

Das Wissen

Richtig übers Klima sprechen – Motivieren statt alarmieren

Von Luca Sumfleth

Sendung vom: Mittwoch, 11. September 2024, 08.30 Uhr

(Erstsendung: Samstag, 19. Oktober 2023, 08:30 Uhr)

Redaktion: Marisa Gierlinger

Regie: Andrea Leclerque

Produktion: SWR 2023/2024

Zu viel, zu wenig, zu reißerisch, zu lasch: An der Vermittlung der Klimakrise gibt es viel Kritik, das gilt für die Medien wie für die Politik. Aber wie gelingt gute Klimakommunikation?

SWR Kultur können Sie auch im **Webradio** unter [swrkultur.de](https://www.swr.de/swrkultur) und auf Mobilgeräten in der **SWR Kultur App** hören – oder als **Podcast** nachhören:

<https://www.swr.de/swrkultur/programm/podcast-swr-das-wissen-102.html>

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Die SWR Kultur App für Android und iOS

Hören Sie das Programm von SWR Kultur, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR Kultur App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...

Kostenlos herunterladen: <https://www.swr.de/swrkultur/swrkultur-radioapp-100.html>

MANUSKRIFT

Atmo 01: Tagesschau 1979 (1):

(Wilhelm Wieben): *Wie es mit dem Wetter langfristig weitergehen wird, wie sich klimatische Veränderungen auf unseren Planeten auswirken werden – mit diesen Fragen befasst sich die Weltklimakonferenz in Genf. (Juliane Stephan): Schneestürme, Überschwemmungen, Dürrekatastrophen...*

Sprecher:

1979, auf der ersten Weltklimakonferenz, warnen Forscher eindringlich vor dem weiteren Verbrauch fossiler Brennstoffe. Auch die Tagesschau berichtet damals über das für viele noch unbekannt Problem.

Atmo 01: (Juliane Stephan): 200 Land- und Forstwirte sowie Energieexperten hören ihnen mit größtem Interesse zu...

Sprecher:

Mehr als 40 Jahre später wirkt der Beitrag wenig gealtert. Während die Forscher den Klimawandel immer besser verstehen, ringen Politik und Gesellschaft weiter darum, die Klimaziele zu erreichen. Die Dringlichkeit, zu handeln, scheint noch nicht ausreichend angekommen zu sein.

O-Ton 01 Christopher Schrader, Journalist:

Wir reden alle viel, viel zu wenig über den Klimawandel, das geht mir auch privat so. Wenn ich mit Freunden rede, tu ich mich schwer damit.

Sprecher:

Haben wir die Krise verschlafen? Der Vorwurf richtet sich längst auch an die Medien.

O-Ton 02 Greta Thunberg:

The media has failed to create broad public awareness (2).

Sprecher:

Sie hätten versagt, ein breites öffentliches Bewusstsein zu schaffen, rügte Greta Thunberg bereits im Jahr 2019. Hatte sie Recht? Mit der Kritik ist sie zumindest nicht alleine.

Musik

Sprecher:

Doch wie lässt sich die Klimakrise besser vermitteln? Wie treffen Medien und Politik den richtigen Ton?

Ansage-Sprecherin:

„Richtig übers Klima sprechen – Motivieren statt alarmieren“. Von Luca Sumfleth.

O-Ton 03 Prof. Michael Brüggemann, Kommunikationswissenschaftler:

Was wir denken, hat halt eine Bedeutung dafür, wie wir handeln.

Sprecher:

Michael Brüggemann ist Professor für Kommunikationswissenschaften an der Universität Hamburg. Er erforscht, wie in Deutschland über den Klimawandel gesprochen wird.

O-Ton 04 Prof. Michael Brüggemann:

Also, wenn die Titanic untergeht, ich kann entweder ins Rettungsboot springen oder mir eine Schwimmweste anziehen oder ich kann das leugnen und das ignorieren und einfach weiter die Musik spielen lassen und dazu tanzen und dann werde ich eben ertrinken und deswegen ist erstmal Kommunikation wichtig, auch zu solchen Fragen.

Sprecher:

Lange schien der Klimawandel ein Problem zu sein, mit dem sich vor allem die Wissenschaft beschäftigte. Die Folgen für den Planeten waren mit bloßem Auge kaum zu erkennen. Heute ist das anders. Laut einer Bevölkerungsumfrage im Auftrag der EU-Kommission aus dem Jahr 2023 wird der Klimawandel in Deutschland hinter Krieg und Armut inzwischen auf Platz drei der wichtigsten Menschheitsprobleme eingestuft (3).

O-Ton 05 Prof. Michael Brüggemann:

Wenn also Politiker sagen, wir müssen die Bevölkerung mitnehmen, weil wir müssen denen das erklären, dann stimmt das nur so halb, denn die Bevölkerungsmehrheit ist schon lange total sensibilisiert, für das Thema Umweltschutz sowieso, schon seit Jahrzehnten, aber auch für Thema Klimaschutz.

