



Forschungsbericht

Umweltberichterstattung im deutschen Fernsehen
Eine inhaltsanalytische Untersuchung

basierend auf der gleichnamigen Magisterarbeit vom April 1997

von Christine Persitzky

Freie Universität Berlin

Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Arbeitsbereich Wissenschaftsjournalismus

Prof. Dipl.-Ing. Winfried Göpfert

Malteserstr. 100, 12249 Berlin

Berlin, 1997

Freie Universität Berlin
Fachbereich Philosophie und Sozialwissenschaften I
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Arbeitsbereich Wissenschaftsjournalismus
Prof. Winfried Göpfert
Malteserstr. 74-100
12249 Berlin

Christine Persitzky

Umweltberichterstattung im deutschen Fernsehen
Eine inhaltsanalytische Untersuchung

- Forschungsbericht -

Berlin, 1997

Umweltberichterstattung im deutschen Fernsehen

Der Karriereknick des Themas Umwelt ist nicht mehr zu übersehen. Über Jahre, ja fast Jahrzehnte rangierten ökologische Fragen als drängendste Probleme der Gesellschaft auf den vordersten Plätzen aller Umfragen. Mit der wirtschaftlichen Rezession hat sich das geändert. In der öffentlichen und politischen Diskussion haben sich andere Probleme in den Vordergrund gedrängt, die Umwelt erlebt seit Beginn der 90er Jahre einen Rollback.¹ Arbeitslosigkeit und soziale Sicherheit, Kriminalität und Ausländerdebatte bestimmen das Tagesgeschehen. Wie stark der ökologische Umbau der Gesellschaft unter Beschuß gerät, haben die jüngsten Diskussionen um Energiesteuern und die schrittweise Erhöhung des Benzinpreises gezeigt.

Doch die Umweltprobleme sind noch längst nicht gelöst. Auch wenn die Luft reiner und die Flüsse sauberer sind als vor 25 Jahren: Die größten ökologischen Aufgaben kommen noch. Ozonloch, Klimawandel, Regenwaldrodung, Ressourcenverschwendung und Müllberge, Bodenerosion und Wüstenausbreitung, Artenschwund und verseuchtes Grundwasser – die Liste ließe sich fortführen. Öko-Katastrophen ohne Zahl, doch mit einer Gemeinsamkeit: Sie sind hausgemacht, selbstverschuldet von uns, den Menschen. Dazu kommt: Die Probleme haben sich verändert. Sie sind komplexer und globaler, wir können sie oft nicht sehen, nicht schmecken, nicht spüren, sie sind zu langfristig und zu weit weg, um sie persönlich zu erfahren.

Die Umweltberichterstattung in den Medien war mit der Umweltpolitik und der Popularität des Umweltschutzes in der Öffentlichkeit stets so eng verflochten, daß man von gegenseitigen Effekten ausgehen kann. Die parallele Entwicklung läßt vermuten, daß auch die Berichterstattung über Umweltthemen derzeit einen Karriereknick erfährt. Bestätigt wird dies durch die Schwierigkeiten von Umweltfachmedien, sich auf dem Markt zu behaupten. Auch neu hinzugekommene Umweltsendungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen können nicht darüber hinwegtäuschen: Umwelt ist zur Zeit kein Topthema mehr.

Besonders für die auf Umwelt spezialisierten Medien ballen sich mehrere Aspekte zur Existenzbedrohung zusammen: Dem schwindenden Publikumsinteresse steht die schwierigere Vermittelbarkeit der Umweltprobleme gegenüber, und deren neue Qualität stellt die Journalisten vor die Situation, die Verantwortung der Gesellschaft und ihrer umweltfeindlichen Lebens- und Wirtschaftsweise für die Umweltzerstörung thematisieren zu müssen. Ebenso sind die Lösungen der modernen Umweltprobleme nicht mehr ohne grundlegende Verhaltensänderungen in weiten Teilen der Bevölkerung zu haben. Dem Publikum das zu sagen, ohne sich Auflage oder Einschaltquote zu verderben, ist schwierig. Ohnehin scheinen positive Wirkungen auf das Umweltverhalten der Bevölkerung durch die Berichterstattung der Massenmedien kaum möglich. Viel wahrscheinlicher sind Rückzugs- oder Abstumpfungseffekte. Als Hauptursache wird die stets negative Katastrophenberichterstattung im Umweltjournalismus kritisiert. Dazu kommen Vorwürfe wie zu starke Ereignisorientierung, unzulässige Vereinfachung und zu geringe Vernetzung. Im

¹ Vgl. Weizsäcker 1996; Wicke 1997; Rat von Sachverständigen für Umweltfragen 1996.

Bereich des Fernsehens werden in erster Linie die Fixierung auf Einschaltquote, Zuschauer geschmack und Visualisierbarkeit, Mängel in der Gestaltung und zu starke Ausrichtung an Emotionalität und Sensationalismus moniert. Neben mangelnder Sachkompetenz wird den Journalisten auch häufig die Beschränkung auf Verlautbarungsjournalismus vorgeworfen.

Gleichzeitig ist Umwelt zum Querschnittsthema geworden, das nicht mehr nur in besonderen Sparten oder Rubriken abgehandelt wird, sondern Eingang in alle möglichen Bereiche gefunden hat. Somit werden alle Medien zur Konkurrenz der Umweltspezialisten. Dennoch bezieht sich die Kritik an der Umweltberichterstattung meist undifferenziert auf alle Medien und macht keinen Unterschied zwischen Umwelt- und anderen Ressorts. Im Bereich des Fernsehens spielten beispielsweise die politischen Magazine von Anfang an eine wichtige Rolle. Auch hier machte das Thema Umwelt in den 70er und 80er Jahren eine steile Karriere. Besonders *Monitor*, *Report* und *Panorama* berichteten sehr umfangreich und kontrovers.² Dabei lassen die unterschiedlichen Konzepte von Umwelt- und Politikmagazinen im Fernsehen vermuten, daß auch ihre Umweltberichterstattung unterschiedlich ausfällt, somit die geäußerte Kritik unterschiedlich stark greift.

Besonders im Karriereknick des Themas dürften diese Unterschiede deutlich zu Tage treten. Wie gehen die Magazintypen jeweils mit den neuen Anforderungen um? Wie und in welchem Umfang berichten sie heute über Umwelt? Diese Fragen will die vorliegende Untersuchung beantworten. Sie liefert eine Zustandsbeschreibung der Umweltberichterstattung im deutschen Fernsehen in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre, greift die Kritik am Umweltjournalismus auf und überprüft einige der meistgeäußerten Vorwürfe.

Forschungsstand

Seit Ende der 70er Jahre wächst parallel zur zunehmenden Bedeutung der Umweltthematik die Anzahl der wissenschaftlichen Arbeiten über Umweltberichterstattung in den Massenmedien. Gegenstand der empirischen Studien – zumeist Inhaltsanalysen – ist häufig die Berichterstattung zu einzelnen Themen und Ereignissen, wie z. B. die Themenkarriere des Waldsterbens (Holzberger 1995), die Katastrophe von Tschernobyl (z. B. Teichert 1987), oder jüngst die Ozonproblematik (Kiese 1997). Kommunikatorstudien beschäftigen sich mit den Umweltjournalisten (Lederbogen/Griesohn-Pflieger 1994), Arbeiten zu PR und Öffentlichkeitsarbeit untersuchen z. B. den Einfluß der Umweltverbände auf die Medien bzw. die Reaktion der Journalisten auf PR-Aktivitäten (Rossmann 1993; Barth/Donsbach 1992). Relativ neu ist die Risikokommunikationsforschung, die sich mit Kommunikation in Krisensituationen sowohl zwischen den verantwortlichen Unternehmen und der Öffentlichkeit als auch mit der Rolle der Massenmedien beschäftigt und besonders auch nach typischen journalistischen, dramaturgischen Mustern in der Berichterstattung (sogenannten “story frames”) sucht (vgl. Dunwoody/Peters 1992). Auch eine Sekundäranalyse bereits vorliegender Inhaltsanalysen existiert (Meier 1993). Das Fernsehen wurde ausführlich 1986 von Petra Thorbrietz unter die Lupe genommen.

² Vgl. Thorbrietz 1988; Kirchner/Schüth 1989.

Ein Defizit der meisten Untersuchungen sind fehlende oder mangelhafte Definitionen und Begriffsklärungen. Eine konkrete Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes "Umweltberichterstattung" ist in den meisten gesichteten Inhaltsanalysen nicht vorhanden. Die Ergebnisse aus aufeinanderfolgenden Studien lassen sich deshalb nur sehr eingeschränkt vergleichen. Längerfristige Entwicklungen lassen sich kaum ablesen und können auch durch die vorliegende Studie nicht festgehalten werden.

Anlage der Untersuchung und Methode

Die vorliegende inhaltsanalytische Untersuchung stellt die Umweltberichterstattung im Fernsehen in Umweltmagazinen derjenigen in Politikmagazinen gegenüber. Von Anfang März bis Mitte Juli 1996 wurden hierzu alle Umweltmagazine und eine Auswahl der Politikmagazine des deutschen Fernsehens ausgewertet (siehe Tabelle 1). Dabei wurden auch Sendungen aus Regionalprogrammen berücksichtigt. Der Analyse liegen insgesamt 156 Magazinbeiträge (ohne Moderationen) zugrunde, 67 aus Politikmagazinen, 89 aus Umweltmagazinen.

