



Zentrum für
Vertrauensforschung



Zentrum für Vertrauensforschung,
AB Pädagogische Psychologie der Universität Vechta

Abschlussbericht

gefördert unter dem AZ 38897/01
von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt

NAHE

NACHHALTIGKEITSKOMPLEXITÄT VERANTWORTUNGSVOLL GESTALTEN - EINE HERAUSFORDERUNG JOURNALISTISCHEN HANDELNS

Projektbeginn: September 2023

Laufzeit: 04. September 2023 - 04. März 2026

Vechta, 04.05.2026

Projektleitung:

Univ.-Prof. Dr. Martin K.W. Schweer

Projektmitarbeiterinnen:

Eva Ruholl, M.A.

Claudia Schröder, M.A.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	II
Zusammenfassung.....	1
1. Anlass und Zielsetzung.....	1
2. Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden	6
2.1 Identifikation zentraler Elemente impliziter journalistischer Theorien (AP 1) ...	7
2.2 Identifizierung prototypischer Muster impliziter journalistischer Theorien, des Nachhaltigkeitsbewusstseins und antizipierter Herausforderungen in der Praxis (AP 2)	8
2.3 Konzeption und Erprobung der Bildungsmodule (AP 3).....	8
2.4 (iterative) Evaluation der Bildungsmodule (AP 4).....	9
2.5 Projektmanagement (AP 6)	10
3. Ergebnisse	11
3.1 Ergebnisse aus AP 1: Qualitative Erschließung impliziter journalistischer Theorien	11
3.1.1 Kernbefunde - Journalist:inneninterviews	12
3.1.2 Kernbefunde - Rezipient:inneninterviews.....	15
3.2 Ergebnisse aus AP 2: Quantitative Befunde und prototypische Muster	18
3.2.1 Zentrale Ergebnisse der Journalist:innenbefragung	18
3.2.2 Zentrale Ergebnisse der Rezipient:innenbefragung	20
3.2.3 Implikationen für die Modulkonzeption	24
3.3 Konzeption des Bildungsmoduls.....	25
4. Diskussion	27
5. Öffentlichkeitsarbeit.....	28
6. Fazit.....	30
Literaturverzeichnis.....	30

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Umweltwirksames journalistisches Handeln aus dynamisch-transaktionaler Perspektive.....	3
Abbildung 2 Spannungsfelder und Anforderungen im Nachhaltigkeitsjournalismus.....	5
Abbildung 3 Darstellung der Arbeitsschritte im Zeitverlauf (Stand Februar 2026).....	6
Abbildung 4 Clusterverteilung der Journalist/innen im Überblick (in %)	18
Abbildung 5 Clusterverteilung der Rezipient/innen im Überblick (in %).....	21
Abbildung 6 Struktur des Bildungsmoduls „Nachhaltigkeitsjournalismus: Perspektiven und Praxis für eine verantwortungsvolle Berichterstattung“.....	26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Kernbefunde der Interviewstudien mit Journalist/innen und Rezipient/innen	11
Tabelle 2 Stichprobe und Kontext	12
Tabelle 3 Grundannahmen zu Aufgaben des Journalismus.....	12
Tabelle 4 Rollenverständnis im Nachhaltigkeitskontext: Spannungsfelder und Leitlinien	13
Tabelle 5 Relevanz und Präsenz von Nachhaltigkeit im Arbeitsalltag – Einflussfaktoren	13
Tabelle 6 Implizite Kriterien für „guten“ Nachhaltigkeitsjournalismus.....	13
Tabelle 7 Komplexitätsreduktion – Aufgabenverständnis und Strategien	14
Tabelle 8 Vertrauen – zentrale Erwartungen und Risikolagen.....	14
Tabelle 9 Praktische Rahmenbedingungen (Organisations- und Formatlogiken).....	14
Tabelle 10 Stichprobe und Kontext.....	15
Tabelle 11 Muster der Mediennutzung.....	15
Tabelle 12 Interesse an Nachhaltigkeit – Treiber und Themenfelder	16
Tabelle 13 Aufgabenverständnis von Journalismus aus Sicht der Rezipient/innen	16
Tabelle 14 Rollenverständnis bei nachhaltiger Berichterstattung	16
Tabelle 15 Erwartungen an „gute“ Nachhaltigkeitsberichte	17
Tabelle 16 Vertrauen in Journalismus – Ausprägungen und Kriterien	17

Zusammenfassung

Das Projekt *NaHe* – „Nachhaltigkeitskomplexität verantwortungsvoll gestalten – eine Herausforderung journalistischen Handelns“ leistet einen wichtigen Beitrag zur Stärkung eines reflexiven, vertrauenssensiblen und gesellschaftlich wirksamen Nachhaltigkeitsjournalismus. Ausgangspunkt war die Annahme, dass nachhaltigkeitsbezogene Berichterstattung Journalist/innen vor besondere Herausforderungen stellt: Sie müssen komplexe, oft unsichere und emotional aufgeladene Themen so aufbereiten, dass Orientierung ermöglicht wird, ohne zu vereinfachen, zu moralisieren oder Vertrauen zu gefährden. Mittels qualitativer Interviews und quantitativer Befragungen von Journalist/innen und Rezipient/innen konnten zentrale Spannungsfelder, implizite Rollenvorstellungen und Erwartungen an „guten“ Nachhaltigkeitsjournalismus empirisch ermittelt werden. Die Ergebnisse zeigen insbesondere, dass Vertrauen, adressatengerechte Komplexitätsreduktion, Transparenz und eine nicht bevormundende Ansprache entscheidende Voraussetzungen dafür sind, dass nachhaltigkeitsbezogene Berichterstattung Anschlussfähigkeit entfalten und Reflexionsprozesse anstoßen kann. Auf dieser Grundlage wurde ein vierteiliges Online-Bildungsangebot entwickelt, das psychologische Grundlagen der Informationsverarbeitung, emotionale Dynamiken, Vertrauen und journalistische Rollenreflexion systematisch aufgreift. Das Projekt schafft damit eine empirisch fundierte Grundlage für die journalistische Aus- und Weiterbildung und eröffnet konkrete Ansatzpunkte, um Nachhaltigkeitsjournalismus differenzierter, publikumsorientierter und wirksamer zu gestalten.

1. Anlass und Zielsetzung

Die Transformation hin zu einer nachhaltigen Entwicklung stellt Gesellschaften vor tiefgreifende ökologische, ökonomische und soziale Herausforderungen. Nachhaltigkeitsfragen sind dabei durch hochgradig vernetzte, dynamische und häufig nichtlineare Systemzusammenhänge geprägt, in denen Entscheidungen zeitverzögert wirken, sie können gleichermaßen Fern- und Nebenwirkungen in anderen Bereichen auslösen (Arnold, 2024; Göllinger, 2025; Wintterlin, 2025). Zugleich sind sie von Ungewissheit und konkurrierenden Problemdeutungen gekennzeichnet. Diese strukturelle Komplexität erschwert nicht nur politische Entscheidungsprozesse, sondern auch öffentliche Verständigung und Meinungsbildung erheblich (Arnold, 2024; Stricker, 2024). Hinzu kommt, dass die gesellschaftliche Einsicht in die Bedeutung nachhaltigen Handelns bislang nur begrenzt in entsprechende Verhaltensänderungen überführt wird, was die kommunikative Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsthemen zusätzlich erschwert.

Vor diesem Hintergrund stellen Fragen der Nachhaltigkeit und des Klimawandels für den Journalismus eine besondere Bewährungsprobe dar (Kunelius, 2019; Neverla, 2024). Von ihm wird erwartet, komplexe Zusammenhänge einzuordnen, Unsicherheiten transparent zu machen, unterschiedliche Perspektiven zu integrieren und zugleich Orientierung zu ermöglichen, ohne die Vielschichtigkeit der Problemlagen unangemessen zu

verkürzen (Meier et al., 2024; Neverla, 2024). Dabei gilt es, die mit vielen Nachhaltigkeitsthemen verbundenen Bedrohungswahrnehmungen und emotionalen Reaktionen – etwa Angst oder Unsicherheit – so zu kommunizieren, dass sie nicht Abwehr oder Resignation nach sich ziehen, sondern reflexive Auseinandersetzungsprozesse ermöglichen. Auf diese Weise übernimmt Journalismus eine Schlüsselrolle: Er berichtet nicht nur über nachhaltigkeitsrelevante Entwicklungen, sondern strukturiert durch Themenauswahl, Gewichtung und Rahmung auch die gesellschaftliche Aufmerksamkeit (Neverla, 2024; Schumann, 2024). Dadurch beeinflusst er, welche Problemlagen als relevant gelten, welche Deutungen sich durchsetzen und welche Handlungsoptionen sichtbar werden. Journalistische Berichterstattung ist insofern nicht allein Beobachterin gesellschaftlicher Dynamiken, sondern wirkt als Mitgestalterin öffentlicher Auseinandersetzungs-, Verständigungs- und Lernprozesse (Meier et al., 2024; Neverla, 2024; Singer-Brodowski, 2024).