Sprecher:

Doch bloßes Wissen führt nicht automatisch zu klimaschützendem Verhalten. Deshalb geht es in der heutigen Klimakommunikation meist nicht nur darum, zu informieren, sondern auch zu motivieren. Denn wer handeln will, muss sich überwinden. Beim Klimawandel gilt das für den auf kurzfristiges Denken ausgerichteten Menschen umso mehr. Denn wer mit dem Rauchen aufhört, fühlt sich schnell gesünder. Wer hingegen aufs Fliegen verzichtet, hat außer einem guten Gewissen erstmal wenig davon.

Atmo 02: Training I: (Nadja Hirsch): Dann würde ich sagen, starten wir einfach mal direkt in unseren Themenabend hinein, ich geb euch mal kurz...

Sprecher:

Per Videokonferenz beginnt Nadja Hirsch ihr heutiges Training. Drei Teilnehmerinnen sind ihr zugeschaltet.

Atmo 02: Das Thema Abwehrmechanismen heute Abend stelle ich euch einfach mal ganz kurz vor. Wir sind ja schon bei den letzten Malen ein bisschen immer wieder draufgekommen: Wie spreche ich denn mit Menschen am besten

darüber, die jetzt vielleicht nicht sofort Juhu schreien, wenn ich mit dem Thema Klimaschutz komme?

Sprecher:

Nadja Hirsch ist Diplompsychologin. Mit dem von ihr gegründeten Institut für Klimapsychologie will sie Menschen dabei unterstützen, sich klimafreundlicher zu verhalten.

O-Ton 06 Nadja Hirsch, Psychologin:

Wir wissen aus der Psychologie, dass, nur weil wir eine bestimmte Einstellung haben, dass daraus nicht automatisch ein entsprechendes Verhalten folgt. Also es gibt sozusagen diese Lücke zwischen Einstellung und Verhalten.

Sprecher:

Ob beim Grillabend, wenn maßlos viel Billigfleisch auf den Tisch kommt oder wenn bei der Urlaubsbuchung der Flug wieder in die Ferne führt – eigentlich wüssten wir es besser. Das unangenehme Gefühl, das viele dabei erleben, nennt die Psychologie kognitive Dissonanz.

O-Ton 07 Nadja Hirsch:

Und da kommen dann so ganz typische Abwehrmechanismen im Prinzip zum Tragen, entweder man verdrängt das einfach so ein bisschen, man lenkt sich vielleicht auch mit Social Media ab, das ist so eine klassische Möglichkeit. Oder man beginnt zu rationalisieren, dass man sagt: Ok, dafür esse ich jetzt vier Wochen kein Fleisch, da war das eine Mal schon drin. Also, dass man dann versucht, rational gegenzurechnen, dass das schon in Ordnung ist.

Sprecher:

Wer ein Training von Nadja Hirsch bucht, bringt meist schon ein Bewusstsein für diese Themen mit. Auch die heutigen Teilnehmerinnen sind mit ihrem Verhalten recht zufrieden. Sie wollen besprechen, wie sie ihr Umfeld begeistern können.

Atmo 03: Training II: (Teilnehmerin): Also, wenn wir das schaffen, dann haben wir ganz viel erreicht, weil das potenziell jemand ist, der dann vielleicht so eine ambivalente Person vorher war, die dann sagt: Ach Mensch, ok, und das war ein schönes Gespräch und dann fange ich an kleine Brötchen zu backen. Also es ist eine riesen Errungenschaft, wenn es klappt.

(Nadja Hirsch): Absolut. Klar man stellt sich immer vor, dass das dann sozusagen nur die Worte sind. Aber das ist die Basis für alles weitere.

Musik

O-Ton 08 Greta Thunberg:

I don't want you to listen to me. I want you to listen to the scientists. And I want you to unite behind the science. And then I want you to take real action (4).

Sprecher:

Als Greta Thunberg im September 2019 vor den US-Kongress trat, hatte sie eine klare Botschaft mitgebracht: „Hört nicht auf mich, hört auf die Wissenschaft.“ Mit solch markanten Sprüchen wurde die damals 16-Jährige als Ikone der Klimaproteste weltberühmt. Inzwischen hat ihr Ruf gelitten. Wegen einseitiger Äußerungen zum Nahostkonflikt wird sie auch innerhalb der Klimabewegung stark kritisiert. Hannah Schmid-Petri, Professorin für Wissenschaftskommunikation an der Universität Passau, erinnert sich an frühere Auftritte der Aktivistin. Diese hätten dem Klimaschutz viel Aufmerksamkeit gebracht, sagt sie. Umsetzbar seien die Forderungen aber nie gewesen. Die Wissenschaft könne zwar mögliche Lösungen anbieten...

