

**Initiative
»Nachhaltigkeit und
Journalismus«
(I N&J)**

**Durchführung einer Experten-Workshop-
Reihe und Erarbeitung einer Handreichung
für die Aus- und Weiterbildung**

***Abschlussbericht an die
Deutsche Bundesstiftung Umwelt***

UNESCO-Chair Higher Education
for Sustainable Development
Prof. Dr. Gerd Michelsen
Scharnhorststraße 1
21335 Lüneburg

Lüneburg, 03. September 2015



Inhaltsverzeichnis

1. Problemstellung und Zielsetzung	2
2. Projektanlage	4
3. Wissenschaftliche und praxisbezogene Ergebnisse	4
3.1 Literaturanalyse	4
3.2 Experten-Delphi	5
3.3 Workshop-Reihe	6
3.4 Fallanalyse.....	7
3.5 Strukturanalyse.....	10
3.6 Medienanalyse.....	14
3.7 Qualifikation	19
3.8 Transfer.....	19
3.9 Zusätzliches Arbeitspaket: Modellprojekt „regionales Nachhaltigkeitsmagazin“	20
Literaturverzeichnis	22
Übersicht über Veröffentlichungen und Aktivitäten des Projektes	22
Mitwirkende im Projekt	24

1. Problemstellung und Zielsetzung

Grüne Themen haben die Agenda erobert und Wirtschaft und Gesellschaft grundlegend verändert. Umwelt und Nachhaltigkeit sind zu Feldern geworden, an denen niemand mehr vorbeikommt. Der Journalismus hat auf das machtvolle Ergrünen reagiert, weshalb Fachzeitschriften von einer „Renaissance des Umweltjournalismus“ sprechen. Insbesondere die Integration des Themas in das unternehmerische Denken hat dazu geführt, dass „grüne“ Themen in der Mitte der Gesellschaft angekommen sind und stärker denn je diskutiert werden. Ob es um Autoverkehr, Aktienmärkte, Energieversorgung, Lebensmittel, Stadtplanung, Textilienmarkt oder Innenarchitektur geht – in vielen Bereichen hat die Frage nach nachhaltigen Produktions-, Verhaltens- und Denkweisen die Agenda erobert. Auch das Alltagsdenken ist beeinflusst, da die Frage nach einem grünen Lebensstil in den Vordergrund rückt – in Büchern über Bio-Kost, behördlichen Anleitungen zum Energiesparen oder Reisekatalogen, die Ökotourismus anbieten. Im Buch- und Filmsektor sind die Motive Wildnis und Natur prominent vertreten, was durch artverwandte Lifestyle-Trends wie Gärtnern eine Ergänzung erfährt.

Insgesamt ist zu erkennen, dass ein neuer, bleibender Themenstrang entstanden ist. Die Entwicklung ist vergleichbar mit dem Aufkommen des Themas „Bildung/Wissen“, das sich nach dem ersten PISA-Test in der öffentlichen Debatte festgesetzt und medial in Form neuer Themen-Seiten, Sendungen und Magazine niedergeschlagen hat.

Treibende Kraft hinter dem sozioökonomischen Thementrend sind auch besondere politische Entwicklungen. Die nukleare Katastrophe in Japan hat nicht nur das zuvor schon begonnene Greening der Parteienlandschaft beschleunigt, sondern auch eine historische Energiewende ausgelöst, die der politischen Diskussion eine neue, noch stärkere ökologische Komponente hinzugefügt hat, welche diese aktuell dominiert und, so ist anzunehmen, langfristig stärker als zuvor prägen wird.

Der zweite bedeutende Stimulus der politischen Sphäre ist der Klimawandel. Das Thema war teils so dominant, dass es andere grüne Fragestellungen überlagerte. So ambivalent seine Wirkung auf den Kanon der Nachhaltigkeitsthemen ist, so eindeutig ist seine enorm gestiegene Bedeutung für die nationale, europäische und internationale Politik. Bundesregierung, EU und UN haben durch die stete und prominente Behandlung der Erderwärmung dazu beigetragen, dass die Öffentlichkeit das Thema oft diskutiert. Die politische Bedeutung, die insbesondere durch den wissenschaftlich berichteten Tatbestand eines rasant fortschreitenden Klimawandels (IPCC-Berichte) und seiner Folgen (Bericht zu den Kosten der Klimafolgen von Sir Nicholas Stern), zustande kam, wurde durch die mediale Inszenierung des Themas 2006 und 2007 gestärkt. Stellvertretend hierfür seien der Oscar-prämierte Dokumentarfilm *Al Gores*, die Verleihung des Friedensnobelpreises an ihn und den Weltklimarat IPCC sowie die Berichterstattung über den Hurrikan Katrina und die Klimakonferenz von Bali genannt. Diese ungewöhnliche Verkettung wissenschaftlicher Großereignisse mit medialer Inszenierung hat dem Klimawandel eine starke Bedeutung verschafft. Er ist zu einem auch negative Themenzyklen überstehendem *Metathema* (Prof. Irene Neverla) geworden, an das andere Umweltthemen (z.B. biologische Vielfalt) angedockt werden und auf das der Journalismus besonders stark reagiert.

Das beschriebene Greening hat den Journalismus in mehrfacher Hinsicht erfasst, weshalb die Fachzeitschrift „Umweltjournalist“ von einer Renaissance desselbigen spricht. Zu unterscheiden sind drei Arten der Veränderung. Einerseits haben grüne *journalistische Inhalte* zugenommen, wie Studien etwa der Universität Dortmund zeigen (Elmer et al. 2008). Dies bedeutet auch, dass diese Inhalte breiter und vielfältiger als noch in den 1980er und 1990er Jahren dargestellt werden. Zu dieser Zeit war „Umwelt“ in Redaktionen ein eher monolithisches, gut abgegrenztes Thema mit einer klaren Konfliktkonstellation (Umwelt vs. Wirtschaft). Es gab Ressorts und Sonderseiten, die das Etikett Umwelt trugen; das journalistisch wichtige Randthema war klar verortet. Mittlerweile ist das Thema in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Etikettierung, Konfliktkonstellation und auch der Grad der Politisierung sind ein Stück weit verloren gegangen. Durch das Eindringen in neue Gesellschaftsbereiche ist aus dem Umweltthema ein multidimensionaler Strang geworden, der neue und höhere Ansprüche an Journalisten und Medienmacher stellt. Unter anderem, weil nun fast alle Ressorts betroffen sind, verstärkt umweltökonomisches Sachwissen verlangt und durch das Aufkommen des Klimawandels auch neues naturwissenschaftliches Wissen mitgebracht werden muss. Mit der inhaltlichen Differenzierung steigt außerdem der Anspruch, die Wechselbeziehungen zwischen den Einzelthemen darzustellen.

Die beschriebene Entwicklung hat auch dazu geführt, dass sich *journalistische Formen* öfter grünen Themen widmen. Sonderseiten, Serien, Porträt-Reihen, Extra-Hefte und Weblogs mit Namen wie „Grüne Revolution“, „Green Minds“, „Grünes Leben“, „Grüne Geschäfte“ oder „Öko-Sex“ sind Standard in überregionalen Medien wie ZEIT, Süddeutsche Zeitung, tageszeitung oder auch Financial Times Deutschland. Den grünen Sinneswandel in der konservativen Wirtschaftspresse thematisiert die aktuelle Ausgabe des „Umweltjournalisten“. Auch Magazine wie GEO, die Nachhaltigkeitsthemen schon lange im Blick haben, bauen dieses Segment mit neuen Rubriken und Seiten in nationalen wie internationalen Ausgaben aus.

Neben dem Aufkommen solcher Formen verändert sich auch der *journalistische Rahmen*. Neue Sendungen, Magazine und Online-Portale sind entstanden, die sich nachhaltiger Lebensweise, ökologischen Fragen und Natur-Themen widmen. Beispiele hierfür sind zeo2, ZOÓN, Enorm, wirklimaretter.info oder Utopia.de. Die Liste ist bedeutend länger. Insbesondere dann, wenn Magazine wie die sehr erfolgreiche „Landlust“ dazugezählt werden, die auf ihre Weise eine grüne Botschaft transportieren. Gerade dieses Segment steht für die Etablierung eines neuen, diffusen Lebensgefühls, das nicht nur, aber auch für Nachhaltigkeit und Umwelt steht. Vervollständigt wird das Bild durch artverwandte Bereiche, die auch ergrünen: Das Dokumentarfilm-Segment macht mit vielen Produktionen auf sich aufmerksam. Gleiches gilt für Reise- und Sachbücher. Die Thematik eines nachhaltigen Lebensstils wird partiell auch in Koch-Büchern und Sendungen transportiert, die einen Boom erleben.

Das Spektrum der journalistischen Reaktion auf den Thementrend ist somit breit und anregend. Ist es aber auch gehaltvoll und treffend? Vor welche Herausforderungen stellt er Journalistinnen und Journalisten und deren traditionelle Ausbildung? Die Initiative Nachhaltigkeit und Journalismus ging diesen Fragen nach. Doppelte Zielsetzung des Vorhabens war es, einen dauerhaften Dialog mit Akteuren aus der journalistischen Praxis über Wesen und Wege eines Nachhaltigkeitsjournalismus zu initiieren und konkrete Anregungen, Hilfestellungen und Lernmaterialien zur Förderung eines qualitativ hochwertigen Nachhaltigkeitsjournalismus zu entwickeln.

2. Projektanlage

Das Vorhaben wurde als Innovationsvorhaben konzipiert. Mit dem Innovationsbegriff war der Anspruch verbunden, Ideen, Ansätze und deren Verbreitung als Gesamtkomplex zu betrachten und zu befördern. Das Vorhaben widmete sich der Idee eines qualifizierten und kompetenten Nachhaltigkeitsjournalismus. Es ging der Frage nach, vor welche Herausforderungen Journalistinnen und Journalisten durch die Renaissance von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen gestellt sind, identifizierte daraus erwachsende Qualifizierungsbedarfe und explorierte im Rahmen einer Situations- und Fallanalyse bestehende Qualifizierungsangebote für Journalistinnen und Journalisten im Kontext nachhaltiger Entwicklung und unterstützte die Verbreitung der dabei gewonnenen Erkenntnisse im Rahmen von Workshops und durch die Entwicklung von Praxismaterialien. Zusätzlich aufgenommen wurde im Laufe des Vorhabens die Entwicklung eines regionalen Nachhaltigkeitsmagazins als Modellprojekt.

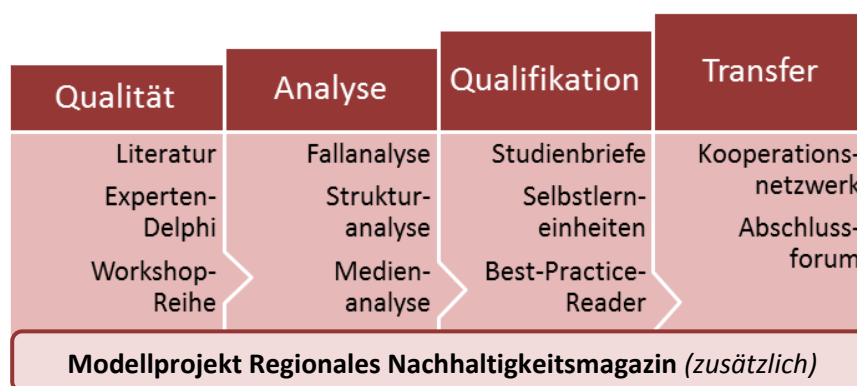


Abb. 1: Übersicht über die Module und Arbeitspakete im Projekt

Durch diese Arbeitspakete und Module (siehe Abb. 1) leistete das Vorhaben einen Beitrag zur weiteren Qualitätsentwicklung im Bereich der journalistischen Aus- und Weiterbildung (DBU-Förderbereich 8) und damit auch zur Stärkung innovativer journalistischer Beiträge im Bereich der Umweltkommunikation (DBU-Förderbereich 7).

