

Fridays For Future bewegt Schülermassen, auch die Fernsehzuschauer?

[quotenmeter.de/n/107247/friday-for-future-bewegt-schuelermassen-auch-die-fernsehzuschauer](https://www.quotenmeter.de/n/107247/friday-for-future-bewegt-schuelermassen-auch-die-fernsehzuschauer)

15. Februar 2019



Der Klimawandel macht vor Keinem Halt. Neuerdings auch nicht mehr vor Schülern. Diese streiken seit Anfang des Jahres regelmäßig an Freitagen unter dem Motto „Fridays For Future“. Damit wollen sie auf die drängenden Probleme des Klimawandels aufmerksam machen und die Politik zum Umdenken in Sachen Klimaschutz bewegen. Auch in den TV-Programmen der großen Sender findet dieses Thema immer mehr Einzug.



ProSieben betreibt seit Jahren Aufklärung

Vorreiter in dieser Disziplin ist ProSieben. Der Sender ruft einmal im Jahr eine Sonderthemen-Woche zum Umweltschutz aus. Am Ende der Green Seven Week steht dann der **«Green Seven Report»** an. Im vergangenen Jahr drehte sich alles um das Thema Mobilität und Verkehr. Dazu schaute der Bericht auf Pendler in Indien und Japan und beleuchtete auch, wie die Zukunft aussehen könnte. Die Entwicklung von e-Fahrzeugen soll dabei eine große Rolle spielen. Auch deutsche Flugtaxis der Firma Volocopter sollen eine Rolle beim Pendeln einnehmen. So soll beim Neubau des Münchner Flughafens direkt eine Start- und Landebahn integriert werden. Auch Milliardär Elon Musk treibt seine eigenen Projekte voran, der in den USA die sogenannte Hyperloop-Bahn plant. Zugegeben, der Stand der Forschung ist aktuell noch nicht imstande, diese neuen Innovationen für den breiten Markt zur Verfügung zu stellen. In Deutschland steht man zunächst wohl erstmal vor der Optimierung des öffentlichen Personennahverkehrs, um weg von den schier endlosen Staus auf den

Straßen zu kommen.

«Hart aber fair» lädt aus aktuellem Anlass Schüler ein

Hat Deutschland aber nur Probleme in der Mobilität? Frank Plasberg stellte am 4. Februar seinen Gästen solche eine Frage. Tut Deutschland alles für den Umweltschutz? Zu Gast in seiner Sendung **«Hart aber fair»** war unter anderem Bundesumweltministerin Svenja Schulze, also genau die richtige Adressatin, um Kritik zu äußern und neue Lösungsvorschläge anzubringen. Vertreten war dabei auch eine Person, die sich derzeit wohl als mitverantwortlich fühlen darf, dass es dieses Thema in die Talkrunde geschafft hat, Schüler Jakob Blasel. Der 18-jährige Abiturient durfte seine Ansichten frei von der Diskussionsrunde präsentieren. Die Bedenken, die alle Schüler in diesen Tagen zu hören bekommen, äußerte auch der Moderator. Sollten die Schüler nicht lieber in der Schule sitzen und für ihren Abschluss lernen, als jeden Freitag frei zu machen und wertvolle Unterrichtszeit verstreichen zu lassen. Schade eigentlich, denn diese Frage wurde in den letzten Wochen zur Genüge diskutiert und lenkt nur von der eigentlichen Problemstellung ab. Erfreulich war dann aber, dass der junge Mann noch mit in die Runde genommen wurde.

Der Sender RTL II, der grundsätzlich eine jüngere Klientel bedient, befasste sich demnach ebenfalls mit den jungen Demonstranten. Die **«RTL II News»** berichteten in den vergangenen Wochen mehrfach über die Umweltbewegung, die rund um die 16-jährige Greta Thunberg entstand. Die junge Schwedin ist immer häufiger heftiger Kritik von konservativen Stimmen ausgesetzt. Dass sie trotzdem Gehör findet, lässt sich auch an RTL II festmachen.

RTL II engagiert sich auch abseits des TV-Programms für Umweltschutz

Die Mitarbeiter des Unternehmens engagieren sich bereits seit dem Frühjahr 2018 für ein Imkerprojekt. Unter der Leitung eines erfahrenen Imkers werden zwei Bienenvölker auf dem Firmengelände in München betreut. Seit 2013 sogar bezieht das Unternehmen ausnahmslos regenerativ erzeugten Strom. Außerdem achtet der Sender darauf, dass alle Rohstoffe möglichst sparsam und effizient eingesetzt werden. Auch die Mitarbeiter werden dazu animiert zum Wohle der Natur zu arbeiten. Bahnfahrten statt Flugreisen werden gefördert und eigens installierte



Videokonferenzsysteme sollen die Belastung der Umwelt limitieren. Zusammen mit Tele5 und Bavaria Film rief die RTL-Tochter 2017 seine Zuschauer dazu auf, für die Klimaschutzorganisation Plant-for-the-Planet Bäume zu pflanzen. Bisher sind fast 30.000 Bäume gespendet worden, allein RTL II spendete 10.000 Bäume, die in einem Areal in der Nähe von Cancún in Mexiko in die Erde gesetzt wurden.

Umweltschutz ist im ZDF nicht nur Nische

Die umfassendste Berichterstattung über das Thema Klimawandel und Umweltschutz bedient das ZDF. Das Magazin **«aspekte»** und die Kindernachrichten-Sendung **«logo!»** nahmen das Thema Fridays For Future mehrfach mit ins Programm und berichteten ausführlich. Auch am Freitag, den 15. Februar, greift **«heute»** die Diskussion wieder auf. Im Mai 2019 setzt **«PUR+»** den Schwerpunkt zudem auf den Klimawandel und zeigt dazu drei Sendungen. Die erste Episode läuft am 4. Mai, den Abschluss können sich die Zuschauer am 1. Juni angucken. Am 6. Februar wurden die Schülerdemos in der ersten Sendung des Jahres der Talkshow **«dunja hayali»** thematisiert.

