

# EMPFEHLUNGEN ZUR BERICHTERSTATTUNG ÜBER DIE KLIMAKRISE AUS PSYCHOLOGISCHER PERSPEKTIVE

## KURZFASSUNG

### **Erarbeitet von**

Dipl.-Psych. Jessica Meininger, Psychologische Psychotherapeutin (PP)

Mag. Rima Ashour, Psychologische Psychotherapeutin in Ausbildung (PiA)

Dipl.-Psych. Lea Dohm, Psychologische Psychotherapeutin (PP)

### **Mitwirkende**

Dipl.-Psych. Georg Adelman, PiA · Dipl.-Psych. Anika Heck, PP · M.Sc.-Psych. Kathrin Macha, PiA ·

M.Sc.-Psych. Katrin Rosewick · Dipl.-Psych. Lena Maria Voß, PiA

### **Wissenschaftliche Kooperation**

Prof. Dr. Julia Asbrand, Universität Jena · Prof. Dr. Eva-Lotta Brakemeier, Universität Greifswald ·

Prof. Dr. Christoph Nikendei, Universität Heidelberg · Prof. Dr. Gerhard Reese, RPTU Kaiserslautern-

Landau · Prof. Dr. Henning Rust, Hans-Ertel-Zentrum für Wetterforschung · Prof. Dr. Maren Urner,

HMKW Köln · Prof. Dr. Ulrich Wagner, Universität Marburg

## BEGRÜNDUNG

Die Klimakrise erfordert im Vergleich zu vielen anderen Thematiken besondere Aufmerksamkeit innerhalb der medialen Berichterstattung, weil die Klimakrise

1. eine reale und existenzielle Gefahr darstellt,
2. ausnahmslos alle Menschen auf der Welt betrifft,
3. sämtliche Lebensbereiche betrifft und
4. jede und jeder Einzelne durch Verhaltensänderungen (individuelles und/oder gemeinschaftliches Handeln) neben erforderlichen Änderungen in Politik und Wirtschaft zur Bekämpfung der menschengemachten Klimakrise beitragen kann.

Medienberichte über die Klimakrise können ungünstige, aber auch günstige Effekte auf das Wohlbefinden der Menschen als Individuen und Gesellschaft sowie auf ihre Fähigkeit, der Krise effektiv und selbstwirksam entgegenzutreten, entfalten. Die konkrete Ausgestaltung der medialen Berichterstattung über die Klimakrise kann die ungünstigen Auswirkungen abmildern und die günstigen Auswirkungen bestärken.

Die Klimakrise ist sehr komplex, schwer zu erfassen und in ihren einzelnen Ausprägungen nicht für jeden Menschen unmittelbar einzuordnen. Deshalb sind eine aufklärende Berichterstattung sowie das regelhafte Aufzeigen von Zusammenhängen der menschengemachten Klimakrise mit anderen Nachrichtenthemen sowie auch dem gesellschaftlichen, politischen und individuellen Verhalten von besonderer Bedeutung. Im Vordergrund soll hier immer wieder das Aufgreifen der emotionalen Reaktionen der einzelnen Menschen stehen. Individuelle Möglichkeiten sollten aufgezeigt, aber nicht alleinstehend genannt werden, da das zu Überforderung, Hilflosigkeit, Abwehr und Vermeidung beiträgt. Hinweise auf individuelle und gemeinschaftliche Bewältigung werden idealerweise in die politischen Erfordernisse und gesamtgesellschaftliches und wirtschaftliches Verhalten eingebettet.

Aus aktueller Forschung (z.B. die aktuelle PACE-Studie der Universität Erfurt, [www.pace-studie.de](http://www.pace-studie.de), weitere s. Originalfassung) ist bekannt, dass die große Mehrheit der Deutschen die Klimakrise als Anlass zur Sorge wahrnimmt und sich mehr Klimaschutz wünscht. Es besteht jedoch bei einem Großteil der Bürger\*innen zugleich Verunsicherung darüber, was getan werden kann und wie stark diese Position tatsächlich von anderen geteilt wird.