3. Wissenschaftliche und praxisbezogene Ergebnisse

Die folgende Darstellung der wissenschaftlichen und praxisbezogenen Ergebnisse orientiert sich an den im Projekt bearbeiteten Modulen und Arbeitspaketen (s. Abb. 1). Dabei werden die Ergebnisse der Module *Qualität* und *Analyse* gesondert, die der Arbeitspakete der Module *Qualifikation* und *Transfer* hingegen zusammenfassend dargestellt.

3.1 Literaturanalyse

Ziel des Arbeitspaketes war es, einen Überblick über das Feld und den Stand der Debatte zur journalistischen Auseinandersetzung mit dem Leitbild der Nachhaltigkeit zu gewinnen und diesen als Beitrag für die Entwicklung von Qualitätskriterien fruchtbar zu machen. Leitende Fragestellungen dabei waren: Welche Verständnisse von Nachhaltigkeitsjournalismus prägen die wissenschaftliche Debatte und vor welche Herausforderungen sieht diese den Journalismus durch den Nachhaltig-

keitsdiskurs gestellt; darüber hinaus: welche Anforderungen an Journalist_innen ergeben sich daraus? Welcher Forschungsbedarf ergibt sich daraus hinsichtlich der Wirkung, die Journalismus für eine nachhaltige Entwicklung entfalten kann, der Art und Weise und den Bedingungen, unter denen er funktionieren kann? Als Datengrundlage diente eine Datenbank mit etwa 150 Titeln, die in der ersten Projektphase mit Hilfe eines mehrstufigen Screenings erstellt worden war. Etwa 50 Texte wurden als unmittelbar einschlägig identifiziert und für den Codierungsprozess aufbereitet. Dabei wurde zunächst anhand einer Textauswahl die Kategorienbildung vorgenommen (Pre-Analysis). Zwei Codierer codierten unabhängig voneinander die ausgewählten Texte, zum einen deduktiv entlang der Ergebnisse der Expert_innen-Befragung (Delphi) und zum anderen induktiv nach der In-Vivo-Methode (Thomas 2006) sowie darüber hinaus abduktiv zur Ausdifferenzierung und Schärfung der Codes. Die Codes wurden per Face Validity überprüft und korrigiert. Nach der Überprüfung eines weiteren Text-Samples erfolgte dann die vollständige Codierung der Titel aus der erstellten Datenbank entlang von zwölf Codes. Um die Fülle des ausgewerteten Materials angemessen reduzieren zu können, wurden die gewonnenen zwölf Codes für die Ergebnisdarstellung in vier große Bereiche gruppiert und weiter verdichtet: (1) Nachhaltigkeitsverständnisse im Feld des Nachhaltigkeitsjournalismus, (2) Praxis des Nachhaltigkeitsjournalismus (v.a. Coverage, Nachrichtenwert, Frames, Wirkung), (3) Normative Verständnisse von Nachhaltigkeitsjournalismus (v.a. zum Begriff, Nachhaltigkeit als Herausforderung für Medienunternehmen, Inhalt vs. Perspektive, Rollenkonflikte) sowie (4) Qualifikatorische Anforderungen an Nachhaltigkeitsjournalist_innen (v.a. Sach- und Fachkompetenz). Die Ergebnisse der Literaturanalyse flossen in verschiedene Arbeitspakete ein, u.a. in die Studienbriefe, die Workshops und die Medienanalyse. Ein eigener Beitrag im Ende 2015 erscheinenden Abschlussband der Initiative (Michelsen & Fischer 2015) stellt die Ergebnisse mit einem Schwerpunkt auf Nachrichtenwerte und Framings von Nachhaltigkeitsthemen in kompakter Form dar.

3.2 Experten-Delphi

Als eines der ersten Arbeitspakete wurde zu Beginn des Projektes ein Experten-Delphi durchgeführt, um begleitend und ergänzend zur Literaturanalyse eine systematische Bestandsaufnahme von Einschätzungen des Praxisfeldes (Berufspraktiker_innen und Wissenschaftler_innen in diesem Bereich) vorzunehmen. In Anlehnung an das wissenschaftliche Verfahren der Delphi-Befragung wurden insgesamt 42 Personen aus der Praxis und Forschung im Bereich Nachhaltigkeit und Journalismus in einer ersten Runde dazu befragt, wie es gelingen kann, Nachhaltigkeit bzw. nachhaltige Entwicklung erfolgreich in die Medien zu bringen. Der Rücklauf umfasste 29 ausgefüllte Online-Fragebögen (Rücklaufquote von 67%, darunter Medien bzw. Publikationsorgane wie Enorm, Tagesspiegel, taz, Handelsblatt, GEO, SWR, Oya, ZDF). Die Auswertung der 29 Online-Fragebögen, die im Rahmen der 1. Phase des Delphis erhoben wurden, ergab zahlreiche Hinweise auf Forschungs- und Qualifikationsbedarfe. Die Ergebnisse wurden in der 2. Phase des Delphis vor einer Runde von 20 Expert_innen im Fachgespräch (siehe Kap. 3.3) vorgestellt und im Rahmen der Veranstaltung kontrovers diskutiert. Damit konnten die quantitativ und qualitativ vorliegenden Ergebnisse validiert, überprüft und zum Teil korrigiert werden. Das Ergebnis dieser Delphi-Studie ist ein dringender Qualifizierungsbedarf unter Medienschaffenden. Statt eines eindeutig definierten Nachhaltigkeitsverständnisses dominieren Abstumpfung, Überforderung und Wissensdefizite im journalistischen Diskurs um Nachhaltigkeit. Unter den Nachhaltigkeitsjournalist_innen lassen sich

drei Lager mit unterschiedlichen Ausprägungen erkennen: konservative, reform-orientierte und transformative Nachhaltigkeitsjournalist_innen. Während es für konservative Nachhaltigkeitsjournalist_innen kaum spezifischer Anpassungen bedarf und Nachhaltigkeit ein Thema wie jedes andere ist, sehen die beiden anderen Lager mehr Handlungsbedarf. Für reform-orientierte und transformative Nachhaltigkeitsjournalist_innen stellt dieser Journalismus eine generelle Querschnittsaufgabe dar. Keine neuen Ressorts oder eine neue Berufsgruppe, sondern geeignete Nischen in Massenmedien sowie neue Kanäle müssen erschlossen werden, um das Leitbild Nachhaltigkeit generell und seine spezifischen Themen flächendeckend in die Medienlandschaft zu integrieren. Interdisziplinäres Arbeiten und eine gewisse Visions- oder Zukunftskompetenz zeichnen Nachhaltigkeitsjournalismus ebenso aus. Nachhaltigkeitsthemen erfordern besonders für das reform-orientierte und das transformative Lager einen Tempowechsel im Journalismus, der Abstand gewinnt von einer Ökonomisierung der Medienlandschaft und sowohl schnelllebige als auch tiefgründige Kommunikation ermöglicht. Qualifizierungsangebote, Netzbildung und Experimentierräume für Journalist_innen können dazu beitragen, Nachhaltigkeit auch trotz der schwierigen Bedingungen wirkungsvoll in die Medien zu bringen. Kennzeichnend für transformative Nachhaltigkeitsjournalist_innen ist, dass sie über den Nachrichten- und meinungsorientierten Journalismus teilweise hinaus gehen und mit nachhaltigkeitsbezogenem Embedded Journalism experimentieren, der auch Gestaltungsmöglichkeiten für die Rezipienten aufzeigt. Der Report zum Delphi ist im Jahr 2013 als INFU-Diskussionsbeitrag erschienen (Humburg et al. 2013). Eine Kurzzusammenfassung des Berichtes wurde bereits als redaktioneller Beitrag für das Portal „Grüner Journalismus“ aufbereitet (<http://gruener-journalismus.de/welchen-journalismus-braucht-die-nachhaltigkeit>).

3.3 Workshop-Reihe

Im Rahmen der Initiative wurden eine Reihe größerer und kleinerer Workshops durchgeführt. Übergreifendes Ziel dieser Workshops war es, Zwischenergebnisse oder wesentliche Themengebiete der Initiative zu diskutieren und über das Zusammenbringen verschiedener Akteure die Bildung eines Netzwerkes von Nachhaltigkeitsjournalist_innen zu befördern. Der erste Workshop fand am 4. Juni 2013 im Leibnizhaus in Hannover statt. Er widmete sich der Frage nach dem Wesen und den Qualitätskriterien des Nachhaltigkeitsjournalismus. 20 Teilnehmer_innen aus der journalistischen Praxis und Forschung sowie zentralen Medienkanälen (Print – lokal und überregional, Magazin- und Tagespresse, Online, Hörfunk) waren vertreten. Der Workshop zeichnete sich durch die aktive Teilnahme der Gäste aus und bestätigte damit die Relevanz des Themas sowohl in der Praxis als auch in der Wissenschaft. Auf dem Workshop wurden seitens des Teams der Initiative die Ergebnisse der 1. Phase des Delphis vor- sowie fünf darauf aufbauende kontroverse Thesen aufgestellt, die die Diskussion und den Dialog mit und zwischen den Teilnehmenden anstieß und strukturierte. Der zweite Workshop fokussierte auf die Anforderungen an Nachhaltigkeitsjournalist_innen und fand im November 2013 in Lüneburg statt. Der Intensiv-Workshop richtete sich ausdrücklich an Nachwuchsjournalist_innen, die bereits das Leitbild der Nachhaltigkeit journalistisch bearbeiten. Ziel war das Herausarbeiten von konkreten Anforderungen an Aus- und Weiterbildungsangeboten. Der Workshop orientierte sich an Fragen bezüglich der Ausgangslage der Teilnehmenden (berufliches Ziel, Ausbildung, Arbeitgeber und Berufserfahrungen, Beispiele), Kompetenzen speziell um Nachhaltigkeit journalistisch aufzubereiten, den Bedingungen unter

denen Nachhaltigkeitsjournalismus gelingen kann sowie an Reaktionen, die nachhaltigkeitsjournalistischen Beiträgen hervorrufen sowie Wünsche und Bedürfnisse für die nachhaltigkeitsjournalistische Profilsstärkung. Der dritte Workshop, der am 26. September 2014 in Berlin stattfand, brachte eine Kerngruppe renommierter und engagierter Nachhaltigkeitsjournalist_innen zusammen mit dem Ziel, die Gründung eines Netzwerkes (analog zu einem Berufsfachverband) vorzubereiten (siehe hierzu auch Kap. 3.9). Ein weiterer Workshop wurde im Rahmen des neu aufgenommenen Modellprojektes „regionales Nachhaltigkeitsmagazin“ durchgeführt (siehe entsprechenden Abschnitt unten sowie Anlage C).

