

# Regionale Wahrnehmungen des globalen Klimawandels

Jens Tenscher



Dr. Jens Tenscher ist Senior Scientist am Zentrum Sozialwissenschaften der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Seine Arbeitsschwerpunkte sind politische Kommunikationskultur und Wahlkampfforschung.

## 1. Einleitung

In den heutigen „Risikogesellschaften“ ist die Thematisierung von Gefahren und Bedrohungen in den Massenmedien ein ebenso alltägliches Phänomen wie der zwischenmenschliche Austausch über die unbeabsichtigten Nebenfolgen von Modernisierung, Industrialisierung, Technisierung und Globalisierung (vgl. Beck 2007). Ungeachtet der faktisch vorhandenen Gefahren handelt es sich bei globalen Risiken immer auch um gesellschaftliche, massenmediale wie interpersonal hergestellte *Wirklichkeitskonstrukte*. Diese spielen im individuellen Umgang mit Risiken eine umso größere Rolle, je mehr sich die jeweilige Gefahr der unmittelbaren sinnlichen Erfahrung des Einzelnen entzieht. Dies trifft auf den globalen Klimawandel, dessen massenmediale Konstruktion und Wahrnehmung in besonderem Maße zu (vgl. Weber 2008); ist doch „das Klima“ wie „das Ozonloch“ – im Unterschied zum direkt erfahrbaren Wetter – zunächst ein wissenschaftliches Konstrukt, das auf theoretischen Modellberechnungen und statistischen Analysen beruht, die sich auf Zeitspannen und geographische Räume erstrecken, die außerhalb der individuellen Erfahrungswelt liegen und die entsprechend via Massenmedien erfahrbar gemacht werden müssen (vgl. Taddicken/Neverla 2011: 505).

Wie nicht erst die vergangene Klimaschutzkonferenz in Durban unterstrich, variieren das wahrgenommene Ausmaß des globalen Klimawandels und die Dringlichkeit, mit der diesem begegnet wird, sowohl inter- als auch intrakulturell. Während interkulturelle Unterschiede – neben ökonomischen, politischen und medialen Ursachen – vor allem auf die sinnliche Erfahrbarkeit, Vertrautheit und Betroffenheit gegenüber den (potenziellen) Folgen des anthropogenen Klimawandels zurückzuführen sind, hängen intrakulturelle Unterschiede in besonderem Maße von in einer Gesellschaft unterschiedlich verteilten Möglichkeiten, Risiken intuitiv („richtig“) zu beurteilen, ab. Dabei kann es Unterschiede sowohl im Zugang zu relevanten Informationen, die zur Bewusstseinsbildung nötig sind, als auch im individuellen Umgang mit eben diesen Informationen geben. Daraus folgt, dass das Konstrukt „Klimawandel“ auf zwei Ebenen dekonstruiert werden kann: zum einen auf der Ebene des öffentlichen, zumal massenmedialen Diskurses, zum anderen auf der Ebene der kollektiven wie individuellen Wahrnehmungen, Einstellungen und Verhaltensweisen.

Beiden Ebenen ist in den vergangenen Jahren in wachsendem Maße wissenschaftliche Aufmerksamkeit zuteil geworden. Allerdings ist dies i.d.R. entweder

mit Blick auf die Medienberichterstattung bzw. den öffentlichen Diskurs oder auf die individuellen Orientierungen geschehen. Selten sind dagegen *integrative* Zugänge zu massenmedialen Konstruktionen und individuellen Perzeptionen gegenüber dem globalen Klimawandel und seinen Folgen (vgl. Weber 2008). Um diese integrative Sichtweise bemüht sich der vorliegende Beitrag. Dieser überprüft, inwiefern die Nutzung von Medieninformationen über den globalen Klimawandel die Einstellungen und Verhaltensweisen gegenüber diesem beeinflusst. Dazu wird exemplarisch auf eine bestimmte Region in Deutschland geblickt: die Südpfalz. Diese zeichnet sich – im Unterschied zu einer Küstenregion – durch eine für Deutschland vergleichsweise „durchschnittliche“ Betroffenheit gegenüber dem Klimawandel aus.