ZDF bedient multimediale Plattformen

Unterstützung erhält die preisgekrönte Journalistin von ZDF-Kollege Harald Lesch. Der Wissenschaftler stellt immer häufiger das Thema, das die Schüler auf die Straße treibt, in den Fokus seiner Sendung **«Leschs Kosmos»**. Auch findet sich auf YouTube der Kanal „Terra X Lesch & Co“. In den Videos analysiert Lesch in kurzen Wortbeiträgen aktuelle Themen. Zum Beispiel widmete er sich im vergangenen Jahr dem Thema „Hambacher Forst“. Dirk Steffens von **«Terra X: Faszination Erde»** verfolgt dabei die gleiche Strategie, auch er füllt einen YouTube-Kanal mit meinungsstarken Analysen, auch zum Klimawandel. Alle Videos von YouTube sind zudem in der sendereigenen Mediathek hochgeladen und abrufbereit. Am Donnerstag, den 21. Februar 2019, zeigt 3sat wie gewohnt eine wissenschaftliche Dokumentation. Thema der Dokumentation **«Die Plastikflut»** wird der Ist-Zustand des Müllverbrauchs in Deutschland sein. Im Anschluss folgt dann **«scobel – Die Plastikflut»**, in der Gert Scobel mit seinen Gästen nach Lösungen für den hohen Müllverbrauch der Deutschen sucht. Weiterhin werden innovative Ideen und Maßnahmen aus Wissenschaft, Forschung und Politik vorgestellt.



Wie sieht das Zuschauerinteresse in den vergangenen Jahren zum Thema aus?

«Der Green Seven Report» läuft jährlich seit 2011 im Time-Slot, den üblicherweise «Galileo» inne hat. Zum Einstand konnte man am Sonntagabend um 19:05 Uhr noch respektable 1,73 Millionen Zuschauer begeistern, beim Gesamtpublikum lag man damit bei einem Marktanteil von 6,6 Prozent. In der jungen Altersklasse der 14- bis 49-Jährigen verzeichnete man sogar gute 12,8 Prozent. Insgesamt lag die Reichweite bei 1,27 Millionen Interessierten. Im Folgejahr hielt man die Quote in der Zielgruppe aufrecht, auch der Anteil der ab 3-Jährigen konnte sich auf 7,1 Prozent steigern. Allerdings büßte man in der Gesamtreichweite etwas ein und markierte 1,62 Millionen Zuschauern.

Das Interesse ist wechselhaft

«Green Seven Report»: Gesamtreichweite & Marktanteil

- 2011: 1,73 Mio. - 12,8%
- 2012: 1,62 Mio - 12,8%
- 2013: 1,36 Mio. - 9,8%
- 2014: 1,17 Mio. - 9,3%
- 2015: 1,46 Mio. - 11,0%
- 2016: 1,37 Mio. - 14,0%
- 2017: 0,75 Mio. - 6,9%
- 2018: 0,91 Mio. - 6,9%

2013 gingen die Zahlen dann merklich nach unten. Insgesamt 1,36 Millionen Zuschauer schalteten ein und 9,8 Prozent in der werberelevanten Gruppe wurden registriert. Im nächsten Jahr fiel man in der Reichweite in der Zielgruppe dann erstmals unter die Millionengrenze. Lediglich 0,76 Millionen 14- bis 49-Jährige waren noch interessiert. 2015 griff ProSieben ein Thema auf, das aktuell in Bayern viel diskutiert wird und ein Volksbegehren nach sich zog. Über das Aussterben der Bienen wurde rund eine Stunde lang berichtet. Damit lag der Münchner Sender wieder bei besseren Werten und erreichte ein Gesamtpublikum von 1,46 Millionen, was 5,7 Prozent entsprach. In der umworbenen Gruppe zog die Quote deutlich an und erreichte 11,0 Prozent. 0,91 Millionen Insektenfreunden verfolgten die Sendung. „Save The Water“ war vor zwei Jahren das Thema, womit man sich wieder steigern konnte. 14,0 Prozent war der Marktanteil in der Zielgruppe. Beim Gesamtpublikum büßte man aber etwas ein und kam nur noch auf 1,37 Millionen Zuschauer. 1,03 Millionen waren bei den 14- bis 49-Jährigen. In den vergangenen beiden Jahren halbierte sich diese tolle Quote. Jeweils 6,9 Prozent waren 2017 und 2018 registriert worden. Das Gesamtpublikum zeigte ebenfalls kaum Interesse. 0,75 Millionen und

0,91 Millionen waren vor ihren Empfangsgeräten mit dabei.

Jungen Menschen unterstellt man immer, dass sie politikverdrossen und inaktiv sind, wenn es um die Probleme der Zeit geht. Das Thema Umweltschutz wird immer öfter für ein breites Publikum aufbereitet. Dabei werden besonders Jugendliche und Kinder auf Plattformen wie YouTube und durch Formate wie «logo!» und Berichte in den «RTL II News» für den Umweltschutz sensibilisiert. Durch die breite Berichterstattung über das möglicherweise folgenschwere Problem wird die Aufmerksamkeit der Fernsehzuschauer darauf gelenkt und wird in Zukunft wohl noch mehr Anklang finden. Zwar ist das Interesse der Rezipienten bislang ausbaufähig, der Trend der vergangenen Monate, das Thema zu besprechen, könnte dies aber zum Positiven verändern.