O-Ton 09 Prof. Hannah Schmid-Petri, Kommunikationswissenschaftlerin:

Aber die letztendliche Entscheidung darüber liegt natürlich bei der Politik und es ist auch Aufgabe der Politik da eben bestimmte Interessenslagen auszuhandeln und gegeneinander abzuwägen und da dann eben Entscheidungen zu treffen. Und aus meiner Sicht kann es nicht Aufgabe der Wissenschaft sein, jetzt für einen bestimmten Lebensstil zu plädieren oder diesen Lebensstil irgendwie vorzuschreiben, denn dafür hat letztendlich auch die Wissenschaft kein Mandat, sondern dafür haben wir demokratisch gewählte und legitimierte Vertreterinnen und Vertreter in der Politik.

Sprecher:

Wissenschaftliche Fakten können aber dazu beitragen, dass Debatten sachlich geführt werden, erklärt Schmid-Petri. Oft sieht die Realität anders aus. Während die Wissenschaft nach Wahrheiten sucht, sucht die Politik nach Mehrheiten. Faktisch ausgewogen sind politische Argumente selten – einzelne Fakten werden betont und andere ausgelassen. Betrifft das ganze Argumentationsketten, spricht man von Framing. Ob beim Tempolimit oder beim Heizungsgesetz: Debatten um Klimaschutz sind voll davon.

O-Ton 10 Prof. Hannah Schmid-Petri:

Und je nachdem, welchen Aspekt man da in den Vordergrund stellt, entsteht natürlich ein ganz anderes Bild von dem Thema an sich, von dem Problem an sich. Und was sehr wichtig ist: Es entsteht natürlich eine andere Wahrnehmung, wer eigentlich für die Verursachung verantwortlich ist und wer eigentlich was tun müsste.

Atmo 04: ARD-Sommerinterview: (Olaf Scholz): Wir haben jetzt auch Entscheidungen vorbereitet, das Wasserstoffnetz zu bauen, denn Strom und Wasserstoff werden ja für unsere wirtschaftliche, industrielle und persönliche Zukunft wichtig werden.

(Tina Hassel): Absolut. Nur zum Abrunden dieses Blocks, Sie sagen also, Sie haben ganz viel gemacht. Halten Sie deshalb – hält diese Regierung – die selbstgesetzten Klimaziele ein?

(Olaf Scholz): Wir werden diese Klimaziele in Deutschland einhalten und erreichen und wir werden das als viertgrößte Volkswirtschaft tun. Das ist dann etwas, was nicht nur ein Beispiel ist für viele andere Länder, sondern für andere auch gleichzeitig etwas mitliefert, was ja dringend notwendig ist.

Nämlich Technologien, die billig sind, die in großer Zahl genutzt werden können und dann überall in der Welt verfügbar sind (5).

Sprecher:

Olaf Scholz im ARD-Sommerinterview 2023. Im Hintergrund wird ein Plakat aus dem Bundestagswahlkampf eingeblendet. Kanzler für Klimaschutz steht auf rotem Hintergrund.

O-Ton 11 Prof. Michael Brüggemann:

Also wir haben verschiedene Narrative, Klimaschutz zu verzögern.

Sprecher:

Erklärt der Kommunikationswissenschaftler Michael Brüggemann.

O-Ton 12 Prof. Michael Brüggemann:

Und eins davon ist das Technologie-Narrativ. Dass wir sagen: Ja wir müssen jetzt noch nichts tun, weil wir werden, ja in Kürze diese Superinnovation – wo auch immer man seine Hoffnung draufsetzt – CO₂ aus der Luft zu ziehen oder plötzlich haben wir überall Wasserstoff, mit dem wir all unsere Heizungen und all unsere Flugzeuge befüllen können.

Sprecher:

Von gelb bis grün. Framing gibt es in jeder politischen Farbe. Während die einen beim Klimaschutz nur von Kosten reden, sprechen die anderen von Chancen. Gute Kommunikation gehe anders, meint Brüggemann.

O-Ton 13 Prof. Michael Brüggemann:

Dass man sagt, du musst was verändern und vorübergehend kann das weh tun, vorübergehend kann das auch was kosten, aber am Ende stehst du eigentlich besser da als vorher. Weil, man muss den Leuten schon sagen, ihr müsst jetzt schon was tun. Es wird einfach nichts passieren, es wird sich keine Veränderung ergeben, wenn nicht alle Akteure massiv etwas tun. Und die, die am meisten tun müssen, sind die, die am meisten Verantwortung und am meisten Macht haben.

Sprecher:

In der Vergangenheit haben Politikerinnen und Politiker jedoch viele Gelegenheiten verpasst, den Klimawandel anzusprechen und ihn als „Klimakrise“ zu diskutieren. Selbst Dürren und Überschwemmungen haben daran lange Zeit nichts geändert. Das zeigt eine Studie vom Juni 2024, die im Fachmagazin Nature Climate Change veröffentlicht wurde. Forscher haben dafür mehr als 260.000 Pressemitteilungen europäischer Parteien aus den Jahren 2010 bis 2020 ausgewertet, die sie kurz vor und nach extremen Wetterereignissen veröffentlicht haben. Demnach schenken nur die grünen Parteien dem Klimawandel nach den Ereignissen etwas mehr Aufmerksamkeit als davor [14].