3.4 Fallanalyse

Der erste Durchgang des Zertifikatsstudiums Nachhaltigkeit und Journalismus an der Professional School der Leuphana dient als modellhaftes Angebot im Bereich der Weiterbildung und wird daher im Rahmen der Fallanalyse untersucht. Ziel ist es, übergreifende Empfehlungen für die Konzeption von Aus- und Weiterbildungsangeboten zu entwickeln und im Modul Qualifikation modellhaft umzusetzen. Die Fallanalyse fokussierte sich auf die Fragestellung, inwieweit das Programm erfolgreich dabei ist, Teilnehmer_innen die Entwicklung von relevanten Kompetenzen zur Verbindung von Nachhaltigkeitswissenschaften und journalistischer Praxis zu ermöglichen. Dazu wurden Studierende des Zertifikats unter anderem zum Curriculum und dem angewendeten Lehrmethoden-Mix befragt.

Im Zuge der Studienprogrammevaluation wurden an die Teilnehmer_innen Fragebögen mit Selbsteinschätzungsfragen (offene und geschlossene Fragen) vor Programmbeginn (pre-survey), unmittelbar nach dem Abschluss (post-survey) und ein Jahr nach dem Abschluss des Programms (follow-up-survey) ausgeteilt. Aufgrund der geringen Teilnehmer_innenzahl und abnehmenden Antwortraten sind Daten teilweise nur von wenigen Teilnehmer_innen vorhanden (vor allem bei der follow-up-survey). Zusätzliche Daten sind von den einzelnen Evaluationen der sieben Module verfügbar. Darüber hinaus liegen Informationen vor, die aus unstrukturierten und nicht-standardisierten Befragungen stammen (z. B. zahlreiche Gespräche der Programmkoordination mit den Teilnehmer_innen, Alumni und Expert_innen, Reflektionen von Studierenden im Rahmen von Lerntagebüchern und des Abschluss Symposiums der Initiative im März 2015). Auf der Grundlage dieser verschiedenen Informationsquellen wurde das Bildungsprogramm kritisch reflektiert und Anregungen für die zukünftige Gestaltung entsprechender Angebote gewonnen.

Über drei Jahrgänge hinweg wurden bezogen auf einzelne Module des Programms Evaluationsfragebögen eingesetzt, in denen offene und geschlossene Fragen verwendet wurden. Ziel war es herauszufinden, wie gut die Ziele für die jeweiligen Module erreicht worden waren. Die Konzeption der Zielerreichung umfasste dabei Aspekte sowohl zu der allgemeinen Zufriedenheit der Studierenden mit den Zielen und den Inhalten als auch die Evaluation der wahrgenommenen praktischen Relevanz und der beruflichen Anwendungspotenziale des jeweiligen Moduls. Darüber fragte die Evaluation auch nach der Wahrnehmung der Studierenden in Bezug auf Leistung der Dozierenden. Im Durchschnitt beantworteten fast zwei Drittel (63,5 %) der Teilnehmer_innen den jeweiligen Fragebogen, der ihnen am Ende eines jeden Moduls ausgehändigt wurde. Die allgemeine Zufriedenheit der Studierenden mit dem jeweiligen Modul ist in Tabelle 3 dargestellt. Tabelle 4

zeigt, wie wertvoll die Teilnehmer_innen das jeweilige Modul für ihren beruflichen Kontext erachten.

Modul	Jahrgang 2012/13	Jahrgang 2013/14	Jahrgang 2014/15
<i>Wie zufrieden sind sie insgesamt mit den Zielen, der Struktur und dem Inhalt des Moduls?</i>			
M1 Nachhaltigkeitsnaturwissenschaften	4,7	4,1	4,7
M2 Nachhaltigkeitshumanwissenschaften	4,2	4,0	4,6
M3 Nachhaltigkeitskommunikation	3,1	1,9	4,7
M4 Nachhaltigkeitsjournalismus und PR	2,9	3,5	k.A.
M5 Case Studies	4,4	3,9	4,8
M6 Vertiefung Recherche und Stilistik	4,4	4,3	4,8
M7 Abschlussprojekt	4,4	k.A.	4,6
Modulmittelwert	4,0	3,7	4,7

Tabelle 1: Generelle Zufriedenheit mit den Modulen (1 = geringste, 5 = höchste Zufriedenheit)

Bemerkenswert ist, dass die Bewertung am Anfang des Semesters jedes Jahr positiver ausfällt als die Bewertung nach den wissenschaftlichen Einführungen am Ende des Semesters. Insbesondere das Modul "Einführung in die Nachhaltigkeitskommunikation" (M3) erhält in den beiden ersten Jahrgängen eine schlechtere Bewertung. Mit der dritten Kohorte wurde das Modul abgeändert durchgeführt, was zu einer Verbesserung der Bewertung führte. Eine weitere allgemeine Beobachtung ist, dass die Projekte, die während des zweiten Semesters durchgeführt wurden, vergleichsweise hohe Zufriedenheitsraten erreichten. Darüber hinaus ist es jedoch fraglich, ob die Resultate für den beruflichen Vorteil eines jeden Moduls nicht sonderlich stark von der allgemeinen Zufriedenheit abweichen, weil es ein wesentlicher Faktor für die Zufriedenheit ist oder weil Menschen dazu neigen, ähnliche Antworten in verschiedenen Kategorien eines Fragebogens zu geben.

Modul	Course 2012/13	Course 2013/14	Course 2014/15
<i>Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der praktischen Relevanz und der Anwendbarkeit des Moduls?</i>			
M1 Nachhaltigkeitsnaturwissenschaften	4,3	3,6	4,4
M2 Nachhaltigkeitshumanwissenschaften	3,9	3,5	4,6
M3 Nachhaltigkeitskommunikation	3,1	2,1	4,3
M4 Nachhaltigkeitsjournalismus und PR	3,1	3,4	k.A.
M5 Case Studies	4,1	3,9	4,9
M6 Vertiefung Recherche und Stilistik	4,4	4,3	4,8
M7 Abschlussprojekt	4,4	k.A.	4,6
Modulmittelwert	3,9	3,6	4,6

Tabelle 2: Zufriedenheit mit der praktischen Relevanz und Anwendbarkeit des Gelernten in den Modulen (1 = geringste, 5 = höchste Zufriedenheit)

Zusätzlich zu der Evaluation eines jeden Moduls, wurden die Daten von einer pre, post und follow-up Studie bewertet. Datensätze von allen drei Messungen sind nur für die erste Kohorte verfügbar. Die follow-up Studie für die zweite Kohorte ist für September 2015 angesetzt. Einschränkungen ergeben sich aus der geringen Rücklaufquote der follow-up Studie, da sich lediglich fünf der 18 ehemaligen Teilnehmer_innen beteiligt haben. Die Resultate zeigen einen geringen Unter-

schied zwischen den Erwartungen der Teilnehmer_innen vor Programmstart und denselben Aspekten in der Retrospektive. Der allgemeine Eindruck der Studierendenbefragung zu der Bedeutung des Studienprogramm für ihre Arbeit ist positiv: Vier von fünf Personen würden das Programm weiterempfehlen und gaben an, dass die persönliche Entwicklung und das präsentierte wissenschaftliche Fachwissen am wichtigsten waren. Auch haben vier von fünf Teilnehmer_innen gesagt, dass sich ihre Arbeitssituationen innerhalb des Jahres nach dem Programm positiv verändert haben. Sie haben sowohl mehr Kundenanfragen als auch neue Themen und einen stärkeren Fokus auf Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung registriert.

Welche Schlüsse lassen sich aus der Fallanalyse ziehen? Das Curriculum mit sieben Lehrmodulen ist so gestaltet, dass es sowohl journalistische Kompetenzen als auch Kernkompetenzen für eine nachhaltige Entwicklung fördert. Nach drei Jahren dauert das Programm immer noch an und zahlreiche Alumni geben an, dass sie von dem Programm profitiert haben. Auch wenn es Einschränkungen bezüglich der Rücklaufquote gab, kann darüber hinaus durch den Vergleich der Eingangs- und der Folgebefragung gesagt werden, dass zumindest die hohen Erwartungen des ersten Jahrgangs nicht vollständig erfüllt werden konnten. Gespräche mit den teilnehmenden Journalist_innen zeigen, dass ein Grund für die vielfältigen Erwartungen der allgemeine Wandel und die sich entwickelnden Unsicherheiten innerhalb des Feldes des Journalismus sind (vgl. Lünenborg 2012). Professionelle Journalist_innen sind zunehmend darauf angewiesen, sich selbst zu bewerben und neue Fähigkeiten und Nischen zu entwickeln. Im Hinblick auf diese Daten, könnte man schlussfolgern, dass das Universitätszertifikat nützlicher ist als die Studierenden erwartet haben. Ein weiterer Grund kann in der hohen Heterogenität der Gruppe und der entsprechenden Vielfalt der Erwartungen gesehen werden: Die Teilnehmer_innen sind zwischen 28 und 50 Jahre alt und besitzen unterschiedliche professionelle Expertise („traditionelle“ Journalist_innen, Online Journalist_innen, Public Relations).

Abgesehen davon haben die Alumni erklärt, dass sie mit einer bestimmten Sichtweise auf Nachhaltigkeit ausgestattet worden sind, mit der sie Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung in einer Vielzahl von Themen sehen können. Diese Kompetenz des systemischen Denkens führt zum einem zu interessanteren Reportagen und zum anderen – was wohl auch am Wichtigsten ist – zu einem besseren Verständnis von Problemen und Lösungen für eine nachhaltige Entwicklung.

Hinsichtlich der Lehrmodule lässt sich feststellen, dass im ersten Jahr insbesondere die Module der zweiten Phase, die auf die praktische Expertise fokussieren, noch nicht hinreichend auf die Bedürfnisse der Teilnehmer_innen zugeschnitten waren. Dies zeigt sich in Äußerungen, denen zufolge die Studierenden das Lehrniveau als zu grundlegend für ihre berufliche Erfahrung wahrgenommen haben. Die Evaluationsdaten zeigen, dass die Module mit einem stärkeren Nachhaltigkeitsfokus durchweg besseres Feedback erhalten haben. Eine der wesentlichen Herausforderungen besteht folglich darin, die beiden Sphären der Nachhaltigkeitsforschung und der journalistischen Umsetzung auch curricular enger aufeinander zu beziehen. Dies ist beispielhaft in der Umgestaltung des Moduls zur Nachhaltigkeitskommunikation (M3) geschehen, das sich kontinuierlich über die drei Jahre hinweg verändert hat. Im ersten Jahr wurde das Konzept, gemäß der Rückmeldung der Teilnehmer_innen, als zu weit weg von den Bedürfnissen der in der Medienbranche Beschäftigten wahrgenommen. Im zweiten Jahr konnte das neue Konzept aufgrund kurzfristiger Organisationsänderungen nicht wie geplant umgesetzt werden. Im dritten Jahr wurde das Konzept

grundlegend neu ausgerichtet und umgesetzt. Die Resultate der Evaluation legen nahe, dass die Änderungen erfolgreich waren. Bestandteile des Moduls waren nicht nur theoretische Arbeit, sondern auch ein fallstudienbezogener Workshop mit einer Exkursion und einer praktischen Aufgabe. Jede Person schrieb einen Artikel über einen Fall und analysierte ihn im Nachhinein aus der Perspektive der Wissenschaftskommunikation. Das Modul schaffte sehr enge Verbindungen zwischen Wissen, Praxis und Reflektion – eine Mischung oder Rezeptur, welche als beispielhaft für die Gestaltung von Aus- und Weiterbildungsangeboten betrachtet werden kann.