Tabelle 1 Die analysierten Politikmagazine und Umweltsendungen im Untersuchungszeitraum 4.3.1996 bis 14.7.1996

Politikmagazine	Umweltsendungen
<i>Fakt</i> (ARD: MDR)	<i>Globus: Natur&Umwelt</i> (ARD: BR/ORB/WDR)
<i>Report Baden-Baden</i> (ARD: SWF),	<i>Treffpunkt Natur: Umwelt</i> (ZDF),
<i>Report München</i> (ARD: BR)	<i>Umwelt</i> (3Sat: ZDF)
<i>Kontraste</i> (ARD: SFB)	<i>Ozon</i> (ORB3)
<i>Monitor</i> (ARD: WDR)	<i>Unkraut</i> (BR3)
<i>Panorama</i> (ARD: NDR)	<i>In Sachen Natur</i> (NDR3/HR3/WDR3)
<i>Frontal</i> (ZDF)	
<i>Kennzeichen D</i> (ZDF)	
<i>Focus TV</i> (Pro7),	
<i>Spiegel TV Magazin</i> (RTL)	
<i>Stern TV</i> (RTL)	
<i>Klartext</i> (ORB3)	
<i>Westpol</i> (WDR3)	

Das Problem, eine eindeutige und vor allem auch nachvollziehbare Zuordnung der Beiträge zum Untersuchungsmaterial zu ermöglichen, wurde mit der Festlegung einiger inhaltlicher aber auch formaler Kriterien gelöst, die einen Beitrag als *Umweltbeitrag* charakterisieren. So war eine qualitativ-inhaltliche Abgrenzung zu Themenbereichen wie Tierschutz, Medizin, Wirtschaft oder auch Politik notwendig, sowie eine quantitativ-inhaltliche, die ein Mindestmaß an umweltrelevanter Berichterstattung von mehr als 50 % pro Beitrag forderte. Auch formale

Bedingungen wie eine Beitragsmindestlänge von eineinhalb Minuten mußten erfüllt sein. Jedoch sollten keine zu strengen Maßstäbe an die äußere Form angelegt werden, da es gerade auch Ziel der Arbeit war, kreative, innovative und einfallsreiche Umsetzungen des Themas aufzuspüren.

Um die Frage nach den Unterschieden zwischen den beiden Magazintypen hinsichtlich ihrer Berichterstattung über Umweltthemen angemessen beantworten zu können wurden Hypothesen zu Negativismus, Ereignisorientierung, Gestaltung, Verantwortung und Betroffenheit der Zuschauer sowie Komplexität und Vernetzungsgrad der Berichterstattung aufgestellt. So wurde vermutet, daß Umweltsendungen nicht so häufig negativ berichten, daß sie sich weniger an Ereignissen und aktuellen Anlässen orientieren und dabei auch über größere Zeiträume berichten. Außerdem wurde ihnen eine abwechslungsreichere Gestaltung und eine stärkere Thematisierung der Verantwortung der Zuschauer für Ursachen und Lösungen von Umweltproblemen unterstellt. Bei Umweltsendungen wurde ein höherer Vernetzungsgrad, bei Politiksendungen eine stärkere Reduzierung von Komplexität vermutet. Die Überprüfung dieser Hypothesen erfolgte anhand eines für die Untersuchung entwickelten Kategorienschemas.

Ergebnisse

Bei den Politikmagazinen interessierte zunächst der Umfang der Umweltberichterstattung in den Sendungen sowie die Platzierung der Umweltbeiträge im Sendeablauf. Mit etwas mehr als 9 % enthielten die öffentlich-rechtlichen geringfügig mehr Umweltbeiträge als die privaten (7 %). Die meisten Umweltbeiträge landeten im Mittelteil der Sendungen und nahmen damit keine hervorgehobene Position ein. Gut 16 % wurden als letzter Beitrag gesendet und dienten oftmals als "Rausschmeißer". Mehr als ein Fünftel (22 %) wurde jedoch auf Platz eins innerhalb einer Politiksendung gesetzt, besaß also offensichtlich genug Brisanz oder Bedeutung, um in besonderem Maße die Aufmerksamkeit der Zuschauer zu fesseln.

Gestaltungselemente

Die Analyse der verwendeten Gestaltungselemente liefert Hinweise darauf, wie aufwendig die Beiträge erarbeitet wurden. Besondere Elemente wie Grafiken, die Einblendung von Texten und Abbildungen oder der Einsatz von Tricks erleichtern es dem Zuschauer, Sachverhalte zu verstehen. Sie dienen aber auch, genauso wie die Verwendung von Archivmaterial und Spielszenen dazu, das "Seherlebnis" des Zuschauers zu steigern, seine Aufmerksamkeit stärker zu binden, ihm ein abwechslungsreicheres und anspruchsvolleres Angebot zu machen. Darüber hinaus läßt sich ein verstärkter Einsatz solcher Elemente auch als Indiz für Fantasie und Engagement des Autors bzw. für die Bereitschaft der Redaktion werten, zeitliche und finanzielle Ressourcen verfügbar zu machen. Eine Feinanalyse der Beitragsgestaltung war jedoch nicht möglich. Es wurde ausschließlich das Vorkommen von Gestaltungselementen untersucht, nicht wie oft oder in welcher Intensität sie eingesetzt wurden. Dabei unterschied sich weder die Anzahl noch das Repertoire verwendeter Elemente in den Umweltbeiträgen der Umwelt- und Politikmagazine wesentlich voneinander. An der Spitze rangieren erwartungsgemäß Kamerabewegung, Statements und Sachbilder. Die unterschiedlich starken Ausprägungen von Zooms, Schwenks, Fahrten etc. konnten nicht erhoben werden. Die Anzahl der Beiträge, die ohne O-Töne – also nur mit Off-Text – arbeiteten, war bei den Politikmagazinen mit 3 % deutlich

geringer als bei den Umweltmagazinen (knapp 17 %). Anders als bei den Umweltmagazinen sind die Beiträge ohne Statements aus den Politikmagazinen eher Glossen oder komplette Spielszenen.

Als weitere Gestaltungselemente wurden zum einen Grafiken, zum anderen eingblendete Texte und Schriftstücke häufiger von den Politikmagazinen herangezogen. Sehr typisch war hier das Zitieren von (oft inoffiziellen) Briefen oder Studien, aus denen Textpassagen herausvergrößert oder mittels Graublenden hervorgehoben werden. Die Umweltmagazine zeigten häufiger Fotos, (Land-)Karten und Broschüren, zu erklären einerseits durch die oft weiten Rückblicke in die Vergangenheit und die Veranschaulichung geschichtlicher Zusammenhänge mit historischen Abbildungen. Andererseits wiesen die Umweltmagazin-Beiträge manchmal auf weiterführendes Informationsmaterial hin, das dann oft auch abgefilmt wurden. Bei den Grafiken handelte es sich sowohl bei Politik- wie Umweltmagazinen meistens um Wert- oder Faktengrafiken, Visualisierungsgrafiken zur Veranschaulichung abstrakter oder unsichtbarer Sachverhalte wurden von beiden Magazintypen in den untersuchten Beiträgen kaum eingesetzt. Relativ häufig vertreten sind als "sonstige Tricks" zusammengefaßte Gestaltungselemente (z. B. Zeitlupe, Zeitraffer oder Verfremdungen von Bildmaterial), ebenso Luftaufnahmen und Archivmaterial.

Spielszenen, also die offensichtlich inszenierte Darstellung von Sachverhalten, kommen immerhin noch in jeweils gut 13 % der Beiträge beider Magazintypen vor. Hier wäre ebenfalls eine Auswertung der Intensität bzw. Ausprägung/Gestaltung der einzelnen Szenen lohnend, da große Unterschiede feststellbar sind. Sie reichen von kurzen Sequenzen von wenigen Sekunden bis hin zu Beiträgen von mehreren Minuten, die vollständig inszeniert sind.

Musik und Geräusche

Musik bzw. Geräusche wurden in gut 61 % der untersuchten Beiträge aus Politikmagazinen und in 73 % der Beiträge aus den Umweltmagazinen eingesetzt. Dabei fällt auf, daß die Umweltmagazine sehr viel häufiger als die Politikmagazine entspannende, beruhigende und harmonische oder fröhliche, dynamische Musik, insgesamt also öfter positiv stimmende Musik verwendeten. Bei beiden etwa gleich ist der Anteil an Beiträgen, die bedrohliche oder beunruhigende, also eher negativ besetzte Musik oder Geräusche enthalten. Dies läßt sich so interpretieren, daß die Politikmagazine Musik eher dazu heranzogen, negative Sachverhalte zu untermalen und negative Stimmungen zu erzeugen, während die Umweltmagazin-Beiträge darüber hinaus auch die positiven Stimmungen und Eindrücke durch Musik verstärkten.

