

Geht doch!

Geschichten, die zum Wandel anstiften



September 2017_35_Jahrgang_ISSN 0933-5722_B 8400 F

oekom e.V.

Geht doch!

Geschichten, die zum Wandel anstiften

ISBN 978-3-96006-020-8

152 Seiten, 16,5 x 23,5 cm, 17,95 Euro

oekom verlag, München 2017

©oekom verlag 2017

www.oekom.de

Die Rolle von Umweltpublikationen

Die grünen Seiten der Transformation

Von Torsten Schäfer

Noch ist Nachhaltigkeit nicht journalistischer Mainstream. Doch die Zahl umweltjournalistischer Projekte steigt und immer mehr Medienschaffende denken in sozial-ökologischen Bezügen.

—— Deutsche Medien sind ergrünt. Sie berichten viel häufiger als früher über Themen wie nachhaltiges Wirtschaften, Energiewende oder Bio-Essen. Der Nachhaltigkeitsbegriff taucht etwa doppelt so oft in der Berichterstattung auf wie noch vor 20 Jahren. (1) Auch auf Produktebene ist der Wandel sichtbar: Neuere Printmagazine wie *Oya*, *Enorm*, *Ö*, *Greenup* oder *Futurzwei* besetzen nun die grüne Magazinnische, in der bislang neben dem *Greenpeace Magazin* und *Natur* vor allem Fachzeitschriften wie *politische ökologie* oder *Forum Nachhaltig Wirtschaften* dafür sorgten, dass die Themen der Umwelt- und Nachhaltigkeitswissenschaften nach draußen drangen.

Zunehmend sind auch grüne Online-Portale entstanden wie *Utopia.de*, *Klimaretter.info* oder *WiWoGreen*. Außerdem wurde rund um den Nachhaltigkeitsjournalismus eine Infrastruktur geschaffen, die das grüne Mediengeschehen bewertet, fördert und untersucht. Getragen werden die Forschungsprojekte, Rechercheplattformen und Seminare von Stiftungen, Hochschulen und Akademien. In der breiten Öffentlichkeit ist diese neue Metastruktur bisher kaum sichtbar geworden. Einzig Medien- und Umweltfachzeitschriften haben über diese Entwicklung sowie die zunehmenden Ergebnisse aus der umweltjournalistischen Forschung berichtet. Ein Baustein der neuen Struktur ist das *Netzwerk Weitblick*, das sich seit 2015 für Nach-

„Begriffe wie Große Transformation oder Anthropozän bleiben in der journalistischen Nische und dem breiten Publikum gänzlich unbekannt.“

haltigkeit im Journalismus einsetzt. Ein Jahr früher ging *Grüner-Journalismus.de* von der Hochschule Darmstadt online. Die Plattform fördert die Berichterstattung zu Nachhaltigkeitsthemen mit Dossiers, Linklisten, einem Blog und Interviews. Einen engeren Fokus hat das Portal *Clean Energy Wire*, das die deutsche Energiewende für ausländische Journalist(inn)en greifbar machen will. Die Mittel kommen von der European Climate Foundation und der Mercator-Stiftung, die auch die Seite *klimafakten.de* unterstützt.

Ebenfalls zugenommen hat die Zahl grüner Journalistenpreise; 15 sind es inzwischen. Und es gibt mittlerweile mehr klima- und umweltjournalistische Kurse privater Träger wie auch von Medienhochschulen, so etwa in Ansbach, Nürnberg, St. Augustin, Darmstadt und Dortmund, wo die Technische Universität seit 2013 das Gutachterprojekt *Mediendoktor Umwelt* betreibt (vgl. S. 62).

Eine Frage des Engagements

Die Wirkung der neuen Metaebene ist schwer abzuschätzen – auch da es um Verschiedenes geht: um Einzelthemen, eher wissenschaftsbasierten Umweltjournalismus oder doch eine weitgefasste, mediale Nachhaltigkeit. Auf das N-Wort können sich die meisten Akteure einigen. Begriffe wie Große Transformation und Anthropozän bleiben dagegen in der journalistischen Nische und – in begriffsverliebten Wissenschaftskreisen oft unterschätzt – dem breiten Publikum gänzlich unbekannt, wenngleich sie in neuem Ausmaß zeigen, was für das Leben auf dem Planeten zu tun ist (vgl. S. 127 ff.).

