene, fast naive Vorstellung von Journalismus. Es wird immer der alte Satz von Hajo Friedrichsen zitiert: "Ein guter Journalist macht sich mit einer Sache nicht gemein, auch nicht mit einer guten." Das stimmt höchstens für Nachrichtenjournalismus - und ich war Nachrichtenjournalist beim Deutschlandfunk, ich weiß, wie Nachrichten funktionieren. Aber wenn irgendwo etwas Fürchterliches passiert, brauche ich doch eine grundlegende Haltung dazu. Und Haltung ist etwas anderes als Meinung! Ein Journalist ohne Haltung hat seinen Beruf verfehlt. Beispiel: Ein neuer Diktator ergreift in einem Land die Macht, es organisiert sich demokratischer Widerstand, die Regimekritiker werden verhaftet, vielleicht sogar getötet. In so einer Situation würde ich mich auch als Politikiournalist natürlich mit Freiheit und Demokratie "gemein machen". Alles andere wäre unmoralisch. Wer sich nicht mit dem Guten gemein macht, steht schon halb auf der Seite des Bösen.

Und wie halten Sie es dann mit der vielfach geforderten Objektivität?

Wenn Journalisten so tun, als könnten sie objektiv sein, dann ist das die erste Lüge ihres Berufs. Sogar Nachrichten-Journalisten haben ein Privatleben: Und da sind sie in Parteien engagiert, in Bürgerinitiativen aktiv oder treffen Wahlentscheidungen. Sie haben persönliche Überzeugungen, weil jeder Mensch die hat. Und es ist unmöglich, sie abzuschalten, wenn man eine Redaktion betritt. Die Hirnforschung, die moderne Wissenschaft, belegt einwandfrei, dass völlige Objektivität ein absolutes Ding der Unmöglichkeit ist. Als Journalist dennoch zu behaupten, man könne das, ist mindestens naiv. Wenn etwa einer sagt, Menschenrechte sind wichtig und der andere sagt, Menschenrechte sind überflüssig, dann ist es kein guter Journalismus, sich neutral in die Mitte zu stellen. Es ist keine Objektivität, wenn Sie sich zwischen Moderat und Extrem mittig einordnen. Sie sind dann nämlich schon den halben Weg zum Extremismus mitgegangen.

Ich teile Ihre Auffassungen. Aber diese Debatte ist nicht einfach!

Ich habe mich daran auch lange abgearbeitet, aber inzwischen ist meine

Überzeugung eindeutig. Haltung heißt ja nicht, dass ich Fakten verdrehe oder Meinungsjournalismus betreibe. Aber ich bin natürlich für einen Zuschauer glaubwürdiger, wenn sie spüren, dass ich mich selber für Natur begeistere. Das mache ich spürbar, auch mit Absicht, weil es eben die Wahrheit ist. Und davon ausgehend rede ich dann mit Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen und versuche, mir ein faktisch korrektes Bild zu machen. Das darf trotzdem mit Halkombiniert sein. Die Klimadebatte ist ein Beispiel für Objektivitäts-Journalismus: Obwohl es von Anfang an keine vernünftigen Zweifel an der menschlichen Verantwortung für die Erderhitzung gab, haben einige Medien lange versucht, objektiv darzustellen, dass es zwei Meinungen zum Klimawandel gäbe. Das war eine kolossale journalistische Fehlleistung, dadurch eine radikale Minderheit zumindest zeitweise den Eindruck erwecken konnte, es gäbe wissenschaftliche Zweifel an den Ursachen des Klimawandels. Bis heute glauben einige Menschen diesen Unsinn – weil schlecht informierte Journalisten es für objektiv hielten, Tatsachen, Verleugnern eine Plattform zu geben.

Kommen wir zurück zur Natur. Wie sehen Sie die Debatte zum Artensterben und zur Biodiversität in den deutschen Medien?

Welche Debatte (macht eine Pause)? Im vergangenen Jahrzehnt hat ein Forschungsteam um Johan Rockström die planetaren Grenzen definiert, also ermittelt, wie sehr wir einzelne Erdsysteme dauerhaft belasten können, bis sie kollabieren. Schauen Sie sich mal an, wo die Belastungen am weitesten über die planetaren Grenzen hinausgehen - in der Biodiversität. Das größte Problem ist der Artenverlust, noch vor dem Klimawandel. Wenn er ungebremst weitergeht, wird zum Beispiel Landwirtschaft in Deutschland in wenigen Jahrzehnten, zumindest so wie wir sie kennen, nicht mehr möglich sein wird. Das heißt, dass wir die Versorgung mit Nahrungsmitteln nicht mehr sicherstellen können. Wir reden über Krisen von unglaublichem Ausmaß. Und wir müssen das angehen. Dass es dazu keine Debatte gibt, ist ein unglaublicher Zustand.



Tierfilmer und TV-Moderator Dirk Steffen in der Savanne (Foto: Oliver Roetz)

Na ja. Zeitungen, Magazine und auch Sender berichten schon deutlich mehr über Insektensterben und Artenschutz als noch vor wenigen Jahren.

Das hat schon eingesetzt, Sie haben Recht. Weil offenbar im Journalismus das Verständnis und das Bewusstsein für dieses Thema wächst, aber wir müssen uns einfach ranhalten. Die Debatte muss schneller in die breite Öffentlichkeit kommen. Und das Bienensterben ist ein schönes Beispiel dafür, dass das Grundverständnis teils immer noch fehlt. Denn es gibt ja gar kein Honigbienen-Problem. Es geht um andere Arten, Wildbienen etwa. Wir konzentrieren uns leicht auf diese Symboltiere. Aber wenn der Eisbär morgen ausstirbt, dann verändert das nichts. Es ist zwar sehr bedauerlich, aber es ist nicht systemrelevant, wie man im Bankendeutsch sagen würde. Unser Problem ist das massenhafte und gleichzeitige Aussterben von tausenden, meist kaum bekannten Tier- und Pflanzenarten. Dadurch bricht eventuell irgendwann das ganze Öko-System zusammen. Und dann fallen wir Menschen mit. Die Dimension dieses Problems ist in der breiten

Öffentlichkeit überhaupt noch nicht verstanden worden.

Also sollten wir keinen symbolträchtigen Artenschutz mehr betreiben oder entsprechende Filme machen, sondern die Ökosysteme als Ganzes in den Blick nehmen?

Für die hintergründige Debatte ja. Und auch in Diskussionen mit den Entscheidungsträgern ist der Ökosystemansatz richtig. Aber für die breite öffentliche Aufmerksamkeit gelten etwas andere Regeln. Kürzen, Vereinfachen und Dramatisieren ist in den Massenmedien völlig alltäglich. Das gehört zum Geschäft, um Geschichten konsumierbar zu machen. Deshalb ist die Idee, in der öffentlichen Debatte mit ikonischen Arten zu arbeiten, auch mit Einzelschicksalen, gar nicht falsch. Obwohl den Experten natürlich klar ist, dass es im Prinzip nicht um die einzelne Art, sondern um das ganze System geht. Wenn man den Eisbären wirklich retten möchte, muss man in letzter Konsequenz die Erderhitzung stoppen. Und die Überfischung. Und die Vergiftung der Meere. Pars pro toto also: Rettet den Eisbären und ihr rettet die ganze Arktis. Deshalb darf man diese Art ins Schaufenster stellen.

Und was halten Sie von der Idee, den ökonomischen Wert einer Art als journalistischen Ansatz zu wählen, also die Geschichte über die sogenannten "ökosystemaren Dienstleistungen" zu erzählen, zu denen vereinzelt Studien vorliegen?

Das ist nur halb gut. Es funktioniert zum Beispiel bei der Biene oder bei anderen Bestäubungsinsekten. Da gibt es ganz wunderbare Berechnungen, wie viel Milliarden pro Jahr die Dienstleistung wert ist. Das Problem bei dieser Inwertsetzung ist aber, dass wir für die meisten Arten keine Geldwerte finden. Weil es keine Studie gibt, oder es viel zu kompliziert wäre. Heißt das dann, dass wir diese Art durchaus sterben lassen können? Das ist die Gefahr bei der Inwertsetzung. Die funktioniert nur bei Arten, die direkt auf unseren Wohlstand und unsere Zivilisation einzahlen.



Wir können öffentliche Debatten als

Journalisten nicht steuern, das ist auch gar nicht unsere Aufgabe. Aber wir müssen sie aufnehmen und dann die Fakten und Hintergründe dazu liefern.

Das heißt Sie würden eher auf diesen Ansatz verzichten?

Ich würde das bei Fluginsekten immer weiter benutzen, weil es dort ein praktisches Argument ist. Aber kein Allheilmittel in der Artenschutzdiskussion. Punktuell ja, allgemein nein.

Wie könnte man die Berichterstattung zu Arten und Natur verbessern, strukturell verändern?

Grundsätzlich müssen Journalisten Augen und Ohren, auch die Nase und die Tastsinne, scharf halten, damit wir sehen, wo die Themen sind, die die Menschen berühren. Ich kann mich genau erinnern, dass wir vor drei oder vier Jahren diskutiert haben, welche Arten wir in den Vordergrund stellen sollten, um die Öffentlichkeit aufzurütteln. Niemand hätte geglaubt, dass das mit Insekten funktioniert. Dann funktioniert das doch, weil die Öffentlichkeit in ihren Mechanismen eben komplexer ist als wir dachten. Auch hat niemand mit Greta Thunberg gerechnet bei der Klimadebatte. Diese Überraschungen zeigen, wie aufmerksam wir sein müssen - für unbekannte Heldinnen oder vermeintlich unattraktive Protagonisten wie die Insekten. Wir können öffentliche Debatten als Journalisten nicht steuern, das ist auch gar nicht unsere Aufgabe. Aber wir müssen sie aufnehmen und dann die Fakten und Hintergründe dazu liefern.

Ich denke, es fehlt im Journalismus an Zeit für Reportagen, Nachrecherchen, lebendige und aufwendige Formate, die Arten und die Landschaften wirklich greifbar machen könnten. Was könnte man da tun?

Schauen Sie sich mal das Volksbegehren für Artenvielfalt in Bayern an: Da wo Menschen direkte Lebenserfahrung einbringen können in ihre politischen Entscheidungen, da wird das Engagement ganz groß. Wenn es zu abstrakt und zu allgemein wird, dann wird es schwierig, sich dafür zu engagieren. Deswegen ist hier der Lokaljournalismus besonders gefordert, weil er den Biodiversitätsverlust vor Ort aufzeigen muss. Aber wir kennen alle die Schwierigkeiten, die in der regionalen Berichterstattung bestehen, den Lokaljournalismus, der nicht mehr richtig bezahlt wird, weil die wirtschaftlichen Möglichkeiten fehlen.

Wenn der Artenschutz ins Grundgesetz käme – Hauptziel Ihrer Arbeit - würde er in der Lokalredaktion vielleicht weiter oben auf die Agenda rücken. Was versprechen Sie sich noch davon?

Mit der Idee würde man Finanzmittel zur Verfügung stellen und Bund und Länder zur Zusammenarbeit zwingen. Und das ist ja das Entscheidende an der Grundgesetz-Idee: dass Bund und Länder dafür zusammenarbeiten müssen. Gemeinschaftsaufgabe. Es würde also Geld geben und es würde sich für die regionalen Gebietskörperschaften plötzlich lohnen, etwas für den Artenschutz zu tun, weil es ein festgeschriebenes, überregionales Interesse gibt. International brauchen wir so etwas wie die Pariser Klimakonferenz für den Artenschutz. Und wir brauchen ein neues internationales Artenschutzabkommen – nicht wie bisher, wo es nur um ein paar bedrohte Arten geht. Es geht um die Festschreibung der Biodiversität als insgesamt erhaltenswert und notwendig.

Beruflich arbeite ich viel zur Nachhaltigkeit, wo kommt die bei Ihnen begrifflich vor?

Oft. Nachhaltiges Wirtschaften und Verhalten sind für mich und mein Thema sehr wichtig. Es muss sich endlich auszahlen! Die Externalisierung, also die Auslagerung von Umweltkosten auf die Allgemeinheit, muss aufhören. Ein Konzern, der bei der Produktion seiner Güter - egal ob das Bananen sind oder Computer – die Umwelt schädigt, Luft benutzt, Wasser benutzt, Erde benutzt oder seltene Rohstoffe benutzt, der muss für all diese Naturleistungen mitbezahlen. Das würde dann automatisch dazu führen, dass ökologische Produkte immer preiswerter sind als nicht-ökologische. Und dann könnte man auf die evolutionären Kräfte des Marktes vertrauen, der würde dann das meiste wahrscheinlich regeln - und so auch Ökosysteme und Arten schützen. Aber klar, das ist alles schwierig. Auch, weil wir beim Artensterben über ein Thema reden, das deutlich komplexer ist in seinen Auswirkungen als der Klimawandel.

Wieso? Das müssen Sie erklären.

Weil es einen Unterschied zwischen Biologie und Physik gibt. Physik ist prognosefähig und Biologie ist es eher nicht – ich spitze natürlich etwas zu. Aber tatsächlich können beim Klima relativ exakte Vorhersagen gemacht werden, etwa zum Treibhausgasanstieg und kommender Erwärmung. Wenn wir aber 50 Fluginsektenarten haben, die einen Apfelbaum bestäuben, und davon sterben 20 aus, dann sind die Folgen

unbekannt: Bricht das System zusammen? Oder können die

verbleibenden Arten die Arbeit mit übernehmen? Wird der Baum weiter Äpfel tragen? Wir wissen in der Artenfrage nicht, an welchen Stellen die Kipppunkte liegen, welche ausgerottete Art die eine zu viel ist. Wir haben keine Zahl, die mit dem Zwei-Grad-Ziel der Klimaforscher vergleichbar wäre. Und das macht es auch unheimlich schwierig, den Artenverlust und seine Folgen zu kommunizieren.



Da sind eben auch Politik, Unternehmen

und Eliten gefordert. Da muss man Naturschutzgesetze haben, die der Individualität Grenzen setzen, wenn sie für die Allgemeinheit schädlich ist.

Ich beobachte eine widersprüchliche Hinwendung zur Natur in der viele entschleunigen, verreisen oder Abenteuer suchen wollen - ohne aber dabei an den Schutz zu denken. Es gibt aber auch viele neue Graswurzelbewegungen mit klarem Naturbezug.

Instagram ist voll mit jungen Menschen, die als Individualtouristen um die Welt reisen und mit einem Surfbrett am Strand die Freiheit genießen. Und dann stehen Sie da, nach all den Flügen und den Auto-Abgasskandalen, noch mit einem alten Bully, der größten Umweltsau im Straßenverkehr, die man sich ausdenken kann. Diese Inkonsequenz, die jeder - mich eingeschlossen - zeigt, ist ein Hinweis darauf, dass man nicht nur auf die Kräfte des Marktes und des persönlichen Engagements setzen darf.

Sondern? An welche Kräfte denken Sie?

Da sind eben auch Politik, Unternehmen und Eliten gefordert. Da muss man Naturschutzgesetze haben, die der Individualität Grenzen setzen, wenn sie für die Allgemeinheit schädlich ist. Und da. wo Konsumentenverhalten nicht vernünftig funktioniert, da ist Regelungsbedarf. Keine Frage: Unser Konsumentenverhalten ist wichtig. Aber es kann allein die Probleme nicht lösen. Die Politik muss steuernd mitwirken. Natürlich müssen sich auch die Konzerne verändern. Da beobachten wir Anfänge mit der Verkehrsdebatte, der neuen Konzernstrategie von VW und neuen Antrieben. Und auch beim Klima steigen immer mehr Konzerne ein, berechnen die Risiken in ihren Bilanzen und fordern mehr Klimaschutz. Nur beim Artensterben haben wir noch keine solchen guten Ansätze. Auch deshalb machen wir die Kampagne.

"Ungenaue Berichterstattung ist gefährlich"

Toralf Staud schreibt seit vielen Jahren über den Klimawandel. Für seine Arbeit wurde er mit mehreren Preisen ausgezeichnet. Im Interview erklärt der Redakteur von Klimafakten.de, was Medien bei der Klimaberichterstattung falsch machen und wie dies grundlegend mit der Funktionsweise des Journalismus zusammenhängt. (2019)

Autor: David Wünschel

Herr Staud, vor einigen Monaten ist eine Studie der Weltbank erschienen, derzufolge es bis 2050 weit mehr als 100 Millionen Klimaflüchtlinge geben könnte. Würden Sie über eine solche Studie berichten und wenn ja, wie?

Über Klimaflüchtlinge zu schreiben, halte ich durchaus für sinnvoll. Sie sind ein ernstzunehmendes und stärker werdendes Problem, das zu wenig Aufmerksamkeit bekommt. In einer guten Meldung über diese Studie müsste man aber eigentlich in ein oder zwei Sätzen die Methodik der Studie beschreiben. Außerdem sollte man erklären, wer die Weltbank ist und welche Eigeninteressen sie bei diesem Thema eventuell hat. Dann können sich die Leserinnen und Leser auf Basis der gelieferten Informationen eine Meinung zu dieser Studie bilden.



Mein Eindruck ist. dass Journalisten

häufig unkritisch Vokabular übernehmen, statt ihre eigenen Deutungen zu erarbeiten.

Und wie würden Sie mit der Zahl "weit über 100 Millionen" umgehen?

Wenn ich in einem Text eine solche Zahl nenne, dann muss ich sagen: Achtung, dies ist eine Schätzung. Vielleicht muss ich sogar sagen: Dies ist eine in der Wissenschaft nicht unumstrittene Schätzung. Oder ich muss eine Spanne angeben. Aber ich kann mir vorstellen, dass das in vielen Texten nicht geschieht. Es ist halt

einfacher und knackiger, wenn man von 100 Millionen Flüchtlingen schreibt, statt von möglicherweise von 20 bis 200 Millionen zwischen den Jahren so und so...

Also Präzision bei den Zahlen...

Absolut. Präzision ist bei diesem Thema irre wichtig. Und ein guter wissenschaftsjournalistischer Text sollte unbedingt auch angeben, ob sich neue Erkenntnisse sich mit dem bisherigen Forschungsstand decken oder von ihm abweichen.

Gibt es neben der Wissenschaft noch weitere Bereiche, an denen Klimajournalismus sich orientiert?

Nach meiner Wahrnehmung ist das Thema Klimawandel aus zwei Richtungen in die öffentliche Debatte gekommen: aus der Wissenschaft und aus dem Bereich der Umweltbewegungen. Davon wird bis heute das Vokabular der gesamten Klimadebatte und der Klimapolitik geprägt.

Wie wirkt sich das auf die Berichterstattung aus?

Mein Eindruck ist, dass Journalisten häufig unkritisch Vokabular übernehmen, statt ihre eigenen Deutungen zu erarbeiten. Dadurch stricken sie an Bildern weiter, die von Pressesprechern und anderen professionellen Akteuren aus dem Wissenschafts- oder Umweltbereich gesetzt werden. Da wäre es für Journalisten hilfreich, wenn sie das Thema theoretisch verstehen und die Interessen der verschiedenen Akteure kennen.

Was könnten Medien und Journalisten noch bei der Berichterstattung über Klimathemen verbessern?

(Lacht) Wie lange wollen wir sprechen?



Toralf Staud ist Redakteur bei Klimafakten.de und arbeitete zuvor für verschiedene Medien, u.a. für die ZEIT (Quelle: Detlef Eden)

Ich habe Zeit! Sie können ja mit den wichtigsten Punkten anfangen.

Ein großer Fortschritt wäre es, beim Klimawandel mehr Bezüge zum Hier und Jetzt herzustellen. Bei dem Thema geht es ja nicht nur um Eisbären oder Grönlandgletscher im Jahr 2100 – sondern auch um Veränderungen in Deutschland im Jahr 2019. Was ich auch für ein Problem halte, ist der Fokus auf das Unnormale und das Sensationelle. Das ist ja ein allgemeines Kennzeichen des Journalismus und gerade im Klimajournalismus weit verbreitet. Nach meiner Beobachtung wird oft ein Katastrophenbild gemalt, aber selten darauf geschaut, welche Einflussmöglichkeiten es auf den Klimawandel gibt.

Das trifft auch auf die Berichterstattung über Klimaflüchtlinge zu. Es wird wenig über Lösungen gesprochen, aber viel über untergehende Inseln im Südpazifik – obwohl in Südasien und Afrika deutlich mehr Menschen betroffen sind. Warum wird trotzdem so häufig über Fidschi oder Tuvalu berichtet?

Naja, das ist ein sehr einleuchten-Ursache-Wirkungs-Zusammenhang: Ozeane steigen, Inselstaaten gehen unter, Leute müssen weg. Fertig. Und bei der Attraktivität des Themas spielt sicherlich auch ein wenig die Urlaubsstimmung eine Rolle. Für weiße Strände und Korallenriffe interessieren sich die Leser mehr als für irgendwelche bevölkerungsreichen asiatischen Länder. Das wissen Journalisten natürlich. Auf der Redaktionskonferenz bekommen sie das Thema leichter los, mehr Platz in der Zeitung, und es gibt noch ein schönes Foto dazu. Vielleicht ist das zynisch oder abgebrüht, aber so funktioniert Journalismus nun mal. Aber eigentlich sollte verantwortungsvoller, passender und problemadäquater Journalismus natürlich eher nach Afrika oder Asien schauen.

Fällt Ihnen noch ein weiteres Beispiel für diese Diskrepanz zwischen Wissenschaft und iournalistischer Berichterstattung ein?

In der Klimaforschung gibt es beispielsweise häufig Szenarienberechnungen über die künftige Temperatur. In den Studien steht dann explizit: Unter den Voraussetzungen A, B, C, D haben wir Grund zur Annahme, dass die Temperatur sich zwischen X und Y bewegen wird mit einem wahrscheinlichen Mittelwert von Z. In den Nachrichten taucht dann oft nur die Zahl Z auf. Das ist natürlich verkürzt und vermittelt eine Scheingenauigkeit, die sich in der Wissenschaft eigentlich nicht findet.

Was sind die Auswirkungen einer solchen Berichterstattung?

Sie ist leicht angreifbar für Leute, die die Realität des Klimawandels bestreiten oder von einer Verschwörung der Wissenschaft phantasieren. Es lässt sich dann einfach sagen: 'Seht mal, hier wird wieder heillos übertrieben, in Wahrheit ist der Klimawandel ia gar kein Problem.' Der erste Halbsatz mag ja bei mancher Zeitungsmeldung sogar stimmen. Aber daraus abzuleiten, dass es kein Problem gibt, ist natürlich falsch. In einem gewissen Sinne ist deshalb eine ungenaue oder übertriebene Berichterstattung über den Klimawandel gefährlich.

Herr Staud, vielen Dank für das Interview.

"Die Nachhaltigkeitsdebatte hat ihre Ecken und Kanten verloren"

Jan Cornelius Schmidt ist ein Kind der Umweltbewegung. Früher half er Kröten über die Straße, heute ist er Physiker und Philosoph. An der Hochschule Darmstadt will er moderne Technik mit Nachhaltigkeit verbinden. (2017)

Autoren: Elias Ettenkofer und David Wünschel

Herr Schmidt, Sie sind promovierter Physiker und habilitierter Philosoph. Das ist keine gewöhnliche Kombination. Welches dieser Felder bewegt mehr in unserer Gesellschaft?

Wenn man darüber nachdenkt, was diese Welt antreibt, landet man schnell bei Naturwissenschaft und Technik. Daher kommt ökonomisch verwertbare Innovation, die wir nicht missen wollen – aber auch Natur- und Weltbilder. die unsere Gesellschaft prägen. Ein Philosoph würde zu Recht weitergehen und auf die gesellschaftliche und kulturelle Entwicklung der letzten Jahrhunderte hinweisen. Die großen Ideen der Philosophie haben Wege gewiesen: zur Demokratie, zur Aufklärung, zur sozialen Absicherung, zur Gerechtigkeit, auch zur Weltdeutung und, ja, wenn man so will, zur Sinngebung. Wenn es darum geht, visionäre Ideen zu entwickeln, die Menschen begeistern und antreiben können, dann ist die Philosophie ein wichtiger Motor.



Jan Cornelius Schmidt ist Physiker und Philosoph. Glauben und Wissen ergänzen sich. (Quelle: h da)

Wie verbinden Sie in Ihrer Arbeit Philosophie und Physik?

Eines meiner Fachgebiete ist die Technikfolgenabschätzung. Hier geht es darum, neue Technologien einzuschätzen und herauszufinden, wie sie sich auf die Gesellschaft auswirken. Da kommt es mir natürlich entgegen, dass ich eine naturwissenschaftliche Ausbildung genossen habe.

Können Sie ein konkretes Beispiel nennen?

Ich habe in den letzten Jahren zur Nanotechnologie und zur Synthetischen Biologie gearbeitet. Neu in der Biotechnologie ist das so genannte Gene Editing: Vor wenigen Jahren haben Forscher die so genannte Crispr/Cas-Methode entwickelt, die ganz gezielte Veränderung von Gensequenzen ermöglicht. Mit dieser Technik können in Tierversuchen bestimmte Eigenschaften produziert werden. Fluoreszierende Mäuse wären ein Beispiel. Weitreichender ist aber noch die Frage, ob man mit dieser Methode nicht gar Malaria ausrotten kann – und was dies für Natur und Mensch bedeuten könnte. Hiermit sind derzeit unüberschaubare Folgewirkungen - positive wie negative – möglich.

An welcher Stelle kommt da die Technikfolgenabschätzung ins Spiel?

Bevor solche Methoden weiterentwickelt und beim Menschen angewandt werden, sollten zunächst mögliche Folgen erforscht werden. Es gibt große Hoffnungen, wie beim Beispiel Malaria angedeutet, dass das Gene Editing zukünftig Krankheiten reduzieren kann. Allerdings wäre auch

denkbar, dass Eltern die Eigenschaften ihrer Kinder selektieren. Hier ist zu fragen: Welche Chancen und Risiken gibt es für unsere Gesellschaft? Auf welche Technologien sollten wir setzen und auf welche nicht? Welche Gesetze brauchen wir zur Regulierung? Das ist eine der vielen Schnittstellen zwischen Naturwissenschaften und Philosophie.

Wo sehen Sie Ihre Aufgabe in diesem Prozess?

Durch meine Arbeit hier an der h da helfe ich mit, nachhaltige Technologien sowie Bildung für Nachhaltigkeit voranzutreiben. Ein zentrales Ziel meiner Arbeiten ist es, zu einem nachhaltigeren, ethisch reflektierten Umgang mit der Natur anzuleiten. Das versuche ich über Lehrveranstaltungen und Forschung.



Philosophie ist für mich eine Kunst der

Reflexion über Dinge, über die sonst selten explizit nachgedacht wird, die aber alle angehen

Wie gehen Sie mit Nachhaltigkeit persönlich um, bei Ihnen zu Hause?

Ich gebe mir Mühe, auf die vielen kleinen Aspekte zu achten. Mülltrennung, ein gewisser Konsumverzicht, Fleischverzicht, zudem bin ich seit zwei Jahren nicht mehr geflogen. Bei mir hat umweltbewusstes Handeln schon früh angefangen. Ich war als Jugendlicher in Umweltgruppen aktiv. Da haben wir auch so Dinge getan, wie Kröten über die Straßen getragen, die sonst gestorben wären.

... was es ja als praktischen Naturschutz heute immer noch gibt.

Sehen Sie! Und das ist Teil des Erfolgs. Das sind alles kleine Schritte, die in der Summe durchaus gesellschaftlich relevant sein können. Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit hat sich bei vielen Menschen verändert, auch dank der Umweltbewegung in den letzten 30 Jahren. Albert Schweizer hat gesagt: Ich bin Leben, das leben will, inmitten von Leben, das leben will. Das ist ein zentraler, ethisch reflektierter Gedanke, der dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung genau gesehen zugrunde liegt. Ich versuche also, einige Gedanken der Nachhaltigkeit im Privaten und mit meiner Arbeit umzusetzen.

Neue Technologien helfen aber nicht viel, wenn der breiten Bevölkerung Nachhaltigkeit egal ist. Denken Sie, dass gerade die Philosophie das Konzept der Nachhaltigkeit Menschen näher bringen kann?

Die Philosophie ist hier durchaus relevant. Und sie kann einflussreich und wirkungsvoll sein, was nicht immer gesehen wird. Sie kann eine treibende Kraft zur Änderung des Bewusstseins sein, indem sie grundlegende Fragen stellt und Selbstverständlichkeiten hinterfragt. Philosophie ist für mich eine Kunst der Reflexion über Dinge, über die sonst selten explizit nachgedacht wird, die aber alle angehen. Philosophie im Sinne des Philosophierens heißt auch, ins Gespräch zu kommen, wo Dinge ernst und drängend sind. Deshalb ist die Philosophie auch zur Bewusstseinsbildung und -veränderung der Gesellschaft geeignet, also dem, was dem Handeln zugrunde liegt.

Was muss die akademische Philosophie tun, um wieder im Bewusst- sein der Menschen präsenter zu sein?

Das ist eine schwierige Frage. Hier in Darmstadt gibt es ein Institut für Praxis der Philosophie. Dort geht es darum, die Philosophie über Lebensthemen, die auch politisch relevant sein können, wieder in die breite Bevölkerung zu bringen. Und Sachen zu hinterfragen. Die Philosophie muss sich trauen, ein Stück weit unbequem zu sein. Ursprünglich hatte sie eine kritische Funktion. Man sieht hier sehr schön, dass kritisches Nachfragen eine Schnittmenge aus Nachhaltigkeit und Philosophie ist.



Die Idee der Nachhaltigkeit kann als

ein Leitbild dienen, um eine Diskussion über grundlegende Fragen der Gerechtigkeit anzusto-

Wird der Nachhaltigkeitsbegriff heute nicht zu unkritisch gebraucht?

Die Nachhaltigkeitsdebatte - im Sinne einer kritischen Reflexion – hat in den letzten zehn Jahren an Ecken und Kanten verloren. Früher gab es etwa eine grundlegende Kritik am Wachstumsmodell oder am globalen Wettbewerbssystem. Nachhaltigkeit war Kritik am System. Suffizienz war hier ein wichtiges Stichwort: Gut leben statt viel haben. Mittlerweile ist Nachhaltigkeit als Begriff sehr breit gefächert. Man kann heute schon nachhaltig Geld anlegen. Da muss man schon sehr genau aufpassen, was sich hinter dem Label nachhaltig versteckt.

Noch einen Schritt weiter gedacht: Ist unser Wirtschaftssystem für eine konsequente Form der Nachhaltigkeit überhaupt geeignet?

Wir haben ein global kapitalistisches Wirtschaftssystem, das zunehmend virtualisiert ist. Ich engagiere mich dafür, dass grundlegende, kritische Systemfragen

gestellt werden. Dazu gehört auch, ob nicht ein bedingungsloses Grundeinkommen angemessen ist - eine Frage, die zu wenig diskutiert wird und die für die Zukunft unserer Gesellschaft hochrelevant ist, denn mit Nachhaltigkeit sind ja wesentliche Gerechtigkeitsfragen verbünden. Wir sollten also fragen, ob das aktuelle Wirtschaftssystem angemessen ist. Diese Fragen sind auch dann zu stellen, wenn wir nicht wissen, welches System an seine Stelle treten könnte.

Aber wo genau sollte der Nachhaltigkeitsgedanke in dieser Diskussion ansetzen?

Die Idee der Nachhaltigkeit kann als ein Leitbild dienen, um eine Diskussion über grundlegende Fragen der Gerechtigkeit anzustoßen. Darüber hinaus erfordert Nachhaltigkeit ganz andere Wahrnehmungsweisen von Natur, Mensch und Gesellschaft, etwa eine ganzheitliche Wahrnehmung von allen Lebensformen und der Akzeptanz allen nicht-menschlichen Lebens. So etwas wird heute kaum diskutiert. Ebenfalls wäre zu fragen, wie wir in Zukunft leben, wirtschaften und konsumieren wollen. So steht Nachhaltigkeit als ein Leitbild, sich über eine erstrebenswerte Zukunft Gedanken zu machen.

"Es geht uns um Mitgestaltung"

Gerd Michelsen ist Senior Researcher und Professor mit dem Schwerpunkt Umweltkommunikation an der Leuphana Universität Lüneburg. Im Interview spricht er über den schwierigen Begriff der Nachhaltigkeit, neue Studiengänge für Journalisten und die Zukunft des engagierten Reporters. (2014)

Autoren: Anja Humburg und Torsten Schäfer

Gerd Michelsen war Mitbegründer des Öko-Instituts in Freiburg. Heute lehrt er als Professor für Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation an der Leuphana Universität Lüneburg, wo er auch seit 2005 den UNESCO Chair "Higher Education for Sustainable Development" inne hat. Er leitet das Studienprogramm "Nachhaltigkeit und Journalismus", das die Lüneburger Hochschule seit 2012 anbietet und das von einem gleichnamigen Forschungsprojekt begleitet wird.

Herr Michelsen, es gibt mehr als hundert Definitionen von Nachhaltigkeit. Welche ist Ihr Favorit?

Die Brundtland-Definition, benannt nach der früheren norwegischen Ministerpräsidentin Gro Harlem Brundtland, ist nach wie vor sehr klar in ihrem normativen Gehalt und in ihren Schlüsselkonzepten: Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der heutigen Generationen befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können. Es geht also um die Frage von Grenzen des Wachstums, der Belastbarkeit unseres Planeten, der Verteilung von Wohlstand. Und um die Frage, wie wir die Befriedigung der menschlichen Bedürfnisse für alle Menschen auf der Erde gewährleisten können.

Erfunden hat Brundtland die "nachhaltige Entwicklung" damit aber nicht.

Nein. Da muss das Konzept von nachhaltiger Waldwirtschaft genannt werden, wie es der sächsische Oberberghauptmann Carl von Carlowitz im Jahr 1713 beschrieben hat. Danach beruht eine nachhaltige Forstwirtschaft auf dem Grundsatz, dass in einem Jahr nur so viel Holz geschlagen werden soll, wie für eine "hiebsreife wieder nachwachsen Menge" kann.

Warum bieten Sie ein Studium "Nachhaltigkeit und Journalismus" an? Ist das Wort Nachhaltigkeit nicht schon genug strapaziert?

Strapaziert ist das Wort dadurch, dass es häufig nicht eindeutig verwendet wird. Problematisch ist auch, dass zukunftsrelevante Schlüsselfragen oft nur punktuell, ausschnitthaft und unverbunden behandelt werden. Die Idee der Nachhaltigkeit bietet einen Rahmen an, in dem wir konstruktiv über die Gestaltung unserer Welt nachdenken können – hierfür braucht es qualifizierte Journalistinnen und Journalisten.

Um was geht es in Ihrem Zertifikatsprogramm?

Nachhaltigkeitsjournalismus zeichnet sich dadurch aus, dass er ressortübergreifend Zusammenhänge aufzeigt. Er nimmt Gerechtigkeits- und Beteiligungsfragen in den Blick und ist transformativ ausgerichtet. Dafür braucht es Journalisten und Journalistinnen, die über fundiertes Sachwissen verfügen und einen Überblick über die Diskussion und die Akteure im Feld haben. Ein so verstandener Nachhaltigkeitsjournalismus fordert aber auch einen

Wechsel im beruflichen Selbstverständnis vieler Journalisten heraus: weg vom mahnenden Chronisten des Untergangs, hin zum Mitgestalter einer nachhaltigen Zukunft. Wir wollen mit dem Angebot auf keinen Fall ein neues Themensegment des Fachiournalismus' eröffnen und ein Ressort Nachhaltigkeit schaffen. Vielmehr sind Nachhaltigkeitsjournalisten Vermittler zwischen den Ressorts in den verschiedenen Medien.

Entspricht Ihr Angebot einem Trend? Oder sind es doch nur vereinzelte Projekte, die Medienhochschulen derzeit zu grünen Themen starten?

Bemerkenswert ist, dass das Interesse an grünen Themen generell wächst. Dieses wachsende Interesse wird aber bislang nur punktuell aufgegriffen. Abgesehen von vereinzelten Veranstaltungen oder Projekten gibt es bislang keine dauerhaft angelegte Initiative, um eine Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsfragen in den Medien voranzubringen.

Lassen Sie uns noch genauer über die Begriffe reden. Kaum ein Wort ist für viele Menschen so unscharf geworden wie Nachhaltigkeit. Wie erklären Sie das Konzept einer nachhaltigen Entwicklung in einfachen Worten?

Im englischsprachigen Raum gibt es dazu eine gute und knappe Formulierung: Genug, für alle, für immer. Sie bringt zum Ausdruck, dass es an vielen Orten unserer Erde nicht genüg gibt, wenn wir nur an die hungernden Menschen denken. Und daran, dass der Zugang zu und die Nutzung von

Rohstoffen und Ressourcen ganz allgemein sehr ungleich verteilt sind, wenn wir zum Beispiel an Energie oder Wasser denken. Oder dass wir auf Kosten künftiger Generationen leben, wenn wir uns den Klimawandel vor Augen halten. Nachhaltige Entwicklung weist einen Weg heraus aus diesem Teufelskreis, macht aber zugleich die Komplexität der Zusammenhänge deutlich.



Prof. Dr. Gerd Michelsen ist Volkswirt und Professor mit dem Schwerpunkt Umweltkommunikation an der Leuphana Universität Lüneburg. (Quelle: privat)

Oft wird Nachhaltigkeit mit Umwelt gleichgesetzt. Was bedeutet für Sie "Umwelt"?

Wenn ich von Umwelt spreche. meine ich zunächst einmal die natürlichen Lebensgrundlagen von uns Menschen und die verschiedenen Umweltmedien wie Boden, Wasser, Luft, ebenso Flora und Fauna. Aber auch die gebaute Umwelt. Außerdem verbinde ich damit die Wechselwirkungen zwischen den Umweltmedien und dem menschlichen Verhalten. An diesen Begriff koppeln sich häufig auch Stichworte wie Bedrohung, Schütz, Bewährung, Rettung oder Risiko.