Die Berichterstattung in den Medien kann dabei helfen, bestehende Verzerrungen bzgl. der Haltung der Mitbürger\*innen und ihrer Handlungsmöglichkeiten aufzulösen und eine günstigere Verarbeitung weg von Hilflosigkeit und (Nachrichten-)Vermeidungshaltung hin zu mehr Selbstwirksamkeit und effektivem Handeln anzustoßen.

Wir bieten deshalb konstruktive Hinweise für die Berichterstattung zur Klimakrise aus psychologischer Sicht an, komprimiert auf drei basale Empfehlungen und einen beispielhaften "Klima-Kasten". Auch wenn sich nicht immer alle Empfehlungen auf alle Arten der Berichterstattung übertragen lassen, halten wir jede einzelne Umsetzung bereits für hilfreich. Belege mit Literaturangaben und Quellennachweisen finden sich in der Originalfassung.

Die hier ausgearbeiteten Empfehlungen richten sich sowohl an Printmedien als auch an TV-Formate, Rundfunk, Podcasts, digitale Berichterstattung, an bundesweite und lokale Medien, soziale Medien, an öffentlich-rechtliche Medien sowie private Medien. Die angefügten Beispiele sind als verdeutlichende Skizzen gemeint.

## A) EMPFEHLUNGEN

### 1. Klimakrise thematisieren

Die Klimakrise auf die Agenda der wichtigsten Themen heben. Wiederholt auf die bestehenden Zusammenhänge zwischen Ereignissen/Inhalten und der Klimakrise hinweisen. Das betrifft Ursachen von und/oder Folgen auf alle möglichen Bereiche, z.B. Extremwetter, Gesundheit, Wirtschaft, Politik, Reisen, Bildung, Mode, Landwirtschaft etc.

Effekt: Das Klimawissen der Menschen kann sich erhöhen. Die Sensibilisierung für das Thema Klimakrise kann steigen.

**Beispiel:** „Der Wirbelsturm Exempla traf gestern Nachmittag mit 150 Stundenkilometern auf die Küste Exempellandes und richtete verheerende Schäden an. Wirbelstürme werden durch die menschengemachte Erderhitzung nicht häufiger in der Anzahl, nehmen jedoch insgesamt an Stärke zu und führen häufiger zu mehr Niederschlag, so dass sie mehr Schaden anrichten können. Zudem treten sie vermehrt in Gebieten auf, in denen früher keine Wirbelstürme dieses Ausmaßes beobachtet wurden.“ (s. 11 der Originalfassung)

**Beispiel (Kurzalternative):** „Der Wirbelsturm Exempla traf gestern Nachmittag mit 150 Stundenkilometern auf die Küste Exempellandes und richtete verheerende Schäden an. Wirbelstürme nehmen durch die Klimaerwärmung an Stärke zu und führen häufiger zu mehr Niederschlag.“ (s. 11 der Originalfassung)

## 2. Gefühle aufgreifen

Die möglicherweise auftretenden Gefühle würdigen. Darauf hinweisen, dass diese Gefühle angemessen sind, und viele Menschen ähnliche Gefühle im Zusammenhang mit der Klimakrise erleben.

Effekt: Reflektion und Akzeptanz eigener emotionaler Reaktionen können unterstützt werden. Menschen können Ideen entwickeln, mit ihren Gefühlen konstruktiv umzugehen. Sie können sich verbunden fühlen und werden ermutigt, über ihr Erleben zur Klimakrise ins Gespräch zu kommen.

