



Deutsche  
Journalisten  
Akademie

F10

# Klimajournalismus

Christian Schwägerl

# Impressum

**Deutsche Journalisten-Akademie**

Karmeliterweg 84  
13465 Berlin

[kontakt@djamail.de](mailto:kontakt@djamail.de)

[www.deutschejournalistenakademie.de](http://www.deutschejournalistenakademie.de)

Tel. 030 / 810036887

Fax. 030 / 810036889



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung: Ein epochales Themengebiet</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Was ist Klimajournalismus?</b>	<b>9</b>
2.1	„Nachhaltigkeit“ – zwischen Floskel und Jahrhundertthema	9
2.2	Hintergrund: Eine kurze Vorgeschichte der Nachhaltigkeit	12
2.3	Journalismus zu Themen der Nachhaltigkeit	12
2.4	Ein ABC der wichtigsten Themengebiete	14
<b>3</b>	<b>Zwischen Apokalypse und Greenwashing: Wie positioniere ich mich als Klimajournalist?</b>	<b>17</b>
3.1	Hardcore und investigativ	17
3.2	Nüchtern und distanziert	17
3.3	Eine gute Mischung suchen	17
3.4	Lösungsjournalismus	18
<b>4</b>	<b>Handwerkszeug: Die Kenntnis von Institutionen und Akteuren und der Umgang mit ihnen</b>	<b>20</b>
4.1	Medien	21
4.2	Staatliche Stellen und EU	21
4.3	Vereinte Nationen und internationale Institutionen	22
4.4	Unternehmen, Wirtschaftsverbände, Gewerkschaften	22
4.5	NGOs und Aktionsgruppen	23
4.6	Stiftungen und Thinktanks	24

4.7	Wissenschaftliche Beratungsgremien	24
4.8	Hochschulen und Wissenschaftsorganisationen	24
<b>5</b>	<b>Handwerkszeug: Fachliche Kompetenzen</b>	<b>27</b>
<b>6</b>	<b>Handwerkszeug: Statistische Kenntnisse</b>	<b>29</b>
<b>7</b>	<b>Recherche und Arbeitsweisen</b>	<b>32</b>
7.1	Journalismus – selbst nachhaltig?	32
7.2	Extremsituationen	32
7.3	Umgang mit Belastungen und Negativität	34
<b>8</b>	<b>Geeignete Darstellungsformen für eine komplexe Welt</b>	<b>36</b>
8.1	Ferne überwinden	36
8.2	Langfristigkeit anschaulich machen	36
8.3	Relevanz veranschaulichen	37
8.4	Proportionen verdeutlichen	37
8.5	Das Globale im Lokalen, das Lokale im Globalen finden	37
8.6	Klischees vermeiden	38
8.7	Fachbegriffe präzise und anschaulich vermitteln	38
<b>9</b>	<b>Klimajournalismus und journalistische Unabhängigkeit</b>	<b>40</b>
<b>10</b>	<b>Ausblick</b>	<b>43</b>



# Klimajournalismus

## Allgemeine Lernziele

Nachdem Sie diesen Studienbrief durchgearbeitet haben, sollten Sie

- ein gutes und vertieftes Verständnis für dieses wachsende journalistische Arbeitsgebiet entwickelt haben
- einen Überblick über die wichtigsten Themengebiete haben
- eine professionelle Grundhaltung für die Arbeit als Klimajournalist gefestigt haben
- die wichtigsten Anforderungen und Herausforderungen kennen
- mit Quellen und besonderen Arbeitssituationen vertraut sein
- eigenständig Recherchen und Projekte für die Berichterstattung entwickeln können

Schon heute sollte eigentlich jeder Journalist und jede Journalistin Grundkenntnisse zu Nachhaltigkeitsthemen haben, schon deswegen, weil hier im Gegensatz zu früher nun echte berufliche Chancen liegen: Die Nachfrage nach qualitativ guten Journalistinnen und Journalisten im Bereich Nachhaltigkeit wird aller Voraussicht nach in den kommenden Jahren weiter zunehmen.