Und was heißt demgegenüber "Nachhaltigkeit"?

Wenn ich von Nachhaltigkeit spreche, verbinde ich damit das Leitbild, allen Menschen auf der Erde – heute und in Zukunft – ein gutes und friedvolles Leben zu ermöglichen. Dafür gilt es,

entsprechende ökologische wie auch wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rahmenbedingungen zu schaffen. Der sorgsame Umgang mit natürlichen Ressourcen, mit der Tier- und Pflanzenwelt wie auch mit den Umweltmedien ist dafür eine wichtige Vorausset-

Sie sprechen in Ihrem eigenen Zertifikatsprogramm von "Nachhaltigkeitsjournalismus". Was ist da der Unterschied zum **Umweltjournalismus?**

Umweltjournalismus ist auf Umweltprobleme fokussiert, macht auf ökologische Grenzen und Zusammenhänge aufmerksam. Er sensibilisiert für den Erhalt der Umwelt, deckt Skandale auf und ordnet Umweltfragen in größere Zusammenhänge ein. Umweltjournalismus setzt sich außerdem mit guten Praxisbeispielen auseinander, die zur Lösung von Umweltproblemen beitragen. Nachhaltigkeit dagegen meint mehr: es geht um grundsätzliche Fragen wie nach Belastungsgrenzen auf der Erde, nach Gerechtigkeit und Partizipation und nach dem guten Leben. Nachhaltigkeitsjournalismus befasst sich mit eben diesen Zusammenhängen. Er verbindet konkrete Projekte, Initiativen oder Prozesse vor Ort mit globalen Zusammenhängen der nachhaltigen Entwicklung. Und noch etwas: Nachhaltigkeitsjournalismus macht Mut und verbreitet Lust auf Veränderung.

Anders gefragt: Was kann ein Journalist mit Nachhaltigkeitskompetenzen besonderes?

Um noch mal den Unterschied zu suchen: Ein Journalist oder eine Journalistin mit reinen Umweltkompetenzen und vielleicht stärker wissenschaftlichem Fokus ist eher darauf spezialisiert, ökologische Zusammenhänge und die Bedeutung eines Umweltgeschehens bis hin zu möglichen Lösungen aufzeigen zu können. Ein Journalist mit

Nachhaltigkeitskompetenzen bettet Phänomene dagegen eher in ihren Zusammenhang ein. Es genügt ihm nicht, das Entstehen von Klimaveränderungen naturwissenschaftlich zu erklären. Er reflektiert auch die sozialen, ökonomischen, kulturellen Folgen und Wechselwirkungen dieser ökologischen Aspekte - und zeigt in diesem Kontext Gestaltung - und Beteiligungsmöglichkeiten auf.

Sie heben auf eine ganzheitliche Sichtweise ab. Was gibt es darüber hinaus noch?

Fundierte Sachkenntnisse selbstverständlich: Eine Journalistin mit Nachhaltigkeitskompetenzen hat ein Grundverständnis vom aktuellen Nachhaltigkeitsdiskurs in Wissenschaft und Politik. Daraus erschließt sie neue Einzelthemen, etwa die Postwachstumsdebatte oder die Bedeutung einer "grünen Wirtschaft". Sie verdeutlicht immer die zeitliche Wirkung eines Vorgangs, wenn sie Fragen nach Gerechtigkeit in den Blick nimmt. Eine Nachhaltigkeitsjournalistin hat somit eine ganzheitliche Sicht auf die Dinge. Und sie reflektiert ihre Rolle hinsichtlich der Verantwortung, die Medien in gesellschaftlichen Veränderungsprozessen haben. Und in Bezug auf die gesellschaftlichen Ziele, für die sich ihre journalistische Tätigkeit legitimiert.

Das heißt, es geht um einen "engagierten Journalismus"?

In gewissem Sinne ja. Er engagiert sich dafür, die Idee der Nachhaltigkeit in konkrete Konzepte und Handlungen zu überführen. Dazu macht er unterschiedliche Vorschläge, ordnet sie ein und bezieht auch von sich aus Stellung. Dies alles aber nicht, um zu bekehren, sondern die Menschen zur Mitgestaltung zu befähigen.

Das Gespräch erschien bereits im "Journalistik Journal" (1/2013) und auf der Internetseite des Magazins "natur".

"Wir produzieren ja keine Zahnbürsten"

Auch für Redaktionen ist Nachhaltigkeit ein Thema, denn die Berichterstattung belastet die Umwelt – durch Emissionen, die bei Flügen oder Papierberge, die aus dem Drucker kommen. (2015)

Autoren: Manuel und Kevin Schubert

Bernhard Pötter empfängt uns im "tazcafe ", das sich im Erdgeschoss des Redaktionsgebäudes Für das Interview befindet. möchte der Wirtschafts- und Umweltredakteur aber raus in den Garten. Es ist ein schwül-heißer Tag in Berlin-Mitte. Pötter, orangenes T-Shirt, gestreiftes Hemd, deutet auf einen Tisch im Schatten und bestellt eine Bionade.

Herr Pötter, Sie kommen gerade aus der Redaktion. Welches Thema brennt Ihnen denn momentan unter den Nägeln?

Ich war Anfang der Woche in Bonn auf der Klimakonferenz. Den Artikel werde ich noch heute oder morgen schreiben. Außerdem gibt es einen Streit zwischen dem Umweltbundesamt und ein paar Journalisten zum Thema Klimaskeptiker.

Bei der taz arbeiten Sie im Ressort Wirtschaft und Umwelt aus Überzeugung?

Auf jeden Fall aus Neigung. Überzeugung klingt mir ein bisschen zu groß, aber es ist – finde ich - das spannendste Thema. Und deswegen mache ich es gerne. Natürlich hat es auch etwas mit Überzeugung zu tun, dass man ein Thema spannend findet.

Laufen Umweltjournalisten nicht Gefahr, ihre Position als neutraler Beobachter zu verlassen und zum Aktivisten zu werden?

Klar, es gibt dieses Risiko. Aber für mich steht der professionelle Journalismus im Vordergrund: Geschichten suchen, sie balancieren und möglichst viele

Meinungen und Aspekte zu einem Thema einbringen. Ich sehe da kein großes Problem.

Ist es nicht reizvoll, beispielsweise Klimaskeptiker nach allen Regeln der Kunst zu zerlegen?

Dafür gibt es ja immer noch die Meinungsseiten. Wer so etwas fühlt, hat jede Menge Möglichkeiten, sich zu äußern. So lange man aber journalistisch auf der Berichtund Reportagen -Ebene arbeitet, muss man die Balance halten. Nicht nur aus Respekt vor den Leuten und ihren Meinungen, sondern auch aus Respekt vor dem Publikum, vor dem Leser. Denn ich möchte auch nichts lesen, wo mir Leute ihre Meinungen überbraten.

Müssen Umweltjournalisten auch persönlich Vorbilder sein?

Ich finde, das schließt daran an. Wenn ich ein Aktivist wäre, müsste es vielleicht so sein. Aber ich bin Journalist. Mit dem Wissen, das ich aus dem Journalismus generiere, kann ich bestimmte Entscheidungen auch im privaten Leben treffen. Aber dass jemand eine gute Geschichte als Umweltjournalist ausgräbt, hat ja wenig damit zu tun, ob er Auto oder Bahn fährt.

Was tun Sie persönlich?

Da muss man unterscheiden. Zu Hause achten wir sehr darauf, öffentliche Verkehrsmittel zu nehmen und Fahrrad zu fahren. Wir essen kaum Fleisch und kaufen viel Bio. Was es eben so gibt. Aber das sehe ich relativ unabhängig davon, dass ich als

Umweltjournalist arbeite. Ich kenne höchstens etwas mehr die Konsequenzen meines Verhaltens. Da debattiere ich ab und zu auch mit Leuten, wenn sie mir erzählen. dass sie in die Ferien nach Mallorca fliegen. Aber das kannst du auch nicht immer machen, sonst verlierst du alle deine Freunde.



Bernhard Pötter hat Amerikanistik, Politik und Jura in Berlin und Bloomington (Indiana) studiert. Daneben absolvierte er die Journalistenausbildung des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchs. Seit 1993 ist Pötter bei der taz, seit 1998 im Umweltressort. Zwischendurch arbeitete er in Paris. (Quelle: privat)

Ohne jetzt Namen zu nennen: Kennen Sie auch Kollegen, die da Wasser predigen und Wein trinken?

Natürlich gibt es Leute, und da schließe ich mich selbst ein, die sich in bestimmten Konsumsituationen nicht nachhaltig verhalten. Das geschieht aus bestimmten Gründen. Ein Teil meiner Familie lebt in den USA, und da fliegen wir in diesem Sommer mit der ganzen Familie hin. Das finde ich auch völlig okay. Man sollte nicht so tun, als würde man außerhalb

der Sache stehen, mit denen sich alle herumschlagen.

Leidet denn nicht die Glaubwürdigkeit des Journalisten, wenn er seine Texte nicht lebt?

Ich würde nicht den Anspruch erheben, dass jemand für sein eigenes Leben hundertprozentig die Konsequenzen aus dem zieht, was er als Journalist analysiert. Er hat die Aufgabe, Themen zu finden, zu hinterfragen und so darzustellen, dass die Menschen sie und ihre weiteren Folgen verstehen. Ob er sein eigenes Leben danach ausrichtet, ist seine Sache.



Ich würde nicht den Anspruch erheben,

dass jemand für sein eigenes Leben hundertprozentig die Konsequenzen aus dem zieht, was er als Journalist analysiert

Muss der Journalismus die Gesellschaft zum klugen Konsum bewegen?

Nein, muss er nicht. Erst einmal soll er sein Publikum informieren und auch unterhalten. Den Journalisten dafür verantwortlich machen, wie seine Texte rezipiert werden - das wäre zu viel verlangt.

Sollte das Themengebiet Nachhaltigkeit prominenter behandelt werden?

Ja, natürlich. Schon weil es mein Themengebiet ist.

ProSieben bot dem Thema mit der Green Seven Week eine Plattform. Unter anderem in Sendungen wie Galileo - die ansonsten gerne das größte Schnitzel der Welt sucht ...

Das ist so eine Sache, da gibt es gute Argumente für beide Seiten. Man kann sagen, das ist Green Washing, wenn ProSieben daraus ableitet, Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeits-Berichterstattung zu sein. Und man kann sagen, wenigstens passiert auf diesem Gebiet etwas, um Leute zu erreichen, die sich sonst eben für das größte Schnitzel interessieren. Ich neige eher zu der zweiten These.

Zeitungen wie die "taz" oder "Die Zeit" weisen dem Thema Nachhaltigkeit einen großen Stellenwert zu. Sie zu produzieren, drucken und verbreiten verbraucht aber viele Ressourcen. Ein Gewissenskonflikt?

Da muss man doch sagen, dass wir als Journalisten einen relativ leichten beruflichen Fußabdruck haben. Außerdem ist mir das zu einfach. Medien haben eine Aufgabe in der Demokratie, wir produzieren ja keine Zahnbürsten. Man kann genauso wenig einem Minister sagen: Bleib mal zu Hause und regiere nicht dein Land, dann hast du keinen CO2-Ausstoß. Ich fliege fast nie für mein persönliches Vergnügen. Aber ich war zum Beispiel auf der Klimakonferenz in Doha, und natürlich fliege ich da hin. Das finde ich auch okay.

Weshalb? Es gäbe ja auch Korrespondenten.

Es macht aber einen Unterschied. Als ich vor zwei Jahren bei der Klimakonferenz in Durban war. hat mich unsere Korrespondentin aus Johannesbürg begleitet. Aber sie ist eben eine Expertin für Südafrika und kennt sich mit internationaler Klimapolitik nicht so gut aus. Das heißt, es ist sinnvoll. wenn ich vor Ort bin - weil ich die Leute, das Thema und das Prozedere kenne.

Wo könnte ein Medium überhaupt umweltschonender arbeiten?

Mir hat gerade erst ein Kollege erzählt, dass er vor einigen Jahren durchsetzte, dass die "taz" auf Umweltpapier gedruckt wird. Das ist eine Sache. Andere wären Mülltrennung oder nachts die Server ausmachen. Im Bereich Energie kann man wahrscheinlich auch sehr viel machen. Gucken Sie sich an, wie klein unser Haus ist: Die Kollegen von Springer im viel größeren Gebäude drüben haben vermutlich eine ganz andere Licht- und Wärmerechnung als wir. Aber das Wichtige für eine Zeitung bleiben die Inhalte: Nachrichten, Informationen, Hintergründe und Meinungen. Darauf sollte, ohne sich jetzt aus der Verantwortung zu stehlen, das Hauptaugenmerk liegen: was gemacht wird, nicht wie.

Das Gespräch entstand während eines Seminares an der Hochschule Darmstadt und wurde bereits auf natur.de in Rahmen einer Interview-Serie veröffentlicht - bevor Pötter Beirat des Rechercheportals .. Grüner Journalismus" wurde.

Auf der grünen Seite

Mit der Nachfrage nach Umweltthemen wächst auch die Zahl veröffentlichter Beiträge. Die, die den Wissensdurst stillen, sitzen allerdings weiter zwischen den Stühlen: die Umweltjournalisten. (2015)

Autorin: Anne Dietrich

Wer sind die Journalisten, die Umweltthemen bearbeiten? Wie sieht ihre Arbeitsrealität aus und welchem Rollenbild fühlen sie sich verpflichtet? Auf solche Fragen gibt es hierzulande kaum Antworten. Auch die Diskussion, ob umweltjournalistische Rollenverständnisse von denen anderer Journalisten abweichen, sich unterscheiden dürfen oder sogar sollten, wird hitzig geführt; eine Untersuchung dazu steht aber aus. Die Leerstellen versucht eine Diplomarbeit an der Universität Leipzig (2013) zu füllen. Die multimethodische Untersuchung beschränkt sich auf Tageszeitungen, da hier vergleichsweise viele auf Umweltthemen spezialisierte Journalisten tätig sind. An einer Online-Befragung zu den Arbeitsbedingungen nahmen 41 von 67 angefragten Journalisten teil. Parallel würden acht Redakteure überregionaler Tageszeitungen zu ihrem Rollenselbstverständnis mit Hilfe eines Leitfadens ausführlich interviewt.



Älter, männlicher und politisch neutraler

Die befragten Journalisten sind überwiegend männlich (75,6 %) und durchschnittlich 56.8 Jahre alt. Sie sind damit älter und männlicher als der in der JouriD-Studie ermittelte Durchschnittsjournalist (41 Jahre, zu 62,7 % männlich). Wahrscheinlich ist der Altersvorsprung Folge einer längeren Ausbildungsdauer, denn von den

Teilnehmern der Onlinebefragung hat ein höherer Anteil studiert als bei den JouriD-Studien (85 % vs. 68,8 %). Die Umweltjournalisten sind außerdem häufig politisch neutral eingestellt: 39,1 % der Online-Befragten gaben an, keiner Partei zuzuneigen, darauf folgten Die Grünen' mit 34,2 % der Nennungen. Der Anteil derer ohne Parteipräferenz ist damit mehr als doppelt so hoch wie bei der JouriD-Studie, während der Prozentsatz der Grünen-Sympathisanten in etwa gleich ist.

Etablierte Strukturen – Fehlanzeige

Deutsche Tageszeitungen haben mehrheitlich kein eigenes Umweltressort, wie kann ein grüner Schwerpunkt hier aussehen? Die Befragten geben an, wöchentlich 9,4 Stunden für Umweltthemen aufzuwenden. Lediglich 17 % beschäftigen sich mehr als zwei Tage pro Arbeitswoche mit grünen Fragestellungen. Außerdem sind die Journalisten fünf Mal häufiger einem Wirtschafts- oder Politikressort zugeordnet als einer Umweltsparte (89,8 % vs. 15,4 %). Entsprechend ist der Jobtitel ,Umweltjournalist' eine Ausnahme (2,4%). 20% der befragten Journalisten bezeichnen sich jedoch selbst als Umweltjournalisten. Dass die Selbstbezeichnung nur für eine Minderheit der online Befragten relevant ist, lässt sich neben der vergleichsweise geringen Wochenarbeitszeit - für die Teilnehmer das wichtigste Definitionskriterium - mit der Ressortstruktur erklären. Außerdem sehen sich die Journalisten auch wegen ihrer eigenen Berufsgeschichte vorrangig als Umweltjournalisten: Sie arbeiten im Schnitt seit 21.4 Jahren im

Journalismus, ein Drittel von ihnen legt jedoch erst seit maximal fünf Jahren den Fokus auf grüne Themen (31,7 %).



Anne Dietrich hat Diplom-Journalistik und Geographie in Leipzig und Oslo studiert. 2010 bis 2011 volontierte sie beim Nordkurier. Seit 2014 ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Geographie der Universität Leipzig und promoviert über neue urbane Bewegungen. (Quelle: privat)

Mangelnde Recherchezeit als Hürde

Wenig überraschend, ergibt sich der Öko-Schwerpunkt vorrangig aus persönlichem Interesse (70 %). Die Journalisten sehen dabei gute Möglichkeiten, ihr eigenes Themen-Faible auszuleben: 85,4 % stimmen dem Statement (eher) zu, dass in ihrer Zeitung die Chancen, Umweltthemen zu bearbeiten, vielfältig seien. Nachfragen zeigen jedoch auch, dass 22 % die finanziellen Mittel und 39 % die Recherchezeit als unzureichend bewerteten. 36,6 % meinen außerdem, sie hätten nicht genügend Raum im Blatt.

Journalisten darf die Welt nicht egal sein

Neben äußeren Bedingungen stellt die Selbstsicht der Befragten einen

entscheidenden Faktor für die journalistische Arbeit dar. Die Frage, ob sich Journalisten eher der, objektiven Wirklichkeit' verpflichtet fühlen oder im Sinne, der guten Sache' schreiben sollten, erhitzt die Gemüter immer wieder. Bei thematischen Schwerpunkten wird vielfach persönliche Leidenschaft unterstellt, die Frage nach dem Rollenselbstverständnis stellt sich deshalb umso drängender. Die Auswertung der Leitfadeninterviews zeigte, dass alle Journalisten, guten Journalismus' als neutrale, von der persönlichen Meinung freie Berichterstattung verstehen, die allen Seiten zur Wort kommen lässt. Zwei der Befragten betonen jedoch gleichzeitig, Fakten lediglich nebeneinander zu stellen, sei keine Lösung. "[D]as ist ja nun genau, was die Leser nicht brauchen können. Was sie brauchen ist eine Einordnung [...]. So zu tun, als wäre jeder Fakt gleich wichtig, halte ich für ganz fatal." Die Interviewpartner meinen, die Welt dürfe Umweltjournalisten nicht egal sein und man brauche ein "Wertesystem im Kopf". Dieses sei für den Rückbezug zum normativen Ideal zwingend "transparent" zu machen.



Bewertung des Themas bestimmt das eigene Selbstverständnis

Während diese Basisüberzeugungen weitgehend übereinstimmen. unterscheiden sich die in den Leitfadeninterviews generierten Aussagen zur Bewertung des Berichterstattungsfeldes ,Umwelt' und den individuell angestrebten Vermittlungszielen stark. Zwei gegensätzliche Typen kristallisieren sich heraus, (a) die, überzeugten Aufklärer' und (b) eher wirtschaftlich orientierten 'Skeptiker'. Zur

ersten Gruppe zählen vier, zur zweiten zwei Interviewpartner; die übrigen beiden haben eine große Schnittmenge mit den, überzeugten Aufklärern'. heißt: Großes persönliches Interesse an Umweltthemen, das ausschlaggebend für die berufliche Orientierung ist; Bewertung der Umweltthematik als ungewöhnlich komplex und Vermutung einer Wissenslücke bei den Lesern sowie der daraus hervorgehende Wunsch, die Rezipienten aufzuklären. Keinem der Aufklärer geht es dabei um die Manipulation. Stattdessen gehen die Umweltberichterstatter davon aus, dass, wenn die Rezipienten nur alle Informationen hätten, die auch ihnen selbst zur Verfügung stehen, dies automatisch eine "Aufklärung" nach sich zöge, da die Leser zu denselben Schlüssen kämen, wie die Journalisten.

Der Begriff ,Umweltjournalist' polarisiert

Im Unterschied dazu waren bei den wirtschaftlich orientierten Skeptikern nicht persönliche Begeisterung, sondern externe Zuordnungen durch ihre Redaktionen ausschlaggebend für die Beschäftigung mit grünen Fragen. Entsprechend ihrer Ressortzuordnung verstehen sich die Skeptiker als Wirtschafts - bzw. Energie -Journalisten. Den Begriff ,Umweltjournalist' lehnen sie ab – und das nicht nur für sich, sondern generell. Ihrer Ansicht nach enthält die Bezeichnung zu viel Bias. Eine besondere, genuine Relevanz von Umweltthemen sehen die Skeptiker nicht; Umweltverbände oder interessengruppen betrachten sie kritisch als zu mächtige Lobby. Bei den Vermittlungszielen der Skeptiker ist keine einheitliche Agenda erkennbar: Während einer der Befragten ausschließlich auf die neutrale Informierung seiner Leser abzielt (wohl wissend, dass dies kaum möglich ist), gibt der andere an, vor allem scharfe Kritik an allen Fehlentwicklungen üben zu wollen. Beide weisen eher ein nach Innen gerichtetes Selbstverständnis auf. Es geht ihnen weniger um das, was sie bei den Lesern anstoßen, als vielmehr um das strikte Einlösen ihrer Rollenselbstvorstellungen. Aufklärende Dimensionen haben die Selbstbilder ebenfalls, diese sind jedoch überlagert von anderen Bestandteilen des jeweiligen Rollenverständnisses.

Zwischentöne fehlen

Wegen der kleinen Zahl der Befragten (acht Stück) zum Thema Rollenselbstverständnis konnten bei der vorliegenden Untersuchung nur Extrempositionen ermittelt werden. Eine wichtige Schlussfolgerung scheint jedoch trotzdem möglich, denn die vielfach geäußerte Kritik, Umweltjournalisten lösten sich von der Objektivitätsnorm und schrieben als 'Anwälte der Umwelt' scheint für deutsche Tageszeitungsjournalisten nicht zu gelten. Bei allem thematischen Engagement stellen die Experten für grüne Themen grundlegende journalistische ,Regeln' nicht in Frage. Gleichzeitig weist die Exploration darauf hin, dass es Unterschiede gibt zwischen denen, die sich als Umweltjournalisten begreifen und der Gruppe der 'Anderen'. Diese auszuleuchten, ist eine spannende Aufgabe für die Zukunft.

"Positivisten haben übernommen"

Wofür dürfen sich Journalisten engagieren? Warum scheuen Medienmenschen die Rollendebatte? Weshalb sind die Kommunikationswissenschaftler in ihrem Forschungsinteresse so kleinteilig geworden? Medienethiker Alexander Filipovic und Umweltjournalist Torsten Schäfer diskutieren. (2016)

Alexander Filipovic lehrt als Deutschlands einziger Professor für Medienethik an der Münchner Hochschule für Philosophie. Als Vortragsreisender wirbt er für seine Disziplin, die ein neues Bedürfnis nach Normativität und Werten im Journalismus erkennt. Wie und wofür dürfen sich Journalisten engagieren? Warum scheuen viele Medienmenschen die Rollendebatte? Und weshalb sind die Kommunikationswissenschaften in ihrem Forschungsinteresse so kleinteilig und pragmatisch geworden? Über diese und andere Fragen diskutiert Prof. Dr. Torsten Schäfer (Hochschule Darmstadt). Umweltiournalist und Leiter des Portals Grüner-Journalismus.de, mit Filipovic im Interview.

Medienethik, da schwingt Gro-Bes mit - Gerechtigkeit, Moral, Grundsätzlichkeit. Umso schwieriger stelle ich es mir als konkretes Handwerk vor. Wie arbeitet ein Medienethiker genau, wonach bewerten Sie eine fragwürdige Sendung oder ein Skandalbild auf dem Spiegel-Cover?

Es muss abhängig von der Situation sein. Und ich bemühe mich, auch externe Kriterien heranzuziehen. Wenn man es an einem Beispiel machen will: "Adam is looking for Eve" hieß in den Niederlanden eine Nackt-Dating-Show, zu der ich eine Einschätzung geben sollte. Der Medienethiker wird nicht sagen, dass die Sendung entweder brillant oder richtiger Mist ist; er wird sich zunächst die Inszenierung angucken und wird dann schauen, ob sie voyeuristische Interessen bedient. Voyeurismus ist so eine Kategorie, die von außen kommt. Dann schaue ich, wie sich diese Show zu

anderen Dating-Shows verhält. Und danach kann man zur Überzeugung gelangen, dass durch die Bloßstellung der nackte Körper aus der Beziehung weginszeniert wird, und das es gar nicht mehr wichtig ist, was für einen Körper man mitbringt. Auch durch die Dramaturgie, weil die Teilnehmer sich danach das erste Mal angezogen in der Zivilisation sehen.

Sie wägen also ab, schauen sich innen und außen an, vergleichen. Wie endet es jetzt aber mit der Nacktshow?

Man sollte sie vorsichtig anschauen und nicht im hohen Bogen verurteilen. Natürlich geht es auch um nackte Brüste vor einer schönen Kulisse; da bedient man natürlich einen gewissen Voyeurismus. Aber ich finde es relativ zurückhaltend in Szene gesetzt und denke eher, dass es ein kulturelles Phänomen ist, aus dem wir noch etwas lernen können.

Für diesen Blick von außen gehen Sie in die verschiedensten Fächern und Ideenwelten hinein. Das variiert stark, von Fall zu Fall. Was aber sind die allgemeingültigen Grundlagen der Bewertung?

Die sind immer zuerst da. Denn wenn wir von Moral sprechen und wenn wir über Ethik nachdenken, sprechen wir immer über Moral -, dann beziehen wir uns auf eine Übereinkunft von Menschen über die Regeln des Handelns. Es geht um eine übergeordnete Ebene, um Kategorien, Prinzipien und Werte, die allgemein gültig sind. Man muss das aber immer vorsichtig formulieren, weil es natürlich Unterschiede gibt - zum Beispiel in verschiedenen

Weltregionen. Und wir müssen zusehen, dass wir mit dieser übergeordneten Ebene nicht über die Probleme hinweg philosophieren, sondern immer die medienimmanenten Kontexte für das Urteil berücksichtigen.



"Es geht um eine übergeordnete Ebene,

um Kategorien, Prinzipien und Werte, die allgemein gültig sind"

Auch der Kontext ändert sich mit Redaktion, Format, Beitrag. Die Übereinkünfte, von denen Sie sprechen, sind sicher haltbarer. Welche Übereinkünfte mögen Sie denn als christlicher Sozialethiker besonders gern, was sind ihre moralischen Haltegriffe?

Es ist nicht so entscheidend, ob man mit einer spezifischen christlichen Perspektive auf die Sache guckt oder mit einer kosmopolitischen. Wenn wir über Moral sprechen, geht es vielmehr um einen Grundbestand von Werten und Normen, die am Ziel der Humanität ausgerichtet sind. Wir können diese Werte der Humanität durch vernünftige Einsicht erkennen und uns selbst darauf verpflichten – weil wir erkennen, dass diese Werte für uns gut und wichtig sind. Das ist sozusagen die allgemeine Kant'sche Perspektive der Aufklärung und der Autonomie der Selbstgesetzgebung.

Ein Quasi-Gesetz habe ich im Journalistik-Studium gelernt: konstruktivistisch denken. Es gibt nur Standpunkte, sagte der Dortmunder Medienethiker Claus Eurich zu uns.

Der Konstruktivismus ist von der Kant'schen Lehre nicht so weit entfernt. Interessanterweise ist er in der Kommunikationswissenschaft fast die einzige Theorie, die die ethische Perspektive aufrecht erhält. Weil der Konstruktivismus eben nicht positivistisch argumentiert, sondern sieht, dass wir es mit Kontingenzen zu tun haben, mit Selektionen und mit Entscheidungen für bestimmte Weltsichten. Und er ist offen für die Diagnose, dass wir uns die richtige Perspektive aussuchen müssen.



Als Journalist sollte man "so schreiben, dass man kritisiert werden kann. Signalisieren, dass man einen Diskursbeitrag anbietet", sagt Alexander Filipović, Deutschlands einziger Professor für Medienethik. (Quelle: SJ-Bild/Leopold Stübner SJ)

Die einzige Theorie für ethisches Denken?

Der Konstruktivismus nimmt nichts als gegeben hin, sondern sieht, dass wir durch eigenes Handeln – vielleicht sogar Erkenntnishandeln - die Welt sozusagen verbessern können. Das ist interessant, weil die anderen Theorien... Die kritische Theorie zum Beispiel ist ja mehr oder weniger verschwunden, und die Positivisten haben in den Kommunikationsund Medienwissenschaften übernommen. Deshalb haben es Medienethiker auch sehr schwer - außer bei den Konstruktivisten.

Dann müssten sie es bei mir leicht haben. Das wäre dann aber kein gutes Interview. Ich melde deshalb Widerspruch an: Die kritische Theorie erstarkt wieder in den Sozialwissenschaften: mit dem Entschleuniger Harmut Rosa in der Soziologie, Konrad Ott in der Umweltphilosophie und teils den Postwachstum -Theoretikern in der Ökonomie. Das Bild ist gar nicht so düster.

Das ist eine interessante Perspektive, man müsste es nochmal ein bisschen aufarbeiten. Und es führt insgesamt auch zu einer interessanten Forschungsfrage: welche ethischen Perspektiven der Konstruktivismus erschlossen hat. Ich habe Kommunikationswissenschaften ja bei Manfred Rühl gelernt, der sozusagen der Großvater der konstruktivistischen Kommunikationstheorie ist – jedenfalls in Deutschland. Aktuell bekannt ist etwa Bernhard Pörksen, der ein scharfer Medienkritiker ist. Vielleicht gerade, weil er einen konstruktivistischen Hintergrund hat.

Sehen sie doch Anzeichen für ein neues kritisches Denken in unserem Fach?

Es kann sein, dass diese normative Bewegung wieder ein bisschen Rückenwind bekommt. Die DGPuK macht ihre nächste Tagung zu Gerechtigkeitsfragen. Es gibt die erste Professur für Medienethik, und die zweite ist in Besetzung in Erlangen-Nürnberg. Aber im Wesentlichen wird kritisches Denken aufgesogen durch bestimmte Anreizstrukturen, vor allem Forschungsstrukturen. Drittmittel gibt es vor allem für sozialempirische Forschung. Und da läuft es natürlich dann hin. Das heißt, dass die ganzen normativen Quellen unseres Faches weitgehend in Vergessenheit geraten sind.

Welche Quellen meinen Sie?

Die gute alte Publizistik und Zeitungswissenschaft war eine normative Geisteswissenschaft. Es gab eine ganz eindeutige Mission, wie Gesellschaft funktionieren sollte und welche Aufgaben die Journalistin und der Journalist in diesem System hatten.



Ich würde eher sagen, dass wir Journalisten

brauchen, die ihre eigene Meinung und Werte, ihre eigene Perspektive, mit einbringen

Heißt normativer denken auch kollektiver denken? Wir diskutieren ja meist auf der Individualebene: Was kann ich noch tun, erreichen? Das journalistische "Wir" ist kleiner geworden.

Diese Beobachtung ist sicherlich richtig. Wenn es heute um medienethische Fragen geht, wird vor allem individualethisch gedacht und die übergeordnete Ebene wird an das Recht delegiert. Es gibt das Recht, das den Rahmen setzt und die Politik festgelegt hat. Über dieses Recht wird meistens nicht großartig nachgedacht. Es geht um Persönlichkeitsrechtsschütz oder um die Frage, was der Journalist darf und was nicht. Der kleine Freiraum, der noch bleibt, der wird durch eine individuelle Tugendhaftigkeit oder etwas Ähnliches ausgefüllt. Das führt dazu, dass in bestimmten Entscheidungen, die der Journalist treffen muss eher die beruflichen Karrierechancen im Vordergrund stehen: Bringe ich das Bild oder nicht? Wenn ich es bringe, kriege ich ein Schulterklopfen. Öder ich bin ein Zauderer, durch den sich das Blatt nicht so gut verkauft.

Das klingt deprimierend. Sind wir denn dem Positivismus vollends auf den Leim gegangen?

Ganz so scharf würde ich das nicht sehen. Wenn ich mit Studierenden über ethische Fragen spreche, dann stelle ich ein ziemliches Idealbild von dem fest, was Journalismus leisten soll. Aber dann wird gleich hinterhergeschickt: ,Naja, wenn wir mal im Beruf sind und zwischen PR und Journalismus pendeln, wird die Ethik keine große Chance mehr haben. '

Eine ethische Kurzformel wird aber immer bleiben: Das Friedrichs -Dogma – die Losung des Nichtgemeinmachens aus dem Munde des Nachrichtenmoderators Hanns Joachim Friedrichs. Wie sehen Sie dieses vielleicht berühmteste aller Journalistenzitate?

Wenn man weiterliest, sagt er, dass man sich mit gewissen Dingen – Demokratieorientierung etwa – gemein machen darf oder soll. Das müsste man sich nochmal angucken. Aber im Kern geht es natürlich darum, Objektivität und Distanz zum Gegenstand der Berichterstattung zu wahren. Man stellt Öffentlichkeit her, ist dem Gemeinwesen verantwortlich. Das heißt nicht partikularen Interessen, sondern den gemeinsamen Interessen einer größeren Gemeinschaft. Letztlich ist es eine Gemeinwohlorientierung, drüber steht.



Wir können unsere Probleme nicht for-

mal regeln, sondern wir brauchen einen Kern richtig dicker, inhaltlicher Eingaben. Und dann müssen wir uns darüher streiten.

Dann sollte ich mich als Journalist doch für Prinzipien des Gemeinwohls einsetzen, weil ich ihnen verpflichtet bin: Demokratie, freie Meinungsäußerung, Rechtsstaat und vielleicht

Dinge wie Geschlechtergerechtigkeit oder der Schutz sozialer Minderheiten?

In Ihrer Frage deutet sich schon die ganze Schwierigkeit an. Denn was zählt zu diesem Kreis an Grundwerten dazu? Das kommt letztlich auf die politisch -ethische Perspektive an. Stimmen wie der verstorbene amerikanische Moralphilosoph Richard Rorty würden sagen, dass wir in der öffentlichen Diskussion möglichst starke inhaltliche Argumente brauchen. Wir können unsere Probleme nicht formal regeln, sondern wir brauchen einen Kern richtig dicker, inhaltlicher Eingaben. Und dann müssen wir uns darüber streiten. Liberale lassen dagegen prinzipiell alle Argumente zählen, die jeder verstehen und akzeptieren kann. Das sind zwei verschiedene Modelle. Ich würde eher sagen, dass wir Journalisten brauchen, die ihre eigene Meinung und Werte, ihre eigene Perspektive, mit einbringen.

Gut. Aber das Problem der Wertgrenzen bleibt.

Die Grenze kann man nicht ziehen, sie ist fließend. Bei den Menschenrechten gibt es zum Beispiel Leute, die nur auf Grundfreiheiten pochen. Andere sagen, dass das nicht ausreicht und wir über nicht abstrakt über Freiheiten reden können sondern nur über die konkreten Realisierungsmöglichkeiten der Grundfreiheiten. Dann zählt zum Beispiel ein Recht auf Arbeit mit dazu. Jeder Journalist müsste sich dann dafür einsetzen. dass jeder eine Arbeit findet. Das könnte man in einer bestimmten menschenrechtlichen Perspektive durchaus sagen. Man muss, wenn man stark argumentiert, das vor allen Dingen offen legen. Und auch vom Stil her so schreiben, dass man kritisiert werden kann. Signalisieren, dass man einen Diskursbeitrag anbietet.

Argumente, Diskurs – holen Sie da Habermas herbei?

Ja. In manchen Dingen ist er sich mit Rorty ja einig, in manchen überhaupt nicht. Habermas würde eher sagen, dass wir viele Diskursbeiträge brauchen und dabei nur Argumente zählen, die von allen verstanden werden können. Eine formale Ebene, auf der wir uns irgendwo treffen können. Rorty dagegen würde sagen, dass wir in jeder Stadt, in jedem Kulturkreis, separate Diskussionen und Werte haben, und wir mit unserem eigenen Standpunkt in die Debatte reingehen. Aber wir müssen uns dabei - er nennt es Konversion in die Argumente der anderen hineinzudenken. Uns ihre Sprache aneignen, um sie verstehen zu können.



Kommunikations - und Medienwissenschaften

können zu Medienproblemen eigentlich nicht viel sagen, weil sie verlernt haben, zu urteilen, ob etwas gut oder richtig ist

Journalisten, so verstehe ich Sie insgesamt, sollten miteinander über ihre Werte streiten. Sich bekennen. Im Projekt "Grüner Journalismus" tun wird das. Wir fassen wir nachhaltige Entwicklung als universellen Wert im Sinne des Gemeinwohls auf. für den sich Journalisten einsetzen dürfen. Dürfen sie das?

Ja, das darf man. Das würde ich aus ethischer Perspektive ohne Frage sagen. Und es ist sinnvoll, dass sich Leute im Journalismus bekennen. Das kommt uns gesellschaftlich mehr zugute, als dass es schadet. Die positive Wirkung wird erst durch einen Diskurs, also durch einen Streit, um diese Position erreicht werden. Nicht schon durch diese Meinungsäußerung oder durch diese Agenda des einzelnen Journalisten selbst. Wenn die transparent ist, wenn der Mensch sozusagen identifizierbar ist mit dem, was er mitbringt, dann finde ich das eher positiv.