Doch jeder und jede Einzelne könne etwas dagegen tun, meint Michael Brüggemann – vor allem am Wahltag. Schließlich verfolgen die Politiker die öffentliche Debatte ganz genau.

O-Ton 14 Prof. Michael Brüggemann:

Wenn sie das Gefühl haben, die Debatte schlägt um, dann werden sie sich auch daran anpassen.

Sprecher:

Doch eine angemessene Debatte fand über Jahrzehnte hinweg kaum statt. Denn auch die Medien hätten wenig auf das Problem hingewiesen, meint Michael Brüggemann. Die Krise sei verschlafen worden. Mit seiner Kritik steht er nicht alleine da. Christopher Schrader ist studierter Physiker. Als Wissenschaftsjournalist schreibt er seit über 20 Jahren über den Klimawandel. Auch er sagt: Der Journalismus hat bei dem Thema viel falsch gemacht.

O-Ton 15 Christopher Schrader:

Früher hatten wir ein Phänomen, das nennt sich False Balance. Da wurde Klimaforschung, also die Ergebnisse der Klimaforschung, wurden so behandelt wie ein x-beliebiges politisches Thema.

Musik

Atmo 05: SWR1 Leute: Professor Fritz Vahrenholt, RWE-Manager, früher Umweltsenator in Hamburg, heute unser Gast in SWR1 Leute. Er sagt, die Klimakatastrophe findet nicht statt... (6)

Sprecher:

Im Bemühen um eine ausgewogene Debatte wurde auch Leugnern und Relativieren des Klimawandels in Talkshows immer wieder eine Stimme gegeben. Ob sich das Klima erwärmt und ob der Mensch schuld daran ist: Das Publikum sollte sich eine eigene Meinung bilden.

O-Ton 16 Christopher Schrader:

Bei einem wissenschaftlichen Inhalt ist das natürlich kompletter Blödsinn, also entweder man hat wissenschaftliche Evidenz oder man hat sie nicht. Deswegen waren die Leute auf der anderen Seite, die man dazu geholt hat, meistens irgendwelche Lobbyisten, die auch fachlich überhaupt keine Ahnung hatten, aber irgendwas dagegen gesagt haben.

Atmo 06: Ausschnitt SWR1 Leute: (Fritz Vahrenholt): Fragen Sie Wissenschaftler, die sagen Ihnen: Ja, ja stimmt, wir können es nicht erklären. Warum ist seit zehn Jahren die Temperatur nicht angestiegen, aber CO2 ist Jahr für Jahr angestiegen?

(Stefan Siller): Klima errechnet sich über längere Zyklen, als die letzten zehn Jahre. Aber lassen Sie uns gleich darüber reden, wie stark wirklich der Einfluss der Sonne ist und wie weit die Erwärmung oder eben Nicht-Erwärmung menschengemacht ist.

Sprecher:

Im Vergleich zu den USA waren solche Auftritte, wie dieser 2012 im SWR, in Deutschland weitaus seltener (7) – heute gibt es sie kaum noch. Doch die Kritik an den Medien läuft seit kurzem erst richtig heiß. 2020 wandte sich die Initiative Klima vor acht in einem offenen Brief an die ARD. Nicht nur Umweltverbände, auch Wissenschaftlerinnen und Journalisten haben ihn unterzeichnet. Der Vorwurf: Das Klima komme zu kurz. Die Forderung: Klimaberichte täglich und zwar zur besten Sendezeit. Statt Börse vor Acht, Klima vor Acht. Michael Brüggemann hat den Vorwurf in einer Studie untersucht (8). Dazu hat er einen Blick auf die Sendung geworfen, die die meisten Menschen hierzulande informiert: Die Tagesschau.

O-Ton 17 Prof. Michael Brüggemann:

Und da haben wir halt von 2009 bis 2018 einfach gezählt, wie viel Tagesschau Minuten erwähnen das Wort Klimawandel und wenn man diese ganzen Minuten zusammenzählt, dann kommt halt heraus, dass aus 9 Jahren 8 Jahre lang Schweigen war über Klimawandel. Also das ist ein absolutes Nischenthema gewesen in der Summe.

Sprecher:

Ein verlorenes Jahrzehnt, heißt es in der Studie. Zeit, die beim Klimaschutz heute fehlt. Doch überraschend sind die Zahlen nicht. Denn Medien berichten über Ereignisse und diese blieben beim Klimawandel lange aus. Überflutete Straßen in Bangladesch oder der Gletscherschwund auf Grönland: Wenn der Klimawandel Schlagzeilen machte, dann war er meist weit entfernt. Von der Couch gerissen hat das hierzulande kaum jemanden.