Mit dem Blick auf das Regionale wird dem Umstand Rechnung getragen, dass Globalisierung und die mit ihr einhergehende Potenzierung globaler Risiken auch den Prozess der *Glokalisierung* beschleunigt. Um die Auswirkungs- und Erscheinungsebene der weltumspannenden Globalisierung und ihrer Dysfunktionen zu beleuchten, bedarf es also eines dezidierten Blicks auf die alltägliche „Nahwelt“, auf das Lokale und Regionale. Dieser scheint in den sonst üblichen für Deutschland oder die Länder der Europäischen Union (EU) repräsentativen Bevölkerungsumfragen mitunter etwas verstellt zu sein (vgl. u.a. Borgstedt et al. 2010; European Commission 2011).

## 2. Klimawandel als alltägliche Bedrohung

In den Ländern der EU wird der Klimawandel zurzeit als die zweitgrößte globale Herausforderung eingestuft (nach Armut, Hunger und Trinkwasserknappheit): Jeder Zweite EU-Bürger<sup>1</sup> gibt an, der Klimawandel sei eines der vordringlichsten Probleme, für jeden Fünften geht sogar die größte Gefahr für die Menschheit derzeit vom Klimawandel aus. In Deutschland sagte dies im Jahr 2011 jeder Vierte (vgl. European Commission 2011: 5ff.). Dabei zeigten Frauen generell ein höheres Risikoempfinden bezüglich der Folgen des Klimawandels als Männer. Überdies kann sich hierzulande der Umweltschutz, und damit auch die Bekämpfung der Folgen des Klimawandels, seit Jahren als eines der politischen Topthemen (neben der Arbeitsmarkt- sowie der Wirtschafts- und Finanzpolitik) behaupten (vgl. Wippermann et al. 2008: 13; Borgstedt et al. 2010: 16).

Das Bewusstsein gegenüber dem globalen Klimawandel umfasst als Einstellungskonstrukt kognitive, affektive und konative Komponenten (vgl. auch Arlt et al. 2010). Es geht hierbei um a) das *Wissen* über Ursachen und Folgen des globalen Klimawandels, b) dessen *emotionale* und moralische Bewertung, c) das Vertrauen bzw. Misstrauen gegenüber den verantwortlichen Akteuren sowie d) die Bereitschaft zum klimabewussten *Handeln*.

Insgesamt verweisen die in den vergangenen Jahren regelmäßig durchgeführten repräsentativen Bevölkerungsumfragen auf ein außerordentlich hohes Problembewusstsein der Deutschen gegenüber den Risiken des Klimawandels (vgl. u.a. Wippermann et al. 2008: 25). Dieses Problembewusstsein ist allerdings stark mit Unwissenheit und Unsicherheit verknüpft. Hier scheint es größere Informationsdefizite zu geben, obgleich die Deutschen der Klimaberichterstattung der Massenmedien in hohem Maße vertrauen (vgl. Borgstedt et al. 2010: 32). Dies ist deswegen von zentraler Bedeutung, weil angenommen werden kann, dass von der Nutzung und Bewertung der Medien ein Effekt auf das klimabezogene Problembewusstsein

– in all seinen Facetten – ausgeht (vgl. Arlt et al. 2010; Taddicken/Neverla 2011). Dieser Effekt dürfte umso stärker ausfallen, je präsenter das Thema auf der Medienagenda ist, also dann, wenn die Menschen auch ohne die gezielte Suche nach Informationen über den Klimawandel entsprechenden Medienberichten kaum ausweichen können. Dies war in den Jahren 2007, als die deutsche EU-Ratspräsidentschaft die Klimapolitik akzentuierte, und 2008 – vor dem Eintreten der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise – in besonderem Maße der Fall.

Vor diesem Hintergrund wurde im Februar 2008 eine repräsentative Umfrage in der Südpfalz durchgeführt, einer Region im Südwesten Deutschlands, die im Norden an die Vorderpfalz, im Osten an den Rhein, im Süden an das französische Unterelsass und im Westen an die Westpfalz grenzt. Die Südpfalz umfasst die Landkreise Germersheim und Südliche Weinstraße sowie die Stadt Landau. In ihr leben rund 227.000 Personen.

