

# Visualisierung von Nachhaltigkeit im Fotojournalismus

Beatrice Dernbach und Robert Urlacher

## Abstract

Fotografien sind ein wichtiges Mittel des journalistischen Storytellings, auch im Themengebiet der Nachhaltigkeit. Medien berichten seit Jahren häufiger und intensiver über den Klimawandel und damit zusammenhängende Phänomene, Forderungen, Maßnahmen und Konflikte. Mit der Zahl der Beiträge steigt die Zahl der veröffentlichten Fotografien. In diesem Beitrag wird anhand einer explorativen Analyse dargestellt, wie die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – ökologisch, ökonomisch und sozial – zu drei ausgewählten SDGs (1 Keine Armut, 2 Kein Hunger, 12 Nachhaltiger Konsum und Produktion) auf der Plattform *Zeit online* bebildert werden. Der Schwerpunkt liegt auf der Sichtbarkeit positiver wie negativer Stereotype sowie deren ethischer Implikationen. Diskutiert werden vor allem „Schlüsselbilder“, die das „ikonische Hungerstereotyp“ bedienen.

## 1. Fotografieren als journalistisches Handeln

Moderne Gesellschaften sind geprägt von Visualisierungen jeder Art, was sich beispielsweise in Bezeichnungen wie *Visual Culture* ausdrückt (Reißmann 2019: 45). Ereignisse aller Art werden visuell inszeniert (Pfurtscheller 2019: 38). Auch in textbasierten, digitalen Medien wie Zeitungen, Zeitschriften, Magazine sind journalistische Erzählungen mehr denn je auf visuelle Illustrationen angewiesen (Lobinger/Venema 2019), wozu neben Grafiken und Karikaturen vor allem Fotografien gehören. Angesichts der Tatsache, dass Bebilderungen ein zentrales Format des Informations- und Nachrichtenjournalismus sind, verwundert, dass die (medien-)wissenschaftliche Beschäftigung mit Fotojournalismus überschaubar ist und sich auf wenige Expert:innen beschränkt (Koltermann/Grittmann 2022; Kübler 2022; Lobinger/Venema 2019; Lobinger 2019).

Sowohl die *Produktion* (das Fotografieren) als auch das *Publizieren* von Bildern sind Teil des journalistischen Handelns, verstanden als soziale Interaktion zwischen Fotograf:in, unter Umständen einer fotografierten Person und dem Publikum. Unterschieden werden sollte zwischen dem Bild selbst und seiner kommunikativen Verwendung, also dem „Bildgebrauch“, denn dieser geht nicht automatisch aus dem Bild hervor (Pfurtscheller 2019: 27-29). Im Gegenteil: Dasselbe Foto kann auf unterschiedliche Art und Weise verwendet werden und damit *unterschiedliche Handlungen* intendieren, beispielsweise um etwas zu zeigen, zu belegen, für etwas zu

werben oder vor etwas zu warnen. Das bedeutet wiederum nicht, dass ein Bild völlig beliebig verwendbar wäre, sondern der „Spielraum der Verwendungsmöglichkeiten ist vielmehr an die spezifischen Eigenschaften des Bildes und der Handlungsform sowie an die situativen Bedingungen der Kommunikationssituation geknüpft“ (Pfurtscheller 2019: 30).

Auch Koltermann (2018: 46) trennt den „Akt des Fotografierens“ vom „Akt des Publizierens“. Fotojournalismus, vor allem als Nachrichten- und Dokumentarfotografie, ist ein ausdifferenziertes Subsystem des Journalismus. Er erfüllt die Funktionen der Information und der Selbstbeobachtung der Gesellschaft, folgt den „journalistischen Codes wie der Aktualität, der Neuigkeit, der Relevanz und der Faktizität“ (ebd.). Als publizistisches Teilsystem steht er damit ebenfalls unter einem enormen, aufgrund der Digitalisierung und der damit verbundenen Öffnung des Marktes gestiegenen publizistischen und ökonomischen Druck. Mit Smartphones können Menschen überall auf der Welt und jederzeit fotografieren und ihre Bilder in digitalen Kanälen teilen – und treten damit in Konkurrenz zu hauptberuflichen Pressefotograf:innen (Grittmann 2019: 126; Lobinger/Venema 2019). Geschätzt wird, dass täglich etwa 95 Millionen Fotos und Videos allein auf Instagram hochgeladen werden (Roehl 2024).

Über Bilder transportierte Informationen sind in der *journalistischen Narratologie* unabdingbar, um in kurzer Zeit komplexe Themen zu vermitteln, sie vereinfacht und verständlich darzustellen (Veits 2021). Visuelle Elemente ergänzen nicht nur den geschriebenen Text, sondern sie können eigenständig etwas aussagen, Gefühle und Emotionen erzeugen, zum Handeln anregen (Pfurtscheller 2019: 27-30). Bildliche Darstellungen erlauben den Rezipient:innen über die Objekterkennung hinaus die dahinterliegende Nachricht zu verstehen; dabei korrelieren die Darstellungsqualität und die Schnelligkeit des Verstehens. Menschen legen *kognitive Skripte* in Form von Wörtern, aber auch in Form von Bildern im Gedächtnis ab (Veits 2021: 54).

