

## Klimawandel nicht mediengemacht

Klimaforscher haben im Vergleich zu anderen Wissenschaftlern überdurchschnittlich viel Kontakt zu Journalisten. Interessant ist: Deutsche Klimaforscher sind durchaus zufrieden mit der Arbeit der Medienvertreter.

Das zeigt die bislang umfangreichste Befragung von Klimawissenschaftlern in Deutschland, die ich im Jahr 2011 mit meiner KlimaCampus-Arbeitsgruppe und der unabhängigen Gesellschaft für Konsumforschung durchgeführt habe.

Das Vorurteil, der Klimawandel sei mediengemacht, stimmt demnach ebenso wenig wie die Annahme, dass Wissenschaftler Journalisten für ihre Zwecke manipulieren wollen. Natürlich gibt es einzelne, teils prominente Gegenbeispiele, aber im Großen und Ganzen gilt: Was den Bürgern vermittelt wird, ist das Ergebnis eines erfolgreichen Austausches zwischen Forschern und Journalisten.

Ins Zentrum der weltweiten Berichterstattung rückt der Klimawandel besonders vor internationalen Großereignissen. In so unterschiedlichen Ländern wie Indonesien, Russland, Deutschland oder den USA wird über das Ausmaß des Klimawandels, Zukunftsprognosen und Handlungsmöglichkeiten berichtet. Dies zeigt eine weitere Untersu-

chung unserer Arbeitsgruppe. Auch die Weltklimakonferenz im südafrikanischen Durban Ende November 2011 ist auf reges Medieninteresse gestoßen.

Weitere aufschlussreiche Tendenzen: Der Erstkontakt zwischen Forschern und Medien geht meist von den Journalisten aus. Die meisten Wissenschaftler gehen auf die Gesprächsangebote ein, weil sie die Berichterstattung zum Thema Klima für wichtig halten. Und sie sind bereit, ihre Ergebnisse für die Medien vereinfacht darzustellen, solange sie dafür nicht von wissenschaftlichen Qualitätsstandards abweichen müssen.

Außerdem belegen die Umfrageergebnisse, dass Klimaforscher nicht nur regen Kontakt zu Medien, sondern auch zu Wirtschaft, Politik und Umweltorganisationen haben. Dies zeigt: Wissenschaftliche Themen haben einen festen Platz in der gesellschaftlichen Diskussion. Der Typus des einsamen Forschers im sprichwörtlichen Elfenbeinturm, der, wenn überhaupt, nur im unverständlichen Fachchinesisch von seiner Arbeit berichtet, gehört für den Bereich Klimaforschung weitgehend der Vergangenheit an.

Tatsächlich wird das komplexe Thema Klima in der Öffentlichkeit ausführlich präsentiert und debattiert. Man kann hier – mit den Worten des Bielefelder Soziologen Peter Weingart – von einer „Vergesellschaftung der Wis-

senschaft“ sprechen. Deshalb arbeiten wir an weiteren Studien, die sich mit der Klimakommunikation von Umweltschutzorganisationen sowie von großen deutschen Unternehmen befassen.

## Plankton als Klimafaktor

Steigende Temperaturen im Ozean könnten künftig das Phytoplankton gefährden – oder aber für zusätzliches Wachstum sorgen.

Die winzigen, einzelligen Algen bekommen ihre Nährstoffe aus dem aufsteigenden Tiefenwasser. Wird es an der Oberfläche zu warm, stockt der Nachschub, denn kaltes Wasser ist schwerer als warmes. Die Folge: Die Algen verhungern. Andererseits wachsen bestimmte Arten, sogenannte Cyanobakterien oder Blaualgen, im warmen Wasser besonders gut; sie profitieren also vom Klimawandel. Die fehlenden Nährstoffe gleichen sie aus, indem sie Stickstoff aus der Luft fixieren. Schon heute dominieren sie in wärmeren und nährstoffärmeren Gebieten der Tropen und Subtropen. Ihr Anteil an der Biomasseproduktion kann dort bis zu 50 Prozent betragen.

Spannend ist, dass es dabei eine positive Rückkopplung gibt, deren Ausmaß wir noch nicht kennen. So nehmen mehr Algen auch mehr Sonnenlicht auf und wandeln dieses in zusätzliche Wärme um. Auf diese Weise schaffen sie sich selbst ein optimales Milieu; eine rasante Vermehrung ist die Folge. Dieser physikalische Einfluss auf das eige-

---

Prof. Mike S. Schäfer, Kommunikationswissenschaftler, leitet die Arbeitsgruppe „Mediendarstellungen des Klimawandels“.