Doch das ändert sich. Dieselbe Studie zeigt: Mit Beginn der Klimaproteste und den Dürresommern seit 2018 nehmen die Berichte zu. Und die Krise rückt näher an uns heran. Hier einige Schlagzeilen:

Musik**Zitatorin 1:**

Medien-Titel: So teuer werden die Folgen des Klimawandels.

Zitator 2:

Medien-Titel: Klimawandel erhöht Risiko für Tropenkrankheiten in Europa.

Zitatorin 1:

Medien-Titel: Pollen: Allergien durch Klimawandel häufiger und heftiger.

Zitator 2:

Medien-Titel: So hart trifft der Klimawandel Deutschlands Skigebiete.

O-Ton 18 Prof. Michael Klein, Psychologe:

Wenn ich jetzt den Menschen von heute an – 2, 3, 4 Jahre Angst mache, dann wird dieses kognitive System, das ich damit Angst erzeugt habe, irgendwann kollabieren und die Glaubwürdigkeit verlieren.

Sprecher:

Michael Klein ist Professor für Klinische Psychologie an der Katholischen Hochschule Nordrhein-Westfalen in Köln. Er arbeitet zudem als Psychotherapeut.

O-Ton 19 Prof. Michael Klein:

Das ist ein Bereich wo eben auch zunehmend das Thema Angst um die Zukunft, Klimaangst, bis hin dann zu völliger Besetzung mit diesem Thema auftaucht.

Sprecher:

Das zeigt auch eine Erhebung des Umweltbundesamtes aus dem Jahr 2022 (9). Ihr zufolge haben heute zwei Drittel der Deutschen Angst vor den Folgen des Klimawandels. Schuld daran seien auch die Medien, meint Michael Klein – allen voran die öffentlich-rechtlichen. Diese berichten ihm bereits viel zu viel – und zu negativ. Das hat ihn auch im Juli 2021 während der Hochwasserkatastrophe im Ahrtal gestört.

O-Ton 20 Prof. Michael Klein:

Da gab es also mehrfach auch in eigentlich angesehenen Medien diese enge Verknüpfung, man könnte fast sagen, Konditionierung zwischen diesem Begriff Ahrtal-Hochwasser, Flutkatastrophe und Klimawandel/Klimakatastrophe. Und das ist meine Kritik auch an diesem Punkt, dass da zu fahrlässig kommuniziert wird und dass das eben auch das Thema Klimaangst-Induktion, also die Erzeugung von Klimaangst, beim Publikum verstärkt.

Sprecher:

Ist das schon der Klimawandel? Als ganz Deutschland im Juli 2021 auf das Ahrtal blickte, war das Interesse an der Frage groß. Ohne die Antwort zu kennen, hatten einige Medien und Politiker schnell den Klimawandel für die Katastrophe verantwortlich gemacht. Doch, dass die Ahrtal-Flut zur Ahrtal-Katastrophe wurde, hatte viele Ursachen.

O-Ton 21 Prof. Michael Klein:

Ich denke, dass da die medialen Botschaften ausgewogen sein sollten und dass sie den Menschen nicht alarmistisch Angst machen sollten. Weil, das ist ein Prozess, der nicht lange gut gehen wird.

Sprecher:

Fünf Wochen nach der Flut belegten Forscher, dass die Niederschläge, die zur Flut führten, mit dem Klimawandel tatsächlich wahrscheinlicher geworden sind (10). Doch als die Studie erschien, war das Ahrtal von den meisten Titelseiten schon wieder verschwunden. In Erinnerung blieben vor allem die reißerischen Meldungen zu Beginn der Flut. Von den Betroffenen und den Helfern vor Ort gab es dafür Kritik. Die Medien hätten sich mal wieder nur auf das Ereignis gestürzt.

O-Ton 22 Prof. Hannah Schmid-Petri:

Also ich glaube, der öffentlich-rechtliche Rundfunk läuft da nicht Gefahr zu alarmistisch zu sein, da gibt es sicher andere Medien, die jetzt in die andere Richtung irgendwie negativer auffallen. Wie gesagt, das Problem sehe ich eher darin, dass

eine zu negative, katastrophenorientierte Berichterstattung eben eher zu der Wahrnehmung führt, dass wir nichts tun können und diesen Katastrophen so ein bisschen ausgeliefert sind, ohne etwas ändern zu können. Da sehe ich tatsächlich die größere Gefahr drin, dass dieser Effekt erzeugt wird.

Sprecher:

Meint die Kommunikationswissenschaftlerin Hannah Schmid-Petri. Wozu das führen kann, zeigt eine aktuelle Umfrage des Leibniz-Instituts für Medienforschung (11). Ein Zehntel der Befragten gab an, Nachrichten häufig bewusst zu vermeiden. Bei zwei von drei Befragten sei dies bereits gelegentlich der Fall. Die Gründe: Nicht nur die Menge der Nachrichten überfordere die Menschen, auch schlugen die Inhalte auf die Stimmung. Während sich die einen also mehr Klimanachrichten wünschen, können die anderen das Thema nicht mehr hören.