**Beispiel:** „Der Wirbelsturm Exempla traf gestern Nachmittag mit 150 Stundenkilometern auf die Küste Exempellandes und richtete verheerende Schäden an. Repräsentativen Umfragen zufolge fühlen sich viele Menschen in Deutschland durch klimabedingte Entwicklungen wie diese besorgt oder belastet. Informationen hierzu finden Sie auf den Internetseiten unter dem Stichwort Klima / hier (Link) / in der Rubrik Klima / auf Seite 2 dieser Ausgabe.“

### 3. Bewältigung aufzeigen

Bei der Thematisierung der Klimakrise zugleich Berichte über erfolgreiche Lösungen und Bewältigung in der Klimakrise aufzeigen. Hilfreich sind insbesondere

- das Aufzeigen regionaler und überregionaler Aktivitäten zum Klimaschutz,
- anschauliche Berichte über vielversprechende Aktivitäten anderer Menschen,
- Berichte über Menschen, denen vom Publikum Vertrauen entgegengebracht wird und/oder die dem Publikum ähnlich sind (Orientierung, Vorbildfunktion),
- das Aufzeigen der vielfältigen positiven Wirkungen von Klimaschutz,
- Hinweise, wie und wo konkret jede\*r Einzelne nach eigener Entscheidung mithelfen kann,
- Berichte über die Anstrengungen und die Erfordernisse der regionalen und überregionalen Politik und Wirtschaft, weil beides zusammen für die Wahrnehmung der Menschen wichtig ist sowie
- Hinweise auf gemeinschaftliches Handeln, das für viele wohltuender und im Ergebnis effektiver ist als individuelles Handeln.

Wir empfehlen, unterschiedliche Angebote aufzuzeigen, die freiwillig aufgegriﬀen werden können. So kann Reaktanz (= abwehrende Trotzreaktion) reduziert, das Bedürfnis nach Selbstbestimmung berücksichtigt und die Neutralität gewahrt werden.

Effekt: Mut und Zuversicht können gestärkt, Handlungsfähigkeit, Selbstwirksamkeit, Kontrollerleben und Zusammenhalt gefördert werden. Die Wahrnehmung über die Einstellungen und Erwartungen der anderen kann sich den vorhandenen Realitäten entsprechend ändern. Motivation zu und Glaube an effektive Zusammenarbeit können steigen.

**Beispiel:** „Der Wirbelsturm Exempla traf gestern Nachmittag mit 150 Stundenkilometern auf die Küste Exempellandes und richtete verheerende Schäden an. Die Klimakrise erhöht die Wahrscheinlichkeit für starke Stürme. Bei Interesse finden Sie Basisinformationen zur Bewältigung der Klimakrise und Anlaufstellen im örtlichen Klimaschutzverein von Exempelstadt im Infokasten, Treffen jeden 1. und 3. Donnerstag im Monat. Spenden für Betroffene/Schutzmaßnahmenprojekte an Konto 1234567.“

## **B) VORSCHLAG KLIMA-KASTEN**

Der hier vorgeschlagene Klima-Kasten zeigt exemplarisch, wie die oben genannten Empfehlungen umgesetzt werden können. Analog zum oft dargebotenen Hinweis auf Hilfsangebote nach Suizidberichterstattung, um den sog. „Werther-Effekt“ (Nachahmung von Suiziden nach Berichterstattung) abzumildern, eignet sich ein „Klima-Kasten“ dazu, einzelnen Beiträgen angehängt zu werden, in denen über Zusammenhänge zur Klimakrise berichtet wird, um einen adaptiven Umgang zu fördern.

### **Klima-Kasten (beispielhaft)**

Der Inhalt dieses Berichts steht mit der menschengemachten Klimakrise in Zusammenhang. Die Auseinandersetzung damit kann belastende Gefühle wie Sorge, Angst, Wut, Trauer und Verzweiflung auslösen. Angesichts der bedrohlichen Lage sind diese Gefühle angemessen und wichtig, um zur Bewältigung der Situation beizutragen. Sie werden von vielen Mitmenschen geteilt. Klimaschutz hat eine gesundheitserhaltende Wirkung und kann wirksam und wohltuend vor allem gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Hier können Beispiele und Anlaufstellen genannt werden.)

---

**Impressum:** Psychologists/Psychotherapists for Future e. V., Ehrenfelsstr. 13, 55411 Bingen.  
Vertretungsberechtigte: Georg Adelman, Katharina van Bronswijk, Mareike Schulze. Amtsgericht Mainz, Registernummer VR 42145.