

# **Umgang der Printmedien mit extremen Wetterereignissen**

**- am Beispiel der Hitzewelle 2003 -**

**Klimawandel als unausweichliche Katastrophe oder  
bewältigbare Aufgabe?**

Studie des Potsdam Instituts für Klimafolgenforschung

*Birgit Lukas und Martin Welp*

Zeitraumen: August - Dezember 2003

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. Einleitung.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Einordnung der Studie in den Forschungsstand</b>	
2.1 Die Rolle der Printmedien in der Gesellschaft.....	4
2.2 Einfluss von Printmedien auf die öffentliche Meinung.....	6
2.3 Darstellung von Klimawandel in den Printmedien.....	8
2.3.1 Extreme Wetterereignisse als Schlüsselereignis.....	9
2.3.2 Einfachheit und Kürze.....	10
2.3.3 Katastrophismus.....	10
<b>3. Methodik der Studie</b>	
3.1 Auswahl der Zeitungen und Zeitschriften.....	13
3.2 Zeitraum der Untersuchung.....	14
3.3 Auswahl der Artikel.....	14
3.4 Analyse der Artikel.....	14
<b>4. Auswertung der Studie</b>	
4.1 Quantitative Auswertung.....	17
4.2 Qualitative Auswertung.....	19
4.2.1 Schwerpunktthemen der Berichterstattung.....	19
4.2.2 Klimawandel in der Berichterstattung.....	23
4.2.3 Darstellungsart von Klimawandel.....	24
4.2.4 Lösungsstrategien und Handlungsaufforderungen.....	28
4.2.5 Darstellungsstil.....	31
<b>5. Zusammenfassung und Fazit.....</b>	<b>35</b>
<b>6. Literaturangaben.....</b>	<b>38</b>
<b>7. Anhang.....</b>	<b>39</b>

## 1. Einleitung

Der Sommer 2003 bescherte Deutschland eine außergewöhnliche Hitze- und Trockenheitsperiode. Der Pegelstand des Rheins fiel auf einen historischen Tiefstand, die Wälder in Brandenburg standen in Flammen und die Freibäder waren überfüllt. In Folge berichteten die Medien häufig über das Wetterphänomen und seine Auswirkungen. „Menschen werden schlanker sein, haben doppelt so häufig Sex und Rotweine der Spitzenklasse kommen aus Schleswig Holstein“, schrieb Die Bild Anfang August auf ihrer Titelseite.

Neben den Auswirkungen auf Mensch und Tier, wurde diskutiert, ob dies bereits die ersten Anzeichen eines Klimawandels seien. Die Wissenschaft hielt sich in ihren Aussagen zum Zusammenhang zwischen Hitzewelle und Klimawandel, im Gegensatz zu früher, zurück. Noch in den 80er Jahren warnten zahlreiche Wissenschaftler vor der bevorstehenden „Klimakatastrophe“. Die damals prognostizierten Temperaturanstiege lagen deutlich über denen der heutigen Szenarien. Der Spiegel widmete diesen Aussagen im Jahre 1986 ein Titelbild: Den unter Wasser stehenden Kölner Dom.

Die folgende Studie beschäftigt sich mit der Frage, wie die Printmedien mit der Hitzewelle des Sommers 2003 umgegangen sind. Printmedien können öffentliche Diskurse – auch bezüglich Klimawandel - anregen und mitbestimmen. Ihre besondere Rolle in der Gesellschaft wird zunächst durch Einordnung der Studie in den derzeitigen Forschungsstand erörtert. Anschließend diskutieren wir, mittels einer Medienanalyse ausgewählter überregionaler Zeitungen und Zeitschriften, folgende Fragestellungen:

- Von welchen Themen wird die Berichterstattung zum extremen Wetterereignis bestimmt? Wie häufig wird dabei auf Klimawandel eingegangen?
- Wird Klimawandel als lösbares Problem oder unabwendbare Katastrophe dargestellt?
- Werden Auswege aus der Klimakatastrophe aufgezeigt und wenn ja, welche?
- Wie erfolgt die Berichterstattung: realistisch-sachlich, oder emotional-dramatisierend?

## 2. Einordnung der Studie in den Forschungsstand

### 2.1 Die Rolle der Medien in der Gesellschaft

Medien nehmen in einer demokratischen Gesellschaft mehrere wichtige Funktionen wahr: Sie verbreiten Wissen und Neuigkeiten. Und sie bieten eine Plattform für Kritik und die Darstellung unterschiedlichster Meinungen. Erst durch die Verbreitung bestimmter Themen in den Massenmedien wird ein öffentlicher Diskurs überhaupt ermöglicht. Ihre Funktion liegt also darin, unterschiedlichste Themen zu sammeln, auszuwählen, zu bearbeiten und diese der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen.<sup>1</sup>

Dabei darf nicht übersehen werden, dass die Art und Weise auf die Informationen und Inhalte aus Wissenschaft und Politik in den Medien dargestellt werden, entscheidenden Einfluss auf die Meinung und das Wissen der Bevölkerung hat. Der Anteil der Bundesbürger, der am Tag durch mindestens eines der drei Massenmedien Zeitung, Fernsehen oder Hörfunk erreicht wird, liegt bei nahezu 100 Prozent.<sup>2</sup> Damit stellt sich die Frage, welche Mechanismen der Vermittlung von Informationen durch die Massenmedien, insbesondere durch die Zeitungen, zugrunde liegen.

Während man traditionell in der Kommunikationswissenschaft von einer Abbildfunktion der Medien ausging, so sieht die neuere Forschung die Medien als eigenes System innerhalb der Gesellschaft. Nach der traditionellen Abbildtheorie sind die Zeitungen in erster Linie ein Medium, das die Informationen sachlich an die Öffentlichkeit weitergibt. Dieser Ansatz ließ jedoch außer acht, dass die Medien ihren eigenen Produktionsbedingungen und wirtschaftlichen Zwängen unterliegen. Jede Zeitung ist gezwungen, die Aufmerksamkeit des Publikums für ihre angebotenen Themen zu erringen oder zu erhalten.<sup>3</sup>

Eine Zeitungsredaktion wird daher eine Auswahl unter mehreren Themen treffen und über die Art der Darstellung entscheiden. Je nach finanziellem und zeitlichem Horizont oder der politischen Grundhaltung einer Zeitung wird die ‚Abbildung‘ der Realität unterschiedlich ausfallen.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Weingart, Peter; Engels, Anita; Pansegrau, Petra, *Von der Hypothese zur Katastrophe*. Opladen: 2002. S. 74.

<sup>2</sup> Jäger, Walter, *Medien und Umwelt*, Tübingen: 2000. S. 5.

<sup>3</sup> Weingart et al. (2002). S. 72-75.

<sup>4</sup> Weingart et al. (2002). S. 72f.

Für die Gesellschaft bedeutet das, dass in verschiedenen Zeitungen eine Palette unterschiedlicher Realitätsdeutungen abgebildet wird. Dies trifft vor allem auf überregionale Zeitungen zu, die meist ein eigenes Profil entwickelt haben.

Allgemein unterscheiden sich die Darstellungen von Themen in diesen Zeitungen in ihrer politischen Richtung, der gesellschaftlichen Zielgruppe und in ihrer Verbreitung. Die politische Richtung wird dabei durch die Verleger bzw. die Eigentümer der Zeitung vorgegeben.<sup>5</sup> Die von uns in der Medienanalyse verwendeten Zeitungen stellen sich wie folgt dar:

Als links bis links-liberal können folgende Printmedien eingestuft werden:

Die Frankfurter Rundschau

Die Tageszeitung

Weitgehend politisch neutral bis liberal stellen sich dar:

Der Spiegel (bezeichnet als kritisch und demokratietragend)

Die Süddeutsche Zeitung

Die Zeit

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung

Dem konservativen Spektrum werden zugerechnet:

Der Focus

Die Welt

Die Bild

Die Medien spiegeln durch ihre unterschiedliche Ausrichtung die unterschiedlichen Tendenzen in der deutschen Gesellschaft wider.<sup>6</sup> Die oben genannten Medien wurden daher aufgrund ihrer unterschiedlichen Zielrichtungen und Zielgruppen als repräsentativ ausgewählt. Nun steht jedes dieser Medien im Spannungsfeld medienwirtschaftlicher Zwänge und den Ansprüchen seiner Zielgruppe. Es stellt sich daher die Frage nach der gegenseitigen Beeinflussung von Medium und Zielgruppe. Da es sich bei der Kommunikation durch Massenmedien um meist eine ‚one-way‘-Kommunikation handelt, ist die Beeinflussung der Medien durch die Zielgruppe beschränkt. Sie erfolgt lediglich durch die Kaufentscheidung, Leserbriefe, Anrufe und ähnliches.

---

<sup>5</sup> McQuail, Denis, *Mass Communication Theory*, 3. Aufl., London: 1994. S. 62.

<sup>6</sup> Staatskanzlei des Landes Sachsen-Anhalt (Hg.), *Die Macht der Medien*, München; Landsberg am Lech: 1996. S. 21.

Im folgenden soll daher untersucht werden, ob und auf welche Weise das Massenmedium Zeitung die öffentliche Wahrnehmung eines bestimmten Themas beeinflusst.

## 2.1 Einfluss von Printmedien auf die öffentliche Meinung

Eine empirische Untersuchung von A. Langeheine kam 1986 zu dem Schluss, dass die Printmedien einen nachhaltigeren Einfluss auf den Rezipienten, die Öffentlichkeit, haben, als die anderen Massenmedien.<sup>7</sup> Für Informationen über Umweltthemen greifen die Deutschen auf die Regionalzeitungen als zweitwichtigste Quelle zurück. Wochenzeitschriften, Tageszeitschriften und Fachzeitschriften stehen an sechst-, siebt- und achtwichtigster Stelle, nach Medien wie dem öffentlichen Fernsehen und dem Radio. Dies bestätigt eine repräsentative Bevölkerungsumfrage des Umweltbundesamtes.<sup>8</sup>

Im folgenden werden zwei Theorien beschrieben, die von Wissenschaftlern zur Erforschung des Einflusses der Printmedien auf die Gesellschaft aufgestellt wurden. Diese Darstellung soll außerdem dazu beitragen, die Ergebnisse unserer Medienanalyse einordnen zu können.

Die sog. ‚**agenda-setting hypothesis**‘ wurde 1972 von McCombs und Shaw aufgestellt. Sie besagt, dass die Medien durch die Betonung oder Unterdrückung bestimmter Themen bestimmen, über welche in der Öffentlichkeit nachgedacht wird. Die Medien haben gemäß dieses Ansatzes jedoch keinen Einfluss darauf, wie über diese Themen gedacht wird.<sup>9</sup> Die Medien können also lediglich die Agenda der Umweltthemen bestimmen. Dieser Effekt lässt sich anhand der Verschiebung der Themen von Verschmutzung und Überbevölkerung in den 60er und 70er Jahren hin zu Desertifikation, Ozonloch und Treibhauseffekt in den 90ern erkennen. Diese Themen wurden, nachdem die Medien sie thematisiert hatten, in der Gesellschaft diskutiert.<sup>10</sup> Die Wissenschaftler Parlour und Schatzow konnten 1978 durch

---

<sup>7</sup> Petry, Hedwig, *Das „Umweltbild“ im Medium Tageszeitung*, Kiel: 1988. S. 13.

<sup>8</sup> Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, *Umweltbewusstsein in Deutschland 2002*, Berlin: 2002. S. 86.

<sup>9</sup> Gooch, Geoffrey, *Environmental Concern and the Swedish Press*, in: *European Journal of Communication*, Vol. 11 (1), 1996, S. 110.

<sup>10</sup> Einsiedel, Edna, *From disaster reporting to in-depth coverage*, in: *Media Development*, Vol. 37 (2), 1990, S.8.

Untersuchungen diese These ebenso bestätigen, wie die Wissenschaftler um Atwater, Salwen und Anderson 1987.<sup>11</sup>

Eine weitere These ist die ‚**spiral of silence hypothesis**‘ die Noelle-Neumann 1974 aufgestellt hat. Sie besagt, dass die treibende Kraft hinter der Schaffung einer öffentlichen Meinung durch die Medien, die Vermeidung von unterschiedlichen Standpunkten ist. Durch dieses Verhalten der Medien werden bestimmte Themen verschwiegen, während andere stark betont werden.

Beide Thesen wurden durch die Studien von Protesch et al. 1987 und von Davis und Robinson 1989 in Frage gestellt. Sie kommen zu dem Schluss, dass die Agenda-schaffende Kraft der Medien gering ist, bzw. die Öffentlichkeit die kommunizierten Fakten anders oder gar nicht wahrnimmt.<sup>12</sup>

Einen anderen Ansatz verfolgt Petry. Unabhängig davon, ob die Printmedien die Agenda der Umweltthemen bestimmen, so veröffentlichen sie je nach Aktualität (und anderen Kriterien, siehe Kapitel 2.3) zahlreiche Artikel zu Umweltthemen. Damit stellt sich für Frau Petry die Frage nach den Absichten der Zeitungen. Wollen sie Einfluss nehmen auf das Umweltbewusstsein der Bevölkerung? Petry hat das am Beispiel einer Langzeitstudie der FAZ im Vergleich mit einer Kurzanalyse der Zeitungen Kieler Nachrichten, SZ, Frankfurter Rundschau und Wiesbadener Kurier geprüft. Ihren Studien zufolge möchten Zeitungen durch ihre Berichterstattung am häufigsten Einfluss auf die Umwelteinstellungen der Leser nehmen, gefolgt von der Vermittlung von Umweltwissen und Appellen an das Umwelthandeln.<sup>13</sup>

Stellt diese Studie die Absichten von Seiten der Printmedien heraus, so sagt sie jedoch nichts über die Reaktionen der Leser. Diesen Aspekt hat Gooch in seiner Studie zur Umweltpolitik und der schwedischen Presse berücksichtigt. Bei lokalen Umweltproblemen konnte er nachweisen, dass der Einfluss der Medien gering ist. Die öffentliche Meinung und das Handeln der Leser werden in diesem Fall durch persönliche Erfahrung, Diskussionen und vorhandenes Wissen geprägt. Ihm zufolge ist der Einfluss der Printmedien hoch, wenn es sich um globales Umweltproblem, wie etwa den Klimawandel handelt, das der Einzelne nicht persönlich erfahren kann.<sup>14</sup> Empirisch wurde belegt, dass die Einschätzung der globalen Umweltqualität von den

---

<sup>11</sup> Hansen, Anders, *Socio-political values underlying media coverage of the environment*, in: Media Development, Vol. 37 (2), 1990, S. 4; Lowe, Philip & Morrison, David, *Bad news or good news: environmental politics and the mass media*, in: The Sociological Review, Vol. 32 (1), 1984. S. 75.