Auf der Grundlage der offiziellen Bevölkerungsstatistik wurde zunächst eine nach den Merkmalen „Wohnort“, „Alter“ und „Geschlecht“ proportionale geschichtete Stichprobe von 753 Personen gezogen. Diese wurden dann persönlich (face-to-face) befragt. Der Fragebogen umfasste 20 Fragen. Dessen Beantwortung dauerte im Durchschnitt sieben Minuten.

### 3. Empirische Befunde

#### 3.1 Klimabewusste Orientierungen und Verhaltensweisen

Wie erwähnt, umfasst das Konstrukt „Klimabewusstsein“ mehrere Komponenten. Diese sind in Tabelle 1 dargestellt. Dabei fällt mit Blick auf die kognitive Dimension zunächst das überdurchschnittliche *Interesse* der Befragten gegenüber dem Klimawandel auf (MW 0,63). Dieses liegt auch über dem Interesse an der Politik im Allgemeinen (MW 0,59) und gegenüber wirtschaftlichen Themen und Problemen (MW 0,57). Das mag sicherlich auch der Befragung selbst geschuldet sein, die jene in stärkerem Maße zur Teilnahme motivierte, die sich von vorneherein in hohem Maße mit dem Klimawandel beschäftigten. Dessen ungeachtet sind die geschlechts- und altersbedingten Unterschiede sinnfällig: Die Frauen bekundeten demnach ein höheres Interesse am globalen Klimawandel als die Männer. Das ist bemerkenswert, zeigen diese doch – wie auch aus anderen Repräsentativumfragen bekannt – ein deutlich niedrigeres generelles Interesse an politischen und ökonomischen Vorgängen als die Männer (ohne Abbildung). Das Interesse gegenüber dem Klimawandel und dessen Folgen steigt überdies linear mit dem Alter – bis zu den Über-60-Jährigen, die in etwa auf dem Niveau der 30- bis 44-Jährigen liegen. Diese Linearität bestätigt sich auch, wenn das klimabezogene Interesse mit dem Bildungsabschluss der Befragten in Beziehung gesetzt wird. So sind es die höher Gebildeten, die sich stärker mit dem Klimawandel und entsprechenden Folgen auseinandersetzen.

Dass Interesse nicht gleichbedeutend mit *Betroffenheit* ist, dass also kognitive und affektive Orientierungen auseinandergehen können, unterstreichen die Antwortverteilungen auf die Frage, in welchem Maße sich die Befragten, unabhängig von der Allgemeinheit, ganz persönlich vom Klimawandel bedroht fühlen. Hier zeigen wiederum die Frauen eine höhere persönliche Betroffenheit als die Männer und auch der Alterszusammenhang ist ähnlich wie beim Interesse: Je älter die Befragten waren, desto stärker fühlten sie sich vom Klimawandel bedroht – bis auf

die Gruppe der über 60-Jährigen. Deren Risikoempfinden liegt nur leicht über dem der jüngsten Befragten. Inwieweit sich in diesen Antworten auch ein gewisser Fatalismus („Das Thema geht mich nichts an.“) manifestiert, sei dahingestellt. Klar ist aber, dass persönliche Betroffenheit keinem direkten Bildungseffekt unterliegt: Die Schüler, mithin jene, die faktisch am längsten von den Folgen des Klimawandels betroffen sein werden, fühlen sich am stärksten bedroht; diejenigen ohne Schulabschluss zeigen dagegen die geringste Betroffenheit. Die anderen „Bildungsgruppen“ weisen nur marginale Unterschiede auf.

Tabelle 1: Klimabewusstsein in der Südpfalz

	Interesse	Persönliche Betroffenheit	Regierungsbewertung	Maßnahmenakzeptanz	Perzipiertes Verhalten
<i>Geschlecht</i>					
Weiblich	0,66	0,62	0,50	0,60	0,57
Männlich	0,61	0,56	0,52	0,56	0,56
<i>Alter (in Jahren)</i>					
18-29 Jahre	0,56	0,54	0,51	0,56	0,49
30-44 Jahre	0,63	0,60	0,51	0,59	0,56
45-59 Jahre	0,68	0,65	0,49	0,59	0,59
60+ Jahre	0,64	0,56	0,53	0,59	0,59
<i>Höchster Bildungsabschluss</i>					
kein Schulabschluss	0,50	0,44	0,51	0,43	0,48
noch Schüler	0,50	0,67	0,33	0,50	0,50
Hauptschulabschluss	0,62	0,56	0,54	0,53	0,56
mittlere Reife	0,62	0,59	0,52	0,54	0,57
Fachhochschulreife	0,65	0,60	0,48	0,59	0,56
Abitur	0,62	0,60	0,51	0,62	0,55
abgeschlossenes Studium	0,70	0,63	0,49	0,67	0,61
Gesamt	0,63	0,59	0,51	0,58	0,56