Auf Transparenz können sich schnell alle einigen in dieser Debatte. Wenn ich aber sage, dass ich mit meiner Arbeit als Journalist Wirkung erzielen möchte, erfahre ich viel größere Zurückhaltung.

Wir haben es verlernt, über Moral zu diskutieren oder moralische Argumente gelten zu lassen. Da ist ein Widerwillen, wenn jemand etwas bewirken möchte. Das wäre vor 30 Jahren auf weniger Befremdnis gestoßen. Heute fragen wir, wenn einer mit Journalismus etwas erreichen will: .Ist das nicht gefährlich, darf der das überhaupt?' So funktioniert Politik mittlerweile ja auch. Keiner traut sich mit einer starken inhaltlichen Gestaltungsperspektive an die Probleme ran. Es wird alles sachgerecht und eher pragmatisch gelöst. Und wenn man jemand eine Mission hat oder etwas verändern möchte, gerät er in Verdacht.

Ich erlebe manche Gespräche als Verdachtskommunikation: Weil Du Dich inhaltlich engagierst, kann dein Beitrag nicht objektiv sein. Solche Reflexe gibt es auch in der wissenschaftlichen Rollendebatte. Warum haben wir da verlernt zu argumentieren, wie Sie das sagen?

Weil Kommunikationswissenschaftler mit normativen Argumenten, mit dem was sein soll, nicht mehr wissenschaftlich konfrontiert werden. In den positivistischen Sozialwissenschaften sind normative Fragen nicht wissenschaftsfähig. Und deshalb haben die Kommunikations- und Medienwissenschaften zu den Medienproblemen eigentlich nicht viel zu sagen. Sie haben verlernt, zu urteilen, ob etwas gut ist oder richtig ist. Man kann natürlich empirische Daten angeben für ein Problem und von dort aus auch sagen, ob etwas funktioniert oder nicht funktioniert. Normative Argumente sind aber nochmal eine andere Kategorie und machen mitunter mehr Arbeit.

Wie können angehende Journalisten und Journalistinnen damit wieder betraut werden: dass sie die ethische Argumentation als ein Stück Selbsthandwerk beherrschen?

Das muss man einüben. Aus meiner langen Erfahrung als Universitätslehrer merke ich das immer wieder. Das heißt, Seminare machen, wo man moralische Dilemmata bespricht, Universalisierungstests macht von Normen. Man ringt um die ethische Perspektive. Und das braucht Zeit. Dann lieber ein Einführungsseminar in die Methoden empirischer Sozialforschung weniger und eins mehr in ethischem Argumentieren!



Das ist Ethik. Ich werbe dafür, dass sich

mehr Menschen mit dieser Disziplin beschäftigen.

Bei uns hat ein Rollenspiel zur Thema "Wissenschaft vs. PR gut funktioniert, aber das ist aufwendig. Vielleicht ist auch der Blick in andere Journalismuskulturen hilfreich. In Afrika z.B. ist es ganz selbstverständlich, dass Journalisten offen für Themen streiten.

Ich glaube, das sind unterschiedliche Traditionen. Wir sind es in Deutschland - vielleicht auch in ganz Westeuropa - gewohnt, die Fragen, in denen es um die Gestaltung des Gemeinwesens geht, an Politik zu delegieren und im Weiteren dann davon befreit zu sein. In Amerika etwa gibt es eine andere Tradition. Es gibt Gemeindeversammlungen, und die Leute werden konfrontiert mit den politischen Problemen vor Ort. Das werden wir hier nicht. Auch daher rührt das Gefühl, dass

Journalisten nicht einmischen in Fragen der Gestaltung. Sie sollten berichten und dann macht die Politik schon das Richtige. Letztlich ist das der Journalismus, den wir in postdemokratischen Zeiten verdient haben.

Können wir uns denn Ethik, verstanden als Kür, überhaupt leisten, wenn die Pflicht, also die tagesaktuelle Berichterstattung, bedroht ist und ihr ökonomischer Rahmen wegbricht?

Wir müssen es uns leisten. Unser Gemeinwesen hat es nicht verdient, einen Journalismus zu haben, der sich keine Rechenschaft darüber gibt, was sozusagen gut und richtig ist in diesem Beruf. Dazu ist er viel zu wichtig. Aber auf der anderen Seite ist eben extrem viel im Umbruch: Stellen nehmen immer weiter ab, die Berufsbilder verschwimmen total, und es gibt viele neue Formen von Journalismus. Da muss man sich auch ein bisschen Geduld geben. Es braucht Zeit, eine moralische Perspektive zu verankern.

Macht Sie diese Umbruchsphase eher ängstlich oder doch hoffnungsvoll?

Ich bin eher pessimistischer, weil ich glaube, dass sich eine ökonomische Perspektive durchsetzen wird. Vor allem die Datenökonomie bricht gerade durch und kannibalisiert unsere öffentliche Kommunikation. Alles ordnet sich der Frage unter, wie man mit Nutzerdaten Geld verdienen kann. Hoffnung machen mir andererseits Initiativen, die über gemeinwohl-finanzierten Journalismus nachdenken. Die versuchen, jenkapitalgetriebenen einer Ökonomie Journalismus zu machen. Da ist unheimlich viel Kreativität unterwegs, vor allem von jungen Leuten. Wir brauchen unbedingt auch Politikerinnen und Politiker, die sich für diese Fragen interessieren. Die Medienpolitik nicht als Wirtschaftspolitik beschreiben. sondern eher

Rahmen von Sozial- und Bildungspolitik betrachten. Und davon gibt es viel zu wenig, die medienpolitische Debatte ist in der Hinsicht tatsächlich verarmt.

Mehr Streit, mehr Normativität und mehr Ethik im Journalismus, das sind die Ziele, die ich vernehme. Was tun Sie selbst dafür, um sie zu erreichen?

Ich bin viel unterwegs. Vor allen Dingen über Vorträge bei ganz verschiedenen Leuten und Institutionen, also Presseclubs, Journa-Berufsverbänden, listenclubs, Schulen, Hochschulen. Viele interessieren sich dafür, und ich kann nur 1/20 der Anfragen überhaupt erfüllen. Ich versuche - das ist wirklich meine Hauptaufgabe überhaupt zu erklären, was Medienethik sein kann und nicht sein kann: Was bedeutet es, auf Moral zu reflektieren? Denn das ist Ethik. Ich werbe dafür, dass sich mehr Menschen mit dieser Disziplin beschäftigen. Und hoffe auch, dass sich ein wissenschaftlicher Nachwuchs bildet, der später vielleicht auch an anderen Einrichtungen zur Verfügung steht.

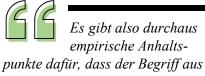
Das gute N-Wort

Daniel Fischer ist Professor für Verbraucherkommunikation und Nachhaltigkeit an der Universität Wageningen in den Niederlanden. Zuvor hat er an der Leuphana Universität in Lüneburg geforscht und dort gemeinsam mit Studierenden die Verwendung des Begriffs Nachhaltigkeit in deutschen Medien untersucht. Dabei war die Frage, ob der Begriff mehr als eine leere Floskel ist, ständige Begleiterin. Im Interview hat er uns die Ergebnisse der umfangreichen Studie erklärt. (2016)

Autor: Thomas Stollenwerk

Die Studie stellt die Frage, ob der Begriff ein No-Go oder eine Notwendigkeit ist. Was macht es überhaupt zum potenziellen No-Go, den Begriff Nachhaltigkeit zu verwenden?

Uns hat in dieser hitzigen Debatte als Forscher zunächst ganz nüchtern interessiert, wie es denn empirisch um die faktische Verwendung dieses Begriffs bestellt ist. Aber die Diskussion, ob man den Begriff benutzen solle oder nicht, war ein ständiger Begleiter unserer Initiative. Axel Bojanowski schrieb den Begriff auf Spiegel Online unter der Überschrift "Kommen Sie mir bloß nicht mit Nachhaltigkeit" ab, woraufhin der Darmstädter Journalismusprofessor Torsten Schäfer auf der Medienplattform Grüner Journalismus eine Replik veröffentlichte, in der er für die Notwendigkeit einer offensiven Auseinandersetzung mit dem Begriff eintritt und streitet.



der Nische in den Mainstream kommt und auf diesem Wege eine semantische Aufladung erfährt

Für die Studie haben sie in den Blick genommen, in welchen Kontexten Nachhaltigkeit in deutschen Printmedien auftaucht. Welche Bezugsrahmen lassen sich beim Thema Nachhaltigkeit in den Medien unterscheiden?

Es gibt inzwischen breite Forschungsanstrengungen zu

einzelnen Diskursen oder Perspektiven der Nachhaltigkeit, etwa Klimawandel (climate change communication) oder dem traditionellen Umweltjournalismus. Eine Auseinandersetzung mit der übergreifenden Idee der Nachhaltigkeit findet in der Journalismusforschung verglichen dazu eher randständig statt. Wir haben uns zweierlei angeschaut. Erstens: was wissen wir darüber, wie über Themen der nachhaltigen Entwicklung geschrieben und berichtet wird - ohne dass dabei der Begriff selbst fallen muss? Hierzu hat sich in der internationalen Forschung inzwischen eine eigene Richtung entwickelt, die Interpretationsrahmen herausarbeitet man spricht auch von Frames. Diese betten ein Thema in einen einfachen Deutungszusammenhang ein, der auch emotional schnell zugänglich ist. Gentechnik zum Beispiel lässt sich in einem Frame unter dem Aspekt von Risiken, unwägbaren Gefahren und bevorstehenden Katastrophen bearbeiten, in einem anderen Frame jedoch auch als Ansatz zur Modernisierung und technisch unterstützten Bekämpfung des Welthungers darstellen. Eine Zusammenstellung der verschiedenen Frames, die wir in der Literatur identifiziert haben, bereiten wir aktuell für die journalistische Ausund Weiterbildung auf. Zweitens haben wir uns angeschaut, wie der Begriff, nachhaltig" selbst journalistisch benutzt wird.

Sechs überregionale Zeitungen und ein Zeitraum von 1995 bis 2014. Das klingt nach einer ganzen Menge Analysearbeit. Gibt es einen



Daniel Fischer ist heute Professor für Verbraucherkommunikation und Nachhaltigkeit an der Universität Wageningen. Die Studie zum Nachhaltigkeitsbegriff entstand im Rahmen der Initiative Nachhaltigkeit & Journalismus. (Quelle: privat)

ganz allgemeinen Trend, der sich für diese (fast) zwei Jahrzehnte feststellen ließ, oder wäre das zu einfach?

Tatsächlich hat die Analyse ein halbes Jahr gedauert, da wir sowohl qualitativ als auch quantitativ gearbeitet haben. Zum einen haben wir in der Breite für 20 Jahre die Anzahl der Begriffsverwendungen ermittelt, übrigens auch für "Konkurrenzbegriffe" wie "Umweltschutz" oder relativ neue Trendthemen wie "Energiewende". Bei drei Jahren (2001, 2007 und 2013) sind wir in die Tiefe gegangen und haben uns alle Begriffsverwendungen einzeln angeschaut und diese nach verschiedenen Verständnissen von Nachhaltigkeit kodiert. Insgesamt waren das über 20.000 Prüfvorgänge. Für den breiten Untersuchungszeitraum der 20 Jahre ist zunächst festzustellen, dass der Begriff heute in etwa doppelt so häufig auftaucht wie zu Beginn des

Untersuchungszeitraums. Interessanterweise scheint er dabei in

keinem unmittelbaren Konkurrenzverhältnis zu stehen etwa zum Begriff "Umweltschutz", der in unveränderter Häufigkeit verwendet wird. Nicht vergessen sollte man jedoch in der Einordnung dieses Befundes, dass der Begriff der Nachhaltigkeit heute trotzdem erst in lediglich 2% aller publizierten Artikel auftaucht.

Wie wird Nachhaltigkeit in den deutschen Medien am häufigsten thematisiert? Steckt der Begriff in einer "Öko-Ecke" oder ist er inzwischen kein Nischenbegriff mehr?

Spannend wird es, wenn man sich die Ergebnisse der Tiefenstudie anschaut – wenn man also danach fragt, mit welcher Bedeutung der Begriff verwendet wird. Hier haben wir festgestellt, dass der Begriff nachhaltig* vor allem alltagssprachlich verwendet wird - das heißt im Sinne von "dauerhaft", "lang anhaltend" oder "besonders intensiv". So wird etwa über einen besonders "nachhaltigen" Abgang des Weins geschrieben. Dieser Bedeutung ließen sich im Jahr 2013 noch immer über die Hälfte aller Nennungen zuweisen. Wenn man allerdings bedenkt, dass im Jahr 2001 noch über 75% aller Nennungen eine alltagssprachliche Bedeutung zugrunde lag, lässt sich erkennen, dass sich eine Schärfung des Begriffs abzeichnet. Dies wird auch dadurch belegt, dass Verwendungen des Begriffs im Sinne einzelner Nachhaltigkeitsdimensionen (ökologisch, wirtschaftlich, sozial) zwischen den drei untersuchten Jahrgängen zunimmt - ebenso wie ein vernetztes Verständnis, das alle drei Aspekte integriert. Es gibt also durchaus empirische Anhaltspunkte dafür, dass der Begriff aus der Nische in den Mainstream kommt und auf diesem Wege eine semantische Aufladung erfährt, die sich an der vernetzten Bedeutung orientiert, wie sie seinerzeit 1992 in der Agenda 21 angelegt worden ist.

Hat sich eines der untersuchten Medien beim Thema Nachhaltigkeit in einer Weise besonders hervorgetan?

Es gibt tatsächlich Unterschiede zwischen den Medien - das ist auch zu erwarten. Diese Unterschiede bestehen jedoch stärker im Hinblick auf den Umfang, in dem der Begriff verwendet wird, und weniger in der Tendenz. So findet man in einzelnen Medien häufiger alltagssprachliche Verwendungen als in anderen, in der Tendenz ist Verwendung jedoch übergreifend abnehmend.

Bildung und Journalismus ist die Ablehnung gemein, Menschen zu überwältigen oder sich für ein konkretes politisches Programm instrumentalisieren zu lassen

Gibt es eigentlich so etwas wie speziellen Nachhaltigkeits-Journalismus, oder betrifft Nachhaltigkeit alle möglichen Felder iournalistischer Arbeit?

Lassen Sie mich eine Parallele ziehen zur Bildung. Dort wird diese Frage bereits seit mehr als zwanzig Jahren unter dem Begriff der "Bildung für nachhaltige Entwicklung" diskutiert. Für die Schule etwa gilt als unbestritten, dass Nachhaltigkeit ein Querschnittsthema ist, das für jedes Feld pädagogischer Arbeit bedeutsam ist. Zugleich ist es nicht nur ein Thema. Die Herausforderung der Nachhaltigkeit wirft vielmehr in ganz grundsätzlicher Art und Weise die Frage danach auf, wie wir unsere Bildung so organisieren können, dass sie Menschen dazu befähigt, an der Gestaltung nachhaltiger Entwicklung aktiv mitwirken und teilhaben zu können. Die Idee der Nachhaltigkeit wird dadurch zu einer

Orientierung für die Gestaltung einer modernen Bildungsphilosophie. Übertragen auf den Bereich des Journalismus sehe ich Nachhaltigkeit unbedingt als eine Perspektive und einen Denkrahmen, der für alle Felder journalistischer Arbeit relevant ist. Bildung und Journalismus ist die Ablehnung gemein, Menschen zu überwältigen oder sich für ein konkretes politisches Programm instrumentalisieren zu lassen. Beiden geht es darum, aufklärerisch zu wirken, Missstände zu hinterfragen und Übersicht und Orientierung zu schaffen als Voraussetzung dafür, dass Menschen in ihrer Handlungsfähigkeit gestärkt werden. Das bedeutet für mich auch, dass sich Journalismus nicht mit dem Verweis auf die Beliebigkeit des Nachhaltigkeitsbegriffs aus den gesellschaftlichen Interessenskämpfen um seine Deutungshoheit herausziehen darf. Angesichts dessen, was in den kommenden Jahren und Jahrzehnten auf dem Spiel steht, können wir auf den Beitrag einer qualitativ hochwertigen journalistischen Auseinandersetzung mit den Kontroversen und Handlungsfeldern nachhaltiger Entwicklung schlichtweg nicht verzichten.

Das Interview erschien zuvor im österreichischen Magazin für nachhaltigen Lebensstil "Biorama".

Hurra, wir werden erwachsen!

Die Berichterstattung zur nachhaltigen Entwicklung ist eine komplizierte Angelegenheit. Hinzu kommt, dass der Journalismus selbst in einer Art "Nachhaltigkeits-Krise" steckt. Kein Grund zum Klagen – denn Herausforderung, Ausdauer und Experimentierfreude gehören zum Kerngeschäft des Journalismus. (2019)

Autor: Roy Fabian

"Der Klimawandel ist nicht die Geschichte unserer Zeit", sagte Wissenschaftsjournalist Andrew Revkin einmal. "Der Klimawandel ist nur ein Teil von ihr. Sie besteht darin, dass wir anfangen, erwachsen zu werden auf einem endlichen Planeten, und dabei überhaupt erst bemerken, dass er endlich ist." Wir. Das meint ihn und sie, Dich und mich. Politik und Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft. Und natürlich den Journalismus, die Storyteller-Maschine schlechthin. Was bemerkt sie von der Geschichte unserer Zeit?

Die Ausgangsbedingungen scheinen nicht die schlechtesten zu sein: Aktualität, Konflikt, Relevanz, Kontinuität – Klimawandel & Co. erfüllen eine ganze Reihe der klassischen Nachrichtenfaktoren. Weswegen die Erderwärmung, die Energiewende, der Artenverlust, die Krise des Finanzsystems, die Bevölkerungs- und Ernährungsfrage oder auch Konsumkritik und der Wunsch nach Entschleunigung längst Themen des von Print-, Rundfunk- und Online-Medien getragenen Diskurses sind. Reicht das?

Kritiker bemängeln, dass die Geschichte unserer Zeit journalistisch zu sporadisch, zu diffus, zu isoliert, zu unter- oder aber zu überkomplex bearbeitet werde. Das mag daran liegen, dass es ihr an Eindeutigkeit, an Konsonanz, an klaren Verhältnissen mangelt. Und dass ihre Einzelthemen oft nicht als solche erkannt werden, es gewissermaßen an einer gedanklichen Einbettung in den größeren Zusammenhang fehlt.

Dabei ist ein theoretischer Überbau vorhanden, der sie miteinander verbindet: Nachhaltige Entwicklung. Oder auch: Nachhaltigkeit. So wird die Leitlinie unseres "Erwachsenwerdens" immer wieder etikettiert. Es ist ein ödes Wort und überdies – wen wundert es – in seiner inhaltlichen Bedeutung sowie seiner Wirkungsmacht umstritten. Nicht zuletzt unter Journalisten.

Mag ihn seine "Unsexyness" auch für eine permanente Erwähnung in der Berichterstattung disqualifizieren, so ergibt es doch Sinn, ihn zumindest konzeptionell als hintergründige Folie für die Erzählung der Geschichte unserer Zeit zu nutzen und mit Leben zu füllen. Und natürlich auch, ihn weiter zu diskutieren. Denn einen besseren Begriff haben wir nicht.

Was genau versteht man unter Nachhaltigkeit? Gemäß dem Dreisäulenmodell drückt sie eine größtmögliche Vereinbarkeit von Ökologie, Ökonomie und sozialen sowie gesellschaftspolitischen Belangen aus. Eine Variation wie die "starke" Nachhaltigkeit, welche die Priorität der Ökologie ausruft, erscheint zwar zunächst nachvollziehbar, denn ja, unser Planet ist endlich und damit auch die Belastbarkeit seiner Ökosysteme. Er steht jedoch unter unserer absolutistischen Fuchtel – die Rede vom Anthropozän kommt nicht von ungefähr.

Daher erscheint mir eine Trennung von Mensch und Natur, wie sie auch im ökologiefixierten Umweltbegriff vorgenommen wird, wenig sinnvoll. Nachhaltigkeit, verstanden nach dem Dreisäulenmodell, hebt diese Trennung auf,

weil sie darauf abzielt, uns nicht von unserer natürlichen Umwelt auszuschließen, sondern sich mit ihr trag- und zukunftsfähig zu arrangieren. Oder anders formuliert: Sich mit ihr in Einklang zu bringen.



Roy Fabian arbeitet als freier Journalist und Autor für Print- und Onlinemedien und beschäftigt sich dabei unter anderem mit Fragen der Biodiversität, Ökologie, Stadtentwicklung und Landwirtschaft. (Quelle: privat)

Auch taktisch dürfte nur eine Gleichberechtigung der drei Dimensionen zielführend sein: Das normative Zurückstellen unseres materiellen wie sozialen Wohlergehens gegenüber den ökologischen Herausforderungen, so zwingend diese auch sein mögen, birgt gewaltige Akzeptanzprobleme, die ein Fortkommen in Fragen nachhaltiger Entwicklung erschweren. Aber wer, wenn nicht wir, soll diese vorantreiben? Niemand! Also müssen wir dabei uns selbst mitnehmen.

Das heißt nicht, dass eine fundamentale Reflexion unserer Denkund Verhaltensmuster ausbleiben darf. Im Gegenteil: Diese Muster haben, indem sie Wohlergehen nur allzu oft mit Überfluss,

Verschwendung, Wachstum oder Raubbau verwechseln, die Rede von der Notwendigkeit einer nachhaltigen Entwicklung überhaupt erst aufgeworfen. Hier kommt der Journalismus wieder ins Spiel, der diese Reflexion qua seiner gesellschaftlichen Funktion anstoßen und begleiten muss. Denn es ist sein Kerngeschäft, Probleme und Phänomene sichtbar zu machen. zu strukturieren, zu erklären und einzuordnen. Die Frage ist: Wie kann das im Fall von Nachhaltigkeit geschehen?

Derzeit dominieren meiner Wahrnehmung nach zwei Pole: Auf der einen Seite der "Überforderungsjournalismus": Er benennt die Probleme in all ihrem kolossalen Ausmaß, rüttelt auf und findet jedes Haar in der Suppe. Oft verharrt er jedoch im Abstrakten, ohne Bezüge zur Lebenswelt herzustellen oder Lösungsansätze aufzuzeigen. Den Gegenpol bilder der "Lösungsjournalismus": Anhand konkreter Erscheinungsformen wie Unternehmen, Projekte und Einzelpersonen präsentiert er Auswege aus der Misere, inspiriert damit und schafft Aufbruchstimmung – nicht selten ohne die Geschichte in die übergeordneten Hintergründe einzubetten oder die nötige Distanz und Diskussion einzubringen.



Kerngeschäft von Journalismus ist es.

Probleme und Phänomene sichtbar zu machen, zu strukturieren, zu erklären und einzuordnen

Ist an dieser Polarisierung etwas auszusetzen? Guido Mingels resümierte kürzlich im Spiegel am Beispiel des wissenschaftlichen Diskurses: "Es wird auch in Zukunft Pessimisten brauchen, um die Probleme zu erkennen. Und Optimisten, um sie zu lösen." Wahrscheinlich stimmt das. Sinnvoller erscheint es mir aber, beide Typen zu vereinen, um von ihren jeweiligen Stärken zu profitieren.

Indem man mit dem Metathema Nachhaltige Entwicklung spielt, es in seine drei Dimensionen sowie Einzelthemen aufspaltet, ohne deren Verknüpfung unter den Teppich zu kehren. Indem man es global wie lokal denkt, bei all dem Großen das Kleine nicht vergisst. Und indem man Erzählstränge entwickelt, die aufdecken und erläutern, aber auch ermutigen und sich in den Alltag übersetzen las-

Ein paar – nicht zwingend neue Beispiele:

Klimawandel: Welche Folgen hat die Erderwärmung aus welchen Gründen auf hiesige Küstenstädte? Auf die Produktion land-, forst- und fischwirtschaftlicher Güter oder die Wasserversorgung? Inwiefern verstärkt sie bereits bestehende Problemlagen mit anderen Ursachen wie zum Beispiel Landnutzung oder Überfischung? Welche Lösungsstrategien stehen dem gegenüber und wie werden diese von maßgeblichen Akteuren bewertet?

Arten- und Biotopschutz: Welche Ökosystemfunktionen und dienstleistungen liegen Tieren, Pflanzen und deren Lebensräumen zugrunde? Wie äußert sich das in konkreten Fällen und wie lässt sich das monetär beziffern? Wer profitiert davon und wer nicht? Was folgt daraus im Bezug auf neue Anreizsysteme und deren Umsetzung?

Bevölkerungsentwicklung & Urbanisierung: Welche ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen haben die beiden Megatrends lokal, regional und international (Stichworte: Ernährung, umweltbedingte Migration, Versiegelung, Ghettoisierung)? Wie sind Kommunen, Städte und Staaten darauf vorbereitet? Welche wissenschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Konzepte gibt es dafür? Wie werden diese bereits realisiert und welche Effekte sind damit verbunden. beziehungsweise könnten damit verbunden sein (Stichworte: ökologische Intensivierung, ökologische Stadtentwicklung)?

Gleichzeitig werden die Bedingungen dafür, dies im journalistischen Alltag umzusetzen, immer prekärer: Einschnitte in finanzielle und zeitliche Budgets sowie die Auflösung traditioneller Kommunikationsformen erschweren die angemessene Recherche, Aufbereitung und Präsentation von Nachhaltigkeit und ihrer Einzelthemen.



Meinung oder Emotionalisierung dürfen da-

bei eine Rolle spielen – wenn sie sich auf Kommentarspalten, Essays und vergleichbares beschränken

Der Journalismus hat also ebenfalls ein strukturelles Nachhaltigkeitsdefizit. Deshalb braucht es angepasste Geschäftsmodelle um Risiken organisatorisch wie ökonomisch zu streuen. Ansätze bieten Modelle wie das der Krautreporter oder die aus den USA stammende Idee eines gemeinnützigen Non-Profit-Journalismus. die Diskussion um eine weniger an Klicks als an Verweildauer orientierte Online-Qualitätsberichterstattung, die unter Umständen höhere Werbeerlöse generieren kann, liefert wertvolle Hinweise.

Letzteres zeigt: Es geht auch um Inhalte. Mögen die Macher großer Leitmedien auch darauf verweisen, dass Nachhaltigkeitsthemen schlecht laufen – der Erfolg von Publikationen wie Landlust, das Aufkommen von Nachhaltigkeits-Zeitschriften wie enorm oder Zeo2 sowie die "grünen" Blogs der ZEIT oder der New York Times legen nahe, dass sich ein relevanter Teil des Medienpublikums durchaus für Natur, Gerechtigkeit oder Entschleunigung interessiert. Einschlägige Studien zeigen überdies, dass dieser Befund insbesondere

für die nachwachsende Nutzergeneration der 14- bis 25-Jährigen

Die Bearbeitung der genannten Themen erfordert zweifellos Risikobereitschaft, Zusammenarbeit und einen langen, gewissermaßen nachhaltigen Atem - sowie Erzählmethoden, die das Publikum einfangen. Auch hierfür existieren zahlreiche Ansätze, von einer zielgruppengerechten Ansprache über den Multimedia-Journalismus bis hin zur traditionellen Nachrichtenberichterstattung, wie sie etwa Michael Haller unlängst als Rettung der kriselnden Tageszeitungen ausgemacht hat.

Übrigens: Meinung oder Emotionalisierung dürfen dabei ein Rolle spielen - wenn sie sich auf Kommentarspalten, Essays und vergleichbares beschränken. Davon abgesehen halt ich aber wenig von der vieldiskutierten Rolle des "Journalisten als Aktivisten". Denn ein solcher Ansatz verspielt meines Erachtens das Grundkapital des Journalismus: Vertrauen in seine Seriosität. Einer kürzlich veröffentlichen GfK-Umfrage zufolge gehören Journalisten jedoch ohnehin zu den am wenigsten vertrauenswürdigen Berufszweigen, auch die Berichterstattung zum Ukraine-Konflikt hat jüngst die Debatte um die "Manipulation der Medien" neu entfacht.

Daher gilt aus meiner Sicht gerade für die verwickelte Gemengelage der Nachhaltigkeit, was Ulrich Brenner, langjähriger Leiter der Deutschen Journalistenschule, dazu äußerte: "Ich finde, man darf seinen Lesern ruhig vermitteln, dass es schwierig ist, eine eindeutige Position zu beziehen. Die Haltung, dass der Journalist allwissend ist, lehne ich ab (...)." Denn: "Leser wollen nicht indoktriniert werden."

Dies ist zweifellos ein Balanceakt. Aber der Journalismus muss sich weiter der nachhaltigen Entwicklung annehmen . Fair und

wahrhaftig, ausdauernd und offen, experimentierfreudig und originell. Eben weil die Nachhaltigkeit die Geschichte unserer Zeit ist. Und weil sie Journalisten trotz allem Spaß machen sollte. Denn sie sind nicht nur Beobachter, Erklärer. Meinungsbildner, sondern auch immer noch das kreative Schwungrad des öffentlichen Diskurses. Die professionellen Geschichtenerzähler eben.

"Umweltprobleme werden erst wahrgenommen, wenn sie eintreten"

Melanie Neugart ist Mitarbeiterin in der Wissenschaftskommunikation des ISOE- Institut für sozial-ökologische Forschung in Frankfurt am Main. 1989 gegründet gehört das ISOE zu den führenden unabhängigen Instituten der Nachhaltigkeitsforschung in Deutschland. (2016)

Autor: Torsten Schäfer

Wissenschaftskommunikation ist ein großes Feld, was sind Ihre Ziele?

Es ist uns wichtig, dass die Ergebnisse der umfangreichen Forschungsarbeiten, etwa zu Energie, Klima und Mobilität an unserem Institut transparent, verständlich und verfügbar sind. Nicht nur für die sogenannte Scientific Community und für politische Akteure. Sondern gerade auch für die interessierte Öffentlichkeit, die sich fragt: Wie kommt man denn nun vom Wissen zum Handeln? Wer es Ernst meint mit Übergängen in eine nachhaltige Entwicklung, will schließlich wissen, wo es im Alltag Spielraum gibt.

Wie sollte man in der Wissenschaftskommunikation von Nachhaltigkeitsthemen anpacken?

Zunächst ist der Blickwinkel wichtig: In der Wissenschaftskommunikation reicht es nicht aus, Ergebnisse aus der Forschung "nach draußen" zu kommunizieren. Vielmehr müssen auch die WissenschaftlerInnen wissen und verstehen, was in der Öffentlichkeit bekannt, verständlich und von Interesse ist. Wir verstehen unsere Aufgabe deshalb so, dass wir zum einen die Forschungsarbeit unserer ExpertInnen für die Öffentlichkeit "übersetzen". Gleichzeitig halten wir die WissenschftlerInnen aber auch auf dem Laufenden: Wie greifen Medien Nachhaltigkeitsthemen auf? Was interessiert die VerbraucherInnen? Wie lassen sich Empfehlungen für nachhaltige Lösungen nachvollziehen und vor allem konkret im Alltag umsetzen?

Und das geht wie?

Indem wir Forschungsergebnisse und Empfehlungen, die sich daraus ergeben, einbetten in Kontexte, die für möglichst viele Menschen nachvollziehbar sind. Beispiel Klimaschutz und CO2-Reduzierung: Da gehen viele VerbraucherInnen davon, dass sie im Vergleich zu Industrie und Gewerbe gar keinen Spielraum hätten. Dabei passt Klimaschutz sehr wohl in den Alltag. Wir wissen inzwischen, dass die privaten Haushalte ihren Stromverbrauch relativ leicht halbieren können – gewusst

Aber wie übersetze ich das genau?

Gerade bei Nachhaltigkeitsthemen muss sich den Empfängern eben diese typische Frage "Was kann ich denn da als Einzelperson schon tun?" auf Anhieb beantworten. Wissen ist die Voraussetzung dafür, dass sich Handeln ändern kann. Und für eine bessere Wissensvermittlung setzten wir übrigens schon bei unseren ForscherInnen an. Wie bieten ihnen Workshops an, zum Beispiel eine regelmäßige Schreibwerkstatt.

Stichwort Wissensvermittlung welche besonderen Hindernisse erkennen Sie?

Schwierig gestaltet sich mitunter die Suche nach geeigneten Vermittlern innerhalb der Medien. Die wenigsten Redaktionen haben regelrechte Umweltressorts. Unsere Forschungsthemen werden dadurch immer "Grenzgänger" zwischen den verschiedenen Ressorts wie Verbraucher.

Gesellschaft, Politik oder Wissenschaft - wobei die Wissenschaftsredaktionen meist sehr naturwissenschaftlich aufgestellt sind. Sozialempirische Ergebnisse, zum Beispiel über die Kenntnisse der Bevölkerung zur richtigen Entsorgung abgelaufener Medikamente, zählen da eher nicht zu den harten Fakten.



Melanie Neugart hat zuerst ein Volontariat als Rundfunkredakteurin durchlaufen. Danach arbeitete sie für öffentlich-rechtliche Sender im Bereich Magazine und Dokumentationen. Sie ist seit 2012 für die Presseund Medienarbeit am Institut für sozialökologische Forschung (ISOE) zuständig. (Quelle: ISOE)

Gibt es womöglich eine Art Unbehagen gegenüber Nachhaltigkeitsthemen, auch weil man Leser auf unbequeme Zusammenhänge hinweisen muss?

Grundsätzlich scheint es so zu sein, dass Umweltprobleme immer erst dann – auch von den Medien - wahrgenommen werden, wenn sie eingetreten sind. Das Thema Vorsorge und Verantwortung verkauft sich nicht so gut. Dabei wären es oft die kleine Verhaltensveränderungen im Alltag, die in der Summe einen Unterschied machen und die Voraussetzung sein könnten für nachhaltige Lösungen.

Klimawandel: "In Deutschland schaffen wir das!"

Welche Folgen hat der Klimawandel, auch regional? Und wie trägt man das Thema in den Alltag und die Gesellschaft? Ein Gespräch mit Gerhard Lux, Meteorologe und Sprecher des Deutschen Wetterdienstes (DWD). (2017)

Autoren: Anna Christern und Florian Fertig

Gibt es den Klimawandel oder ist das, was wir zurzeit erleben, nur ein Zyklus, der alle 10.000 Jahre einsetzt?

Vor rund 10.000 Jahren endete die letzte Eiszeit und die Erde hat angefangen sich wieder zu erwärmen. Dies ist in der Geschichte schon öfter passiert. Doch das, was sich klimatologisch in den letzten 150 Jahren abgespielt hat, hat nichts mehr mit der natürlichen Erderwärmung zu tun. Die Temperaturen schwanken, aber wir haben noch nie erlebt, dass sie in so kurzer Zeit so sehr nach oben geschnellt sind. Und genau das ist der Punkt. Über 130 Jahre Aufzeichnungen zeigen, dass die Treibhausgas-Konzentration in einer ähnlichen Kurve wie die Temperaturen zugenommen hat. Deshalb gehen die Klimatologen davon aus, dass der Anstieg der Temperatur und der Anstieg der Treibhausgase eng zusammenhän-

In den letzten 50 Jahren ist die Temperatur im Schnitt um 0,13 Grad pro Jahrzehnt angestiegen. Das ist im Vergleich zu den letzten 100 Jahren fast doppelt so viel. Trotzdem sind es nur sehr kleine Temperatursteigerungen.

Die 0,13 Grad gelten nur für Deutschland. Zudem vermeiden wir einen Anstieg pro Jahrzehnt anzugeben, denn es gibt naturgemäß immer Schwankungen. Klimatologisch sinnvoll ist es einen Zeitraum von mindestens 30 Jahren zu betrachten, weil man dadurch einen Durchschnitt bekommt, bei dem die natürlichen Temperaturschwankungen ausreichend gedämpft sind. Die

Globaltemperatur unserer Lufthülle ist in den letzten 100 Jahren immerhin um etwa ein Grad gestiegen.

Wenn wir von einem Grad reden, scheint das nicht viel zu sein. Was ist das große Problem?

Ein Grad ist der Durchschnitt. Aber es bleibt nicht dabei. Und man bemerkt auch bei den Extremwerten Veränderungen. Die Häufigkeit von besonders kalten Wintern hat ab-, die Zahl von sehr heißen Sommern zugenommen. Einzelne Jahreszeiten haben sich verschoben oder verändert.

Warum nehmen die Extremwettersituationen zu?

Physikalisch gesehen, fachen höhere Temperaturen in der Atmosphäre auch den Wasserkreislauf an. Die Folge sind beispielsweise heftigere Niederschläge oder stärkere Monsune in bestimmten Gegenden. Das System Erdatmosphäre ist unglaublich komplex.

Wie können wir uns das vorstellen, dass sich Jahreszeiten verändern?

Die Pflanzen fangen früher an zu blühen. Das sieht man an der Apfelbaumblüte. Denn diese signalisiert den Beginn des Frühlings. In den letzten 20 bis 30 Jahren hat sich der Blühbeginn mehr als 14 Tage nach vorne verschoben. Unsere gesamte Vegetationsperiode hat sich verlängert und wir bemerken auch regionale Unterschiede. Im Rhein-Main-Gebiet sieht man die Veränderung deutlicher als an den Küsten. Dies liegt am Meer,

das dämpfend wirkt: Im Sommer kühlt das Wasser die Luft und im Winter gibt das Wasser Wärme an die Atmosphäre ab.



Diplom-Meteorologe Gerhard Lux vom Deutschen Wetterdienst DWD in Offenbach. (Foto: Alisa Fraefel)

Welche weiteren Folgen hat der Klimawandel für das Rhein-Main-Gebiet?