<sup>12</sup> Gooch, Geoffrey, *Environmental Concern and the Swedish Press*, in: European Journal of Communication, Vol. 11 (1), 1996, S. 111.

<sup>13</sup> Petry (1988). S. 119.

<sup>14</sup> Gooch (1996), S. 123.

Befragten in allen Ländern regelmäßig als schlechter eingeschätzt wird, als die lokale Umweltqualität.<sup>15</sup> Dies könnte die Untersuchung von Gooch bestätigen, denn den Zustand der globalen Umwelt lässt sich nur aus den tendenziell negativen Berichten der Medien entnehmen.

Wie die Darstellung der Studien zeigt, ist umstritten, inwieweit die Presse auf den Stellenwert der Umweltthemen in der Gesellschaft Einfluss nehmen kann. Fest steht, dass die Zeitungen das Ziel haben, gewisse Themen in die Öffentlichkeit zu transportieren. Dabei finden komplexe Sachverhalte durch konkrete Vorkommnisse Eingang in die Medien. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Darstellung des Klimawandels in den Medien. Dabei handelt es sich um ein globales Umweltthema, das wie oben beschrieben, von der Öffentlichkeit vor allem über die Massenmedien wahrgenommen wird. Wie und auf welche Weise das Thema Klimawandel in den Printmedien dargestellt wird, behandelt der nächste Abschnitt beispielhaft.

## 2.2 Darstellung von Klimawandel in den Printmedien

Klimawandel ist ein spezielles, sehr komplexes Problem des globalen Umweltschutzes. Seit Mitte der 80er Jahre ist die Berichterstattung der Medien hierzu in den meisten Ländern intensiv. Die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit wurde insbesondere durch die Einführung des „Intergovernmental Panel on Climate Change<sup>16</sup>“ im Jahre 1988 und die Durchführung des ersten Earth Summit<sup>17</sup> in Rio de Janeiro im Jahre 1992 noch verstärkt.<sup>18</sup> Im Laufe der Zeit haben sich aus den allgemeinen Komponenten - „Aktualität und Alltagsrelevanz“, „Einfachheit und Kürze“, „Sensationalität“ und „Negativität“ - aus denen sich der Wert einer Nachricht zusammensetzt (siehe Schema 1) für den Mediendiskurs um den Klimawandel bestimmte Charakteristika herausgebildet. Diese werden nachfolgend näher erläutert.<sup>19</sup>

---

<sup>15</sup> Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (2002). S. 36f.

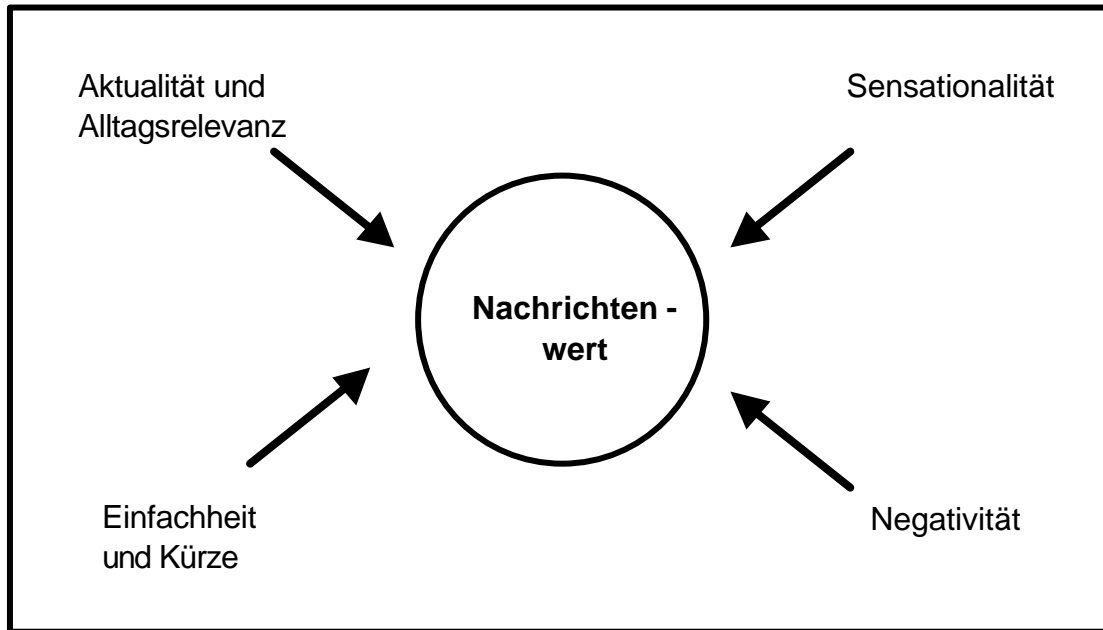
<sup>16</sup> Seine Aufgabe ist, die einschlägige wissenschaftliche, technische und sozio-ökonomische Information zum Verständnis der Risiken anthropogener Klimaänderungen auszuwerten. Es gibt bis heute die anerkannten Szenarios zur Entwicklung des Weltklimas heraus.

<sup>17</sup> Die Industrieländer haben sich durch die Unterzeichnung der Konvention der Vereinten Nationen über Klimaveränderungen dazu verpflichtet, die Freisetzung von Treibhausgasen bis zum Jahr 2000 auf das Niveau von 1990 zu senken. Nicht unterzeichnen wollten damals die USA und mehrere OPEC-Staaten. Die Klimakonvention trat am 21. März 1994 in Kraft.

<sup>18</sup> Bell, Allan, *Climate of opinion*, in: *Discourse & Society*, Vol. 5(1), 1994, S. 33f.

<sup>19</sup> Vgl. Weingart et al. (2002). S. 76-93.





Schema 1: Komponenten des Nachrichtenwerts für Printmedien

### 2.3.1 Extreme Wetterereignisse als Schlüsselereignis

Die Themenauswahl von Journalisten wird grundsätzlich durch die „Aktualität“ der Tagesereignisse bestimmt<sup>20</sup>, weshalb weit häufiger über konkrete Ereignisse und Ergebnisse als über allgemeine Themen und chronische Entwicklungen berichtet wird. Als Aufmacher für weniger dramatische Ereignisse verwenden Reporter deshalb „Schlüsselereignisse“, also insbesondere einmalige, spektakuläre Geschehnisse, um sowohl dem Kriterium „Aktualität“ als auch der Anforderung nach „Sensationalität“ gerecht zu werden. Dabei müssen aber die Intensität der Berichterstattung und das tatsächliche Gefährdungspotenzial des Ereignisses nicht korrelieren – im Gegenteil, Studien zufolge stehen sie zumeist in keinem Verhältnis. Journalisten schreiben vielmehr dann über ein Thema, wenn es politisch, gesellschaftlich oder juristisch bereits auf der Tagesordnung steht, oder wenn ein Journalist sich persönlich für eine Problematik verantwortlich fühlt (siehe auch Kapitel 2.3.2).<sup>21</sup>

Der anthropogene Klimawandel ist ein hochkomplexer, sich über lange Zeiträume erstreckender Vorgang und entspricht damit nicht den oben beschriebenen Erfordernissen der Medien.<sup>22</sup> Daher nutzen Journalisten auch hier zumeist Schlüsselereignisse. Relevant für die Berichterstattung zum Thema Klimawandel

<sup>20</sup> Petry (1998). S. 124.

<sup>21</sup> Jäger (2000). S. 8f.

<sup>22</sup> Kirby, Alex, *The media and climate change*, Alliances for the Sustainability Transition, Vortrag auf dem European Climate Forum, Potsdam, 3./4. Oktober 2001, S. 2.

sind daher von Beginn an extreme Wettersituationen und Umweltkatastrophen. Diese dienen zum einen als Nachweis der Klimaänderung. Zum anderen überwinden sie die fehlende „sinnliche Erfahrbarkeit“ des Klimawandels, so dass für den Leser die „**Alltagsrelevanz**“ des Themas deutlich wird.<sup>23</sup> Damit erfüllen extreme Wetterereignisse die für die Berichterstattung in den Medien notwendigen Voraussetzungen „Aktualität“, „Alltagsrelevanz“ sowie „Sensationalität“.

### 2.3.2 *Einfachheit und Kürze*

Des Weiteren schätzen Journalisten laut Studien „**Einfachheit und Kürze**“ als Maßstab guter Berichterstattung. Dagegen werden oftmals weitergehende Ausführungen zu wissenschaftlichen und technischen Hintergründen vernachlässigt.<sup>24</sup> Dadurch verlieren das Thema Klimawandel, wie auch andere komplexere Umweltprobleme, an Schärfe und Inhalt. Eine noch kritischere Sichtweise bezeichnet die Massenmedien sogar als „nicht-neutral“, da Journalisten mehr und mehr dazu neigen, eine bestimmte Sichtweise und damit eine „bestimmte Ideologie“ zu vermitteln. Als problematisch erweist sich auch die Tendenz, Nachricht und Kommentar nicht mehr grundsätzlich zu trennen, sondern in einem Artikel zu verarbeiten.<sup>25</sup> Damit sind für den Leser objektive Tatsachen und subjektive Meinungen des Autors nicht mehr einfach auseinander zu halten.

### 2.3.3 *Katastrophismus*

Im Allgemeinen bevorzugen Medien negative Informationen, ganz nach dem Motto „Bad news are good news; good news are no news“. Daher sind in den Zeitungen weitaus häufiger Berichte mit alarmierendem Inhalt zu finden, als Berichte, die entwarnen und informieren. In der Berichterstattung zur Umwelt überhaupt einmal positive Punkte zu finden, ist sehr schwierig und selbst wenn dies der Fall ist, leben diese nur durch den negativen Vergleich.<sup>26</sup>

Dieser in den Medien verbreitete Hang zum „**Negativismus**“ äußert sich in der Berichterstattung zum Klimawandel, verbunden mit der Forderung nach „Sensationen“ („**Sensationalität**“), als „Katastrophismus“. Vor allem in Deutschland war die Debatte um die Klimaänderung insbesondere in den 80er Jahren stark von

---

<sup>23</sup> Weingart et al. (2002). S. 86.

<sup>24</sup> Jäger (2000). S. 11f.

<sup>25</sup> Vgl. Lowe & Morrison (1984). S.78.; Jäger, Walter (2000). S. 9.

<sup>26</sup> Lowe & Morrison (1984). S. 78.

Dramatik und Panik geprägt, was sich in der häufigen Verwendung des Begriffes „Klimakatastrophe“ äußerte.<sup>27</sup> Der Ausdruck „Katastrophe“ wird hier als Metapher verwendet.

Metaphern kommen in der Vermittlung komplexer wissenschaftlicher Inhalte wichtige Funktionen zu. Zum einen dienen sie dazu, abstrakte Gegenstände zu veranschaulichen, zum anderen erlauben sie aber auch Antizipationen der Adressaten. Denn jeder verbindet mit diesen Bildern eine bestimmte Vorstellung, ohne dass dafür eine persönliche Erfahrung notwendig ist.<sup>28</sup> Die Metapher von der „Klimakatastrophe“ überführt wissenschaftliche Erkenntnis in ein Symbol, das in unserer Kultur „Untergangsvisionen“ und „archaische Ängste“ vermittelt, da es sich an den „Mythen der Apokalypse, der Sintflut und der Höllenfeuer orientiert“.<sup>29</sup> Diese übergeordnete Metapher wird in der Berichterstattung zum Klimawandel vor allem durch die Szenarien „Untergang“, „Überhitzung“, oder „Krieg und Revolution“ konkretisiert.<sup>30</sup> Im Sommer 2003 wurde das Szenario der „Überhitzung“ zumeist durch die Metapher „Hitzewelle“ veranschaulicht.

Die Verwendung der Katastrophenmetapher begann 1986 mit der Veröffentlichung einer drastischen und – auch nach damaligem Forschungsstand – übertriebenen „Warnung vor der drohenden Klimakatastrophe“ des Arbeitskreises Energie der Deutschen Physikalischen Gesellschaft (DPG). In den folgenden Jahren verselbstständigte sich diese Debatte. Die Medienaufmerksamkeit war außergewöhnlich hoch und trug dazu bei, dass dem Klimawandel eine wichtige Rolle in Öffentlichkeit und Politik zuteil wurde.<sup>31</sup> Bemerkenswert ist, dass der zweite Aufruf der DPG, in welchem der Begriff „Klimakatastrophe“ durch „Klimaänderungen“ ersetzt wurde, kaum Niederschlag in den Medien fand. Prof. Dr. Peter Weingart hat die Darstellung des anthropogenen Klimawandels in den deutschen Medien im Zeitraum von 1975 bis 1995 untersucht und stellte fest, dass „die wissenschaftliche Hypothese eines bevorstehenden anthropogenen Klimawandels in die mediale Gewissheit der kommenden Klimakatastrophe transformiert“ wurde.<sup>32</sup> Bis zum Ende seines Untersuchungszeitraums dominierte der Begriff „Klimakatastrophe“ in den

---

<sup>27</sup> Clark, W.C., Jaeger, J., Eijndhoven, J.V. & Dickson, N., *Learning to Manage Global Environmental Risks*, in: The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, S. 357.