## 2. Im Blick der Ethik: Stereotypisierung

Die Differenzierung zwischen Herstellung und Publikation von Bildern ist grundlegend für die ethische Diskussion fotojournalistischen Handelns. Aspekte

„der Fotojournalismusethik betreffen das Auftreten im Feld, das Verhalten, um an Bilder zu kommen, die Art und Weise der Kooperation mit

anderen am Ereignis Beteiligten, den Umgang des Fotoreporters mit der Situation vor der Kamera sowie das Spannungsverhältnis von Dokumentation des Geschehens versus Hilfeleistung für Betroffene“. (Koltermann 2018: 47)

Dementsprechend beschäftigen sich Berufsfotograf:innen ständig mit *Herausforderungen* wie beispielsweise: Wie nahe darf der/die Fotograf/in der fotografierten Person kommen? Wie darf sie Menschen abbilden? Dürfen Leid und Schmerzen Einzelner gezeigt werden? Vor allem für Katastrophen-, Krisen- und Kriegsreporter:innen sind das schwierige Fragen nach ihrer *Verantwortung*, die sie vor dem Hintergrund der Relevanz solcher Bilder einerseits und der Frage der *Würde von Menschen* andererseits beantworten müssen – bisweilen innerhalb von Sekunden. Bewirken die veröffentlichten Bilder Empathie? Oder befriedigen sie Sensationalismus und gar Voyeurismus? Klären sie auf? Oder werden sie zu propagandistischen Zwecken eingesetzt? (Strohmaier 2019)

In Medienredaktionen werden nicht nur täglich aktuelle Bilder ausgewählt, sondern sie werden archiviert, um sie zur *Re-Aktualisierung* von Ereignissen, also beispielsweise zu Jahrestagen und Jubiläen, wieder herauszuholen. Generell ist die Gefahr groß, *stereotype Bilder* auszuwählen und in einem neuen Kontext zu veröffentlichen<sup>1</sup>, in dem das Bild unter Umständen eine völlig andere und eventuell missverständliche Aussage transportiert. Fotograf:innen, die in Ländern des Globalen Südens unterwegs sind, reflektieren diese *Stereotypisierung* (Strohmaier 2018). Der Fotograf Jan Møller Hansen sagt beispielsweise (ebd.):

„Wenn man Menschen fotografiert, die mit Armut oder Katastrophen zu leben haben, ist es schwierig, nicht in Stereotype zu verfallen. Menschen, die aufgrund von Konflikten, Krieg, Ungerechtigkeit, Unterdrückung, Diskriminierung oder Naturkatastrophen arm sind, können leicht für bestimmte Zwecke missbraucht werden. Das kann im Namen von Politik, humanitärer Hilfe, Religion oder aus anderen zweifelhaften Gründen geschehen.“

Peter Ludes (2001) hat – im Kontext der Fernsehnachrichten und des Anfang der 2000er-Jahre entstehenden World Wide Web – den Begriff der *Schlüsselbilder* geprägt. Vor dem Hintergrund der *Globalisierung*, der Multi-Moderne und multimedialer Nachrichtenangebote untersuchte Ludes Fern-

---

1 Siehe dazu den Kodex des Verbandes der Archivarinnen und Archivare VdA (2016).

sehnachrichtensendungen in den USA, der Bundesrepublik Deutschland und der DDR zwischen 1989 bis 1998. Er fand neben

„sehr unterschiedlichen ökonomischen, politischen und kulturellen Rahmenbedingungen Gemeinsamkeiten der Themenstrukturen und Präsentationsformate von JournalistInnenrollen, Schlüsselwörtern und Schlüsselbildern“, also „Grundmuster der Fernsehnewsentwicklung“. (Ludes 2021: 39).

*Schlüsselbilder* sind Ergebnis eines journalistischen Selektionsprozesses basierend auf technischen und ökonomischen (vor allem Aufmerksamkeit) Kriterien (Ludes 2001: 51).