3.5 Strukturanalyse

Zielsetzung der Strukturanalyse¹ war die Erfassung des aktuellen Standes der journalistischen hochschulgebundenen Ausbildung sowie berufspraktischen Weiterbildung zum Themenfeld „Umwelt und Nachhaltigkeit“ in Deutschland. Erfasst wurden daher nicht Angebote in deutschsprachigen Nachbarländern oder Angebote deutscher Träger, die, unabhängig vom Veranstaltungsort, sich dezidiert an ausländische Journalisten wenden. Solche Angebote machen etwa die politischen Stiftungen, die in Deutschland aktiv sind und insbesondere die Deutsche Welle Akademie, die 2012 auch die zentrale bundesministerielle Förderung der internationalen umweltjournalistischen Förderung von der GIZ mit ihrem Internationalen Institut für Journalismus (IJ) übernommen hat. Aus dem Analyserahmen fielen auch Angebote, die sich allgemein an Kommunikationsfachleute richten und v.a. auf die PR-Szene als Kundschaft abzielen.

Die Strukturanalyse wurde zwischen November 2012 und März 2013 durchgeführt. Um den eigenen Analyserahmen abzustecken und zu eruieren, ob nicht doch Kurse für deutsche Journalisten angeboten werden, wurde ein Gespräch mit dem früheren IJ-Referenten Hans-Jürgen Bösel geführt. Im Rahmen der Weiterbildungsanalyse fanden weitere telefonische und persönliche Recherchegespräche mit Manfred Redelfs (Vorstand Netzwerk Recherche), Carla Reckert (Journalistenakademie Friedrich-Ebert-Stiftung), Rita Weinert (Medienbüro Hamburg) und Béatrice Dernbach (Hochschule Bremen) statt.

Immer ging es um die Frage, ob die eigenen Institution Kurse anbietet oder andere Weiterbildungsstätten bekannt sind, die entsprechende Angebote machen. Weitere große journalistischen Weiterbildungsträger wurden direkt per Mail angeschrieben. Zu ihnen zählten die Wissenschaftspressekonferenz, die Henri-Nannen-Schule, die Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage e. V., die zentral die Weiterbildung für Volontäre organisiert und die Akademie für Publizistik in Hamburg.

Flankiert wurden diese Gespräche durch eine dreimonatige, immer wieder aktualisierte Online-Recherche, die allgemeine Suchmaschinen ebenso umfasste wie die spezifische Suche auf den Seiten potenzieller Anbieter wie etwa der FAZIT-STIFTUNG oder zuvorderst der Weiterbildungsübersicht der Deutschen Journalisten Verbandes (DJV)². Die dortige Suche sowie die Suche auf dem Portal newsroom.de, einem der größten Medienportale überhaupt, bedeutet die Analyse von bereits umfangreich aggregierten Weiterbildungsangeboten und war daher für die Validität

¹ Die eigenen Lüneburger Aktivitäten wurden nicht gesondert abgebildet, da sie am Ort dieser Forschung selbst geschehen und dokumentiert werden.

² <http://www.djv-seminare.de/>

der hiesigen Ergebnisse besonders wichtig. Die Online-Recherche griff auch auf das Hilfsmittel der Alter-Dienste zu. Immer, wenn sich zu den Bereichen „Umweltjournalismus“, „Nachhaltigkeitsjournalismus“ etwas Neues tat, gab der Dienst „Google Alert“ Nachricht. Entsprechend aktuell ist der Überblick, der hier nun gegeben wird.

Im Rahmen der hochschulgebundenen Ausbildungsanalyse gab es zwei Recherchestränge: die eben beschriebene Online-Suche mit der Suche in allgemeinen Suchmaschinen sowie der spezifischen Suche auf entsprechenden Seiten wie etwa denen des DJV oder einiger Medienstudienführer³. Zweitens wurden im Vorfeld die Medienhochschulen kontaktiert, die nach dem eigenen Wissen bereits Angebote zu Umwelt und Nachhaltigkeit angeboten hatten. Sie wurden (siehe Anhang) dann neben möglichen Forschungsprojekten u.a. auch nach weiteren neuen, dem Autoren möglicherweise noch nicht bekannten Ausbildungsstätten gefragt.

Folgende Hochschulen wurden im Dezember 2012 kontaktiert: Universität Dortmund (Institut für Journalistik), Universität Hamburg (Institut für Journalistik), Freie Universität Berlin, Technische Universität Ilmenau, Hochschule Darmstadt, Hochschule Bremen, Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg, Hochschule Ansbach. Die Antworten gingen bis Ende Februar ein, wobei doppelt nachgefasst wurde per Mail im Falle einer fehlenden Antwort sowie nochmals telefonisch.⁴

Zur Situation in den Hochschulen

Verwundert hat über lange Zeit, dass die hochschulgebundene journalistische Aus- und Weiterbildung in Deutschland kaum auf den grünen Thementrend in Gesellschaft und Medien reagiert hat; explizite Studiengänge etwa fehlten ganz im Unterschied zu den USA etwa, wo zahlreiche umweltjournalistische Programme angeboten werden. Doch die Situation ändert sich derzeit, wie die Auswertung der Strukturanalyse zeigt. Es ist ein Engagement der Hochschulen zu erkennen, aktiver zu werden und damit dem „Greening“ in Gesellschaft und Öffentlichkeit zu folgend. Alle Entwicklungen geschahen im Zeitfenster 2004 bis 2012.

Mit dem Lüneburger Studienprogramm „Nachhaltigkeit und Journalismus“ gibt es derzeit nur ein explizites hochschulgebundenes Studienangebot zum Themenkreis, das allerdings dem Spektrum der Weiterbildung zuzurechnen ist. Ein eigenständiges mediales Vollstudium zu Umwelt und/oder Nachhaltigkeit existiert nach wie vor nicht. Allerdings sind an zwei Hochschulen (Ansbach und Bonn-Rhein-Sieg) wählbare Schwerpunktmodule neu entstanden. Daneben ist die Thematik regelmäßiger Gegenstand und Hauptfokus einzelner Angebote, die etwa Wissenschafts- und Umweltjournalismus heißen wie an der Universität Hamburg (siehe Anhang). Die dritte Ebene der Vermittlung ist die Integration der Inhalte in bestehende Seminare, in denen dann Umwelt und Nachhaltigkeit eines von mehreren Schwerpunktthemen ist.

Die Ausbildungsanalyse bestätigt weitestgehend das bereits vorhandene, durch eigene vorherige Recherchen und entsprechende Aktivitäten (Abschlussarbeit, Lehraufträge, Blogging) gesammelte

³ <http://www.djv.de/startseite/infos/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/journalistenschulenstudium.html>,
<http://www.medienstudienfuehrer.de/> <http://www.medienhochschulkompass.de/>

⁴ So kamen alle Antworten zusammen bis auf die Nachricht der Hamburger Professorin Irene Neverla, die sich nach einem Krankenhausaufenthalt in einer Rehakur befindet. Die Hamburger Angebote sind jedoch über das Internet gut zu finden; außerdem besteht zwischen dem Autoren und Neverla seit 2010 Kontakt u.a. bezüglich umweltjournalistischer Seminare und Vorträge an der Universität Hamburg

Erfahrungsbild, denn die Frage nach neuen Angeboten an anderen Stätten brachte keine Ergebnisse. Die deutsche journalistische Aus- und Weiterbildung zum Themenkreis „Umwelt und Nachhaltigkeit“ konzentriert sich damit derzeit auf die acht avisierten und angeschriebenen Hochschulen. Dort ist eine neue starke Dynamik vorhanden, die sich allerdings noch nicht im Aufbau vollwertiger Studiengänge niederschlägt. Ganz aktuell werden, bis auf Darmstadt, allerdings keine dezidierten neuen Formate für die nähere Zukunft geplant; womöglich gibt es im Rahmen des Trends eine erste strukturelle Sättigung.

Ein weiterer Punkt fällt auf: Insgesamt herrscht eine naturwissenschaftlich-technische Sichtweise vor, was im Sinne einer nachhaltigen Betrachtung kritisch zu bewerten ist. Sozial- und kulturwissenschaftliche Perspektiven bleiben, wie in der öffentlichen Diskussion insgesamt, auch im Rahmen des deutlichen Ausbildungstrends unterbelichtet. Tabelle 3 fasst die Formen, Inhalte und Orte der Angebote zusammen.

Hochschule	Studiengang	Angebotsart	Forschungsprojekte
Dortmund	Wissenschaftsjournalismus (BA, MA)	Integriert	Mediendoktor Umwelt
Hamburg	Medien- und Kommunikationswissenschaft (BA, MA)	Explizit und integriert	Verschiedene Projekte innerhalb des Klimaschwerpunktes Clisap
Ilmenau	Medien- und Kommunikationswissenschaft" (BA), Media and Communication Science (MA)	Explizit und integriert	Drei Projekte zu Energie, Umwelt, Klima
Berlin	Kommunikationswissenschaft (BA/MA)	Explizit	Keine Projekte
Darmstadt	Online- und Wissenschaftsjournalismus (BA)	Explizit	Rechercheplattform Forum Futura
Ansbach	Ressortjournalismus (BA)	Wählbarer Studienschwerpunkt	Keine Projekte
Bonn-Rhein-Sieg	Technikjournalismus (BA)	Wählbarer Studienschwerpunkt	Keine Projekte
Bremen	Journalistik (BA)	Explizit	Keine Projekte

Tabelle 3: Struktur der umweltjournalistischen hochschulgebundenen Ausbildung⁵

⁵ Die Fragen nach Credit Points und zeitlichen Umfängen wurden nur in Einzelfällen genauer beantwortet, weshalb sie hier in dieser Zusammenfassung nicht gesondert nebeneinander verglichen werden.

Die Situation in der Weiterbildung

Nach den hiesigen Recherchen haben große bekannte Medienbildungsträger wie etwa die Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage (ABZV), das Netzwerk Recherche oder die Henri-Nannen-Schule keine gesonderten Lerneinheiten aus dem Themenfeld Umwelt und Nachhaltigkeit im Angebot. Hervor tut sich zwar die Wissenschaftspressekonferenz (WPK) mit Recherchereisen, die öfter einen Umweltschwerpunkt haben. Beispiele dafür sind Exkursionen zu Themen wie Ozeanversauerung (Deutschland) oder Regenwald/Biodiesel (Brasilien) geht. Hinzu kommen bei der WPK Hintergrundgespräche zu Themen wie Dioxine, Urban Mining oder Klimakonferenzen. Zu betonen ist dabei allerdings, dass die Veranstaltungen nur WPK-Mitgliedern offen stehen und der Vereinigung auch nur Wissenschaftsjournalisten, die von Kollegen vorgeschlagen werden, beitreten können. Insofern fallen die Angebote aus dem Rahmen der freizugänglichen Medienkurse zu grünen Themen heraus.

Freizugängliche Einzelseminare bieten derzeit drei kleinere und mittlere Bildungsträger in Form des Eins- oder Zweitagesseminars an. Einen Überblick gibt Tabelle 4.