Unterhaltende und emotionale Elemente

An der Schnittstelle zwischen äußerer Form und Aufmachung einerseits und inhaltlichen Aspekten andererseits ist die Verwendung von unterhaltenden und emotionalen Elementen anzusiedeln. Einerseits dienen sie der weiteren Ausgestaltung der Beiträge, andererseits transportieren sie auch Aussagen, indem sie dem Beitrag z. B. eine heitere Atmosphäre verleihen oder darin Endzeitstimmung verbreiten.

Die weitaus größte Anzahl aller untersuchten Beiträge (76 % bei den Politikmagazinen und 78 % bei den Umweltmagazinen) enthielt keine unterhaltenden Elemente. Insgesamt betrachtet spielten dabei Ironie und Satire in den

Politikmagazin-Beiträgen mit Abstand die wichtigste Rolle. In den Umweltmagazinen rangierte diese Gruppe erst auf Platz drei. Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß sich die Autoren und Redaktionen sowohl der Politik- als auch der Umweltmagazine noch schwer damit tun, das Thema Umwelt unterhaltend aufzubereiten.

Gefühle scheinen insgesamt häufiger in Umweltmagazinen eine Rolle zu spielen, das zeigt der Gebrauch von emotionalen Elementen in vier Fünftel ihrer Beiträge. Bei den Politikmagazinen enthielten zwei Drittel der Beiträge solche Elemente. Sie arbeiteten vorrangig mit Angst oder Bedrohung, gefolgt von Bildern zerstörter Natur. Die Umweltmagazine dagegen zielten mit der Darstellung idyllischer Natur zunächst auf positive Gefühle oder allenfalls Wehmut ob der drohenden Zerstörung dieser Natur (siehe Bild 1). Doch auch hier haben – nach Bildern von Familienszenen oder Kindern – Angst und Bedrohung sowie Darstellungen zerstörter Natur große Bedeutung. Dagegen waren ölverklebte Vögel oder Bauch-oben-treibende Fische in beiden Magazintypen die Ausnahme: Nur 9 % der Umweltbeiträge bei den Politiksendungen und knapp 7 % bei den Umweltsendungen zeigten geschädigte Tiere, was allerdings mit den während des Untersuchungszeitraumes behandelten Themen zusammenhängt. Wieder waren es aber die Umweltmagazine, die auch in der Präsentation von Tieren die positive Seite bevorzugten: In 14 % der Beiträge traten possierliche, niedliche Tiere auf, die sofort Sympathie erwecken.

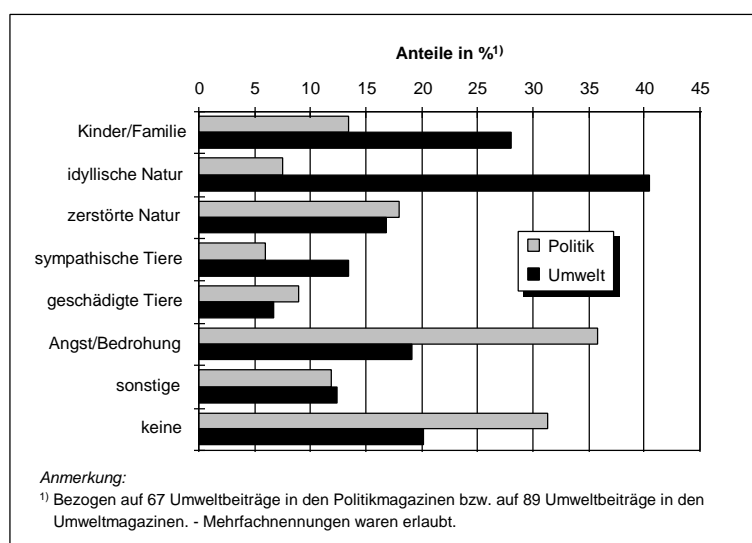


Bild 1: Emotionale Elemente

Daneben zeigt sich, daß die privaten Sender häufiger auf emotionale Elemente zurückgriffen als die öffentlich-rechtlichen. Während rund 62 % der Beiträge aus ARD- und ZDF-Politikmagazinen Gefühle ansprachen, waren es 85 % der untersuchten Umweltbeiträge aus *Stern TV*, *Spiegel TV* und *Focus TV*.

Themen

Bei der Zuordnung der untersuchten Beiträge zu einem von 20 vorgegebenen Themenbereichen zeigten sich größere Unterschiede zwischen Politik- und Umweltmagazinen, und zwar sowohl in der "Rangliste" der am häufigsten vorkommenden Themen als auch in der Themenvielfalt. Während sich die Umweltmagazine auffallend oft mit Arten-, Natur- und Landschaftsschutz beschäftigten (fast ein Viertel aller Beiträge), spielte dieser Themenkomplex in den

Politikmagazinen eine sehr untergeordnete Rolle (8 %). Hier waren Strahlung und Elektrosmog, Schadstoffe, Müll, sowie Umweltpolitik und Umweltkriminalität als Themen von größerer Bedeutung (zusammengenommen fast 60 % der Beiträge). Während die Umweltmagazine offensichtlich versuchten, nicht nur den Menschen in seiner Bedrohung durch eine belastete Umwelt in den Vordergrund zu rücken, sondern Natur, Tiere und Landschaften an sich als schützenswert darzustellen, scheint für die Politikmagazine Umweltschutz dann interessanter zu sein, wenn die Probleme die Menschen direkt betreffen.

Eine breite Verteilung der Beiträge auf das gesamte Themenspektrum war eher im Falle der Umweltmagazine gegeben. In den Politikmagazinen tauchte eine ganze Reihe von Aspekten überhaupt nicht auf, z. B. Themen wie Verkehr oder Tourismus, die vielleicht aufgrund ihres Konfliktpotentials gemieden werden: Da ein Großteil der Zuschauer sowohl Auto fährt als auch gerne Urlaub macht, wird es schwierig, die dadurch entstehenden Umweltprobleme zu behandeln, ohne dieses Verhalten zu kritisieren. Weiterhin waren Stadtentwicklung und Ressourcen kein Thema für die Politikmagazine, ebenso der Bereich Bauen und Wohnen. Darüber hinaus kam das Thema Lärm in keinem der beiden Magazintypen vor – obwohl 70 % der Bevölkerung den Straßenverkehrslärm als störend empfinden, man also durchaus von einer bedeutenden Umweltbelastung sprechen kann.³

Inhaltliche Gesamttendenz

Wie aufgrund ihrer Konzepte erwartet, ist der Hang zum Negativen bei Umweltmagazinen weit weniger stark ausgeprägt. Während vier Fünftel der Umweltbeiträge in Politikmagazinen eine negative Tendenz aufweisen, sind es nicht einmal die Hälfte aller untersuchten Umweltmagazin-Beiträge (siehe Bild 2). Auch der Blick in die andere Richtung verwundert nicht: Als eindeutig positiv lassen sich gut 22 % derjenigen Umweltbeiträge bezeichnen, die aus den Umweltsendungen stammen. Diejenigen der Politikmagazine landen mit 6 % weit dahinter. Eher noch finden sich bei den Politikmagazinen Umweltbeiträge ohne Tendenz oder mit etwa gleichstarken Ausschlägen in beide Richtungen. Damit hat sich gezeigt: Die gute Nachricht zum Thema Umwelt hatte in den abendlichen Politikmagazinen so gut wie keinen Platz.

³ Vgl. BMU 1996a: *Sechster Immissionsschutzbericht der Bundesregierung*, S. 78.

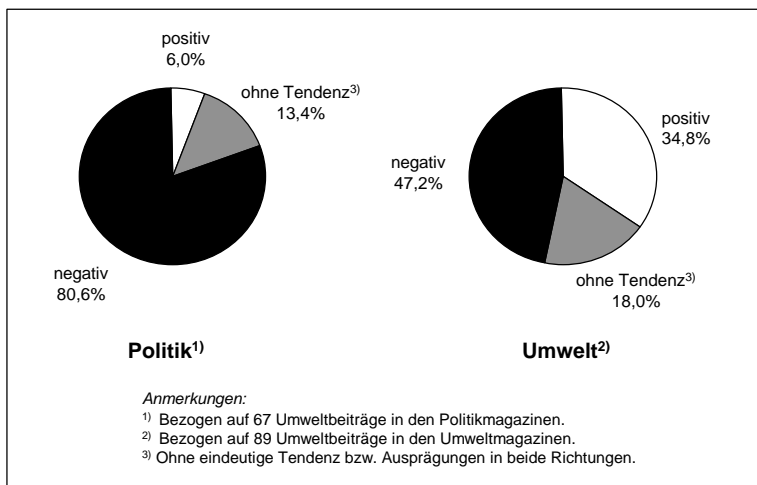


Bild 2: Inhaltliche Gesamttendenz

Geographischer Bezug

Die Aussagen zum geographischen Bezug der untersuchten Beiträge sollten drei Aspekte erfassen: zum einen ganz konkret die Regionen der Erde, die in der Umweltberichterstattung angesprochen wurden; zum anderen deren Entwicklungsstand, aus pragmatischen Gründen lediglich am Einkommen festgemacht. Daraus abzulesen war dann als dritter Faktor der Vernetzungsgrad zwischen den unterschiedlichen Elementen, also die Internationalität der Beiträge und das Vorkommen unterschiedlicher Entwicklungsstufen.