Über die Engagementfrage diskutiert der Journalismus auch wieder, vor allem wegen der Bewegung des konstruktiven Journalismus, der stärker über Handlungsmöglichkeiten berichten will und auch hierzulande Medien wie *Perspective Daily* hervorgebracht hat. Damit entsteht neuer Raum für eine offenere Rollendebatte

eines Journalismus, der lange mit dem Nachrichtenmoderator Hanns-Joachim Friedrichs betont hat, dass man sich mit keiner Sache gemeinmachen dürfe, auch nicht mit einer guten. Bei der „Sache“ wird allerdings selten unterschieden, ob es sich um Einzelthemen in der Nachrichtenauswahl handelt oder um universelle Errungenschaften wie Demokratie oder Nachhaltigkeit. Die journalistische Rollendebatte ist zwar transformationsaffiner geworden. Dennoch wollen sich Journalist(inn)en ungern als „Transformationsagent(inn)en“ oder dergleichen bezeichnen lassen. Sie bleiben, was sie sind: unabhängige Informationshandwerker(innen). Viele haben allerdings erkannt, dass es grundlegend relevant geworden ist, die Erdabhängigkeit anzuerkennen, in der menschliche Gesellschaften stehen.

Qualitäts-Umweltjournalismus braucht Geld

Damit Journalist(inn)en weiter ein eigenes, sozial-ökologisches Denken aufbauen können, muss die neu entstandene Metastruktur aus Hochschulen und Stiftungen verstetigt werden. Denn viele Projekte sind nicht dauerhaft finanziert. Derzeit ist es der hiesigen Medienzunft leider keine Debatte wert, inwieweit dafür öffentliche Gelder zur Verfügung stehen. Es geht um Systeme der Medienförderung, die in skandinavischen Ländern mit Erfolg kleine Redaktionen und Titel erhalten haben, gerade in der Provinz. Denn dort, in der Fläche und bei den vielen kleinen Medien, liegt das eigentliche, kommunikationsökologische Problem: eine durch extremes Sparen entstandene Knappheit der Ressourcen Geld, Personal und (Recherche-)Zeit. Wenn es hieran fehlt, ist es schwer, Nachhaltigkeit im journalistischen Mainstream stärker zu verankern. Dabei wäre das die sinnvolle Kür.



2000

Die nötige Pflicht sind Strukturen, die Qualitätsjournalismus in der Breite möglich machen. Deshalb kommt eine ernsthafte Debatte über Journalismus und die Große Transformation nicht ohne die Frage nach alternativen Finanzierungswegen aus, die im marktliberalen Verlegergewerbe wenig beliebt ist. Doch Journalismus hat Verfassungsrang, ist zuerst gesellschaftsorientiertes Verantwortungshandeln. Dem müssen seine Akteure Rechnung tragen, wenn es um Debatten zur Zukunft der eigenen Branche oder der des ganzen Planeten geht. Beide sind eng miteinander verknüpft. _____

Anmerkung

(1) Michelsen, Gerd/Fischer, Daniel (Hrsg.) (2016): Nachhaltigkeit und Journalismus: Erkenntnisse und Impulse aus Wissenschaft und Praxis. Bad Homburg.



Was schätzen Sie an der politischen ökologie?

Die pö ist für mich das wichtigste Organ der fachübergreifenden Umwelt- und Nachhaltigkeitsdebatte; genau an der Schnittstelle zwischen Politik, Wissenschaft und Gesellschaft, ein verständliches Fachmagazin mit Blick auf das große Ganze, mit schlaun Themenzuschnitten und mutigen Schwerpunkten. Ersatzlos derzeit.

Zum Autor

Torsten Schäfer, geb. 1977, ist seit 2013 Professor für Journalismus und Textproduktion an der Hochschule Darmstadt, wo er Direktor am Institut für Kommunikation und Medien ist und das Medienportal *Grüner-Journalismus.de* leitet.

Kontakt

Prof. Dr. Torsten Schäfer
E-Mail torsten.schaefer@h-da.de