<sup>28</sup> Z.B. Kriegsmetaphorik: Auch wer z.B. nicht unmittelbar einen Krieg erlebt hat, hat eine Vorstellung davon, was dieser bedeutet und kann eine Kriegsmetaphorik verstehen, (Weingart et al. (2002). S. 99.).

<sup>29</sup> Weingart et al. (2002). S. 103.

<sup>30</sup> Vgl. Weingart et al. (2002). S. 99-116.

<sup>31</sup> Clark et al. (n.n.), S. 75.

<sup>32</sup> Weingart et al. (2002). S. 76.

Medien, insbesondere im Spiegel. Als Paradebeispiel dieser Katastrophenberichterstattung gilt die Titelseite des Spiegels im Jahre 1986, auf welcher der Kölner Dom zur Hälfte unter Wasser stehend abgebildet wurde.

Das Problem dieser Katastrophenberichterstattung liegt im Kommunikationsrisiko, das als „negatives Cassandra-Syndrom“<sup>33</sup> bezeichnet werden kann. Hüttl meint damit die Gefahr, dass Warnungen der Wissenschaft allzu leicht geglaubt werden und sich im Nachhinein als falsch erweisen könnten. Dies würde zu einem Glaubwürdigkeitsverlust der Wissenschaft führen.<sup>34</sup> Tatsächlich kamen ab 1995 bereits vermehrt skeptische Stimmen gegenüber der These des anthropogenen Klimawandels auf, welche vor allem in den amerikanischen Printmedien einen großen Raum einnahmen.<sup>35</sup>

In den folgenden Kapiteln soll insbesondere erörtert werden, wie Printmedien den Klimawandel in der Debatte um das extreme Wetterereignis des Sommers 2003 dargestellt haben: Wurde es als Katastrophe dargestellt, kamen Skeptiker des anthropogenen Klimawandels stärker zu Wort, oder hat sich eine sachlichere, lösungsorientiertere Berichterstattung durchgesetzt?

---

<sup>33</sup> Nach einer griechischen Sage erhielt Cassandra von Apoll die Sehergabe; da sie aber Apolls Werbungen nicht erhörte nahm er ihren Warnungen die Glaubwürdigkeit, weshalb ihre Rufe vergeblich blieben („Kassandrarufe“).

<sup>34</sup> Weingart et al. (2002), S. 13f.

<sup>35</sup> Weingart et al. (2002), S. 76ff.

### 3. Methodik der Medienanalyse

#### 3.1 Auswahl der Zeitungen und Zeitschriften

Wichtigstes Kriterium für die Auswahl der Zeitungen und Zeitschriften war eine hohe überregionale Auflage, da sich die Hitzewelle auf ganz Deutschland erstreckte. Außerdem werden mit den ausgewählten Medien die gängigen politischen Richtungen und gesellschaftlichen Schichten abgedeckt. Bei der Auswertung der Printmedien mussten zeitliche und finanzielle Einschränkungen beachtet werden, die sich vor allem auf den Auswertungszeitraum auswirkten.

Folgende Printmedien wurden verwendet:

##### Tageszeitungen:

Die Süddeutsche Zeitung (SZ)

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)

Die Frankfurter Rundschau (FR)

Die Tageszeitung (TAZ)

Die Bild

Die Welt

##### Wochenzeitungen/Wochenzeitschriften:

Die Zeit

Der Focus

Der Spiegel

<b>Zeitungstitel</b>	<b>Auflage (1.Quartal 1999)</b>	<b>Eigentümer</b>
Süddeutsche Zeitung (SZ)	423.900	Im Besitz mehrerer Familien
Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)	416.500	Stiftung gemeinnützige Verlagsgesellschaft
Die Tageszeitung (Taz)	58.800	Taz-Verlagsgenossenschaft
Die Bild	4.445.900	Axel Springer Verlag
Die Zeit	446.900	Georg von Holtzbrinck GmbH & Co KG
Die Welt	223.300	Axel Springer Verlagsgesellschaft, Kirch Beteiligungs GmbH
Der Focus	783.800	Hubert Burda Media Holding

Der Spiegel	1.038.600	Beteiligungsgesellschaft Gruner +Jahr und Bertelsmann
Frankfurter Rundschau (FR)	191.100	Karl-Gerold-Stiftung: „unabhängig, engagiert, links-liberal“

Quelle: Böckelmann, Frank, *Wem gehören die Zeitungen?*, Konstanz: 2000. passim.

### 3.2 Zeitraum der Untersuchung

Der Zeitraum der Medienauswertung erstreckt sich vom 27. Juni bis zum 20. August 2003. Die Untersuchung hat damit ca. zwei Wochen nach Beginn der klimatisch außergewöhnlichen Wetterlage begonnen und endet eine Woche nach ihrem Ende. Der 27. Juni, der sog. ‚Siebenschläfer‘, wurde als Beginn des Untersuchungszeitraums gewählt, da ihm im Volksglauben immer noch eine besondere Bedeutung zugeschrieben wird: Das Wetter an diesem Tag soll nach einer Bauernregel die allgemeine Wetterlage der nächsten sieben Wochen bestimmen. Da die Medien jedes Jahr auf diesen Umstand eingehen, wurde dieser ‚Aufhänger‘ als Startpunkt der Medienanalyse genutzt.

### 3.3 Auswahl der Artikel

Das einzige Kriterium für die Auswahl der zu analysierenden Artikel war der Bezug zur Hitzewelle des Sommers 2003. Dabei war nicht entscheidend, ob das Thema Klimawandel erwähnt wurde, oder nicht. Allerdings wurden Artikel, wie z.B. „Ist die Milchstraße schuld am Klimawandel?“ nicht in die Auswertung mit einbezogen, da sie sich nicht direkt auf die Hitzewelle beziehen, sondern wie hier etwa, aufgrund einer Presseerklärung von Wissenschaftlern entstanden sind. Dadurch soll gewährleistet werden, dass nur Artikel ausgewertet werden, die aufgrund der Hitzewelle verfasst worden sind.

### 3.4 Analyse der Artikel

Die Artikel wurden sowohl quantitativ wie auch qualitativ ausgewertet.

Für die quantitative Analyse wurden die Artikel zeitlich, sowie nach Zeitungen und Zeitschriften getrennt, ausgezählt.

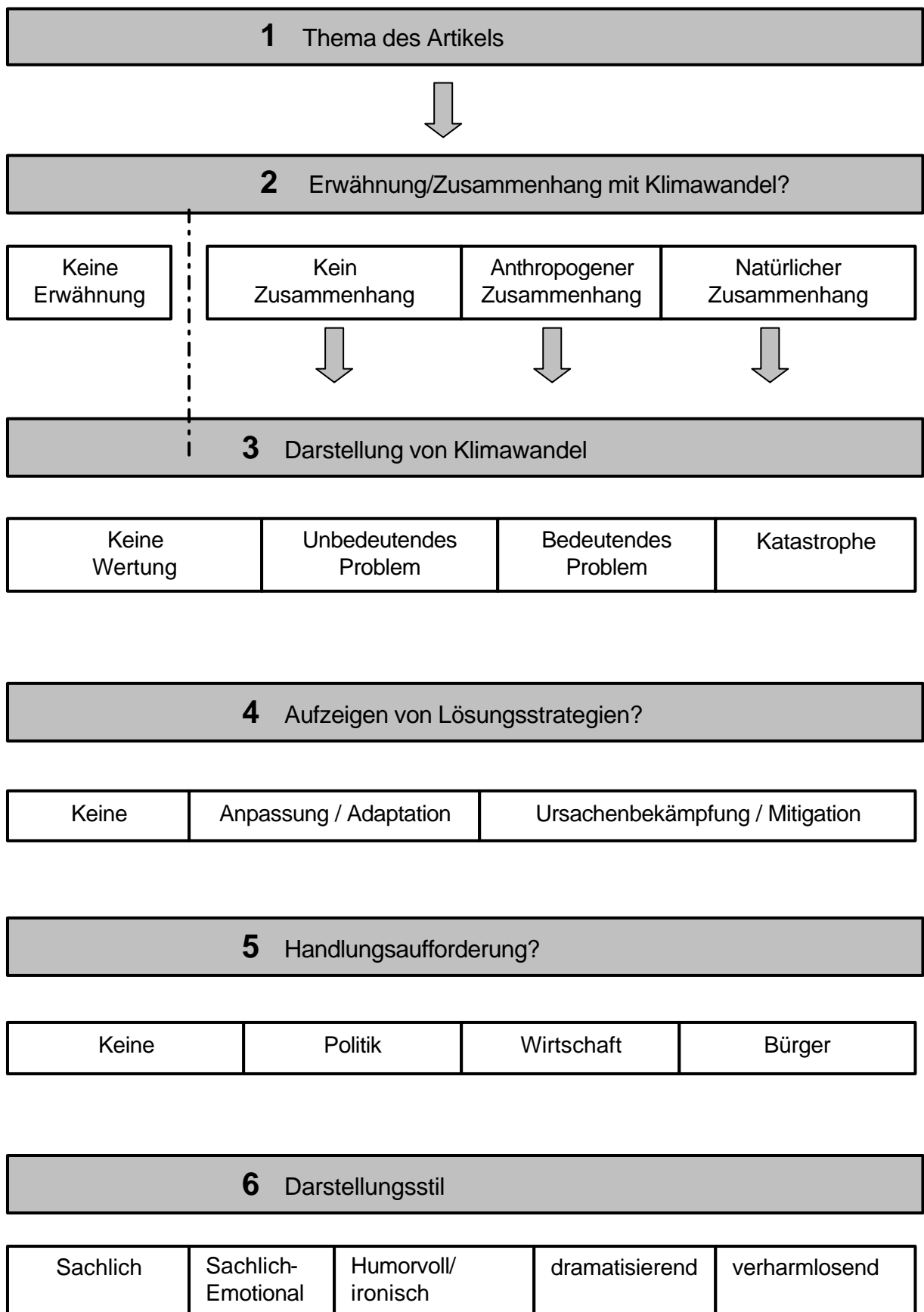
Zur Durchführung der qualitativen Analyse wurde ein geeignetes Kategoriensystem entwickelt. Das Kategoriensystem sowie das Schema (s. Kapitel 4.2.3, 4.2.5) zur Einteilung der Artikel wurde durch folgende Methode erstellt: Die Inhalte der Artikel

wurden zunächst analysiert. Im Anschluss wurde daraus ein Kategoriensystem. Der Vorteil dieser Methode bestand darin, dass es während der Recherche möglich war, das Konzept und die Kategorien an die Struktur und Wortwahl der verschiedenen Artikel anzupassen.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Gooch (1996), S. 117.

## Zuordnungsschema



Schema 2: Kategoriensystem zur Auswertung der Artikel



## 4. Auswertung

### 4.1 Quantitative Auswertung

Die zeitliche Verteilung der Artikel stellt sich wie folgt dar: (Die Linie kennzeichnet den Beginn der Auswertungsphase)

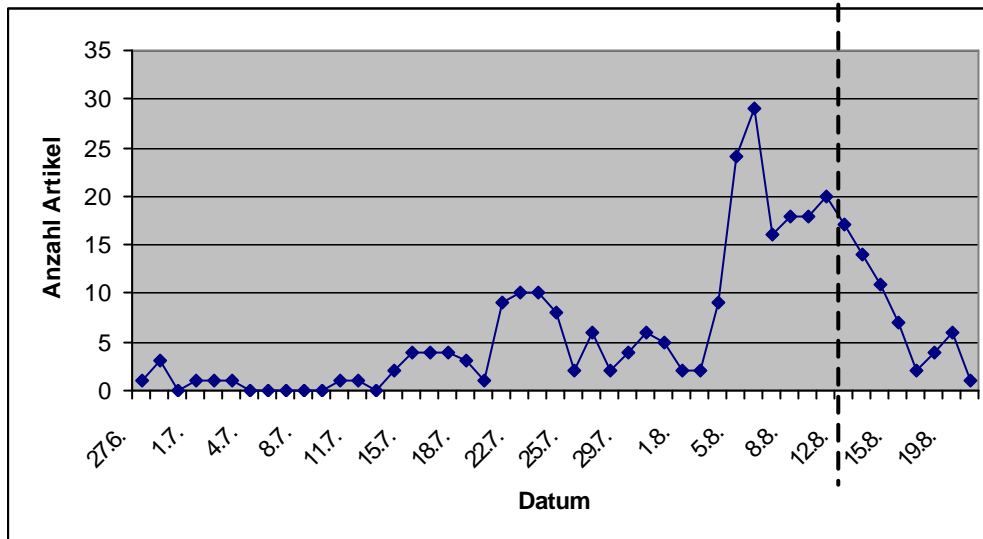


Abbildung 1: Anzahl der Artikel im Zeitablauf

Ab dem 13. August 2003, dem letzten Tag der extremen Wetterlage, ging die Berichterstattung innerhalb von einer Woche auf null zurück. In den letzten Tagen wurde dann nur noch über die Hitzetoten in Frankreich berichtet.

Die Berichterstattung zum Thema Hitzewelle auf der Titelseite zeigt ähnliche Tendenzen wie die Gesamtzahl an Artikeln (siehe Abbildung 2), ist aber insgesamt noch extremer ausgebildet. Die Anzahl der Artikel zur Hitzewelle auf der Titelseite war gemäß journalistischer Logik während des heißesten Zeitraumes am höchsten. Mit dem Ende der Hitzewelle gab es dann keine Artikel mehr auf der ersten Seite.