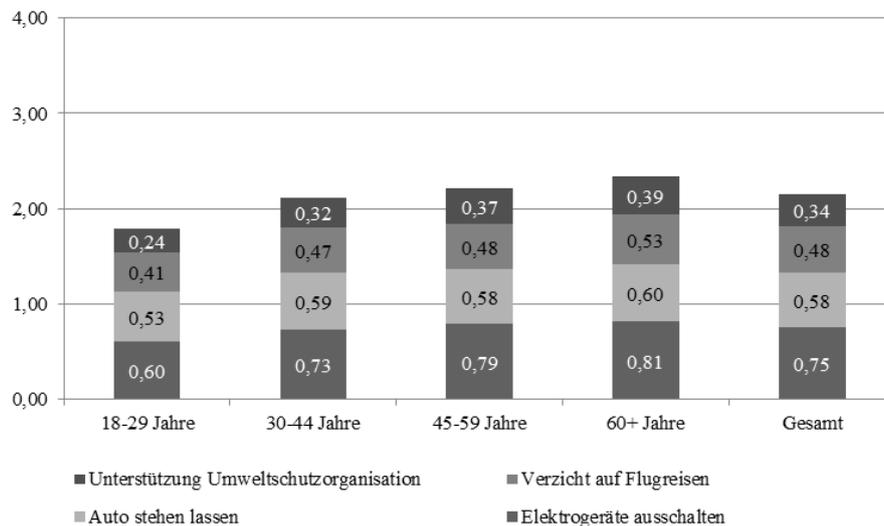
Ursprüngliche Fünf-Punkte-Skalen standardisiert auf 0 („lehne voll ab“/„niedrig“) bis 1 („stimme voll zu“/„hoch“)

Bezüglich der Frage, wie der Einsatz der Bundesregierung im Kampf gegen die Folgen des Klimawandels bewertet wird, verteilen die Südpfälzer insgesamt die Note „befriedigend“ (MW 0,51). Wie oben erwähnt, geschah dies vor dem Hintergrund intensiver Bemühungen Angela Merkels, das Thema „Klimawandel“ EU-weit auf die politische Agenda zu bringen. Was die Einschätzung dieser Bemühungen angeht, herrscht hoher Konsens zwischen Männern und Frauen, im Vergleich der Alters- und auch der Bildungsgruppen – mit einer Ausnahme: die Schüler, also diejenigen, die sich am stärksten betroffen fühlen, geben der Bundesregierung mit Abstand die schlechteste Beurteilung (MW 0,33). Hierin mag sicherlich auch die unter Jugendlichen ausgeprägte Skepsis gegenüber den Institutionen der „großen Politik“ zum Ausdruck kommen. Es zeigt aber auch, wie „verloren“ sich die nachwachsenden Generationen fühlen, wenn es um die Frage geht, wie die Folgen des globalen Klimawandels in den Griff zu bekommen sind.

In Bezug auf die konative Dimension wurden die Umfrageteilnehmer zunächst nach ihrer Bereitschaft gefragt, politische Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels zu akzeptieren, auch wenn diese für sie ganz persönlich Kosten und Einschränkungen mit sich brächten. Diese Bereitschaft fällt insgesamt leicht über-

durchschnittlich aus (MW 0,58). Sie ist bei Frauen etwas höher als bei Männern ausgeprägt und sie steigt mit der formalen Bildung der Befragten. Diejenigen, die sich also am stärksten für den Klimawandel und dessen Folgen interessieren, die sich mutmaßlicher Weise am intensivsten damit beschäftigen (s.u.), sind also auch diejenigen, die am leichtesten davon zu überzeugen sind, dass die Bekämpfung des Klimawandels auch persönliche Einschnitte erfordert. Es sind ebenso diejenigen, die sich jetzt schon – nach eigenem Bekunden – am klimabewusstesten verhalten. Im Gegensatz hierzu ist es wiederum die Gruppe derjenigen, die sich am wenigsten für den Klimawandel interessieren und die sich am wenigsten betroffen fühlen, die sich am wenigsten klimabewusst verhält. Das ist die Gruppe der 18- bis 29-Jährigen.

