

Katharina Halo: Repräsentation von Klima und Artenvielfalt im deutschen Fernsehen

Fernsehen ist mit Abstand das am häufigsten genutzte Medium, um sich über den Klimawandel zu informieren. Das hat eine Studie der MaLisa Stiftung in Zusammenarbeit mit den vier größten deutschen TV-Sendern ergeben. Fast die Hälfte aller Befragten (47 %) gab an, sich im Fernsehen über den Klimawandel zu informieren. Das unterstreicht die bedeutende Rolle des Mediums in der Berichterstattung, wenn es darum geht, zentrale Themen wie Klima- und Biodiversitätskrise informativ und verständlich zu präsentieren und Lösungsansätze aufzuzeigen. Die Befragten sehen das Thema bei den aktuell wichtigsten Problemen in Deutschland allerdings nur an fünfter Stelle; Energie und Versorgung oder auch der Krieg in der Ukraine erschienen ihnen zum Zeitpunkt der Untersuchung wichtiger.

Die Sendezeit im TV beträgt für das Thema Klimawandel nur 1,8 Prozent. Bei Biodiversität sind es sogar nur 0,2 Prozent. Laut der Studie wünschen sich 62 Prozent der Zuschauer*innen, dass der Klimawandel in Zukunft häufiger Thema ist. Die Unterrepräsentation führt dazu, dass fast 80 Prozent der Befragten ihre Kenntnisse als „mäßig“ bis „gar nicht vorhanden“ einschätzen. Weitere Aspekte, die in der Studie untersucht wurden, sind ‚Gender & Klima im TV‘ und ‚Extremwetter-Ereignisse‘. In einem abschließenden Ausblick wurden mögliche Praktiken, Perspektiven und Potenziale für die Zukunft der Medienberichterstattung vorgestellt.

An der qualitativen Gruppendiskussion nahmen 42 Personen teil, aus deren Angaben sich Rückschlüsse auf ihre TV-/Mediennutzung und ihre Einstellung zum Klimawandel ableiten lassen. Zusätzlich fanden zwei quantitative Befragungen zum Thema Klimawandel und Biodiversität mit jeweils 1.445 und 1.125 Teilnehmenden statt. Die Studie wurde gemeinsam mit den TV-Sendern ARD, ZDF, ProSieben/Sat.1 und RTL Deutschland von der MaLisa Stiftung initiiert und gefördert.