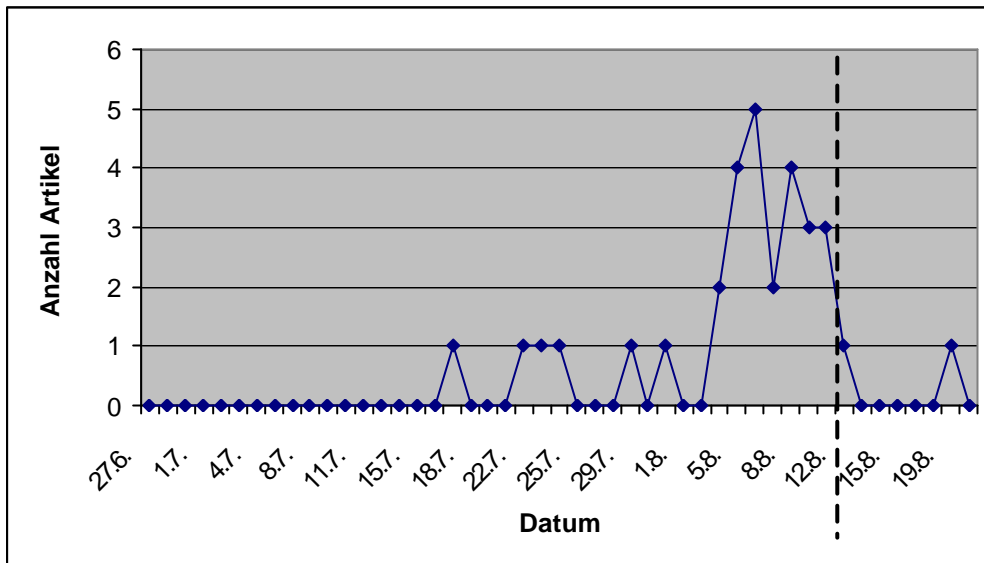


Abbildung 2: Berichterstattung auf der Titelseite im Zeitablauf

Vergleicht man die einzelnen Tageszeitungen untereinander, so sieht man, dass Die Bild am wenigsten berichtete (siehe Abbildung 3). Sie ging auf das Thema ‚Hitze‘ erst ein, als die Temperaturen Anfang August sehr hoch stiegen und damit im Leben der Bevölkerung eine wichtige Rolle einnahmen. Auch die TAZ berichtete nicht sehr häufig über das Thema.

Vergleicht man die wöchentlich erscheinenden Zeitungen / Zeitschriften, so berichten der Spiegel am wenigsten und der Focus am häufigsten über die Hitzewelle.

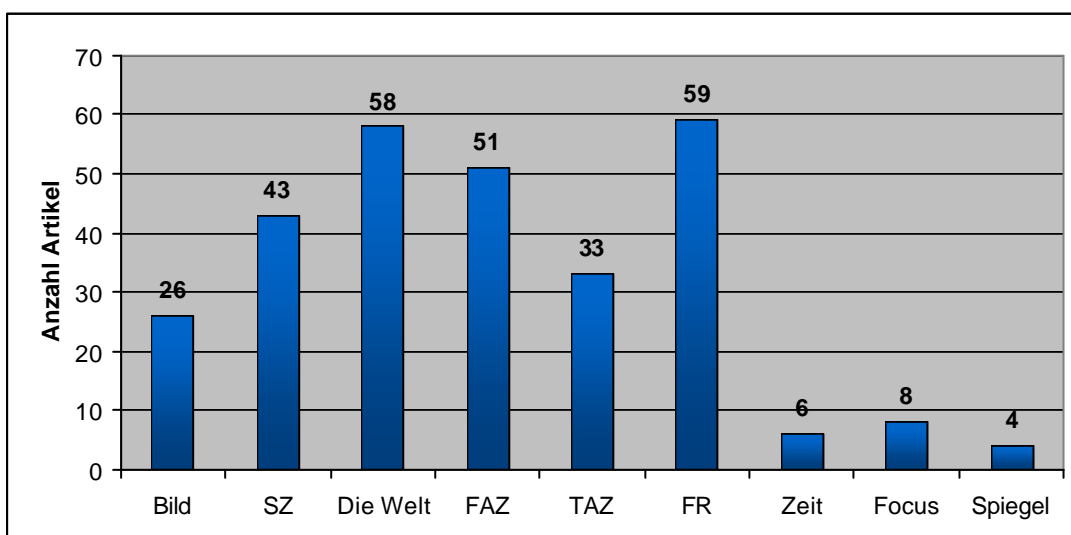


Abbildung 3: Anzahl der Artikel nach Zeitungen / Zeitschriften

Betrachtet man die Berichterstattung auf den Titelblättern der einzelnen Zeitungen (siehe Abbildung 4), so fällt sofort auf, dass diese bei der Süddeutschen Zeitung - mit nur einem Artikel - mit Abstand am geringsten ausfällt. Die Bild-Zeitung dagegen hat

fast 20 Prozent ihrer Artikel auf der ersten Seite veröffentlicht. Aber auch die Frankfurter Allgemeine Zeitung hat mit fast 16 Prozent eine hohe Anzahl an Berichten auf der ersten Seite. Gründe dafür können in den redaktionellen Definitionen der Inhalte der Titelseiten liegen, die sich je nach Zeitung unterscheiden.

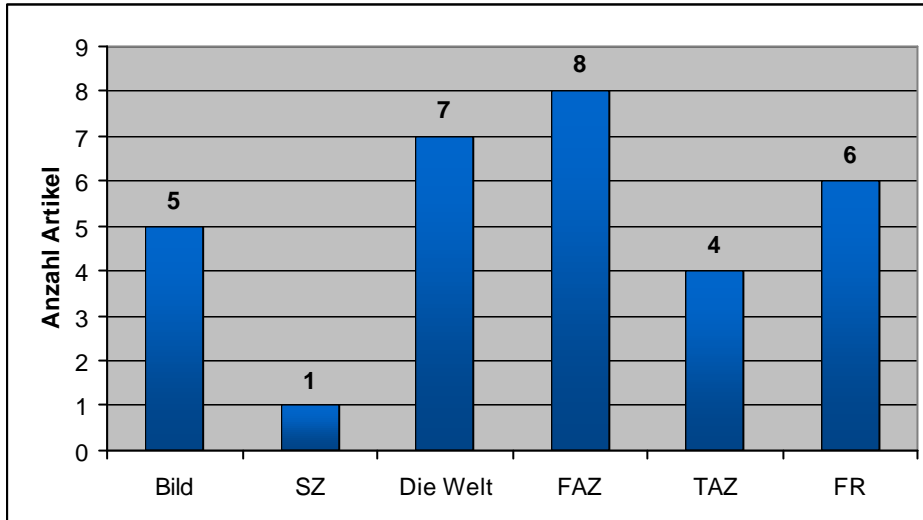


Abbildung 4: Berichterstattung auf der Titelseite nach Zeitungen

#### 4.2 Qualitative Auswertung

Die Auswertung der einzelnen Artikel erfolgte nach dem in Kapitel 3.4 dargestellten Kategoriensystem. In einem ersten Schritt wurden, wie oben beschrieben, durch Kategorisierung der Artikel die Themen ermittelt, die in der Berichterstattung zur Hitzewelle vorherrschten.

Die Daten der Abbildungen, sowie weitere Informationen befinden sich nach Kapiteln gegliedert im Anhang.

##### *4.2.1 Schwerpunktthemen der Berichterstattung*

Wie sich aus Abbildung 5 ablesen lässt, unterscheiden sich die Schwerpunktthemen von Juni/Juli bis August größtenteils sehr. Die Situation der Landwirtschaft, der Flüsse, sowie die Wasserversorgung wurden im Juni/ Juli stark debattiert. Diese Themen wurden im August weniger bedeutsam. Dafür stieg die Medienaufmerksamkeit für Waldbrände, Atom- und Energieproblematik sowie Gesundheit und Hitzetote an.

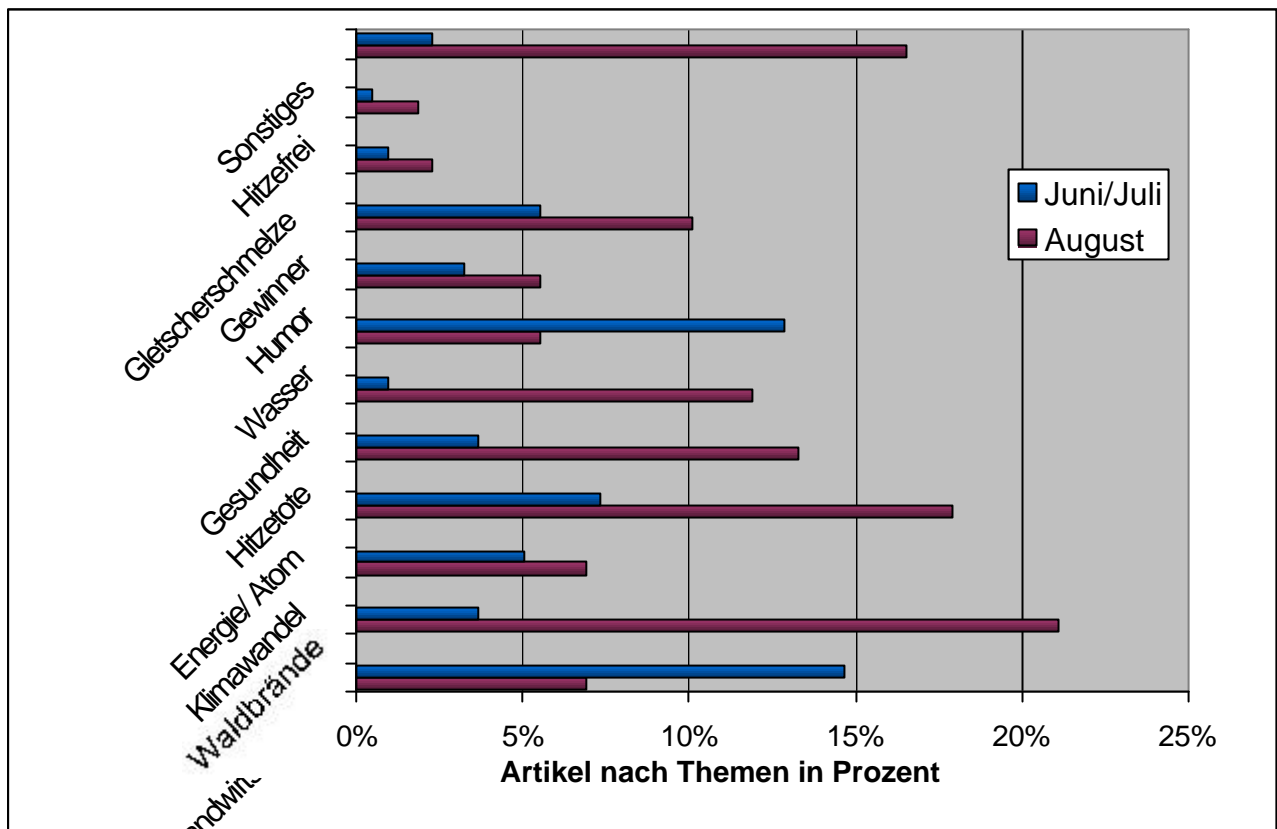


Abbildung 5: Themen der Berichterstattung von Juni/Juli bis August

Insgesamt ist ein breites Themenspektrum zu erkennen. Die Problematik von **Waldbränden** wurde in über 20 Prozent aller Artikel angesprochen und ist damit das Thema, über welches am häufigsten berichtet wurde. Insbesondere im August war die Aufmerksamkeit der Medien hierfür sehr hoch. In den Regionalteilen wurde die Situation in Brandenburg dargestellt, wohingegen in den überregionalen Teilen vorwiegend über die verheerenden Brände in Portugal und Spanien informiert wurde: z.B. in der Süddeutschen Zeitung unter dem Titel „Sommerwinde fachen die Feuerwalze an“.<sup>37</sup>

Über die allgemeine **Energiesituation**, insbesondere die Beeinträchtigungen der Atomkraftwerke durch die Hitze, sowie über die Auswirkungen auf die **Landwirtschaft**, wurde mit 25 bzw. 22 Prozent aller Artikel ebenfalls sehr häufig informiert. Die Berichterstattung erfolgte in teilweise dramatischer Art und Weise - zum Beispiel wurden die Ernteeinbußen durch die Dürreperiode in Der Bild unter dem Titel „Not-Ernte! Bauern kämpfen bis zur völligen Erschöpfung um ihre Felder“<sup>38</sup> dargestellt. Vorwiegend wurde debattiert, ob den Landwirten Entschädigungszahlungen von der EU bzw. dem Bund zustehen.

<sup>37</sup> Süddeutsche Zeitung, 4. August 2003, S. 10.

<sup>38</sup> Die Bild, 23. Juli 2003, S. 3.

**Gesundheitliche Probleme** aufgrund der Hitze wurden, je länger die Hitzeperiode andauerte, immer mehr zum zentralen Thema. Nachdem die Temperaturen in Deutschland wieder gesunken waren, berichtete die Presse nur noch über die Zahl der **Hitzetoten** in Frankreich. Dagegen waren kaum Nachrichten über die Hitzetoten in Deutschland zu finden, obwohl auch hier aufgrund der Hitze ca. 1000 Tote zu beklagen waren.

Neben diesen negativen Auswirkungen stellten die Medien aber auch **Gewinner** der Hitzeperiode, wie z.B. Eisverkäufer oder den deutschen Tourismussektor, heraus. Nicht immer wurde das Thema nur von seiner ernsten Seite beschrieben. 19 Prozent der Artikel Der Bild waren in **humorvollem** Stil geschrieben. Zum Beispiel wurden Angela Merkel und Boris Becker im Artikel „Werden wir alle Afrikaner?“ auf Seite 1 durch Bildbearbeitung als Afrikaner dargestellt. Am 5. August wurden spaßhaft gemeinte Tipps gegeben, wie die Deutschen trotz der Hitze „schön cool“ bleiben könnten. Aber auch in den anderen Tageszeitungen war der ein oder andere scherzhafte Artikel mit der Anspielung auf einen südländischen Lebensstil zu finden.

Nicht nur zeitlich sind Unterschiede in den Schwerpunktthemen festzustellen. Auch die einzelnen Zeitungen unterscheiden sich. Die **Tageszeitungen**, mit Ausnahme Der Bild, deckten das gesamte Themenspektrum in ähnlicher Weise ab. Bei der FAZ fällt auf, dass sie in 20 Prozent ihrer Artikel – im Vergleich dazu die Süddeutsche nur in 8 Prozent – über die Landwirtschaft berichtete. Die Frankfurter Rundschau beschäftigte sich am häufigsten, nämlich in 17 Prozent ihrer Beiträge, mit dem Thema Gesundheit.