Abbildung 1: Klimabewusste Aktivitäten



Diese Zurückhaltung in Sachen Klimaschutz der nachrückenden Generationen scheint sich zu bestätigen, wenn danach gefragt wird, welche Maßnahmen zum Schutz von Natur und Umwelt die Befragten selbst ganz bewusst bereits ergriffen hätten (vgl. Abbildung 1). Wiederum sind es die jüngsten Befragten, die in Bezug auf alle möglichen Eigeninitiativen bislang am zurückhaltendsten waren. Dies überrascht doch angesichts der gängigen Annahme, dass klimabewusstes Verhalten unter den Jüngeren schon etwas „ganz Normales“ wäre. Vielleicht mag aber auch die Fragestellung dazu beigetragen haben, die auf „ganz bewusste“ Aktivitäten abzielte, während klimabewusstes Verhalten unter den Jüngeren mutmaßlich bereits in hohem Maße habitualisiert, und eben nicht mehr „ganz bewusst“ erfolgt. Zunächst deuten die in Abbildung 1 dargestellten Werte aber darauf hin, dass mit steigendem Alter auch die bewusste Wahl umwelt- und klimaschützender Aktivitäten zunimmt. Dabei erweist sich das Ausschalten von Elektrogeräten bereits als eine „Standardmaßnahme“, die von allen, aber insbesondere von den Über-60-Jährigen routinemäßig gewählt wird. Deutlich seltener wird das Auto stehen gelassen, wird auf Flugreisen des Klimaschutzes zuliebe verzichtet oder werden Umweltschutzorganisationen, die sich für den Klimaschutz einsetzen, unterstützt.

### 3.2 Klimabewusste Orientierungen und Mediennutzung

Wie oben erwähnt, handelt es sich beim globalen Klimawandel um ein Konstrukt, um etwas sinnlich nicht Erfahrbares, um etwas, was außerhalb der alltäglichen Reich- und Sichtweise liegt. So sind die Bürger auch, wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, i.d.R. auf massenmediale Interpretationen angewiesen. Es ist die mediale Berichterstattung, die scheinbar alltägliche Phänomene wie Stürme, Trockenheit, Hitze oder Hochwasser in den Kontext des globalen Klimawandels stellt (vgl. Weber 2008). Vor diesem Hintergrund liegt die Vermutung nahe, dass das dargestellte Klimabewusstsein in hohem Maße von der Mediennutzung abhängt.

Um diese Annahme zu überprüfen, wurden die Befragten gebeten, anzugeben, wie häufig sie in den vergangenen vier Wochen die Berichterstattung genutzt hatten, um sich allgemein zu informieren. Angesichts der Omnipräsenz des Themas „Klimawandel“ zum damaligen Zeitpunkt<sup>3</sup> war davon auszugehen, dass auch diejenigen Menschen von entsprechenden Medienberichten erreicht worden waren, die sich nicht gezielt aus eigener Motivation auf die Suche nach entsprechenden Informationen begaben (vgl. auch Arlt et al. 2010: 10). Festgehalten wurde also der eher beiläufige Informationskontakt und nicht die aktive, gezielte Informationssuche (vgl. Taddicken/Neverla 2011: 510ff.).

Der Informationskontakt wurde zunächst nach der Art des genutzten Mediums differenziert. Gefragt wurde nach der Regelmäßigkeit der Nutzung von Radionachrichten, des politischen Teils einer Tageszeitung, von öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehnachrichten, von politischen Zeitschriften wie „Focus“ oder „Der Spiegel“ sowie von politischen Informationen aus dem Internet. Die Antworten wurden auf einer 5-er Skala mit den Polen „regelmäßig“ und „nie“ erhoben. In einem weiteren Schritt wurden die sechs genutzten Informationskanäle zu einem Gesamtindex verdichtet.