Unter anderem ist auch die Forstwirtschaft betroffen. Viele Baumarten, wie zum Beispiel die Kiefer, haben zunehmend Standortprobleme. Durch Schädlinge, die im milden Winter überleben, werden außerdem im Frühjahr viele Bäume und andere Pflanzen stark angegriffen. Auch die Ambrosia-Pflanze, die hier ursprünglich nicht beheimatet war, breitet sich bei uns aus. Diese Pflanze ist sehr allergen. Dummerweise blüht sie auch noch am Ende des Jahres. Für die Allergiker dauert die Pollensaison inzwischen etwa einen Monat länger.

Wie kann man dem entgegenwirken?

Der Trend der Erwärmung unseres Klimas ist nicht einfach zu stoppen. Es bedarf dazu globaler Anstrengungen. Und vor allem einer grundsätzlichen Änderung unseres Umgangs mit unseren Ressourcen, insbesondere mit fossilen Brennstoffen Denn durch die zusätzlichen Treibhausgase, die der Mensch bei deren Verbrennung freisetzt, verstärkt er den natürlichen Treibhauseffekt. Das führt letztlich zur kontinuierlichen Erwärmung der Erdatmosphäre. Man darf also nicht an den Folgen arbeiten, sondern muss die Ursachen bekämpfen.



Wie können Privatpersonen klimaschonend leben?

Da gibt es vieles: Zum Beispiel kann man den öffentlichen Nahverkehr oder das Carsharing mehr nutzen. Wer ein Auto braucht, kann sich eins kaufen, das wenig Benzin verbraucht. Die Heizungen niedriger stellen, denn schon ein Grad weniger spart sehr viel Energie. Klimaanlagen in Häusern sind unsinnig, sie kosten Strom und produzieren Abwärme. Regionale und saisonale Produkte sind meist klimafreundlicher als solche, die von weit her kommen. Auch sollten Kinder motiviert werden, bei diesem Thema mitzumachen. Der Multiplikations-Effekt ist wichtig. Wir wollen zeigen: Es geht auch anders – ohne, dass wir deshalb ins Steinzeitalter zurückfallen. Das Motto muss lauten: "Global denken, lokal handeln." Ich achte im Alltag auch auf kleine Dinge.

Würden Sie sagen, das Thema Klimawandel ist mit das Spannendste am Job beim Wetterdienst?

Es gibt auch andere interessante Themen. Aber der Klimawandel ist schon etwas Besonderes. In Hessen und hier im Rhein-Main-Gebiet habe ich an vielen Felduntersuchungen und Experimenten zur Regionalklimatologie teilgenommen. Und wenn man merkt, dass sich etwas verändert, dann ist das eine spannende Sache. Es ist ein Thema, das seit 20 Jahren nicht abebbt.

Was hat Sie hier her verschlagen?

Ich bin in Offenbach geboren. Ich habe schon während meiner Schulzeit ein Praktikum beim DWD gemacht und danach Erfahrungen als studentische Hilfskraft gesammelt. Mein Physik-Studium ging langsam in ein Meteorologie-Studium über. Im Anschluss habe ich dann hier in der Klimatologie angefangen.

Welche nachhaltigen Energien empfehlen Sie für das Rhein-Main-Gebiet?

Sonnen- und Wind-Energie sowie Gas aus Biomasse. Man sollte immer klimaneutral agieren. Aber man muss auch sagen: Der Klimawandel ist ein globales Problem, das heißt es ist mit entscheidend, was in China und Indien passiert. Dort wurden in den letzten Jahren viele schmutzige Kohlekraftwerke in Betrieb genommen. Deutschland sollte nicht nur Vorbild sein, sondern auch sein Ingenieurswissen und Know-How in die entsprechenden Länder exportieren.

Wenn andere Industriestaaten nichts ändern, zahlt sich das deutsche Engagement dann überhaupt aus?

wenig, denn Anfangs nur Deutschland ist global gesehen ein sehr kleines Land. Gefordert sind

die großen Verschmutzer: Große Industrieländer, aber eben auch bevölkerungsreiche Länder wie Indien und China. Wenn die ihren CO2-Ausstoß weiter erhöhen. dann haben wir ein großes Problem. Wir müssen zeigen, dass es sich auch kurzfristig lohnt nachhaltige Energien anstelle von fossilen Brennstoffen zu nutzen.

Wo sehen Sie das meiste Potential der Energiegewinnung?

Die Zukunft liegt ganz klar in der Nutzung der Sonnenenergie. Es ist von Seiten der Physiker und auch der Meteorologen nicht nachvollziehbar, warum man nicht schon seit vielen Jahrzehnten die Sonnenenergie intensiver nutzt. Das, was die gesamte Menschheit im ganzen Jahr verbraucht, schickt uns die Sonne an einem einzigen Tag. Würden wir diese Energiequelle effektiv nutzen, hätten sich unsere Energieprobleme längst erledigt.



Aber dann kommt ja das Problem der Speicherung.

Das ist leider ein wunder Punkt. Wenn man früher angefangen hätte, sich um entsprechende Speichermedien zu kümmern, stünden wir heute deutlich besser da. Stattdessen hat man über Jahrzehnte in die Grundlagenforschung von Kern- und Fusionsreaktoren investiert. Die Speicherung wird daher noch eine Weile ein Problem bleiben. Wenn wir aber wirklich in die Zukunft investieren wollen, dann müssen wir auf nachhaltige Energieformen setzen, insbesondere auf Sonnenenergie. Wie man sehen kann, sind Photovoltaik-Anlagen innerhalb weniger Jahre immer effektiver und damit billiger geworden.

Wenn alle zusammenarbeiten, kann der Klimawandel dann noch aufgehalten werden?

Wir können die Folgen wenigstens etwas abmildern. Ich bin sicher, in Deutschland schaffen wir das. Aber was ist mit armen oder wenig entwickelten Ländern wie Bangladesh? Die haben nicht die Infrastruktur, um die Klimafolgen zu bewältigen. Sie wird es besonders hart treffen, dabei haben sie nicht einmal etwas dazu beigetragen. Sie haben den Klimawandel ja nicht verursacht - das waren die Industrieländer. Umso wichtiger ist es, jetzt fair und gemeinsam zu handeln. Lasst uns also endlich zusammen anfangen.

#Mobilität bewegt uns – aber wie wird sie nachhaltig?

Gerade jetzt in der aktuellen Klimadebatte wird immer wieder über nachhaltige Alternativen für Mobilität diskutiert. Aber können wir digitale Chancen nutzen, um dieses Ziel zu erreichen? Wir haben mit Dr. Jutta Deffner vom Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) in Frankfurt über nachhaltige und intelligente Mobilität gesprochen. (2020)

Autorin: Isabella Campanelli

Frau Deffner, Sie sind Leiterin des Forschungsschwerpunkts für Mobilität und urbane Räume am Institut für sozialökologische Forschung. Was bedeutet für Sie persönlich der Begriff "Mobilität"?

Für mich als Mobilitätsforscherin bedeutet der Begriff in erster Linie, unser Potenzial beweglich zu sein, um unsere Bedürfnisse zu erfüllen, wie zum Beispiel uns zu versorgen und andere Menschen zu treffen. Die Handlungen im Raum bezeichnet man dann als Verkehr. Aber ich persönlich verbinde mit Mobilität natürlich auch Unabhängigkeit und Flexibilität.



Mobilitätsexpertin Frau Dr. Jutta Deffner forscht am ISOE in Frank*furt.* (*Quelle: Deffner*)

Das ISOE forscht daran, wie nachhaltiger Verkehr aussehen kann. Und Sie haben bereits einige Forschungsprojekte dazu abgeschlossen. Können Sie uns ein Beispiel geben?

Wir haben vor zwei Jahren die Studie "Share" abgeschlossen, bei der wir über einen langen

Zeitraum die Wirkungen von flexiblem Carsharing untersucht haben. Diese flexiblen Carsharingsysteme beschreiben Autos, die im Gegensatz zu stationsgebundenen Angeboten - in einem Gebiet in einer Großstadt stehen. Und dort auch wieder zurückgegeben werden können. Dabei kam heraus, dass dieses Angebot einerseits einen großen Komfortgewinn für die Nutzer*innen mit sich bringt, man aber andererseits vor allem die Umwelt- und Verkehrswirkung nicht außer Acht lassen darf. Durch das wie die Leute das Angebot nutzen, können mehr Fahrten entstehen und die Nutzer*innen fahren weniger mit dem Rad oder gehen zu Fuß. Wenn diese Autos mit normalem Verbrennungsmotor fahren, dann ist der Umwelteffekt durch diese Nutzung negativ. Wir kamen daraufhin zu dem Schluss, dass dort, wo flexibles Carsharing angeboten wird, die Rahmenbedingungen gestaltet werden müssen. Das heißt: Wie groß ist das Gebiet, und wo macht es besonders Sinn, die Fahrzeuge stehen zu haben? Welche weiteren Angebote gibt es?

Bleiben wir beim Auto. Die Abgase machen rund ein Fünftel der gesamten Kohlenstoffdioxid-Emissionen in Deutschland aus. Damit liegt der Verkehr auf Platz drei der CO2-Spitzenreiter. Als wie umweltschädlich schätzen Sie unseren Verkehr ein?

Gerade in der aktuellen Debatte ist es mir sehr wichtig, zu betonen, dass CO2 nur eine von vielen Emissionen und nachteiligen Wirkungen des motorisierten Verkehrs ist. Das Thema Klimaschutz ist extrem wichtig und dringlich, aber beim Verkehr geht es nicht nur um CO2, sondern auch um Emissionen, wie Stickstoffoxid, Feinstaub oder natürlich Lärm. Und wir müssen auch andere Umweltwirkungen des Verkehrs beachten. Denn der Verkehr nimmt zum Beispiel ein Drittel der Siedlungsfläche in Deutschland in Anspruch.

Brauchen wir jetzt eine umfassende Mobilitätswende?

Der Begriff "Mobilitätswende" oder "Verkehrswende" ist inzwischen fest etabliert, und ich gehöre zu den Wissenschaftlern, die sagen: Ja, wir brauchen sowas! Da geht es natürlich darum, dass der Verkehr dekarbonisiert wird, also nicht mehr mit fossilen Brennstoffen als Energieträger laufen soll. Aber damit das überhaupt möglich ist, sind eine Reihe von Veränderungen notwendig, die mit CO2 überhaupt nichts zu tun haben. Denn sie bedeuten eine Veränderung der Mobilitätskultur. Man sagt: Das eine ist die Technologie und die Energieträger, aber das andere ist auch die Frage "Wie sind wir mobil und welche Vorstellungen haben wir von Mobilität?" Da geht es nicht nur um die Umwelt, sondern auch darum, die sozialen und ökologischen Wirkungen unseres jetzigen Verkehrssystem zu transformieren.

Wie sieht für Sie ein wirklich nachhaltiges Mobilitätskonzept aus?

Das eine nachhaltige Mobilitätskonzept gibt es leider nicht. Aber wir stellen immer wieder fest, dass es unterschiedliche Wege und Ausprägungen dorthin gibt. In Deutschland oder Mitteleuropa, würde ich sagen, dass der Kern eines nachhaltigen Mobilitätskonzept ein multimodaler Mix ist. Das bedeutet, dass ich die verschiedenen Verkehrsmittel einfach und flexibel kombinieren kann. Ich entscheide also: Heute fahre ich mit dem Rad ins Büro und die Dienstreise bewältige ich natürlich mit der Fernbahn und nicht mit dem Flugzeug. Denn dann habe ich am Ankunftsort wieder sehr einfache Übergänge zum ÖPNV. Alle Bewohner*innen sollen eine Wahlfreiheit haben, wie sie sich fortbewegen. Da spielt Sicherheit eine große Rolle, aber auch Komfort und dass Mobilität Spaß machen muss.

Wie können wir die Digitalisierung nutzen, um den Verkehr in Zukunft nachhaltiger zu gestalten?

Um den multimodalen Mix hinzubekommen, ist die Digitalisierung ein wichtiges Element, das sinnvoll einzusetzen ist. Es müssen große Datenmengen verarbeitet werden, sodass ich verlässliche Informationen über Kosten oder Abfahrtszeiten habe. Es gibt schon einige Bausteine, wie die klassische Echtzeit-Navigation, oder Apps im ÖPNV die funktionieren. Andere hingegen funktionieren noch nicht so gut, weil Fragen um die Datenqualität oder das Eigentum an den Daten noch nicht gelöst sind. Das Thema Autonavigation ist zum Beispiel schon sehr verbreitet, aber im Moment sind diese Routing-Systeme vor allem dazu da, dass man die scheinbar schnellste Strecke fährt. Man könnte sich aber doch auch vorstellen, dass man anstatt der schnellsten, die

energieeffizienteste oder nachts die leiseste Strecke durch den Ort raussuchen kann? Zum Beispiel eine Strecke, bei der man langsam aber stetig fährt oder das Navi vorschlägt: "Die Strecke ist zu kurz für eine Autofahrt, nimm das Rad."



Welchen Klimaeffekt bringt die Digitalisierung mit sich?

Das ist eine riesige Frage, auf die es noch keine Antwort gibt. Es hängt extrem davon, wie klug wir Digitalisierung nutzen, damit sie überhaupt einen positiven Nachhaltigkeitseffekt hat. Derzeit ist zu befürchten, dass durch die digitalen Innovationen wie Automatisierung, Plattformökonomien oder Sharing Economy eher nachteilige Effekte in Bezug auf den Energieverbrauch und den Verkehrsaufwand entstehen. Es braucht meiner Ansicht nach eine hohe Regulierungskompetenz des Staates und kluge Anreize für Anbieter und Nutzer*innen, damit negative Effekte erst gar nicht so stark werden können.

Das eigene Auto ist für viele Deutsche ein Symbol für Freiheit und Unabhängigkeit. So langsam aber verliert es durch überfüllte Straßen, Parkplatzmangel und Luftverschmutzung seine einstige Funktion, nämlich angenehm von A nach B zu kommen. Wird es das Auto demnach in Zukunft schwer haben, oder wird es sich digital noch weiterentwickeln?

Wir forschen immer wieder an der symbolischen Bedeutung des Autos. Und ja, das Auto verliert vor allem bei jüngeren Menschen bis Anfang 30 in den Städten an symbolischen Gehalt. Zudem ist es

aber auch rein von den Optionen in den Städten, die uns heute zur Verfügung stehen, nicht unbedingt notwendig. Diesen Trend versucht man, über die vorhin angesprochenen Mobilitätskonzepte aufzugreifen. Menschen, die kein eigenes Auto haben, sondern Carsharing nutzen, fahren insgesamt sehr viel weniger Auto. Außerdem gibt es derzeit die technologischen Entwicklungen bis hin zum autonomen Fahren. Autonome Taxis oder Shuttles sind andere Fahrzeuge, die für ihren Zweck sehr angepasst sind. Aber auch da muss man sehr genau untersuchen, welche Mobilitätsbedürfnisse damit erfüllt werden können und welche nicht. Ich glaube, vom rein autonomen Verkehr sind wir noch recht weit entfernt. Natürlich wird es in Zukunft noch Autos und Fahrzeuge geben. Die Frage ist eher, wie viele und wofür sie genutzt werden.

Wie sind Sie selbst im Alltag unterwegs?

Ich fahre täglich mit dem Fahrrad. Für weitere Strecken nutze ich die öffentlichen Verkehrsmittel und gelegentlich greife ich auch auf Carsharing zurück.

Wie ist Ihre persönliche Vision von der Mobilität der Zukunft?

Meine Vision wäre natürlich, dass es bestimmte technische und digitale Neuerungen gibt, die ein leicht nutzbares multimodales System ermöglichen. Andererseits schwebt mir aber auch sogar ein Low-Tech Szenario vor. Wir sollten uns nicht nur zur Bewältigung von Umweltproblemen, sondern auch zur Bewältigung von gesellschaftlichen Problemen, wie Gesundheit oder Wohlbefinden, öfter fragen: Wo brauchen wir keine Technik, um uns fortzubewegen?

#Der Rebound-Effekt – die Kehrseite der Energieeffizienz

Bei der Energieeffizienz wird vor allem ein psychologischer Aspekt vergessen: der Rebound-Effekt bzw. Bumerang-Effekt. Wir denken, dass wir durch effizientere Geräte Energie einsparen. Meistens ändert sich an unserer Energiebilanz trotzdem wenig, weil wir das Gerät jetzt mehr und öfter nutzen. Wir haben mit den Umweltpsychologen Prof. Dr. Daniel Hanss und Dr. Malte Nachreiner über Gründe und Folgen des Rebound-Effekts gesprochen. (2020)

Autor: Tom Gerbert

Angenommen ich kaufe mir ein energieeffizienteres Auto. Habe ich damit automatisch etwas Gutes für die Umwelt getan?

Nachreiner: Beim Rebound-Effekt kommt es durch eine Effizienzsteigerung zu einer höheren Nachfrage. Das ist der Kern. Und ein klassisches Beispiel für den direkten Rebound-Effekt ist: "Ich kaufe mir ein sparsames Auto, fahre damit aber mehr." Es kann unterschieden werden zwischen dem direkten und dem indirekten Rebound. Dieser Effekt kommt in verschiedenen Bereichen vor, unter anderem in der Energieeffizienz, aber wir beschäftigen uns mehr mit Privatpersonen. Beim indirekten Rebound-Effekt spare ich Ressourcen irgendwo ein, zum Beispiel Geld beim energieeffizienten Heizen, fliege dafür aber häufiger in den Urlaub. Hier handelt es sich dann also um die Verlagerung in einen anderen Bereich. Der indirekte Rebound-Effekt ist allerdings schwer zu erforschen, weil sehr viele Faktoren dort eine Rolle spielen.

Die wenigsten Menschen kennen aber genau die Umweltauswirkungen oder die sozialen Auswirkungen von dem, was sie im Alltag tun und vereinfachen deshalb alles stark.

Woher kommt dieses widersprüchliche Verhalten - dass der Käufer eines energieeffizienteren Neuwagens automatisch mehr mit dem Auto fährt?

Hanss: Das hat verschiedene Gründe. Eine Möglichkeit ist, dass die Leute bei der Anschaffung des Autos gar nicht an den Umweltschutz gedacht haben. Vielleicht hatten sie finanzielle Gründe. Das könnte auch erklären, dass – wenn man Geld erstmal einspart – dieses dann später durch eine andere Fahrweise ausgegeben wird.

Nachreiner: In diesem Feld gibt es immer noch sehr hohen Forschungsbedarf. In den Ministerien gibt es da sehr interessante Projekte, bei denen auch Umweltpsychologen mitarbeiten. Ein bekannter Faktor beim Rebound-Effekt ist, dass die Leute das Geldeinsparen falsch einschätzen. Man denkt, man spart mehr ein und nutzt deshalb beispielsweise das Auto mehr.

Wie weit ist die Forschung beim Rebound-Effekt?

Nachreiner: Die Forscher sind sich einig, dass der Rebound-Effekt ein Phänomen ist, das existiert. Aber es gibt sehr unterschiedliche Studien in Bezug auf die Ausmaße des Effekts. Der Forschungsbedarf ist gerade bei der Frage, wie man dagegen vorgehen kann, noch sehr groß.

Hanss: Ein psychologischer Mechanismus, der hier eine Rolle spielt, ist das "moralische Lizenzieren". Wenn ich mich in einem Bereich stark für etwas eingesetzt habe, was ich moralisch wichtig finde und mit individuellen Kosten verbunden ist, dann habe ich in anderen Bereichen weniger das Gefühl, nach moralischen Richtlinien zu handeln. Ich denke, dass ich mein Konto quasi schon aufgefüllt habe und zwar in einem anderen Bereich. Wenn wir beim Beispiel Auto bleiben: Habe ich ein neues Auto, das Benzin einspart, so lizensiert es mich dann in einem anderen Bereich ..die Sau raus zu lassen".

Weshalb ist der Rebound-Effekt in der Gesellschaft kein größeres Thema?

Hanss: Das sind alles sehr komplexe Themen für den "Otto Normalverbraucher". Die Umweltwirkung von Konsumhandlungen sind vielleicht grob bekannt. Die wenigsten Menschen kennen aber genau die Umweltauswirkungen oder die sozialen Auswirkungen von dem, was sie im Alltag tun und vereinfachen deshalb alles stark. Also denken wir oft, dass wir allein durch den Kauf einer energieeffizienten Maßnahme schon unseren Beitrag geleistet haben und machen uns täglich weniger Gedanken. Informieren wir uns beispielsweise über die Werte. die ein bestimmter Supermarkt vertritt, denken wir weniger über die einzelnen Produkte nach, die wir dort kaufen.



Professor Doktor Daniel Hanss ist Experte für die Themen Umweltpsychologie und Nachhaltigkeit an der Hochschule Darmstadt. (Foto: h-da.de)

Ist es möglich, gegen den Rebound-Effekt vorzugehen?

Nachreiner: Definitiv! Genau das ist der Punkt, an dem Verhaltensmaßnahmen anknüpfen. Feedback ist hier eine weit verbreitete Strategie. Es gibt zwar keine Lösung für alle Probleme, aber Informationsstrategien sind immer noch eine Maßnahme, die eine große Rolle auf den Gesamtkontext spielen. Das bedeutet, man klärt Verbraucher auf, wie viel sie tatsächlich einsparen. Wichtig ist, dass die Leute beim Kauf nicht nur die Effizienzklasse sehen. Es sollte auch eine etwas aussagekräftigere Zahl, wie beispielsweise der Jahresverbrauch, deutlicher hervorgehoben werden. Kauft man sich zum Beispiel einen größeren Kühlschrank mit einer guten Effizienzklasse, kann dieser immer noch mehr Energie verbrauchen als der kleinere Kühlschrank zuhause.

Hanss: Andere Ansätze sind eher am Lebensstil orientiert. Diese stellen dann stark konsumgesteuerte Lebens-stile in Frage. Das ist ein suffizienzorientierter An-satz, der also auf Genügsamkeit setzt, bei dem man die Leute darauf aufmerksam macht, was einen Menschen im Leben wirklich glücklich macht. Diese Themen kommen aus der positivorientierten Psychologie. Den Leuten sollen Ressourcen mitgegeben werden, damit sie ihr Leben weniger konsumorientiert gestalten.



Doktor Malte Nachreiner ist für die wissenschaftlich-technische Koordination des wirtschaftspsychologischen Experimentalstudios in Darmstadt zuständig. (Foto: h-da.de)

In wieweit wird politisch nicht nur über Energieeffizienz, sondern auch über den Rebound-Effekt gesprochen?

Nachreiner: Die Frage ist hier auch: "Wie kann so etwas in der Politik umgesetzt werden?". Natürlich ist zum Beispiel die CO2 -Steuer ein Thema, welches schon lange debattiert wird. Das bedeutet, man könnte zusätzlich entstehende Ressourcen, wie bei Flugreisen, direkt im Keim ersticken, indem man sagt, dass einfach alles teurer wird. Einkommensschwächere Haushalte würden hierbei allerdings natürlich benachteiligt werden, und deshalb müssen komplexere Lösungen gefunden werden. Es wäre schön, wenn die Akteure in der Politik den Rebound-Effekt stärker miteinbeziehen würden.

Hanss: Uns Umweltpsychologen freut es allerdings, dass es schon mehr Aufmerksamkeit für das Thema gibt. Jetzt wird nämlich klar, dass Energieeffizienz allein uns nicht zum Ziel führt.

Gibt es einen abschließenden Tipp, wie man im Alltag etwas stärker gegen den Rebound-Effekt vorgehen kann?

Nachreiner: Ich würde sagen, dass man sich bewusst macht, dass der Rebound-Effekt real ist. Gerade vor einer Kaufentscheidung sollte man sich überlegen, welche Folgen diese Kaufentscheidung mit sich zieht. Das geht wieder in die Richtung Suffizienz: "Brauche ich das wirklich?". Wichtig ist auch, sich nicht zu denken, dass man sowieso nichts dagegen machen kann. Oft wird hier nur gesagt, dass der Rebound alles wegfresse. Aber es gibt mehr als nur einzelne Aspekte und man sollte sich immer vor Augen halten, dass man durch sein Verhalten immer etwas dagegen tun kann.

Hanss: Gerade im Alltag ist es wichtig, sich mehr Gedanken zu machen und diese als feste

Routinen einzubinden. Der Idealfall ist, dass eingespartes Geld in andere nachhaltige Maßnahmen investiert wird. Merkt man, dass man Geld durch ein effizientes Auto einspart, kann man dieses Geld beispielsweise auch in eine bessere Wärmedämmung im Haus investieren.

#Umweltbewusstsein "Umweltschutz ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen"

Wie hat sich das Umweltbewusstsein entwickelt? Und wo stehen wir heute? Diese und weitere Fragen beantwortet im Interview der Marburger Pädagoge Udo Kuckartz. Er hat für die Bundesregierung das grüne Denken und Handeln der Deutschen erforscht. (2015)

Autor: Torsten Schäfer

Herr Professor Kuckartz, wie umweltbewusst sind die Deutschen?

Wir haben eine starke Sensibilität für Umweltthemen, einen hohen Grad an Umweltwissen – und sind insgesamt sehr positiv eingestellt. Das hat in den vergangenen Jahren zugenommen. Bei der Handlungsbereitschaft sieht es im internationalen Vergleich nicht ganz so gut aus.

Wo stehen wir da?

Bei den reinen Einstellungen sind die Skandinavier und auch die Niederländer besser. Beim Umwelthandeln gibt es Unterschiede: Wir trennen den Müll wie kein anderes Volk, sind aber schlecht platziert, wenn es ums Autofahren geht. Und auch bei der Bereitschaft, zu zahlen und etwa Umweltorganisationen zu spenden. Da liegen wir im hinteren Drittel in Europa. Skandinavien liegt wieder vorne, aber auch die Engländer sind spendabler. Osteuropäische Staaten stehen am Ende, einfach auch, weil die Bürger dort weniger Geld haben. Zusammenfassend kann man sagen, dass die Deutschen durchweg recht positiv dastehen – aber nicht so positiv, wie sie sich selbst gerne sehen.



Im Zuge von Tschernobyl gelangte das Um-

weltthema erstmals auf Platz eins der tagespolitischen Agenda. Bis Ende der 80er Jahre blieb es an der Spitze

Wie hat sich das deutsche Umweltbewusstsein seit 1986 entwickelt?

Es ist heute viel ausgeprägter als vor 27 Jahren. Denn inzwischen hat Umwelt als Langzeitthema gewonnen und erfasst alle Bereiche der Gesellschaft. Diese Entwicklung ist erstaunlich und hat das generelle Umweltbewusstsein sehr vorangetrieben.

Wie kam es zu dieser Entwicklung?

Es fing damit an, dass nach Tschernobyl alle Parteien Umweltinhalte in ihre Programme aufgenommen haben. Und auch die Unternehmen fingen an, sich dem Thema zu öffnen: mit der betrieblichen Umweltberichterstattung. Auditing und dergleichen. Das wurde und wird teils als Greenwashing belächelt, hat aber mit dazugeführt, dass Umweltschutz und -politik zu Massenthemen geworden sind.

Ganz konkret: Was waren die wichtigsten Wegmarken?

Im Zuge von Tschernobyl gelangte das Umweltthema erstmals auf Platz eins der tagespolitischen Agenda. Bis Ende der 80erJahre blieb es an der Spitze, doch dann kam der Fall der Mauer, der die Aufmerksamkeit auf ganz andere Fragen lenkte. Umweltschutz war als Thema im Sinkflug – und 1998 am Boden angekommen. Es kehrte zurück, als Rot-Grün den Atomausstieg anging – woran man sieht, dass die Atomkraft auf das Umweltbewusstsein in Deutschland eine besondere Auswirkung hat. Was man aktuell wieder sieht!

Nach 1998 blieb die Thematik auf der Agenda, ein weiterer Schub kam mit der Klimadebatte ab 2006/2007.



Udo Kuckartz ist emeritierter Professor für Empirische Erziehungswissenschaft an der Philipps-Universität Marburg. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören neben der computergestützen Analyse qualitativer Verfahren insbesondere die Bereiche Umweltbewusstsein und Umweltbildung. (Quelle: privat.)

Sie betonen die Rolle der Atompolitik. Steuert sie also indirekt das Umweltbewusstsein?

Nein, keinesfalls alleine. Andere Themen spielen auch eine wichtige Rolle. Denken wir an das Waldsterben in den 80er Jahren. Große Themen wurden in den 90er Jahren Recycling und Mülltrennung. Dann kamen die erneuerbaren Energien, zu denen die Deutschen ein sehr positives Verhältnis haben. In dieser Aufzählung geht es übrigens immer um die Tagespolitik. Es gibt noch eine andere wichtige Ebene!

Woran denken Sie da?

Es gab Zeiten wie etwa um 2004, als Blätter wie Die Zeit titelten: "Umwelt ist out". Ich habe immer darauf hingewiesen, dass die Ergebnisse der Studien das Gegenteil besagten. Umweltschutz war tagespolitisch und medial zwar nicht angesagt, latent war aber immer ein starkes Bewusstsein vorhanden. Das zeigten die Umfragen: Je weiter in die Zukunft die Bürger blickten – und gefragt wurden, welche Fragestellungen in 20 Jahren aktuell sein werden – desto wichtiger war für sie die Umwelt. Das ist für mich entscheidend: Das Thema ist auf einer grundlegenden Ebene in der Bevölkerung - und auch in der Führungsschicht stark verankert. Es ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen viel stärker und bereits früher, als gemeinhin vermutet wird.

Welchen Anteil hat die staatliche Umweltpolitik an dieser Entwicklung?

Der erste wichtige Schritt war 1974 die Gründung des Umweltbundesamtes, das in seiner aufklärerischen Wirkung bis heute nicht zu unter schätzen ist. Dann kommt 1986 die Gründung des BMU, das mit vielen Studien, Kampagnen und auch der Förderung der Umweltbildung das öffentliche Bewusstsein stark geprägt hat. Die Gründung des Nachhaltigkeitsrates und die Betonung des Themas nachhaltiger Konsum waren zum Beispiel wichtige Schritte. Es gibt viele Bausteine, die eine Rolle spielen.

Wo müsste politisch mehr geschehen?

Das BMU sollte bei seinen Förderungen und Aktionen die sozialund kulturwissenschaftliche Seite des Umweltschutzes stärker in den Blick nehmen. Bisher dominiert die naturwissenschaftliche Perspektive. Gesellschaftlich fehlt es am Bewusstsein für die Folgen des eigenen Verhaltens: Man beschränkt sich auf symbolisches Handeln mit schwächerer Wirkung wie Mülltrennen, Energiesparlampen kaufen und anzubringen oder einen Fahrradausflug zu machen. Setzt sich dann aber in den Billigflieger, was - gemessen am CO2-Ausstoß und weiteren Umweltbelastungen – alles andere zunichte macht. Das muss stärker zusammen gedacht werden: der Zusammenhang von großen und kleinen Schritten, die wir natürlich auch brauchen.



Klar ist. dass das hierzulande vorhan-

dene, hohe Umweltbewusstsein eine noch mutigere und weitreichendere Umweltpolitik erlaubt – und sogar fordert

Um im Bild zu bleiben: Wie kann der Staat den Bürgern das Gehen erleichtern – auch die großen Schritte?

Er kann die Infrastruktur verändern, gerade im Verkehr. Bus und Bahn würden stärker genutzt, wenn die Rahmenbedingungen andere wären: Schlechte Taktzeiten, fehlender Komfort und vor allem zu hohe Preise sind Hindernisse, die abgebaut werden müssten. Entsprechend verständlich ist, wenn andere, klimaschädlichere Verkehrsmittel vorgezogen werden, ob Auto oder Flugzeug.

Die Bereitschaft zu grundlegenden Veränderungen ist also da. Es fehlt nur am nötigen Rahmen?

Bei diesem Beispiel sicher. Aber auch bei anderen Themen. Klar ist, dass das hierzulande vorhandene, hohe Umweltbewusstsein eine noch mutigere und weitreichendere Umweltpolitik erlaubt und sogar fordert. Die Bürger

würden mehr mittragen und befürworten, als man denkt.

#Energie "Journalisten dürfen sich engagieren – und müssen es"

Einer der bekanntesten Energiejournalisten ist der Freiburger Bernard Janzing, der für seine Arbeit den Umweltmedienpreis erhielt. Grüner-Journalismus sprach mit ihm über die Energiedebatte ein Deutschland und sein eigenes Engagement für das Thema. (2017)

Autor: Jonathan Linker

Die Energiewende gilt vielen in Deutschland als zu teuer, es wird viel geredet über den Strompreis. Gibt es Möglichkeiten, das EEG volkswirtschaftlich effektiver zu gestalten? Die IEA lobt das EEG in ihrem aktuellen "World Energy Outlook" als Werkzeug für eine schnelle und kosteneffiziente Energiewende.

Das EEG ist, wie sich am bisherigen Ausbau der erneuerbaren Energien rückblickend zeigt, eine hervorragende Sache; es hat die verschiedenen Technologien erheblich vorangebracht. Kein anderes Fördersystem hat sich weltweit als so wirkungsvoll erwiesen, wie Einspeisegesetze. Die massiven Fortschritte in der Photovoltaik haben zwar viel Geld gekostet und werden durch die langfristigen Vergütungszusagen auch weiterhin Kosten verursachen, aber neue Anlagen bekommen inzwischen so wenig Einspeisevergütung, dass ich nicht weiß, was man da noch sinnvoll kürzen will. Große Photovoltaikanlagen bekommen heute schließlich nicht einmal mehr 10 Cent pro Kilowattstunde vergütet. Statt der Photovoltaik wird daher künftig wohl die Offshore-Windkraft der wesentliche Kostentreiber sein. Grundsätzlich ist eine Weiterentwicklung des EEG aber unbestritten nötig, wobei man an den wesentlichen Komponenten des EEG - dem Vorrang der Erneuerbaren, dem Anschlusszwang und einer definierten Einspeisevergütung - festhalten sollte.

Gelänge die Energiewende mit einem Quotenmodell nach

schwedischem Vorbild besser und günstiger für die Verbraucher?

Nicht, wenn man am Ausbautempo der Erneuerbaren festhalten will. Und Energiewende heißt ja nicht nur Bau neuer Erzeugungsanlagen. Die Energiewende ist auch die Dezentralisierung der Energieerzeugung, und das schafft keine Quote. Ein Quotenmodell fördert einseitig große Anlagen und einzelne Energieträger und das ist der falsche Weg. Der Charme der deutschen Energiewende liegt ja gerade in dem Mix der Energien, die auch aus Sicht eines optimierten Gesamtsystems allesamt nötig sind. Übrigens: Durch eine Quote würde gerade die von der traditionellen Energiewirtschaft betriebene Offshore-Windkraft hinten runter fallen, weil sie teurer ist als Solarstrom und Windkraft an Land. Auch Bioenergie hatte es mit einer Quote schwerer.

Der Charme der deutschen Energiewende liegt ja gerade in dem Mix der Energien, die auch aus Sicht eines optimierten Gesamtsystems allesamt nötig sind

Das Quotenmodell geht also an der Realität der deutschen Energiewende und den Interessen der Akteure vorbei?

Wer ein Quotenmodell propagiert, sollte bedenken, dass sich der Preis der Energiewende nicht nur an den Erzeugungskosten fest macht. Der Strom muss

schließlich auch bei den Verbrauchern ankommen. Doch die Netzausbaukosten bleiben beim Ouotenmodell unbeachtet. Mit Quote nämlich werden nur dort die Anlagen gebaut, wo die Erträge am höchsten sind. Doch auch norddeutsche Dächer sollten mit Photovoltaik belegt werden, und ein Ausbau der Windkraft in Süddeutschland kann den Bedarf an Leitungen von Nord nach Süd senken. Quoten regeln die räumliche Verteilung der Erneuerbaren also schlecht.



Bernward Janzing ist einer der profiliertesten journalistischen Experten zu erneuerbaren Energien und Energiewende. Er hat mehrere Bücher dazu verfasst. (Quelle: privat)

Es werden ja häufig die Modelle anderer Länder beworben, Machen andere die Energiewende denn besser als wir?

Es gibt kein Land, das man eins zu eins mit Deutschland vergleichen kann in dieser Frage. Punktuell findet man natürlich immer Länder, die schon weiter sind als wir, Dänemark zum Beispiel in Bezug auf Solarwärmenetze. Der Vergleich mit Dänemark in Sachen Windkraft hinkt aber

schon wieder, weil die Dänen eben mehr Wind haben als wir. Bei der Solarwärme ist auch Österreich weiter als Deutschland - aber in seiner Gesamtheit gibt es kein Land, das bei der Energiewende derzeit so viel bewegt wie Deutschland. Aber wir haben ja auch was Großes vor, schließlich hat die Atomkraft vor nicht langer Zeit noch 30% des Stroms geliefert. Schweden als Modell für die Ouote heranzuziehen, ist auch etwas schräg, denn Schweden nutzt nicht einen solchen Mix an Erneuerbaren wie Deutschland, sondern in großem Stil die Wasserkraft. In Deutschland wollen wir eine Zusammensetzung mit Wind-, Wasser-, Sonnen- und Bioenergien, und da brauchen wir andere Instrumente. Kurz: Was die Energiewende in seiner Gesamtheit betrifft, gibt es kein Land, das etwas Ähnliches vorhat.

Noch-Umweltminister Altmaier spricht bei der Energiewende von einem gesamtpolitischen Projekt mit Industrie und Wirtschaft - die Energiewende ist heute aber in großen Teilen ein Projekt der Bürger und damit der Gesellschaft. Vergisst die Politik die Bürger bei der Energiewende?

In Berlin ist das offenbar noch nicht so richtig angekommen, dass die Energiewende ein Projekt von unten ist, angestoßen von Bürgern, Forschern. Unternehmen und Kommunen. Die Entwicklung der Energiewende war immer regional verankert, entsprechend ist das Bewusstsein bei den Bürgern und in den Kommunen auch für die gesellschaftlichen Aspekte der Energiewende sehr hoch. An der Basis der Akteure finden Quotenmodelle keine Akzeptanz, deshalb halte ich sie auch bis auf weiteres für politisch nicht durchsetzbar. Die Akteure an der Basis, die Betreiber von Kleinanlagen, darf man nicht ausgrenzen, wenn das

Projekt gelingen soll. Es ist doch absurd sich vorzustellen, dass die vielen Kleinanlagenbetreiber ihren Strom an die Strombörse vermarkten sollen. Das halte ich für nicht praktikabel.