Die Umweltbeiträge der Politikmagazine bezogen sich vorrangig auf Deutschland, allenfalls auch noch auf Westeuropa. Alle anderen Teile der Welt, abgesehen von den ehemaligen UdSSR- oder GUS-Staaten, die durch die Berichterstattung über den Tschernobyl-Jahrestag mehr Raum erhielten, waren in verschwindend geringem Maße vertreten. Natürlich ist hier ein Zusammenhang mit der Themenpalette offensichtlich: Schadstoffe, Müll und Umweltkriminalität interessieren da, wo sie anfallen, vor der eigenen Haustür. Entsprechend liegt der Anteil der Beiträge, die sich mit reichen Ländern befassen, bei 91 %. Schon Länder mit mittlerem Einkommen, zu denen auch Polen und Rußland gehören, waren nur noch in gut 10 % vertreten.⁴

Nur etwas breiter gestreut waren die in den Umweltmagazinen angesprochenen Länder. Zwar beschäftigten sich auch hier die meisten Beiträge mit Deutschland und auch, durch Tschernobyl, mit Weißrußland und der Ukraine. Doch auch Ost-/Südosteuropa und Asien waren noch mit gut 12 % und 9 % vertreten (zum Vergleich: bei den Politikmagazinen waren es nur 2 % und 3 %). Entsprechend auch hier die Anteile bzgl. des Entwicklungsstandes: Länder mit hohem Einkommen lagen deutlich an der Spitze, der Anteil der Länder mit mittlerem Einkommen war jedoch mit knapp 24 % mehr als doppelt so groß wie bei den Politikmagazinen, und der Anteil der Schwellenländer, z. B. China oder Brasilien, betrug mit gut 12 % im Vergleich mit den Politikmagazinen (3 %) das Vierfache.

⁴ Mehrfachnennungen waren hier erlaubt. Eine Addition der Prozentwerte auf 100 % ist nicht möglich.

Der Grad der Vernetzung zwischen Deutschland und dem Rest der Welt ließ sich an der “Internationalität” der Beiträge messen (siehe Bild 3). Erstaunlich gleich präsentieren sich hier die Werte für den Fall “der Beitrag beschäftigt sich sowohl mit Deutschland als auch mit anderen Ländern”: gut 22 % bei den Politik- und knapp 25 % bei den Umweltmagazin-Beiträgen. Daneben bezogen sich fast zwei Drittel aller untersuchten Politikmagazin-Beiträge ausschließlich auf Deutschland, bei den Umweltmagazin-Beiträgen nur knapp 44 %. Offensichtlich bedarf es eines Themas mit gewisser Brisanz, damit die mehr oder weniger *innenpolitischen* Magazine auch über ihren Tellerrand hinaus blicken. Noch weniger Gemeinsamkeit zeigten die Politik- und Umweltmagazine, wenn es darum ging, Länder mit unterschiedlichem Entwicklungsstand in ein und demselben Beitrag unterzubringen. Wieder hatten die Umweltmagazine hier die Nase vorn, mit gut 21 % ihrer Beiträge im Gegensatz zu 8 % der Politikmagazin-Beiträge.

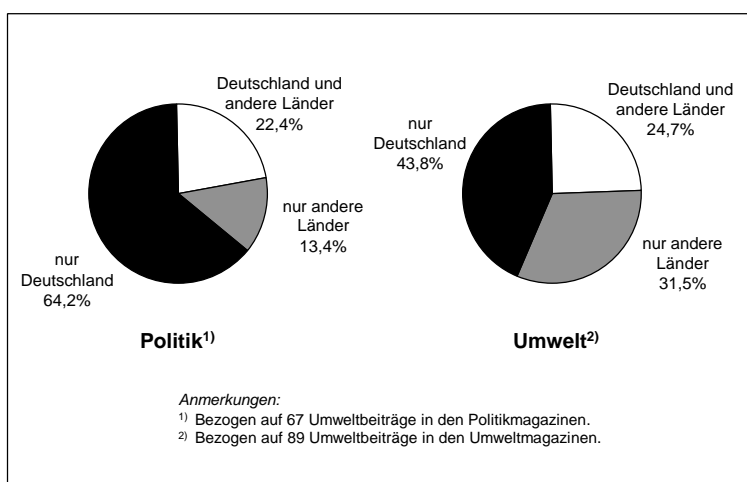


Bild 3: Internationalität

Die Umweltmagazine wagten also öfter als die Politikmagazine einen Blick in die Welt außerhalb Deutschlands. Die internationale Verflechtung vieler Umweltprobleme wurde kaum häufiger thematisiert, reiche und ärmere Länder wurden jedoch weniger isoliert von einander betrachtet. Die Politikmagazine folgten eher dem Nachrichtenwert Nähe und sahen Umweltbelastungen beschränkt auf einen kleineren Nahbereich, bzw. wählten entsprechende Themen mit lokalem, regionalem oder nationalem Bezug für ihre Umweltberichterstattung aus. Einen Bezug zwischen reichen Industrienationen und einkommensschwächeren Ländern stellten sie nur sehr selten her. Den Zuschauern und Zuschauerinnen die komplexen Verknüpfungen der heutigen, vielfach globalen Umweltprobleme zu erklären, die Vernetzung der Welt, also die Auswirkungen unseres Handelns auf die Länder des Südens und die Folgen von Umweltproblemen dort für unser Leben hier zu beschreiben – dieser Aufgabe wurden eher die Beiträge der Umweltmagazine gerecht.

Handlungsträger und deren Umweltorientierung

Die Frage nach Art und Anzahl auftretender Handlungsträger und deren Einstellung zur Umwelt sollte Aufschluß darüber geben, wer in den Umweltbeiträgen genannt wird oder zu Wort kommt, wer als Experte herangezogen wird,

welche Unterschiede sich zwischen Umwelt- und Politikmagazinen bezüglich der Selektion von Quellen offenbaren. Aber auch eine Häufung "sprechender Köpfe" bzw. die Fixierung auf Expertenurteile wurde hier untersucht.

In der Auswahl der angesprochenen Handlungsträger unterschieden sich Politik- und Umweltmagazine nur begrenzt (siehe Bild 4). Bei beiden stellten die Experten, zusammengesetzt aus Natur- und anderen Wissenschaftlern, Ärzten und sonstigen Experten, eine sehr große Gruppe. In den untersuchten Umweltbeiträgen der Politikmagazine belegen sie Platz eins der am häufigsten vertretenen Handlungsträger, in den Beiträgen der Umweltmagazine nehmen sie nur den zweiten Platz ein. Umgekehrt liegen Industrie und Unternehmen mit ihren Vertretern bei den Umweltmagazinen an der Spitze und bei den Politikmagazinen auf Platz zwei. Ein anderes Paar besetzt die Plätze drei und sieben der Ranglisten: Während die Politiker in den Politikmagazinen und die Umweltorganisationen in den Umweltmagazinen die drittgrößte Gruppe stellen, sind sie im jeweils anderen Magazin so unwichtig, daß sie dort nur auf dem siebten Platz landen. Die kleinste Gruppe sind bei beiden die Handlungsträger aus dem Bereich der Landwirtschaft. "Einzeltäter" und Umweltfrevler, die sich keiner anderen Gruppe zuordnen ließen, kamen noch relativ häufig vor, was den relativ hohen Anteil der Kategorie "sonstige" erklärt.

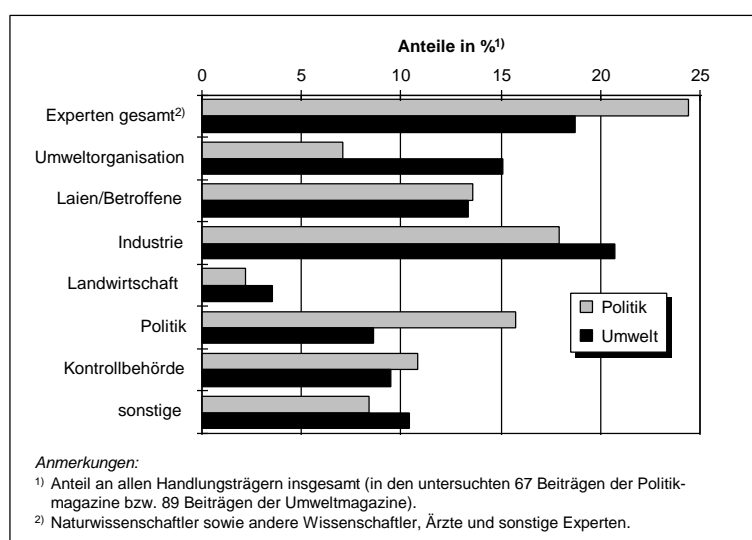


Bild 4: Handlungsträger in den Umwelt- und Politikmagazinen

Betrachtet man die Politikmagazine gesondert nach ihrer öffentlich-rechtlichen oder privaten Herkunft, ergibt sich, abgesehen von der Führungsposition der Experten, ein etwas anderes Bild (siehe Bild 5). Während sich die Öffentlich-rechtlichen stärker auf Industrie und Politik bezogen, wandten sich die Privatsender eher den Betroffenen und den sonstigen Handlungsträgern zu, also wie bereits erwähnt in vielen Fällen den Einzeltätern.