Anbieter	Titel	Dauer, Ort	Kosten	Start
Friedrich-Ebert-Stiftung	Erneuerbare Energien für Journalisten	Ein Tag, Berlin	60 Euro	Seit 2008
Stiftung Forum für Verantwortung, Evangelische Akademie Tutzing	Nachhaltigkeit neu vermitteln	Zwei Tage, Otzenhausen und Tutzing	Gratis, nur Anreise und Unterbringung (65-90 Euro)	Seit 2012
Medienbüro Hamburg	Wissenschaftsberichterstattung: das Beispiel Klimawandel	Zwei Tage, Hamburg	210 Euro	Seit 2011
Akademie der Bayerischen Presse	Umweltjournalismus“	Drei Tage, bis 2011, München	240 Euro	Seit 2009

Tabelle 4: Struktur der freizugänglichen umweltjournalistischen Weiterbildung

Fazit

In Deutschland dominieren im Rahmen der journalistischen Weiterbildung generell handwerkliche Kurse; inhaltlich orientierte Journalismus-Seminare sind weitaus seltener zu finden. Im Bereich Umweltjournalismus/Nachhaltigkeit gibt es nur wenige einzelne Kurse. Es wäre aufgrund des Thementrends deutlich mehr zu erwarten; gerade das Fehlen der Angebote bei großen Trägern fällt auf. Gleiches gilt auch für die Existenz eines möglichen zentralen Anbieters solcher Seminare wie etwa ein Fachnetzwerk oder ein Verband. Doch möglicherweise bildet sich mit dem „Greening“ der Medienlandschaft bald auch in Deutschland ein eigenständiger Berufsverband von Umweltjournalisten heraus, wie er etwa in den USA und Frankreich existiert. In Deutschland gab es in den 1990er Jahren eine Vereinigung, die aber wieder verschwand. Das Thema Umweltjournalismus wird derzeit vom Deutschen Fachjournalistenverband (DJV) abgedeckt, wo es aber intern keine größere Rolle spielt.

3.6 Medienanalyse

Ziel der Medienanalyse war es, Aufschlüsse über die Verwendung des Begriffs der Nachhaltigkeit in den deutschen Medien zu gewinnen. Dabei wurden zwei Forschungsfragen verfolgt: Wie hat sich die explizite Verwendung von Nachhaltigkeit in den bedeutendsten deutschen Zeitungen im Verlauf der letzten zwanzig Jahre verändert? Mit welcher Bedeutung wird der Begriff genutzt und existieren Änderungen in den assoziierten Bedeutungen? Um die Forschungsfragen zu beantworten, wurde eine zweiteilige Analyse vollzogen. Zum einen wurde eine quantitative Trendanalyse durchgeführt, um einen Überblick zu geben, mit welcher Häufigkeit der Begriff gebraucht wird. Zum anderen wurde eine qualitative Tiefenanalyse durchgeführt, um die jeweils assoziierte Bedeutung einer jeden Verwendung des Wortes zu untersuchen. Gesucht wurde nicht nur nach dem Begriff *Nachhaltigkeit*, sondern auch nach flektierten Begriffsverwendungen (*nachhaltig**). Es wurden Daten von sechs deutschen Zeitungen erfasst. Die Auswahl der Zeitungen sollte erstens unterschiedliche politische Ausrichtungen eine große Reichweite repräsentieren (siehe Tab. 5).

Tabelle 5: In der Medienanalyse einbezogene Studien

Zeitung	Abkürzung	Erscheinungshäufigkeit	Politische Ausrichtung ⁶	Auflage ⁷
Der Spiegel	SPIEGEL	Wöchentlich	Liberal-investigativ	894.375
Die Zeit	ZEIT	Wöchentlich	Liberal-unabhängig	538.832
Frankfurter Allgemeine Zeitung	FAZ	Täglich, inkl. Wochenendausgabe	Konservativ	600.675
Süddeutsche Zeitung	SZ	Täglich, inkl. Wochenendausgabe	Linksliberal	402.425
Die Tageszeitung	TAZ	Täglich, inkl. Wochenendausgabe	Alternativ, grün-links	56.227
Die Welt	WELT	Täglich, inkl. Wochenendausgabe	Konservativ	637.319

Für die quantitative *Trendanalyse* wurde der Untersuchungszeitraum auf zwanzig Jahre (1995-2014) festgelegt, wobei für eine Zeitung (WELT) lediglich Daten beginnend ab dem Jahr 1999 verfügbar waren. Für die qualitative *Tiefenanalyse* wurden alle Begriffsverwendungen aus drei Jahrgängen (2001, 2007 und 2013) erhoben und einbezogen. Diese Jahrgänge wurden aus zwei Gründen gewählt: Erstens wurde angenommen, dass (beobachtbare) Veränderungen in der semantischen Bedeutungen nicht innerhalb der kurzen Zeitspanne von nur ein oder zwei Jahren auftreten. Daher wurde der Abstand zwischen zwei Jahrgängen auf sechs Jahre festgelegt. Dabei wurden die letzten Jahrgänge einbezogen, um jüngere Entwicklungen der Begriffsverwendung nachzeichnen zu können. Zweitens zielte die Auswahl der Jahre darauf ab, Spitzenjahre mit großen internationalen Konferenzen (wie Rio+10 oder Rio+20) zu vermeiden. Um eine verfeinerte qualitative Analyse einer jeden Begriffsverwendung zu erhalten, wurden lediglich Artikel mit einem Minimum von 300 Wörtern einbezogen. Die endgültige Stichprobe der derart erhobenen Begriffsverwendungen ist in Tabelle 6 dargestellt.

⁶ Basierend auf Humphreys (1996, S. 81f.).

⁷ Erstes Quartal 2015, basierend auf IVW (2015)

Tabelle 6: Überblick über die Anzahl von Begriffsverwendungen von nachhaltig*

Zeitung	Jahrgang			TOTAL
	2001	2007	2013	
SPIEGEL	75	100	155	330
ZEIT	191	367	258	816
FAZ	2.237	2.131	2.603	6.971
SZ	923	1.106	1.138	3.167
TAZ	524	660	825	2.009
WELT	1.016	1.119	845	2.980
TOTAL	4.966	5.483	5.824	16.273

Trendanalyse: Zur quantitativen Verwendung des Begriffs

Die Resultate der Trendanalyse zeigen, dass sich die absolute Anzahl der Verwendungen des Wortes Nachhaltigkeit zwischen 1995 und 2014 über alle Zeitungen hinweg verdreifacht hat. Jedoch tragen die sechs untersuchten Zeitungen in einem unterschiedlichen Ausmaß zu diesem Anstieg bei: Während die TAZ und die SZ ihre absolute Anzahl der Artikel, die das Wort Nachhaltigkeit verwenden, mehr als verdreifacht haben, verdoppelten die ZEIT, WELT und FAZ ihre Anzahl nicht einmal. Die Analyse zeigt darüber hinaus seit 2011 eine kontinuierliche Abnahme der absoluten Anzahl der Artikel, die das Wort Nachhaltigkeit nutzen. Detailliertere Einsichten liefert die Betrachtung der relativen Anteile der Artikel, die das Wort Nachhaltigkeit nutzen, an allen in einem Jahr publizierenden Artikeln der jeweiligen Zeitung (siehe Abb. 2). Die relative Anzahl berücksichtigt die Fluktuationen in der Gesamtanzahl der Artikel. Hier zeigen die Ergebnisse, dass sich der Anteil der Artikel, die das Wort Nachhaltigkeit verwenden, im Verhältnis zu der Gesamtanzahl aller publizierten Artikel zwischen 1995 und 2014 verdoppelt hat. Auch hier finden sich Unterschiede zwischen den Zeitungen. Während zwei Zeitungen den Anteil der Artikel, die das Wort Nachhaltigkeit verwenden, verdreifacht haben (WELT, TAZ), verdoppelten drei andere Zeitungen ihren Anteil (FAZ, SZ, SPIEGEL). Eine Zeitung hat ungefähr den gleichen Anteil in 2014 erreicht wie im Jahr 1995 (ZEIT).

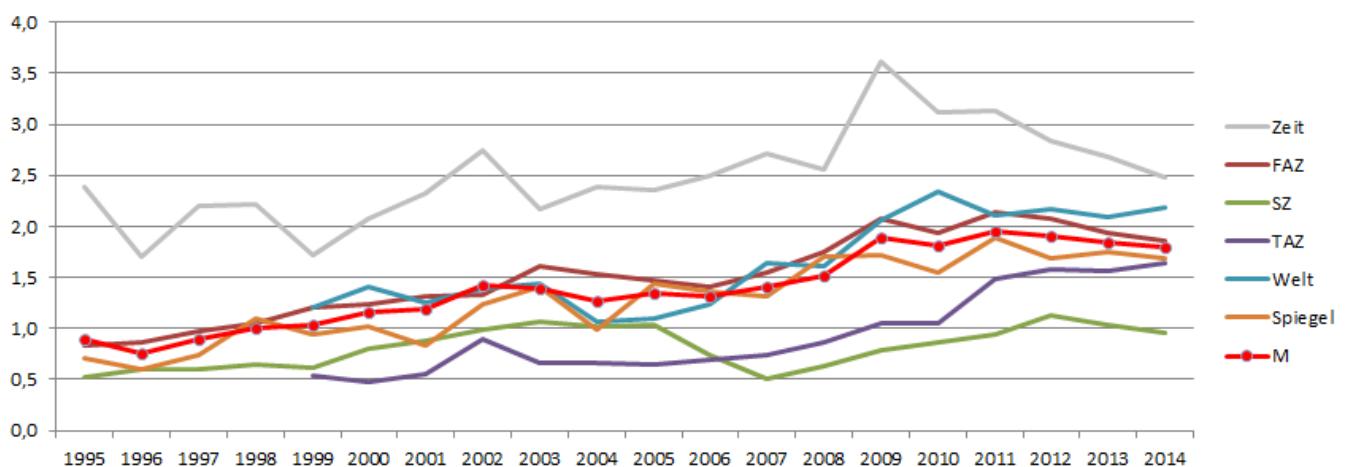


Abbildung 2: Verwendung von nachhaltig* in sechs deutschen Zeitungen zwischen 1995 und 2014 (Anteil von Artikeln, die nachhaltig* verwenden, in %)

Tiefenanalyse: Zur qualitativen Verwendung des Begriffs

Zur Untersuchung verschiedener Bedeutungen, mit denen der Begriff der Nachhaltigkeit verwendet wurde, wurde ein Kodierschema entwickelt, das zehn Kategorien beinhaltet. Dabei wurden bestehende theoretische und empirische Arbeiten zur validen Operationalisierung der Bedeutungen genutzt (Mayring & Brunner 2007, S. 677), u.a. Di Giulios (2001) Unterscheidung zwischen alltagssprachlichen, eindimensionalen und integrativen Verständnissen von Nachhaltigkeit sowie Erkenntnisse einer noch andauernden empirischen Untersuchung von den studentischen Vorstellungen über den Begriff Nachhaltigkeit an der Leuphana Universität in Lüneburg, in der die verschiedenen Facetten wie Beratung, Kritik und Verantwortung operationalisiert wurden⁸. Verwendungen des Wortes als Bestandteil des Namens einer Organisation, Richtlinien, Veranstaltungen etc. wurden in einer separaten Kategorie (Eigennamen) erfasst. Schließlich wurde eine zehnte Kategorie für alle unklaren Bedeutungen genutzt. Das Kodierschema ist in Tabelle 7 dargestellt.