Nachhaltigkeitsjournalismus operiert damit unter Bedingungen struktureller Komplexität, (wissenschaftlicher) Unsicherheit und psychologischer Ambivalenz. Zukunftsunsicherheiten, ambivalente Befunde und die Notwendigkeit individueller wie kollektiver Verhaltensänderungen können Verunsicherung, Abwehr und Überforderung auslösen (Dernbach, 2025; Schumann, 2024; Meier et al., 2024). Informationsverarbeitung erfolgt hierbei nicht ausschließlich rational, sie wird vielmehr wesentlich durch emotionale und motivationale Prozesse beeinflusst (Albisser, 2022; Henrizi, 2024; Stroebe, 2023). Nachhaltigkeitsjournalismus bewegt sich folgerichtig in einem Spannungsfeld:

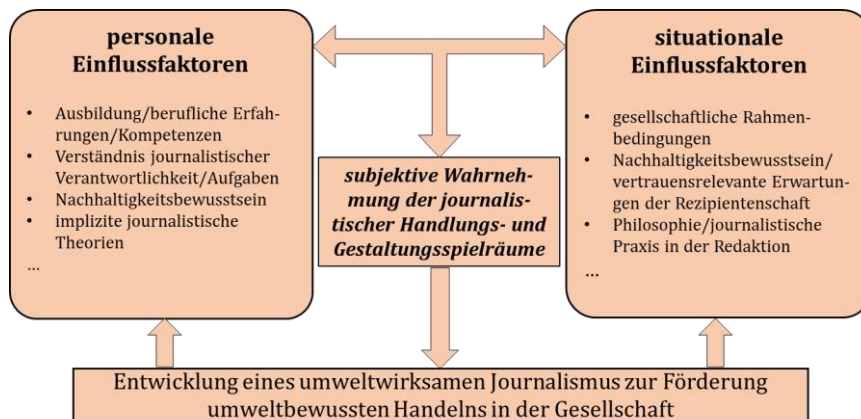
- Komplexität reduzieren, ohne zu verzerren
- Orientierung ermöglichen, ohne Gewissheiten vorzutäuschen
- Vertrauen stärken, obwohl die Themen selbst von Unsicherheit geprägt sind

Eine rein inhaltsbezogene Qualifizierung journalistischer Praxis kann also keineswegs ausreichend sein. Vielmehr bedarf es eines systematischen Einbezugs psychologischer Mechanismen, die Wahrnehmung, Bewertung und Handlungsbereitschaft prägen.

Differentiell-psychologische Perspektive auf journalistisches Handeln

Das Projekt *NaHe* knüpft an eine differentiell-psychologische Sichtweise an, die journalistisches Handeln als Ergebnis eines fortlaufenden Wechselspiels personaler und situationaler Einflussfaktoren begreift (Schweer, 2026; Schweer & Dammann, 2026). Die Wahrnehmung von Handlungsspielräumen, die Einschätzung gesellschaftlicher Verantwortung und schließlich auch konkrete Gestaltungsentscheidungen entstehen nicht im luftleeren Raum, sie sind vielmehr eingebettet in individuelle Dispositionen, berufliche Sozialisation und institutionelle Rahmenbedingungen (s. Abbildung 1).

Abbildung 1 Umweltwirksames journalistisches Handeln aus dynamisch-transaktionaler Perspektive



Vor allem implizite journalistische Theorien, also oft unbewusste Annahmen über „guten“ Journalismus, über die eigene Rolle oder über Erwartungen der Rezipient/innen, strukturieren individuelles Wahrnehmen und Handeln. Sie beeinflussen, auf welche Weise Themen ausgewählt, gewichtet und dargestellt werden, welche Vereinfachungen als legitim gelten und wie stark normative Positionierungen erfolgen sollen. Diese Annahmen sind jedoch keineswegs homogen, denn innerhalb der Gruppe der Journalist/innen ist ebenso von Heterogenität auszugehen wie innerhalb der Bevölkerung. Unterschiedliche Vorstellungen darüber, was vertrauenswürdige und verantwortungsvolle Nachhaltigkeitsberichterstattung auszeichnet, können daher nebeneinander bestehen und mitunter in Spannung zueinander geraten. Eine professionelle Weiterentwicklung nachhaltigkeitsbezogener Berichterstattung setzt folglich an der Reflexion dieser subjektiven Konstruktionen an. Nicht die Festlegung eines normativen Leitbildes steht im Zentrum, sondern die Bewusstmachung und kritische Prüfung eigener Annahmen und Handlungsmuster.

Nachhaltigkeitsjournalismus im Horizont transformativer Lernprozesse

Im Diskurs um Bildung für nachhaltige Entwicklung wird betont, dass gesellschaftliche Transformation nicht allein durch Wissenszuwachs erreicht werden kann (Singer-Brodowski, 2024). Entscheidend ist die Fähigkeit, eigene Wahrnehmungs- und Deutungsmuster zu hinterfragen und neue Perspektiven zu entwickeln (de Haan, 2008). Transformativ Lernprozesse zielen daher auf die Reflexion bestehender Bedeutungssysteme und deren mögliche Weiterentwicklung. Journalistische Kommunikation kann solche Prozesse indirekt unterstützen, indem sie Orientierungsangebote bereitstellt, Ambivalenzen transparent macht und differenzierte Auseinandersetzungen ermöglicht. Sie erreicht Bevölkerungsgruppen über formale Bildungsinstitutionen hinaus und kann damit eine ergänzende Funktion im gesellschaftlichen Lernprozess übernehmen (Singer-Brodowski, 2024). Ob und in welchem Ausmaß Journalist/innen sich selbst als Akteur/innen gesellschaftlicher Transformationsprozesse verstehen, ist vor diesem Hintergrund keineswegs eindeutig. Empirische Befunde machen evident, dass das professionelle Selbstverständnis weiterhin stark an der klassischen Informations-, Orientierungs- und

Kontrollfunktion ausgerichtet ist. Im Zentrum stehen also sachliche Berichterstattung, Einordnung, unparteiische Beobachtung und die Kontrolle von Machtakteuren (von Garmissen et al., 2025; Steinbock, 2025). Zugleich erweitern sich die Rollenvorstellungen, etwa durch die hohe Bedeutung der Bekämpfung von Desinformation und eine wachsende Offenheit für konstruktive Elemente wie das Aufzeigen von Lösungsansätzen. Diese Ausdifferenzierung verweist auf eine gewisse Transformationssensibilität, ohne jedoch einen normativen Aktivismus zu implizieren. Genau an dieser Stelle findet sich die Spannung, die auch Neverla (2024) beschreibt: Journalismus bleibt demokratischen Prinzipien verpflichtet, wird im Kontext ökologischer Krisen jedoch verstärkt mit Erwartungen konfrontiert, gesellschaftliche Zukunftsfragen diskursiv mitzugestalten. Für den Nachhaltigkeitsjournalismus ist diese Ambivalenz besonders virulent, da mit ihm häufig implizite Erwartungen an Zukunftsorientierung, Lösungsbezug oder Engagement verbunden sind, während zugleich das professionelle Ideal der Distanz und Zurückhaltung normativer Positionierungen fortbesteht. Das Projekt setzt daher an der Schnittstelle von professionellem Selbstverständnis und gesellschaftlichen Erwartungen an. Ziel war es, ein Bildungsangebot zu entwickeln, das Journalist/innen in die Lage versetzt, diese Spannungsfelder (s. auch Abbildung 2, S. 5) bewusst wahrzunehmen und reflektiert zu gestalten.

Vertrauen als Voraussetzung wirksamer Nachhaltigkeitskommunikation

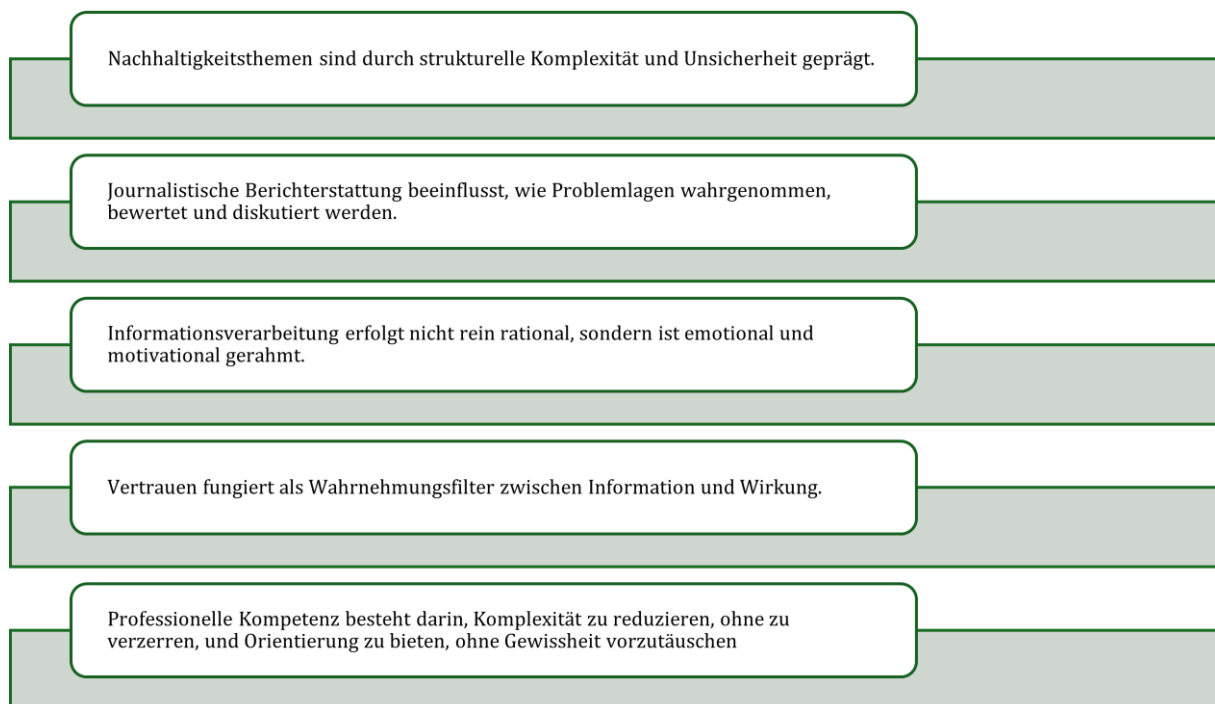
Vertrauen ist eine grundlegende Voraussetzung dafür, dass journalistische Kommunikation wirksam werden kann (Meier et al., 2024; Uth, 2025). Es ermöglicht Rezipient/innen, Informationen anzunehmen und in eigene Deutungs- und Entscheidungsprozesse zu integrieren, obwohl vollständige Gewissheit nicht gegeben ist. Gerade im Nachhaltigkeitskontext, der von Unsicherheiten und kontroversen Debatten geprägt ist, kommt Vertrauen eine stabilisierende Funktion zu (Schweer & Dammann, 2026; Schweer & Ruholl, 2020; Wintterlin, 2025). Vertrauen basiert auf Erfahrungen. Im journalistischen Kontext ist es eng mit normativen Erwartungen an journalistische Qualität verknüpft – vor allem mit der Erwartung an korrekte und vollständige Berichterstattung, an Trennung von Nachricht und Meinung, an Ausgewogenheit sowie an Integrität und Unabhängigkeit journalistischer Akteur/innen (Körner, 2024). Werden diese Erwartungen enttäuscht, kann Vertrauen verloren gehen oder sogar Misstrauen entstehen, wodurch die Bereitschaft zur weiteren Auseinandersetzung mit den Inhalten deutlich sinken kann (Schweer & Dammann, 2026; Schweer & Ruholl, 2020).