### 3. Der Aspekt Nachhaltigkeit im professionellen Fotojournalismus

Erweitern wir nun die Diskussion über professionellen Fotojournalismus um den Aspekt der Nachhaltigkeit (Müller 2007). Sie muss unter mindestens zwei Dimensionen betrachtet werden: 1. Nachhaltigkeit als *Themenfeld* und 2. *nachhaltiges Produzieren und Publizieren* von Fotos. Die große Herausforderung bei der ersten Perspektive ist die Breite des Verständnisses, der Interpretation und der Verwendung des Begriffes Nachhaltigkeit. Fischer und Haucke (2016: 56) unterscheiden, basierend auf linguistischen Theorien, zwischen der „konnotativen und einer denotativen Begriffsbedeutung“: *Denotation* bezeichnet die Grundbedeutung eines Wortes, *Konnotation* adressiert subjektive, assoziative Nebenbedeutungen oder Attribute. Die Nachhaltigkeit wird im politischen Kontext im Wesentlichen denotativ diskutiert. Belege dafür sind zum einen der Brundtland-Bericht von 1987, in dem das sogenannte Drei-Säulen-Modell (Ökologie, Ökonomie und Soziales) festgeschrieben worden ist (Pufé 2017; Rösch u.a. 2020), und die Agenda 2030 der Vereinten Nationen, die die sogenannten 17 Sustainable Development Goals (SDGs) inkludieren. In der journalistischen Berichterstattung überwiegt die Konnotation (Fischer/Haucke 2016: 56-57). Die Gründe liegen unter anderem darin, dass der Begriff *Nachhaltigkeit* wenig attraktiv ist und eine sehr komplexe Entwicklung bezeichnet (Dernbach 2021: 530-531; Dernbach/ Kottcke 2019: 182-184), deren politische Systemlogik in Form von Strategien, Zielen und Maßnahmen für den Menschen nur schwer zugänglich ist. Über die Konnotation hingegen können *Emotionen und Gefühle* angesprochen werden (Döveling 2019). Schon frühe Studien zur medialen Bearbeitung des Klimawandels und anderer

Aspekte haben gezeigt, dass das Themenfeld relevanter wird und sich quantitativ erweitert, dass aber die konnotative Bedeutung eine größere Rolle spielt als die denotative (u.a. Bonfadelli 2010; Dernbach 2018 und 2021; Fischer/Hauke 2016).

*Nachhaltigkeit und Ethik* sind in der Regel normativ gekoppelt und begründet (Carnau 2011). Die Erhaltung der Schöpfung und die Transformation zu einer zukunftsfähigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Weltgesellschaft leiten Konzepte für Managementprozesse in Unternehmen, der Politik und anderer gesellschaftlicher Akteur:innen<sup>2</sup>. Im Berufsfeld Fotografie setzen sich nur wenige Akteur:innen sichtbar mit nachhaltigen Arbeitsweisen auseinander (Gropengießer 2021). Im Zentrum steht die Reduktion des ökologischen Fußabdrucks, beispielsweise mit Ressourcen (Strom) und Arbeitsmaterial sparsam umzugehen, Flüge und Autofahren auf das Notwendige zu reduzieren und Ähnliches (Gropengießer 2021).

#### 4. Das Forschungsprojekt zur Visualisierung von Nachhaltigkeit

In seiner Bachelorarbeit hat sich Robert Urlacher<sup>3</sup> mit der *Narratologie von Bildern und Fotografien* in der digitalen Medienlandschaft beschäftigt und das *visuelle Narrativ* von Nachhaltigkeit im Onlineangebot der Wochenzeitung *Die Zeit* anhand dreier Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen untersucht. Ziel der explorativen Analyse war, *Stereotype* in der redaktionellen Fotoauswahl und Widersprüche zwischen den Aussagen in Text und Bild zu identifizieren<sup>4</sup>.

---

2 Hier werden bewusst keine Quellen genannt, da dieses Verzeichnis sehr lang wäre. Die Bearbeitung ethischer Aspekte erfolgt in unterschiedlichen Disziplinen und teilweise anhand sehr fokussierter Fragestellungen.

3 Robert Urlacher ist seit mehreren Jahren selbstständiger Videoproduzent und hat seine Bachelorarbeit zum Thema „Visualisierung von Nachhaltigkeit im Journalismus. Am Beispiel der Zeit Online“ im Sommersemester 2023 bei Beatrice Dernbach an der Technischen Hochschule Nürnberg eingereicht.

4 Damals war keine vergleichbare wissenschaftlich-empirische Arbeit zu finden, weshalb das Forschungsdesign sehr individuell entwickelt worden ist. Es hat zweifellos sein Schwächen, aber die Vorgehensweise ist innovativ und die Ergebnisse sind aussagekräftig.

#### 4.1 Skizze der Methodik

Im September 2021 haben die Wochenzeitung *Die Zeit* und die digitale Tochter *Zeit online* das neue Ressort *Green* eingeführt. Print und online werden monatlich beziehungsweise täglich Beiträge in fünf Rubriken veröffentlicht: COP28, Klimawandel, 1m<sup>2</sup> Grün, Nachhaltigkeit und Aktuelle Themen. Damit wurde die Nachhaltigkeitsberichterstattung analog und vor allem digital verstetigt und ausgebaut. Das Dossier *Nachhaltigkeit: Richtig gut leben* wurde für die Analyse auch und vor allem aufgrund des überregionalen beziehungsweise internationalen Fokus ausgewählt.