Tabelle 7: Kodierschema der Tiefenstudie

Code	Beschreibung: Nachhaltig* wird verwendet...
<i>Eigennamen</i>	... als Teil eines feststehenden Begriffes oder Namens (z.B. eines Gesetzes, einer Organisation)
<i>Alltagssprachlich</i>	... im Sinne von "dauerhaft" oder "besonders intensiv" bzw. "eindringlich"
<i>Ökologisch</i>	... in Bezug auf die Bewahrung bzw. den Schutz natürlicher Ressourcen
<i>Sozio-kulturell</i>	... in Bezug auf Fragen der (Verteilungs-)Gerechtigkeit und Bedingungen, die es Menschen ermöglichen, ihre Vorstellung eines guten Lebens zu erfüllen
<i>Ökonomisch</i>	... in Bezug auf eine Entwicklung, die gewährleistet, dass das Wirtschaftssystem in Zukunft weiterhin funktioniert
<i>Integrativ</i>	... in Bezug auf die Idee der Nachhaltigkeit, wie sie im Kontext der Vereinten Nationen entstand: als die integrative Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozio-kultureller Dimensionen von Entwicklung
<i>Kritik</i>	... um die Begriffsverwendung als solche zu kritisieren oder die Vagheit, mit der nachhaltig* verwendet wird.
<i>Deliberativ</i>	... um zu betonen, dass die Idee der Nachhaltigkeit kein festes Konzept ist, sondern durch Aushandlung konkretisiert werden muss.
<i>Verantwortung</i>	... um auf die Konsequenzen heutiger Handlungen auf andere heute und zukünftig lebende Menschen hinzuweisen
<i>Unklar</i>	... in einer Weise, dass der Begriff keinen der anderen Bedeutungen zugeordnet werden kann

Die Kodierung erfolgte methodisch kontrolliert durch ein Team unabhängiger Kodiererinnen⁹. Ergebnisse der Tiefenanalyse zeigen eine signifikante ungleiche Verteilung innerhalb der Katego-

⁸ "Longitudinal study on learning and affective attributes for sustainable development" (<http://goo.gl/ltLTos>)

⁹ Jede Verwendung von Nachhaltigkeit wurde basierend auf dem Kontext des Absatzes, indem das Wort zu finden war, kodiert. Wenn mehrere Verwendungen des Begriffes in einem Absatz vorhanden waren, wurde die allgemeine Bedeutung kodiert. Das Kodierungsschema wurde von unabhängigen Kodiererinnen vorgetestet, indem 100 Dokumente des nicht untersuchten Jahres 2000 kodiert wurden. Auf der Grundlage von Diskussionen über Unklarheiten wurde das Kodierschema modifiziert. Sämtliche 4.966 Verwendungen des Begriffs Nachhaltigkeit des ersten Gesamtjahrganges von 2001 wurden von zwei unabhängigen Kodieren kodiert. Konfliktäre Kodierungen wurden im Team diskutiert und anschließend vom Forschungsleiter, der nicht aktiv in den Kodierungsprozess einbezogen war, einer Kategorie zugeteilt. Der Grad der Übereinstimmung der Kodiererinnen wurde mittels Krippendorff's α (K-alpha) unter Verwendung des Tools ReCal 0.1 Alpha for 2 Coders (<http://dfreelon.org/recal/recal3.php>) gemessen. Dieses Reliabilitätsmaß wird ge-

rien. Alltagssprachliche Bedeutungen von Nachhaltigkeit nehmen fast Zweidrittel der Kodierungen ein. Ökologische und integrative Bedeutungen folgen mit einem Anteil von jeweils 10 Prozent. Nur 3 Prozent aller Kodierungen weisen eine sozio-kulturelle und ökonomische Bedeutung auf (siehe Tabelle 5). Im Weiteren wurden alle Kategorien, die einen Anteil von 2,5 Prozent oder weniger aufweisen, in der Kategorie „andere“ zusammengefasst.

Abbildung 3 zeigt wie die Anteile der alltagssprachlichen Bedeutung, der eindimensionalen Bedeutung (z. B. ökologisch, ökonomisch oder sozio-kulturelle), der integrativen Bedeutung aber auch aller anderen Bedeutungen sich in den drei analysierten Jahren verändert haben.

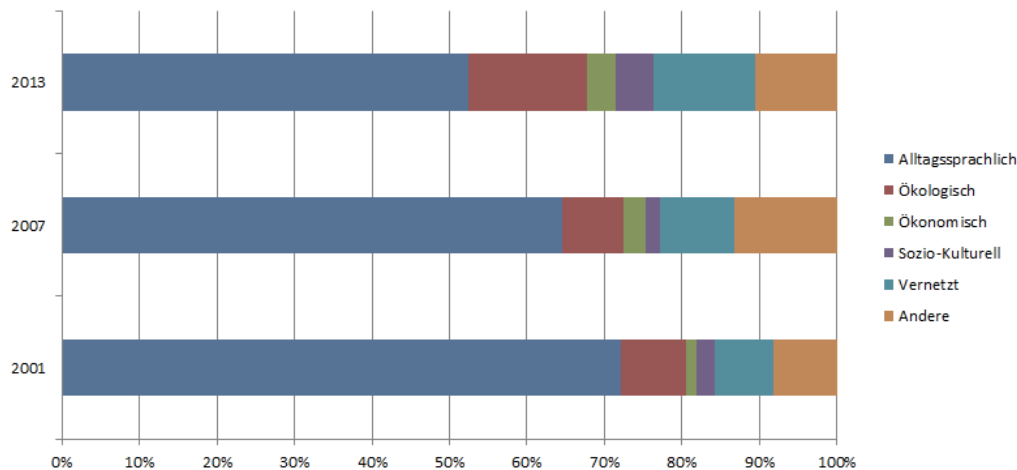


Abbildung 3: Anteile der verschiedenen Begriffsverwendungen an der Gesamtmenge aller Begriffsverwendungen von nachhaltig*

Auffällig ist, dass der Anteil der alltagssprachlichen Bedeutung von 72 Prozent in 2001 auf 53 Prozent in 2013 gesunken ist. Innerhalb des gleichen Zeitraums ist der Anteil der integrativen Bedeutung von Nachhaltigkeit von 8 Prozent in 2001 auf 13 Prozent in 2013 gestiegen. Die Anteile aller eindimensionalen Bedeutungen sind ebenfalls angestiegen.

Diese Tendenz wird auch durch eine nähere Betrachtung der Verwendung von der *alltagssprachlichen* und *integrativen Bedeutung* von Nachhaltigkeit in den verschiedenen Zeitungen im Verlaufe der drei Jahre unterstützt. Hinsichtlich der genannten Tendenz zeigt sich, dass die TAZ im Vergleich zu den anderen fünf Zeitungen bereits 2001 mit knapp über 40 Prozent einen relativ geringen Anteil *alltagssprachlicher* Begriffsverwendungen aufwies. Der Anteil der alltagssprachlichen Bedeutungen in den anderen fünf Zeitungen lag im Jahr 2001 zwischen 70 und 80 Prozent. In den darauffolgenden Jahren, sank der Anteil der Verwendung von alltagssprachlichen Bedeutungen in den drei liberalen Zeitungen (SPIEGEL, SZ und ZEIT) unter 50 Prozent, während die eher konservativen Zeitungen das Wort Nachhaltigkeit weiterhin mit einer alltagssprachlichen Bedeutung in rund 60 Prozent aller Fälle nutzen. In Bezug auf *integrative* Begriffsverwendungen zeigt sich, dass alle Zeitungen ihren Anteil an der integrativen Wortbedeutung kontinuierlich über die drei analysierten Jahre erhöht haben (ein Ausreißer ist die TAZ, deren Anteil im Jahr 2007 zwischenzeitlich

genüber anderen bevorzugt, das es zufällige Übereinstimmung zwischen verschiedenen Kodierern berücksichtigt (Poldner et al. 2012). Für die Tiefenstudie betrug das K-alpha.68, was als zufriedenstellender Wert für zwei Kodierer und explorative Forschung betrachtet werden kann (Lombard et al. 2002). Die Jahre 2007 und 2013 wurden daraufhin von jeweils einer der beiden Kodiererrinnen analysiert. Nach diesen Kodierungsvorgaben wurden insgesamt 21.439 Kodierungen vorgenommen.

abfiel). Im Jahr 2013 lag der Anteil der integrativen Bedeutung zwischen 10 und 20 Prozent – ein im Vergleich zu dem Anteil der alltagssprachlichen Bedeutung, der zwischen 36 und 60 Prozent liegt, relativ kleiner Anteil. Des Weiteren variiert der Anstieg des Anteils unter den verschiedenen Zeitungen zwischen den drei untersuchten Jahrgänge zwischen Faktor 1.2 und Faktor 2.0 (einzige Ausnahme: Der SPIEGEL hat einen Erhöhungsfaktor von 5.2). Bezüglich dieser Variationen können keine offensichtlichen Unterschiede zwischen liberalen und konservativen Zeitungen beobachtet werden.

Zusammenfassung

Was kann aus der empirischen Untersuchung hinsichtlich der Frage, in welchem Umfang und mit welcher Bedeutung der Begriff der Nachhaltigkeit in deutschen Zeitungen verwendet wird, gelernt werden? Die eindeutige Verwendung des Wortes Nachhaltigkeit in großen deutschen Zeitungen hat im Verlauf der letzten zwanzig Jahre enorme Veränderungen durchgemacht. Nachhaltigkeit wird heute in rund doppelt so vielen Artikeln einer jeden Zeitung genutzt als noch vor zwanzig Jahren. Die Ergebnisse der Tiefenanalyse zeigen, dass sich nicht nur die Häufigkeit der Wortverwendung ändert, sondern auch deren Qualität. Es existiert eine offensichtliche Tendenz in den post-2000er Jahren, der zufolge eindimensionale und integrative Begriffsverwendungen an Bedeutung gewinnen. Parallel dazu nimmt die Verwendung von alltagssprachlichen Bedeutungen ab. Wir beobachten somit offensichtlich eine ‚semantische Aufwertung‘ der Terminologie von Nachhaltigkeit, welches sich von einem nicht-spezifischen und ersetzbaren Modewort hinzu einer anspruchsvolleren und ausgearbeiteten Reflektion eines Konzepts der nachhaltigen Entwicklung wegbewegt. Es bleibt eine Aufgabe zukünftiger Forschung zu untersuchen, inwieweit die in dieser Studie gefundene semantische Konsolidierung der Terminologie des Wortes Nachhaltigkeit tatsächlich auch mit sich verändernden Verständnissen des Konzeptes in der Öffentlichkeit einhergeht und diese beeinflusst.

Der Diskurs über Bedeutungen und Definitionen des Wortes Nachhaltigkeit lässt sich als ein andauernder Kampf um die interpretative Vorherrschaft der Begriffsbedeutung auffassen. Der Diskussionsraum über die Terminologie der Nachhaltigkeit wird dadurch zu einem Schlachtfeld von rivalisierenden Interessen. Vor diesem Hintergrund spricht einiges dafür, dass sich Journalismus nicht mit dem Verweis auf die Beliebigkeit des Nachhaltigkeitsbegriffs aus eben jenen gesellschaftlichen Interessenskämpfen um die Deutungshoheit darüber, welche Entwicklung und damit Zukunft als *nachhaltig* und erstrebenswert verfolgt werden sollte, herausziehen sollte. Ob der Begriff der Nachhaltigkeit von Journalist_innen genutzt werden soll oder nicht, ist jedoch schlussendlich eine Frage, die wissenschaftlich nicht beantwortet werden kann. Was Wissenschaft wie in diesem Kapitel dargelegt jedoch empirisch bestätigen kann ist, dass das Wort Nachhaltigkeit zunehmend verwendet wird, unterschiedliche Bedeutungen des Wortes genutzt werden und dass die Verwendung des Wortes inzwischen auf eine anspruchsvollere Art und Weise geschieht. Die These, dass der Begriff sich journalistisch nicht nutzen lässt, lässt sich vor dem Hintergrund dieser Befundlage zumindest empirisch widerlegen.