Die Befunde zum Medienvertrauen deuten insgesamt auf ein ambivalentes, tendenziell fragiles Vertrauensniveau hin: Nach den krisenintensiven Vorjahren stabilisiert sich Vertrauen aktuell zwar teilweise wieder, zugleich bleiben Anzeichen von Vertrauensverlust und Polarisierung sichtbar – insbesondere entlang von Mediengattungen (öffentlich-rechtlich eher höher, private und Online-/Plattformumfelder eher niedriger) und einer wachsenden Unsicherheit über die Verlässlichkeit und Herkunft von Informationen (Quiring et al., 2024; Edelman Trust Report, 2025; Newman et al., 2024). Parallel ver-

stärkt sich als Publikumsreaktion *News Avoidance*, also das bewusste Meiden journalistischer Angebote, häufig ausgelöst durch als übermäßig negativ und emotional belastend wahrgenommene Berichterstattung (die Medienanstalten, 2025; Meier et al., 2024; Newman et al., 2024). Dieser Befund ist demokratietheoretisch problematisch, weil informierte Bürger/innen eine Voraussetzung verantwortlicher Teilhabe sind; wenn sich ein Teil des Publikums zurückzieht, verliert Journalismus zudem an Reichweite und Wirkung als soziales (Früh-)Warnsystem (Meier et al., 2024; Neverla, 2024). Nachhaltigkeitsjournalismus steht daher vor der doppelten Herausforderung, sowohl inhaltlich komplexe Sachverhalte verständlich zu vermitteln als auch vertrauensrelevante Kriterien konsequent zu berücksichtigen. Die Sensibilisierung für vertrauensbezogene Aspekte journalistischen Handelns ist dementsprechend ein zentraler Baustein professioneller Kompetenz im Nachhaltigkeitskontext.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Themenfeld *Nachhaltigkeitsjournalismus* macht mehrere grundlegende Spannungsfelder sichtbar, die im Projekt aufgegriffen und weiterentwickelt wurden (s. Abbildung 2).

Abbildung 2 Spannungsfelder und Anforderungen im Nachhaltigkeitsjournalismus



Vor dem skizzierten Hintergrund verfolgte das Projekt *NaHe* das Ziel, ein wissenschaftlich fundiertes Online-Bildungsangebot für (angehende) Journalist/innen zu konzipieren, das psychologische Basiskompetenzen für einen vertrauenswürdigen und umweltwirksamen Nachhaltigkeitsjournalismus stärkt. Der begleitende empirische Projektteil diente der systematischen Erfassung journalistischer Rollen- und Selbstverständnisse,

impliziter Vorstellungen von einem „guten“ Nachhaltigkeitsjournalismus und entsprechender Erwartungen potenzieller Rezipient/innen. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage für die inhaltliche Ausrichtung des Bildungsangebots. Im Zentrum steht die Förderung reflexiver Kompetenz: Journalist/innen sollen befähigt werden, eigene Annahmen, Wahrnehmungsverzerrungen und Gestaltungsspielräume bewusst zu erkennen und im Umgang mit Nachhaltigkeitskomplexität verantwortungsvoll zu nutzen. Die konkrete Konzeption, inhaltliche Ausgestaltung und strukturelle Anlage des Bildungsmoduls werden im Ergebnisteil dieses Abschlussberichts dargestellt. Aspekte der Erprobung und Evaluation werden in einem gesonderten Abschnitt ausgewiesen.

2. Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden

Im Folgenden werden die einzelnen Projektschritte und angewandten Methoden entlang der Arbeitspakete (AP) des Projekts dargestellt. Arbeitspaket 5 (öffentlichkeitswirksame Verbreitung) wird davon ausgenommen und in Kapitel 5. Öffentlichkeitsarbeit separat behandelt. Die Arbeitspakete erstreckten sich im zeitlichen Verlauf über die im Balkenplan dargestellten Phasen (siehe Abb. 2).¹

Abbildung 3 Darstellung der Arbeitsschritte im Zeitverlauf (Stand Februar 2026)

Aufgabe		2023		2024												2025												2026	
		11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2
AP1	Identifikation zentraler Elemente impliziter journalistischer Theorien AP1.1 Konzentration und Entwicklung des Erhebungsinstruments AP1.2 Datenerhebung AP1.3 Datenauswertung	AP1																											
		AP1.1																											
		AP1.2																											
		AP1.3																											
AP2	Identifizierung prototypischer Muster impliziter journalistischer Theorien des Nachhaltigkeitsbewusstseins und antizipierter Herausforderungen in der Praxis AP2.1 Konzeption und Entwicklung des Erhebungsinstruments AP2.2 Datenerhebung AP2.3 Datenauswertung	AP2																											
		AP2.1																											
		AP2.2																											
		AP2.3																											
AP3	Konzeption und Erprobung der Bildungsmodule AP 3.1 Konzeptionsphase AP 3.2 Umsetzungsphase AP 3.3 Erprobungsphase	AP3																											
		AP3.1																											
		AP3.2																											
												AP3.3																	
AP4	(iterative) Evaluation der Bildungsmodule													AP4															
AP5	öffentlichkeitswirksame Verbreitung	AP5																											
AP6	Projektmanagement	AP6																											

¹ Angesichts zeitlicher Verzögerungen, aufgrund der zeitaufwändigen multimedialen Gestaltung der Module unter Einhaltung hoher Qualitätsstandards und um eine Evaluation der angefertigten Module gewährleisten zu können, verlängerte sich die Projektlaufzeit kostenneutral um sechs Monate. Damit verbunden sind auch geringfügige Verschiebungen im Vergleich zur Planung gemäß dem letzten Zwischenbericht vom 04.09.2025.

2.1 Identifikation zentraler Elemente impliziter journalistischer Theorien (AP 1)

Projektziele gemäß Antrag

- *qualitative Vorstudie zur Erschließung zentraler Konstrukte impliziter journalistischer Theorien im Kontext der Nachhaltigkeitskomplexität*
- *Expert/innen-Interviews mit Journalist/innen (n = 5–10) und Rezipient/innen (n = 5–10)*
- *Nutzung der Ergebnisse zur Entwicklung des quantitativen Erhebungsinstruments (AP 2)*

AP 1 diente der grundlegenden Erschließung des Projektgegenstandes, da bislang keine spezifischen Instrumente zur Erfassung impliziter journalistischer Theorien im Kontext der Nachhaltigkeitskomplexität vorlagen. Ziel war es, zentrale Deutungsmuster, Rollenverständnisse und vertrauensbezogene Annahmen qualitativ zu identifizieren und damit eine empirisch fundierte Grundlage für die Entwicklung des quantitativen Erhebungsinstruments zu schaffen. Hierzu wurden leitfadengestützte Interviews für zwei Zielgruppen konzipiert: Journalist/innen und (potenzielle) Rezipient/innen. Die Leitfäden fokussierten insbesondere das journalistische Selbst- und Aufgabenverständnis, Vorstellungen von „gutem“ und vertrauensförderlichem Nachhaltigkeitsjournalismus sowie antizipierte bzw. wahrgenommene Herausforderungen der Berichterstattung. Zur Akquise der Journalist/innen wurden die Netzwerke der Kooperationspartner/innen sowie Rückmeldungen auf eine Pressemitteilung zum Projektstart genutzt (s. 5. Öffentlichkeitsarbeit). Im Projektverlauf wurden sechs onlinebasierte Interviews mit Journalist/innen und acht onlinebasierte Interviews mit Rezipient/innen durchgeführt und systematisch ausgewertet.

realisierte Projektziele

- *qualitative Identifikation zentraler Konstrukte impliziter journalistischer Theorien*
- *Durchführung und Auswertung von Interviews mit Journalist/innen und Rezipient/innen*
- *Ableitung zentraler Dimensionen für das quantitative Erhebungsinstrument (AP 2)*
- *erste Hinweise für die Modulkonzeption (AP 3)*

2.2 Identifizierung prototypischer Muster impliziter journalistischer Theorien, des Nachhaltigkeitsbewusstseins und antizipierter Herausforderungen in der Praxis (AP 2)

Projektziele gemäß Antrag

- *Entwicklung und Pretest eines quantitativen Erhebungsinstruments*
- *Durchführung standardisierter Befragungen von Journalist/innen und Rezipient/innen*
- *Identifikation prototypischer Muster mittels Clusteranalysen*