Die Bild dagegen hatte erwartungsgemäß ein anderes Spektrum. 31 Prozent ihrer Artikel handelten von Themen, die unter Sonstiges einzuordnen sind, wie z.B. die Auswirkungen der Hitze auf Fußball (8. August), auf Hunde, Schüler oder Mücken (12. August). Mit 19 Prozent lagen humorvolle Artikel in der Aufmerksamkeit deutlich über den 12 Prozent für die Landwirtschaft. Über Waldbrände berichtete Bild nur in 4 Prozent aller Artikel. (Vgl. Abbildung 6).

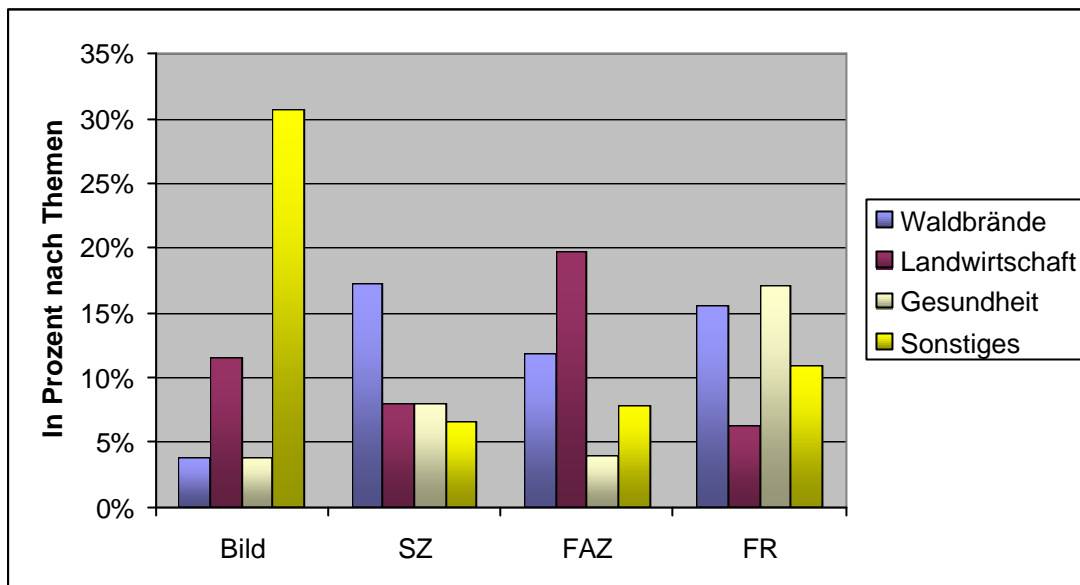


Abbildung 6: Themenschwerpunkte nach Zeitungen in Prozent

Auch die **Wochenzeitungen / -zeitschriften** unterschieden sich deutlich voneinander. Während die Problematik der Waldbrände im Spiegel häufig dargestellt wurde, war dies sowohl in der Zeit als auch im Focus kaum der Fall. Der Focus konzentrierte sich statt dessen auf Informationen zur Energieversorgung und den Gewinnern der Hitzeperiode. Die Zeit stellte 50 Prozent ihrer Artikel unter das Thema Klimawandel. Debattiert wurden z.B. die Treibhausgasemissionsberechtigungen<sup>39</sup> oder auch die Situation der Potsdamer Klimatologen.<sup>40</sup>

<sup>39</sup> Die Zeit: „Was kostet die Luft?“, 10. Juli 2003, S. 17f.

<sup>40</sup> Die Zeit: „Die Turmwächter von Potsdam“, 23. Juli 2003, S. 26f

#### 4.2.2 Klimawandel in der Berichterstattung

Das Thema **Klimawandel** wurde in ca. 80 Prozent aller Artikel überhaupt nicht angesprochen.

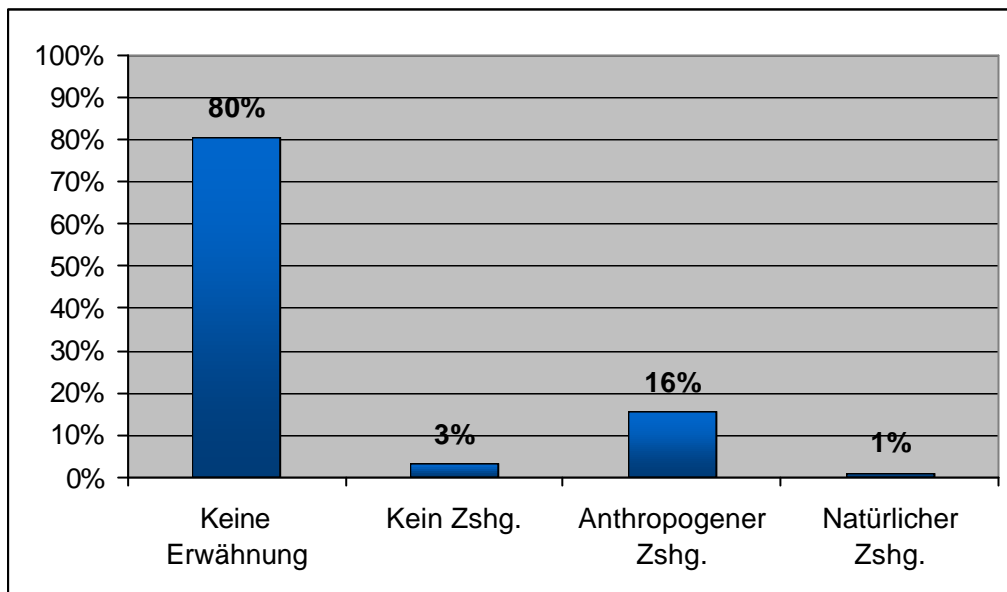


Abbildung 7: Klimawandel in der Berichterstattung

In rund 20 Prozent der Artikel wurde Klimawandel jedoch angesprochen. In diesen 20 Prozent wiederum kommen die Journalisten in 79 Prozent zu dem Ergebnis, dass die Hitzewelle durch anthropogenen Klimawandel verursacht ist. Allerdings wurde dies im Großteil der Artikel zunächst als kontrovers dargestellt. Ohne Grund: In der Wissenschaft hingegen herrscht über die Ursachen der Klimaveränderung keine Uneinigkeit mehr. In einer Studie zum Umweltbewusstsein in Deutschland wurde dann auch ermittelt, dass "die zum Teil widersprüchlichen Einschätzungen und Prognosen, die in den Medien über die weitere Veränderung des Klimas zu vernehmen sind", nur einen geringen Teil der Befragten verunsichern. „Mehr als drei Viertel der Bevölkerung sind „voll und ganz überzeugt“ oder „ziemlich überzeugt“ davon, dass das häufig prognostizierte Szenario einer Erwärmung der Erdatmosphäre mit der Folge einer Erhöhung des Meeresspiegels und einer Verschiebung von Klimazonen eintreten wird“.<sup>41</sup>

Nur 6 von allen ausgewerteten Artikeln sehen explizit keinerlei Zusammenhang zwischen der Hitzewelle und einer Klimaänderung. Davon finden sich 3 Artikel in Der Welt.

<sup>41</sup> Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (2002). S. 48.

Lediglich Die Bild sieht eine natürliche Ursache für den Klimawandel: Die Verschiebung des Äquators aufgrund starker Monsunregen.<sup>42</sup>

Die TAZ zieht im Vergleich zu den anderen Zeitungen am häufigsten - in 29 Prozent ihrer Artikel zur Hitzewelle - einen Zusammenhang zwischen Hitzewelle und anthropogenem Klimawandel. Die übrigen Tageszeitungen erwähnen Klimawandel in rund 80 Prozent ihrer Artikel nicht. Die Welt und Die Bild ziehen, mit 8,7 Prozent, am seltensten die Verbindung zu anthropogenem Klimawandel. Die Wochenzeitungen – insbesondere der Focus – gehen auf die Klimaänderung in prozentual mehr Artikeln ein als die Tageszeitungen. Eventuell ist ein solch komplexes Thema für ein Wochenmagazin leichter darzustellen als für eine Tageszeitung.

Im Folgenden werden nun die Artikel, in denen Klimawandel erwähnt wird, nach den vorgegebenen Kategorien weiter untersucht.

#### 4.2.3 Darstellung von Klimawandel

Wir haben soeben festgestellt, dass Klimawandel in knapp 20 Prozent der Artikel erwähnt wurde. Nun werden wir diese Artikel hinsichtlich ihrer Darstellungsweise bezüglich der Klimaveränderung untersuchen. Hierfür werden die Artikel in eine der Kategorien eingeordnet. Diese sind wie folgt charakterisiert:

<b><u>UNBEDEUTENDES PROBLEM</u></b>	<b><u>BEDEUTENDES PROBLEM</u></b>
Verharmlosende bis betont gleichgültige Schilderung	Sachliche bis sachlich-emotionale Schilderung
	Behandelte Themen: <ul style="list-style-type: none"><li>- Darstellung der Fakten einer Klimaveränderung</li><li>- Anpassung an Klimawandel</li><li>- Lösungsvorschläge zum Klimawandel</li><li>- Forderungen von Maßnahmen</li></ul>

<sup>42</sup> Die Bild: „Äquator dramatisch verschoben“, 8. August 2003, S. 1



<p><b><u>KEINE WERTUNG</u></b></p> <p>Keine Einstellung zum Thema zu erkennen</p>	<p><b><u>KATASTROPHE</u></b></p> <p>Dramatisierende Schilderung, bildliche Sprache, Metaphern</p> <p>Verwendete Begriffe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- „Wüstenklima“</li> <li>- „Schreckensszenario“</li> <li>- „kämpfen bis / um“</li> <li>- „Horrorzahl“</li> <li>- „Katastrophe“</li> <li>- „Gluthitze“</li> </ul>
---	---

Schema 3: Unterscheidung der verschiedenen Darstellungsarten

Bei der Auswertung der Artikel zeigte sich, dass der Klimawandel von den Medien in über 63 Prozent der Artikel als **bedeutendes Problem** angesehen wird (siehe Abbildung 5). Ein Kriterium zur Einordnung in diese Kategorie ist beispielsweise die Forderung nach Anpassung an den bevorstehenden Klimawandel. Diese Notwendigkeit sieht u.a. die Süddeutsche Zeitung:

"Die Hitze 2003 liefert ebenso wie die Flut 2002 eine konkrete Vorstellung davon, welche Wetterlagen die kommenden Generationen verstärkt als Normalität erleben werden [...] müssen sich die Menschen unweigerlich überlegen, wie sie sich an veränderte Klimabedingungen anpassen".<sup>43</sup>

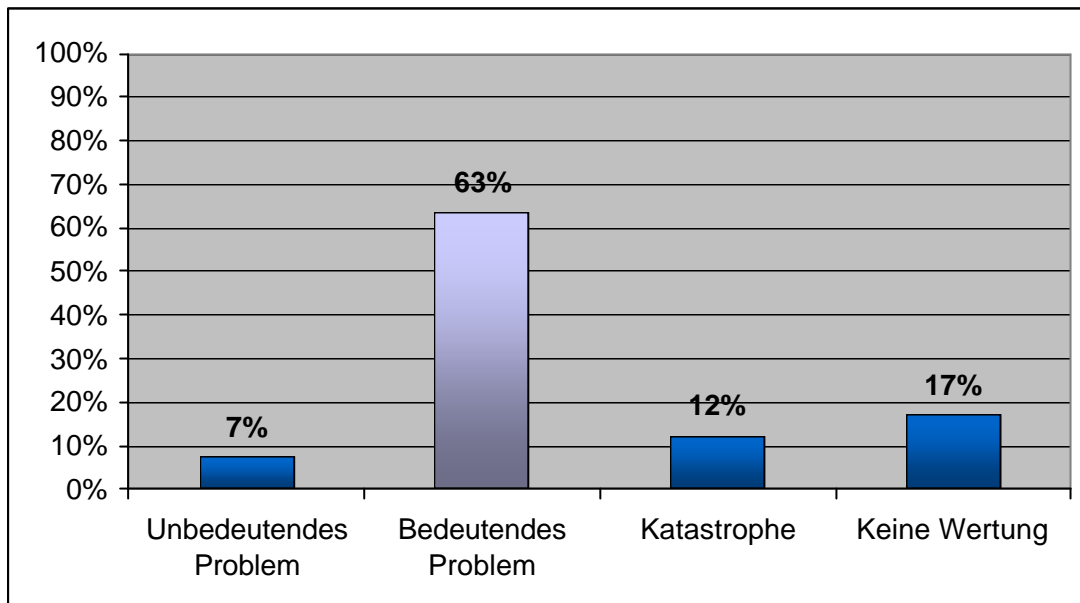
In einigen dieser Artikel ist allerdings auch eine Tendenz zur Darstellung als Katastrophe zu erkennen. Als Beispiel soll ein Artikel aus der TAZ dienen. Schon dessen Titel „Der Zug ist abgefahren“ macht deutlich, dass die Berichterstattung zur Katastrophendarstellung neigt. Im Artikel selbst wird dieser Eindruck durch die Aussage "Das Klima reagiere nur sehr träge“, so dass für die nächsten Jahrzehnte "buchstäblich der Zug bereits abgefahren" sei, bestätigt.<sup>44</sup>

In mehr als der Hälfte aller Artikel, die Klimawandel erwähnen, wird die Wichtigkeit des Themas durch Zitate von Wissenschaftlern unterstützt, wie auf der Titelseite der TAZ:

<sup>43</sup> Die Süddeutsche Zeitung, 6. August 2003, S. 4.

<sup>44</sup> Die Tageszeitung, 15. August 2003, S. 14.