Der Klimawandel ist aber längst da. Medien müssen darüber berichten. Doch wie lässt sich der Ernst der Lage vermitteln, ohne dass die Menschen abschalten?

***Atmo 07: Training III: (Teilnehmerin): Mir fällt auf, die Leute sind gar nicht mehr... das Ohr ist nicht mehr so offen, wie vor vier Jahren zum Beispiel. In meinem Umfeld überall so. Vielleicht Reaktanz.
(Nadja Hirsch): Ja, gebe ich dir absolut Recht.***

Sprecher:

Im Klimakommunikationstraining berichtet eine Teilnehmerin, auch ihr Umfeld verliere das Interesse am Klimaschutz. Die Psychologin Nadja Hirsch erklärt: Die Debatte sei aufgeladen und mache viele Menschen vorsichtig. Wer zu einer bewussteren Auseinandersetzung mit dem Klimaschutz oder gar einem nachhaltigeren Lebensstil motivieren will, sollte daher Fragen stellen, empathisch sein und ergebnisoffen diskutieren. Dazu sind auch Emotionen und Werte wichtig.

O-Ton 23 Nadja Hirsch:

Wenn ich jemanden auch zum Handeln animieren möchte, kann man eben auf diese Werte zurückgreifen, weil das wie eine ganz starke Basis letztendlich agiert. Das heißt, wenn ich weiß, dass jemand Heimat als Wert hat, dann kann ich auch über so einen Begriff wie Heimat das Thema Klimaschutz, Nachhaltigkeit eben ansprechen.

Sprecher:

Oft sind es aber viel konkretere Dinge, die Menschen vom Handeln abhalten.

O-Ton 24 Nadja Hirsch:

Ich stoß auch sehr häufig auf Wissenslücken oder die konkrete Umsetzung, die einem fehlt. Also jeder weiß, dass man Energie sparen möchte. Aber wie man das dann ganz konkret bei sich zu Hause umsetzt...

Sprecher:

Da wird es schon schwieriger. Gute Kommunikation sollte aber auch darauf eingehen.

Lösungen aufzeigen, Emotionen und Werte ansprechen. In der Arbeit oder auf der Familienfeier kann das gut funktionieren. Doch können sich die Medien davon etwas abschauen? Ja, meint der Journalist Christopher Schrader. Er erhielt früher oft Leserbriefe, in denen ihm vorgeworfen wurde, er hätte nicht richtig recherchiert.

O-Ton 25 Christopher Schrader:

Viele von den Leuten, die sowas gemacht haben, sind ältere Männer gewesen und viele waren aus irgendwelchen technischen Berufen, also typischerweise pensionierte Ingenieure oder sowas. Die hatten ihr ganzes Leben lang mit diesen Techniken zu tun, die hatten Kohlekraftwerke gebaut oder Autos gebaut oder sonst was und nun kam dieser Artikel her, der sagte oder implizierte, das war alles schlecht, das können wir nicht mehr gebrauchen, das muss weg. Da verteidigt man natürlich sein Lebenswerk. Da setzt dann auch das rationale Beschäftigten damit aus, was die gelernt hatten. Das waren ja wissenschaftlich gebildete Leute. Das setzte dann einfach aus.

Sprecher:

Weil bloße Fakten nicht ankommen, sei es daher wichtig, auch auf die Werte der Leserschaft einzugehen. Was bedeutet der Klimawandel für die Zukunft ihrer Kinder? Wie wirkt er sich auf ihre liebste Urlaubsinsel aus?

O-Ton 26 Christopher Schrader:

Dazu muss es dann auch emotional werden. Aber auch nicht auf eine Art und Weise nur Angst zu machen, dann schalten die Leute auch ab. Wenn es bedrohlich wird, muss man auch aufzeigen, was für Lösungen, was für Auswege aus der Situation es gibt.

Sprecher:

Ideen, wie das aussehen könnte, gibt es bereits. Lisa Urbauer veranstaltet Workshops am Bonn Institute. Das gemeinnützige Unternehmen will Redaktionen dabei unterstützen, ihre Berichterstattung zukunftsfähig zu machen. Dazu sollen auch Erkenntnisse aus der Psychologie helfen.

O-Ton 27 Lisa Urbauer, Bonn Institute:

Da gehört zum Beispiel Bildsprache zu, welche Bilder wählen wir aus, was macht das mit Menschen, Wortwahl, welche Sprache wähle ich, wie bezeichne ich Menschen.

Sprecher:

Freibadbilder während einer Hitzewelle wirken verharmlosend. Doch statt mit Fotos von Waldbränden oder trockenen Äckern Panik zu schüren, hat Lisa Urbauer einen Vorschlag: Berichte sollten konstruktiv sein.

O-Ton 28 Lisa Urbauer:

Zum Beispiel, wenn wir darüber berichten, wie Städte verschiedene Hitzepläne haben und wie die sich ausgestalten, kann man zum Beispiel Bilder auswählen die diesen Lösungsansatz darstellen und zeigen. Also wir müssen die Klimakrise von der ganz oberen Ebene wegholen und sagen ok, was bedeutet das für die Menschen in

Wuppertal, Berlin, Bremen, wo spielen die Geschichten und wie können da Lösungsansätze aussehen.