# 1 Einleitung: Ein epochales Themengebiet

Es ist noch gar nicht so lange her, dass Journalistinnen und Journalisten, die sich mit Klima, Umwelt, Natur und Nachhaltigkeit befassten, als Außenseiter galten und auch so behandelt wurden. „Orchideenthema“<sup>1</sup> hieß es zum Beispiel in Redaktionskonferenzen zu Vorschlägen, über die schrumpfenden Vielfalt der Tier- und Pflanzenarten zu recherchieren. Als 2009 der Klimagipfel von Kopenhagen scheiterte, sagte der Chefredakteur eines großen deutschen Mediums: „Klima ist jetzt vorbei.“ Ähnlich äußerte sich sogar noch 2021 der damalige ZDF-Intendant Thomas Bellut: „Klima ist wichtig, aber danach kommt das nächste Thema“<sup>2</sup>, sagte er. Dass die von uns Menschen verursachten Klimaveränderungen für Jahrtausende anhalten werden, wusste dieser Spitzenvertreter des Öffentlich-Rechtlichen Rundfunks offenbar nicht.

Doch diese Art von Unwissen und teilweise mutwilliger Ignoranz ist am Verschwinden. Fast alle großen deutschen Medien haben in den vergangenen Jahren ihre Umweltberichterstattung intensiviert, wobei der Schwerpunkt auf dem Klima liegt. Mit „Countdown Natur“ realisierte die Journalismus-Genossenschaft Riff-Reporter ein zweijähriges Rechercheprojekt zur Biodiversität. Zudem sind Zusammenschlüsse von Journalistinnen und Journalisten aus dem Bereich Klima entstanden – wie „Netzwerk Weitblick“ oder das „Netzwerk Klimajournalismus“ mit Hunderten Mitgliedern. Die Initiative „Klima vor acht“ setzt sich dafür ein, dieses Thema kurz vor der Tagesschau prominent zu platzieren. Auch in der internationalen Medienlandschaft hat ein tiefgehendes Umdenken eingesetzt. Nach der New York Times führte Ende 2022 auch die Washington Post ein eigenes Klimaressort mit 30 Redakteurinnen und Redakteuren ein.

Für diesen Wandel war es höchste Zeit. Das World Economic Forum platziert Klima und Biodiversität bei den globalen Risiken für dieses Jahrzehnt auf den Spitzenplätzen. Der UN-Generalsekretär warnt, die Menschheit führe „Krieg gegen die Natur“ und befinde sich auf einem „*highway to climate hell*“. Immer neue Hitzerekorde geben einen Vorgeschmack auf die drohende „Heißzeit“. Hinzu kommen Ereignisse wie im Sommer 2022, als mit der Oder ein ganzer Fluss auf weiter Strecke überraschend biologisch kippte und Millionen Fische verendeten. Umweltverschmutzung mit Salz, Erwärmung des Wassers und eine Massenvermehrung einer Alge wirkten dabei zusammen.

Längst geht es nicht mehr nur um abstrakte Gefahren in einer fernen Zukunft. Die Klimakrise ist hier und heute bereits für Hunderte Millionen Menschen spürbar und verläuft teils heftiger, als von der Forschung prognostiziert. Das Aussterben von Arten geht 10- bis 100-mal schneller vonstatten, als es natürlicherweise der Fall sein sollte.

Und zugleich rückt die Suche nach Lösungen und neuen Strategien ins Zentrum von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Auch die größten Unternehmen der Welt beschäftigen sich mit Nachhaltigkeit nicht mehr aus Wohltätigkeit, sondern als Kern ihrer Geschäftsmodelle.

Früher galten „Umwelt“ und „Wirtschaft“ als Gegensätze, wobei in Redaktionen klar war, dass die Prioritäten in der Ökonomie liegen. Heute erscheint dieser Widerspruch antiquiert. Man muss sich selbst dann, wenn man sich als Journalist nur für Börsenkurse interessiert, mit Umweltthemen auskennen. „Environmental, Social Governance“ (ESG), also professionelle Unternehmensführung im Bereich der Nachhaltigkeit, gehört inzwischen zu den wichtigsten Bewertungskriterien für Unternehmen.

1 Nischenthema, unbedeutend

2 Quelle: Medientage Mitteldeutschland 2021, <https://youtu.be/NKL5LT2wOK4?t=28983> (zuletzt aufgerufen am 24.02.2023)