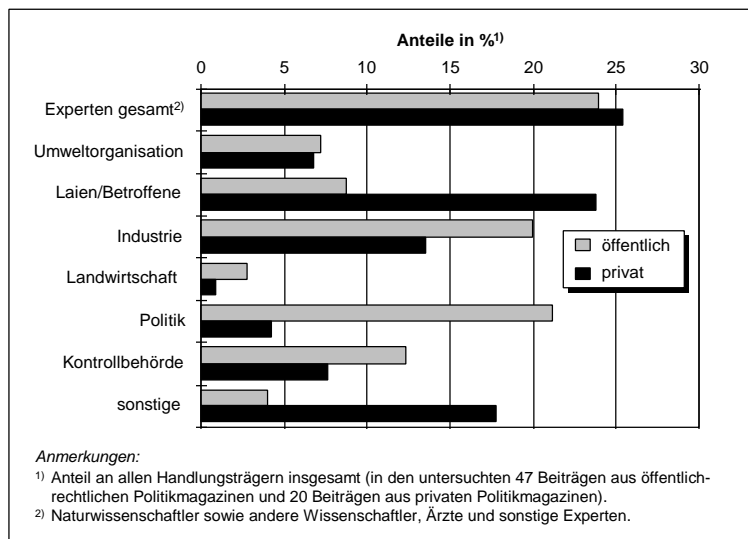


Bild 5: Handlungsträger in den öffentlich-rechtlichen und privaten Politikmagazinen

Bei der Codierung der Beiträge mußte für jeden Handlungsträger eingetragen werden, ob er eine deutlich *positive* Haltung zur Umwelt vertritt. Das schließt auch warnende bzw. die Umweltzerstörung hervorhebende Positionen mit ein. Es ging also weniger darum, die beiden Pole “pro” und “contra” Umwelt herauszuarbeiten, sondern eher um die besondere Berücksichtigung umweltfreundlicher Aussagen und Leistungen im Gegensatz zu neutralen oder auch gemischten Positionen. Darüber hinaus ist eine eindeutig gegen Umweltschutz gerichtete Einstellung ohnehin selten vorhanden. Entsprechend wurde eine gemeinsame Gruppe für “neutral/negativ” eingerichtet. Eine dritte Gruppe fing nicht oder schwer zuzuordnende Fälle auf – und ist zum Teil relativ stark vertreten. Darin zeigt sich die große Schwierigkeit, die Umweltorientierung der Handlungsträger anhand ihrer Aussagen oder mit Hilfe des Sprechertextes klar zu beurteilen.

Die Ergebnisse für alle Handlungsträger aller Beiträge⁵ zeigen: Die Journalisten der Politikmagazine wählten für ihre Umweltbeiträge häufiger negativ oder neutral eingestellte Handlungsträger, die Umweltmagazine hielten sich stärker an umweltfreundliche Akteure.

Die größte Gruppe der in den Beiträgen der Umweltmagazine auftretenden Handlungsträger waren wie bereits festgestellt die Akteure aus Unternehmen, Industrie und Privatwirtschaft. Warum gerade sie eine so wichtige Rolle spielen wird deutlich, wenn man auch hier den Umweltbezug der Firmen und Einzelpersonen betrachtet. Genau die Hälfte von ihnen wurde wegen positiver Leistungen für die Umwelt genannt. Es ging in den Beiträgen also nicht nur – gemäß dem alten Feindbild – um Vorwürfe an die Industrie. Vielmehr sind die Unternehmensvertreter in der Mehrzahl als Positivbeispiel dargestellt. Zum Vergleich: In den Beiträgen der Politikmagazine waren das nur ein Fünftel.

Aussagen über die Ausgewogenheit *innerhalb* eines Beitrages sind problematischer, ganz abgesehen von den grundsätzlichen Schwierigkeiten, “Ausgewogenheit” zu definieren. Wird auch die Einstellung der Handlungsträger

⁵ Die Ergebnisse beziehen sich also nicht auf das jeweilige Verhältnis *innerhalb* des einzelnen Beitrages, sondern zunächst nur auf die Gesamtheit aller Handlungsträger in allen untersuchten Beiträgen.

festgehalten: Die konkreten Aussagen der Akteure, die Länge der Statements oder auch der Inhalt des Sprechertextes konnten nicht näher untersucht werden. So wurde lediglich für jeden Beitrag die Differenz aus positiv eingestellten Handlungsträgern und neutral/negativ eingestellten Handlungsträgern gebildet. Das Ergebnis zeigt, welche Gruppe jeweils im Beitrag in der Überzahl ist (siehe Bild 6). Hier fällt auf: Nicht nur die Journalisten der Politikmagazine, sondern auch die der Umweltmagazine scheinen stark nach Gleichgewicht zu streben. Die meisten Beiträge in beiden Magazintypen drängen sich – mit verblüffend gleichen Prozentanteilen von 53,7 % und 53,9 % – um die Werte -1 bis +1, die man als ausgeglichenes Verhältnis zusammenfassen kann. Unterschiede ergaben sich aber beim stärkeren Überhang zu einer der Seiten. Während ein Übergewicht der neutral/negativ eingestellten Handlungsträger vor allem in den Politikmagazinen auftrat, dominierten in den Beiträgen der Umweltmagazine deutlich die positiven, “umweltfreundlichen”. So wurden in knapp einem Drittel der Umweltmagazin-Beiträge mehr positive als neutral/negative Handlungsträger genannt. Bei den Politikmagazinen traf dieses Übergewicht nur auf knapp 18 % der Beiträge zu. Hier neigten sich dagegen gut 28 % der Beiträge zur negativen Seite.

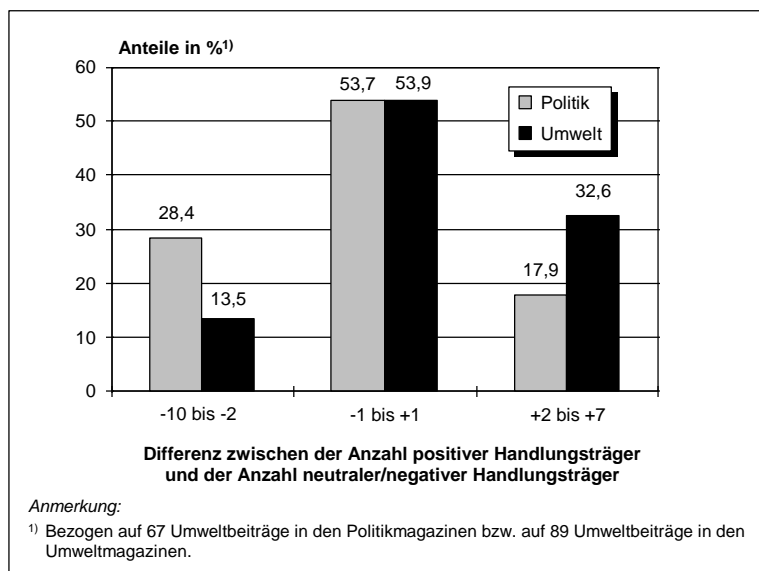


Bild 6: Einstellung der Handlungsträger (-10 bis -2: überwiegend neutral/negativ eingestellte; +2 bis +7: überwiegend umweltfreundliche Handlungsträger; -1 bis +1: ausgewogenes Verhältnis)

Anlaß, Zeitraum

Um der Kritik am Umweltjournalismus nachzugehen, er sei zu ereignisorientiert, zu sehr von konkreten Anlässen bestimmt und würde nur aktuell und punktuell, nicht aber über längere Zeiträume und langsame Prozesse berichten, wurden Anlaß und Zeitraum bzw. Zeithorizont der Berichterstattung untersucht. Hier ergaben sich deutliche Unterschiede zwischen den Umweltmagazinen und den Politikmagazinen (siehe Bild 7).

Zunächst fällt auf, daß die Umweltmagazine in den meisten Beiträgen (bei rund 47 %) gar keinen Anlaß erkennen ließen. Doch auch bei den Politikmagazinen hatte noch gut ein Fünftel der Beiträge keinen offensichtlichen Anlaß. Vermutlich steht hinter dieser nicht termingebundenen Berichterstattung entweder ein mehr oder weniger diffuses journalistisches Gefühl, daß dieses oder jenes Problem immer größer, häufiger, wichtiger wird – oder einfach ein

Grundstock an Beiträgen, die sozusagen auf Halde liegen und dann in die Sendung genommen werden, wenn Platz ist, oder das Thema Umwelt “mal wieder dran” ist.

Am häufigsten machten die Politikmagazine ihre Umweltberichterstattung tatsächlich an ursprünglichen Ereignissen fest, und zwar bei rund 30 % der Beiträge. Bei den Umweltmagazinbeiträgen spielte dieser Anteil mit knapp 8 % eine Nebenrolle. Hier waren eher noch inszenierte bzw. mediatisierte Ereignisse, also etwa Pressekonferenzen, Tagungen, spektakuläre Greenpeace-Aktionen, von Bedeutung.