Das Grundverständnis von Nachhaltigkeit basiert noch immer auf den drei Grundsäulen ökologisch, ökonomisch und sozial, wie sie im Brundtland-Bericht für die Vereinten Nationen 1987 (Lexikon der Nachhaltigkeit) ausgearbeitet worden sind. In der aktuellen, weltweit geltenden Agenda 2030 der Vereinten Nationen sind die 17 Sustainable Development Goals formuliert (United Nations 2023). In allen Zielen sind sowohl die ökologische als auch die ökonomische und die soziale Dimension implementiert. Es ist zu konstatieren, dass nur wenige Menschen vertraut sind mit dem Konzept und den Zielen im Einzelnen (Focus2030 2024), dass aber die Ziele 1 (keine Armut) und 2 (kein Hunger) auf den vorderen Plätzen der Bekanntheit liegen, in den Ländern Afrikas noch stärker als in Europa (Global Survey 2020). Deshalb wurden für die Analyse des Fallbeispiels *Zeit online/Dossier Nachhaltigkeit* bewusst diese beiden SDGs ausgewählt und um SDG 12 Nachhaltiger Konsum und Produktion ergänzt. Es war zu erwarten, dass sich eine Vielzahl an Motiven zu diesen drei Zielen finden lassen, die zudem eine hohe, meist negative, konnotative Stereotypisierung aufweisen: Zu SDG 1 und 2 werden vermutlich vor allem Menschen dargestellt, die offensichtlich in Armut und Hunger leben, die sich nicht ausreichend und gesund ernähren können, denen der Zugang zu sauberem Wasser, Energie, aber auch Bildung und Geschlechtergleichheit verwehrt wird. Das Ziel 12 wird primär auf die ökologische Nachhaltigkeit, positiv und vornehmlich denotativ visualisiert, am Beispiel neuer Materialien, einer ökologischen Landwirtschaft u. ä..

Für jedes Ziel wurden aus den SDG-Beschreibungen (Die Bundesregierung o.J.) sowie den Schlagzeilen von Nachhaltigkeitsbeiträgen Indikatoren zusammengestellt, denen jeweils positive und/oder negative Merkmale oder Assoziationen in unterschiedlicher Stärke inhärent sind:

SDG 1 *Keine Armut*: Altersarmut, Kinderarmut; Armutsbekämpfung; soziale Ausgrenzung; Sozialhilfe; Wohnungslosigkeit

SDG 2 *Kein Hunger*: Hungerbekämpfung, Lebensmittelhilfen, Lebensmittelsicherheit; Nahrungsknappheit, Hungerkrise, Unterernährung (siehe Müller/Rauh 2014)

SDG 12 *Nachhaltiger Konsum und Produktion*: Abfallvermeidung, Kreislaufwirtschaft, Recycling; regionales Einkaufen; umweltfreundliche Verpackungen; verantwortungsbewusster Konsum<sup>5</sup>.

Zwischen dem 26.12.2022 und dem 13.07.2023 sind auf *ZEIT online – Green/Rubrik Nachhaltigkeit* unter den Schlagworten *Armut, Hunger, Konsum und Produktion* Beiträge mit Fotografien gesucht worden. Aus dem Fundus zufällig ausgewählt wurden jeweils sechs Bilder pro SDG (=18). Sie wurden – im Abgleich mit dem Bildtext und dem Beitrag – anhand der Indikatoren auf einer eigens entwickelten Skala bewertet: Ist auf dem Foto das zu sehen, was der jeweilige Indikator des zugehörigen SDGs aussagt (also beispielsweise Armut oder Wohnungslosigkeit)? Wird die Bildaussage positiv bewertet (maximal +4) oder negativ (maximal -4)? Zusätzlich wurden die Bilder unter formalen Gesichtspunkten und ihrer Komposition untersucht: Einstellungsgröße (Totale, Halbtotale, Halb-Nahe, Close-Up), Fokus/Schärfebereich (Schärfentiefe, Blende), Perspektive (von unten, auf Augenhöhe), Effekt/Wirkung (fotografierte Person wirkt größer – oder schwächer), Auffälligkeiten (Farbe, Kontrast, Lichtsetzung, Linienführung).

Die große Herausforderung schon bei der Bildauswahl und dann bei der Bewertung war, jedem SDG eindeutig das Bild oder umgekehrt – jedes Bild eindeutig einem SDG – zuweisen zu können. Zwar suggerieren die Nummerierung und Aneinanderreihung der SDGs eine gewisse Eigenständigkeit, aber tatsächlich sind sie nicht losgelöst voneinander umsetzbar. So korrelieren Armut, Hunger, Gesundheit und Bildung stark miteinander ebenso wie die SDGs 6 Zugang zu sauberem Wasser, 7 Energie, 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden sowie 13 Maßnahmen zum Klimaschutz. Deshalb wurde das Haupt-SDG aus dem Konzentrat der Text- und der Bildaussage bestimmt.

---

5 Kritisch ist anzumerken, dass die Betreuerin und der Bachelorand regelmäßig darüber diskutiert haben, ob und wie abstrakte Begriffe wie Armutsbekämpfung, Sozialhilfe, Lebensmittelhilfen, Abfallvermeidung u.a. selbsterklärend in Bildern dargestellt werden können. Da keine vergleichbare Studie gefunden werden konnte, musste die Operationalisierung pragmatisch festgelegt werden. Vergleichsbilder wurden herangezogen, um die Entscheidung belastbarer zu machen. Unter Validitäts- und Reliabilitätsaspekten ist diese Vorgehensweise zweifellos kritisierbar. Sie war vertretbar, da es sich um eine explorative Studie in Form einer Bachelorarbeit handelte.