Sprecher:

Konstruktiver Journalismus nennt sich dieser Ansatz. Das bedeutet, zu schauen, wo die Gesellschaft vorankommen kann, erklärt Urbauer. Wie diese Art der Vermittlung wirkt, haben Studien bereits erforscht (12, 13). Dabei lesen die Probanden zwei Versionen eines Artikels – zum Beispiel über Plastikmüll. Einmal mit und einmal ohne Ideen, wie man ihn reduzieren könnte. Anschließend werden die Personen zu ihren Emotionen und Verhaltensabsichten befragt. Es zeigt sich, dass sich die konstruktiven Artikel oft besser auf die Stimmung auswirken. Der Nachrichtenvermeidung könnte das tatsächlich entgegenwirken. Ob sich Menschen dadurch aber längerfristig mit Lösungen beschäftigen und etwa mehr Plastik im Alltag vermeiden, solche Effekte sind nur schwer nachweisbar, sagt Michael Brüggemann.

O-Ton 29 Prof. Michael Brüggemann:

Also Medienwirkungen werden gleichzeitig unter- und überschätzt. Es wird überschätzt, wenn ich jetzt einen einzelnen Beitrag mache, dass der jetzt die Bevölkerung über dieses Thema aufklärt. Aber es gibt auch das Unterschätzen, dass dann manche Journalisten sagen, ich mache ja nur meinen Job, berichte was hier passiert und ich habe gar keine Verantwortung.

Sprecher:

Würde in der Breite konstruktiv berichtet, dann hätte das wahrscheinlich schon einen Effekt für den Klimaschutz. Manche Journalisten sehen darin aber einen Konflikt mit dem Berufsethos. Lösungsansätze zu benennen, empfinden sie als zu aktivistisch. Schließlich sind sie dazu angehalten, sachlich und neutral über die Welt zu berichten. Initiativen wie das Bonn Institute sehen das anders: Für sie ist konstruktiver Journalismus sachlich korrekt. Es gehe nicht darum, alles schön zu färben, sondern darum, aus den vorhandenen Informationen auch einen Mehrwert für die Menschen zu schaffen. Dass Katastrophenmeldungen bei vielen Menschen jedenfalls nicht gut ankommen, lässt sich auch beim SWR beobachten.

O-Ton 30 Gábor Paál:

Was aber ziemlich gut abgerufen wird, sind Fragen rund ums Thema Energiewende. Also, ist Photovoltaik besser als Windkraft? Für wen sind Wärmepumpen geeignet? Was kann Wasserstoff leisten? Also solche lösungsorientierten Ansätze, in denen schon auch viele Klimaaspekte drinstecken, die finden weitaus mehr Resonanz.

Sprecher:

Das erklärt Gábor Paál, Leiter der Abteilung Wissenschaft und Bildung beim SWR. Die Abrufzahlen zeigen: Klimathemen kommen dann gut an, wenn Klima nicht schon auf der Verpackung steht.

O-Ton 31 Gábor Paál:

Das Wort Klima oder Klimakrise hat ja auch das Problem, dass es gleichzeitig zu breit und zu eng ist. Also, es ist sehr breit, weil es ziemlich viel umfasst von Dürren bis Hochwasser und Wirbelstürme und so weiter und dadurch dann doch wieder

abstrakt bleibt. Und gleichzeitig ist es zu eng, weil es bei den meisten Problemen zu kurz greift, das Etikett Klima drauf zu kleben.

Sprecher:

So wie die Ahrtal-Katastrophe viele Ursachen hatte, ist auch bei anderen Problemen nicht nur der Klimawandel schuld. Doch, ob Insektensterben oder soziale Ungleichheit, bei vielen Themen spielt die Klimakrise eine Rolle, meint Christopher Schrader.

O-Ton 32 Christopher Schrader:

Und deswegen muss die eigentlich in allen Ressorts, in allen Berichten auch mitgedacht werden. Also, so wie ein Lokaljournalist und Lokaljournalistin immer denkt bei jedem politischen Thema: Wie betrifft das meine Stadt, so sollten Journalisten immer bedenken, was für einen Aspekt hat Klimawandel dabei?

Sprecher:

Welche Rolle Medien in der Klimakommunikation spielen könnten, ohne die Grenze zum Aktivismus zu überschreiten, wird nicht nur am Bonn Institute diskutiert. 2022 gründeten Journalisten das Netzwerk für Klimajournalismus: Klima sei kein Thema, sondern eine Dimension eines jeden Themas. Verlage und Sender sollten Verantwortung tragen und Redaktionen weiterbilden, so zwei der Eckpunkte einer eigens verfassten Charta. In Großbritannien hat die BBC ihren Redaktionen bereits 2018 ein Merkblatt zur Verfügung gestellt. Es soll helfen, Fakten zu verstehen und Irrtümer zu vermeiden. Beim SWR gibt es so etwas bis heute nicht. Gábor Paál, Leiter der Wissenschaftsabteilung, hält das für richtig.