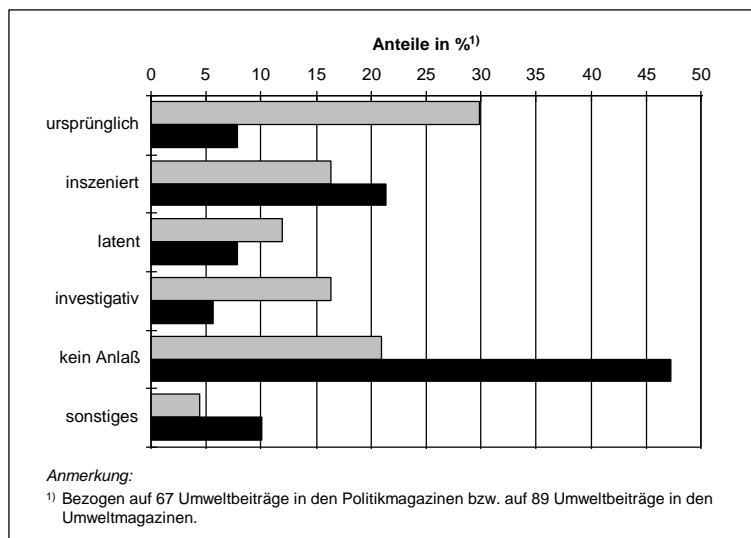


Bild 7: Anlaß für die Berichterstattung

Orientierten sich die meisten Umweltbeiträge aus Politikmagazinen an einem ursprünglichen Ereignis, so verwundert auch nicht sonderlich, daß mehr als die Hälfte der Beiträge einen aktuellen Bezug hatte. Entweder berichteten sie über eine Begebenheit der letzten vier Wochen⁶ ausschließlich aktuell – also nicht über diesen Zeitraum hinaus. Oder sie kombinierten die aktuelle Berichterstattung mit einem Rückbezug auf einen länger zurückliegenden Zeitraum oder auch mit zusätzlichem Blick in die Zukunft. Der Anteil von Beiträgen in Umweltmagazinen mit aktuellem Bezug ist hingegen mit rund einem Viertel nicht einmal halb so groß. Hier dominierten Beiträge, die über einen längeren Zeitraum oder weiter Zurückliegendes ohne aktuelle Bestandteile, allenfalls mit Blick in die Zukunft, berichteten. Selbst Beiträge ohne Zeitbezug, also z. B. Tips, spielten mit 14 % noch eine relativ große Rolle; bei den Politikmagazinen bildete diese Gruppe mit genau einem Beitrag (2 %) das Schlußlicht.

Befaßt sich ein Beitrag nicht nur mit *einer* Zeitebene, so läßt sich dies als Hinweis auf einen höheren Vernetzungsgrad deuten. Bei den Politikmagazinen beschäftigen sich 52 % der untersuchten Umweltbeiträge mit zwei oder sogar allen drei Ebenen, also Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Bei den Umweltmagazinen lag dieser Anteil mit 48 % sogar noch darunter.

⁶ Als aktueller Zeitraum wurden bewußt vier Wochen festgelegt, um den längeren Senderhythmus der Umweltsendungen zu berücksichtigen.

Eine aktuelle Berichterstattung und ursprüngliche Ereignisse als Anlaß waren demnach für die Politikmagazine von weit größerer Bedeutung als für die Umweltmagazine. Ein höherer Vernetzungsgrad kann den Umweltmagazin-Beiträgen jedoch nicht bescheinigt werden.

Folgen, Ursachen, Lösungen

Die Frage nach den benannten Ursachen und der Darstellung von Folgen erlaubt zum einen weitere Aussagen über die Komplexität der Beiträge: Wird ausschnitthaft nur über ein Ereignis als solches berichtet oder werden Hintergründe und Zusammenhänge mit einbezogen? Zum anderen interessierte nicht nur, *ob* die Autoren hier Antworten gaben, sondern auch *welche* dies waren. Wann treten negative Folgen ein – schon heute oder erst in Zukunft? Dahinter steht auch die Frage nach der persönlichen Distanz des Zuschauers zum Thema: Wird er/sie in Angst und Unruhe versetzt oder kann er/sie sich zurücklehnen und erleichtert sein, daß es ihn/sie persönlich nicht trifft oder treffen wird? Genauso bei Ursachen und Lösungen: Wird der Zuschauer in die Verantwortung genommen oder gibt es einen Sündenbock, z. B. einen einzelnen Umweltsünder oder Industriezweig, dem die Schuld zugewiesen wird? Wer hat für die Lösung der Probleme zu sorgen? Müssen wir alle unseren Lebensstil umstellen oder reichen kleinere Korrekturen, z. B. in der Technik oder durch die Justiz?

Analysiert man die Frage, wann sich negative Folgen speziell für den Menschen auswirken werden, zeigt sich bei beiden Magazintypen: Der Zeitpunkt ist bereits gekommen. Beschränkt auf diejenigen Beiträge, die auch tatsächlich negative Folgen für Menschen ansprechen (das waren 45 bei den Politikmagazinen und 33 bei den Umweltmagazinen) ergab sich folgende Verteilung: 80 % der Politikmagazin-Beiträge sprachen negative Folgen an, die die Menschen schon heute betreffen, nur gut 13 % waren in die Zukunft gerichtet. Die Umweltmagazine zeigten etwas mehr Weitblick: Folgen für künftige Generationen machten hier immerhin gut 27 % aus, zwei Drittel bezogen sich auf gegenwärtige Folgen. Trotzdem läßt sich zusammenfassen: Die Warnung vor Gefahren, die erst künftige Generationen betreffen werden, war weder Sache der Politik- noch der Umweltmagazine. Sie konzentrierten sich hauptsächlich auf das Hier und Jetzt.

Schaut man auf die Ursachen oder Verantwortlichen für die Umweltprobleme, die in der Berichterstattung herangezogen wurden, so ergeben sich zwar leicht unterschiedliche Prozentanteile, die Rangfolge ist bei Politik- und Umweltmagazinen jedoch nahezu identisch. Beide hüteten sich davor, dem Zuschauer – entweder konkret (“wir alle”) oder verallgemeinert (“Gesamtgesellschaft”) – die Schuld an mißlichen Zuständen zu geben. Die beiden Ausprägungen zusammengenommen erreichten Anteile von knapp 12 % bei den Politik- bzw. knapp 16 % bei den Umweltmagazinen. Ebenso spielten nicht zu beeinflussende Faktoren wie “Schicksal” oder “technisches Versagen” eine untergeordnete Rollen. Vielmehr wurden über die Schuldigen oder Verantwortlichen ganz konkrete Aussagen gemacht, also quasi die Sündenböcke benannt. Auch falsche oder fehlende Gesetze mußten sehr häufig (jeweils gut 28 % der Beiträge) herhalten.

Etwas unterschiedlicher verteilt präsentierten sich die Lösungsmöglichkeiten (siehe Bild 8). Wo die Beiträge der Politikmagazine eher Verhaltensänderungen der Einzeltäter forderten, richteten sich die Umweltmagazine eher – oft mit Hilfe der Darstellung positiver Alternativen – an die Unternehmen. Kein Unterschied besteht jedoch in den am

wenigsten und am häufigsten genannten Lösungsvorschlägen: In verschwindend geringem Maße wurden gesellschaftliche Veränderungen gefordert. Dagegen waren politische oder rechtliche Schritte in beiden Magazinformen Bestandteil jedes zweiten bis dritten Beitrags. Die Redaktionen und Autoren waren sich offensichtlich einig: Der Zuschauer bekommt zwar Ratschläge und Anregungen, wie er sein Verhalten geringfügig ändern kann, z. B. indem er umweltfreundliche Produkte den herkömmlichen vorzieht. Grundlegende Änderungen im Lebensstil, wie sie eigentlich für eine nachhaltige Entwicklung notwendig wären, waren tabu. Dem Dilemma der Umweltberichterstattung, die eigenen Leser oder Zuschauer zu verprellen, wurde konsequent aus dem Wege gegangen.