Der Zusammenhang zwischen der informationsorientierten Mediennutzung und dem Interesse gegenüber dem Klimawandel erweist sich als ebenso sinnfällig wie die Beziehung zwischen der persönlichen Betroffenheit und dem beiläufigen Medienkontakt. Demnach steigt das Klimabewusstsein sowohl in seiner kognitiven als auch in seiner affektiven Dimension mit der Mediennutzung. Informationsvielnutzer sind tendenziell klimabewusster als diejenigen, die politischen Informationen in der Medienberichterstattung ausweichen. Der stärkste Effekt geht hierbei von der Nutzung der öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen aus (ohne Abbildung). Zudem gilt: Je mehr sich die Südpfälzer massenmedialen Informationen zuwenden, desto positiver sind sie gegenüber der Bundesregierung in ihrem Kampf gegen die Folgen des Klimawandels eingestellt – et vice versa. Der Medienkonsum scheint hier also – ungeachtet der „Tonalität“ der Berichterstattung – einen rundum positiven, funktionalen Effekt zu haben; auch wenn die Wirkungsrichtung in einer Querschnittsstudie wie der vorliegenden ungeklärt bleiben muss.

Gleiches gilt auch für die konative Dimension, d.h. das Verhalten bzw. die Verhaltensabsichten. Auch diese stehen in einem positiven Zusammenhang mit der Mediennutzung. So steigt die Bereitschaft, politische Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels zu akzeptieren, auch wenn diese für den Befragten Kosten und Einschränkungen mit sich bringen würden, deutlich mit der Intensität der informationsorientierten Mediennutzung (vgl. auch Arlt et al. 2010: 20ff.). Dieselbe Beziehung zeigt sich in Bezug auf das sich selbst zugeschriebene klimabewusste Verhalten sowie hinsichtlich der konkreten Maßnahmen, die der Einzelne bereits zum Klimaschutz ergriffen hatte. Allerdings sind hier die Wirkungen der genutzten

Medien unterschiedlich: Die Lektüre von Tageszeitungen wirkt positiv auf die Maßnahmenakzeptanz und das Ausmaß an konkreten Aktivitäten; das Einschalten von Nachrichten privater Sender wirkt dagegen negativ (ohne Abbildung).

#### 4. Fazit

Das Thema „Klimawandel“ steht seit Jahren sowohl auf der Medienagenda als auch im Problembewusstsein der Bevölkerung ganz weit oben. Spätestens mit dem Abebben der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise werden die globale Erderwärmung und deren Folgen für das gesamte Ökosystem wieder ein „Dauerbrenner“ sein, mit dem sich Politik, Medien und Gesellschaft gleichermaßen konfrontiert sehen. Dabei werden sich sukzessive die Grundkoordinaten des Zusammenspiels von massenmedialer Klimaberichterstattung und deren Wahrnehmung und individuellen Verarbeitung verschieben, da die Risiken und Auswirkungen des Klimawandels in immer stärkerem Maße sinnlich erfahrbar werden. Zu erwarten sind schließlich ein verstärktes Abschmelzen der Gletscher, steigende Meeresspiegel, veränderte Niederschlagsmuster und zunehmende Wetterextreme. Dass es sich hierbei nicht nur um vorübergehende „Wetterkapriolen“ handelt, wird der mediale wie öffentliche Klimadiskurs verdeutlichen. Dadurch wird sich auch das klimabezogene Problembewusstsein schärfen und inter- wie intrakulturell ausweiten. Zusammenhänge, wie sie sich jetzt zwischen Mediennutzung, Klimabewusstsein und entsprechenden Handlungen abzeichnen, gilt es dann neu zu überprüfen.

Für den Moment kann festgehalten werden, dass die Wahrnehmung des Klimawandels in all ihren Facetten in starkem Maße von soziodemografischen Prädispositionen abzuhängen scheint. Darauf deuten zumindest die hier präsentierten Befunde einer exemplarisch ausgewählten Region im Südwesten Deutschlands hin. Demnach sind es vor allen Dingen die Frauen, die höher Gebildeten und diejenigen, die zwischen 45 und 59 Jahren alt sind, die sich in stärkstem Maße für den Klimawandel interessieren, sich von ihm betroffen fühlen und auch entsprechend handeln. Von der soziostrukturellen Zusammensetzung her entsprechen diese Personen, vereinfacht gesagt, der Gruppe der politischen Handlungsträger, aber auch der Journalisten in Deutschland. Beide Gruppen haben einen entscheidenden Einfluss darauf, wie zukünftig mit dem Thema „Klimawandel“ umgegangen wird.