3.7 Qualifikation

Im Rahmen des Qualifikationsmoduls wurden konkrete Anregungen, Hilfestellungen und Lernmaterialien zur Förderung eines qualitativ hochwertigen Nachhaltigkeitsjournalismus entwickelt. Dabei flossen zum einen die aktuellen Ergebnisse der verschiedenen Arbeitspakete der Initiative ein, zum anderen wurden Module aus bestehenden Materialien adaptiert und auf der Grundlage vertiefender Recherchen ergänzt. Alle Qualifikationsmaterialien werden im Rahmen von Aus- und Weiterbildungsangeboten erprobt. Entsprechend bearbeitet wurde ein Studienbrief zu Grundlagen nachhaltiger Entwicklung. Ebenfalls im Rahmen der Initiative entwickelt wurde der Studienbrief Nachhaltigkeitshumanwissenschaften, der Fragen der Nachhaltigkeitskommunikation adressiert und dabei auch weitere angrenzende Forschungs- und Diskursfeld einbezieht, die für die Kommunikation von Fragen der Nachhaltigkeit relevant sind. Der Studienbrief wird im Rahmen des Zertifikatsstudiums „Nachhaltigkeit und Journalismus“ eingesetzt und erprobt. Ein weiterer Studienbrief, der im Rahmen der Initiative vollständig neu entwickelt wurde, ist der Studienbrief Nachhaltigkeitsjournalismus. In ihm bündeln sich wesentliche Ergebnisse und Impulse der Initiative. Als ein weiteres Material zur Unterstützung von Qualifizierungsangeboten wurde ein umfangreicher Reader mit Praxisberichten von Rechercheprojekten im Bereich des Nachhaltigkeitsjournalismus‘ realisiert.

3.8 Transfer

Zum Abschluss des Projektes wurde ein Abschluss-symposium durchgeführt, das wesentliche Ergebnisse des Vorhabens präsentierte und diskutierte, zugleich aber auch Strukturen zur Verstärkung anlegte. An dem Symposium, das am 6. und 7. März 2015 an der Leuphana Universität Lüneburg unter dem Titel „Nachhaltigkeit.Wandelt.Journalismus“ stattfand, nahmen rund 60 Journalist_innen aus der ganzen Republik sowie aus Österreich teil. Das Symposium bildete den Abschluss der dreijährigen wissenschaftlichen und journalistischen Arbeit mit dem Ziel, einen wirksamen Beitrag zur Unterstützung des Nachhaltigkeitsjournalismus in Deutschland zu leisten.

Das breite Spektrum der Teilnehmer bildete zugleich auch das große Interesse am Symposium ab. Vom Handelsblatt über DIE ZEIT, taz, NDR, Wirtschaftswoche Green bis zur tagesschau waren auch zahlreiche Transformationsmedien und -organisationen wie enorm, klimaretter.info, Positive Daily, Grüner Journalismus, Youthinkgreen, das Institut für Welternährung, das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung und der oekom Verlag vertreten. Das Symposium weckte auch Interesse bei vielen Nachwuchsjournalisten. Nicht zuletzt waren es die Gastvorträge von Dr. Fritz Vorholz (ZEIT, Deutschland), Prof. Dr. Laura Lindenfeld (Universität Maine, USA) und Claus Reitan (freier Journalist, Österreich), die einen konstruktiven Beitrag zur Debatte über Nachhaltigkeitsjournalismus leisteten.

Neben Beiträgen aus der Initiative wird das Programm durch Beiträge externer Referentinnen und Referenten bereichert. Die Diskussion wurde dabei durchaus kontrovers geführt: Fritz Vorholz zog nach 27 Berufsjahren bei der Wochenzeitung DIE ZEIT eine Bilanz zum Stand des Nachhaltigkeitsjournalismus in Deutschland. Er beschrieb und beklagte zugleich den „Niedergang der journalistischen Bearbeitung der Nachhaltigkeitsthematik im vergangenen Vierteljahrhundert“. Während es nach dem Gipfeltreffen in Rio 1992 eine Blüte nachhaltigkeitsjournalistischer Beiträge gab, wurde

diese dann spätestens mit dem Gipfel in Johannesburg im Jahr 2002 welk. Vorholz konstatierte: „Die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist inzwischen ziemlich tot, während die Herausforderungen von Rio noch ziemlich lebendig sind.“ Auf die Frage, wie es um die Zukunft des Nachhaltigkeitsjournalismus bestellt sei, sah Claus Reitan die Zeit gekommen, Nachhaltigkeitsjournalismus wieder zu reüssieren. „So viel an Ansatzpunkten für einen Journalismus, der sich der nachhaltigen Entwicklung verschreibt, war noch nie.“ Und damit meinte er zum Beispiel: „Kritischer, unabhängiger, qualitativer Journalismus muss die großen Systeme – Politik, Wirtschaft, Medien – zusammen denken, weil sie steuerungswirksam sind, allerdings nur zusammen genommen.“ Die Beiträge werden im Rahmen eines Abschlussbandes dokumentiert und auf diese Weise einer breiteren Fachöffentlichkeit zugänglich gemacht werden (Michelsen & Fischer 2015).

Die zweitägige Veranstaltung gegen Ende der Initiative stellte jedoch nicht nur einen Abschluss dar, sondern beinhaltete auch ein Signal des Aufbruchs: unterstützt von der Initiative gründete sich am Rande des Symposiums das „Netzwerk Weitblick – Verband Journalismus & Nachhaltigkeit“. Die Gründung des Netzwerkes wurde im Rahmen des Projektes u.a. im Zusammenhang mit dem dritten Workshop (siehe Kap. 3.3) mit vorbereitet. Das Netzwerk selbst wird eigenständig und unabhängig von Journalistinnen und Journalisten betrieben. Das Team der Initiative unterstützte den Prozess der Gründung des Netzwerkes u.a. durch Recherchen, in der Organisation von Treffen und Arbeitsprozessen sowie in der Vorbereitung eines Förderantrags.

3.9 Zusätzliches Arbeitspaket: Modellprojekt „regionales Nachhaltigkeitsmagazin“

Am Nexus der Module Qualifikation und Transfer wurde im Laufe des ersten Projektjahres ein Konzept für ein eigenes Aktionsforschungsvorhaben entwickelt, das Raum für das Experimentieren mit neuen journalistischen Formaten für Nachhaltigkeits- und Transformationsthemen bieten sollte. Das Vorhaben wurde als ein Experimentierfeld entwickelt, um das Leitbild Nachhaltigkeit entlang journalistischer Prinzipien darzustellen. Die Entwicklung eines konkreten Produktes war ursprünglich nicht im Arbeitsprogramm der Initiative angelegt. Doch im Diskussionsverlauf zeigte sich, dass es eines Reallabors für die gewonnenen Erkenntnisse bedarf, um sie auf ihre Tauglichkeit hin zu reflektieren und in die Welt zu bringen. Die wissenschaftlich und diskursiv entwickelten Qualitätskriterien sollten, so die Idee, umgesetzt und damit Beispiele und Anregungen für die Entwicklung geeigneter Formen eines Nachhaltigkeitsjournalismus zu geben. Unterstützt von einem breit aufgestellten regionalen Konsortium, dem neben Stadt und Landkreis Lüneburg auch die Handwerkskammer, die Industrie- und Handelskammer, die Sparkasse sowie die Druckerei v. Stern angehören, konnte die Erstellung eines regionalen Nachhaltigkeitsmagazins als weiteres, kostenneutrales Teilprojekt in die Arbeit der Initiative aufgenommen werden. Das Magazin mit dem Titel „was zählt“ wurde als transdisziplinäres Projekt der Forschungsinitiative, das aus realem gesellschaftlichen Veränderungsbedarf entstanden ist, entwickelt und stellt den Versuch dar, Antworten auf die mediale Darstellung der Transformationsgeschehens zu liefern.

„Was zählt.“ ist das lokale Nachhaltigkeitsmagazin der Region Lüneburg. Das Modell-Projekt bereitet den Wandel regional-journalistisch und in wissenschaftlicher Begleitung auf. Ziel des Magazins ist es, lokale Akteure in Stadt und Landkreis Lüneburg zum Querdenken und Neudenken anzuregen und Mut zu machen, Wandel mitzugestalten. Das Nachhaltigkeitsmagazin „Was zählt.“ schildert in Reportagen, Porträts und Interviews, was vor Ort in Punkto Nachhaltigkeit geschieht.

Diese Formate zeigen: der Globale Wandel passiert nicht irgendwo, sondern vor unserer Haustür. Jeder und jede kann die Initiative für Veränderungen ergreifen. An der Universität, in der Stadt und im Landkreis Lüneburg gibt es zahlreiche Anknüpfungspunkte für die Berichterstattung: lokale Initiativen, Forschungsprojekte, Persönlichkeiten. Diese werden explizit in dem Magazin sichtbar. Das Magazin erzählt zum Beispiel in den Rubriken „Vorreiter“, „Inspiration“ oder „Initiative“ Geschichten des Gelingens, schaut aber auch genauer auf die Hürden und Bremsen des Wandels in der Region. Es beobachtet und kommentiert, was vor Ort in diese Richtung passiert, was in anderen Regionen läuft und wo dringend etwas geschehen müsste. Die 3. Ausgabe beispielsweise rüttelte in einer Kolumne am gängigen Verständnis von Erwerbsarbeit. Konkret berichtet es von lokalen Initiativen, Projekten und Pionieren und sucht zugleich das Lokale im Globalen Wandel, in den großen wissenschaftlichen Diskursen und Studien, in den (global)politischen Beschlüssen und Debatten und den Aktionen und Kampagnen sozialer Bewegungen und zivilgesellschaftlicher Akteure anderer Regionen, Länder und Kontinente. Zum Beispiel berichteten wir in der Rubrik „Lüneburg & die Welt“ über die Rolle des Ehrenamtes in den USA und in Lüneburg. In der Rubrik „Alternativen“ wurde das Klosterleben mit dem Leben auf einem Hof der solidarischen Landwirtschaft verglichen. Damit schafft das Heft neue Zugänge zu solidarischen Formen des Wirtschaftens, des Arbeitens und des Zusammenlebens. Es macht ökologische und soziale Grenzen spürbar und nimmt die Ursachen und Phänomene der vielfältigen Krisen so in den Blick, dass neue Handlungsräume im Lokalen entstehen. Das Magazin berichtet mit lokalem Bezug von (internationalen) Meilensteinen der Nachhaltigkeitsdebatte und macht die Thesen, Ansätze und Projekte der Nachhaltigkeitspioniere verständlich, indem es sie auf den Erfahrungshorizont der Menschen vor Ort bezieht. In der Rubrik „Klartext“ lässt es die Menschen vor Ort selbst zu Wort kommen und schafft damit eine Partizipationsmöglichkeit für Bürgerjournalismus. Hier berichtete in der 2. Ausgabe ein Biobauer von Marktzwängen und seinen Visionen für die Zukunft.