"...warnte Prof. Mojib Latif davor, dass in Deutschland in einem halben Jahrhundert Klimaverhältnisse wie im US-Bundesstaat Oklahoma herrschen werden".<sup>45</sup>



**Abbildung 8: Darstellung von Klimawandel**

In die Kategorie „**Katastrophe**“ wurde dieser Artikel des Focus eingeordnet. Die Aussagen

"Gluthitze [...] Das britische Hadley-Forschungszentrum prognostizierte soeben sogar die Horrornzahl von 8 Grad Temperaturanstieg.[...] In Ländern wie Italien herrscht dann ein Wüstenklima..."<sup>46</sup>

weisen nicht mehr nur auf ein „bedeutendes Problem“ hin. Die Verwendung der Metaphern „Gluthitze“, „Horror“ und „Wüstenklima“ sollen zusätzlich die Dramatik des Ereignisses herausstellen und den Klimawandel als Katastrophe herausstellen<sup>47</sup>.

Im Gegensatz dazu stellt Der Spiegel Klimawandel in einem Interview als **unbedeutendes Problem** dar. Herr Prof. von Storch gibt hier Antworten wie "Wir werden das schon wuppen", oder "So schlimm wird es schon nicht werden".<sup>48</sup> Die Bild geht hier noch deutlich weiter, sie stellt den Klimawandel einseitig verharmlosend dar, indem sie italienische Experten zitiert, deren Meinung nach die Klimaveränderung positive Auswirkungen haben wird:

„Menschen werden schlanker sein, haben doppelt so häufig Sex und Rotweine der Spitzenklasse kommen aus Schleswig Holstein“.<sup>49</sup>

<sup>45</sup> Die Tageszeitung, 11. August 2003, S. 1.

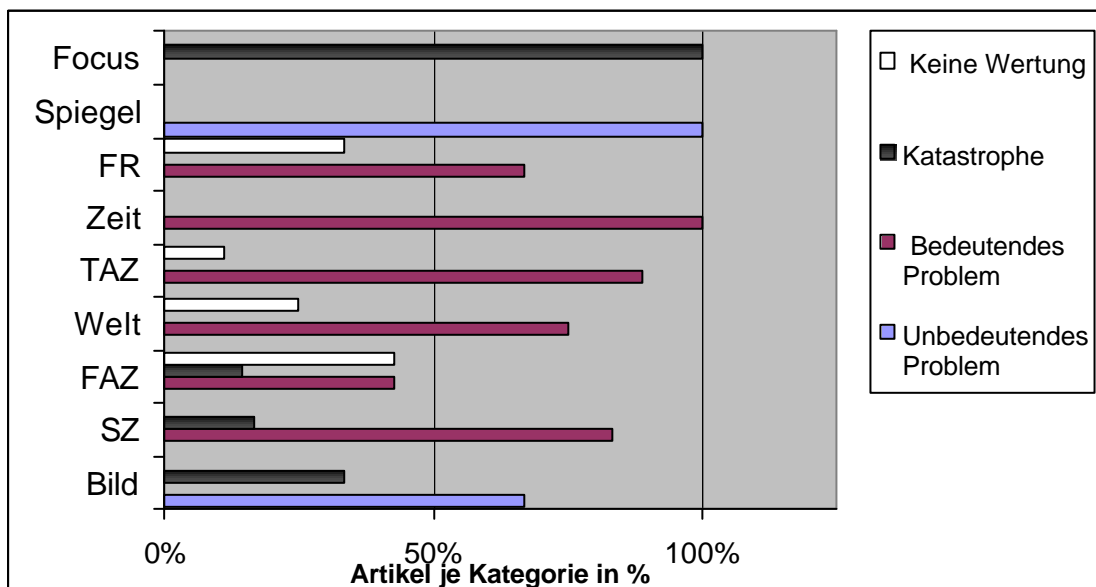
<sup>46</sup> Der Focus, 18. August 2003, S. 73f.

<sup>47</sup> Zur Bedeutung von Metaphern siehe Kapitel 2.3.3.

<sup>48</sup> Der Spiegel, 18. August 2003, S. 129f.

<sup>49</sup> Die Bild, 8. August 2003, S. 1.

Betrachtet man die einzelnen **Zeitungen und Zeitschriften** im Vergleich, so fällt auf, dass Die Bild in nur drei Artikeln zum Thema Hitzewelle den Klimawandel erwähnt (s.o.) und diesen in zwei davon als unbedeutendes Problem darstellt. Der dritte Artikel dagegen ist in die Kategorie **Katastrophe** einzuordnen, da er die Problematik der Landwirtschaft mit so dramatischen Worten wie "Zu wenig Futter! Muss jetzt das Vieh geschlachtet werden?" und "Bauern - sie kämpfen bis zur völligen Erschöpfung"<sup>50</sup> aufzeigt und damit auf eine katastrophale Zukunft hinweist. Die übrigen Tageszeitungen gehen, wie bereits erwähnt, den gemäßigten Weg. Sie stellen die Klimaänderung realistisch als bedeutendes Problem dar. Welt, TAZ und Frankfurter Rundschau beschreiben eine Klimaänderung in keinem ihrer Artikel als Katastrophe. Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung bewerten eine Klimaänderung in 17 bzw. 14 Prozent der Artikel als Katastrophe. Dabei bewertet Letztere in 43 Prozent der Artikel den Klimawandel gar nicht und weist nur kurz auf diesen hin. Der Spiegel sieht nur in einem Artikel einen Zusammenhang zur Klimaveränderung und stellt diese als eher unbedeutendes Problem dar (s.o.). Im Gegensatz dazu neigt der Focus in seinen beiden Artikeln, die Klimawandel erwähnen, zur Darstellung als Katastrophe (siehe Abbildung 9



**Abbildung 9: Wertung des Klimawandels durch die Zeitungen / Zeitschriften**

<sup>50</sup> Die Bild, 23.Juli 2003, S. 3.

#### 4.2.4 Lösungsstrategien und Handlungsaufforderungen

Als Lösungsstrategien verstehen wir sämtliche Vorgehensweisen, mit Klimawandel umzugehen bzw. diesen abzumildern. Mögliche Strategien werden aufbauend auf das System von Prof. Dr. Joseph Huber hier in Schema 4 zusammengefasst dargestellt.<sup>51</sup>

1. <b>Anpassung</b>	Anpassung an veränderte Bedingungen
2. <b>Konsistenz:</b>	Wandel des Energiesystems hin zu erneuerbaren Energien
3. <b>Effizienz:</b>	Optimierung des Energieverbrauchs
4. <b>Suffizienz:</b>	Verhaltensänderung
5. Atomoption	
6. Weiteres	

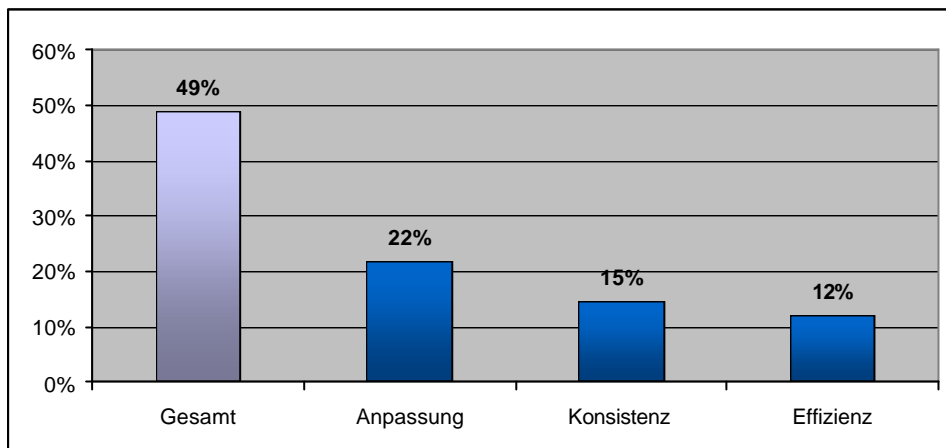
Schema 4: Lösungsstrategien zum Klimawandel

Anpassung („Adaptation“) stellt die Möglichkeiten des Menschen dar, sich auf Klimawandel einzustellen und damit die negativen Folgen des Klimawandels abzuschwächen, z.B. über vermehrten Deichbau an Küstengebieten. Eine weitere Möglichkeit bietet der Wandel unseres derzeitigen Energiesystems, das vorwiegend auf fossilen Energieträgern aufbaut, hin zu erneuerbaren Energien. Dadurch könnte der Klimawandel verringert werden, da weniger Treibhausgase in die Atmosphäre gelangen. Diese Lösungsstrategie wird als „Konsistenz“ bezeichnet. „Effizienz“ beinhaltet eine Verringerung des Energieverbrauchs durch Optimierung der Geräte und Maschinen. „Suffizienz“ hingegen fordert eine Veränderung des Verhaltens und der Lebensweise der Bevölkerung, wie z.B. geringeres Autofahren.

In knapp 50 Prozent der untersuchten Artikel, die auf Klimawandel hinweisen, wird eine der Lösungsstrategien genannt. Diese teilen sich wiederum auf in 22 Prozent „Anpassung“, 15 Prozent „Konsistenz“ und 12 Prozent „Effizienz“ (siehe Abbildung 10). Verhaltensänderung und der Ausbau von Atomkraft kommen in keinem der Artikel vor. Die Zeit erwähnt als einzige die Variante Emissionszertifikate.

---

<sup>51</sup> Huber, Josef, *Industrielle Ökologie. Konsistenz, Effizienz und Suffizienz in zyklusanalytischer Betrachtung*, Berlin: 2000, S. 109-126.



**Abbildung 10: Anteile von Lösungsstrategien an Artikeln, die Klimawandel erwähnen**

Allerdings beschränkt sich die Darstellung der Lösungsstrategien zumeist auf ein bis zwei Sätze pro Artikel. Es stellt sich die Frage, ob dies ausreichend ist, die Öffentlichkeit für dieses Thema zu sensibilisieren. Informationen aus der Presse können nur dann einen Einfluss auf die öffentliche Meinung haben, wenn sie empfangen, verstanden, für glaubwürdig empfunden und für bedeutsam gehalten werden.<sup>52</sup> (Vgl. auch oben Punkt 2.2). Außerdem können, Untersuchungen zufolge, durchschnittlich nur ein Viertel bis ein Drittel der Grundinformationen eines Zeitungsartikels von den Lesern in Erinnerung behalten werden.<sup>53</sup> Ob diese wenig auffällige und untergeordnete Information zu den Lösungsmöglichkeiten daher überhaupt wahrgenommen wird, ist fraglich. Einem Leser mit Vorkenntnissen und Interessen in diesem Gebiet, werden die kurzen Anmerkungen zu Lösungsstrategien sicherlich auffallen. Aber Personen ohne näheren Bezug zum Thema werden größtenteils schlicht darüber hinweglesen.

Vergleicht man wiederum die **Tageszeitungen** untereinander, so fällt auf, dass die Süddeutsche Zeitung in ihren Artikeln, die den Klimawandel erwähnen, mit 83 Prozent am häufigsten eine Lösungsstrategie aufzeigt (Abbildung 11). Diese ist im Fall der Süddeutschen Zeitung zumeist die der Anpassung. Die Bild dagegen bietet keinerlei Lösungsmöglichkeiten an.

<sup>52</sup> Gooch (1996). S. 124.

<sup>53</sup> Bell (1994). S. 37f.

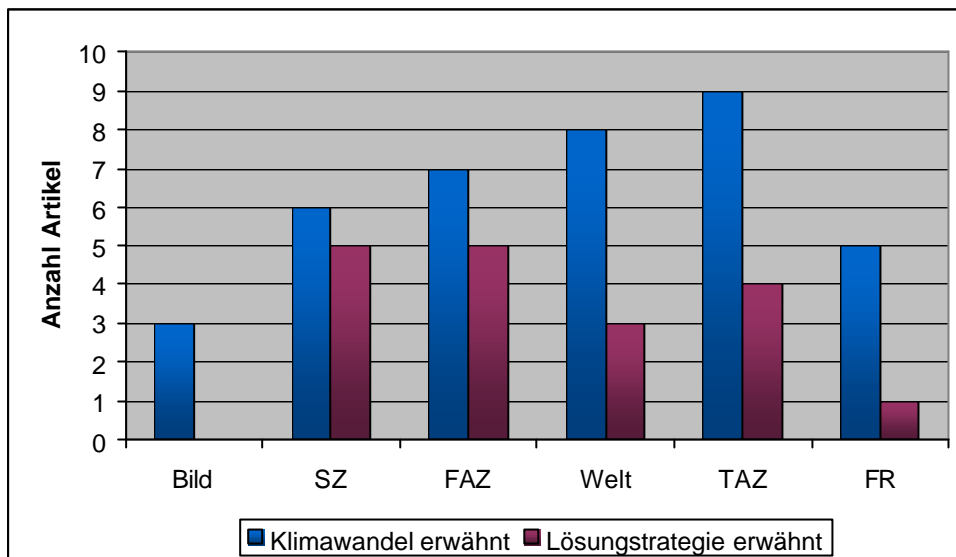


Abbildung 11: Korrelation von Klimawandel und Lösungsstrategien bei Tageszeitungen

Unter den **Wochenzeitungen** geht die Zeit in beiden Artikeln, die den Klimawandel debattieren, auf Strategien ein. Auch der Spiegel nennt in seinem Artikel die Notwendigkeit der Anpassung. Der Focus dagegen zeigt in beiden Artikeln keine Lösungsmöglichkeiten auf.

Des weiteren stellt sich die Frage, ob bzw. wen die Artikel zum **Handeln** auffordern. Hierbei werden die folgenden handlungsfähigen Sektoren unterschieden:

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Politik</li> <li>2. Wirtschaft</li> <li>3. Einzelner Bürger</li> </ol> |
|--|

Schema 5: Handlungsfähige Sektoren

In 58 Prozent aller Artikel, die Klimawandel erwähnen, wird einem der drei aufgelisteten Parteien eine Handlungsnotwendigkeit zugesprochen. Allerdings muss wiederum angemerkt werden, dass sich auch dies zumeist auf ein bis zwei Sätze pro Artikel beschränkt, was wiederum zu den oben dargestellten Problemen führen kann.

