

Klimawandel und Biodiversität: Was zeigt das Fernsehen - Was wollen die Zuschauer*innen?

Klimakommunikation im Fernsehen: Eine neue Studie gibt Einblicke zur Repräsentation der Themen Klimawandel und Biodiversität im deutschen TV-Programm und zur Rezeption beim Publikum. Die Untersuchung wurde von der [MaLisa Stiftung](#) gemeinsam mit [ARD](#), [ZDF](#), [ProSiebenSat.1](#) und [RTL Deutschland](#) auf den Weg gebracht. Sie zeigt, dass Fernsehen mit Abstand das wichtigste Medium ist, wenn es darum geht, sich über den Klimawandel zu informieren. Und sie offenbart ein großes Themeninteresse der Zuschauer*innen.

Wie wir als Gesellschaft über Klimawandel und Artensterben sprechen, ist stark geprägt von der medialen Berichterstattung - allen voran von der Berichterstattung im Fernsehen. Wie aber nehmen die Zuschauer*innen in Deutschland die Programmangebote wahr? Wie hoch ist der Wissensbedarf? Was wünscht sich das Publikum?

Die von der MaLisa Stiftung und den vier großen Sendern initiierte Studie „Klimawandel und Biodiversität: Was zeigt das Fernsehen - Was wollen die Zuschauer*innen?“ widmet sich diesen Fragen. Konzipiert und geleitet wurde die Studie von [Prof. Dr. Irene Neverla](#), FU Berlin, und [Prof. Dr. Imke Hoppe](#), LMU München, in Kooperation mit dem Fraunhofer-Institut für Digitale Medientechnologie [IDMT](#).

Zu den Ergebnissen:

Das Publikum wünscht sich mehr Präsenz von Klimawandel und Biodiversität im Hauptprogramm und klar definierte Sendeplätze. Über die Hälfte der Befragten sagt, dass Extremwetter-Ereignisse ihre Wahrnehmung vom Klimawandel verändert haben. In den analysierten TV-Programmen ist die Sichtbarkeit von Frauen im Vergleich zur Sichtbarkeit von Männern deutlich geringer: In dem untersuchten Zeitraum war der Anteil von weiblichen Gesichtern 35%, gegenüber 65% männlicher Gesichter. Die TV-Präsenz im Themenfeld Klimawandel zeigt ein sehr ähnliches Verhältnis (34% Frauen gegenüber 66% Männer). Für die Programmanalyse wurden die Programme von 20 deutschen Fernsehsendern im Zeitraum 1.9.-31.10.2022 (19h/Tag) untersucht.

Die Analyse stellt weiter heraus, dass Biodiversität im TV von den Zuschauer*innen als kaum präsent wahrgenommen wird. Den Themenbereich Klimawandel empfinden die Nutzer*innen als sehr viel präsenter. Tatsächlich liegt der relative Anteil von Klimawandel nur bei 1,8 % der Sendeminuten insgesamt, der Anteil von Biodiversität sogar nur bei 0,2%.

„Es war meiner Tochter und mir enorm wichtig, diese Studie zu initiieren und zu begleiten“, so Maria Furtwängler, Mitgründerin der MaLisa Stiftung. „Sie verdeutlicht,

dass der Verlust von Biodiversität im TV eine Randexistenz führt. Dabei geht es hier um unsere Lebensgrundlagen wie fruchtbare Böden, sauberes Wasser und Atemluft und damit um alle Lebensbereiche von Wirtschaft, Gesundheit bis hin zu Unterhaltung. Es liegen große Chancen darin, gute Geschichten über Klima- und Artenschutz und neue formale Ansätze und Übersetzungen zu finden.“

Elisabeth Furtwängler: „Ist die Klimakrise ein „Thema“ neben vielen anderen - oder nicht eher eine Realität, die uns alle umgibt und bedroht? Und welche nächsten Schritte in der Klimakommunikation sind denkbar, um uns bestmöglich zu informieren und zum Handeln zu inspirieren? Ich bin zuversichtlich, dass wir mit unserer Studie einen Beitrag zur Antwort auf diese Fragen leisten.“

Ergebnispräsentation mit Partnerinstitutionen und Expert*innen

Die Ergebnisse der Studie „Was zeigt das Fernsehen - Was wollen die Zuschauer*innen?“ wurden am Vortag der Medientage in München präsentiert und besprochen. Ein Fokus in der Diskussion lag dabei auch auf den bisher weitgehend unausgeschöpften Potentialen, die in fiktionalen Formaten, dem Kinder- und Jugendfernsehen sowie in Quiz und Show-Formaten liegen.

Diskutiert haben der ARD-Vorsitzende Kai Gniffke, Dr. Florian Kumb, Leiter der ZDF-Hauptabteilung Programmplanung, Henrik Pabst, Geschäftsführer der Seven.One Entertainment Group und Mirijam Trunk, Chief Crossmedia Officer und Chief Sustainability & Diversity Officer bei RTL sowie Redaktionsleiter*innen aus diversen Programmbereichen der jeweiligen Häuser.

Expert*innen und Gäste aus der Film- und Fernsehbranche gaben im zweiten Teil Impulse für ihre jeweiligen Formate und Tätigkeitsbereiche, darunter Eckart von Hirschhausen, Samira El Ouassil, Annette Hess, Lars Jessen, Marie Nasemann und Florian David Fitz.

Die Moderation übernahmen Yasmine M'Barek (DIE ZEIT) und Maik Meuser (RTL).

Auf der [Webseite](#) zur Studie „**Klimawandel und Biodiversität**: Was zeigt das Fernsehen - Was wollen die Zuschauer*innen?“ sind Grafiken zur Studie sowie die [zentralen Ergebnisse der Studie](#) abrufbar.

Ansprechpartnerinnen

Johanna Langhof, Michaela Simon

Tel.: 030 322 98 23 32

presse@malisastiftung.org

MaLisa Stiftung
c/o Deutsches Stiftungszentrum
Pariser Platz 6
10117 Berlin
www.malisastiftung.org



Pressemitteilung [abonnieren](#)
Pressemitteilung [nicht mehr erhalten](#)