AP 2 baute unmittelbar auf den qualitativen Vorarbeiten (AP 1) auf. Ziel war die Identifikation prototypischer Muster impliziter journalistischer Theorien, des Nachhaltigkeitsbewusstseins und antizipierter Herausforderungen in der Praxis. Es wurden zwei standardisierte, onlinebasierte Fragebögen konzipiert: einer für Journalist/innen und einer für Rezipient/innen. Beide Instrumente erfassten in ihren grundlegenden Konstrukten dieselben inhaltlichen Dimensionen (u. a. Vorstellungen zu „gutem“ und vertrauensförderlichem Nachhaltigkeitsjournalismus, Nachhaltigkeitsbewusstsein und antizipierte Herausforderungen), wurden jedoch zielgruppenspezifisch ergänzt. Das Instrument wurde in einem Pretest erprobt, anschließend überarbeitet und für die Hauptbefragung finalisiert. Die quantitative Erhebung erfolgte in Kooperation mit einem Panel-Institut (Splendid Research GmbH) und wurde durch zusätzliche Rekrutierungswege ergänzt. Insgesamt gingen damit Daten von N = 137 Journalist/innen und N = 1000 Rezipient/innen in die Auswertung ein. Zur Analyse wurden deskriptive Verfahren, explorative Faktorenanalysen und Clusteranalysen eingesetzt. Ziel war es, zugrundeliegende Dimensionen zu identifizieren und Gruppen mit ähnlichen Orientierungen abzubilden.

realisierte Projektziele

- *Entwicklung und Finalisierung der Erhebungsinstrumente*
- *Durchführung der Befragungen*
- *Identifikation prototypischer Muster mittels Faktoren- und Clusteranalysen*
- *Ableitung empirischer Grundlagen für die Modulkonzeption*

2.3 Konzeption und Erprobung der Bildungsmodule (AP 3)

Projektziele gemäß Antrag

- *Konzeption eines vierteiligen Online-Bildungsangebots auf Grundlage der in AP 2 identifizierten Cluster*
- *technische Umsetzung im Lernmanagementsystem Stud.IP*
- *Erprobung des Bildungsangebots im Projektverlauf*

AP 3 diente u. a. der Überführung der empirischen Erkenntnisse in ein didaktisch strukturiertes Bildungsangebot. Aufbauend auf den Ergebnissen aus AP 1 und AP 2 wurde ein vierteiliges, onlinebasiertes Aus- und Weiterbildungskonzept entwickelt. Das Angebot umfasst ein Einstiegs- und Motivationsmodul, ein Grundlagenmodul, ein Vertiefungsmodul und ein Abschlussprojekt in Form eines Portfolios. Neben der Präsentation zentraler empirischer Befunde und der Vermittlung psychologischen Basiswissens liegt ein Schwerpunkt auf der Reflexion impliziter journalistischer Theorien und der Sensibilisierung für unterschiedliche Rollenverständnisse und Vertrauenserwartungen (s. 3. Ergebnisse). Die Akquise der Teilnehmenden erfolgte über die Kooperationspartner/innen, journalistische Netzwerke und Pressearbeit (s. 5. Öffentlichkeitsarbeit). Zum Berichtszeitpunkt nahmen 12 Personen am Bildungsangebot teil.

realisierte Projektziele

- *Konzeption eines vierteiligen Online-Bildungsangebots auf Basis der Ergebnisse aus AP 1 und AP 2*
- *technische Umsetzung der Module in Stud.IP*
- *ergänzende Maßnahmen zur niedrigschwelligen Zugänglichkeit (etwa Projekthomepage)*
- *Durchführung erster Erprobungen und Gewinnung von Teilnehmenden*

2.4 (iterative) Evaluation der Bildungsmodule (AP 4)

Projektziele gemäß Antrag

- *Konzeption und Umsetzung einer formativen und summativen Evaluation der Bildungsmodule im Pre-Post-Design*
- *Einbezug individueller Unterschiede (bspw. implizite Theorien, Erwartungen) in die Evaluation*
- *Ableitung von Ansatzpunkten zur Weiterentwicklung des Bildungsangebots*

In AP 4 erfolgte die formative und summative Evaluation der Bildungsmodule. Für die einzelnen Module wurden standardisierte Evaluationsfragebögen konzipiert, die gleichermaßen geschlossene Skalenitems und offene Fragen umfassen. Hierzu zählen insbesondere:

- die visuelle und mediale Gestaltung der Module (inkl. Einsatz KI-generierter Videoformate)
- die inhaltliche Aufbereitung zentraler Themenbereiche
- die Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit der Inhalte
- die wahrgenommene Relevanz für den beruflichen Alltag
- die kognitive Aktivierung und Reflexionsanregung
- die subjektive Einschätzung der Lernwirksamkeit

Ergänzend wurden Reflexions- und Portfolioaufgaben eingesetzt, um Lernprozesse und Praxistransfer sichtbar zu machen. Die Auswertung erfolgt anonymisiert und orientiert sich an einem Design-Based-Research-Ansatz. Zum Berichtszeitpunkt liegen erste Evaluationsrückmeldungen und Portfolioarbeiten vor, deren Umfang erlaubt derzeit jedoch noch keine differenzierte Auswertung.

realisierte Projektziele

- *Entwicklung und Implementierung standardisierter Evaluationsinstrumente*
- *Erfassung zentraler Bewertungsdimensionen (bspw. Verständlichkeit, Relevanz, Reflexionsanregung)*
- *Integration von Reflexions- und Portfolioaufgaben zur Unterstützung von Lernprozessen und Praxistransfer*

2.5 Projektmanagement (AP 6)

Projektziele gemäß Antrag

- *Planung, Koordination und Evaluation des Projektfortschritts*
- *erfolgreiche Durchführung des Projekts*

AP 6 diente der Planung, Koordination und fortlaufenden Kontrolle des Projektfortschritts. Das Projektmanagement (Eva Ruholl, M.A.) begleitete *NaHe* über alle Projektphasen hinweg und trug damit zur erfolgreichen Umsetzung und zum Abschluss des Vorhabens bei. Zu den zentralen Aufgaben gehörten insbesondere die Koordination der Arbeitspakete und Erhebungen, die Abstimmung mit Kooperationspartner/innen und externen Dienstleister/innen, die Sicherstellung der Zielerreichung und Qualität, die Organisation des Berichtswesens sowie die Unterstützung der öffentlichkeitswirksamen Verbreitung der Projektinhalte und -ergebnisse (s. 5. Öffentlichkeitsarbeit).

realisierte Projektziele

- *fortlaufende Planung, Koordination und Kontrolle des Projektfortschritts*
- *Abstimmung der Arbeitspakete sowie Koordination der Erhebungen*
- *Kommunikation und Abstimmung mit Projektpartner/innen und weiteren Unterstützer/innen*
- *Organisation des Berichtswesens sowie Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit*

3. Ergebnisse

3.1 Ergebnisse aus AP 1: Qualitative Erschließung impliziter journalistischer Theorien

In AP 1 wurden leitfadengestützte Online-Interviews mit (angehenden) Journalist/innen und (potenziellen) Rezipient/innen geführt. Ziel war es, zentrale Dimensionen impliziter journalistischer Theorien im Kontext der Nachhaltigkeitskomplexität zu identifizieren sowie Erwartungen an nachhaltigkeitsbezogene Berichterstattung, das Aufgabenverständnis von Journalismus und vertrauensrelevante Kriterien zu erschließen. Tabelle 1 bietet zunächst einen komprimierten Überblick über die Kernbefunde beider Interviewstudien. Im anschließenden Text werden diese Befunde differenzierter dargestellt, um einen strukturierten Einblick in die wesentlichen Ergebnisse zu ermöglichen.

Tabelle 1 Kernbefunde der Interviewstudien mit Journalist/innen und Rezipient/innen

Kernbefunde der qualitativen Interviewstudien	
AP 1 – Leitfadengestützte Interviews mit Journalist/innen (n = 6) und Rezipient/innen (n = 8)	
Kernbefunde der Journalist/innen-Interviews	Kernbefunde der Rezipient/innen-Interviews
1. Diversität in Rollenprofilen und Nachhaltigkeitszugängen	1. heterogene soziodemografische Profile und Vertrauenshaltungen
2. Informieren als Kernauftrag, ergänzt um Anschlussfähigkeit	2. alters- und lebenslagenbezogene Mediennutzungsmuster
3. Verantwortung unter Vorbehalt professioneller Rollengrenzen	3. Nachhaltigkeitsinteresse variiert nach Themenfeld und Betroffenheit
4. anlassabhängige, ressourcengesteuerte Nachhaltigkeitspräsenz	4. Aufklärung als Kernauftrag mit Transparenz- und Sorgfaltserwartungen
5. Anschlussfähigkeit, Lösungsorientierung und Sorgfalt als Qualitätskriterien	5. aufklärende Rolle mit Spannung zwischen Neutralität und Orientierung
6. Komplexitätsreduktion als Kernkompetenz, aber ressourcenabhängig	6. sachliche Fundierung, Verständlichkeit und motivationale Anschlussfähigkeit
7. Vertrauen als wichtig, fragil und schwer wiederherstellbar	7. heterogenes, quellen- und formatabhängiges Vertrauen
8. organisationale und mediale Logiken als handlungsleitender Rahmen	

3.1.1 Kernbefunde – Journalist/innen-Interviews

Kernbefund 1:

Die Interviewten bringen unterschiedliche Rollenprofile und Ressourcenlagen mit; Nachhaltigkeitsbezüge sind vorhanden, jedoch thematisch und in der Intensität variierend.

Tabelle 2 Stichprobe und Kontext

Merkmal	Ausprägungen / Überblick
Status	freiberuflich (1), angestellt (2), Volontariat (3)
Alter	18–54 Jahre
Arbeitskontext	überwiegend regionale Redaktionen; Print, teils Print/Online
Berufserfahrung	0–24 Jahre (Heterogenität von wenig bis sehr erfahren)
Nachhaltigkeitsbezug (Beispiele)	Energie/Verkehr, Renaturierung, Kunststoffkreislauf, Windkraft, (nachhaltige) Fischzucht, Forschung/Naturschutz

Anmerkung. Anzahl der interviewten Journalist/innen (n = 6)

Kernbefund 2:

Das Selbstverständnis kombiniert klassischen Informationsjournalismus mit Anschlussfähigkeit (Publikum, Formatlogiken) und punktuell gesellschaftlicher Relevanzorientierung.