In knapp 37 Prozent der Fälle wird die Politik als handelndes Instrument angesprochen, aber auch Wirtschaft (15 Prozent) und der einzelne Bürger (7 Prozent) werden genannt.

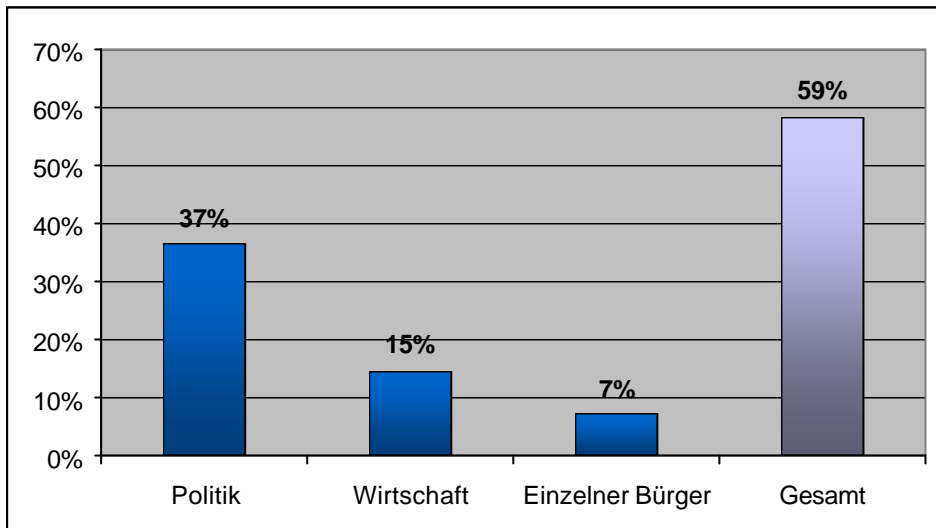


Abbildung 12: Anteil von Lösungsstrategien an Artikeln, die Klimawandel erwähnen

Zieht man einen **Vergleich der Zeitungen und Zeitschriften** untereinander, so sieht man, dass die Süddeutsche Zeitung durchschnittlich in einem Artikel mehrere Handlungsaufforderungen aufzeigt. Die Bild und der Focus sprechen keinen der Sektoren an. Auch die TAZ tut dies nur in 44 Prozent ihrer Artikel (siehe Abbildung 13).

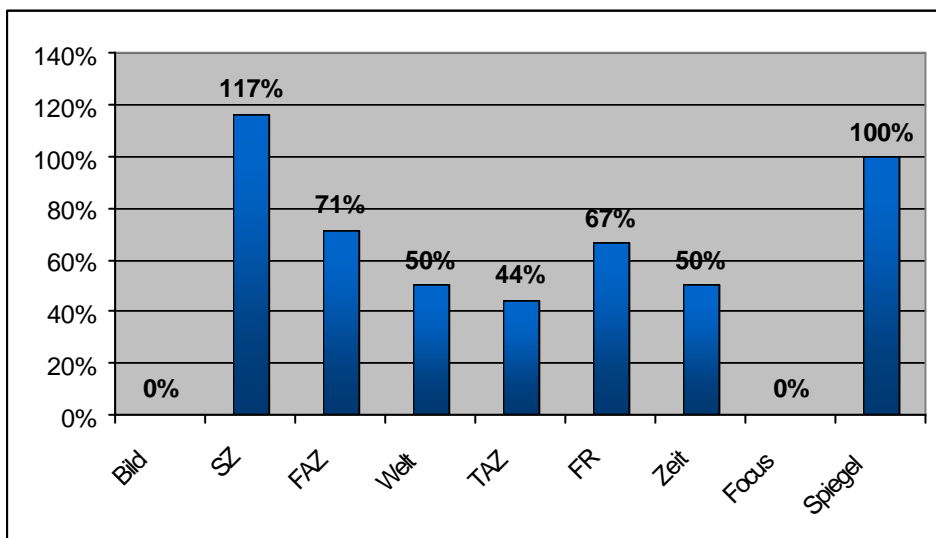


Abbildung 13: Verhältnis von Lösungsstrategien zur Anzahl der Artikel mit Bezug zu Klimawandel nach Zeitungen / Zeitschriften

#### 4.2.5 Darstellungsstil

Klimawandel wurde in den Printmedien, wie in Kapitel 2.3 erörtert, oftmals dramatisierend dargestellt. Ob dies auch im Diskurs um die Hitzewelle 2003 der Fall

war, soll in diesem Kapitel untersucht werden. Hierfür werden die Artikel, die Klimawandel ansprechen, in die nachfolgend charakterisierten Kategorien eingeordnet:

<p style="text-align: center;"><b><u>SACHLICH</u></b></p> <p>Verwendete Begriffe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- „durchschnittlich“</li> <li>- „Studie“</li> <li>- „feststellen“</li> <li>- „Prozent“</li> <li>- „erheblich“</li> <li>- „langfristig“</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>SACHLICH-EMOTIONAL</u></b></p> <p>Verwendete Begriff:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- „dramatisch“</li> <li>- „extrem“</li> <li>- „kaum noch...dafür umso mehr“</li> <li>- „vielleicht“</li> </ul> <p>Verwendete Stilmittel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Allegorien</li> <li>- Vergleiche</li> <li>- Rhetorische Fragen</li> <li>- Salopp-ironisch</li> <li>- Bildhafte Sprache</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b><u>HUMORVOLL/IRONISCH</u></b></p> <p>Ins Lächerliche gezogene Vergleiche + Bilder</p> <p style="text-align: center;"><b><u>VERHARMLOSEND</u></b></p> <p>Bagatellisierend, herunterspielend, als unbedeutend hinstellend</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>DRAMATISIEREND</u></b></p> <p>unsachliche Schilderung, etwas lebhafter, aufregender darstellen, als es in Wirklichkeit ist</p> <p>Verwendete Begriffe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- „je...zählt“</li> <li>- „Wüstenklima“</li> <li>- „Horrorzahl“</li> <li>- „Horror“</li> <li>- „Terror“</li> <li>- „Katastrophe“</li> </ul> <p>Verwendetes Stilmittel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Metaphern</li> </ul>

Schema 6: Unterscheidung der verschiedenen Darstellungsstile

44 Prozent der Artikel wurden in leicht bis stark **emotionaler** Art und Weise verfasst. Dies bedeutet, dass die Berichterstattung sich an die Tatsachen hält, diese aber



ausdrucksstark und unter Verwendung emotionaler Begriffe darstellt. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung z.B. berichtet mit "...als seien die Gletscher riesige Schwämme, die von der extremen Hitze ausgequetscht werden." und "Einer braun-grauen Wüste ähnelt die Nordwand des Eiger." von der Gletscherschmelze.<sup>54</sup> Als nicht gerade sachlich kann auch eine Aussage auf der Titelseite der Welt bezeichnet werden:

„Jetzt ist vielmehr die große Stunde Jürgen Trittins, der uns fröhlich ein "selber schuld" entgegen schleudern kann. So sehen sie halt aus, die Folgen der globalen Klimaerwärmung“.<sup>55</sup>

Dieselbe Anzahl an Artikel ist **sachlich** gehalten, es wird realistisch geschrieben und Emotionen werden (fast) völlig aus der Berichterstattung herausgehalten. Als Beispiel soll ein Zitat aus der Frankfurter Allgemeinen Zeitung dienen:

"Bis Mitte des Jahrhunderts, bis 2055, wird die durchschnittliche Temperatur um 1,4 Grad Celsius steigen und die durchschnittliche Niederschlagsmenge sich um acht Prozent verringern".<sup>56</sup>

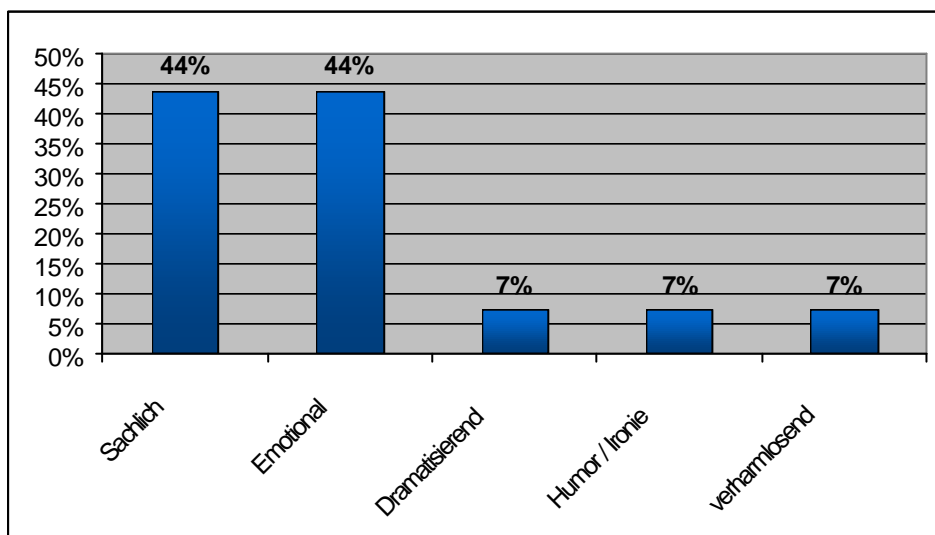


Abbildung 14: Darstellungsstil der Artikel mit Bezug zu Klimawandel

In die Kategorie „**dramatisierend**“ wurde zum Beispiel ein Artikel des Focus eingeordnet, da hier Metaphern wie "Wüstenklima", "Horrorzahl", und "Katastrophe" verwendet wurden.<sup>57</sup> Insgesamt wurden nur 7 Prozent, d.h. 3 Artikel in dramatisierender Art und Weise verfasst. Ebenso viele wurden humorvoll bzw. ironisch geschrieben. Das Zitat

<sup>54</sup> Die Frankfurter Allgemeine Zeitung, 19. August 2003, S. 9.

<sup>55</sup> Die Welt, 22. Juli 2003, S. 1

<sup>56</sup> Die Frankfurter Allgemeine Zeitung, 14. Juli 2003, S. 7.

<sup>57</sup> Der Focus, 18. August 2003, S. 73f.

"So als könnten sie die Versteppung nicht mehr erwarten, liegen die Menschen da in ihrem rosigen Leib - Fleisch an Sonne, Fleisch an Sonne, bitte kommen"<sup>58</sup>

stammt aus einem Artikel der Süddeutschen Zeitung, der insgesamt schon mehr als „sarkastisch“ denn „**ironisch**“ bezeichnet werden muss. Wiederum 3 Artikel können als „**verharmlosend**“ bezeichnet werden. Die Bild schreibt

"Knackig braune Körper statt blasser Haut", "Ich kann mir vorstellen, dass wir im Sommer künftig mittags lange Siesta machen . Und dafür abends länger arbeiten".<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Die Süddeutsche Zeitung, 24.Juli 2003, S. 11f.

<sup>59</sup> Die Bild, 12. August 2003, S. 9.

## 5. Zusammenfassung und Fazit

Der Sommer 2003: Hohe Temperaturen kombiniert mit außergewöhnlich wenig Niederschlag, fast im gesamten Europa. Klimatologisch gesehen eine Besonderheit. Ob dieses Wetterereignis bereits durch eine Klimaänderung verursacht wurde, kann nicht zweifelsfrei nachgewiesen werden. Allerdings passt dieser trockene und heiße Sommer eindeutig in die Simulationen zur Klimaveränderung der meisten anerkannten Wissenschaftler.

Aber wie haben die Printmedien die „Hitzewelle“ bewertet, wie sind sie damit umgegangen? – Wurde das extreme Wetterphänomen dieses Sommers dazu genutzt, um auf den Klimawandel einzugehen und wenn ja, wie wurde dieser dargestellt - als unlösbare Katastrophe oder als eine zu bewältigende Aufgabe? – War die Berichterstattung sachlich oder emotional und bestehen Unterschiede in der Darstellungsweise zwischen den einzelnen Zeitungen und Zeitschriften?

Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit diesen Fragen, da die Printmedien für einen großen Teil der Bevölkerung eine wichtige Informationsquelle darstellen. Für die Klimafolgenforschung ist eine breite öffentliche Debatte zum Klimawandel unabdingbar. Denn „die wissenschaftlichen Vorhersagen zu den Auswirkungen von Klimaveränderungen hängen davon ab, wie die Bevölkerung auf diesen Wandel reagiert. Die negativen Auswirkungen auf eine ignorante Gesellschaft sind weitaus höher als für eine Gesellschaft, die sich auf Veränderungen einstellt“.<sup>60</sup>

Mittels einer Medienanalyse ausgewählter überregionaler Zeitungen und Zeitschriften wurden folgende Ergebnisse ermittelt:

Das Themenspektrum innerhalb der Berichterstattung zu dem extremen Wettervorkommen war insgesamt breit gefächert. Am häufigsten - in 25 Prozent aller Artikel - wurde über die Problematik von Waldbränden berichtet. Über die Energiesituation, insbesondere die Beeinträchtigungen der Atomkraftwerke durch die Hitze, sowie über die Auswirkungen auf die Landwirtschaft, wurde fast genauso oft informiert.

In rund 20 Prozent aller Artikel wurde das Thema Klimawandel überhaupt angesprochen. Hiervon wiederum kommen ca. 80 Prozent zu dem Ergebnis, dass die Hitzewelle durch anthropogenen Klimawandel verursacht wurde. Allerdings wurde

---

<sup>60</sup> Zitat Dr. Manfred Stock, Wissenschaftler am Potsdam Institut für Klimafolgenforschung.

dies im Großteil der Berichte zunächst diskutiert, um eine ausgeglichene Berichterstattung zu gewährleisten, andererseits aber auch da erst Widerstreit und Kontroverse „eine Story zu einer guten Story machen“. Dies ist auch ein Grund dafür, dass in den Medien öfter extreme Randmeinungen aus teilweise fragwürdigen Quellen zitiert werden.<sup>61</sup> Wie z.B. Die Bild einen italienischen Experten zitiert, der uns im Zuge des Klimawandels besseren Wein und mehr Babys verspricht.<sup>62</sup>

Die Untersuchung der Printmedien zeigte, dass der Klimawandel in über 60 Prozent der Artikel als bedeutendes Problem angesehen wird. Dagegen nur in 12 Prozent als Katastrophe und nur in 7 Prozent der Artikel als ein unbedeutendes Problem dargestellt wird.