## 4.2 Einblick in einige Ergebnisse

Jeweils ein Beispiel<sup>6</sup> pro SDG und Indikator soll einen Einblick geben in die aufwändige Analyse.

Beispiel zu SDG 1: keine Armut

*Abb. 1: In Freetown in Sierra Leone gehen Mädchen zum Unterricht. Ein Schwerpunkt Deutschlands geplanter Afrikapolitik ist die Geschlechtergerechtigkeit<sup>7</sup>*



Quelle: Zeit Online 24.01.2023; Foto: Getty Images, John Wessels/AFP.

Der Artikel vom 24.01.2023 thematisiert die Ankündigung der deutschen Bundesregierung für mehr Engagement in Afrika. Der Artikel beschreibt, dass Deutschland sich auf diesem Kontinent für einen Wandel der Wirtschaft einsetzen möchte, denn die dortige Entwicklung werde sich zunehmend auf Europa auswirken. Auf dem Bild sind junge Frauen in Schuluniform zu sehen. Das Foto wurde vermutlich aus einem Fahrzeug aufgenommen, der genaue Ort ist nicht identifizierbar. Als fotografische Einstellgröße wurde die Totale gewählt. Das Bild ist mit einer leicht weitwinkligen Brennweite 30 fotografiert. Das farblich kontrastreiche Foto wurde mit natürli-

6 Die Fotos sind im Original farbig. Deshalb wird im Text die Farbgebung beschrieben.

7 Zitiert wird jeweils der Originalbildtext.

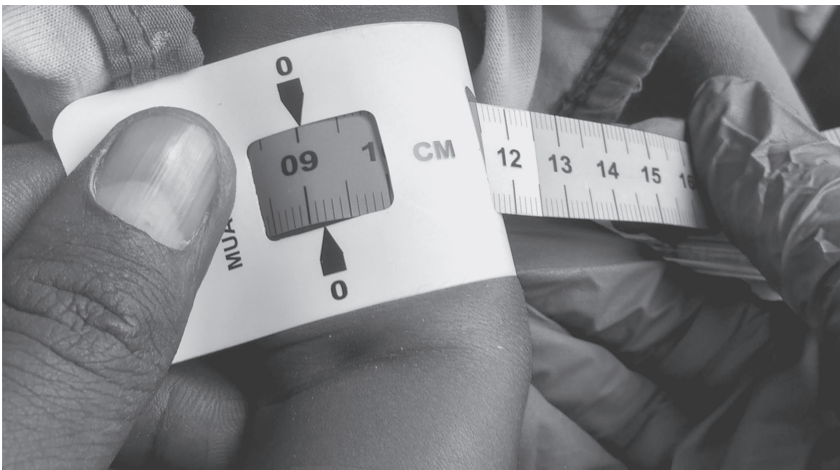


chem Licht aufgenommen und der Fokus liegt eindeutig auf den jungen Frauen in der blauen Uniform.

Bezogen auf die Indikatoren ist die Abbildung schwierig zu bewerten, denn die Fotografie macht auf den ersten Blick nicht das SDG 1: keine Armut oder dazugehörige Indikatoren sichtbar. Der Bildtext verweist auf SDG 5: Geschlechtergerechtigkeit; die Schuluniformen symbolisieren das SDG 4: Hochwertige Bildung – die wiederum als langfristige Maßnahme zur Armutsbekämpfung wirken kann. Für dieses Foto eine sehr leichte, negative Korrelation zwischen SDG-Indikatoren (v.a. Armutsbekämpfung) und Bildaussage (-1) festgestellt.

Beispiel zu SDG 2: kein Hunger

*Abb. 2: Ein Arzt misst den Armumfang eines somalischen Babys in einer Klinik im somalischen Baidoa*



Quelle: Zeit Online 25.05.2023; Foto: dpa, Eva-Maria Krafczyk/AP.

Der Zeit-Online Artikel vom 25.05.2023 thematisiert die steigenden Zahlen unterernährter Kinder in Afrika. Der Kontinent ist besonders von Unterernährung betroffen; zur Bekämpfung des Hungers fordern die Vereinten Nationen Unterstützung der Weltgemeinschaft. Auf dem Foto ist der Oberarm eines Kindes in einer Detailaufnahme zu sehen. Es wurde vermutlich aus der Perspektive eines Arztes aufgenommen, der den Oberarmumfang des Kindes misst. Das Maßband ist wie eine Verkehrsampel in den Farben