Aber auch die Gesellschaft empfindet zunehmend eine Planlosigkeit bei der Energiewende.

Ein Masterplan, von Berlin aus im Detail gesteuert, funktioniert nicht. Die Regierung sollte eher hergehen und den Menschen im Land sagen: Wir sind froh, wenn ihr was macht, wir brauchen euren Beitrag und unterstützen euch!

Was sind unterrepräsentierte Themen, was wird hochgespült? Sind soziale Aspekte der Energiewende ausreichend abgedeckt durch die laufende Preisdebatte?

Was regelmäßig untergeht ist das Thema Energieeffizienz, das auch zwingend zur Energiewende gehört. Da sind wir dann auch relativ schnell bei sozialen Themen. Wenn ich höre, wie hoch der Stromverbrauch ist manchen Haushalten ist, dann wird klar: Hier muss man ansetzen! Denn in einem Haushalt, der effizient mit Strom umgeht ist der Preis in der Regel kein kritisches Thema. Wer Menschen davor schützen will, dass sie durch ihre Stromrechnung arm werden, muss energieverschwendende Technik aus dem Verkehr ziehen: Warmwasser mit Strom zu machen ist zum Beispiel ökonomisch und ökologisch nicht tragbar. Übrigens habe ich kürzlich eine Geschichte darüber geschrieben, dass Stromkunden von Ökostromanbietern durchschnittlich 20 -30% weniger Strom verbrauchen als Kunden konventioneller Anbieter. Die Daten, auf die ich bei der Recherche stieß, fand ich sehr interessant.

Sind das aber nicht häufig auch einkommensstärkere Haushalte, die sich moderne effiziente Geräte leisten können?

Ein großer Teil der Einsparungen lässt sich durch überlegtes Verhalten erzielen. Deswegen schließe ich daraus, dass der Wert von 20 bis 30 % tatsächlich einen Eindruck vom realistischen Einsparpotenzial in Haushalten gibt. Wenn ich mit Kunden von Ökostromern spreche, merke ich immer wieder, dass die sich oft viele Gedanken übers Energiesparen machen. Und sie sparen oft Investitionen, ohne jegliche schlicht auch indem sie Geräte halt ausschalten, wenn sie die nicht brauchen. Interessant ist übrigens auch, dass die Kunden des Ökostrom-Pioniers EWS Schönau auch in der Gruppe aller Ökostromkunden die sparsamsten sind – und die beste Stromsparbroschüre, die ich kenne, kommt exakt von den EWS zusammen mit dem Bund der Energieverbraucher. Das, finde ich, sagt doch viel.



Elektromobilität ist vor allem Sinn in Car-

sharing -Angeboten, sinnvoll, weil man sich dann situationsbezogen für den einen oder den anderen Antrieb entschieden kann

Je mehr Ökostrom, desto geringer wird also die Durchschnittsrechnung? Das klingt erst mal paradox. Auf der anderen Seite gibt es auch Anbieter, die sagen: Energie ist kostbar und wer von einem Jahr auf das nächste Strom einspart, der bekommt eine Prämie von uns.

Auch das ist eine schöne Idee, die zeigt: Die Energiewende ist ein gesamtgesellschaftliches Thema, da ist jeder gefordert, da muss jeder mitmachen. Und deswegen bin ich der Meinung, dass man erst einmal alle Potenziale der Energieeffizienz ausschöpft, bevor man anfängt, steigenden Energiekosten aus den Sozialetats hinterherzufinanzieren. Wir müssen uns von der Vorstellung verabschieden, die Energiewende sei eine Sache alleine der Regierung, um die wir uns als Bürger nicht kümmern müssen.

Volkswirtschaftlich wäre es also sinnvoller, die Politik würde die Energiewende als Chance kommunizieren?

In jedem Fall. Aber man muss auch bedenken: Es gibt noch genug Leute, die die neuen Energien nicht wollen. Ich habe den Eindruck, dass manche davon auf eine selbsterfüllende Prophezeiung hoffen, wenn sie schlechte Stimmung verbreiten. Natürlich müssen in einem solchen großen Projekt, wie der Energiewende immer wieder Details nachgebessert werden – aber insgesamt sind wir mit der Energiewende auf keinem schlechten Weg.

Haben es Umweltthemen im Journalismus allgemein im Vergleich zu anderen Themen schwerer?

Umweltthemen sind sehr vielschichtig, das macht sie schwierig. Umweltkatastrophen, die als Aufreger taugen, sind natürlich immer leichter darzustellen als wenn man analytische Themen aufgreift. Aber das ist eine grundsätzliche Sache, die auch andere Themen betrifft. Die Medien sind nach meiner Erfahrung immer sehr aufgeschlossen gegenüber technischen Lösungen von Umweltproblemen. Wenn es aber um Lösungen geht, die auch gesellschaftliche Fragen tangieren, wird es schwerer, sie zu platzieren. Nehmen wir mal das Thema Elektrofahrzeuge, wo alle Aspekte, die über die reine Beschreibung der Technik hinaus gehen schwerer

vermittelbar sind. Doch um E-Fahrzeuge wirklich in großem Stil zu etablieren, muss man die Strukturen des Mobilitätssystems anpassen: Elektromobilität ist vor allem Sinn in Carsharing-Angeboten, sinnvoll, weil man sich dann situationsbezogen für den einen oder den anderen Antrieb entschieden kann. Aber solche Debatten fallen leider viel zu oft hinten runter.



Grundsätzlich möchte ich Diskussionen an-

stoßen und sachlich voranbringen. Wir sind heute in der Situation. dass Menschen zwar sehr unterschiedliche Meinungen haben, aber immer weniger eine vernünftige Debatte darüber führen können oder wollen

Inwieweit darf ein Journalist sich denn für ein Thema engagieren? Der ehemalige Tagesthemen - Moderator Hans Joachim Friedrichs wird häufig damit zitiert, ein guter Journalist mache sich nicht gemein mit einer Sache, sei es auch eine gute Sache.

Journalisten dürfen sich engagieren und müssen es auch. Wenn Medien zum Beispiel über ein Erdbeben berichten und zu Spenden aufrufen, dann machen sie sich streng genommen ja auch mit der Not der Menschen gemein, deshalb unterstelle ich mal, dass das Friedrichs-Zitat nicht so grundsätzlich gemeint war. Und ähnlich, wie man sich für Opfer einer Naturkatastrophe engagiert, kann man sich auch für eine lebenswerte Umwelt einsetzen. wenn man zu der Einsicht gelangt ist, dass die Erde ein Ort ist, den man schützen muss. Die Grenze befindet sich immer dort, wo es um Partialinteressen geht. Wenn man zu dem Ergebnis kommt, dass Solarenergie eine gute Sache ist, darf man das auch schreiben, denn saubere Luft kommt allen zugute. Das aber darf natürlich nicht mit Lobbyarbeit für Brancheninteressen verwechselt werden.

Sie engagieren sich für erneuerbare Energien, wie sind Sie dazu gekommen?

Ich bin Naturwissenschaftler und habe mich schon immer für Wissenschaft und Technik interessiert. Wenn man nun mit diesem Hintergrund in die Redaktion einer Tageszeitung kommt, dann bekommt man eben die Umweltthemen auf den Tisch - und genau die wollte ich ja auch machen. Am Anfang habe ich alle Themen bearbeitet, die irgendwie mit Umwelt und Wissenschaft zu tun hatten, vom Ozonloch bis zur Müllentsorgung, von Pestiziden bis zur Verkehrstechnik. Während meines Volontariats bei der Badischen Zeitung und in den Jahren danach, als ich als freier Journalist gestartet war, kamen die Erneuerbaren immer stärker auf und das Interesse der Medien an Beiträgen über dieses Thema war groß – das hat meine Spezialisierung dann vorangetrieben. Andere Themen, die auch interessant gewesen wären, sind dann zunehmend hinten runter gefallen. Das ist manchmal etwas schade, aber andererseits ist das Energie-Thema nach wie vor ein unglaublich spannendes. Aus meinem naturwissenschaftlichen Hintergrund heraus resultiert, dass ich versuche, mich stets auf nüchterne Analysen zu stützen. Nehmen wir zum Beispiel die Atomkraft, die aus meiner Sicht keine ideologische Frage ist. Für mich zählen handfeste Gründe: das Unfallrisiko, die ungelösten Fragen der Entsorgung des Atommülls, die katastrophalen Verhältnisse beim Uranabbau. Wenn diese Probleme allesamt gelöst wären, gäbe es keinen Grund, gegen Atomenergie sein. Das aber ist nicht absehbar, und deswegen lehne ich die

Atomkraft ab. Was ich damit sagen will: Journalisten dürfen und müssen nach sachlicher Analyse auch Positionen einnehmen, aber sie dürfen keinen Gesinnungsjournalismus betreiben. Sie sollten grundsätzlich offen sein, ihre Positionen immer wieder zu hinterfragen, wenn sich neue Fakten ergeben. Wenn jemand eine Ideologie hat, dann hinterfragt er sie jedoch nicht mehr.

Was ist Ihr Ziel, wofür arbeiten Sie?

Ich möchte, dass sich Menschen Gedanken machen über ihre Zukunft, die natürlich eng mit der Zukunft der Erde zusammenhängt. Das Thema finde ich fundamental wichtig. Mein Ziel ist es, dass die künftigen Lebensbedingungen auf der Welt besser werden und ich möchte dies über den Weg der Information erreichen. Grundsätzlich möchte ich Diskussionen anstoßen und sachlich voran bringen. Wir sind heute in der Situation, dass Menschen zwar sehr unterschiedliche Meinungen haben, aber immer weniger eine vernünftige Debatte darüber führen können oder wollen. Doch die Demokratie braucht intensive aber sachliche Debatten, keine dieser Pseudo-Debatten, die man heute Shitstorm nennt. Journalismus kann und muss daher gesellschaftliche Debatten anzetteln aber auch zwischen Positionen vermitteln. Ich möchte, dass die Menschen sich mit den relevanten Themen beschäftigen, und präzise argumentieren. Ich möchte mithelfen zu verhindern, dass die Gesellschaft sich nur noch mit oberflächlichen Twitter-Meldungen beschäftigt - ich will politische Debatten nicht in die Trivialität abrutschen lassen.

(Erstveröffentlichung 14.10.2014)

Bernward Janzing führt seit 1995 ein eigenes Pressebüro und schreibt für verschiedene deutsche

Tages- und Wochenzeitungen wie die Frankfurter Rundschau, Zeit und Spiegel.

#Mobilität "Eine lethargische Mittelmäßigkeit"

Michael Adler ist Gründer und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur tippingpoints. Davor war er Chefredakteur des VCD-Magazins fairkehr und langjähriger Geschäftsführer des fairkehr Verlags. Im Interview erklärt der Mobilitätsexperte, warum eine eigene Meinung besser ist als vorgeschobene Neutralität und wie sich Mobilität verändern sollte, um zukunftsfähig zu werden. (2015)

Autorin: Lena Kasper

Warum haben Sie sich auf das Thema Mobilität spezialisiert?

Wenn ich zurückblicke, dann ist das eher zufällig passiert. Mein Ziel war es, mich mehr mit Umwelt-Themen zu beschäftigen. Ich hätte auch bei Greenpeace oder beim Öko-Institut landen können, aber damals war eine Stelle bei "fairkehr" ausgeschrieben. Nicht, dass mich Mobilität nicht schon vorher interessiert hätte. Durch den Job wurde es dann aber natürlich mehr.

Eine konkrete Utopie für Deutschland wäre ein so stark ausgeprägter Radverkehr wie in den Niederlanden, geringer Autoverkehr wie in Dänemark und eine so zuverlässige und vielgenutzte Bahn wie in der Schweiz

Was fasziniert Sie an der Mobilität?

Ich bin jetzt seit 16 Jahren Chefredakteur von "fairkehr" und das Thema ist kein Tag langweilig geworden. Es fasziniert mich, warum Menschen sich bewegen. Wie schnell sie dabei sind, wie oft sie es tun und wie sie sich dabei fühlen. Ob nun mit dem Zug, mit dem Auto, per Fahrrad, oder zu Fuß.

Gibt es noch andere Themen, mit denen Sie sich verstärkt auseinandersetzen?

Mobilität ist ja nur ein Bestandteil der großen Nachhaltigkeitsdebatte. Insgesamt geht es dabei vor allem um die Frage, wie unsere Kinder und Enkelkinder auch in

Zukunft noch gut leben können. Das kann man nicht allein durch nachhaltige Mobilität erreichen. Genauso wichtig sind Themen wie Energie, Reise oder Konsum. Das alles gehört zusammen.

Gerade im Umweltjournalismus wird man schnell mit der Aussage von Hans-Joachim Friedrich konfrontiert, ein guter Journalist dürfe sich mit nichts gemein machen, auch nicht mit einer guten Sache. Wie sehen sie das: Ist es falsch, wenn Journalisten sich für etwas einsetzen?

Nein, das glaube ich nicht. Auf der diesjährigen "Walk 21", der Weltfußgängerkonferenz, habe ich ein Interview mit dem Gründer Jim Walker geführt. Als ich mich vorstellte, erklärte ich ihm, dass ich halb Journalist und halb PR-Berater sei und dadurch eben auch Vertreter einer Sache. Sein Kommentar war: "A communicator with a mission, I appreciate that!" Viel problematischer ist für mich diese vorgeschobene Neutralität: Als Redakteur von "Autor, Motor und Sport" bin ich unabhängig, aber wenn ich für "fairkehr" schreibe, dann arbeite ich nicht mehr im "Friedrichschen Sinne", sondern bin meinungsgesteuert. Es gibt eine Pflicht zur gründlichen Recherche und man sollte die eigene Position immer überprüfen. Aber ich halte nichts davon, zu sagen, "Ich bin ein neutraler Journalist, deshalb glaube ich nicht an den Klimawandel, da ein kleiner Teil der Wissenschaftler noch daran zweifelt." Wir müssen von den Fähigkeiten und den Möglichkeiten der freien Presse Gebrauch machen und Dinge hinterfragen.

Wenn man dann eine eigene Position hat und sich engagiert, schürft man im Zweifel tiefer.



teiligen

Glauben Sie, dass grüne Themen es in der allgemeinen Berichterstattung schwieriger haben als andere Nachrichten?

Auf jeden Fall. Manchmal habe ich das Gefühl, es gibt eine Mehrheitsschere in den Köpfen vieler Journalisten: Die Grünen sind eine kleine Partei mit acht Prozent. Also will auch nur ein kleiner Teil der Leserinnen und Leser etwas von sogenannten "grünen Themen" wissen. Die großen Parteien können absolute Nebenschauplätze, wie zuletzt die Pkw-Maut, bespielen, dann füllt das die Gazetten. Besonders dann, wenn auch noch Personaldebatten damit verknüpft sind. Und immer dann, wenn keine große Industrie hinter einem Thema steht, fällt es schnell unter den Tisch. Carsharing hat mittlerweile Konjunktur, weil Anbieter wie die Deutsche Bahn oder BMW sich daran beteiligen. Auch das Radfahren rückt gelegentlich in den Fokus der Berichterstattung, aber das Thema zu Fuß gehen ist immer noch völlig unterrepräsentiert. Es ist nicht wirklich ein Umweltthema, es ist nicht wirklich Mobilität und für den Wirtschaftsteil ist es einfach nicht groß genug.

Welche Themen aus dem Be-Mobilität dominieren denn stattdessen die Berichterstattung?

Natürlich vor allem das Auto. Es ist einfach immer noch DAS zentrale Thema, wenn es um Mobilität geht. Ich lese gerne die Süddeutsche Zeitung, ich finde ihre Berichterstattung ausgewogen und klar positioniert. Aber beim Ressort "Mobiles Leben" wird's mir trotzdem übel, wenn ich Fahrtberichte über neue SUVs oder Sportlimousinen lese. Vor allem dann, wenn dafür so ein biologisches Vokabular benutzt wird. Wenn das Auto beispielsweise mit einem Geparden verglichen wird, der eine Gazelle durch die Savanne jagt. Aber über Dinge wie eine menschliche Stadt wird nicht geschrieben.



Michael Adler war lange Zeit Chefredakteur der VCD-Mitgliedszeitschrift "fairkehr". (Quelle: privat)

Was ist denn eine menschliche Stadt?

Jim Walker hat es so ausgedrückt: "Wenn du als Familie nicht von dort wegziehen möchtest und dich auch als älterer Mensch wohlfühlst, dann ist in dieser Stadt irgendwas grundlegend richtig." Barrierefreiheit und die Sicherheit der Kinder auf der Straße sind in einer menschlichen Stadt gewährleistet. Es geht um neue Raumund Weggestaltung für Fußgänger und Radfahrer und einen modernen Öffentlichen Verkehr. Wenn

man nur mit dem Auto durch die Straßen fährt, redet man nicht

mehr mit seinen Nachbarn und für andere Verkehrsteilnehmer wird es gefährlicher. In einer menschlichen Stadt begegnet man sich und lernt sich kennen. Dadurch entsteht auch ein sozialer Zusammenhalt.

Gibt es Länder, die bei nachhaltiger Mobilität schon weiter sind?

Verkehrspolitisch sind das auf jeden Fall die Niederlande, die Schweiz und Dänemark. Eine konkrete Utopie für Deutschland wäre ein so stark ausgeprägter Radverkehr wie in den Niederlanden, geringer Autoverkehr wie in Dänemark und eine so zuverlässige und vielgenutzte Bahn wie in der Schweiz. Dass diese Länder schon so viel weiter sind, ist natürlich nicht genetisch bedingt. Da wurden vor Jahren politische Entscheidungen getroffen und konsequent durchgesetzt. Denn Mobilitätskulturen fallen nicht einfach so vom Himmel. Erfreulich ist, dass sich auch Städte wie New York, London oder Paris für mehr Radund Fußwege einsetzen. Sie haben seit Jahren massive Verkehrsprobleme und setzen nun bewusst auf eine andere Mobilität. Im Gegensatz zu vielen deutschen Städten haben sie zwar immer noch einen schlechteren Modal Split, aber ihre Ambitionen sind deutlich höher als unsere.



Warum sind unsere Ambitionen so gering?

Ebene

Ich würde es eine "lethargische Mittelmäßigkeit" nennen. Unsere Rad- und Fußwege sind nicht so schlecht, die Bahn auch nicht, also müssen wir nichts ändern. Aber wenn wir in Zukunft wirklich nur noch zwei bis drei Tonnen CO2-Emissionenpro Einwohner und Jahr anstreben, was Klimaforscher für ein nachhaltiges Maß halten, müssen wir uns gewaltig anstrengen. Die deutschen Autohersteller haben hier auch einen großen Einfluss. Das hat man an der Debatte um die CO2-Grenzwerte gesehen. Die Industrie hat einen direkten Draht zu Frau Merkel und diese unterstützt die Interessen der Hersteller dann auch auf europäischer Ebene. Dazu kommt, dass wir Deutschen einen Hang zum Staat lieber abwarten haben, schauen, was er tut. Wir gründen Verbände, um den Staat zu lobbyieren. Das ist wichtig und oft erfolgreich. Was ich allerdings häufig vermisse sind direkte menschliche Aktivitäten. Dass man auf die Straße geht und sich für etwas einsetzt.

#Ernährung Wer ernährt die Welt? Neue Fragen für den Journalismus

Gestern ein Ladenhüter, in Zukunft an der Spitze der Berichterstattung: Das Thema Welternährung gewinnt immer mehr an Brisanz, Konflikte nehmen zu. Doch es fehlen an fachkundige Journalisten. Dem will das Institut für Welternährung entgegenwirken. (2015)

Autoren: Tanja Busse und Wilfried Bommert

Hatten wir nicht schon längst Abschied genommen vom Welthunger, von dem Rumgemäkel am Essen der Deutschen, dem zu fett, zu viel, zu süß? War nicht alles in bester Ordnung? Waren die Redaktionen, die sich damit beschäftigten, nicht längst überflüssig geworden? Sie waren es. Spätestens in den 1990er Jahren waren diese Themen tot. Aber offensichtlich nur scheintot.

Mit dem Erfolg von Büchern wie "Die Suppe lügt" von Hans-Ulrich Grimm und der Schlagzeile "Vergiften uns die Bauern?" begann eine neue Epoche der Berichterstattung über Lebensmittelskandale: BSE im Rind, Dioxin im Ei, Antibiotika im Hähnchenfleisch. Der Blick in die Mastfabriken zerstörte das von der Agrarindustrie sorgsam gepflegte Bild vom guten alten Bauernhof

Wer wollte Fleisch von diesen dahinvegetierenden Kreaturen essen? Wer wollte eine Landwirtschaft, die das Grundwasser mit ihrem Abfall, mit ihrer Überdosis an Dünger und Chemikalien vergiftete? Wer konnte die Massentierställe rechtfertigen, die den bäuerlichen Betrieben das Leben schwer machten und ihnen die Existenz stahlen?

Weltmarkt verschärft den Hunger

Seit der Jahrtausendwende werden die Stimmen immer lauter, die eine Wende in der Agrar- und Ernährungsindustrie fordern - und die Fakten immer gewichtiger, die eine Wende begründen. Und auch beim Thema Welternährung stellt sich Zweifel ein an der Zuversicht.

der Hunger werde mit dem Siegeszug der Globalisierung schon vom Globus verschwinden.

2006 – also im Jahr vor der Krise - hungerten nach Angaben der Welternährungsorganisation FAO noch immer 800 Millionen Menschen.

Seit 2007 ist jedoch klar: Der Hunger, der nie fort war, meldet sich mit Macht zurück. Innerhalb weniger Wochen steigen die Weltmarktpreise für Weizen, Reis und Mais um bis zu 300 Prozent. Die Zahl der Hungernden erreicht 2008 die Eine-Milliarde-Grenze. Der viel gepriesene Weltmarkt war nicht in der Lage, die Welt zu ernähren, im Gegenteil, er verschärfte den Hunger.



Seit 2008 wurden unter dem Begriff

"Landgrabbing" Flächen in der Größe von Westeuropa verschachert

Seit Jahren bröckeln die Fundamente der Welternährung: Der fruchtbare Boden verschwindet, das Wasser wird knapp, die Zahl der Arten ist auf einen krisenanfälligen Bestand geschrumpft. Das verlässliche ehemals Klima weicht einer Achterbahn von Hitze und Kälte, Überschwemmung und Dürre. Die Treibstoffe der industriellen Landwirtschaft, Rohöl und Dünger, gehen ihrem Ende entgegen.

Bedenkliche Knappheiten

Die Produktion beginnt zu schwächeln, gleichzeitig verlangt die wachsende Weltbevölkerung mehr Reis und Brot, die Fleischindustrie fordert immer mehr Futterflächen, und auf den Äckern der Welt melden sich machtvolle neue Interessenten.



Wilfried Bommert: Autor, Umweltjournalist und Gründer des Instituts für Welternährung. (Quelle: privat)

Die Biosprit- und die Bio-Rohstoffindustrie ziehen immer mehr Boden an sich, landarme aber geldreiche Staaten verlagern ihre Landwirtschaft "offshore" und versuchen, so viel Land wie möglich an sich zu bringen. Plötzlich zeichnen sich bedenkliche Knappheiten auf den Weltmärkten ab, von denen die Kapitalmärkte längst Wind bekommen haben.

Seither spielen Lebensmittel an den Getreidebörsen eine immer größere Rolle als Spekulationsmasse. Investmentfonds steigen in Bodengeschäfte ein und investieren in Agrarkonzerne.

Energiekonzerne verschaffen sich Land, um von den Subventionen für Biogas und -sprit zu profitieren und vom Ende des Rohöls. Der Kampf um die endlichen Äcker der Welt ist entbrannt.

Konfliktpotenzial wächst

Seit 2008 wurden unter dem Begriff "Landgrabbing" Flächen in der Größe von Westeuropa

verschachert, vor allem in Afrika, Südamerika und Südost-Asien zulasten der einheimischen Landbevölkerung. Das Konfliktpotenzial wächst. Die Frage, wer ernährt wie die Welt, wandelt sich vom Ladenhüter der 1990er Jahre zum Topthema des 21. Jahrhunderts. Widerstand gegen ein "Weiter so" formiert sich. Im Umfeld der Grünen Woche in Berlin, die über Jahre hinweg als verstaubte Veranstaltung für Lodenträger daher kam, zeigt sich der Konflikt offen.



Dr. Tanja Busse ist Journalistin und Autorin mit den Schwerpunkten Agrar und Ernährung. Sie arbeitet u.a. für WDR und ZEIT (Bild: Bettina Fürst-Fastré / WDR. (Quelle: privat)

Zehntausende gingen 2012 bereits zum zweiten Mal für eine neue Ernährungs- und Landwirtschaftspolitik auf die Straße, ein breites Bündnis aus Bauern, Naturschützern, wertkonservativen Gourmets der Slow-Food-Bewegung zeigt Flagge neben den Entwicklungsorganisationen, Gewerkschaften und konfessionellen Gruppierungen und PolitikerInnen. Der Protest ist jung, das Alter der Demonstranten eher unter 50, die Aufstellung zeigt eine breite gesellschaftliche Basis – Stuttgart 21 lässt grüßen!

Vom Sparten- zum Massenthema

Ernährung und Landwirtschaft bewegen kritische Massen. Und es ist erst der Anfang. Denn die Konflikte nehmen zu. Die Folgen der XXL-Ernährung schlagen immer mehr und weltweit auf die Gesundheitskosten. Die Verschwendung in der Nahrungskette von mehr als 50 Prozent zeigt, dass mit diesem System die Welt nicht zu ernähren ist - wohl aber wäre, wenn es neu aufgestellt würde. Aber wie?



Als Allround-Journalist ist es ohne tiefe

Recherche kaum möglich, zwischen Euphemismen der Lobbyorganisationen und Fakten zu unterscheiden

Das ist die Frage, die die Kollegen in den Redaktionen über den laufenden Ernährungsskandal hinaus immer mehr bewegt: Wer soll die Welt wie ernähren? Und diese Frage hat sich von einer technischen zu einer politischen gewandelt. Das gesellschaftliche Bewusstsein wächst, Filme, Radio und Fernsehbeiträge und Printpublikationen erreichen einen immer größeren Kreis.

Das Thema ist auf dem Weg, sich von einem Spartenthema zu einem Massenthema zu entwickeln. Doch damit ist auch gleichzeitig ein neues Problem verbunden: Die Zahl der Journalisten, die in diesem Bereich fundierte Kenntnisse besitzen, ist in den letzten Jahrzehnten massiv geschrumpft. Als Allround-Journalist ist es ohne tiefe Recherche kaum möglich, zwischen Euphemismen der

Lobbyorganisationen und Fakten zu unterscheiden.

Komplexe Zusammenhänge aufzeigen

Mit der Brisanz des Themas muss auch die Zahl der kundigen Journalisten wieder wachsen. Wir haben deshalb das Institut für Welternährung in Berlin gegründet und versuchen damit, die Berichterstattung zu der großen Frage der Welternährung der Zukunft auf eine solide journalistische Basis zu stellen.

Dabei geht es vor allem darum, den Zusammenhang zwischen der Sattheit hier in den reichen Industrienationen und dem Hunger in den ärmeren Ländern aufzuzeigen. Unser Ernährungssystem ist längst ebenso globalisiert wie der Rest der Wirtschaft, es ist unsere Nachfrage nach Palmo 1, Soja und Fleisch, die den Regenwald dezimiert und Kleinbauern vertreibt. Diese komplexen Zusammenhänge muss die Berichterstattung über Ernährung ins Auge fassen, wenn sie politische Orientierung bieten will.

Der Artikel erschien bereits im Band Umwelt Europa der Friedrich-Ebert-Stiftung.

#Natur und Arten "Was fehlt ist ein Magazin wie Landlust"

Anke Sparmann ist freie Journalistin und erhielt 2010 den Deutschen Preis für Naturjournalismus. Im Interview erzählt die GEO-Naturreporterin über ihre Erfahrungen mit Arten und Biodiversität als Themen der Berichterstattung. (2018)

Autorin: Anne Schüßler

Frau Sparmann, was waren Ihre letzten Geschichten zu Biodiversität, Natur und Arten?

Ich erzähle mal von zwei sehr unterschiedlichen Geschichten. Für die erste bin ich für GEO Anfang 2014 in den Kongo gefahren. Es ging dabei um Bonobos, eine Menschenaffenart, nah verwandt mit Schimpansen – und mit uns. Eine Evolutionsgeschichte. Die zentrale Frage ist, wie es sein kann, dass zwei Menschenaffenarten, die auf einen gemeinsamen Vorfahren zurückgehen, ein sehr unterschiedliches Sozialverhalten entwickelt haben. Das ist natürlich ein dankbares Thema, verbunden mit einer aufregenden Recherche. An dem zweiten Artikel schreibe ich gerade, nämlich über den diesjährigen GEO-Tag der Artenvielfalt. Der findet bereits zum 16. Mal statt – und das ist schon eine Herausforderung, jedes Jahr wieder einen neuen Fokus zu finden.

Bleiben wir doch bei dem letzten Beispiel. Wie gehen Sie an eine solche Aufgabe ran?

Für die aktuelle Geschichte werde ich das Geschehen am Tag der Artenvielfalt mit dem Jena-Experiment gegenschneiden. Das ist einer der ältesten Biodiversitätsversuche Europas. Dabei geht es darum, wie sich die Biodiversität auf Ökosystemfunktionen auswirkt. Das klingt sperrig, aber im Grunde verbirgt sich dahinter eine einfache Frage: Macht es einen Unterschied, ob es eine Art mehr oder weniger gibt? Eine Frage, die man häufig hört. Nicht, wenn es um das Aussterben von Tigern oder Pandabären geht, sondern um das

Verschwinden eines Insekts oder einer unscheinbaren Pflanze. Der Arbeitstitel ist momentan "Jede Art zählt!". Dieses Experiment habe ich schon seit längerem im Kopf. Da könnte ich jetzt nicht rekonstruieren, wie genau ich drauf gekommen bin.

Ist Biodiversität aus Ihrer Sicht ein schwieriges Medienthema?

Es gibt mit Sicherheit Themen, die dankbarer sind, aber es gibt auch ganz viele Themen, die ähnlich schwierig sind in dem Sinne, dass der Leser dort nicht gleich andocken kann. Ich selber habe Germanistik studiert, bin also nicht einschlägig vorgeprägt, was das Thema Artenvielfalt angeht. Das hat den Vorteil, dass ich mit Fragen an die Sache rangehe, die sich womöglich auch der Leser stellt. Allgemein lässt sich meiner Meinung nach die Frage, wie ich über Biodiversität schreibe, nicht von der Frage trennen, wie guter Journalismus überhaupt funktioniert. Ich versuche also, viel zu lesen und mir auch bei tollen Kollegen was abzugucken. Eine gute Seite dafür ist zum Beispiel das Reporter-Forum.

Über das Andocken hinaus – ist Biodiversität, sind Arten und Natur, Trendthemen?

Ich sehe einen leichten Trend zu grünen Themen im Allgemeinen. Das hängt sicher einerseits mit dem Klimawandel zusammen. Das ist ein Thema, das sich durch sämtliche Ökosysteme durchdeklinieren lässt. Korallenriff, Wald, Moor - alles in Zeiten des Klimawandels. Da bewegt sich etwas -

und über Veränderungen zu schreiben ist natürlich spannend. Das andere sind Öko-Themen, die mit der eigenen Lebensqualität zu tun haben und mit ethisch korrektem Konsum. "Wo kommt mein Essen her"? "Woraus besteht eigentlich meine Kleidung?" Das hat vor einiger Zeit eingesetzt und ich sehe da auch noch kein Ende.



Anke Sparmann: "Ich sehe einen leichten Trend zu grünen Themen im Allgemeinen." (Quelle: privat)

In welchen Medien laufen diese gut?

Das geht quer Beet. Was aber meiner Meinung nach wirklich fehlt ist ein Magazin wie Landlust, übersetzt in richtig guten ökologischen Journalismus. Ein Naturmagazin, das auf Themen vor der Haustür setzt, frisch und modern daher kommt – und sich möglichst auch noch blendend verkauft.

Themen vor der Haustür - wo kann ich dafür Anstöße finden? Gibt es Seiten, die Sie zur Themenfindung empfehlen können?

Es gibt die Seite Biodiversity des Helmholtz Zentrums für Umweltforschung in Leipzig. Da gucke ich hin und wieder drauf oder rufe bei deren Pressestelle an, wenn ich einen Experten suche. Mongabay.com besuche ich häufiger und environment360.yale.edu kann ich empfehlen.

Und wie gelingt es darüber hinaus, Themen rund um Biodiversität spannend zu gestalten, also aus den Fakten Geschichten zu entwickeln?

Ich versuche wirklich bei jedem Thema, mir ganz neu Gedanken zu machen, wie ich das eindrehe. Natürlich auch gemeinsam mit den Kollegen aus der Redaktion. Ein paar Möglichkeiten, Naturgeschichten anzugehen, finden sich toll beim Nieman Storyboard in Havard zusammengefasst. Ich suche mir gerne einen guten Protagonisten, also oft einen Forscher, der lebendig erzählen und den ich bei einer Aktivität begleiten kann, hin zu einem bestimmten Ziel. Das hat allerdings den Nachteil, dass wieder ein Mensch im Mittelpunkt steht und nicht das Tier oder die Pflanze oder das Ökosystem, um das es gerade geht. Aber ich finde, mit einem Helden kann man sich gut identifizieren – und dann wird das, was er da interessant findet, plötzlich für einen selbst spannend. Manchmal bietet es sich auch an, ein Thema formal ungewöhnlich umzusetzen. Bei einer Geschichte haben wir das so aufgelöst, dass ein Experte und ich uns E-Mails geschrieben haben. und diesen Austausch haben wir dann abgedruckt. Was auch gut funktionieren kann, aber gerade ein wenig ausgelutscht ist, sind die Sachen, bei denen man bei sich selbst anfängt. Also sich über

etwas wundert und dann mit der Recherche loslegt.

In welchen journalistischen Formen bereiten Sie diese Themen auf?

Ich habe das Glück, dass ich bei GEO lange Strecken schreiben kann, und entsprechend schreibe ich oft Reportagen.

Haben Sie so ein Paradebeispiel im Kopf? Oder eine Geschichte, auf die Sie selbst stolz sind?

Vor zwei Jahren war ich das erste Mal im Kongo, um über den Virunga-Nationalpark und seine Berggorillas zu schreiben. Ein unglaublich artenreicher, überwältigend schöner Park, in dem nach Erdöl gesucht werden soll. Eine sehr bewegende Geschichte. GEO hat dann ein Spendenprojekt ins Leben gerufen, und die Leser haben einen sechsstelligen Betrag gespendet, um den Park und seine Ranger zu unterstützen. Ich schreibe nicht, um die Welt zu verändern, aber in diesem Fall bin ich doch froh und stolz, dass wir helfen konnten.

"Der Schlüssel liegt in der Aus- und Weiterbildung"

Was denken Deutschlands Umweltjournalisten über den Klimawandel – und darüber, wie Medien das Megathema anpacken? Welche Tipps und Kniffe kennen sie, um Erwärmung und Extremwetter besser an das Publikum zu bringen? Volker Angres ist Leiter der Umweltredaktion beim ZDF und spricht im Interview über Storytelling in der Klimaberichterstattung und wo noch Verbesserungspotenzial liegt. Das Gespräch ist Teil der Interviewserie "Klimageschichten". (2019)

Autorin: Stella Lorenz

Was denken Deutschlands Umweltjournalisten über den Klimawandel – und darüber, wie Medien das Megathema anpacken? Welche Tipps und Kniffen kennen Sie, um Erwärmung und Extremwetter besser an die Leserschaft zu bringen? Eine Antwort dürfte sicher Storytelling sein - ein Trend, dem sich kaum ein Medienmensch entziehen kann.

Gerade bei der schwierigen Vermittlung von komplexen Themen wie dem Klimawandel setzten viele Hoffnungen in Techniken des journalistischen Erzählens übrigens nicht nur Journalisten sondern auch NGO, Forscher, Politiker und Unternehmen. Storytelling könnte, so die stillschweigende Hoffnung, Menschen endlich dazu bewegen, mehr für den Umweltschutz zu tun. Doch ist das nicht eine überzogene Hoffnung? Und sollte dieses Ziel Aufgabe der Medien sein?

Diesen und anderen handwerklichen und ethischen Fragen stellen sich führende Umwelt-, Energie sowie ReisejournalistInnen in der Interviewserie "Klimageschichten", die von Studierenden der Hochschule Darmstadt in Seminaren geführt wurden – als Teil des gleichnamigen Forschungsprojektes, das an Grüner-Journalismus angebunden ist.

Herr Angres, wir fragen Sie als einen der bekanntesten Umweltjournalisten – wie berichten deutsche Medien über den Klimawandel?

Aus meiner Sicht ist die Mediendebatte ereignisgesteuert. Also

immer dann, wenn ein Ereignis eintritt, das mit Klimawandel zu tun hat, berichten selbst die Medien, die sich sonst sehr lange zurückhalten. Zum Beispiel die Klimakonferenz in Paris letztes Jahr war die bisher mit Abstand bedeutendste Klimakonferenz mit einer sehr umfangreichen Berichterstattung. Über die Zwischenkonferenz, die Wochen vorher in Bonn stattfand, wurde so gut wie überhaupt nicht berichtet. Die Medienmechanismen greifen immer dann, wenn eine Entscheidung zu erwarten ist; da geht es dem Klimathema auch nicht besser als jedem anderen Thema.



