

# Nachhaltigkeit geht alle an

Ein Universalwert für Journalismus und Kommunikationswissenschaft. *Von Annika Franzetti*

Auf dem Bild, mit dem der Fotograf Konstantinos Tsakalidis den „Press Photo Contest 2022“<sup>1</sup> für die Region Europa gewonnen hat, ist alles gelb: Haus, Einfahrt, Garten, Himmel. Sogar das Gesicht der alten Frau, die im Vordergrund steht. Die rechte Hand hat sie auf ihre Brust gelegt, die Augen geschlossen. Sie schreit. Unmittelbar hinter ihrem Haus schlagen die Flammen aus dem Wald bis in den Himmel und tauchen alles in dieses unwirkliche Gelb. Tsakalidis hat das Foto im August 2021 beim verheerenden Waldbrand auf der griechischen Insel Euböa aufgenommen. Es ist nicht das einzige prämierte Bild dieses Jahres, das die Folgen des Klimawandels thematisiert.

Die mit dem „World Press Photo Award“ ausgezeichneten Bilder und Fotostorys sind Jahr für Jahr so etwas wie ein Seismograph für die dominanten Nachrichtenthemen der vergangenen zwölf Monate. Meist sind es erschütternde Konflikte und Katastrophen, die rasch wieder aus dem Zentrum der Aufmerksamkeit verschwinden.

Mit Themen wie *Klimawandel*, *Ressourcenknappheit*, *Artensterben* und seinen bildlichen Darstellungen scheint das anders zu sein: In den vergangenen fünf Jahre finden sich unter den ausgezeichneten Bildern nicht wenige, die die Verletzlichkeit unseres Planeten drastisch vor Augen führen. Sie dokumentieren Waldbrände, Wassermangel, Rodung und das damit verbundene Leid der Menschen und Tiere.

Ist das nun ein gutes oder ein schlechtes Zeichen, dass sich diese Themen so beharrlich ins öffentliche Bewusstsein graben? Es ist beides. Schlecht ist es in dem Sinne, dass die menschenge-

*Annika Franzetti,  
Dipl.-Journ., ist  
Lehrkraft für  
besondere Aufgaben  
am Studiengang  
Journalistik an  
der Katholischen  
Universität Eichstätt-  
Ingolstadt und  
Redakteurin von  
Communicatio  
Socialis.*

1 Konstantinos Tsakalidis (2021): *Evia Island Wildfire*. *World Press Photo 2022*. <https://www.worldpressphoto.org/collection/photo-contest/2022/Konstantinos-Tsakalidis/1> (zuletzt aufgerufen am 4.5.2022).

machten Umweltprobleme schon zu viele erschreckende Schlagzeilen produziert haben und sicher noch werden. Gut ist es in dem Sinne, dass sich die globale Relevanz einer tiefgründigen Auseinandersetzung mit *Nachhaltigkeit* in allen Lebensbereichen nicht mehr wegdiskutieren lässt.

Nachhaltigkeit kann also nicht mehr nur ein *Thema in den Medien* sein. Nachhaltigkeit muss ein *Thema der Medien selbst*

*Brüggemann fordert Journalist:innen und Wissenschaftler:innen auf, zu hinterfragen, mit welchen Themen sie sich eben nicht beschäftigen.*

*sein*, weil es alle angeht: Medienschaffende, Nutzer:innen, Medien- und Kommunikationswissenschaftler:innen – schlicht alle am öffentlichen Kommunikationsprozess Beteiligten. In diesem Punkt sind sich die Autor:innen des Schwerpunkts „Nachhaltig-

keit“ in diesem Communicatio Socialis-Heft einig.

Franziska Weder nähert sich dem Thema aus einer theoretischen Perspektive und grenzt Nachhaltigkeits- von Umwelt- und Klimakommunikation ab. Sie entwickelt einen theoretischen Zugang und plädiert für „kulturelle Verankerung des Prinzips Nachhaltigkeit durch, über und in gesellschaftlichen Kommunikationsprozesse“. Nachhaltigkeit soll ein Universalwert werden, der journalistisches und kommunikationswissenschaftliches Handeln leitet.

Auch Torsten Schäfer und Michael Brüggemann nehmen den Journalismus und die Wissenschaft in die Pflicht. Schäfer hebt hervor, dass die Transformation in beiden Bereichen umfassend sein muss: Dazu gehören die Neuorganisation von Fachtagungen als „Sach- und Tattreffen“, sensible Sprachkritik, die das oft negative Mensch-Naturverhältnis hinterfragt, nature writing und neue Narrative. All diese Entwicklungen fußen auf einer „epochalen Zäsur“, in der Wissenschaft und Gesellschaft die Grenze zwischen Mensch und Natur auflösen.

Ergänzend dazu beschäftigt sich Michael Brüggemann mit den konkreten Anforderungen an transformativen Journalismus und transformative Kommunikationswissenschaft. In seinem „Plädoyer für eine bescheidene Weltverbesserung“ fordert er Journalist:innen und Wissenschaftler:innen auf, zu hinterfragen, mit welchen Themen sie sich eben nicht beschäftigen. Aus Sorge vor dem Vorwurf der Parteilichkeit dürfen sie sich nach Brüggemanns Auffassung nicht hinter einer falsch verstandenen Neutralität verstecken.

Forschungsergebnisse einer qualitativen Befragung unter Journalist:innen und einer Nachhaltigkeitsbeauftragten in einem Medienunternehmen präsentiert Alexandra Rank in ihrem

Aufsatz. Sie ist der Frage nachgegangen, ob sich ökologisches Handeln mit den Anforderungen an journalistische Qualität in Einklang bringen lässt: Wo sehen Medienschaffende Möglichkeiten und Grenzen ökologisch verträglich zu agieren und zugleich journalistische Qualität zu sichern?

Beatrice Dernbach betrachtet die Journalist:innen-ausbildung und zeigt an verschiedenen Beispielen, welche Herausforderungen mit der Implementierung von Nachhaltigkeitsjournalismus in die universitäre Ausbildung verbunden sind. Es gelte ein komplexes, interdisziplinär fundiertes Wissen zu vermitteln und zugleich die Anforderungen an hochwertigen Journalismus zu erfüllen.

Thomas Bohrmann zeigt in seinem Beitrag, dass Nachhaltigkeit in Werbung ein zentraler Wert ist. Mit ihm verschaffen sich Unternehmen ein „grünes Image“. Bohrmann entwickelt, ausgehend von der Diskussion zweier Beispiele, ethische Leitlinien für die Thematisierung von Umweltschutz und Nachhaltigkeit in Werbung.

Den Abschluss unseres Schwerpunktes bilden drei Innenansichten aus der Medienpraxis: Torsten Schäfer und Vanessa Kokoschka stellen das Medienforum „Grüner Journalismus“ der TU Darmstadt vor, das Journalist:innen Austausch und Orientierung für ihre Arbeit mit Nachhaltigkeitsthemen bietet. Christiane Schulzki-Haddouti hat die RiffReporter-Magazine „KlimaSocial“ und „Klima wandeln“ mitgegründet. Sie sieht transformativen Journalismus als Chance, ein Bewusstsein über die Notwendigkeit des Wandels hervorzurufen und konkrete Lösungsmöglichkeiten einzubringen. Über ihren Nachhaltigkeits-Blog „Tiny Green Footsteps“ schreibt Sonja Walke. Das Onlineprojekt bietet Handlungsempfehlungen und Erfahrungswerte zum nachhaltigen Konsum. Trotz mancher Schwierigkeiten zieht Walke eine positive Bilanz.