

26. August 2013

49/13

Pressedienst

Klimawandel ist Medienthema weltweit

Aufmerksamkeit in vielen Ländern stärker als in Deutschland

Wie viel Platz räumen große Tageszeitungen dem Thema Klimawandel ein? Ein Team um den Soziologen Andreas Schmidt von der Universität Hamburg, KlimaCampus, hat die Berichterstattung in 27 Staaten ausgewertet. Die Studie zeigt: In allen Ländern hat die Medienaufmerksamkeit seit 1996 deutlich zugenommen. Besonders hoch ist sie, wo die Wirtschaft stark auf fossilen Energieträgern wie Öl oder Kohle basiert und sich die Länder gleichzeitig im Rahmen des Kyoto-Protokolls verpflichtet haben, CO2-Emissionen zu reduzieren.

Bisher gab es kaum Studien, die mehr als drei Länder verglichen und Entwicklungs- oder Schwellenländer mit einbezogen. Die neue Analyse, die jetzt im Fachjournal „Global Environmental Change“ veröffentlicht wurde, umfasst sowohl Industrie- als auch Entwicklungsländer über den Zeitraum von 1996 bis 2010. Pro Land haben die Forscher ein bis zwei Qualitätszeitungen mit nationaler Bedeutung und hoher Reichweite untersucht und monatlich den Anteil der Klimabeiträge an der gesamten Berichterstattung der jeweiligen Zeitung ermittelt.

Während des Untersuchungszeitraums handelten in Deutschland durchschnittlich 0,41 Prozent aller Zeitungsartikel vom Klimawandel. Im internationalen Vergleich nimmt Deutschland damit einen Platz im hinteren Drittel ein. Beim Spitzenreiter Australien erhielt das Thema mehr als dreimal so viel Raum (1,42 Prozent). In der Gruppe der elf Industrieländer lagen nur Russland und Spanien hinter Deutschland. Insgesamt zollten die Medien in 17 Ländern (acht Industrie- und neun Entwicklungsländer) dem Klimawandel mehr Aufmerksamkeit als in Deutschland.

„Mit diesem Ergebnis hatten wir nicht gerechnet“, sagt Schmidt. Doch während in Deutschland bereits seit den 1980er Jahren ein breiter Konsens herrsche, in der internationalen Klimapolitik eine Vorreiterrolle zu übernehmen, gäbe es in Australien aufgrund starker Lobbygruppen mit unterschiedlichen Interessen eine viel intensivere Debatte. Die australische Wirtschaft basiert stärker auf fossilen Energieträgern als Deutschland und steht bei der Umsetzung der Kyoto-Ziele deshalb vor größeren Herausforderungen.

„Länder, die besonders viele Treibhausgase produzieren und unter dem Druck stehen, Lebensstil und Wirtschaft zu verändern, diskutieren sehr viel über Klimawandel und politische Lösungen“, so Schmidt. Dieser Zusammenhang zwischen Handlungsdruck und Medienaufmerksamkeit wird am Beispiel Australien besonders deutlich. „Hier spielt wohl auch eine Rolle, dass eine starke Umweltbewegung extreme Wetterereignisse wie Dürren und Hochwasser thematisiert.“ Die Analyse zeigt also, dass der Umfang der Artikel gesellschaftliche und politische Diskussionen zum

Klimawandel widerspiegelt. „Im Falle Australiens hat die breite gesellschaftliche Debatte letztlich zu ambitionierten Klimazielen geführt. Eine hohe Medienaufmerksamkeit kann also auch Impulse für die Klimapolitik setzen.“

Außerdem zeigt die Studie: In besonders klimagefährdeten Ländern unterscheidet sich der Anteil der klimabezogenen Artikel kaum vom Durchschnitt aller Länder. Unterschiede zeigen sich aber zwischen den Ländern, die im Rahmen des Kyoto-Protokolls keine Verpflichtungen übernommen haben – und die generell weniger über das Thema Klimawandel berichten. Innerhalb dieser Gruppe ist die Medienaufmerksamkeit deutlich höher, wenn signifikante Auswirkungen für das jeweilige Land erwartet werden. Die Beiträge handeln in diesen Ländern hauptsächlich von den Folgen des Klimawandels und den Anpassungsmaßnahmen. „Wirtschaftliche Interessenkonflikte auf nationaler Ebene bestehen hier kaum, da diese Länder keine Verantwortung übernommen haben, Ziele eines internationalen Klimaabkommens zu verwirklichen. Daher gibt es auch weniger Diskussionsbedarf“, so Schmidt.

Andreas Schmidt, Ana Ivanova, Mike S. Schäfer: Media Attention for Climate Change Around the World: A Comparative Analysis of Newspaper Coverage in 27 Countries, in Global Environmental Change.

Der Artikel ist abrufbar unter: DOI: 10.1016/j.gloenvcha.2013.07.020

Niveau der Medienaufmerksamkeit im Ländervergleich:

Tabelle zum Download:

www.klimacampus.de/presse/Vergleich_Medienaufmerksamkeit_Tabelle.pdf

Grafik zum Download:

www.klimacampus.de/presse/Vergleich_Medienaufmerksamkeit_Grafik.pdf

Für Rückfragen:

Andreas Schmidt

Universität Hamburg, KlimaCampus

Tel.: 040 42838-7775

Mobil: 0179 2999408

E-Mail: andreas.schmidt@zmaw.de

Franziska Neigenfind

Universität Hamburg, KlimaCampus

Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: 040 42838-7590

E-Mail: franziska.neigenfind@zmaw.de