O-Ton 33 Gábor Paál:

Würden wir jetzt extra einen Leitfaden für Klimaberichterstattung verfassen, dann könnte es ja auch den falschen Eindruck erwecken, als hätten wir einen Anlass speziell bei diesem einen Thema Vorgaben zu machen oder Sprachregelungen zu erlassen, die von professionellen Standards abweichen und das tun wir ja gerade nicht.

Sprecher:

Der Klimawandel betrifft die gesamte Gesellschaft. Sich für den Klimaschutz einsetzen und darüber sprechen, das kann und sollte auch jeder Einzelne leisten. Denn den größten Einfluss auf unser Denken und Handeln hat immer noch das persönliche Umfeld. Laut einer Studie, die Michael Brüggemann im Sommer 2024 mit seinen Kollegen veröffentlicht hat, ist die Zahl der Gespräche über den Klimawandel unter Freunden, in Familien und am Arbeitsplatz jedoch seit 2019 stark zurückgegangen [15]. Hier wieder anzufangen, könnte sich lohnen, meint Christopher Schrader.

O-Ton 34 Christopher Schrader:

Wenn es die Norm ist, dass wir was gegen den Klimawandel, gegen die Klimakrise tun wollen alle zusammen und alle das voneinander wissen oder von großen Mehrheiten der anderen wissen, dann kann das ja auch schneller vorangehen.

Musik

Abspann Das Wissen über Bett:

Sprecherin:

„Richtig übers Klima sprechen – Motivieren statt alarmieren“. Von Luca Sumfleth.
Sprecher: Sebastian Schwab. Redaktion: Marisa Gierlinger. Regie: Andrea Leclerque. Ein aktualisierter Beitrag aus dem Jahr 2023.

* * * * *

Links:

(1) Tagesschau-Bericht von 1979, zu sehen in:

<https://www.youtube.com/watch?v=R7qwsikCvwY&t=15s>

(2) Rede Greta Thunbergs 2019 auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos, zu sehen in:

<https://www.youtube.com/watch?v=RjsLm5PCdVQ>

(3) Eurobarometer 2023: Ergebnisse der Eurobarometer-Umfrage in Deutschland:

https://germany.representation.ec.europa.eu/news/eurobarometer-umfrage-klimawandel-ist-ein-ernstes-problem-und-sollte-schneller-bekampft-werden-2023-07-20_de

(4) Rede Greta Thunbergs 2019 vor dem US-Kongress, zu sehen in:

<https://www.youtube.com/watch?v=9h0tB0RrqQA>

(5) ARD-Sommerinterview 2023 mit Olaf Scholz, zu sehen in:

<https://www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/sommerinterview-scholz-108.html>

(6) SWR1-Leute vom 29.03.2012 im SWR, zu sehen in:

<https://www.youtube.com/watch?v=l13K4QnR-gs>

(7) Studie zum Klimawandeldiskurs in Deutschland, Frankreich, USA und Großbritannien im Zeitraum 2000 – 2010:

https://sciencepolicy.colorado.edu/about_us/meet_us/max_boykoff/readings/grundman_2012.pdf

https://sciencepolicy.colorado.edu/about_us/meet_us/max_boykoff/readings/grundman_2012.pdf

(8) Studie zur Klimaberichterstattung in ARD, ZDF und WDR von 2007 – 2022:

https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2022/2212_Tschoetschel_Schumann_Roloff_Brueggemann_.pdf

(9) Studie des Umweltbundesamts zum Umweltbewusstsein in Deutschland:

<https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbewusstsein-in-deutschland-2022>

(10) Studie über den Einfluss des Klimawandels auf die Niederschläge in Westeuropa im Sommer 2021:
<https://www.worldweatherattribution.org/heavy-rainfall-which-led-to-severe-flooding-in-western-europe-made-more-likely-by-climate-change/>

(11) Studie des Leibniz-Instituts für Medienforschung über die Nachrichtennutzung in Deutschland:
https://leibniz-hbi.de/uploads/media/Publikationen/cms/media/k3u8e8z_AP63_RIDNR22_Deutschland.pdf

(12) Studie zur Wirkung von konstruktivem Journalismus:
<https://edoc.ku.de/id/eprint/21113/>

(13) Studienübersicht zur Wirkung von konstruktivem Journalismus:
https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2022/2212_ARD-Forschungsdienst.pdf

[14] Studie über den Einfluss von Extremwetterereignissen auf die Kommunikation politischer Parteien:
<https://www.nature.com/articles/s41558-024-02024-z>

[15] Studie zu Mediennutzungen und Klimakommunikation im persönlichen Umfeld:
https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2024/MP_14_2024_Rueckschlag_fuer_den_Klimaschutz.pdf