Beim ZDF beobachtet die Umweltredaktion

die Klimadebatte seit vielen Jah-

Und hat sich etwas verändert in der Klimaberichterstattung?

Die meisten Klima-Berichterstatter sind der Meinung, dass es eine Klimaveränderung gibt – die also zu einem erheblichen Teil durch Menschen verursacht worden ist. Vor zehn Jahren war das noch differenzierter. Das heißt, den Klimawandelleugnern und -skeptikern wurde damals ein größerer Raum in den Medien eingeräumt. Mittlerweile ist es so, dass Klimaskeptiker aufgrund dieser Entwicklung eigentlich überhaupt keine Medienresonanz mehr haben. Auch ist zu beobachten, dass das Berichterstattungsniveau angestiegen ist, weil alle das Gefühl haben, dass die breite Öffentlichkeit die Grundlagen – zum Beispiel "Wie

funktioniert der Treibhauseffekt?" - verstanden hat. Jetzt geht es natürlich immer noch um die geophysikalischen Zusammenhänge, aber die Debatte hat sich mehr in die Richtung politischer Klimaschutzmaßnahmen verschoben.

Haben Sie ein Beispiel parat?

Das sah man etwa an der Berichterstattung aus Paris. Das Interesse war sehr groß daran, wie ein solches Abkommen zustande kommt, wer die treibenden Nationen sind oder wie das Abkommen vertraglich und völkerrechtlich vereinbart werden soll. Daraus kann man schließen, dass das Grundthema akzeptiert worden ist. Und dass es jetzt in eine weitere Phase geht, in der es um die Umsetzungen und die politischen Maßnahmen geht.

Welche Medien sind für Sie besonders aktiv?

Das ist sehr unterschiedlich. Beim ZDF beobachtet die Umweltredaktion die Klimadebatte seit vielen Jahren. Seit der UNO-Konferenz über Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro 1992 habe ich viele Klimakonferenzen besucht, was auch für die aktuelle Berichterstattung wichtig ist. Das gibt es so meines Wissens nach in keinem anderen Medienhaus – und ist daher über die Jahre auch zu einem Alleinstellungsmerkmal geworden. In unserer Umwelt-Dokureihe planet e. kommen auch regelmäßig Klimafilme vor.

Und bei Zeitungen und Magazinen?

Im Printbereich ist zum Beispiel die ZEIT aktiv, die

ereignisabhängig große Dossiers zum Thema Klima macht. Und die Frankfurter Zeitungen – die FR, die FAZ gerade auch mit der Sonntagsausgabe - bringen meiner Wahrnehmung nach häufig Aspekte dazu. Dann setzen sich natürlich die monatlichen Zeitschriften wie zum Beispiel GEO oder National Geographic regelmäßig mit diesen Thematiken auseinander. Aber da sind wir schon knapp vor den Fachzeitschriften. Die erreichen wieder ein anderes, sehr interessiertes Publikum.



Seit 2011 leitet Volker Angres die wöchentliche Sendereihe planet e bei ZDF. Er setzt sich für den Klimaschutz und eine aufklärende Berichterstattung darüber ein. 2006 bekam er für dieses Engagement eine Auszeichnung des Bundesumweltministers verliehen. (Bild: ZDF/Rico Rossival)

Gibt es Aspekte des Klimathemas, die vergessen gehen?

Die Auswirkung des Klimawandels auf die Welternährung ist völlig unterbelichtet. Wir haben gelernt, dass Klima – wenn es sich verändert - mehr und mehr extreme Situationen hervorruft. Seien es Dürren, Überschwemmungen oder starke Stürme – all das führt dazu, dass fruchtbares Land verloren geht. Bei Überschwemmungen liegt das auf der Hand, bei Dürren ebenfalls. Bei starken Stürmen ist es so, dass die oberste Schicht von Ackerflächen einfach weggeweht wird - ein unterschätzter Faktor. Wenn die Klimaveränderung so weiter geht – und davon muss man ausgehen -, werden wir in absehbarer Zeit massive

Welternährungsprobleme bekommen. Nicht morgen, aber innerhalb der nächsten 50 bis 100 Jahre - wobei hier die Gegenfrage lautet, ob die Landwirtschaft in der Lage ist, die Erträge auf den dann vorhandenen Flächen so zu steigern, dass die Umverteilung der Nahrungsmittel entsprechend ausgeglichen ist.

Und wo könnte man die Klimaberichterstattung handwerklich verbessern?

Zunächst haben wir grundsätzlich die Problematik, dass es – und das gilt vermutlich vor allem im Printbereich - immer weniger Journalisten gibt, die Zeit genug haben, um sich mit einem solchen komplexem Thema ordentlich zu befassen. Das Abklappern von Agenturmeldungen und mal eben fünf Zeilen zusammentragen, das kann es nicht sein. Der Schlüssel zur Verbesserung liegt in der Ausund Weiterbildung von Fachjournalisten. Das kommt insgesamt viel zu kurz. Im Übrigen gilt das auch für andere Bereiche, nicht nur für die Klimathematik. Das nächste Problem hat mit Geld zu tun: Weil die Klimaproblematik eine globale Problematik ist, muss man genug Budget haben, um in die Welt zu fahren. Man muss Südamerika, Südafrika, Australien oder in die asiatischen Länder gehen, um zu sehen, wie dort das Thema debattiert wird und was es für Auswirkungen gibt. Spätestens daran scheitern viele Berichte.

Wir reden im Journalismus immer öfter über Geschichtenerzählen und Storytelling; gibt es auch diesen Trend auch im Klimajournalismus?

Das glaube ich schon. Es hat sich durchgesetzt, gerade die

komplexeren Themen mit Storytelling so aufzubereiten, dass sie für ein größeres Publikum ohne Fachkenntnisse konsumierbar und verträglich werden. Und dass es Spaß machen muss, einem Beitrag zuzuhören oder ihn zu lesen. Gutes Storytelling hat eine Art Key-Funktion, komplexere Stoffe an ein Massenpublikum zu bringen.



Der Schlüssel zur Verbesserung liegt in der

Aus- und Weiterbildung von Fachiournalisten.

Ein Beispiel?

Beim Klimathema kann ich auf planet e. verweisen. Da hatten wir im letzten Jahr die Geschichte "Operation Weltklima". Neben der Klimakonferenz in Paris ging es um die Frage: "Kann man mit großtechnischen Ingenieurleistungen das Klima retten?" Das war eine sehr schöne Geschichte, die spannend rübergekommen ist, weil es da um Menschen mit leicht schrägen Ideen ging. Ich erinnere mich noch gut an einen der Protagonisten, der eine Baumpflanzmaschine erfunden hat. Per Drohne soll diese Maschine in der Lage sein, in wenigen Stunden eine Millionen Bäume zu pflanzen, indem die Drohne Samenkapseln abschießt, um so in kürzester Zeit eine CO₂-Senke zu produzieren.

Bietet das Geschichtenerzählen besondere Chancen für die Klimaberichterstattung?

Es ist sehr gut geeignet, weil man komplexe Zusammenhänge in Geschichten verpacken kann, es gelingt, Faszination auszuüben, um dann sozusagen im Vorbeigehen die eigentliche Thematik an das Publikum zu bringen. Wohlgemerkt, wir reden über ein sehr unterschiedlich zusammengesetztes Publikum im Massenmedienmarkt. Wir reden nicht über Seminarveranstaltungen an Hochschulen oder hochspezialisierte

Fachblätter. Dort wäre genau das Gegenteil angesagt: überhaupt kein Storytelling, sondern Fakten oder Studienergebnisse darzustel-

Wo sehen Sie noch Potenziale für Klima-Erzählungen?

Wir haben vorhin darüber gesprochen, dass es einen Mangel an gut ausgebildeten Journalisten gibt, die sich mit dem Klimathema von der fachlichen Seite auskennen. Gerade im Fernsehbereich braucht man gleichzeitig Redakteure, die eine dramaturgische Ausbildung haben. Denn es ist nicht damit getan, dass man die Fakten zusammenkriegt. Man muss es auch so zusammenbinden können, dass man daraus einen Film machen kann. Und es geht um, sagen wir, kreative Fantasie. Wenn man ein Klimathema bearbeiten möchte, muss man sich fragen: "Wo ist meine Geschichte dazu? Wie erzähle ich die?" Möglicherweise muss man große Umwege in Kauf nehmen, um eine schöne Geschichte zu haben, aber irgendwann landet man damit genau bei dem Punkt, bei dem man sein sollte. Vielleicht ist das eine dritte Überlegung neben der fachlichen und dramaturgischen Ausbildung: das Denken in Umwegen, um ans Ziel zu kommen.

Und wie bewerten Sie Storytelling generell. Wird es im Journalismus derzeit überschätzt? Oder noch unterschätzt?

Storytelling ist für mich die Kunst, einen gegebenen Stoff so aufzubereiten, dass daraus eine erzählbare Geschichte wird. Es ist ein dramaturgisches Instrument, das in bestimmten Formaten anwendbar ist, aber eben nicht in jedem. In Nachrichtensendungen ist es schwieriger anzuwenden, weil dort eher eine faktische Orientierung vorherrscht. Im Doku- oder Reportagebereich muss eine Geschichte erzählt werden. Ansonsten erleben wir eine Rückentwicklung in die Zeiten, wo man noch Features am

Schreibtisch geplant, sie mit Archivbildern bebildert und das dem Publikum angeboten hat. Das war in den 70er, 80er Jahren der Stand der Dinge. Heute funktioniert das anders, auch dank kleiner digitaler Technik, die man überall hin mitnehmen kann.

Wie wirkt Storytelling, kann es Menschen zum Umdenken bewegen? Oder gar zum Handeln?

Storytelling kann das direkt vielleicht nicht. Aber es kann in der Tat Menschen dazu bringen, überhaupt Kontakt zu einem Thema aufzunehmen – vielleicht einfach. weil die Geschichte toll war. Man hat am Anfang gar nicht gemerkt, dass es um eine Klimaproblematik geht, wird aber en passant herangeführt und findet es dann spannend. Das ist der Hauptansatz von Storytelling: dass man über das Geschichtenerzählen Menschen für Thematiken begeistern kann, die sie sich sonst nie im Leben angeguckt oder durchgelesen hätten. Das bedeutet aber auch, dass man viel falsch machen kann. Eine langweilig erzählte Geschichte bewirkt selbstverständlich genau das Gegenteil. Dann werde ich den Zuschauer oder Leser weder über die Fakten, noch übers Storytelling bekommen. Dann habe ich zwei Mal verloren.

"Nachhaltige Entwicklung ist ein Kulturauftrag"

Joachim Borner forscht am Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung zur Kommunikation von Nachhaltigkeit. In seinem Beitrag wünscht er sich medial mehr Zusammenhänge und weniger Banalisierung. *Und die Futur-2-Fähigkeit: Vorstellungskraft für das, was gewesen sein wird. (2019)*

Autor: Dr. Joachim Borner

Nachhaltige Entwicklung kann man mit den bekannten drei Säulen oder mit dem Dreieck beschreiben. Sollte man aber nicht. Schon deshalb nicht, weil weitere Säulen fehlen (wie die Politik oder die Kultur). Andererseits geben diese Zugänge zwar Managementregeln vor – wie z.B. die, dass nur so viel an erneuerbaren Ressourcen genutzt wird, wie Quellen und Senken reproduzieren können – aber wie Konflikte zwischen der wirtschaftlichen, der ökologischen und der sozialen Effizienzbetrachtung gelöst werden oder wie durch welche Spielregeln die Wachstumsdominanz der Ökonomie domestiziert wird, läßt sich nicht beantworten.



Dr. Joachim Borner ist Gründer des KMGNE – Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung (KMGNE) und forscht zu Bildung und Kommunikation nachhaltiger Entwicklung, etwa auch im Rahmen des CCCLab – Climate Comunication and Cultur Laboratorium. (Quelle: privat)

Nachhaltige Entwicklung kann man an critical loads orientieren. das kann man wirklich. Man kann damit sagen: Hier überschreiten wir Grenzen - zuviel Cadmium ist im Boden, zu viel Feinstaub in der Luft, zu viel Nitrat im Trinkwasser usw. Es sind Grenzwerte, aber wie viele brauchen wir? Unendlich viele – und selbst das ist zu wenig.

Warum? Weil wir mit Grenzwerten nicht nur das Systemverhalten der Natur, der Wirtschaft, der nationalen Gesellschaften, der globalen Gemeinschaft erfassen, sondern es auch begreifen und damit steuern können. Und – das macht das alles noch komplizierter - mit Grenzwerten oder critical loads wissen wir mehr oder weniger, was wir nicht tun sollen. Es sind Leitplanken oder warnende Syndrome. Aber was wollen und sollen wir innerhalb dieser Leitplanken tun?

Wir müssen uns Alternativen vorstellen können

Das ist ein wesentlicher Zugang: Er ist präventiv. Aber er ist nicht prognostisch und epistemisch (zwangsläufig und aus der Erfahrung abgeleitet) präventiv sondern heuristisch präventiv! Das meint, dass wir - wenn wir klug sind nicht darum herum kommen, uns Zukunftsalternativen vorzustellen und auf dieser breit kommunizierten Basis in großen gesellschaftlichen Kontroversen aushandeln, welche der Alternativen wir prinzipiell wählen wollen. Das ist methodisch ein anstrengender Lernprozess, denn wir müssen "nicht einfach Wünsche oder Visionen" formulieren sondern kulturell eine Alternative im Futur 2 beschreiben. "So möchten wir gelebt haben" – das ist die Verantwortungskomponente: Wir leiten jetzt (!), weil wir in einem großen gesellschaftlichen Dialog und einer Kontroverse die für uns passende Alternative gewählt haben, konsequent die Schritte der Transformation ein, die wir gehen müssen, um in die Nähe unserer Zukunftsalternative zu gelangen.

Zur Diskussion stehen idealerweise bei den Szenarien möglicher Zukünfte nicht Fragen des Overshoot-Day (das ist der Tag im Jahr an dem wir alle biotischen Ressourcen, die die Natur innerhalb eines Jahres produziert verbraucht haben, heute im August). Es geht auch nicht um Fragen zu den Kippschaltern in Natur und Gesellschaft - wo der Monsunmechanismus in Asien oder die Golfstrompumpe nicht mehr wie Jahrtausende lang üblich funktioniert oder wo die sozialen Systeme Migranten aus Dürre- und Armutszonen nicht mehr aufnehmen können. Das hat die Menschheit begriffen! Drei oder vier Erden haben wir nicht.

Leider ist dieser sehr naheliegende, sinnvolle, kluge und friedensstiftende Handlungsansatz der Politik bei den internationalen Klimakonferenzen seit Kopenhagen nicht zu sehen. Wir steuern z.B. auf +4 Grad und knappste Ressourcen an seltenen Erden, Kupfer, Lithium etc. zu.

Nachhaltige Entwicklung ist ein Kulturauftrag

Wie können wir jetzt (wo noch knappe Zeit zum

gesellschaftlichen Begreifen und Lernen und Üben besteht) Spielregeln, kulturelle und politische Vereinbarungen in regionalen Verbünden und in der globalen Gesellschaft entwickeln, die uns verpflichten, in den Anstrengungen der Klimaanpassung und Katastrophen der Klimafolgen solidarisch miteinander umzugehen? Der Taifun Catarina war 2004 deshalb (auch) so desaströs, als dass er die Aufkündigung traditioneller kultureller Handlungsorientierungen und -gebote auslöste. In Deutschland gelten dagegen das Oder- und das Elbehochwasser als positive Beispiele für kulturelle Widerstandspotentiale gegen Bedrohungen. Das ist sicher richtig aber man sollte die Beispiele vorsichtig nutzen.

Nachhaltige Entwicklung ist keine Roadmap für gezielte (Geo-)Ingenieurleistungen mehr. Es ist so offenkundig, dass technische Reparaturen am Selben nicht die wirklich existentielle Bedrohung unserer Kultur beruhigen. Das wäre vielleicht noch eine nette Illusion zu Zeiten des Club of Rome Berichts "Grenzen des Wachstums" gewesen. Jetzt nicht mehr.



Bis auf wenige Ausnahmen finden wir

aber keinen Erzählansatz der die "big story der nachhaltigen Entwicklung" erzählt.

Nachhaltige Entwicklung ist aus meiner Erfahrung in erster Linie nicht durch technische Innovationen, verfeinerte Grenzwerte und staatliche Regelsysteme, sondern durch kulturelle Selbstermächtigung gebildeter Nationen sowie ihrer Bürger und ihrer (neuen) Institutionen zu erreichen. Um autodidaktische Selbstermächtigung bei der Steuerung des Raumschiffs Erde geht es - wofür es keine Bedienungsanleitung gibt. Um Gestaltungskompetenzen und -vermögen hinsichtlich einer gesellschaftlich kontrovers

ausgehandelten Zukunftsalternative dreht sich der "große Transformationsprozess", der zu nachhaltiger Entwicklung oder Klimakultur lenkt.

Nachhaltige Entwicklung wird in den Medien banalisiert

Zur Nachhaltigkeits-Debatte in den (öffentlichen) Medien ist meine Wahrnehmung sehr, sehr ambivalent. Einerseits ist "nachhaltige Entwicklung" angekommen. Umweltverantwortung, Abfalltrennung, Feinstaub, Klimaanpassung und Energiewende sind aktuelle Themen. Bis auf wenige Ausnahmen finden wir aber keinen Erzählansatz der die "big story der nachhaltigen Entwicklung" erzählt. Nachhaltige Entwicklung wird banalisiert und reduziert zu einfachem Umweltverhalten und zu traditionellen Fortschrittsbeschreibungen, etwa: Wir haben zu viel CO2 (aus der Braunkohle) – also verpressen wir das in den Boden.

Geoengineering ist da die weitreichende Botschaft. Meist ist die Konnotation: Wir finden/wir haben eine technische Lösung, die das/alle Probleme entschärft und Du kannst mitmachen bei Lohas etc. Es sind nicht diese Erscheinungsformen des Wandels, die journalistischen Arbeiten nutzen vielmehr das unmittelbar Problematische. Die nun wirklich existentielle Frage der Klimafolgen wird dann im Ranking mit der Finanzkrise, dem demografischen Wandel, der Ukrainekrise, der Pflegeversicherung und dergleichen abgehängt und zwar wider besseres Wissens. Das ist bei der Energiewende der Fall - wo die Wende und mit ihr eine positive Energieressourseneffizienz möglicherweise ausgehebelt wird. Für die journalistische Verantwortung besteht die Aufforderung, die richtigen Fragen zum Problem (an die richtigen Leute) zu stellen. Nicht Fragen zu einer technologischen Lösung, die das Problem nicht tangiert.

Der öffentliche Diskurs beginnt sich zaghaft diesen Fragen zu öffnen. Es gibt einzelne Wissenschaftsformate im Fernsehen, die sich aus sehr unterschiedlicher Perspektive dem Nachhaltigkeitsding stellen – Gallileo von Pro 7 zum Beispiel. Es gibt im Bereich der Blogs und der sozialen Netze eine Vielzahl spannender Diskussionen zur nachhaltigen Entwicklung – nur nicht unter diesem Titel. Für beides - für neue Medienformate (Telenovela) und für neue Medien (Web 2.0) muss sich Nachhaltigkeitskommunikation öffnen; für die höchst spannenden Themen hochkomplexer und dynamischer Transformationen (wie der Klimawandel) muss sich Journalismus begeistert qualifizieren und neue Kooperationsformen mit der Wissenschaft aber auch anderen Wissenstypen und Wissensträgern suchen. Was dort transdisziplinäre Erforschung der Welt heißt könnte in der Kommunikation "transmediale Narration" bedeuten.

"Wir brauchen stille Klimahelden"

Was denken Umweltjournalisten über den Klimawandel – und darüber, wie Medien das Thema berichten? Welche Kniffe kennen Sie, um Erwärmung und Extremwetter attraktiver für das Publikum zu machen? Ein weiteres Gespräch aus der Interviewserie "Klimageschichten", diesmal mit Peter Carstens von Geo.de. (2019)

Autor: Paul Schönwetter

Herr Carstens, Sie arbeiten als Journalist selbst oft zu Klimathemen. Wie wird denn aus Ihrer Sicht generell darüber in **Deutschland berichtet?**

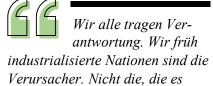
Das Thema ist in den Medien insgesamt abgekühlt – und zwar schon seit einigen Jahren. Es gab verschiedene Klimakonferenzen, deren Ergebnisse enttäuschend waren. Und das, obwohl das Thema nicht an Dringlichkeit verliert. Es wird zwar noch berichtet, das hat man etwa auch vor der Pariser Konferenz gesehen, da war der mediale Aufwand rekordverdächtig – aber trotzdem spielt der Klimawandel in unserem täglichen Leben keine nennenswerte Rolle. Wir leben weiter wie bisher - was wir nicht tun sollten, wenn wir den Klimawandel tatsächlich bekämpfen wollen.

Wie kommt es zu diesem Widerspruch?

Ich glaube, wir sind ein bisschen Klimawandel-müde. Man kann das auch am Symboltier des Klimawandels, dem Eisbären, sehen. Irgendwann mochte man diesen Eisbären, der auf seiner schmelzenden Scholle auf dem Wasser trieb und traurig zu dem Fotografen rüber guckte, einfach nicht mehr sehen. Traurig, aber wahr: So, wie *Ursus maritimus* vielleicht tatsächlich bald von der Erdoberfläche verschwunden sein wird, ist er schon jetzt aus den Medien verschwunden.

Wo gibt es für Sie noch Defizite in der Klimaberichterstattung?

Bei dem, was wir selbst tun können, um den Klimawandel zu bewältigen. Wo wir aktiv werden können und müssen, weil die Wirtschaft nicht weiterwachsen kann oder darf. Denn es gibt einen offensichtlichen Zusammenhang Wirtschaftswachstum zwischen und Emissionen. Es deutet inzwischen sehr viel darauf hin, dass wir den eingeschlagenen Wachstumspfad nicht weiter gehen können, wenn wir es mit dem Klimaschutz ernst meinen. Und ich glaube, dass die Medien da in einer besonderen Verantwortung sind, diesen Punkt herauszustellen.



jetzt ausbaden müssen

Gibt es denn Medien, die das vielleicht tun und insgesamt das Klimathema hochhalten?

Es gibt Medien, in denen das Thema eine größere Rolle spielt, einfach, weil für sie das Thema globale Gerechtigkeit eine größere Rolle spielt, etwa die "taz". Es gibt aber auch ganz spezielle Angebote "klimaretter.info" klimareporter.de, Anm. de. R.), die sich ganz explizit dem Thema verschrieben haben - mit einer ganz klaren Haltung, was ich sehr gut finde.

Journalisten mit Klimahaltung, geht das?

Ja. Ich bin nämlich nicht der Meinung, dass man beim Thema Klimawandel auch noch den letzten Klimaleugner zu Wort kommen lassen muss, um die Berichterstattung ausgewogen zu gestalten. Schließlich sind sich 97 Prozent aller Klimaforscher darin einig, dass der Klimawandel stattfindet – und dass der Mensch dafür verantwortlich ist.



Peter Carstens ist Redakteur bei GEO.de und dort zuständig für die Rubrik Natur und Umwelt. (Quelle: privat)

Ausgewogenheit als Unausgewogenheit! Welche Klimaaspekte könnten Journalisten denn noch stärker betonen?

Ich glaube, die Fakten über die Ursachen und Folgen des Klimawandels liegen auf dem Tisch und sind auch medial breit behandelt worden. Was man noch klar machen muss – und das ist vielleicht das Schwierigste: Wir alle tragen Verantwortung. Wir früh industrialisierte Nationen sind die Verursacher. Nicht die, die es jetzt

ausbaden müssen. Das sind vorwiegend arme Regionen und Nationen, etwa Bangladesch oder die kleinen Inselstaaten. Diese Verantwortung gesellschaftlich anzuerkennen, ist ein Problem, solange klimaschädliche Lebensstile cool sind – und weit davon entfernt. sanktioniert zu werden.

Wie aber rückt man diese Verantwortung stärker in den Mittelpunkt?

Es ist eine moralisch paradoxe Situation. Denn es reicht einfach nicht, Innovationen und Effizienzsteigerungen zu fordern, Elektroautos mit Steuergeldern zu subventionieren, sondern wir müssen an unserem Lebensstil etwas ändern. Das ist ein heißes Eisen, weil die Menschen das nicht hören wollen. Deshalb zögern auch die Medien, das Thema aufzugreifen, offensiv anzugehen oder mit Positivbeispielen zu belegen. Dabei gibt es Beispiele en masse von Menschen, die Ressourcen schonen, energiearm und dabei super leben dabei: stille Klimahelden, die keine großen Aktionen zelebrieren, sondern das tun, was uns allen gut anstünde, nämlich weniger Ressourcen und weniger Energie verbrauchen.



Für die ganz ausgeruhten, langen Repor-

tagen – aber das gilt nicht nur für die Klimaberichterstattung – ist immer weniger Platz, Geld und Zeit da

Und diese Helden könnten die Berichterstattung attraktiver machen?

Ja. Man könnte eben etwas andere, stillere Klimahelden porträtieren oder zeigen, dass das CO2-arme Leben sehr, sehr viel besser sein kann als ein CO2-intensives Leben. Entspannter, relaxter, kreativer, sozialer. Das könnte man herausstellen. Es ist eher ein Lebensstil, den man promoten kann,

wofür man gute Beispiele finden müsste. Es sind keine Sensationsgeschichten. Zurzeit scheint es noch interessanter zu sein, Geschichten über Wissenschaftler und ihre innovativen Ideen zu erzählen als Geschichten von Menschen, die sich entschlossen haben, ihr Auto zu verkaufen und nicht mehr zu fliegen.

Sie haben ein Buch geschrieben – worum geht es?

Das Buch ist sehr faktenorientiert. Aber ich erzähle auch kleine Geschichten. Etwa die von Claude Lorius, der entdeckte, dass man das Klima vergangener Jahrtausende anhand von Luftbläschen rekonstruieren kann, die in uraltem Gletschereis eingeschlossen sind. Im zweiten Teil des Buches gebe ich Tipps für ein klimaschonenderes Leben - mit dem man übrigens eine ganze Menge Geld sparen kann. Das sollte natürlich nicht die Hauptmotivation sein, aber es ist für viele Menschen sicher ein guter Anreiz, anzufangen. Wenn es um Vermögen, Steuern etc. geht, werden die meisten Menschen hellhörig.

Fakten und Geschichten - welche Rolle spielt denn das Geschichtenerzählen im Klimaund Umweltjournalismus derzeit?

Nach meiner Wahrnehmung gibt es vor allem einen Trend, der die Textlängen betrifft. Es gibt mehr kürzere Geschichten. Für die ganz ausgeruhten, langen Reportagen aber das gilt nicht nur für die Klimaberichterstattung – ist immer weniger Platz, Geld und Zeit da. Die Tendenz geht klar in Richtung "Wissenshappen". Auch in "Geo" gibt es Klimageschichten im engeren Sinne nur noch sporadisch. Eine der letzten größeren Geschichten drehte sich um den Paläoklimatologen und Gletscherforscher Lonnie Thompson. Aber das ist inzwischen auch schon wieder Jahre her. Das Thema hat offenbar auch für Leitmedien an Attraktivität verloren.

Fallen Ihnen besonders gelungene Beispiele von Klimageschichten ein?

Spannend finde ich vor allem längere Darstellungen – wie das sehr engagierte und faktenreiche Buch "Die Entscheidung. Kapitalismus vs. Klima" von Naomi Klein oder das kämpferische "Selbst denken" von Harald Welzer. Welzer hat den Vorteil, dass er uns mit dem Blick des Soziologen mit der Nase auf die Inkonsequenz unseres eigenen Handelns stößt - und Lösungsstrategien aufzeigt.

Was ist für Sie insgesamt die größte Herausforderung für den Klimajournalismus?

Ich denke, dass Journalisten und Medien verstärkt nach Wegen suchen müssen, wie sie die Themen "gesellschaftlicher Wandel" und die Verantwortung der Industrienationen und jedes Einzelnen neu aufbereiten können. Wie man dem Menschen die Angst davor nehmen kann, dass ihm etwas weggenommen werden soll, dass er weniger von allem verbrauchen soll. Zurzeit geht ja die Angst um in Europa. Da ist es natürlich noch schwieriger, den Leuten zu vermitteln, dass sie ihren Lebensstil ändern, auf Dinge verzichten müssen. Nicht, weil so viele Flüchtlinge zu uns kommen – sondern weil wir schon lange auf zu großem Fuß leben, zu hohe Emissionen haben, weil wir so oder so mehr teilen müssen. Hier könnten die Medien mit gut erzählten, positiven Beispielen aufzeigen, wie und warum ein CO2-armer Lebensstil auch zu mehr Genuss und Lebensfreude führen kann.

"Die Natur achtet nicht darauf, wie langsam die Klima-Bürokratie ist"

Norwegen ist ein naturbelassenes Land. Gerade einmal 113 Einwohner bewohnen durchschnittlich einen Quadratkilometer. Dennoch wird das Thema Klimawandel in Norwegen unter wirtschaftlichen Aspekten diskutiert, sagt Andreas Ytterstad. (2017)

Autor: Moritz Belmann

Herr Ytterstad, wie berichten die norwegischen Medien über den Klimawandel?

Das hat sich sehr geändert. Früher diskutierten Klimaskeptiker mit den Menschen darüber, ob es überhaupt einen menschengemachten Klimawandel gibt. Das ist mittlerweile Konsens. Die Debatte hat sich weg entwickelt von der wissenschaftlichen Perspektive. Sie ist heute deutlich politischer.



Der Professor am Oslo University College hält dort ein Seminar zum Thema Natur- und Klimajournalismus. Für Grüner-Journalismus ordnet er die aktuelle Berichterstattung in Norwegen über den Klimawandel ein. (Quelle: Privat/Twitter)

Was bedeutet das?

Das geflügelte Wort ist "Green Shift", also eine Orientierung auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Das betrifft vor allem die Wirtschaft. Wir erleben in Norwegen gerade einen Strukturwandel. Zum Beispiel steigt die Arbeitslosigkeit in der Ölförderung, weil stattdessen erneuerbare Energien an Bedeutung gewinnen. Das wird in der Berichterstattung auch thematisiert – es steht also im

Vordergrund, welche Auswirkungen und Anpassungen der Klimawandel nach sich zieht.

Das ist zunächst ja positiv. Gilt das für die ganze Medienlandschaft?

Nein, grundsätzlich beschäftigen sich in den großen Medienhäusern nur wenige Journalisten mit dem Thema Klimawandel und schreiben auch darüber. Die Zeitungen "Aftenposten" und "Dagsavisen" sind da die Ausnahme. Sie haben dafür sehr erfahrene Journalisten.

Woran liegt das?

Vor allem die Boulevardmedien glauben heute, dass der Klimawandel ein Thema von gestern sei. Vor zehn Jahren war er noch in aller Munde, als Al Gore seinen Film "eine unbequeme Wahrheit" über die globale Erwärmung in die Kinos brachte. Aber mittlerweile ist das anders. Das ist mir auch aufgefallen, deshalb habe ich den Direktor des Norwegischen Senders TV2 interviewt. Er sagte mir: Die Menschen interessieren sich nicht für den Klimawandel und deshalb reden wir nicht darüber.

Gibt es deshalb Defizite in der Berichterstattung?

Ich weiß gar nicht, wo ich da anfangen soll. Wie schon erwähnt, glaube ich, dass der Journalismus in dieser Frage der Politik folgt. Wenn es ein politisches Ereignis gibt, wird mehr über den Klimawandel berichtet. Dabei ist mein Verständnis vom Journalismus ein anderes. Der Journalist sollte frei sein in seiner Themenwahl und über das berichten, was ihn

bewegt. Journalisten müssen unabhängig sein in ihrer Funktion als Wächter der Demokratie. Aber es gibt die Tendenz, dass die Themensetzung sehr von der Politik abhängt. Deshalb wird auch nur über den Klimawandel berichtet, wenn er Teil des politischen Spiels ist. Ein norwegischer Journalist hat es vor einigen Jahren auf den Punkt gebracht. Er sagte: Journalisten müssen über den Klimawandel berichten, wenn es Wendepunkte in der Natur gibt. Nicht wenn es Wendepunkte in der Politik gibt. Die Natur achtet nicht darauf, wie langsam die Klima-Bürokratie ist.



Ich glaube, Storytelling stößt an seine

Grenzen, bei zu komplexen Themen

Zur Aufgabe der vierten Gewalt gehört es auch, vernachlässigte Themen wieder in gesellschaftlichen Diskurs zu heben. Ist das in diesem Fall möglich?

Natürlich, unsere Medien sind ja nicht homogen oder gleichgeschaltet. Teile des Journalismus stehen zwar der Regierung und politischen Entscheidungsträgern nahe, aber andere wiederum verteidigen den kleinen Mann und berichten über Ungerechtigkeiten. Dazu zählen auch Umweltprobleme. Ich bin mir sicher, dass Journalisten und Medienhäuser seriös und auch systematisch über den Klimawandel als großes Thema nachdenken. Sie erkennen Probleme und sprechen diese an.

Nennen Sie ein aktuelles Beispiel.

Es gab in der jüngeren Vergangenheit eine heftige Debatte über die Erweiterung der norwegischen Ölfelder. Die Medien spielten dabei eine tragende Rolle, indem sie das Thema aufgenommen und den gesellschaftlichen Diskurs befördert haben. Früher wäre das untergegangen, darin sind auch die Erfolge der letzten Jahre zu sehen: Nur weil der Journalismus in den vergangenen Jahren Vorarbeit und Aufklärungsarbeit geleistet hat, herrscht heute in der Gesellschaft ein allgemeines Verständnis über den Klimawandel. So haben die Medien jetzt die Möglichkeit, die aktuelle Klimapolitik zu kritisieren.

Klimawandel ist nicht sexy - mit welchen Darstellungsformen erreichen Sie den Leser am besten?

Es gibt zwei Wege, den Klimawandel zu erklären. Es führt kein Weg dran vorbei, dass die Fakten logisch und verständlich erklärt werden. Das ist die traditionelle Herangehensweise des Wissenschaftsjournalismus. Auf der anderen Seite können sich Journalisten auf Storytelling und Bilder konzentrieren. Das Ziel ist es dann, den Leser emotional zu berühren, dieser soll sich betroffen fühlen, von den globalen Entwicklungen. Beides sind erfolgsversprechende Ansätze.

Ohne Einschränkung?

Nein, ich glaube, Storytelling stößt an seine Grenzen, bei zu komplexen Themen. Ich muss den Klimawandel als politisches, wirtschaftliches und gesellschaftliches Problem sehen, denn das ist es nun mal. Ich sage das nicht, um Befürworter des Stroytellings vor den Kopf zu stoßen. Ich möchte nur sagen, sie sollen einen realistischen Blick haben, was sie wirklich erreichen können, wenn sie anders berichten oder Bilder anders

zeichnen. Ich vertrete den Ansatz der Realität. Journalismus sollte realistisch sein, denn er behandelt Themen, die Themen, die wahr und wichtig sind. Und die Wahrheit muss meiner Meinung nach mit Fakten und Statistiken erzählt werden.

Storytelling ist also überbewertet?

Ja, würde ich schon sagen. Man muss ein Thema kennen lernen und durchdringen, bevor man darüber schreiben kann. Wenn man keine Zeit hat, das Thema ganz genau zu recherchieren, kann man ein toller Erzähler sein und mit Bildern und Wörtern hervorragend umgehen. Aber die Geschichte wird nicht unbedingt die Realität erzählen. Wenn man eine Geschichte erzählt, sollte die aber unbedingt die Realität reflektieren. Ich bleibe bei meinen realistischen Zielen des Journalismus.

Draußen unterwegs: Naturansichten eines Reisejournalisten

Wolf Alexander Hanisch, Reisereporter der "Zeit", bricht regelmäßig in die hintersten Ecken der Welt auf. Die Natur sei die "letzte Instanz", findet er. Im Interview mit Grüner-Journalismus spricht Hanisch über mit Windrädern vollgepackte Landschaften, verseuchte Bäche in Venezuela und Klamottenläden in den Moseldörfern. Dazu verrät er, wie man im Wald eine gute Geschichte findet. (2015)

Autor: Manuel Schubert

Herr Hanisch, Sie besteigen Fünftausender im Himalaya, zelten in der indischen Wüste und fahren vier Tage lang mit dem Fahrrad durch Neuseeland. Warum?

Zunächst ganz einfach deswegen, weil die "Zeit" mich dort hinschickt und ich so mein Geld verdiene. Aber natürlich bekomme ich das nicht geschenkt, sondern dafür, dass ich in diesen Weltgegenden Themen finde, vertiefe und in gute Geschichten ummünze. Und das ist der eigentliche Impuls: Ich will eine gute Geschichte schreiben.



Und was ist das, eine gute Geschichte?

Eine Geschichte oder eine Reportage ist im Großen und Ganzen dann gut, wenn sie verblüfft. Wenn sie die richtigen Fragen stellt und so zu originellen Antworten führt. Wenn sie neue, gewissermaßen unverbrauchte Perspektiven in einem Sujet entdeckt und durchexerziert. Wenn also der Leser nicht seine Stereotypen bestätigt bekommt, sondern wenn er auf lebendige und unterhaltsame Art Einsichten erhält, die gegen den Strich seiner Erwartung bürsten. Das muss eine gute Geschichte schaffen.

Auch wenn es um die Natur geht?