Tabelle 3 Grundannahmen zu Aufgaben des Journalismus

Aufgabenverständnis	Kernaussage aus den Interviews
Informieren	zentraler Kernauftrag, über alle Fälle hinweg konsensual
Erklären / Hintergründe vermitteln	Einordnung und Verständliche Darstellung als Standardanforderung
Weiterbilden	teils als Bildungs-/Orientierungsfunktion beschrieben
Unterhalten	v. a. im lokalen Kontext als Teil der Anschlussfähigkeit
Themen platzieren / sichtbar machen	Themenagenda beeinflussen, Debatten anstoßen
Ganzheitlich berichten	Wunsch nach Kontextualisierung, aber begrenzt durch Ressourcen
Bedürfnis-/Publikumsorientierung	besonders im Online-Kontext betont (Aufmerksamkeit/Klicklogiken)

Anmerkung. Mehrfachnennungen waren möglich

Kernbefund 3:

Nachhaltigkeitsjournalismus wird als verantwortungsrelevant beschrieben, jedoch unter dem Vorbehalt professioneller Rollengrenzen und organisatorischer Bedingungen.

Tabelle 4 Rollenverständnis im Nachhaltigkeitskontext: Spannungsfelder und Leitlinien

Dimension	Häufige Positionen / typische Spannungen
Verantwortung	journalistische Reichweite → Verantwortung, Nachhaltigkeit sichtbar zu machen (zugleich: Einfluss nicht „überschätzen“)
Informieren und Aufklären	Nachhaltigkeit erklären („warum wichtig“, „wie umsetzbar“)
Anregen statt bevorzugen	„Anstöße geben“/Nachdenken fördern vs. Reaktanz vermeiden
Neutralität vs. Aktivismus	klare Grenzziehung als Herausforderung; Kommentar teils als legitimer Ort für stärkere Einordnung
Vermittlerrolle	zwischen Expert/innen/Institutionen und Rezipient/innen „übersetzen“, verständlich machen
Kontextabhängigkeit	Rolle/Umsetzbarkeit abhängig von Ressort, Redaktionsgröße, Themenlage

Kernbefund 4:

Nachhaltigkeit ist eher anlass- und ressourcenabhängig präsent; redaktionelle Routinen und knappe Ressourcen strukturieren die tatsächliche Umsetzung.

Tabelle 5 Relevanz und Präsenz von Nachhaltigkeit im Arbeitsalltag – Einflussfaktoren

Bereich	Befundlage
Präsenz im Alltag	eher selten als eigenständiges Thema; häufiger indirekt über andere Themen anschlussfähig
Relevanzbewertung	grundsätzlich hoch, aber Umsetzung nicht automatisch möglich
Einflussfaktoren (hemmend/steuernd)	Themenzuteilung/Absprachen; Zeit- und Kapazitätsdruck; angenommene Publikumsinteressen; Schwierigkeit, passende Interviewpartner/innen zu finden; persönliche Nachhaltigkeitsaffinität; Feedback-Erfahrungen
Typische Konsequenz	Nachhaltigkeitsbezüge werden teils „mitgedacht“, aber nicht systematisch vertieft

Kernbefund 5:

„Gute“ Nachhaltigkeitsberichte werden als anschlussfähig, erklärend und lösungsorientiert verstanden, zugleich als sorgfältig formuliert und so gestaltet, dass sie möglichst wenige Abwehrreaktionen auslösen.

Tabelle 6 Implizite Kriterien für „guten“ Nachhaltigkeitsjournalismus

Qualitätskriterium	Konkretisierung in den Interviews
Lebenswelt-/Alltagsbezug	Nähe zur Lebensrealität; lokale/konkrete Beispiele; „Warum hat das mit mir zu tun?“
Veranschaulichung von Wirkungen	Folgen (nicht) nachhaltigen Handelns nachvollziehbar machen
Lösungs-/Handlungsorientierung	Alternativen und praktikable Ansätze aufzeigen; konstruktive Akzente

Tonalität ohne Vorwurf	keine „Du musst“-Rhetorik; Bevormundung vermeiden; emotionale Lage berücksichtigen
Sorgfalt/Recherche	gründliche Recherche, belastbare Einordnung
Expert/innen-Bezug	Expert/innen-Stimmen erhöhen Nachvollziehbarkeit und Glaubwürdigkeit
Formale Aufmerksamkeitsanker	Überschrift, Bild, Einstieg als entscheidend für Rezeption

Kernbefund 6:

Komplexitätsreduktion ist Kernkompetenz, aber stark ressourcenabhängig; die „Wahrheitsgrenze“ wird als normativer Anker genannt.

Tabelle 7 Komplexitätsreduktion – Aufgabenverständnis und Strategien

Aspekt	Kernaussagen / Strategien
Status	Vereinfachung als zentrale Aufgabe, teils als „Pflicht“ beschrieben
Grenze	Vereinfachen „ja“, aber nicht verzerren („bei der Wahrheit bleiben“)
Strategien	Teilaspekt fokussieren; Fachbegriffe vermeiden/erklären; auf weiterführende Infos verweisen; Sprache aktiv vereinfachen
Hürden	begrenzter Platz/Zeit; Input-/Kommunikationsqualität von Expert/innen und Pressestellen; Gefahr der Überforderung (zu viele Wirkzusammenhänge)

Kernbefund 7:

Vertrauen wird als wichtig und zugleich fragil sowie schwer wiederherstellbar beschrieben; Nachhaltigkeit gilt als besonders „vertrauenssensibles“ Themenfeld.

Tabelle 8 Vertrauen – zentrale Erwartungen und Risikolagen

Dimension	Befundlage
Relevanz	Vertrauen als Voraussetzung für Rezeption und Kooperation (auch gegenüber Informationsquellen)
Vertrauensanker	gründliche Recherche; Transparenz/Quellen; Unabhängigkeit; Trennung Nachricht/Meinung; Perspektivenvielfalt; Expert/innen; Korrekturen/Richtigstellungen
Dialog/Beziehung	direkter Austausch (E-Mail, Leserbriefe, Veranstaltungen) als vertrauensförderlich
Risiko im Nachhaltigkeitskontext	hohe Emotionalität/Polarisierung, besondere Sensibilität für Tonalität und Einordnung notwendig

Kernbefund 8:

Nachhaltigkeitsberichterstattung ist in hohem Maße durch organisationale und mediale Logiken gerahmt; Handlungsspielräume werden entsprechend als variabel erlebt.

Tabelle 9 Praktische Rahmenbedingungen (Organisations- und Formatlogiken)

Rahmenbedingung	Typische Ausprägungen
Redaktionsprozesse	Themenabstimmung/-zuteilung (intern/zwischen Redaktionen)
Ressourcen	Zeit für Recherche/Schreiben begrenzt; Platzrestriktionen (Print)

Quellenzugang	Verfügbarkeit/Erreichbarkeit von Expert/innen wichtig; Pressestellen teils leichter erreichbar
Online-spezifische Logiken	Klickzahlen, Auffindbarkeit, Plattformlogiken (App, Social Media, Google)
Stellenwert Nachhaltigkeit	häufig kein expliziter Auftrag; eher „freiwillige Leistung“/situativ

3.1.2 Kernbefunde – Rezipient/innen-Interviews

Kernbefund 1:

Die Interviewten weisen heterogene soziodemografische Profile auf; zugleich zeigen sich deutliche Unterschiede im Mediennutzungsverhalten, im themenspezifischen Nachhaltigkeitsinteresse und in der grundsätzlichen Vertrauenshaltung gegenüber journalistischen Angeboten.

Tabelle 10 Stichprobe und Kontext

Merkmal	Ausprägungen / Überblick
Alter	23–67 Jahre
Geschlechtsidentität	weiblich (4), männlich (4)
Schulabschluss	überwiegend (Fach-)Hochschulreife; vereinzelt Haupt-/Volksschule
berufl. Bildungsabschluss	überwiegend Hochschulabschluss; zudem Ausbildung/Meister-/Fachschule; eine Person noch in Ausbildung

Anmerkung. Anzahl der interviewten Rezipient/innen (n = 8)

Kernbefund 2:

Im Medienkonsum zeigen sich alters- und lebenslagenbezogene Muster (Print vs. Online). Gleichzeitig wird der eigene Nachrichtenfluss teils als algorithmisch geprägt beschrieben („Bubble“-Effekte).

Tabelle 11 Muster der Mediennutzung

Bereich	typische Muster / Hinweise
Tageszeitung	tendenziell stärker printorientiert bei älteren Befragten; jüngere eher online
Magazine/Zeitschriften	gedruckte Formate eher selten; Onlineangebote teils regelmäßiger
TV/Radio	TV für viele relevant; Radio variiert stark zwischen den Personen
Onlineangebote von Sendern	von einem Teil der Befragten häufig genutzt, von anderen kaum
Algorithmische Selektion	einzelne Hinweise auf personalisierte Ausspielung („wenn ich es anklicke, sehe ich es häufiger“)

Kernbefund 3:

Nachhaltigkeit ist grundsätzlich anschlussfähig, das Interesse variiert jedoch deutlich – insbesondere nach Themenfeld und persönlicher Betroffenheit im Alltag.