rot, gelb und grün gefärbt, wobei rot den kritischen Oberarmumfang von unterernährten Kindern zeigen soll. Der abgebildete Kinderarm befindet sich genau in diesem kritischen, roten Bereich und misst nur neun Zentimeter. Wahrscheinlich wurde bewusst bei der Visualisierung ein Kind mit einer schwarzen Hautfarbe gewählt, um auf die Hungerproblematik in weiten Teilen des Kontinents Afrika aufmerksam zu machen. Die Bildunterschrift verrät, dass es sich um ein Kind in Somalia handelt. Die Ärztin oder der Arzt trägt in der rechten Hand einen blauen Handschuh, während die zweite Hand ohne Handschuh am Maßband den Oberarmumfang misst. Über dem Maßband ist eine kleine entzündete Stelle auf dem Arm des Kindes zu erkennen. Das Bild wurde bei Tageslicht aufgenommen und ist ein Point-of-View-Shot (POV), also ein Foto, das den Blick des Betrachters/der Betrachterin über die Perspektive des Arztes/der Ärztin zeigen soll. Diese Perspektive hat das Potenzial, Emotionen zu erzeugen, da sie persönliche Beteiligung spiegelt und somit Betroffenheit steigert. Bezogen auf den Indikator *Hungerbekämpfung* zeigt das Bild jedoch das Gegenteil des SDGs: Kein Hunger, denn zu sehen ist dramatische Unterernährung (-4).

Beispiel für SDG 12: nachhaltiger Konsum und Produktion

*Abb. 3: Ob Gemüse, Obst oder Beeren, ob Milch, Eier oder Fleisch: Nirgends sind Lebensmittel so frisch zu bekommen wie in Hofläden*



Quelle: Zeit Online 13.04.2023; Foto: plainpicture, Astrakan & unsplash.com, Priscilla du Preez & unsplash.com, Markus Spiske.

Der Artikel vom 13.04.2023 behandelt das Thema regionales Einkaufen. Thematisiert werden vor allem die Vorzüge von Hofläden im Vergleich zu Supermärkten, da sie regionale Produkte direkt von Erzeuger:innen anbieten, was sich positiv auf die Qualität der Lebensmittel auswirkt. Zu sehen ist eine Kollage aus drei Bildern, in denen Anbau und Ernte von Obst und Gemüse visualisiert wird. Die drei Fotografien sind bei hellem Tageslicht aufgenommen und wirken farblich sehr freundlich. Die Bildaussage trifft genau auf den Indikator regionales Einkaufen zu (+ 4).

### 5. Zusammenfassung, Bewertung und Diskussion

Die Ergebnisse der Analyse lassen sich wie folgt zusammenfassen: Die SDG 1 Keine Armut und 2 Kein Hunger werden überwiegend negativ dargestellt, eine *Tendenz zur Stereotypisierung* ist deutlich sichtbar. Es hat sich eine Art *ikonisches Hungerstereotyp* (Gerlach 2014: 19) herauskristallisiert, das bevorzugt Menschen vom afrikanischen Kontinent zeigt, obwohl andere Regionen ebenso von Hungersnöten betroffen sind. Ein Grund dafür liegt zweifellos in der Intention der Redaktion, über das Zeigen dramatischer Bilder Emotionen zu wecken und zum Handeln (wie Spenden) zu motivieren (Gerlach 2014: 20).

Die Untersuchung zu SDG 12 *Nachhaltiger Konsum und Produktion* zeigt zunächst eine ebenso häufig positive wie negative Visualisierung; aber die Ausprägung der Bildaussage bei den positiven Fotografien ist höher (+ 4, + 4, + 3) als bei den negativen (- 1, - 2, - 3). Außerdem wurde festgestellt, dass Fotografien zum zwölften SDG generell anders aufgebaut sind als bei den beiden anderen: Auf keinem ist ein Mensch abgebildet; zwei Abbildungen zeigen Smartphones, zwei Lebensmittel und zwei Abfall; und zwei sind Foto-Kollagen, eine eine Animation.

Die *ökologische Nachhaltigkeit*, die vor allem in den Fotos zu Ziel 12 neben der ökonomischen mitschwingt, wird gleichermaßen positiv und negativ visualisiert. Erkennbar in den Motiven sind die Indikatoren regionales Einkaufen, verantwortungsbewusste Produktion sowie Ressourcenverbrauch, Rohstoffknappheit, Artensterben und Plastikmüll.

Diese Studie ist aufgrund ihres Designs sowie der sehr kleinen Stichprobe in der Aussagekraft zweifellos limitiert. Was nicht systematisch belegt werden konnte, sind die komplexen Zusammenhänge zwischen den SDGs; so gibt es beispielsweise starke Relationen vor allem zwischen Armut, Hunger, Bildung, Produktion und Konsum und weiteren Nachhaltigkeitszielen.