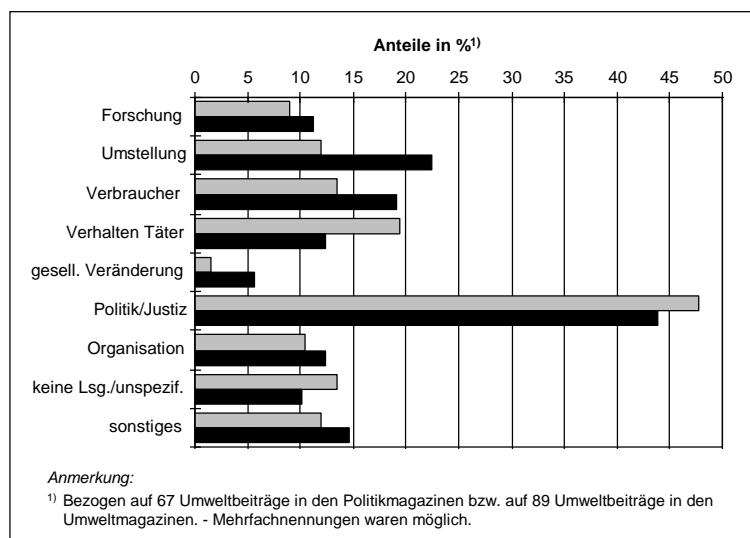


Bild 8: Lösungsmöglichkeiten

Darüber hinaus fiel auf, daß Forschung und Wissenschaft nur begrenzt in die Pflicht genommen wurden. An die Lösung der Probleme durch neue Erfindungen oder technische Innovationen scheinen weder die Politik- noch die Umweltjournalisten zu glauben. Wie die Analyse der Handlungsträger und Gesprächspartner gezeigt hat, waren die Wissenschaftler zwar offensichtlich zuständig für die Erklärung und Bestätigung der Probleme – für die Lösungen wurden sie wohl nicht so dringend gebraucht. Gerade umgekehrt zeigt sich dagegen bei den Umweltmagazinen die Rolle der Politiker: Als Gesprächspartner wurden sie vernachlässigt, für die Lösungen der Probleme wurden sie gerne verantwortlich gemacht.

Fazit

“Wie unterscheiden sich Umweltmagazine und Politikmagazine in ihrer Berichterstattung zum Thema Umwelt?” Was setzen die beiden Magazinformen der Kritik am Umweltjournalismus entgegen? Während die Politikmagazine das Thema einfach zurückstellen und weniger oft behandeln können, müssen die Umweltmagazine sich auch im Karriereknick des Themas behaupten und ihre Existenz sichern. Sie müssen sich bewähren und ihren Sendeplatz verteidigen. Konstruktiver Umgang mit der Kritik ist für sie Pflicht. Die Unterschiede, die sich im Vergleich mit der Berichterstattung der Politikmagazine gezeigt haben, belegen es: Die Umweltmagazine haben, zumindest teilweise, ihre Hausaufgaben schon gemacht.

Was sie in ihren Konzepten in Aussicht stellen, nämlich auch über Positives zu berichten, findet sich tatsächlich in den Sendungen wieder. Bei aller Vorsicht mit Vergleichen: Während Brodbeck noch Anfang der 90er Jahre den Ökologie-Magazinen einen Hang zum Negativismus bescheinigte⁷, läßt sich das heute nicht mehr wiederholen. Damit bietet sich den Umweltmagazinen eine große Chance: Unliebsame Themen lassen sich mit der Präsentation von Lösungen oder positiven Beispielen ohne erhobenen Zeigefinger vermitteln. Die Politikmagazine hingegen verharren in ihrer Tradition der negativen Berichterstattung und meiden heikle Themen lieber ganz. Man muß fragen: Ist in den Konzepten der Politikmagazine kein Platz für Lösungen und positive Beispiele? Ihrem Selbstverständnis als zeitkritische Sendungen, die auf investigativen Journalismus und kontroverse Themen setzen, scheint das nicht zu entsprechen. Doch auch Hintergründe aufzuzeigen, Vorurteile aufzugreifen und vom Zeitgeist vernachlässigte Informationen anzubieten gehört zu den Konzepten der Politikmagazine – und das ließe auch Raum für eine andere Umweltberichterstattung. Die Orientierung am Zuschauer ist zwar wichtig, darf aber nicht zum allein bestimmenden Argument werden. Positive Beispiele meinen nicht öko-optimistische Schönfärberei, die Probleme herunterspielt und zweifelhafte Erfolge hochstilisiert. Das birgt genauso wie stete Katastrophenberichterstattung die Gefahr, eher die Passivität zu fördern. Das Dilemma ist somit vorprogrammiert. Während negative Berichte nicht mehr ankommen und der Zuschauer nicht kritisiert werden darf, verleiten positive Berichte zum Zurücklehnen: Es ist ja gar nicht (mehr) so schlimm. Wir haben schon viel erreicht. Das schlechte Gewissen ist beruhigt.

Einen anderen großen Unterschied ergab die Untersuchung bzgl. der Ereignisorientierung. Wo die Politikmagazine sich vornehmlich an konkreten Anlässen und aktueller Berichterstattung orientierten, ließen die Umweltmagazine die Aktualität bei drei Viertel der Beiträge aus dem Spiel. Der Vorwurf der zu starken Ereignisorientierung kann sie nicht treffen, fast schon im Gegenteil: Wo Nachrichten- und Politiksendungen vielfach nur über die Ereignisse selbst berichten, sollte es Aufgabe der Umweltmagazine sein, mit ihrer Sachkompetenz und ihrem Hintergrundwissen aktuelle Ereignisse in größere Zusammenhänge einzuordnen, sie zu bewerten, tieferliegende Ursachen oder Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen und so dem vielgescholtenen Katastrophenjournalismus ein Gegengewicht zu verleihen. Verzichten sie zu sehr auf Aktualität, laufen sie Gefahr, nur mehr quasi im zeitlosen Raum zu schweben und den Realitätsbezug zu verlieren.

Dabei gilt es das rechte Maß zu finden. Denn eine Vielzahl der heutigen Umweltprobleme ist schleichend. Erst über sie zu berichten, wenn sie eine bestimmte Aufmerksamkeitsgrenze überschritten haben, wurde zu recht bemängelt. Diese kaum merklich wachsenden Probleme darzustellen ist jedoch nach wie vor schwierig. Das Fernsehen mit seinen technischen Möglichkeiten kann hier eine Herausforderung sehen. Die Analyse der Beiträge ergab jedoch kaum Hinweise auf eine phantasievolle und aufwendige Gestaltung, wie sie den Mitteln des Mediums entsprechen würde. Allerdings zeigte sich, daß gerade die breite Vielfalt an Gestaltungsmitteln, deren Vordergründigkeit oder Nebensächlichkeit und deren unterschiedliche Intensität eine weit detailliertere Untersuchung verdient hätte, als sie hier vorgenommen werden konnte. Die sehr ähnlichen Ergebnisse für die Politik- und Umweltmagazin-Beiträge lassen sich somit sicherlich zum Teil auf die lediglich dichotome Bewertung der Gestaltungselemente zurückführen.

⁷ Vgl. Brodbeck 1992, S. 140 f.

Besonders auch die Frage nach den unterhaltenden Elementen hätte durchaus eine intensivere Erforschung verdient. Der Anlaß für den Einsatz von Comedy oder Satire, Zeichentrick oder amüsanten Inszenierungen dürfte das Bestreben sein, das Thema Umwelt auf die leichtere Art und mit mehr Humor zu vermitteln. Auch jenseits der Fernsehmagazine hat Umwelt Eingang in die Unterhaltung gefunden. Nicht nur als Kinofilm oder Krimi, als Roman, Computerspiel oder Kabarett. Demgegenüber gibt Gangloff zu bedenken: "Sobald eine gesellschaftsproblematische Thematik erst einmal in breitem Umfang von der Unterhaltung aufgegriffen worden ist, stellte sie für die meisten Menschen kein akutes Problem mehr dar."⁸ Inwiefern die unterhaltende Aufbereitung der Umweltthematik also die Distanz zum Problem vergrößert oder, indem sie Kompliziertes spielerisch vermittelt⁹, eher verkleinert, kann hier nicht entschieden werden.

Unser persönlicher Abstand zu den meisten Umweltproblemen ist in der Regel sehr groß. Weder die Ursachen noch die Folgen oder die Lösungen scheinen etwas mit uns zu tun zu haben. Sogar die Umweltbeiträge im Fernsehen erlauben uns, die wohltuende Distanz zu wahren. Betroffen sind meistens besondere Risikogruppen. Die Schuldigen werden konkret benannt. Und schließlich: Was können wir schon tun? Nicht sonderlich viel. Auch das sagen uns die Umweltbeiträge in beiden Magazintypen. Für die Lösungen verantwortlich sind Politik und Gesetze. Gesellschaftliche Veränderungen und Wertewandel werden kaum thematisiert. Die Umweltberichterstattung muß sich hier den Vorwurf gefallen lassen, dem Zuschauer einen Rückzug in die bequeme Untätigkeit oft noch zu erleichtern. Die Umweltpsychologin Sigrun Preuss nennt es eine "besonders fatale Form [der] psychischen Verdrängungsprozesse", wenn ökologische Verantwortung und Verhalten an Repräsentanten von Wissenschaft und Politik delegiert werden: "Die ‚da oben‘ sollen oder werden es schon machen. Und das wiederum führt zu einer äußerst problematischen Passivität."¹⁰ Inwieweit wir uns als Publikum aber überhaupt Verantwortung übertragen lassen, oder eher den Rückzug per Fernbedienung antreten, ist eine andere Frage. Wo der Konsument mit seinem Verhalten immer mehr in die Kritik gerät, stehen die Umweltmedien vor dem Problem, nicht mehr nur gegen umweltverschmutzende Industrie und untätige Politiker, sondern zunehmend gegen ihre Leser und Zuschauer arbeiten zu sollen.¹¹

Daß die alten Feindbilder nicht mehr stimmen, zeigt sich auch an der Vielzahl umweltfreundlicher Handlungsträger aus Unternehmen und Industrie, die in den Umweltmagazinen auftreten. Generell waren die der Umwelt gegenüber positiv eingestellten Handlungsträger bei den Umweltmagazinen häufig in der Überzahl. In guter journalistischer Ausgewogenheit traten jedoch in den meisten Beiträgen beider Magazintypen gleich viele positiv und negativ/neutral eingestellte Akteure auf. Vielmehr verwundert, daß ausgerechnet die Umweltfachmagazine mit weniger Experten auskamen als die Politikmagazine und vielfach sogar ganz auf O-Töne verzichteten. Steht hier die verständliche Vermittlung von Sachverhalten durch den Off-Text statt einer Vielzahl von Statements und Positionen im Vordergrund?