Das Magazin bereitet die komplexen Phänomene laienverständlich auf und spricht dadurch völlig neue Zielgruppen, nämlich den typischen Leser der Lokalzeitung, an. Das Heft gelangt als Beilage der lokalen Tageszeitung Landeszeitung in über 33.000 Haushalte in der Region. Das Magazin erscheint bislang zwei Mal pro Jahr. Es umfasst etwa 32 Seiten und richtet sich an alle Bürger_innen der Stadt und des Landkreises. Die ersten drei Pilotausgaben lagen im Mai 2014 (Schwerpunkt: Reparieren statt Wegwerfen), Dezember 2014 (Schwerpunkt: Ernährung und Landwirtschaft) und aktuell im Mai 2015 (Schwerpunkt: Gute Arbeit und Gerechtigkeit) der Lüneburger Landeszeitung bei. Die aus einem guten Dutzend Journalist_innen bestehende Redaktion rekrutierte sich weitgehend aus dem Kreis ehemaliger Studierender des Zertifikats Nachhaltigkeit und Journalismus sowie der Teilnehmer_innen der im Rahmen der Initiative veranstalteten Workshops. Geleitet wurde die Redaktion von zwei Teammitgliedern der Initiative, der Journalistin und Umweltwissenschaftlerin Anja Humburg sowie der Journalistin und Medienwissenschaftlerin Anja Achenbach.

Auf das Magazin „Was zählt.“ gab es viel positives Feedback. Als Reaktion auf die erste Ausgabe beispielsweise entstanden in der Region Lüneburg mehrere Repair Cafés. Nicht immer ist der Effekt so deutlich sichtbar. Aber es ist spürbar, dass das Heft ein Vehikel ist, um Nachhaltigkeit ins Stadtgespräch zu bringen. In Zukunft sollen die Formate weiterentwickelt und die Verbreitung des Heftes erhöht werden. Vorbild ist zum Beispiel das Kölner Stadtmagazin „Veedelfunker“, das in vielen Läden, Behörden und Cafés ausliegt und damit nicht nur die Reichweite, sondern auch die Zeitspanne seiner Wahrnehmung erhöht. Besonderes Potential bietet der partizipatorische Cha-

rakter des Magazins, der in Zukunft weiter ausgebaut werden soll: Bekannte Nachhaltigkeitsjournalist_innen könnten zusammen mit Journalist_innen aus der Region, Transformationswissenschaftler_innen, Verantwortungs- und Entscheidungsträgern mit Bürgerreporter_innen über (über-) regionale Transformationsthemen schreiben. Das Format hat einen hohen journalistischen Anspruch und bietet seinen Leser_innen zugleich die Chance, dieses Magazin mitzugestalten. Wünschenswert ist es, ähnliche Regionalmagazine auch in anderen Teilen des Landes zu etablieren.

Literaturverzeichnis

- Achenbach, A., Humburg, A., Fischer, D., Marwege, R. & Michelsen, G. (Hrsg.) (2015). *Good Practice. Reader für guten Nachhaltigkeitsjournalismus*. Bad Homburg: Verlag für Akademische Schriften.
- Elmer, C., Badenschier, F. & Wormer, H. (2008). Science for Everybody? How the Coverage of Research Issues in German Newspapers Has Increased Dramatically. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85 (4), 878–893.
- Humburg, A., Fischer, D., Marwege, R. & Michelsen, G. (2013). *Welchen Journalismus braucht die Nachhaltigkeit? Bestandsaufnahme und Bedarfsanalyse in Wissenschaft und Praxis – Ergebnisse eines iterativen Delphis* (INFU-Diskussionbeiträge 33/2013), Lüneburg. Verfügbar unter http://www.leuphana.de/fileadmin/user_upload/Forschungseinrichtungen/infu/files/infureihe/38_13_INJ_DelphiSynthese_INFUREihe_20131025_gesamt.pdf
- Lünenborg, M. (2012). Qualität in der Krise? Aus Politik und Zeitgeschichte, 62(29-31), 3-8.
- Michelsen, G. & Fischer, D. (Hrsg.) (2015, in Vorbereitung). *Nachhaltigkeit und Journalismus. Erkenntnisse und Impulse aus Wissenschaft und Praxis*. Bad Homburg: Verlag für Akademische Schriften.
- Thomas, D. R. (2006). A General Inductive Approach for Analyzing Qualitative Evaluation Data. *American Journal of Evaluation*, 27 (2), 237–246.

Übersicht über Veröffentlichungen und Aktivitäten des Projektes

Wissenschaftliche Publikationen

- Michelsen, G. & Fischer, D. (Hrsg.) (2015, in Vorbereitung). *Nachhaltigkeit und Journalismus. Erkenntnisse und Impulse aus Wissenschaft und Praxis*. Bad Homburg: Verlag für Akademische Schriften.
- Fischer, D. & Haucke, F. (2015, in Vorbereitung). One Word, Several Meanings? The Terminological Usage of Sustainability in German Newspapers. *Sustainability Science*.
- Humburg, A., Fischer, D., Marwege, R., & Michelsen, G. (2013). *Welchen Journalismus braucht die Nachhaltigkeit? Bestandsaufnahme und Bedarfsanalyse in Wissenschaft und Praxis – Ergebnisse eines iterativen Delphis*. INFU-Diskussionspapiere 38/2013. Lüneburg: Institut für Umweltkommunikation der Universität Lüneburg.

Journalistische Publikationen

Was zählt. Eine lebenswerte Zukunft in Lüneburg & Umgebung. Ausgabe 01/2014: Reparieren statt wegschmeissen. Warum vieles einfach zu schade für den Müll ist.

Was zählt. Eine lebenswerte Zukunft in Lüneburg & Umgebung. Ausgabe 02/2014: Man ist, was man isst. Für mehr Transparenz und Genuss ohne schlechtes Gewissen.

Was zählt. Eine lebenswerte Zukunft in Lüneburg & Umgebung. Ausgabe 01/2015: Arbeit ist kein Zuckerschlecken? Wie Arbeit und Leben wieder zusammenpassen.

Humburg, A./Schäfer, T. (2013): Es geht um Mitgestaltung. Neue Wege im Umweltjournalismus. Interview mit G. Michelsen. *Natur.de*, erschienen am 26.2.2013

Fischer, D./Schäfer, T. (2013): Grüner wird es nicht. Auf den Trend hin zu grünen Themen reagiert die journalistische Ausbildung mit neuen Projekten. Ein Überblick. *Journalistik Journal*, (1), 11-12.

Michelsen, G., Humburg, A., & Schäfer, T. (2013). Es geht um einen engagierten Journalismus. *Journalistik Journal*, (1), 12-13.

Braun, M.-L., Schäfer, T. & Fischer, D. (2012). Wieder gefragt. Studien und Fortbildungen für Umweltjournalisten. *Umweltjournalist - Das Magazin für Umweltjournalisten* (1), 16

Publikationen zur Aus-, Fort- und Weiterbildung

Achenbach, A., Humburg, A., Fischer, D., Marwege, R. & Michelsen, G. (Hrsg.) (2015). *Good Practice. Reader für guten Nachhaltigkeitsjournalismus*. Bad Homburg: Verlag für Akademische Schriften.

Michelsen, G. (Hrsg.) (2015). Grundlagen einer nachhaltigen Entwicklung. Studienbrief. Lüneburg.

Michelsen, G. (Hrsg.) (2015). Beiträge der Humanwissenschaften im Zeichen von Nachhaltigkeit und Journalismus. Studienbrief. Lüneburg.

Michelsen, G. (Hrsg.) (2015). Nachhaltigkeitsjournalismus. Studienbrief. Lüneburg

Vorträge und Konferenzbeiträge

Fischer, D. & Haucke, F. (2015): „To sustain or not to sustain ...?“ An Analysis of Sustainability Journalism in German Newspapers. Annual Conference on Communication and Environment (COCE) of the International Association of Environmental Communication (IAEC), Boulder, USA / Vereinigte Staaten, 11.-14.06.2015

Fischer, D., Marwege, R. & Michelsen, G. (2015): Certificate Sustainability & Journalism: Case Example of a Pilot Continuing Education Program for Journalists. Annual Conference on Communication and Environment (COCE) of the International Association of Environmental Communication (IAEC), Boulder, USA / Vereinigte Staaten, 11.-14.06.2015

Fischer, D. (2015): Nachhaltigkeit – mediales No-Go oder gesellschaftliche Verantwortung? Abschluss-symposium der Initiative Nachhaltigkeit & Journalismus, Lüneburg, 07.03.2015

Fischer, D. (2014): Nachhaltigkeitskommunikation – Lüneburger Beiträge. Expertenworkshop „Nachhaltigkeit kommunizieren – interdisziplinäre Zugänge“ der Schader Stiftung und der Hochschule Darmstadt, Darmstadt, 01.10.2014

Achenbach, A. (2014): Nachhaltigkeit und Journalismus. Präsentation im Rahmen des Fachworkshops „Nachhaltigkeit. Klimawandel. Transformation. Mediale Kommunikationskonzepte und Kommunikationspraxis“ der AG Medien der UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung in Deutschland in Berlin, 16.-17.09.2014.

Schäfer, T. & Fischer, D. (2014): Tools für Umweltrecherche: Quellen finden – und checken. Jahrestagung des Netzwerks Recherche, Hamburg, 05.07.2014.

Humburg, A. (2013): Welchen Journalismus braucht Klimaanpassung? Vortrag beim Workshop "Interessante Katastrophen und landweilige Lösungen? Medienpolitische Herausforderungen der regionalen Klimaanpassung", Projekt Dynaklim, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie, Dortmund, 30.9.2013

Wissenschaftliche Abschlussarbeiten

Sinderhauf, M. (2013). Die Rolle der Reputation von Zeitungen bei der wahrgenommenen Qualität von nachhaltigkeitsbezogenen Artikeln in Printmedien - Eine empirische Untersuchung. Bachelorarbeit im Major Umweltwissenschaften, Schwerpunkt Nachhaltigkeitskommunikation (Gutachter: Prof. Dr. Gerd Michelsen, Dr. Daniel Fischer). Lüneburg.

Häussler, N. (2014). Journalismus und Bewusstseinswandel. Zur journalistischen Aufbereitung der Nachhaltigkeit. Bachelorarbeit im Major Umweltwissenschaften, Schwerpunkt Nachhaltigkeitskommunikation (Gutachter: Prof. Dr. Gerd Michelsen, Dr. Daniel Fischer). Lüneburg.

Mitwirkende im Projekt

Prof. Dr. Gerd Michelsen (Leitung), Dr. Daniel Fischer (Koordination), Robin Marwege (wiss. Mitarbeiter), Anja Humburg (wiss. Mitarbeiterin), Anja Achenbach (wiss. Mitarbeiterin), Franziska Haucke (wiss. Hilfskraft), Nikola Schmidt (wiss. Hilfskraft), Mariella Sinderhauf (stud. Hilfskraft), Jasmin Krüger (studentische Hilfskraft) sowie Dr. Torsten Schäfer (Strukturanalyse und Studienbriefe), Dr. Marie-Luise Braun (Studienbriefe) und Niko Schöpke (Studienbriefe).