In weiteren Studien müssten alle SDGs anhand vieler Fotos analysiert werden, um Stereotypisierungen in der Visualisierung von Nachhaltigkeit im digitalen Fotojournalismus valide belegen zu können. Es ist davon auszugehen, dass *Schlüsselbilder* wie das *ikonische Hungerstereotyp* prägend sind für die visuelle Medienberichterstattung – möglicherweise sogar über nationale und kulturelle Grenzen hinweg. Fotojournalistinnen und -journalisten müssen bereits in ihrer Ausbildung und später in Weiterbildungsseminaren dafür sensibilisiert werden, sowohl ihr nachhaltiges als auch ethisches Verhalten einerseits und die Wirkung ihrer Bilder andererseits zu reflektieren. In professionellen Medienhäusern spielen auch die Personen eine große Rolle, die Bilder themen- oder ereignisbezogen aus dem Archiv auswählen. Gleichwohl sie die besten Fotos aus einer unschätzbaren Zahl selektieren, verwundert die sichtbare Entscheidung, bei Themen wie Armut, Hunger und ähnlichen auf die immer wieder gleichen, stereotypen Motive – also die gleichen kognitiven Skripte (Veits 2021: 54) – zurückzugreifen.

## Literatur

- Bonfadelli, Heinz (2010): *Environmental Sustainability as Challenge for Media and Journalism*. In: Gross, Matthias/Heinrichs, Harald (Hg.): *Environmental Sociology*. Dordrecht: Springer. Online verfügbar unter doi: 10.1007/978-90-481-8730-0\_15
- Carnau, Peter (2011): *Nachhaltigkeitsethik. Normativer Gestaltungsansatz für eine global zukunftsfähige Entwicklung in Theorie und Praxis*. München und Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Dernbach, Beatrice (2021): *Sustainability in the Local Area*. In: Weder, Franzisca/Krainier, Larissa/Karmasin, Matthias (Hg.): *The Sustainability Communication Reader: A Reflective Compendium*. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 525-541.
- Dernbach, Beatrice (2018): *Vor Ort: Wie lokale Akteure Nachhaltigkeit kommunizieren*. In: Pyhel, Thomas (Hg.): *Zwischen Ohnmacht und Zuversicht. Vom Umgang mit Komplexität in der Nachhaltigkeitskommunikation*. München: oekom Verlag, S. 177-185.
- Dernbach, Beatrice/Kottcke, Manfred (2019): *Die Komplexität des Klimawandels journalistisch reduzieren*. In: Dernbach, Beatrice/Godulla, Alexander/Sehl, Annika (Hg.): *Komplexität im Journalismus*. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 181-189.
- Die Bundesregierung: *Die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele verständlich erklärt*. Online verfügbar unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltigkeitsziele-erklart-232174> (Abfrage am: 17.09.2024)
- Döveling, Katrin (2019): *Bilder von Emotionen – Emotionen durch Bilder. Eine interdisziplinäre Perspektive*. In: Lobinger, Katharina (Hg.): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 63-82. Online verfügbar unter doi: 10.1007/978-3-658-06508-9\_5

- Fischer, Daniel/Haucke, Franziska (2016): *Die Verwendung von Nachhaltigkeit in deutschen Zeitungen: Ergebnisse einer empirischen Medienanalyse*. In: Michelsen, Gerd/Fischer, Daniel (Hg.): *Nachhaltigkeit und Journalismus. Erkenntnisse und Impulse aus Wissenschaft und Praxis*. Bad Homburg: Verlag für Akademische Schriften, S. 55–70.
- Focus2030 (2024). *What do British, American, German and French people know about the Sustainable Development Goals?* Online verfügbar unter: <https://focus2030.org/What-do-British-American-German-and-French-people-know-about-the-Sustainable> (Abfrage am: 23.09.2024)
- Gerlach, Christian (2014): *Bilder des Hungers. Überlegungen zu Fotografie und Literatur*. In: Müller, Angela/Rauh, Felix (Hg.): *Wahrnehmung und mediale Inszenierung von Hunger im 20. Jahrhundert*. Bern: Schwabe Verlag Basel, S. 19–34. Online verfügbar unter: <https://www.e-helvetica.nb.admin.ch/api/download/urn%3Anbn%3Ach%3Anbdig-837079%3Anbdig-837079.pdf/nbdig-837079.pdf> (Abfrage am: 03.07.2024)
- Global Survey (2020) *Report of Results Global Survey on Sustainability and the SDGs*. Online verfügbar unter: [https://www.globalsurvey-sdgs.com/wp-content/uploads/2020/01/20200205\\_SC\\_Global\\_Survey\\_Result-Report\\_english\\_final.pdf](https://www.globalsurvey-sdgs.com/wp-content/uploads/2020/01/20200205_SC_Global_Survey_Result-Report_english_final.pdf) (Abfrage am: 23.09.2024)
- Grittmann, Elke (2019): *Fotojournalismus und journalistische Bildkommunikation in der digitalen Ära*. In: Lobinger, Katharina (Hg.): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 125–143. Online verfügbar unter doi: 10.1007/978-3-658-06508-9\_7
- Gropengießer, Gil (2021): *Nachhaltigkeit in der Fotografie*. Online verfügbar unter <https://juliaandgil.education/nachhaltigkeit-in-der-fotografie/> (Abfrage am: 03.07.2024)
- Koltermann, Felix/Grittmann, Elke (2022): *Fotojournalismus im Umbruch: Hybrid, multimedial, prekär*. In: Grittmann, Elke/Koltermann, Felix (Hg.): *Fotojournalismus im Umbruch. Hybrid, multimedial, prekär*. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 9–36.
- Kübler, Hans-Dieter (2022): *Digitale Fotografie. Transformationen und Spekulationen*. In: ders. (Hg.): *Bildjournalismus und Pressefotografie*. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 319–335. Online verfügbar unter doi: 10.1007/978-3-658-35292-9\_11
- Koltermann, Felix (2018): *Ethisches Handeln beim Fotografieren – Professionsethik im Fotojournalismus*. In: *tv diskurs* 22 (1), Ausgabe 83, S. 46–49. Online verfügbar unter: <https://mediendiskurs.online/beitrag/ethisches-handeln-beim-fotografieren-professionsethik-im-fotojournalismus/> (Abfrage am: 03.07.2024)
- Lexikon der Nachhaltigkeit (2015): *Brundtland Bericht, 1987*. Online verfügbar unter: [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/brundtland\\_report\\_563.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/brundtland_report_563.htm) (Abfrage am: 23.09.2024)
- Lobinger, Katharina (2019): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Lobinger, Katharina/Venema, Rebecca (2019): *Visuelle Kommunikationsforschung – ein interdisziplinäres Forschungsfeld*. In: Lobinger, Katharina (Hg.): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 1–19.
- Ludes, Peter (2001): *Multimedia und Multi-Moderne: Schlüsselbilder*. Wiesbaden: West-deutscher Verlag.

