

Medien | 31.07.2020 | Lesezeit 2 Min.

Klimawandel immer präsenter

In den vergangenen Jahren sind Klima- und Umweltthemen immer stärker in den öffentlichen Fokus gerückt, was sich auch in der entsprechenden medialen Berichterstattung widerspiegelt. Die Corona-Pandemie drängte den Diskurs um den Klimawandel aber zuletzt in den Hintergrund.

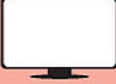




Im November dieses Jahres hätte eigentlich die 26. Weltklimakonferenz der Vereinten Nationen stattfinden sollen, aufgrund der Corona-Pandemie musste der Klimagipfel aber erstmals seit seiner Premiere im Jahr 1995 abgesagt werden. Das jährliche Treffen der Staatsdelegationen, auf dem an einer gemeinsamen Klimaschutzpolitik gearbeitet wird, wird sonst stets von großem medialen Interesse und der damit verbundenen Berichterstattung begleitet.

Durch die Klimaschutzaktivistin Greta Thunberg und die Fridays-for-Future-Bewegung, das Klimaschutzpaket der deutschen Bundesregierung und den Austritt der USA aus dem Pariser Klimaabkommen ist die Umweltberichterstattung in den vergangenen Jahren verstärkt auf die Agenda der deutschen Medien gerückt. Folglich kommen auch immer mehr Bundesbürger mit dem Thema in Berührung (Grafik):

Während zur Zeit der Weltklimakonferenz 2015 rund jeder vierte Bundesbürger keine Informationen zu Klimathemen erhielt, war es zur Konferenz 2019 nur noch etwa jeder Neunte.

Klimawandel: Steigende Reichweite in allen Medien

So viel Prozent der Befragten erhielten mindestens einmal in der Woche Informationen zu Klimathemen über ...

	2015	2018	2019
 ... Fernsehsender und Mediatheken	66	61	75
 ... Radiosender	46	44	57
 ... soziale Netzwerke	19	29	43
 ... Online-Nachrichtenportale	26	31	42
 ... Printmedien	32	32	41
Keine Informationen erhalten	24	21	11

Befragungen von mindestens 1.000 Bundesbürgern während der Klimakonferenzen in den jeweiligen Jahren

Quelle: ARD
© 2020 IW Medien / iwd

iwd

Eine wesentliche Rolle spielen dabei Fernsehsender und Mediatheken: Drei Viertel der

Deutschen erhielten während des letztjährigen Klimagipfels mindestens wöchentlich auf diesem Weg Informationen zum Klimaschutz. Auch soziale Netzwerke sind ein immer größerer Faktor: 43 Prozent der Bundesbürger bekamen 2019 über Facebook und Co. entsprechende Informationen – 2015 war dieser Anteil noch nicht einmal halb so hoch.

Die Zahl der Beiträge zur Corona-Pandemie in deutschen Print- und Online-Medien war allein im März 2020 gut dreimal so hoch wie jene zur Klimakrise im gesamten Jahr 2019.

Die Corona-Pandemie hat die Berichterstattung zu Klimathemen in jüngster Zeit allerdings in den Hintergrund gedrängt. So war laut einer Studie der PR-Agentur BCW die Zahl der Beiträge zur Pandemie in deutschen Print- und Online-Medien allein im März 2020 gut dreimal so hoch wie jene zur Klimakrise im gesamten Jahr 2019. In einer Forsa-Umfrage nannten 60 Prozent der Teilnehmer die Pandemie als das drängendste gesellschaftliche Problem und nur jeder Zehnte den Klimawandel – vor einem Jahr war es noch gut jeder Dritte.

Mittlerweile ist das Interesse der Bundesbürger an Berichten zur Pandemie aber wieder gesunken. Im Mai lag die Zahl der Suchanfragen zu Corona-Themen bereits um mehr als 80 Prozent unter deren Höhepunkt in der dritten Märzwoche.

Kernaussagen in Kürze:

- Durch die Fridays-for-Future-Bewegung, das deutsche Klimaschutzpaket und den Austritt der USA aus dem Pariser Klimaabkommen haben deutsche Medien in den vergangenen Jahren verstärkt über Umweltberichterstattung berichtet.
- Somit kommen immer mehr Bundesbürger mit dem Thema in Berührung: Zur Zeit der Weltklimakonferenz 2019 erhielten knapp 90 Prozent der Bundesbürger Informationen zu Klimathemen.
- Durch die Corona-Pandemie wurde die Berichterstattung zu Klimathemen allerdings in den Hintergrund gedrängt.