Prinzipiell auch dann. Allerdings ist das in diesem Fall schwieriger. Die Natur ist nun einmal eine Größe, an der es nicht so viel zu interpretieren gibt. Dennoch ist sie in aller Regel durchwirkt von Menschenwerk. Eine Kuh auf einer Wiese gäbe es ja gar nicht, wenn der Mensch sie nicht gezüchtet hätte. So kommen dann Facetten ins Spiel, die schon Verblüffungspotenzial in sich tragen.

Und warum reisen Sie durch die Welt anstatt bequem aus dem Büro die Bundespolitik zu kommentieren?

Der Kirchenlehrer und Philosoph Augustinus von Hippo soll gesagt haben, dass die Welt ein Buch sei, und wer nie reise, kenne nur eine Seite davon. Das gilt in unserer globalisierten Welt, die alles mit ihrem Universalgeschmack durchtränkt, natürlich nicht mehr so sehr wie zu Augustinus' Lebzeiten in der Spätantike. Aber wer sich bemüht, richtig hinzuschauen, kann auch heute noch viel Überraschendes entdecken rund um den Globus. Und wer das tut, schärft nicht zuletzt seinen Blick für die Phänomene zu Hause. Bestimmt auch für eine so aufgeblasene Angelegenheit wie die Bundespolitik.

Hoffen Sie, dass sich der Leser direkt an den Ort wünscht, die Sie beschreiben?

Wenn ein Text so einen Impuls auslöst, ist das schön. Aber notwendig ist es nicht. Ich meine nämlich, dass auch Reisethemen das Recht haben, als sogenannte Lesegeschichten zu enden. Wenn mir jemand sagt: "Das ist ja wahnsinnig spannend, aber wissen Sie was? Da möchte ich im Leben nicht hin!", finde ich das sogar mitunter gut, weil ich quasi stellvertretend für ihn an einen Ort gehe, den er gar nicht am eigenen Leib erleben will. Dabei ist die Wahrnehmung häufig bei ein- und demselben Text völlig unterschiedlich. So war das unlängstbei einer Geschichte über einen Ort in Belize: Die hat die Caribbean Tourism Organization ausgezeichnet, aber Freunde sagten dazu: "Nee, sehr gern gelesen, aber muss ich nicht haben."



Deswegen ist genau dies die vielleicht

zentrale Herausforderung des Reiseiournalismus: nämlich die Dinge auch da mit einer gewissen Sympathie betrachten zu können, wo sie eigentlich unsympathisch sind

Kämpfen Sie mit Ihren Texten für etwas – beispielsweise für den Erhalt der Natur?

Nein. Der erigierte Zeigefinger tut einer Reportage nie besonders gut, glaube ich. Allerdings sollen meine Texte etwas in den Lesern zum Klingen bringen, das schon. Und wenn das gelingt, ist die praktische Relevanz nie fern. Das darf aber nicht zu vordergründig passieren.

Was ist dann Ihre Motivation? Dass der Leser durch Ihre Geschichten die Natur wieder lieben lernt?

Ach Gott, die Natur lieben! Ist das nicht ein bisschen trivial? Wir sind ja selbst Natur. Und gleichzeitig auch wieder nicht. Ich meine das im Sinne des Soziologen Talcott Parsons, der vom Menschen als einem "kulturellen Tier" sprach. Als das sind wir nun einmal darauf aus, die Natur zu beherrschen. Und dagegen ist nichts zu sagen. Die Natur an sich ist ja nicht nur schön und liebenswert, sondern kann auch entsetzlich und grausam sein. Das meinte ich übrigens vorhin unter anderem, als ich von Texten sprach, die gegen den Strich bürsten sollen. Wer davon ausgeht, dass die Natur genuin gut und freundlich ist, vergibt sich die Chance, auch ihre dunklen Seiten zu erkennen und zu beleuchten. Die sind oft sogar spannender.

Versuchen Sie also eher, die dunkeln Seiten eines Themas heraus zu destillieren?

Das versucht der Journalismus in seiner Tendenz ja schlechthin: "Only bad news are good news".



Die Natur ist die letzte Instanz. Aber ist sie

deswegen zwangsläufig gleichbedeutend mit Gott?

Gilt diese Faustregel auch für **Ihre Arbeit?**

Manchmal. Aber häufig gilt sogar ihr Gegenteil. Und das ist nicht nur bei meiner Arbeit so, sondern bei guten Reisereportagen schlechthin. Genau das macht Reisereportagen im Übrigen schwieriger, als viele denken. Schauen Sie, ich habe unlängst einen ziemlich wohlwollenden Artikel über die Mosel geschrieben, auf den ich sehr viele begeisterte Zuschriften erhielt - von Moselanern und anderen, durchaus kritisch gesinnten Lesern. Das ist bei diesem Thema nicht selbstverständlich. Denn die Mosel ist eine Gegend, die nun wirklich eine Menge Klischees bedient. All die Sauffahrten, von denen schon Tucholsky berichtete, der biedere Campingtourismus, die Horden von Kegelclubs sind ja Legende. Viele Schreiber können diesen negativen Reizen einfach nicht widerstehen. Die hauen drauf und glauben, das ist es dann. Ist es aber nicht. Denn spannend wird die Sache ja erst, wenn man die Kulissen hinterfragen und so beispielsweise begreifen kann, dass in den Moseldörfern Zeitreisen in eine Art Heinz-Erhardt-Deutschland möglich sind. Und dass diese Zeitreisen nur gelingen, weil die Mosel sich äußerst behutsam verändert – hier kauft man immer noch nicht bei H&M ein, sondern in Läden, die "Topsy Junge Mode" heißen. Dieses Verschnörkelte, dieses Tantenhafte, Draußen-nur-Kännchendieses Ding ist etwas, was einen herrlich melancholisch stimmen kann. Natürlich ist das spießig. Aber es ist wunderbar.

Sie versuchen doch nicht etwa, negative konnotierte Dinge ins Positive zu drehen?

Nein, nein! All das Wohlwollen funktioniert ja nur, wenn die Kritik nicht zu kurz kommt. Nur muss die eher durch den Text summen als in ihm herumbrüllen. Die polemische Kritik ist billig, das kann jeder. Deswegen ist genau dies die vielleicht zentrale Herausforderung des Reisejournalismus: nämlich die Dinge auch da mit einer gewissen Sympathie betrachten zu können, wo sie eigentlich unsympathisch sind.

Aber weshalb?

Weil es interessant ist. Das allein reicht schon.

Nochmal: Alles mit einer gewissen Sympathie zu sehen – müssen Sie da als Journalist nicht neutraler sein?

Man muss unabhängig sein, klar. Aber neutral? Nicht unbedingt. Es ist doch so, dass die Wahrheit nie von selbst zum Vorschein kommt. sondern nur durch Ihre Inszenierung. Das heißt, wenn Sie ziemlich sichergehen wollen, etwas Langweiliges zu produzieren, dann schreiben Sie chronologisch und deskriptiv das hin, was Ihnen widerfährt. Das kann sogar funktionieren. Aber meistens kommt Schrott dabei heraus. Wenn Sie jedoch gute Arbeit abliefern wollen, dann interpretieren Sie ihr Material, bohren es auf, schneiden es auseinander und setzen es neu zusammen. Kreativität statt Schema

Okay, Sie haben gewonnen...

...und Sie offensichtlich verstanden, was ich meine. Nämlich, dass es im Reisejournalismus darum geht, in die Dinge hineinzukriechen, sie neu zu denken, ihnen einen Effekt zu geben.



Wolf Alexander Hanisch ist 51 und arbeitet als freier Journalist in Köln. Er betreibt dort ein Textbüro und schreibt unter anderem für die "Süddeutsche Zeitung" über Wirtschaft und Philosophie. Als Reisereporter arbeitet Hanisch exklusiv für den Reiseteil der "Zeit". (Quelle: privat)

Zurück zur Natur: Haben Sie den Eindruck, dass die Deutschen ihre Natur zu schätzen wissen?

Diesen Eindruck habe ich ganz und gar nicht. Auch wenn sich jeder Mülltrenner hierzulande für den größten Naturfreund überhaupt hält. Die Deutschen sind dafür wahrscheinlich zu pragmatisch, eine Ingenieursnation voller

Technikerseelen. Und das in einem Land, das Romantiker wie Novalis, Caspar David Friedrich oder Mendelssohn-Bartholdy hervorgebracht hat. Das ist ein Punkt, der mich immer wieder beschäf-

Wann werden Sie damit konfrontiert?

Ich werde damit konfrontiert. wenn ich sehe, wie Deutschland sich mit Windparks ästhetisch kastriert. Schauen Sie sich die Eifel an, den Hunsrück, Teile Frankens, die Küsten und viele andere Gegenden - überall werden gigantische Turbinen hingestellt, wird die Landschaft ohne mit der Wimper zu zucken industrialisiert. Wir haben nach dem Krieg den Rest unserer Städte ans Messer geliefert, indem wir Stadtautobahnen durch sie geschlagen und anderen Wahnsinn gebaut haben. Und nach Fukushima ist nun die Landschaft dran. Ich bin weiß Gott gegen Atomkraft, aber müssen deswegen die Reize deutscher Regionen konsequent unter die Räder kommen? Dieses Land begreift die Natur nur ökologisch und ist offensichtlich nicht in der Lage, ihre ästhetische Dimension zu erkennen. die sich als Landschaft äußert. Hier werden unbedingt notwendige Rekreationsräume zunichte gemacht, wird letztlich an einer Art Nabelschnur zwischen uns und einer wichtigen Quelle von regionaler Identität gesägt. Diese regionale Identität aber ist gerade heute wichtig. Und sie ist ohne charakterstarke Landschaften nicht zu haben.

Meinen Sie wirklich?

Aber natürlich. Was diesen Punkt betrifft, haben die Menschen hierzulande kein Maß. Mich macht das regelrecht aggressiv. In Neuseeland bin ich für eine Geschichte mit dem Fahrrad durch die Südinsel gefahren, und da wohnt nun wirklich fast keiner. Da sollten zwei Windparks entstehen. Daraufhin gab es einen Sturm der Entrüstung, der so lange anhielt, bis das Projekt gecancelt wurde. Hier regt sich Widerstand nur dann, wenn Windräder zu nah an Siedlungen rücken. Die landschaftliche Integrität, die die protestierenden Neuseeländer im Sinn hatten, scheint hier kaum jemanden zu interessieren.

Für Ihre Reportage über ein Windrad in Bayern erklommen Sie die Spitze und schrieben anschließend ein paar schöne Sätze über das Licht, das dort durch die Wolken brach: "Als Kind glaubte ich, hinter diesem Glanz wohne Gott. Jetzt fällt mir auf, dass ich gegen diese Vorstellung bis heute machtlos bin."

Das ist in der Tat sehr schön! (lacht)



Nein, private Urlaube interessieren mich in

der Tat nicht sehr

Glauben Sie, dass die Natur etwas Göttliches hat? Etwas, womit der Mensch vielleicht doch nicht machen darf, was er will?

Die Natur ist die letzte Instanz. Aber ist sie deswegen zwangsläufig gleichbedeutend mit Gott? Ich weiß nicht. Als letztmögliches Refugium für religiöses Empfinden allerdings würde ich sie schon bezeichnen. Und angesichts der Natur, insofern haben Sie recht, kann der Mensch spüren, wie klein er ist, kann merken, dass er kritisch umgehen sollte mit seinen Ambitionen - sei es im Ruwenzori-Gebirge in Uganda, auf einer Insel im Südpazifik oder am Rand der großen Erosions-Show des Grand Canyon.

Herr Hanisch, was war bislang Ihre aufregendste Reise?

Da fallen mir viele ein. Ich erinnere mich beispielsweise an eine Reportage über die größte illegale Goldmiene der Welt im Süden

Venezuelas. Dort stoßen Sie tief im Dschungel auf wild gewucherte, wahllos aus Holz und zusammengezimmerte Kram Städte mit zigtausend Einwohnern. Es gibt Wohnhäuser, Bars, Bordelle, aber keine Polizei. Den Schnaps bezahlen viele direkt mit jenen Goldbröckehen, die sie tagsüber aus der Miene holen. Wer mehr findet, sollte schnell Reißaus nehmen, weil er sonst erschlagen wird.

Wie konnten Sie da ungestört recherchieren?

Ich und ein Fotograf waren Protegés eines deutschen Goldgräbers der dritten Generation - seine Großeltern kamen nach dem Ersten Weltkrieg aus dem Ruhrgebiet nach Las Claritas, so heißt die Miene. Er war um die 60, hatte weiße Haare und merkwürdig wasserblaue Augen. Alle besaßen einen Heidenrespekt vor ihm, glaubten, er könne zaubern. So konnten wir uns eine Woche lang umsehen und beobachten, wie man mit Dynamit riesige Explosientfachte. die Erde onen zerfleischte und nach dem Gold wühlte. Dabei verseuchte das für Goldsuche notwendige Amalgam die Bäche und mit ihnen viele Indianer, die im Urwald leben. Das alles ist ein riesiger, irrer Frevel. Regelrecht apokalyptisch und weiß Gott nicht schön. Aber natürlich hochinteressant.

Wie halten Sie das Gesehene fest, machen Sie sich Notizen und schießen Fotos? Oder können Sie sich alles einfach merken?

Ich mache manchmal ein paar Fotos, um mich zu erinnern, das ist wahr. Schreiben dagegen tue ich ständig. Können Sie sich an die Art erinnern, wie Jürgen Klinsmann Fußball spielte?

Ja. Wieso?

Klinsmann konnte seine Tore nur schießen, wenn er wie ein Bekloppter über den Platz zappelte. Ich habe ihn immer "Klinsmann, das Reh" genannt, er brauchte das für seine innere Spannung. Bei mir ist das mit dem Schreiben ähnlich. Ich notiere viel in meine Kladde, mehr als ich eigentlich brauche, das hält meinen Aufmerksamkeits-Tonus hoch. Und in diesem Zustand bekomme ich Dinge mit, die mir vielleicht sonst gar nicht auffallen würden. Jedenfalls bilde ich mir das ein.

Sie übernachten in edlen Hotels, für manche Geschichten wandern sie, für andere schwingen sie sich aufs Rad. Brauchen Sie überhaupt noch Urlaub?

Nein, private Urlaube interessieren mich in der Tat nicht sehr. Entspannend sind die Recherchen allerdings ganz und gar nicht. Alles, was Sie da erleben, läuft ständig durch eine Art Verwertungsreuse. Sie schauen immer: Was kann, was darf, was muss da hängenbleiben? Bei mir rattert da zudem unentwegt eine Maschine für Analogien und Interpretationen, die versucht, die Dinge in den Griff und auf den Punkt zu bekommen. Entspannt sind Sie dabei eigentlich nie.

"Verhaltensänderungen dauern sehr lange"

Seit mehr als 20 Jahren arbeitet Werner Eckert als Umweltjournalist: Nach seinem Studium durchlief er ein Volontariat beim SWR; kurz darauf wurde er dort fest angestellt. Im Gespräch mit Grüner Journalismus erklärt er, welche Klimathemen häufig unter den Tisch fallen – und warum die Klimaberichterstattung für Radiojournalisten besonders herausfordernd ist. (2019)

Autor: Lukas Blank

Seit mehr als 20 Jahren arbeitet Werner Eckert als Umweltjournalist: Nach seinem Studium der Publizistik. Kommunikationswissenschaften, Geschichte und der Soziologie machte er ein Volontariat beim SWR; kurz darauf wurde er dort fest angestellt. Im Gespräch mit Grüner Journalismus erklärt er, welche Klimathemen häufig unter den Tisch fallen – und warum die Klimaberichterstattung für Radiojournalisten besonders herausfordernd ist.



Im Gespräch: SWR2-Moderator Werner Eckert (Bild: SWR)

Wie beurteilen Sie die Mediendebatte zum Klimawandel in **Deutschland?**

Vielleicht ist das wichtigste Stichwort: nicht besonders nachhaltig. Sie ist sehr stark, jedenfalls sind die Massenmedien geprägt von einer gewissen Hysterie. Die Debatte kommt aber schnell zu kurz, vor allem wenn es um Schlussfolgerungen geht. Paris war sicherlich noch einmal ein riesiger Hype, da wird immer viel berichtet. Die Welt hat den Klimaschutz beschlossen, doch plötzlich sind die Strompreise zu hoch und müssen reduziert werden. Oder es stehen Braunkohle-Arbeitsplätze auf dem Spiel - oder, oder, oder. So

funktioniert eine Demokratie eben. Das ist völlig in Ordnung. Ich habe dagegen keine grundsätzlichen Vorbehalte, aber das führt dazu, dass es ein ständiges Hin und Her gibt und wenig Kontinuität. Die Aufgeregtheit ist dann sehr groß, nach dem Motto: "Huch der Klimawandel? Jetzt müssen wir aber dringend was dagegen tun." Statt mal konsequent zu sein und zu sagen: Wer eine Energiewende will, muss Windräder in Kauf nehmen.

Sie sagen, dass vor allem beim Thema Klimawandel meist punktuell zu Forschungsereignissen oder Klimagipfeln berichtet wird?

Ja, oder sehr häufig zu Wetterlagen. Das ist ja das "Allerwichtigste". Haben die Unwetter etwas mit dem Klimawandel zu tun? Daran hat sich in den letzten zehn Jahren nichts geändert. Ich sage immer: Die Rezeption eines Klimagipfels ist stärker davon abhängig, wie das Wetter in Deutschland war, als von der Bedeutung des Gipfels selbst.

Gibt es dennoch Medien, die positiv hervorstechen?

Ich finde, dass die Süddeutsche Zeitung relativ konstant ist. Sie pflegt das Thema nicht nur über die Zeit, sondern sie macht auch dieses Hin und Her nur bedingt mit. Wir bemühen uns, das im öffentlich-rechtlichen Radio auch zu machen.

Fallen manche Themen unter den Tisch, obwohl sie auf die Titelblätter gehören?

Ja. Beispielsweise, was die Energiewende letztendlich bedeutet: Was so eine richtige Wende ist und dass sich erst dann etwas zeigt, wenn wir mal über die 50 Prozent erneuerbarer Energien Marke gehen. Was wir derzeit haben, ist ja der Zubau erneuerbarer Energien. Außerdem fehlt zum einen eine gewisse Kontinuität und zum anderen der Wärme- und Verkehrssektor. Wir reden immer nur über die Stromwende.



Eine politische Öffentlichkeit. kann immer

nur ein bestimmtes Set an Themen verdauen. Das ist einfach zu viel auf einmal

Haben Sie eine Erklärung da-

Eine Öffentlichkeit, auch eine politische Öffentlichkeit, kann immer nur ein bestimmtes Set an Themen verdauen. Das ist einfach zu viel auf einmal.

Gäbe es einen Weg, das zu verbinden? Oder die Berichterstattung attraktiver zu machen?

Das versuchen wir jeden Tag, aber das ist zugegebenermaßen recht schwierig. Das größte Problem für Radio und Fernsehen ist ja, dass wir doch sehr stark im aktuellen Bereich unterwegs sind. Zeitungen können auch mal größere Hintergründe machen. Das ist für uns beim Radio tendenziell schwierig.

Inwieweit spielt Storytelling dabei eine Rolle?

Jeder Radiojournalist weiß: Wenn du etwas erzählen willst, musst du eine Geschichte erzählen. Ich weiß aber nicht, ob das in der Klimadebatte eine besondere Rolle spielt. Wenn das darauf anspielt, dass man Augenzeugengeschichten erzählt, wie die Insulaner auswandern müssen, glaube ich, dass diese Geschichten jetzt schon bei den meisten Menschen durch sind. Die fragen sich nur: "Wie? Sind die denn noch nicht weg von ihren Inseln?" Beim fünften Mal führt das zu gar nichts und ist einfach ermüdend. Neue Geschichten im Klimaschutz zu erzählen ist sehr schwierig, aber auch das ist nicht alles. Klima ist dann doch knackige Politik, Wirtschaft und manchmal Wissenschaft. Eine Geschichte ist auch gut, wenn sie auf eine Frage antwortet. "Wo stehen wir denn in der Energiewende?" - das ist eine gute Geschichte. Das hatten wir bei SWR3 einmal mit einer großen Energiewoche, wo wir jeden Tag mindestens drei Beiträge über den Stand der Energiewende im Programm haben. Das ist für so ein Massenprogramm ein richtig fettes Ding.



Es ist halt nicht mehr so einfach, Geschich-

ten zu erzählen

Gab es gelungene Geschichten zum Thema Klima?

Ja, 2003, von Nonnen aus Buenos Aires. Natürlich war das die Zeit, in der man erst mal klar machen musste: "Was ist denn Klimawandel?" und "Wie fühlt sich das für Betroffene an?". Das war zu dem Zeitpunkt auch sehr neu, sehr berührend und wichtig. Aber ich sage das jetzt sehr brutal. Das fühlt sich halt immer gleich "scheiße" an. Vieles ist inzwischen stärker differenziert. Also wenn man zum Beispiel über Klimaflüchtlinge

spricht, dann ist jedem denkenden Menschen klar, dass es keine reinen Klimaflüchtlinge gibt. Es gibt Flüchtlinge, deren Situation sich mit den Wetterveränderungen in Folge des Klimawandels so sehr verschärft hat, dass sie dadurch vielleicht den letzten Impuls kriegen. Aber wie gesagt, da sind die Menschen einfach ein bisschen raus.

Wie man weiter berichtet ist also schwieriger?

Die Frage ist doch heute viel mehr: "Was machen wir denn jetzt?" Und da ist es halt nicht mehr so einfach, Geschichten zu erzählen. Denn diese Geschichten gibt es ja zum Teil noch gar nicht. Wir müssen ja erst nach vorne gucken. Was heißt es denn, wenn wir fossile Energien in der industrialisierten Welt relativ zackig zurückfahren?

Können Geschichten es schaffen. Menschen zum Umdenken oder gar zur Verhaltensänderung bewegen?

Nein. Verhaltensänderungen, das habe ich mal in den Kommunikationswissenschaften studiert, dauern sehr lange.

"Wir müssen Formen der Verbundenheit erkunden, die andere Genres zulassen"

Andreas Weber ist Naturphilosoph, Autor und Journalist. Er ist ein deutscher Vertreter des "Natur Writing" und plädiert in seinen Büchern für eine neue Verbundenheit mit der Natur. (2018)

Autorin: Francine Heidt

Herr Weber, Sie schreiben über Umwelt und Natur, betrachtend aber auch erzählerisch, mit kleinen Geschichten, die etwa von Tieren. Pflanzen oder auch ihren Kindern handeln. Sie machen damit das auf hohem Niveau, wovon jeder heute spricht: Storytelling. Wie stehen Sie zu diesem Begriff?

Das ist wohl eher ein Symptom der Netto-Wursttheke: das Storytelling. Wobei ich damit nicht sagen will, dass ich etwas gegen Storys habe, im Gegenteil! Ich finde, wir brauchen mehr guter Geschichten; ich finde das im Prinzip gut. Aber ich finde, wenn Journalismus aufhört über die Wirklichkeit zu berichten, dann ist es Literatur. Journalismus hat einen Dienst an der Wahrheit zu verrichten. Auch eine journalistische Geschichte muss deshalb im Verhältnis zur Wirklichkeit stehen, und der Autor muss eine Haltung einnehmen. Eine Haltung, in der die Wahrheit gesagt wird. Lange Rede kurzer Sinn: Storytelling ist super, solange es sich der Wahrheit verpflichtet.



Nature writing befindet sich zwischen

Journalismus, Essay und Philosophie; es geht darum, über die Natur heraus schreiben

Und wie sehen Sie den Trend hin zum Erzählen - eine Gefahr, eine Chance?

In den ganzen Redaktionen, in denen viel auf Leserbefriedigung Wert gelegt wird, steht Storytelling im Zweifelsfall höher. Das ist aber für mich falsch. Wichtiger ist jemand, der in der Lage ist, eine eigene, klug beobachtete Position aufzubauen. Der muss nicht phantastisch schreiben können, das kann man ia noch redaktionell glätten. Solche Journalisten kenne ich noch von GEO. Das waren irgendwie geile Persönlichkeiten, die Standpunkte hatten und diese in Konferenzen laut polternd zum Ausdruck brachten. Außerdem ist der Ansatz auch zu einem Supermarktprodukt geworden: persönliche Geschichten mit möglichst literarischem Anspruch erzählen. Schon vor fünfzehn Jahren gab es diese Reportagenmode. Und New Journalism hat da auch viel mit zu tun.

Welche Rolle spielt er da, der New Journalism?

Eine nur ziemlich interne. Dieses ganze New-Journalism-Ding ist für mich ziemlich intern und hat mit dem Leser wenig zu tun. Redakteure bekommen Preise und schinden damit Eindruck, oder Redaktionen grenzen sich so voneinander ab. Die sollten besser ihre Verpflichtung gegenüber der Wirklichkeit ernster nehmen. Nur die ist eben unbequem, teuer und mühsam. Und es unterscheidet sich obendrein doch meist von wirklich guter Literatur. Es gibt wenige journalistische Geschichten, wenig Storytelling oder New Journalism, bei denen ich das Gefühl habe, dass es richtige Literatur ist. Mir kommt es mehr darauf an, dass eine Geschichte wirklich etwas bringt - dass sie eine neue Perspektive aufbaut oder jemanden zum Reden bringt, der gehört werden muss und nicht eine Autorenpersönlichkeit zeigt, die sich selbst als Schilderer von ergreifenden Umständen präsentieren

möchte. Der soll dann Bücher schreiben – finde ich auch geil.

Der erhobene Zeigefinger und Selbstüberschätzung als Gefahr des Erzählens?

Ja, aber das Problem ist noch wesentlich tiefer und vielschichtiger. Denn dieser erhobene Zeigefinger ist die paternalistische Seite einer Idee, nach der wir als Menschen und Lebewesen die Welt durch Kontrolle beherrschen können. Das ist nicht anderes als bei denienigen, die den erhobenen Zeigefinger hassen, weil sie hemmungslos ihre Freiheiten ausleben oder produzieren wollen, was auch immer sie wollen. Das ist nicht so unverwandt. Es geht eigentlich viel mehr darum, Formen von Verbundenheit zu erkunden, die dann auch ganz andere Genres zulassen würden.



Das aktuelle Buch von Andreas Weber heißt: "Sein und Teilen" und ist im transcript Verlag erschienen. (Quelle: Pantea Lachin)

Welche Genres bringen denn mehr Verbundenheit?

Was im Moment in Deutschland eine große Geburtswelle erlebt, ist ein angelsächsisches Genre, nämlich das nature writing. Wenn sie zum Beispiel auf die Seite von Matthes und Seitz gehen, dann sehen sie dort ganz viele Sachen. Und was ich in meinen Büchern mache, ist auch nature writing. Nature writing befindet sich zwischen Journalismus, Essay und Philosophie; es gaht darum, über die Natur heraus schreiben. Das ist persönlich, anspruchsvoll, auch spirituell oder waghalsig – aber eben keine Berichterstattung. Unter Umständen ist es vielleicht die Storytelling-Variante des Naturjournalismus.

Und wo findet sich diese Geburtswelle im Journalismus wieder?

Es existiert nicht in journalistischen Medien, und daran sehen Sie mal wie irre das alles ist. Denn nature writing, das ist wirklich erfolgreich. Als Beispiel dafür ist "H wie Habicht", das ist auf einem Bestseller-Platz - ein Buch über eine Freundschaft mit einem Habicht, geschrieben von einer Frau, deren Vater gestorben ist. Sehr sentimental, ziemlich viel Tier und das verkauft sich auch in Deutschland super. Und in England sowieso, als Non-Fiction-Literature geht das unheimlich. Sie können das aber in keinem Magazin machen. Das können Sie mir glauben, weil ich das immer mal wieder versuche – es geht nicht. Das machen die einfach nicht. Einfach zu konservativ.

Aber Sie glauben trotz aller Skepsis an die Chancen des Genres, warum?

Nature writing ist letztlich eine Erzählform, die viele Menschen ergreift und mitreist, die auch irgendwie Sinn macht. Und die auch dabei ist, unser Verhältnis zum anderen Lebendigen vielleicht neu auszuloten. Das gibt es im Journalismus nicht. Was man da machen kann - und was auch gerne genommen wird – ist dieses Aufhübschen mit ein paar Erzählelementen. Das muss man in Magazinen ja sogar. Wenn Sie eine Geo-Geschichte schreiben müssen Sie ja erzählen, das kann ja kein Bericht werden, sonst werden Sie da nie wieder vorgelassen.

Eng verbunden mit den Naturthemen ist der Klimawandel, eine der größeren neuen Themenwelten. Wie beurteilen Sie als Umweltautor und Naturphilosoph die Mediendebatte hierzu?

Ich würde es nicht einmal eine Debatte nennen. Für mich ist das eher ein positivistisches, technokratisches Mitverfolgen der politischen Diskussionen. Ich habe nicht das Gefühl, dass über alle Fragen, die im Klimafeld wichtig wären, auch gesprochen wird. Es ist vergleichsweise schmalspurig.



Was offensichtlich ist, kommt in Medien

nicht vor: man könnte darüber ja mal reden, was das eigentlich heißt, wenn wir diese Klimaziele nicht erreichen werden

Wenn die Spur aber einmal etwas breiter wird, was hat sich aus Ihrer Sicht in der Umweltdebatte verändert?

Sie ist perspektivloser geworden. Es ist latent allen klar, dass wir un-Produktionsabläufe sere und Emissionsstrukturen nicht substantiell ändern werden. Es wird aber trotzdem munter weiter über kleine Innovationen geschrieben. Was vor allem nicht geschieht ist das substantielle Andere: den herrschenden Paradigmen entgegenzustehen, also etwa Neoliberalismus, Effizienzlehre und dem Denken der kausalmechanischen Naturwissenschaft. Erweiternde oder kritischere Weltbilder werden nicht diskutiert. Es ist scheinbar völlig klar, dass wir in diesem komischen, mit dünner Luft gefüllten Container eines technokratischen Weltbildes leben, in dem der Mensch als politisches Subjekt theoretisch irgendwie in der Lage ist, freie Entscheidungen zu

treffen. Wir wissen zwar alles über uns, sind aber doch nicht in der Lage irgendwas Neues hervorzubringen - Formen, wie wir Gesellschaft neu denken können. Wir wissen, dass wir da nicht rauskommen. Dementsprechend müde ist das alles auch in den Medien, sodass man letztlich keinen Bock hat, Vieles mehr zu lesen.

Aber gibt es dennoch Medien, die es anders machen in Sachen Klima und Umwelt – oder auch bei solch wirtschaftskritischen Perspektiven?

Auch Medien, die man für progressiv hielt, bewegen sich in eiähnlichen Langeweilenem Sumpf. Es gibt auch in diesen Redaktionen ein unsägliches Müssen mit festen Regelsätzen: Wir dürfen den Leser und Hörer auf keinen Fall überfordern. Wir dürfen ihn nicht mit etwas Neuem konfrontieren. Er muss alles schon kennen und darf auf keinen Fall aus seiner Wohlfühlblase geholt werden. Es ist im grundgenommen eine Art Wursttheke bei Netto mit verschiedenen bunten Plastikpackungen. Und ich sehe da keine großen Ausnahmen, keine Medien, die innovative, herzzerreißende, bedrüoder charismatische ckende Weise, etwas anders grundlegend machen würden.

Das ist ein radikales Fazit!

Ich sehe natürlich schon Abstufungen: Umweltnahe Medien sind mir noch ganz lieb, etwa das Greenpeace Magazin. Oder auch Oya.

Welche Aspekte gehen denn in der Klimadebatte unter, was muss ans Licht?

Dass alles dafürspricht, dass wir kein einziges Klimaziel erreichen werden. Wenn Sie so wollen, kommt die Wahrheit nicht ans Licht. Was offensichtlich ist, kommt in Medien nicht vor: man könnte darüber ja mal reden, was das eigentlich heißt, wenn wir

diese Klimaziele nicht erreichen werden. Nehmen wir das Flüchtlingsthema Da werden dann alle völlig geschockt sein und keine Ahnung gehabt haben, weil es nicht diskutiert wurde. Einige Medien haben über Klimawandel und Migration natürlich schon berichtet, auch schon vor zwanzig Jahren. Aber jetzt sind Klimaflüchtlinge hier, und darüber wird immer noch nicht größer geredet. Im Grunde genommen müsste ein fundamentales Umdenken zu den Gesamtverhältnissen Welt stattfinden.

Wie könnten Medien es besser machen?

Was es zum Beispiel überhaupt nicht mehr gibt – auch beim Spiegel nur noch selten - ist das Verfolgen eines Themas mit Zeit und langem Atem. Man muss manche Geschichten ein Jahr lang recherchieren. Man muss Kontakte knüpfen, Informanten finden, warten, Rückschläge in Kauf nehmen. Das sind Sachen, die sich Medien nicht mehr leisten. Dafür gibt es fast keine Räume mehr. Es herrscht eine Form von Fantasielosigkeit vor: möglichst kein Aufsehen erregen, brav seine Sachen erledigen um dann wieder nach Hause zu gehen.

Und wie erklären Sie sich das, diese Mutlosigkeit?

Das hat mit einem Generationswechsel zu tun. Ich fing an zu schreiben, als vergleichsweise sperrige, teils etwas selbstherrliche aber auch risikobereite Redakteure und Chefredakteure am Ruder waren. Die waren alle nicht als Journalisten ausgebildet; es waren Leute, die irgendwie keinen Bock mehr hatten auf Uni. Viele von denen haben abgebrochen und sind dann Journalisten geworden. Dann kamen Journalismus-Schüler, die gelernt haben, wie man den Leser abholt, wie man so zusagen mundgerechte Häppchen zubereitet und möglichst nicht die Wahrheit sagt, wenn sie unbequem ist. Das ist der

fleischgewordene Neoliberalismus, die Schere in den Köpfen.

Der Stoffwechsel zwischen Mensch und Natur

"Transmediales Storytelling" ist ein sperriger Begriff. Joachim Borner hat sich mit dem Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung (KMGNE) dennoch dieser Idee verschrieben – für nachhaltige Kommunikation in Wirtschaft, Politik, Bildung und Wissenschaft. (2015)

Autorin: Jasmin Krenzer

Herr Borner, warum ist es Ihnen wichtig, wissenschaftliche Themen für jeden verständlich zu machen?

Es geht im Kern um den Stoffwechsel zwischen Mensch und Natur. Welche Spielregeln und welche Ziele sind da gegeben? Das ist auch immer aus der Perspektive der menschlichen Kultur auf den Stoffwechselprozess mit der Umwelt zu sehen. Gerade in konfliktbezogenen und komplexen wissenschaftlichen Themen ist die Vermittlungsfrage ganz wesentlich. Ich fange dann als Wissenschaftler an mich als "Citizen", als politischen Bürger, zu sehen, um an bestimmte Bevölkerungsgruppen zu vermitteln. Dann stelle ich mir Fragen, die ich mir als Wissenschaftler in den harten Naturwissenschaften sonst gar nicht stellen würde.

Sie setzen für die Vermittlung zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit auf transmediales Storytelling. Wie funktioniert das?

Ich nehme einfach unterschiedliche Erzählstile und Erzähltechniken und die verbinde ich geschickt miteinander, um damit eine gesamte Geschichte zu erzählen. Durch die unterschiedlichen ästhetischen Momente, die in den Formaten stecken, kann ich bestimmte Plots in meiner großen Erzählung besonders betonen. In einem unserer Projekte lassen wir zum Beispiel einzelne Wissensträger, wie Bürgermeister und Wissenschaftler, und Erfahrungsträger aus verschiedenen Generationen zu denselben Fragestellungen und Thematiken erzählen. Diese

Episoden werden dann zu einer großen Geschichte zusammenge-

Wie fügt sich transmediales Storytelling in unsere Medienlandschaft ein?

Der derzeitige Umbruch der Medienlandschaft, der Zeitungen und visuellen Medien, weist noch in keine konkrete Richtung. Aktuell läuft das zeitnahe Informieren im elektronischen Bereich ab. Journalisten die für Zeitungen arbeiten und für Magazine im Fernsehen, sollten aufhören diese Informationen zu wiederholen. Ich schaue mir keine Sendung an, um Informationen wieder zu hören, die ich schon vor drei Stunden auf meinem Smartphone gesehen habe.

Welche Konsequenzen hat diese Entwicklung?

Dann kommen wir zu einer ganz anderen Ebene. Diese Medien werden dann angehalten narrativ ranzugehen und Hintergründe und Verursachungsprozesse aufgrund ihrer emotionalen Struktur zu erklären. Das ist aktuell nicht der Fall, aber da werden sie nicht drum herumkommen. Die bewusste narrative Aufklärung, also die Kombination von Kognition, rationalem Wissen und Sachverhalten mit der Darstellung von Auswirkungen auf unsere Alltagskultur, könnte transmediales Storvtelling stützen. So würden wir einen anderen Weg einschlagen, als das was die Massenmedien für sich entschieden haben zu tun. Der Journalismus wird dann nicht mehr ausschließlich an die Massenmedien gebunden sein. Ähnlich wie der Blog werden sich weitere Formate entwickeln.



Joachim Borner mag Begriffe wie "Gestalten", "Veränderung", "Reproduktionsfähigkeit", "Selbstermächtigung". (Quelle: privat)

Findet narrative transmediale Berichterstattung heute überhaupt in den Medien statt?

Die massenmedialen Arbeitsplatzbedingungen haben eine ganz andere Ebene. Eben nicht die narrative und analytische Beschreibung von komplexen Themen, sondern weiterhin die flache, mehr skandalbeschreibende Ebene. Und deshalb gibt es eine totale Verunsicherung in der Gesellschaft, da wo wir die Gesellschaft eigentlich weiterbilden müssten. Anders gesagt: da wo wir festes robustes Wissen benötigen, um eine Akzeptanz in der Gesellschaft zu erreichen, tun wir das Gegenteil.