Tabelle 12 Interesse an Nachhaltigkeit – Treiber und Themenfelder

Aspekt	Befunde
Interesse insgesamt	grundsätzlich vorhanden, aber unterschiedlich stark ausgeprägt
zentraler Treiber	persönlicher/alltagsbezogener Bezug („Was bedeutet das für mich?“)
häufig genannte Themen	Mobilität, Müllvermeidung, Wohnen/Alltag, Ernährung; teils Energie, Konsum, Reisen
Kontextfaktor	Lebensphase/Verantwortung (z. B. mit Blick auf Kinder/kommende Generationen)

Kernbefund 4:

Beim Aufgabenverständnis von Journalismus dominieren Aufklärung/Informieren, verbunden mit hohen Erwartungen an Transparenz, Sorgfalt und Mehrperspektivität.

Tabelle 13 Aufgabenverständnis von Journalismus aus Sicht der Rezipient/innen

Dimension	Kernaussagen / Erwartungen
Aufklären & Informieren	Kernauftrag; Themen verständlich und „auf den Punkt“ vermitteln
Einordnen & Perspektivenvielfalt	möglichst differenziert berichten; Pro/Contra sichtbar machen
Transparenz & Quellen	Offenlegung der Basis (Quellen/Expert/innen) als Qualitätsmerkmal
Unabhängigkeit/Neutralität	geringe Akzeptanz für „meinungsgetriebene“ Darstellung
ggf. Aktivierung	punktuell Wunsch nach Anregung/Orientierung, aber ohne Druck

Kernbefund 5:

Im Nachhaltigkeitskontext wird Journalist/innen vor allem eine aufklärende und einordnende Rolle zugeschrieben. Gleichzeitig zeigt sich ein Spannungsfeld zwischen Neutralitätsanspruch und dem Wunsch nach Orientierung bzw. Handlungsimpulsen.

Tabelle 14 Rollenverständnis bei nachhaltiger Berichterstattung

Rollenzuschreibung	Befunde
Aufklärend/einordnend	nicht nur Fakten, sondern Bedeutung und Konsequenzen verständlich machen
Aufmerksamkeit & Bewusstsein	Nachhaltigkeit sichtbar machen und gesellschaftliches Bewusstsein stärken
Anregung ohne Bevormundung	Nachdenken fördern, ohne moralisierenden Ton
Neutralität/Unabhängigkeit	als zentrale Voraussetzung genannt, zugleich als schwer herzustellen beschrieben

Handlungsoptionen	Wunsch nach konkreten Optionen/Beispielen; teils auch Vorbild-/Authentizitätsanspruch an Journalist/innen
-------------------	---

Kernbefund 6:

„Gute“ Nachhaltigkeitsberichte werden als Kombination aus sachlicher Fundierung, verständlicher Darstellung und motivationaler Anschlussfähigkeit beschrieben. Auffällig sind teils ambivalente Erwartungen: neutral und faktenbasiert, zugleich interessant, aktivierend und nicht belastend.

Tabelle 15 Erwartungen an „gute“ Nachhaltigkeitsberichte

Kategorie	zentrale Erwartungen
Aufbau und Gestaltung	informative Überschrift; kurzer Überblick/Teaser; Bilder/Grafiken zur Verständlichkeit; teils Wunsch nach Austauschmöglichkeiten
Schreibstil	verständlich, für unterschiedliche Bildungsniveaus zugänglich; spannend/mitnehmend (wie Storytelling), ohne reißerisch zu sein; Meinung klar kennzeichnen
Emotionale Passung	keine Dauernegativität; Unsicherheiten ernst nehmen; keine Bevormundung; gleichzeitig: wahrheitsgetreu, kein Beschönigen/Greenwashing
Motivationale Anschlussfähigkeit	Bezug zur eigenen Lebenswelt; positive Beispiele/Vorbilder; lokale Projekte; Handlungsoptionen und Wirkzusammenhänge („Was bringt mein Verhalten?“)
Sachliche Fundierung	verschiedene Perspektiven; Einordnung in größere Zusammenhänge; teils finanzielle Dimension (Kosten/Nutzen); Expert/innen- und Quellenbezug

Kernbefund 7:

Das Vertrauen gegenüber Journalismus ist heterogen und scheint mit dem Nutzungsverhalten zusammenzuhängen. Vertrauen wird bevorzugt an bestimmte Medien/Quellen gebunden (etwa öffentlich-rechtliche Angebote, ausgewählte Tageszeitungen), währenddessen sozialen Medien und als populistisch wahrgenommenen Formaten deutlich skeptischer begegnet wird.

Tabelle 16 Vertrauen in Journalismus – Ausprägungen und Kriterien

Aspekt	Befunde
Vertrauensniveau	von niedrig bis hoch; teils „grundsätzlich ja, aber...“ (format-/quellenabhängig)
bevorzugte Vertrauensobjekte	öffentlich-rechtliche Angebote, ausgewählte Tageszeitungen; teilweise Vertrauen in einzelne Journalist/innen
geringes Vertrauen	soziale Medien und populistische Formate; vereinzelt generelle Skepsis
vertrauensfördernde Kriterien	Faktenorientierung; transparente Quellen und Expert/innen; redaktionelle Kontrollfunktion; Korrekturen/Richtigstellungen; Neutralität; Mehrperspektivität; klare Trennung von Information und Meinung; teils Selbstprüfung durch eigene Recherche

Die qualitativen Ergebnisse verdeutlichen zentrale Anforderungen nachhaltigkeitsbezogener Berichterstattung. Auf Seite der Journalist/innen zeigen sich einerseits ein ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein und der Anspruch, komplexe Zusammenhänge verständlich zu vermitteln, andererseits wird deutlich, dass journalistische Praxis stark

durch strukturelle Rahmenbedingungen wie Zeitdruck, Themenzuteilungen und format-bezogene Logiken geprägt ist und mit Unsicherheiten etwa bei der Grenzziehung zwischen neutraler Information und orientierender Einordnung verbunden sein kann. Rezipient/innen formulieren ihrerseits hohe Erwartungen an Transparenz, Sorgfalt und Mehrperspektivität der Berichterstattung. Zugleich wünschen sie sich verständliche Einordnung, alltagsnahe Beispiele und konkrete Handlungsbezüge, ohne moralisierende Ansprache oder bevormundende Darstellung.

3.2 Ergebnisse aus AP 2: Quantitative Befunde und prototypische Muster

3.2.1 Zentrale Ergebnisse der Journalist/innen-Befragung

Die Auswertung der Journalist/innen-Befragung verdeutlicht, dass Nachhaltigkeitsjournalismus nicht auf ein einheitliches professionelles Selbstverständnis trifft, sondern vielmehr auf differenzierte Orientierungs- und Rollenprofile. Mittels clusteranalytischer Verfahren konnten die Befragten auf Basis zentraler Merkmale ihres Umgangs mit Nachhaltigkeit vier Gruppen (s. Abbildung 4) zugeordnet werden, die sich hinsichtlich ihres persönlichen Engagements, der Einschätzung journalistischer Einflussmöglichkeiten, der Wahrnehmung des Publikumsinteresses und ihrer Sicherheit in der Nachhaltigkeitsberichterstattung systematisch unterscheiden.

Abbildung 4 Clusterverteilung der Journalist/innen im Überblick (in %)

Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4
„aktivierende Nachhaltigkeitsjournalist/innen“	„ausgewogene Nachhaltigkeitsvermittler/innen“	„pragmatische Nachhaltigkeitsvermittler/innen“	„zurückhaltende Nachhaltigkeitsjournalist/innen“
32,6%	29,1%	14,5%	22,7%

Im Folgenden werden diese Cluster in komprimierter Form beschrieben und hinsichtlich ihrer praktischen Implikationen eingeordnet.

Cluster 1 „aktivierende Nachhaltigkeitsjournalist/innen“

Grundhaltung gegenüber Nachhaltigkeitsjournalismus

Hohes persönliches Engagement und die klare Überzeugung, dass Journalismus zur nachhaltigen Entwicklung beitragen kann. Das Publikumsinteresse wird als vorhanden eingeschätzt, die eigene Berichterstattungskompetenz als vergleichsweise sicher.

Was „gute“ Nachhaltigkeitsberichte ausmacht

Beiträge sollen faktenbasiert, nachvollziehbar und kontextualisiert sein sowie Ursachen, Folgen und Lösungsansätze sichtbar machen. Im Vergleich zu anderen Gruppen steht die

aktivierende Funktion stärker im Vordergrund (Sensibilisierung, Motivation zur Beteiligung). Zugleich wird ein neutraler, vorwurfsfreier Stil betont. Gründliche Recherche und Transparenz bilden zentrale Qualitätsstandards.

Cluster 2 „ausgewogene Nachhaltigkeitsvermittler/innen“

Grundhaltung gegenüber Nachhaltigkeitsjournalismus

Hohes persönliches Engagement und grundsätzlicher Glaube an die Wirksamkeit von Journalismus, bei gleichzeitig als begrenzt wahrgenommenem Publikumsinteresse und Unsicherheiten in der Aufbereitung.

Was „gute“ Nachhaltigkeitsberichte ausmacht

Starke Orientierung an konkreten, lokalen Beispielen und deren Auswirkungen. Berichterstattung soll anschaulich und praxisnah sein, bei gleichzeitig neutralem und vorwurfsfreiem Stil. Auffällig sind die hohe Bedeutung von Expert/innen sowie kollegialem Austausch. Verständlichkeit und Einordnung sind zwar bedeutsam, stehen jedoch weniger im Vordergrund.

Cluster 3 „pragmatische Nachhaltigkeitsvermittler/innen“

Grundhaltung gegenüber Nachhaltigkeitsjournalismus

Eher geringes persönliches Engagement, bei grundsätzlich nicht ausgeschlossener Wirksamkeit journalistischer Berichterstattung. Publikumsinteresse wird als mäßig eingeschätzt, Unsicherheiten im Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen sind ausgeprägt.