Noch bis zum Anfang der 90er Jahre wurde Klimawandel hauptsächlich in sehr dramatischer Art und Weise dargestellt. Dies hat sich gewandelt. Heute werden die meisten Artikel sachlich oder leicht bis stark emotional verfasst, dagegen selten dramatisierend. Dies liegt unter anderem daran, dass sich die Schreckensszenarien nicht in der vorhergesagten Zeit bewahrheitet haben. Wissenschaftler geben heute deutlich vorsichtigere Prognosen ab, was wiederum dazu führt, dass der Nachrichtenwert dieser Aussagen für die Journalisten sinkt. Diese geben daher Klimaskeptikern mit ihren weitaus radikaleren Thesen mehr Raum in den Medien. Eine Klimaänderung wird so mehr und mehr als unbedeutendes Problem dargestellt.

Etwa die Hälfte aller Artikel, die auf einen Klimawandel hinweisen, zeigen Lösungsstrategien auf und sprechen gezielt Handlungsaufforderungen an Institutionen aus. Allerdings werden Lösungsstrategien und die Notwendigkeit zum Handeln in der Vielzahl der Artikel nur am Rande erwähnt, was beim Leser nur selten einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen wird. Auf die Frage, warum darüber in den Medien nicht ausführlicher berichtet wird, erklärte ein freier Journalist, dass dies keinen Nachrichtenwert habe. Hierfür müsse schon ein geeigneter Auslöser bzw. Aufhänger vorhanden sein.

Vergleicht man die Zeitungen untereinander, so fällt zunächst auf, dass die Tageszeitungen – mit Ausnahme Der Bild - das gesamte Themenspektrum in ähnlicher Weise abdecken. Die TAZ sieht in ihren Artikeln im Vergleich zu den anderen Zeitungen am häufigsten einen Zusammenhang zwischen Hitzwelle und anthropogenem Klimawandel. Die Welt und Die Bild stellen am seltensten die Verbindung zu anthropogenem Klimawandel her. Entsprechend ihrem Stil stellte Die

---

<sup>61</sup> Kirby (2001), S. 2.

<sup>62</sup> Die Bild, 8. August 2003, S. 1.

Bild Klimawandel entweder als unbedeutendes Problem oder aber als Katastrophe dar. Insgesamt aber war die Berichterstattung relativ ausgewogen. Von Katastrophismus auf breiter Ebene, wie er in früheren Jahren so häufig in der Presse zu finden war, kann nicht mehr die Rede sein. Der größte Teil der Artikel beschreibt Tatsachen und stellt Klimawandel als das dar, was er ist - ein bedeutendes Problem. Auf Strategien der Anpassung, Möglichkeiten des Umstiegs auf erneuerbare Energien oder Erhöhung der Energieeffizienz wird oftmals hingewiesen. Dies geschieht jedoch in eher beiläufiger Art und Weise, so dass der durchschnittliche Leser diese nur selten bewusst wahrnimmt. Spannend bleibt, in welche Richtung sich die Zeitungen in ihrer Thematik entwickeln werden. Wird sich zukünftig die Haltung durchsetzen, den Klimawandel als unbedeutendes Problem zu verharmlosen, wie es etwa in Der Bild geschehen ist? Oder wird sich der Realismus durchsetzen, der Strategien zur Lösung des Problems aufzeigt?

## 6. Literaturliste

Bell, Allan, *Climate of opinion*, in: *Discourse & Society*, Vol. 5 (1), 1994.

Böckelmann, Frank, *Wem gehören die Zeitungen?*, Konstanz: 2000.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit,  
*Umweltbewusstsein in Deutschland 2002*, Berlin: 2002.

Clark, W.C., Jaeger, J., Eijndhoven, J.V. & Dickson, N., *Learning to Manage Global Environmental Risks: A Comparative History of Social Responses to Climate Change, Ozone Depletion and Acid Rain*, in: The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Einsiedel, Edna, *From disaster reporting to in-depth coverage*, in: *Media Development*, Vol. 37 (2), 1990.

Gooch, Geoffrey, *Environmental Concern and the Swedish Press*, in: *European Journal of Communication*, Vol. 11 (1), 1996.

Hansen, Anders, *Socio-political values underlying media coverage of the environment*, in: *Media Development*, Vol. 37 (2), 1990.

Huber, Josef, *Industrielle Ökologie. Konsistenz, Effizienz und Suffizienz in zyklusanalytischer Betrachtung*, Berlin: 2000.

Jäger, Walter, *Medien und Umwelt*, Tübingen: 2000.

Kirby, Alex, *The media and climate change*, Alliances for the Sustainability Transition, Vortrag auf dem European Climate Forum, Potsdam, 3./ 4. Oktober 2001.

Lowe, Philip & Morrison, David, *Bad news or good news: environmental politics and the mass media*, in: *The Sociological Review*, Vol. 32 (1), 1984.

McQuail, Denis, *Mass Communication Theory*, 3. Aufl., London: 1994.

Petry, Hedwig, *Das „Umweltbild“ im Medium Tageszeitung. Empirische Untersuchung zum Umfeld des Themenbereichs Umwelterziehung*, Kiel: 1988.

Staatskanzlei des Landes Sachsen-Anhalt (Hg.), *Die Macht der Medien*, München; Landsberg am Lech: 1996.

Weingart, Peter; Engels, Anita; Pansegrau, Petra, *Von der Hypothese zur Katastrophe. Der anthropogene Klimawandel im Diskurs zwischen Wissenschaft, Politik und Massenmedien*, Opladen: 2002.

## 7. Anhang

### Anhang 1 : Themenspektrum der Berichterstattung

Thema	Anzahl	Prozent		
		Gesamt	Juni/Juli	August
Waldbrände	43	25	4	21
Landwirtschaft	41	22	15	7
Energie / Atom	41	25	7	18
Sonstiges	34	19	2	17
Flusspegel / Wasserversorgung	33	18	13	6
Gewinner	31	16	6	10
Hitzetote	31	17	4	13
Klimawandel	23	12	5	7
Humorvolle Artikel	18	9	3	6
Gesundheit	17	13	1	12
Gletscherschmelze	7	3	1	2
Hitzefrei	4	2	0	2

Tabelle 1: Themen in der Berichterstattung

Themen	Prozent der Artikel							
	Bild	SZ	FAZ	Welt	TAZ	1. Zeit	Focus	Spiegel
Waldbrände	4%	17%	12%	14%	15%	0%	7%	25%
Landwirtschaft	12%	8%	20%	13%	12%	17%	14%	0%
Energie / Atom	0%	15%	13%	13%	12%	0%	21%	0%
Sonstiges	32%	7%	8%	13%	12%	0%	0%	0%
Flusspegel	8%	8%	12%	12%	7%	17%	7%	25%
Gewinner	8%	9%	9%	11%	5%	17%	29%	0%
Hitzetote	4%	15%	8%	8%	10%	0%	0%	25%
Klimawandel	4%	7%	5%	4%	12%	50%	14%	25%
Humor	20%	4%	4%	4%	7%	0%	0%	0%
Gesundheit	4%	8%	4%	5%	5%	0%	7%	0%
Gletscher	4%	0%	4%	3%	2%	0%	0%	0%
Hitzefrei	4%	3%	1%	0%	0%	0%	0%	0%

Tabelle 2: Themenspektren nach Zeitungen / Zeitschriften



## Anhang 2: Klimawandel in der Berichterstattung

	Anzahl Artikel	Prozent
Keine Erwähnung	175	82,2
Kein Zusammenhang	7	3,21
Anthropogener Zusammenhang	34	15,6
Natürlicher Zusammenhang	2	1,0

Tabelle 3: Zusammenhang zwischen Hitzewelle und Klimawandel in der Berichterstattung

Anzahl der Artikel								
	Bild	SZ	FAZ	Welt	TAZ	Zeit	Focus	Spiegel
Keine Erwähnung	23	34	38	49	22	3	2	3
Kein Zusammenhang	0	0	1	3	0	1	0	1
Anthropogener Zusammenhang	2	6	6	5	9	1	2	0
Natürlicher Zusammenhang	1	0	0	0	0	0	0	0

Tabelle 4: Zusammenhang zwischen Hitzewelle und Klimawandel in der Berichterstattung nach Zeitungen Zeitschriften / Artikelanzahl

Prozent der Artikel								
	Bild	SZ	FAZ	Welt	TAZ	Zeit	Focus	Spiegel
Keine Erwähnung	86,9%	85,0%	84,4%	86,0%	71,0%	60,0%	50,0%	75,0%
Kein Zusammenhang	0,0%	0,0%	2,2%	5,3%	0,0%	20,0%	0,0%	25,0%
Anthropogener Zusammenhang	8,7%	15,0%	13,3%	8,7%	<b>29,0%</b>	20,0%	<b>50,0%</b>	0,0%
Natürlicher Zusammenhang	4,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Tabelle 5: Klimawandel in der Berichterstattung nach Zeitungen Zeitschriften / Prozentzahlen

### Anhang 3: Darstellung von Klimawandel

	Anzahl Artikel	Prozent
Unbedeutendes Problem	3	7,3%
<b>Bedeutendes Problem</b>	<b>24</b>	<b>63,4%</b>
Katastrophe	5	12,2%
Keine Wertung	6	17,0%
<b>Gesamt: Erwähnung Klimawandel</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

Tabelle 6: Darstellung von Klimawandel

	Anzahl der Artikel							
	Bild	SZ	FAZ	Welt	TAZ	Zeit	Focus	Spiegel
Unbedeutendes Problem	2	0	0	0	0	0	0	1
Bedeutendes Problem	0	5	3	6	8	2	0	0
Katastrophe	1	1	1	0	0	0	2	0
Keine Wertung	0	0	3	2	1	0	0	0

Tabelle 7: Darstellungsweise nach Zeitungen / Zeitschriften

## Anhang 4: Lösungsstrategien

<b>Lösungsstrategien</b>	<b>48,8%</b>
Anpassung	22,0%
Konsistenz	14,6%
Effizienz	12,2%

Tabelle 8: Prozentanteile der Artikel mit Bezug zu Klimawandel

	Bild	SZ	FAZ	Welt	TAZ	Zeit	Focus	Spiegel	FR
Klimawandel erwähnt	3	6	7	8	9	2	2	1	5
Lösungsstrategie	0	5	5	3	4	2	0	1	1
Prozentanteil	0,0%	83,3%	71,4%	37,5%	44,4%	100,0%	0,0%	100,0%	20,0 %

Tabelle 9: Anteile von Lösungsstrategien in Artikeln mit Bezug zu Klimawandel

Anzahl der Artikel									
Strategie	Bild	SZ	FAZ	Welt	TAZ	Zeit	Focus	Spiegel	insgesamt
Anpassung	0	4	1	1	1	1	0	1	9
Konsistenz	0	0	2	2	2	0	0	0	6
Effizienz	0	1	2	0	1	0	0	0	4
Suffizienz	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Atomoption	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Weiteres <sup>63</sup>	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Summe:	0	5	5	3	4	2	0	1	20

Tabelle 10: Lösungsstrategien nach Zeitungen/Zeitschriften

<sup>63</sup> Hier: Emissionszertifikate.

## Anhang 5: Handlungsaufforderungen

	Anzahl Erwähnung	Anteil an Artikeln mit Bezug zu Klimawandel
Politik	14	36,6%
Wirtschaft	5	14,6%
Bürger	3	7,3%
Gesamt	22	58,5%

Tabelle 11: Handlungsaufforderungen

	Bild	SZ	FAZ	Welt	TAZ	Zeit	Focus	Spiegel	FR
Politik	0	4	3	2	3	1	0	1	1
Wirtschaft	0	2	1	2	0	0	0	0	1
Einzelner Bürger	0	1	1	0	1	0	0	0	0
<b>Gesamtanzahl</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Klimawandel erwähnt	3	6	7	8	9	2	2	1	3
<b>Prozentanteil<sup>64</sup></b>	0,0%	<b>116,7%</b>	71,4%	50,0%	<b>44,4%</b>	50,0%	0,0%	100,0%	66,7%

Tabelle 12: Anzahl genannter Handlungsaufforderungen nach Zeitungen / Zeitschriften

<sup>64</sup> Prozentanteil genannter Handlungsaufforderungen an Artikeln der jeweiligen Zeitungen, Zeitschriften, die den Klimawandel erwähnen.

## Anhang 6: Darstellungsstil von Klimawandel

Darstellungsstil	Anzahl	Prozentanteil <sup>65</sup>
Emotional	16	43,9%
Sachlich	15	43,9%
Dramatisierend	3	7,3%
Humor / Ironie	3	7,3%
Verharmlosend	3	7,3%

Tabelle 13: Verteilung der Darstellungsstile

Darstellungsstil <sup>66</sup>	Bild	SZ	FAZ	Welt	TAZ	Zeit	Focus	Spiegel	FR
Sachlich	1	2	3	4	3	2	0	1	2
Emotional	0	4	4	3	6	0	1	0	0
Dramatisierend	2	0	0	0	0	0	1	0	0
Humor / Ironie	0	1	1	1	0	0	0	0	0
Verharmlosend	2	0	0	0	0	0	0	1	0
Gesamt	5	7	8	8	9	2	2	2	2

Tabelle 14: Darstellungsstile der einzelnen Zeitungen und Zeitschriften

<sup>65</sup> Prozentanteil an allen Artikeln, die Klimawandel erwähnen.

<sup>66</sup> Zum Teil Mehrfachnennungen.