⁸ Gangloff 1994, S. 6.

⁹ Vgl. Pröll-Hözl, S. 109. Die Autorin zeigt in einem Portrait des italienischen Künstlers und Kabarettisten Beppe Grillo, wie unterhaltsam und erfolgreich ökologische Themen einem breiten Publikum nahe gebracht werden können.

¹⁰ Preuss 1994, S. 28.

¹¹ Maxeiner 1995.

Geht es in den Beiträgen der Umweltmagazine auch stärker um Emotionen und nicht nur um Fakten? Letztere wurden in der vorliegenden Arbeit nicht untersucht. Gefühle und Stimmungen aber spielten bei den Umweltmagazinen eine wichtige Rolle. Nicht die bedrohlichen, deprimierenden Elemente wie zerstörte Natur oder Angst, sondern positive Elemente wie idyllische Natur oder Tiere als Sympathieträger, niedlich und possierlich, waren von größerer Bedeutung. Wo Wissen allein wenig Effekt gezeigt hat, setzen da die Umweltmagazine auf die Kraft der Gefühle, um eine Bindung zur schützenswerten Umwelt zu etablieren?

Kann aber die Umweltberichterstattung emotionale Bindungen herstellen, die weitere Konsequenzen haben, die also in Verhaltensänderungen münden? Sie kann nur versuchen, Zusammenhänge deutlich zu machen zwischen unserem Verhalten hier und dem Schutz von Tieren und Landschaften überall auf der Welt. Sie kann nur Ursachen und Wirkungen miteinander in Bezug setzen und sie – auch geographisch – vernetzen. Etwas weiter verzweigt berichteten die Umweltmagazine in diesem Punkt, während sich die Politikmagazine vielleicht auf ihren mehr innenpolitischen Charakter berufen. Doch Themen aus dem Rest der Welt haben oft genug auch Ursachen und Auswirkungen in Deutschland – und umgekehrt.

Global denken, lokal handeln – dieser “urökologische” Grundsatz ist noch immer aktuell. Die Rolle der Medien wäre, uns bei beidem zu helfen: uns die globalen Zusammenhänge anschaulich zu machen und uns zu zeigen, was wir vor Ort tun könnten. In diesem letzten Punkt, dem Tun, macht uns die bisherige Medienwirkungsforschung jedoch keine großen Hoffnungen. Selbst bestens informiert sind wir immer noch zu bequem zum Handeln. “Der Weg vom Kopf zur Hand ist weit.”¹²

Beide Magazintypen wiesen sowohl Schwächen als auch positive Ansätze auf. Wo die Politikmagazine nur negativ und auf Ereignisse fixiert berichteten, aber mit investigativem Journalismus brisante Themen aufgriffen, zeigten sich die Umweltmagazine zwar optimistischer, bei der Benennung von Ursachen und Verantwortlichen aber ähnlich zaghaft und “stromlinienförmig”. Die Unterschiede geben Anlaß, darüber nachzudenken, wo Umweltmagazine und Politikmagazine in ihrer Umweltberichterstattung voneinander lernen können. Die Gemeinsamkeiten zeigten zum Teil unausgeschöpfte Entwicklungspotentiale in beiden Magazintypen auf. Doch neben allen Defiziten haben zahlreiche spannende, kreative und innovative Beispiele bestätigt: Umwelt ist noch immer und heute ganz besonders ein aufregendes Thema.

Literatur

Barth, Henrike/Wolfgang Donsbach: “Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations”. In: *Publizistik*, 37. Jg., Heft 2, April-Juni 1992, S. 151-165.

BMU: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (1996a): *Sechster Immissionsschutzbericht der Bundesregierung*. (Bundestags-Drucksache 13/4825 vom 11. Juni 1996).

Brodbeck, Klaus: *Ökologie-Magazine im Fernsehen*. (Diplomarbeit Katholische Universität Eichstätt) Eichstätt 1992.

¹² Weinzierl 1995.

de Haan, Gerhard (Hrsg.): *Umweltbewußtsein und Massenmedien: Perspektiven ökologischer Kommunikation*. Berlin: Akademie Verlag, 1995.

Dunwoody, Sharon/Hans Peter Peters: "Mass media coverage of technological and environmental risks: a survey of research in the United States and Germany". In: *Public Understanding of Science*, Nr. 1/1992, S. 199-230.

Gangloff, Tillmann: "Abkratzen und Teetrinken". In: *epd/Kirche und Rundfunk*, Nr.19, 12. März 1994, S. 4-7.

Gerhards, Maria/Walter Klingler: "Politikmagazine im öffentlich-rechtlichen Fernsehen: Nutzungsdaten und Zuschauererwartungen". In: *Media Perspektiven*, Heft 5/1995, S. 166-171.

Grefe, Christiane/Michael Sontheimer: "Es grünt so grün ...". In: *Die Zeit*, Nr. 19/1988, 6. Mai 1988, S. 13-15.

Hingst, Armin/Günther Rager/Bernd Weber: *Seismograph statt Sirene: Zur Frühwarnfunktion der Presse bei Umwelt- und Gesundheitsthemen*. Münster: Lit Verlag, 1995.

Holzberger, Rudi: *Das sogenannte Waldsterben. Zur Karriere eines Klischees: Das Thema Wald im journalistischen Diskurs*. (Dissertation Universität Konstanz 1995) Bergatreute: Verlag Eppe, 1995.

Kiese, Christoph: *Wissenschaft als Nachricht: Eine Fallstudie zur Behandlung der Ozonproblematik in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung*. Berlin: Vistas, 1997.

Kirchner, Jürgen/Mathias Schüth: "Hang zu Ökothemen". In: *Medienpiegel des Instituts der deutschen Wirtschaft*, 13. Jg., Nr. 24, 12. Juni 1989, S. I-V.

Krämer, Annett: *Ökologie und politische Öffentlichkeit: Zum Verhältnis von Massenmedien und Umweltproblematik*. (Dissertation Ludwig-Maximilians-Universität München 1986) München: tuduv-Verlagsgesellschaft, 1986.

Lederbogen, Utz/Thomas Griesohn-Pflieger: "Die grüne Fraktion". In: *journalist*, 44. Jg., Heft 8/94, August 1994, S. 41-44.

Maxeiner, Dirk: "Die Angst, das Abo und der Ablaß". In: *Die Zeit*, Nr. 2/1995, 6. Januar 1995, S. 23.

Medienzentrum Umwelt (Hrsg.): *Medienführer Umwelt: Handbuch für Journalisten*. Remagen-Rolandseck: Rommerskirchen, 1994.

Meier, Werner A.: "Umwelt, Umweltrisiken und Ökologie als Medienthema: Die Perspektive der Medienwissenschaft". In: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft: *Medienwissenschaft Schweiz*, Heft 1/1993 ("Medien und Ökologie"), S. 18-24.

Preuss, Sigrun: "Die wirkliche Umweltkatastrophe sind wir selbst" (Interview). In: *Psychologie Heute*, Heft Mai 1994, S. 27 f.

Pröll-Hölzl, Inge: "Beppe Grillo". In: *natur*, Heft 12/95, S. 109-113.

Rat von Sachverständigen für Umweltfragen: *Umweltgutachten 1996*. Stuttgart: Verlag Metzler-Poeschel, 1996.

Rossmann, Torsten: "Öffentlichkeitsarbeit und ihr Einfluß auf die Medien: Das Beispiel Greenpeace". In: *Media Perspektiven*, Heft 2/1993, S. 85-94.

Teichert, Will: "Tschernobyl in den Medien: Ergebnisse und Hypothesen zur Tschernobyl-Berichterstattung". In: *Rundfunk und Fernsehen*, 35. Jg., Nr. 2/1987, S. 185-204.

Thorbrietz, Petra: *Vernetztes Denken im Journalismus: Journalistische Vermittlungsdefizite am Beispiel Ökologie und Umweltschutz*. Tübingen: Niemeyer, 1986.

Weinzierl, Hubert: "Unsichtbare Erfolge: Hubert Weinzierl über das Resultat von 25 Jahren deutscher Umweltpolitik". In: *Öko-Bilanz '95: Wege aus der Weltkrise. Spiegel special*, Nr. 2/1995, S. 27.

Weizsäcker, Ernst Ulrich von: "Mit voller Kraft zurück" (Interview). In: *natur*, Heft 2/1996, Februar 1996, S. 22-25.

Wicke, Lutz: "Neue Ziele, neuer Schwung". In: *Die Zeit*, Nr. 12/1997, 14. März 1997, S. 34.