Was „gute“ Nachhaltigkeitsberichte ausmacht

Im Fokus stehen konkrete Handlungsmöglichkeiten für das Publikum. Die Aufbereitung ist pragmatisch: Reduktion von Komplexität durch Teilaspekte, Vermeidung bzw. Erklärung von Fachbegriffen und Verweise auf weiterführende Informationen. Insgesamt zeigt sich eine stärker handlungsorientierte als erklärende Herangehensweise.

Cluster 4 „zurückhaltende Nachhaltigkeitsjournalist/innen“

Grundhaltung gegenüber Nachhaltigkeitsjournalismus

Vorhandenes, aber weniger ausgeprägtes Engagement sowie geringere Überzeugung von der Wirksamkeit journalistischen Handelns. Publikumsinteresse wird durchaus gesehen, bei gleichzeitiger Unsicherheit in der Berichterstattung.

Was „gute“ Nachhaltigkeitsberichte ausmacht

Viele Merkmale werden als weniger bedeutsam eingeschätzt. Im Vordergrund steht eine sachliche, zurückhaltende Berichterstattung. Wichtig sind vor allem Recherche, Quellenangaben und Nachvollziehbarkeit, ohne einen ausgeprägten Anspruch an Aktivierung oder Hervorhebung des Themas. Nachhaltigkeit erscheint hier stärker als Teil allgemeiner journalistischer Praxis.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Nachhaltigkeitsjournalismus auf ausdifferenzierte Orientierungs- und Rollenprofile trifft. Obwohl Nachhaltigkeit für viele Befragte persönlich relevant ist und grundsätzlich als bedeutsam gilt, variieren Engagement, Verantwortungszuschreibung, Sicherheit im Umgang mit dem Thema und publizistische Zielsetzungen zum Teil ganz erheblich. Zugleich berichtet ein bedeutsamer Anteil über bestehende Unsicherheit darüber, wie Nachhaltigkeitsthemen angemessen dargestellt werden sollen.

Wirksamkeitsanspruch trifft auf strukturelle Grenzen

Mehrheitlich wird dem Journalismus eine potenzielle Wirkung im Kontext nachhaltiger Entwicklung zugeschrieben. Gleichzeitig werden redaktionelle Rahmenbedingungen als limitierend hervorgehoben (Zeitdruck, begrenzter Einfluss auf Themenwahl, erschwerter Zugang zu Informationen/Expert/innen und Unsicherheit über das Publikumsinteresse). Nachhaltigkeitsjournalismus erscheint dementsprechend weniger als ein Akzeptanzproblem, sondern vielmehr als eine Frage der Ressourcen und der Kompetenz.

„Gute“ Nachhaltigkeitsberichterstattung: Qualität als gemeinsamer Nenner

Ungeachtet bestehender Unterschiede lässt sich ein breiter Konsens erkennen: „Gute“ Nachhaltigkeitsberichte werden vor allem über klassische Qualitätsnormen definiert (sorgfältige Recherche, wahrheitsgetreue und neutrale Darstellung, Einordnung in Zusammenhänge sowie ein transparenter Umgang mit Unsicherheiten). Darüber hinaus differieren die Akzentsetzungen zwischen stärker lösungs-/handlungsorientierten und eher zurückhaltend-sachlichen Verständnissen.

Vertrauen: wertvoll, aber unterschiedlich gerahmt

Vertrauen wird insgesamt als wichtige Ressource eingeschätzt, jedoch nicht durchgängig als zentraler Kernbegriff professioneller Identität hervorgehoben. Als vertrauensfördernd gelten vor allem Faktenorientierung, Ehrlichkeit, redaktionelle Prüfung und Neutralität; Transparenzpraktiken wie Quellenoffenlegung oder Meinungskennzeichnung werden vergleichsweise seltener als zentrale Vertrauensaspekte betont.

3.2.2 Zentrale Ergebnisse der Rezipient/innen-Befragung

Die Auswertung der Rezipient/innen-Befragung verdeutlicht, dass Nachhaltigkeitskommunikation nicht auf eine homogene Öffentlichkeit trifft, sondern auf differenzierte Rezeptions- und Erwartungsprofile. Mittels clusteranalytischer Verfahren konnten die Befragten auf Basis ihrer Nachhaltigkeitsorientierung und ihrer Zuschreibung journalistischer Verantwortung vier Gruppen (s.

Abbildung 5) zugeordnet werden, die sich hinsichtlich ihrer Vertrauensbereitschaft, ihrer Erwartungen an gute Berichterstattung und ihres Mediennutzungsverhaltens systematisch unterscheiden.

Abbildung 5 Clusterverteilung der Rezipient/innen im Überblick (in %)

Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4
„die stark Nachhaltigkeitsorientierten“	„die nachhaltig wenig Engagierten“	„die individuell Nachhaltigkeitsorientierten“	„die moderat Nachhaltigkeitsorientierten“
13,1%	24,8%	36,3%	25,7%

Im Folgenden werden diese Cluster in komprimierter Form beschrieben und hinsichtlich ihrer kommunikativen Implikationen eingeordnet.

Cluster 1 „die stark Nachhaltigkeitsorientierten“

Alter	über alle Alterskohorten verteilt
Geschlecht	weiblich und männlich
Bildung	vorwiegend (Fach-)Hochschulreife
Kernprofil - Nachhaltigkeit	dem Journalismus wird eine sehr hohe Verantwortung in der Nachhaltigkeitsberichterstattung zugeschrieben; das Interesse an solchen Themen und das Nachhaltigkeitsbewusstsein sind stark ausgeprägt
Vertrauen	sehr hohe Zustimmung zur Relevanz von Vertrauen im Journalismus und zu einer grundsätzlich vertrauensvollen Beziehung zwischen Journalismus und Publikum
Erwartungen an „gute“ Berichte	sehr hohe Erwartungen mit Fokus auf Qualitätsjournalismus (Wahrhaftigkeit, Sorgfalt, Transparenz, Perspektivenvielfalt) sowie verständliche Einordnung und aktivierende Aufklärung; Unterhaltung nachrangig
Mediennutzung	überwiegend klassisch-elektronisch (v. a. Fernsehen), moderat Social Media; insgesamt mittlere Nutzungsintensität
Implikationen	hohe Anschlussfähigkeit für vertiefende, erklärende und konstruktive Formate; Vertrauen durch Transparenz stabilisieren; geeignet als Multiplikator/innen-Segment (Dialog/Community)

Cluster 2 „die nachhaltig wenig Engagierten“

Alter	überwiegend mittlere und ältere Jahrgänge
Geschlecht	eher weiblich

Bildung	häufig (Fach-)Hochschulreife
Kernprofil – Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeit ist weder als klare journalistische Aufgabe noch als starkes persönliches Anliegen verankert; Einstellungen zeigen insgesamt niedrige Ausprägungen
Vertrauen	mäßige Zustimmung zur Bedeutung von Vertrauen im Journalismus; Vertrauen wird anerkannt, jedoch weniger stark normativ verankert
Erwartungen an „gute“ Berichte	Qualitätskriterien werden grundsätzlich befürwortet, jedoch weniger stringent eingefordert; Aufklärung, Motivation und Komplexitätsreduktion spielen eine geringere Rolle als in stärker integrierten Clustern
Mediennutzung	insgesamt vergleichsweise hohe und breite Mediennutzung über verschiedene Kanäle hinweg
Implikationen	Relevanzstiftung ist zentral: Alltagsbezug, konkrete Konsequenzen und nachvollziehbare Beispiele sind wichtiger als normative Appelle; niedrigschwellige Einstiege und lebensweltnahe Erzählweisen erhöhen Anschlussfähigkeit

Cluster 3 „die individuell Nachhaltigkeitsorientierten“

Alter	ältestes Cluster
Geschlecht	männlich und weiblich
Bildung	überwiegend mittleres Bildungsniveau
Kernprofil – Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeit ist deutlich verankert; das persönliche Bewusstsein ist stark ausgeprägt, während die Zuschreibung journalistischer Verantwortung etwas zurückhaltender erfolgt
Vertrauen	hohe Zustimmung zur Relevanz von Vertrauen
Erwartungen an „gute“ Berichte	klassische Qualitätsmaßstäbe stehen im Vordergrund; Berichte sollen sorgfältig recherchiert, nachvollziehbar eingeordnet und verständlich aufbereitet sein
Mediennutzung	eher klassisch und selektiv; geringere digitale Affinität, vor allem mit Blick auf die sozialen Medien
Implikationen	hohe Passung für fundierte, faktenorientierte Formate mit klarer Struktur; Crossmedia mit klassischen Ankern (TV, Radio, Print) erscheint besonders geeignet; Verständlichkeit ohne Vereinfachung ist entscheidend

Cluster 4 „die moderat Nachhaltigkeitsorientierten“

Alter	jüngstes Cluster
Geschlecht	eher männlich
Bildung	hoher Akademikeranteil
Kernprofil – Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeit wird anerkannt, jedoch ohne starke normative Zuspitzung; die Orientierung wirkt insgesamt moderat und eher pragmatisch als ideell motiviert
Vertrauen	mittlere Zustimmung zur Relevanz von Vertrauen im Journalismus
Erwartungen an „gute“ Berichte	Qualität wird geschätzt, jedoch in Verbindung mit Nutzwert, Umsetzbarkeit und klarer Struktur; Aufklärung ist wichtig, aber nicht stark normativ aufgeladen
Mediennutzung	stark multimedial und crossmedial integriert; hohe Nutzung digitaler und sozialer Kanäle

Implikationen	besonders empfänglich für datenbasierte, lösungsorientierte und interaktive Formate; crossmediale Strategien mit Verknüpfung von Social Media und vertiefenden Inhalten sind erfolgversprechend
---------------	---

Nachhaltigkeitskommunikation als Vertrauens- und Komplexitätsaufgabe

Die Befunde machen evident, dass Nachhaltigkeitsjournalismus weniger an fehlendem Problembewusstsein scheitert als vielmehr an Fragen der Vertrauenszuschreibung und Komplexitätsverarbeitung. Vertrauen wird von der großen Mehrheit als zentrale Voraussetzung gelingenden Journalismus betrachtet. Gleichzeitig zeigt sich eine gewisse Skepsis gegenüber der tatsächlichen Realisierbarkeit stabiler Vertrauensbeziehungen. Vertrauen ist demnach kein statischer Zustand, sondern eine fragile, herzustellende Beziehung zwischen Kommunikator/in und Publikum.