Dabei kommt der Medienberichterstattung und der Mediennutzung eine zentrale Rolle zu. Hinsichtlich der Einstellungsdimension sind es vor allem die öffentlich-rechtlichen Sender, die einen positiven Effekt haben: Wer Nachrichten bei ARD und ZDF schaut, interessiert sich mehr für den Klimawandel und schätzt die persönlichen Risiken höher ein. Indirekt wirkt sich dies auch positiv auf die Wahl klimaschutzbezogener Maßnahmen aus. Während hier auch die Tageszeitungslektüre stimulierend wirkt, geht von der Nutzung privater Fernsehnachrichten ein negativer Einfluss aus. Inwieweit dies auch mit den jeweiligen *Medieninhalten* bzw. der Aufmachung des Themas „Klimawandel“ im privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehen zusammenhängt, gilt es zu überprüfen. Die Vermutung drängt sich zumindest auf, dass die unterschiedliche journalistische Bearbeitung des Themas unterschiedliche Effekte mit sich bringt. Um dieser Annahme nachzugehen, bedarf es weiterer Studien, die Medieninhaltsanalysen mit Rezeptionsstudien verknüpfen. Diesbezüglich konnte hier nur ein erster Anstoß in diese Richtung gegeben werden (vgl. auch Neverla/Schäfer 2012). Dieser sollte nicht zuletzt verdeutlichen, wel-

chen Beitrag die politische Kommunikationsforschung zur Lösung eines sozialwissenschaftlich wie politikpraktisch brisanten Themas leisten kann.

## Anmerkungen

- 1 Im Folgenden wird aus Gründen der Lesbarkeit nur die maskuline Form verwendet. Es sind jedoch stets beide Geschlechter gemeint.
- 2 Die Umfrage war Teil eines Lehrforschungsprojekts an der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau. Mein besonderer Dank gilt den Seminarteilnehmern für die Durchführung der Interviews.
- 3 Im Jahr 2007 erschienen in den sechs auflagenstärksten überregionalen Tages- und Wochenzeitungen (*Bild*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Frankfurter Rundschau*, *Süddeutsche Zeitung*, *Tageszeitung*, *Die Zeit*) und in den drei auflagenstärksten politischen Zeitschriften (*Focus*, *Stern*, *Der Spiegel*) insgesamt 2.164 Beiträge zum Thema „Klimawandel“. Dies ergab eine Inhaltsanalyse im Rahmen des o.g. Lehrforschungsprojekts.

## Literatur

- Arlt, Dorothee/Hoppe, Imke/Wolling, Jens (2010): Klimawandel und Mediennutzung. Wirkungen auf Problembewusstsein und Handlungsabsichten. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft* 58 (1), 3-25.
- Beck, Ulrich (2007): *Weltrisikogesellschaft. Die globalen Gefährdungen – vom Terror bis zum Klimawandel*. Frankfurt a.M.
- Borgstedt, Silke/Christ, Tamina/Reusswig, Fritz (2010): *Umweltbewusstsein in Deutschland 2010. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage*. Berlin.
- European Commission (2011): *Climate Change. Special Eurobarometer 372*.
- Neverla, Irene/Schäfer, Mike S. (Hg.) (2012): *Das Medien-Klima. Fragen und Befunde der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung*. Wiesbaden.
- Taddicken, Monika/Neverla, Irene (2011): Klimawandel aus Sicht der Mediennutzer. Multifaktorielles Wirkungsmodell der Medienerfahrung zur komplexen Wissensdomäne Klimawandel. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 59 (4), 505-525.
- Weber, Melanie (2008): *Alltagsbilder des Klimawandels. Zum Klimabewusstsein in Deutschland*. Wiesbaden.
- Wippermann, Carsten/Calmbach, Marc/Kleinhüchelkotten, Silke (2008): *Umweltbewusstsein in Deutschland 2008. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage*. Berlin.