- Müller, Angela/Rauh, Felix (2014): *Wahrnehmung und mediale Inszenierung von Hunger im 20. Jahrhundert*. Bern: Schwabe Verlag Basel. Online verfügbar unter: <https://www.e-helvetica.nb.admin.ch/api/download/urn%3Anbn%3Ach%3Anbdig-837079%3Anbdig-837079.pdf/nbdig-837079.pdf> (Abfrage am: 17.09.2024)
- Müller, Urs (2007): *Die Kraft der Bilder in der nachhaltigen Entwicklung: Die Fallbeispiele UNESCO Biosphäre Entlebuch und UNESCO Weltnaturerbe Jungfrau-Aletsch-Biethorn*; Forschungsbericht im Rahmen des nationalen Forschungsprogramm NFP 48 „Landschaften und Lebensräume der Alpen“ des Schweizerischen Nationalfonds. Zürich: vdf Hochschulverlag AG. Online verfügbar unter: <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/163392/1/20060109.pdf> (Abfrage am: 18.09.2024)
- Pfurtscheller, Daniel (2019). *Bilder zwischen Zeichen, Handlungen und Praktiken*. In: Lobinger, Katharina (Hg.): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 23-43. Online verfügbar unter doi: 10.1007/978-3-658-06508-9\_2
- Pufé, Iris. (2017): *Nachhaltigkeit*. Konstanz und München: UVK.
- Reißmann, Wolfgang (2019). *Digitalisierung, Mediatisierung und die vielen offenen Fragen nach dem Wandel visueller Alltagskultur*. In: Lobinger, Katharina (Hg.): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 45-61. Online verfügbar unter doi: 10.1007/978-3-658-06508-9\_4
- Roehl, Nathalie (2024): 65 Instagram-Statistiken für 2024. Online verfügbar unter: <https://www.meltwater.com/de/blog/instagram-statistiken> (Abfrage am 27.11.2024)
- Rösch, Christine/Schaldach, Rüdiger/Göpel, Jan/Haase, Martina (2020): *Einführung in die Nachhaltigkeit*. In: dies. (Hg.): *Bioökonomie im Selbststudium: Nachhaltigkeit und ökologische Bewertung*. Zertifikatskurs Bioökonomie. Berlin, Heidelberg: Springer Spektrum. Online verfügbar unter doi: 10.1007/978-3-662-61383-2\_1
- Strohmaier, Katrin (2019): *Fragen zur Ethik in der Fotografie*. Online verfügbar unter: <https://kwerfeldein.de/2019/05/13/ethik-in-der-fotografie/> (Abfrage am: 02.07.2024)
- Strohmaier, Katrin (2018): *Visuelle Stereotype und wie sie zu vermeiden sind*. Online verfügbar unter: <https://kwerfeldein.de/2018/04/19/photocircle-stereotype/> (Abfrage am: 02.07.2024)
- United Nations (2023): *The Sustainable Development Goals Report 2023: Special Edition*. Online verfügbar unter: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/> (Abfrage am: 23.09.2024)
- VdA – Verband deutscher Archivarinnen und Archivare (2016): *Checkliste Archive & Ethik*. Online verfügbar unter: [https://www.vda.archiv.net/fileadmin/user\\_upload/C](https://www.vda.archiv.net/fileadmin/user_upload/Checkliste-Archive-Ethik.pdf) heckliste-Archive-Ethik.pdf (Abfrage am: 02.07.2024)
- Veits, Andreas. (2021): *Narratologie des Bildes*. Köln: Herbert von Halem.