"Storytelling wird extrem unterschätzt"

Julia Großmann ist Redaktionsleiterin bei GEO Digital. Im Interview erzählt sie, welche Reisegeschichten gut funktionieren und warum nachhaltiges Reisen immer häufiger in Medien thematisiert wird. Dennoch findet sie die mediale Klimadebatte in Deutschland "zu lieb", sieht aber auch positive Beispiele. (2019)

Autorin: Felix Gomöry und Tim Fischer

Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht Natur- und Umweltbezüge im Reisejournalismus?

Bei GEO.de sind sie sehr wichtig, weil sie unserer Ausrichtung entsprechen. Bei uns geht es viel um Nachhaltigkeit und naturnahe Erlebnisse, das funktioniert sehr gut. Unsere Leser sind bei diesem Thema immer relativ kritisch mit uns. Wir in der Onlineredaktion merken, dass Geschichten mit Landschaftsbildern gut angenommen werden, bei denen die Leser das Gefühl haben "Ich kann hier wandern gehen, was erleben".



Ungenutzte Potenziale: Storytelling wird im Journalismus extrem unterschätzt, sagt Reise-Redakteurin Julia *Gr0βmann. (Bild: Timo Sommer)*

Sind diese Bezüge in den vergangenen zehn Jahren wichtiger geworden?

Auch wenn ich den Vergleich zu früher nicht habe, würde ich aus meinen persönlichen Erfahrungen heraus sagen: Ja! Einfach deshalb, weil der Sinn für Nachhaltigkeit wieder geschärft wird. Früher

stand die Weiterentwicklung, Digitalisierung und Globalisierung im Fokus, jetzt prasselt teilweise ziemlich viel auf uns ein, und wir sehnen uns wieder ein bisschen mehr zurück zur Natur.

Welche Rolle spielen denn Klimathemen und -bezüge im Reisejournalismus?

Das ist natürlich ein zweischneidiges Feld, einfach dadurch, dass Reisen und Klimafreundlichkeit sich ja sehr oft im Wege stehen. Ich glaube, dass man das nur schwer miteinander verbinden kann. Es sei denn, ich als Reisender bin sensibilisiert dafür und bereit im Zweifel einen Mehraufwand auf mich zu nehmen, um klimafreundlich mit Bahn, Fernbus oder Boot irgendwo hinfahren. Bei vielen Destinationen wird es allerdings schwierig dort klimafreundlich hinzukommen.

Werden der Klimawandel oder allgemeine Klimathemen im Reisejournalismus thematisiert?

Ja, durchaus. Nachhaltiges Reisen ist inzwischen einfach ein Trend. Das Interesse ist da, und dann möchte man natürlich auch etwas darüber lesen. Aber es gibt dann gesehen über das Jahr nur eine Handvoll Artikel, die sich wirklich intensiv mit Nachhaltigkeit und Klimafreundlichkeit beim Reisen beschäftigen. Dafür, dass die Nachfrage bei den Reiseanbietern angeblich zu diesem Thema sehr hoch, sind es noch zu wenig fundierte journalistische Beiträge.

Berichten Reisejournalisten in den vergangenen zehn Jahren häufiger über Klimaaspekte innerhalb anderer Themen?

Auf jeden Fall! Der Klimawandel stand ja lange im Raum, ohne dass sich jemand wirklich ran getraut. Inzwischen wird er von allen Seiten beleuchtet. Zunächst standen natürlich erstmal die globalen Themen oder eher alltägliche Sachen wie Mülltrennung im Fokus. Das Reisen kam dann erst ein bisschen später. Dann ist man auf den Trichter gekommen: "Moment mal, das ist ja eigentlich auch eine große Sünde und wie zählt das eigentlich mit rein".



Der Klimawandel stand ja lange im

Raum, ohne dass sich jemand wirklich ran getraut. Inzwischen wird er von allen Seiten beleuchtet

Können Sie Beispiele nennen?

Darüber, dass jeder seine Flüge ausgleichen kann (zum Beispiel bei www.atmosfair.de, Anmerk. der Redaktion), wird ja relativ oft berichtet. In diversen Online- und Printmedien habe ich auch schon "Tipps, wie Sie nachhaltiger Reisen können" gesehen. Dann gibt es Reportagen, die mehr in die Tiefe gehen und über die Probleme der Menschen in Afrika und Südamerika berichten, die mit den Folgen des Klimawandels leben müssen und teilweise zu Klimaflüchtlingen werden.

Wo sind noch ungenutzte Potenziale für umwelt- und klimabezogene Reiseerzählungen?

Ich finde, dass es auf dem Buchmarkt noch sehr unterrepräsentiert ist. Zumeist findet man sehr theoretische Texte, in denen Tipps gegeben werden. Ich vermisse immer so ein bisschen die Selbstanwendungsbeispiele: Wie ist es nur mit der Bahn nach Griechenland zu reisen? Was passiert mir da? Auch als Fernsehdokumentation könnte ich mir das sehr gut vorstellen. Man könnte beispielsweise erzählerisch aufzeigen, ob nachhaltig reisen wirklich so anstrengend ist, wie es im ersten Moment klingen mag.



Ich glaube, wenn man den Lesern et-

was zu tun gibt und sie sich mit ihren Fragen abgeholt fühlen, dass es dann möglich sein wird durch Storytelling ein Umdenken in Gang zu setzen

Wie beurteilen Sie die Mediendebatte zum Klimawandel in Deutschland?

Sie ist mir persönlich noch zu lieb (lacht). Wir sind zwar gut dabei, es gibt durchaus auch andere Industrienationen, die den Klimawandel komplett verneinen. Wir sagen, dass er existiert und zeigen die Folgen auf. Aber ich finde, dass die jeweiligen Lobbys noch zu viel Mitspracherecht haben. Ein gutes Beispiel sind die Abgasskandale in der Autoindustrie. Die Aufdeckung dieses Skandals ein großer Meilenstein war des klimabezogenen Journalismus.

Wie hat sich die Debatte in den Medien in den vergangenen zehn Jahre verändert?

Man wird viel mehr damit konfrontiert, in sämtlichen Medien findet man Texte über den Klimawandel. Nachhaltigkeit ist ein

Trendthema geworden: Jeder schreibt es sich oder seinem Unternehmen auf die Fahne. Und über Trendthemen wird viel berichtet. Generell glaube ich, dass Debatte sich bedie intensivere reits auszahlt, da sich nun mehr Menschen mit dem Klimawandel auch vor der eigenen Haustür beschäftigen.

Wie beurteilen Sie die Rolle des **Storytellings im Journalismus?**

Ich finde es extrem unterschätzt. Leider ist es aber auch sehr kostspielig, zumindest im Onlinejournalismus. Der finanzielle Erlös ist meist zu gering. Deswegen scheuen sich viele Medien davor und allenfalls mal Leuchtturmprobei denen deutlich iekte. wird, was eigentlich möglich ist. Da geht mir immer das Herz auf, und ich denke mir, dass würde ich so gerne machen, schließlich hätten so eine Präsenz so viele Theverdient. Gerade Klimadebatte könnte man unheimlich gut mit Datenjournalismus und interaktiven Diagrammen aufbereiten.

Welche Rolle spielt das Geschichtenerzählen im Reiseiournalismus, gibt es hier einen Trend hin zu mehr erzählerischen Formaten in den vergangenen zehn Jahren?

Eine sehr große. Welches andere Thema würde sich zum Geschichten erzählen besser anbieten. als Reisen? Inhaltlich lassen sich die Geschichten nun nur noch besser in verschiedenen Formaten erzählen beispielsweise durch das Einbetten von Videos, Bildern oder Audiodateien.

Wie schätzen Sie abschließend die Wirkung von Storvtelling ein? Kann es helfen, Menschen zum Umdenken zu bewegen?

Wenn man viel Arbeit reinsteckt, dann schon. Ich habe ein gelungenes Beispiel aus Großbritannien im Kopf: Dort wurde auf der Webseite einer Tageszeitung ein datenbasierter Bericht über Afrika im Jahre 2025 gesponnen. Unter der Annahme, dass die Geburtenrate dort weiterhin wachsen wird, wurden Zukunftszearien für verschiedene Lebensbereiche wie Bildung und Arbeitsmarkt entworfen. Der Bericht enthielt viele interaktive Infografiken, die sich bis auf die persönliche Fragestellung runterbrechen ließen. Das fand ich sehr gut. Ich glaube, wenn man den Lesern etwas zu tun gibt und sie sich mit ih-Fragen abgeholt fühlen. dass es dann möglich sein wird durch Storytelling ein Umdenken in Gang zu setzen.

"Das Reden über Lösungen schafft Lösungen"

2016 geht das neue Medium Perspective Daily an den Start: Lösungsorientierter, konstruktiver Journalismus soll entstehen, untermauert von solider Wissenschaft. Mitgründer und CEO Han Langeslag erklärt im Interview, wie man als Neurowissenschaftler auf so eine Idee kommt – und wie man sie umsetzt. (2016)

Autorin: Felix Austen

Mit Bento, Krautreporter, jetzt.de und vielen anderen gibt es eine Fülle an jungen Online-Medien. Warum braucht es noch Perspective Daily?

Das steckt im Namen drin: Weil wir neue Perspektiven brauchen, und das bieten diese Angebote nicht so, wie wir es vorhaben. Bei uns geht Qualität über Quantität. Jeder unserer Autoren hat feste Themen und versucht mit den Lesern immer neue Perspektiven auf bekannte Probleme zu bekommen. Unser Stichwort ist Lösungsorientierung. Wir beschreiben also nicht nur Probleme, sondern versuchen bestehende Lösungen und Ideen vorzustellen.

Dabei haben wir festgestellt, dass die Medien eine entscheidende Rolle spielen in der gesellschaftlichen Debatte und dass in Deutschland oft das Konstruktive im Diskurs fehlt: Es wird viel kritisiert, es ist oft reißerisch

Der Begriff "Konstruktiver Journalismus" schwebt über dem Projekt. Was versteht ihr darunter?

Unsere Definition stammt von der Journalismusforscherin Cathrine Gyldensted und lautet in etwa so: Konstruktiver Journalismus beschreibt die Probleme nicht nur. sondern versucht auch, zu Lösungen zu kommen und Chancen zu sehen. Das ist wie mit konstruktiver Kritik.

Kritiker werfen euch vor, ihr würdet Lösungen für Probleme versprechen, an denen sich die Menschheit seit Jahrzehnten und Jahrhunderten die Zähne ausbeißen.

Es ist nicht so, dass wir sagen, das und das ist die Lösung und fertig. Wir sind vor allem lösungsORI-ENTIERT, wir wollen also auch nach Lösungen suchen. Der Amerikanische Psychotherapeut Steve de Shazer sagt: Das Reden über Probleme schafft Probleme, das Reden über Lösungen schafft Lösungen. Es geht also um ein Umdenken. Wie unser Name schon sagt: Dieselben Probleme aus neuen, lösungsorientierten Blickwinkel. Die meisten Probleme wurden irgendwo in der Welt schon einmal gelöst. Da wollen wir Beispiele nennen und Forschungsergebnisse.

Ihr betont gerne das "mit den Lesern", aber Kommentarfunktion und Social-Media-Anbindung haben ja alle Medien. Was wollt ihr darüber hinaus bieten?

Oft mischen sich die Autoren nicht viel ein in die Diskussionen. Bei uns wird das von den Autoren erwartet. Am Beispiel von De Correspondent in den Niederlanden kann man sehen, dass der Diskurs dadurch besser und interessanter ist und dadurch neue Ideen entstehen.



Die Gründer von links nach rechts: Bernhard Eickenberg, Maren Urner und Han Langeslag. (Foto: Perspective Daily)

Keiner von euch Gründern hat viel Erfahrung im Journalismus. Wie wollt ihr diesem Anspruch gerecht werden?

Wie haben alle eine Affinität zum Schreiben und haben schonmal eine kleine Redaktion aufgebaut. Vor allem aber ist wichtig, dass wir Enthusiasmus haben und dafür leben, weiter zu recherchieren und uns in einem Thema weiterzubilden. Diesen Enthusiasmus und das Fachwissen im Text rüberzubringen, sind wichtig, um die Qualität zu sichern. Das Schreiben ist natürlich auch ein Lernprozess, aber der Enthusiasmus muss zuerst da sein.

Wie seid ihr überhaupt auf die Idee gekommen, ein Medium zu gründen?

Der Schritt vom Wissenschaftler zu Journalisten ist nicht so groß. wenn man mal darüber nachdenkt. Als Wissenschaftler stellt man auch die ganze Zeit kritische

Fragen und versucht Dinge genauer zu verstehen. Das ist oft ähnlich im Journalismus. Während unserer Studien haben wir beide (Han Langeslag und Maren Urner, Anm. d. Redaktion) festgestellt, dass reine Wissenschaft zwar spannend ist, man sich aber so stark spezialisieren muss, dass die positiven Auswirkungen für die Gesellschaft oft erst in zwanzig oder fünfzig Jahren kommen, wenn überhaupt. Weil wir uns in unserer Freizeit mehr mit gesellschaftsrelevanten Fragen auseinandergesetzt haben, wollten wir etwas machen, womit wir mehr bewirken. Dabei haben wir festgestellt, dass die Medien eine entscheidende Rolle spielen in der gesellschaftlichen Debatte und dass in Deutschland oft das Konstruktive im Diskurs fehlt: Es wird viel kritisiert, es ist oft reißerisch.

Nun mal etwas Praktisches: Ihr habt Perspective Daily von Grund auf geschaffen. Wo fängt man an, wenn man ein Medienunternehmen gründet?

Wir haben zuvor eine kleinere Redaktion mit einer Agentur gegründet. Nach etwa einem Jahr hatten wir Lust, etwas eigenes aufzubauen. Wir haben nach finanzieller Unterstützung gesucht, das Exist-Stipendium gefunden und uns mit Hilfe der Uni Münster beworben. Während der Bewerbungsphase und dem Schreiben des Businessplans ist die Idee weiter gereift. Und dann muss man eben Netzwerken, Netzwerken, Netzwerken! Man muss nach Veranstaltungen suchen, um Aufmerksamkeit und Unterstützer bekommen. Das ist einfach entscheidend, denn alleine kann man es nicht schaffen.

Die etablierten Medien haben große Probleme damit im Internet Geld zu verdienen. Ihr wollt das sogar ohne Werbung schaf-

Wir halten Werbung im Journalismus sowohl wirtschaftlich als auch aus Integritätsgründen für schwierig. Eine zweite Möglichkeit ist die öffentliche Finanzierung, wie es bei den Öffentlich-Rechtlichen der Fall ist. Wir halten aber die dritte Möglichkeit für die beste, nämlich dass die Leser selbst einen stützen. Unser Kundenstamm soll ausreichen um zunächst etwa sechs feste Redakteure und drei weitere Mitarbeiter zu finanzieren, von dort aus wollen wir weiter wachsen. Wir setzen wie gesagt auf Qualität statt Ouantität: Unsere Redakteure haben etwa eine Woche Zeit, um einen Beitrag zu schreiben. So sind wir nur von unseren Lesern abhängig.

Zum Abschluss etwas Konstruktives: Was empfiehlst du jungen Journalisten, die das Thema interessiert?

Erste Empfehlung: Bewirb dich bei uns. Zweite Empfehlung: Lies dich weiter ein. Ich kann das Buch "FROM MIRRORS TO MO-VERS" von Cathrine Gyldensted absolut empfehlen. Und setze das um, was darin beschrieben wird.

Für wie wahrscheinlich haltet ihr es, dass es euch in fünf Jahren noch gibt?

Sehr hoch (lacht)! Wir glauben, der Bedarf ist wirklich da.

Wenn Tiere Protagonisten der Geschichte werden

Dr. Jakob Vicari ist freier Wissenschaftsjournalist und lebt in Lüneburg. Er hat das Format der Sensorstory entwickelt und ist einer der Initiatoren des Sensorjournalismus-Projekts "Superkühe" im WDR. (2019)

Autorinnen: Marie Herrmann und Laura Sprenger

Dr. Jakob Vicari ist freiberuflicher Wissenschaftsjournalist und lebt in Lüneburg. Er hat das Format der Sensorstory entwickelt und ist einer der Initiatoren des Sensorjournalismus-Projekts "Superkühe" im WDR. Hierfür wurden die Daten dreier Milchkühe über einen Zeitraum von 30 Tagen von Sensoren ermittelt und journalistisch aufbereitet. Eine Messenger-Anbindung sorgte unter anderem dafür, dass Rezipienten mit den Kühen "chatten" konnten. Auf diese Weise soll das Internet der Tiere journalistisch genutzt werden, um Geschichten neu zu erzählen und die Aufmerksamkeit eines vernetzten, aktiven Publikums über einen längeren Zeitraum aufrecht zu erhalten.



Für das WDR-Projekt "Superkühe" wurden die Daten dreier Milchkühe über einen Zeitraum von 30 Tagen von Sensoren ermittelt und journalistisch aufbereitet. (Quelle: privat)

Die Interviews führten Marie Herrmann und Laura Sprenger für eine Forschungsarbeit zum Thema "Animal Tracking und Sensorjournalismus: Das narrative Potential von Tieren im Kontext der Digitalisierung" im Master-Studiengang Medienentwicklung, betreut von Prof. Dr. Torsten Schäfer.

Wie sind Sie auf das Projekt "Superkühe" gekommen und welche Vorbereitungen mussten dafür getroffen werden?

Ganz am Anfang war das eine ziemliche Schnapsidee: Ich wollte live und automatisiert mit Hilfe von Roboterjournalismus über Wissenschaft berichten. Das war im Jahr 2016. Als Wissenschaftsjournalist begegnet einem in der Berichterstattung oft nur das Ergebnis. Aber Wissenschaft ist ein Prozess. Ich dachte mir, dass es doch irgendwie möglich sein müsste, die Daten, die dort erhoben werden, live zugänglich zu machen. Das war der Grundstein, aus dem das Format Sensorstory wurde. Ich habe mit Kollegen überlegt, was der naheliegendste Fall wäre, um Sensor-Journalismus das erste Mal im großen Stil einzusetzen. Da sind wir auf Landwirtschaft gekommen und haben das sehr schnell auf Kühe eingegrenzt. Das hat die Kollegen beim WDR sofort überzeugt.

Hat der technologische Standard in der Landwirtschaft dabei eine Rolle gespielt?

Nicht vorrangig. Am Anfang stand tatsächlich die technologische Idee, dass ich die Sensordaten, die ich als Journalist brauche. komplett selbst erheben kann, mit eigener Hardware. Ich habe dann Medieninnovationszentrum am Babelsberg die Reporterbox entwickelt, ein Stück Hardware: eine blaue Aluminiumbox mit einem USB-Anschluss, einer Mobilfunkverbindung, einem Display und zwei Steckern, an denen man Sensoren anschließen kann. Dafür haben wir uns ein Redaktionssystem gebaut, das Sensordaten verarbeiten kann. Das war der

Ausgangspunkt. Im Laufe der Recherche haben wir uns Bauernhöfe angeschaut und festgestellt, dass dort alles schon sehr verdatet ist: Tiere in der Landwirtschaft sind vernetzt, weil sie kontrolliert, nachverfolgt und gemeldet werden müssen. Da haben wir uns entschieden, in der Landwirtschaft bewährte Sensortechnik einzusetzen.



Wenn mir jemand sagt: Der Milchkuh

im Stall geht es schlecht, dann kann ich antworten: Aber alle Vitalwerte der Kuh sagen etwas anderes

Können Sie kurz zusammenfassen, welche Reaktionen das Projekt ausgelöst hat?

Das war Wahnsinn. Milchviehhaltung ist ein Thema, das sehr ideologisch diskutiert wird, was für uns ja auch ein Grund dafür war, einen neuen Zugang dazu zu suchen: Eine Sensorstory erfordert eine neue Erzählperspektive und eine sehr faktenbasierte Erzählweise. Uns war auch klar, dass wir es bei einem Live-Projekt mit dem ständigen Feedback der Leser oder Zuschauer zu tun haben würden. Überraschend war, wie intensiv die Diskussion dann wurde. Das war im Rückblick eine sehr positive journalistische Erfahrung. Man tut etwas und bekommt di-Feedback. rektes Bestimmte Gruppen haben schon vor dem Start des Projektes sehr stark reagiert, vor allem Tierrechtler. Da schien das Urteil schon festzustehen. Das fand ich schade, weil wir das Projekt bewusst ergebnisoffen angelegt haben und ein Aufklärungsinteresse hatten.

Würden Sie persönlich Superkühe als Erfolg bewerten?

Auf jeden Fall! Dass man als freier Journalist eine innovative Idee hat und daraus ein sehr großes Projekt wird, das viele andere Leute sehen. Die Reichweite betrug fast zwei Millionen Zuschauer. Dass es belohnt wurde, dass man das ganze Thema Milch noch einmal auf eine neue Art betrachtet hat. Dass wir es geschafft haben, das populär zu machen. Und vor allem: dass wir ein neues Erzählverfahren ausprobiert haben, das so viele Leser angenommen und als Mehrwert empfunden haben.

Würden Sie Sensor-Journalismus als Gefährdung des herkömmlichen Journalismus betrachten?

Nein. Ich sehe den Sensor-Journalismus als Erweiterung und Werkzeug, um den Journalismus besser zu machen. Und da meine ich ausdrücklich auch die Roboterjournalismus-Komponente. Für mich ist Sensorjournalismus auch ein Ansatz, mit meiner Berichterstattung objektiver zu werden. Die Live-Sensordaten erzeugen Unmittelbarkeit und eine faktische Grundierung. Wenn mir jemand sagt: Der Milchkuh im Stall geht es schlecht, dann kann ich antworten: Aber alle Vitalwerte der Kuh sagen etwas anderes. Darauf basiert meine Berichterstattung.

Auf der Homepage zur Sensorstory heißt es: "Gleichzeitig nimmt die personelle Ausstattung von Redaktionen ab. Technologie bietet die Chance, diese Lücke zu füllen." An Superkühe" waren jedoch trotzdem über 20 Journalisten beteiligt. Wie passt das zusammen?

Sensorjournalismus stellt ja ganz andere Anforderungen an Dramaturgie und journalistische Komposition. SUPERKÜHE hatte den Ansatz, die Technologie erstmals zu nutzen, einen neuen Journalismus mitzuerfinden. Der Slogan,

der auf unseren Geräten stand, lautete: "No reporters were harmed". Wir wollten keine Journalisten abschaffen oder überflüssig machen, wir wollen den Journalismus besser machen. Ein Sensor kann dort sein, wo ein Reporter nicht sein kann. Und zwar rund um die Uhr, sieben Tage die Woche. Wenn zum Beispiel ein Storch auf dem Weg nach Afrika über Bürgerkriegsgebiete in Syrien fliegt, könnten wir feststellen, wie es ihm dabei geht. Das ist die Idee hinter der Nutzung dieser Technologie: Einen neuen Journalismus zu erfinden, bevor die Technologie rein ökonomisch getrieben weiterentwickelt wird von den großen Internetkonzernen.



Es gibt eine wachsende Sehnsucht

nach Daten, bei Lesern und Kollegen. Ich glaube, datenbasierter Journalismus hat ein großes Potential

Wie können Sensordaten das Verhältnis von Mensch und Tier möglicherweise beeinflussen?

Sensorjournalismus kann zeigen, wie es um das Verhältnis Mensch und Tier bestellt ist. Der Anspruch unseres Projekts war, Milchkühen eine Stimme zu geben. Wir haben einen Sensor dort platziert, wo, wie ein Bauer sagte, die Seele der Kuh sitzt, nämlich im Kuhpansen. Und wir haben einen Kunstgriff gewagt: wir haben für die Berichterstattung die Ich-Perspektive der Kuh gewählt, was ja nicht ganz einfach ist. Von daher kann das, glaube ich, schon ein neues Verständnis für das Leben der Milchkühe vermitteln und dem Verbraucher den kausalen Zusammenhang zwischen den Fragen "Wie lebt die Kuh?" und "Wie viel Geld bezahle ich für die Milch?" verdeutlichen.

Aber ersetzt das den direkten Kontakt mit Tieren?

Nein. Der Kontakt zum Nutztier ist bei den meisten Zuschauern ja erstmal gar nicht da, zum Wildtier erst recht nicht. Da gibt es viele Geheimnisse, die erst mithilfe der Sensortechnologie gelüftet werden. Durch die neuen kleineren Sensoren, zum Beispiel beim I-CARUS-Projekt, kann man endlich auch kleinere Tiere tracken. Das ist eigentlich auch der Zoo-Gedanke: Man kann nur das schützen, was man kennt und wozu man einen Bezug hat.

Wie würden Sie das Verhältnis von Internet bzw. Technik und Tieren aus ethischer Sicht beurteilen?

Ich habe erstmal relativ wenig Bedenken, Tiere zu verdrahten. Wir nutzen erhobene Daten, um unsere Geschichten zu erzählen. Das finde ich sehr legitim und sehe keine Notwendigkeit für Kuh-Datenschutz.

Kann man den in SUPERKÜ-**HEN** gewonnenen Daten denn blind vertrauen? Sie sind ja nicht ganz nachvollziehbar, sondern schon verarbeitet.

Vertrauen ist ein Grundproblem des Journalismus. Deswegen haben wir nicht nur berichtet, sondern gleichzeitig unsere Daten veröffentlicht, um Vertrauen zu schaffen. Ich schreibe "Der Kuh geht es gut«, und wenn du mir nicht glaubst: Hier sind die Daten dazu. Das ist mehr, als der normale Journalismus liefert. Die Sensordaten sind eine vertrauensbildende Maßnahme. Sie sind live und sie sind überprüfbar. Das sind zwei Aspekte, die Manipulation viel weniger wahrscheinlich machen.

Ist datenbasierter Journalismus auch als Antwort auf das sogenannte "postfaktische Zeitalter" zu verstehen?

Es gibt eine wachsende Sehnsucht nach Daten, bei Lesern und Kollegen. Ich glaube, datenbasierter

Journalismus hat ein großes Potential. Aber man darf nicht dem Fehler unterliegen, die Leser mit Daten zu überschütten und mit Komplexität zu überfordern. Dann hat der Leser irgendwelche Daten und kann damit wenig anfangen. Deswegen glaube ich, dass man die Daten als Journalist auch erklären, einordnen und interpretieren muss. Ich glaube nicht an die reinen Daten, sondern immer noch an die journalistische Geschichte, die mithilfe der Daten erzählt wird. Auch Sensordaten brauchen das Versprechen einer Dramaturgie, damit aus ihnen eine gute Geschichte wird. Auch wenn diese Dramaturgie weniger planbar ist. Dann ist Sensorjournalismus eine der besten Antworten auf die Unsicherheit der Gegenwart.

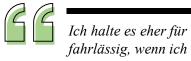
Der Kuhflüsterer

Eines der interessantesten datenjournalistischen Projekte der jüngsten Zeit waren die "Superkühe". Für die Live-Reportage aus dem Kuhstall wurden die Daten dreier Milchkühe über einen Zeitraum von 30 Tagen von Sensoren ermittelt und journalistisch aufbereitet. Autoren schrieben aus der Kuh-Perspektive – und zeigten so, wie auf neue Weise ein Zugang zur Themenwelt von Landwirtschaft und Ernährung gefunden werden kann. (2018)

Autorinnen: Marie Herrmann und Laura Sprenger

Was macht aus journalistischer Sicht den Reiz aus, Geschichten mit Hilfe von Sensordaten zu erzählen?

Sensorjournalismus eröffnet eine neue Möglichkeit, Eindrücke aus der Welt zu sammeln. Er ersetzt die bestehenden Möglichkeiten nicht, sondern ergänzt sie. Journalisten können also weiterhin fotografieren, lesen, zuhören. Doch mit Hilfe von Sensoren können sie zusätzlich auch noch selbst Daten erheben. Geschichten somit anders, vielleicht auch detailreicher und unmittelbarer erzählen als bisher. Und sie sind dabei nicht ausschließlich auf die Erhebungen anderer angewiesen, von Behörden Wissenschaftsinstitutionen oder etwa.



als Journalist schon versuche, etwas für den Rezipienten zu entscheiden. Das ist nicht meine Aufgabe

Warum glauben Sie ist Sensorjournalismus dann noch nicht so verbreitet?

Die Sensortechnik – und das Internet der Dinge – sind ja noch recht jung und erst seit wenigen Jahren so einfach, dass auch Laien all das einigermaßen handhaben können. Trotzdem ist es noch so kompliziert, dass nicht jeder Journalist sich damit beschäftigen möchte. Und für viele ist es noch ungewohnt, mit jenen, die sich damit auskennen, mit Entwicklern und Programmierern etwa, zusammenzuarbeiten.

Wo ist hinsichtlich des Lerneffekts auf Seiten des Rezipienten der größte Unterschied zum Beispiel zur Infografik?

Ein Unterschied ist, dass Sensorjournalismus, wie ich ihn verstehe, nicht unbedingt retrospektiv ist, sondern Live-Charakter hat. Dass ich als Rezipient zu jedem Zeitpunkt, an dem ich meine App aufrufe oder meinen Browser öffne, die live erhobenen Daten der Sensoren einsehen kann und sehen kann, was der Journalist daraus macht, wie er sie einordnet, kommentiert. Das kann eine große Nähe, eine Unmittelbarkeit schaffen. Die Voraussetzung dafür, dass man sich überhaupt auf ein Thema einlässt – bereit ist, etwas zu lernen.

Wird den Leserinnen und Lesern nicht zu viel zugemutet, wenn diese mit den gewonnenen Daten selbst zu einer Entscheidung kommen sollen?

Nein, ich glaube nicht, dass man Rezipienten zu viel zumutet, wenn man ihnen eigene Entscheidungen abverlangt. Ich halte es eher für fahrlässig, wenn ich als Journalist schon versuche, etwas für den Rezipienten zu entscheiden. Das ist nicht meine Aufgabe. Dennoch muss ich die Daten natürlich so aufbereiten und darbieten, dass sie für den Rezipienten verständlich sind. Wenn ich ihm nur die Rohdaten hinknalle und ihn damit allein lasse, dann habe ich meine Aufgabe als Journalist missverstanden.

Sehen Sie Sensorjournalismus als Gefährdung des herkömmlichen Journalismus?

Nein, es gibt weitaus größere Gefahren für den Journalismus als den Einsatz von Sensoren. Es mag sein, dass damit eine Automatisierung einhergeht, die den Einsatz eines Menschen in manchen Momenten erübrigt. Doch umgekehrt schafft die Sensortechnik neue Herausforderungen, zum Beispiel an Organisation und Dramaturgie, die nur mit journalistischer Kompetenz zu meistern sind. Für den herkömmlichen Journalismus ist es schlimmstenfalls in einem Sinne eine Gefahr: Vielleicht wird künftig eher ein Sensorjournalist Aussicht auf Beschäftigung haben als einer, der sich ausschließlich im Verfassen von herkömmlichen Berichten auskennt.



Bertram Weiß wackelte schon als Kind im Rheinland mit einer Blechkanne zum Bauern, füllte Rohmilch ab und versuchte auch, sie direkt aus dem Euter zu melken. Später studierte er Journalistik und Biologie. (Quelle: privat)

Wird Sensorjournalismus weiter Verbreitung finden und zukünftig auch für andere Themen funktionieren?

Die Technologie dahinter wird immer mehr Verbreitung finden und der Druck auf Journalisten größer werden, die Aufmerksamkeit der Menschen zu gewinnen. Ich glaube und hoffe deshalb, dass es zumindest einige Journalisten geben wird, die weiter neugierig sind, die Möglichkeiten der Sensortechnik für die Berichterstattung auszuloten. Noch ist allerdings nicht der Punkt erreicht, an dem man sagen könnte: Nun gibt es genug Erfahrungen, jetzt müssen wir nur noch Themen für etablierte Erzählformate finden. Vielmehr ist jedes Sensorjournalismus-Projekt noch ein Experiment.

Ist sensorbasierter Journalismus auch als Antwort auf das sogenannte "postfaktische Zeitalter" zu verstehen?

Ich würde es eher als Symptom des postfaktischen Zeitalters beschreiben, nicht als gezielte Antwort darauf. Denn im Kern ist Sensorjournalismus der Versuch, in der Berichterstattung objektiver zu werden, empirisch belastbarer, ein Stück weit weg zu kommen von Deutungen und Meinungen. Ein Versuch, etwas Evidenzbasierung in den Journalismus hinein zu tragen. Denn der Einsatz von Sensoren ist ein Schritt näher an die Realität; vielleicht auch an Orten oder Zeitpunkten, wo ein Journalist ansonsten nicht anwesend wäre.

Inwieweit kann Sensorjournalismus das Verhältnis von Mensch und Tier aus Ihrer Sicht verändern?

Erstens: Sensorjournalismus kann Aufmerksamkeit für Themen wecken und so dazu beitragen, dass Menschen sich Gedanken über das Verhältnis zwischen Mensch und Tier machen. Sich überhaupt erst einmal damit beschäftigen, wie zum Beispiel heute Milch produziert wird. Zweitens: Jene, die sich ohnehin schon Gedanken darum machen, können mit Hilfe von Sensordaten noch einen anderen Zugang bekommen, vielleicht ein detailreicheres Verständnis gewinnen. Drittens: Der Einsatz von Sensordaten kann verdeutlichen, wie die Digitalisierung an sich das Verhältnis von Mensch und Tieren verändert: Der Einsatz von unseren Sensordaten war ja für unser Projekt letztendlich auch exemplarisch dafür, wie die Landwirtschaft zunehmend digitalisiert wird

Wie würden Sie die Verbindung von Internet und Tier ethisch beurteile, beziehungsweise haben Sie sich damit beschäftigt?

Das ist für mich ein fundamentaler Aspekt. Wenn man als Journalist mit Tieren umgeht und wenn man dabei auch noch Technologie einsetzen möchte, dann sollte man das nur in Zusammenarbeit mit Menschen tun, die sich intensiv mit Tieren und deren Bedürfnissen beschäftigen, mit Tiermedizinern und -ethikern zum Beispiel. Deren Expertise ist unabdingbar, um einschätzen zu können, inwiefern das konkrete Vorhaben ethisch vertretbar ist.

Wie beurteilen Sie die Vermenschlichung des Tieres, zum Beispiel durch den Einsatz des Chatbots als Stimme der Kühe?

Wir haben mit dem Chatbot, sowie auf der Webseite mit dem Tagebuch, die Tier-Perspektive eingenommen. Es war eine grundsätzliche dramaturgische Entscheidung, die Tiere aus der Ich-Perspektive erzählen zu lassen. So wollten wir eine nähere Bindung schaffen. Wir wollten ja die Aufmerksamkeit der Leser gewinnen, und nicht nur einmal, sondern möglichst über eine lange Dauer. Es ist ein Kunstgriff, um überhaupt einen Leser dafür zu begeistern, sich mit dem Thema Milchwirtschaft auseinanderzusetzen.



Wenn man als Journalist mit Tieren umgeht

und wenn man dabei auch noch Technologie einsetzen möchte, dann sollte man das nur in Zusammenarbeit mit Menschen tun. die sich intensiv mit Tieren und deren Bedürfnissen beschäftigen

Aber es gab trotzdem eine Einschränkung dabei, dass den Tieren keine menschlichen Gefühle zugeschrieben werden, oder?

Man kann nicht aus der Ich-Perspektive erzählen und dabei komplett objektiv bleiben, gefühllos erzählen. Aber dennoch war es uns wichtig, nicht zu stark zu vermenschlichen. Wir haben bei der Arbeit immer wieder darüber debattiert, auch in Einzelfällen. Da kann man natürlich zu anderen Einschätzungen kommen als wir, aber es ist für mich das Wichtigste, dass man sich dessen überhaupt bewusst ist. Dass man merkt, wenn man ein Stück weiter geht, als es menschenmöglich ist.

Wie beurteilen Sie die Chance. dass der Mensch mit dem Internet der Tiere einen neuen Zugang zur Natur finden kann?

Das Internet der Tiere kann die Begegnung mit der Natur nicht ersetzen. Aber es kann helfen, einen Bezug aufzubauen, vielleicht erst einmal herzustellen. Mit den Superkühen haben wir die Möglichkeit eröffnet, sich aus einem urbanen Alltag heraus mit den Tieren zu beschäftigten. Und so vielleicht bei manchen Menschen zum Beispiel den Impuls dafür gegeben zu schauen, wo der nächste Tag der offenen Tür auf einem Bauernhof stattfindet.

Bewerten Sie Superkühe im Nachhinein als Erfolg?

Ja, auf jeden Fall. Wir haben viele Menschen mindestens ein Stück weit über das Thema informiert, sie vielleicht sensibilisiert, auf Konflikte aufmerksam gemacht. Und zugleich auch in Journalisten-Kreisen Neugier geweckt, sich mit sensorjournalistischen Erzählformen auseinander zu setzen. Und für mich persönlich war es auch sehr erfolgreich: Ich habe mich zu keinem Zeitpunkt als Einzelkämpfer gefühlt, sondern eingebunden gefühlt in ein Team.



Für mich persönlich war es auch sehr er-

folgreich: Ich habe mich zu keinem Zeitpunkt als Einzelkämpfer gefühlt, sondern eingebunden gefühlt in ein Team

Was ist Ihr persönliches Fazit aus den Daten? Welche Milch trinken Sie?

Die Daten haben mir gezeigt: Nach den von uns genutzten Parametern geht es allen drei Tieren gut. Das Projekt insgesamt hat mir verdeutlicht, dass es weniger auf das generelle Haltungssystem ankommt als auf die konkreten Bedingungen auf einem Hof, auf die Arbeit des Landwirts vor Ort, auf seine Beziehung zu den Tieren. Deshalb ist es mir heute noch wichtiger als vorher zu wissen, woher meine Milch stammt, von welchem Hof, von welchen Tieren. Meist kaufe ich deshalb Milch von Höfen aus der Nähe.