Hohe Qualitätsansprüche als implizite Theorie „guten“ Journalismus

Die starke Betonung von Wahrhaftigkeit, Recherche, Quellenangaben und Perspektivenvielfalt verweist auf eine implizite Theorie von Journalismus, die ganz eindeutig an klassischen Qualitätsnormen orientiert ist. Das Publikum erwartet nicht primär Aktivismus oder moralische Positionierung, sondern:

- sorgfältige Einordnung
- strukturierte Komplexitätsreduktion
- nachvollziehbare Argumentation

Gleichzeitig wird deutlich, dass Belehrung oder normative Überhöhung kritisch wahrgenommen werden. Nachhaltigkeit soll erklärt und kontextualisiert, nicht „verordnet“ werden. Aus pädagogisch-psychologischer Perspektive verweist dieses Ergebnis auf eine zentrale Spannung: Rezipient/innen wünschen Orientierung, sie lehnen jedoch paternalistische Kommunikation ab.

Keine Einheitsöffentlichkeit: differenzierte Rezeptionsmuster

Die clusteranalytische Auswertung lässt erkennen, dass Nachhaltigkeitsorientierung nicht linear entlang sozialstruktureller Merkmale verläuft, sondern primär entlang:

- normativer Integration
- Vertrauensbereitschaft
- Medienpraxis
- Erwartungshaltungen an journalistische Funktionen

Die identifizierten Gruppen unterscheiden sich erheblich darin, wie stark Nachhaltigkeit in ihr Selbst- und Weltverständnis integriert ist und welche Rolle Journalismus dabei spielen soll. Diese Differenz legt nahe, dass Nachhaltigkeitskommunikation nicht als einheitliche „Informationsvermittlung“ konzipiert werden kann, sondern als adressatensensible Aushandlung von Bedeutung.

Komplexitätsreduktion als zentrale Vermittlungsleistung

Die Wahrnehmung von Journalismus als kognitive Orientierungsinstanz spiegelt sich in der hohen Bedeutung von Verständlichkeit, Einordnung und Visualisierung wider. Komplexitätsreduktion bedeutet dabei nicht Vereinfachung im Sinne von Reduktion, sondern Strukturierung durch Kontextualisierung. Die isolierte Betrachtung einzelner Aspekte wird entsprechend kritisch gesehen; erwartet wird eine nachvollziehbare Einbettung in größere Zusammenhänge.

3.2.3 Implikationen für die Modulkonzeption

Die Befunde beider Teilstudien verweisen auf komplementäre Spannungsfelder und zugleich auf konkrete Professionalisierungslücken. Während auf Publikumsseite teilweise differenzierte Erwartungs- und Vertrauensprofile sichtbar werden, resultieren auf Seite der Journalist/innen differente Rollenverständnisse, Unsicherheiten und divergierende normative Akzentuierungen hinsichtlich der Bewertung und des Werts von Nachhaltigkeit. Für die Entwicklung des Bildungsmoduls ergaben sich daraus mehrere zentrale Konsequenzen:

Reflexion impliziter journalistischer Theorien

Sowohl Rezipient/innen als auch Journalist/innen verfügen über implizite Vorstellungen dahingehend, was „guter“ Nachhaltigkeitsjournalismus leisten soll. Diese Erwartungen bleiben jedoch häufig unbewusst und werden weder im professionellen Selbstverständnis noch in der Wahrnehmung des Publikums systematisch reflektiert.

Implikationen für das Bildungsmodul

Reflexion der eigenen Position in Bezug auf:

- persönlichen Haltung zu nachhaltiger Entwicklung
- wahrgenommenen eigenen Einfluss als Journalist/in
- Verständnis von Aufgabe und Verantwortung in der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Ziele der Berichterstattung (wie Aktivierung, Neutralität und/oder Orientierungsleistung)
- Abgleich mit Erwartungen der Rezipient/innen

Vertrauen als Ressource journalistischer Orientierung in komplexen Themenfeldern

Vertrauen gilt in der Nachhaltigkeitsberichterstattung als bedeutsam, wird jedoch meist nicht als eigenständige Kernaufgabe verstanden und eher implizit mitgedacht als gezielt gestaltet. Gleichzeitig ist das tatsächliche Vertrauenserleben beim Publikum sehr unterschiedlich und sensibel – vor allem gegenüber normativer Überhöhung oder bevormundenden Darstellungen.

Implikationen für das Bildungsmodul

- Vertrauen als Ressource bei komplexen, unsicheren Nachhaltigkeitsthemen
- aktuelles Vertrauensklima rund um nachhaltigkeitsbezogene Berichterstattung
- Wirkung von Vertrauen auf Informationsverarbeitung, Orientierung und Auseinandersetzung

- Ansatzpunkte zur Förderung von Vertrauen

Nachhaltigkeitskomplexität als Herausforderung

Ein relevanter Anteil der Journalist/innen berichtet von Unsicherheit im Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen. Gleichzeitig zeigt sich auf Seiten der Rezipient/innen ein klarer Wunsch nach Einordnung, Verständlichkeit und Anschlussfähigkeit – jedoch nicht nach Vereinfachung durch bloße Reduktion.

Implikationen für das Bildungsmodul

- Einordnung von Nachhaltigkeit als gesellschaftliche Transformationsaufgabe (ökologisch–sozial–ökonomisch)
- Bedeutung von Abwägungen, Unsicherheiten und Perspektivenvielfalt
- psychologische Barrieren nachhaltigen Handelns
- journalistische Ansatzpunkte zur Förderung von Orientierung und Engagement

Kompetenzerweiterung: Informationsverarbeitung und emotionaler Resonanz

Die empirischen Befunde verdeutlichen, dass Nachhaltigkeit ein kognitiv anspruchsvolles und zugleich emotional sensibles Thema ist. Zudem weisen die Ergebnisse auf eine ausgeprägte Sensibilität gegenüber moralisierenden oder bevormundend wirkenden Darstellungen hin, die eher Abwehr als Auseinandersetzung begünstigen können.

Implikationen für das Bildungsmodul

- Vermittlung psychologischen Basiswissens zur Informationsverarbeitung und Wahrnehmung
- Grundlage zu Emotionen und emotionaler Resonanz (wie Unsicherheit, Ärger, Überforderung)

3.3 Konzeption des Bildungsmoduls

Die dargestellten Implikationen legen nahe, dass Herausforderungen im Nachhaltigkeitsjournalismus weniger in fehlender Relevanzzuschreibung liegen, sondern vor allem in divergierenden impliziten Theorien, Unsicherheiten im Umgang mit Komplexität und heterogenen Erwartungsstrukturen auf Seiten der Rezipient/innen. Das entwickelte Bildungsmodul greift die identifizierten Professionalisierungsbedarfe gezielt auf und überführt sie in ein didaktisch strukturiertes Aus- und Weiterbildungsangebot. Im Zentrum stehen die Förderung von Reflexionsfähigkeit, ein kompetenter Umgang mit Komplexität sowie eine vertrauensensible Gestaltung journalistischer Berichterstattung. Nachhaltigkeitsjournalismus wird dabei nicht als moralische Verpflichtung verstanden, sondern als professionelle Aufgabe, die eine bewusste Auseinandersetzung mit eigenen Annahmen, publizistischen Zielsetzungen und der Wirkung journalistischer Inhalte erfordert. Entscheidend ist dabei weniger die Frage, ob Nachhaltigkeitsjournalismus stattfinden sollte, sondern wie dieser differenziell und adressatenorientiert unter Bedingungen von Unsicherheit und Komplexität gestaltet werden kann.

Das Konzept für das mehrteilige Bildungsangebot „*Nachhaltigkeitskomplexität verantwortungsvoll gestalten – eine Herausforderung journalistischen Handelns*“ wurde bis Juli 2024 entwickelt.

Abbildung 6 gibt einen Überblick über die Struktur des Bildungsmoduls und verdeutlicht, wie die empirischen Befunde in ein didaktisch strukturiertes Aus- und Weiterbildungsangebot überführt wurden. Ziel des Moduls ist es, (angehende) Journalist/innen darin zu unterstützen, ihre impliziten Annahmen über Nachhaltigkeitsberichterstattung zu reflektieren und zugleich Kompetenzen im Umgang mit der besonderen Komplexität nachhaltigkeitsbezogener Themen auszubauen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf psychologischen Grundlagen der Informationsverarbeitung, der Rolle emotionaler Resonanz sowie der Bedeutung von Vertrauen als orientierungsrelevanter Ressource im journalistischen Kontext. Diese Perspektiven ermöglichen eine differenziertere Betrachtung sowohl des eigenen professionellen Handelns als auch der Publikumsseite und verbinden systematisch Wissensvermittlung, Selbstreflexion und praxisorientierte Anwendung.

Abbildung 6 Struktur des Bildungsmoduls „Nachhaltigkeitsjournalismus: Perspektiven und Praxis für eine verantwortungsvolle Berichterstattung“

Grundlage des Moduls			
Empirische Befunde			
<ul style="list-style-type: none"> • divergierende implizite journalistische Theorien • Unsicherheiten im Umgang mit Nachhaltigkeitskomplexität • Bedeutung von Vertrauen für Orientierung und Auseinandersetzung • kognitive und emotionale Dynamiken in der Nachhaltigkeitsrezeption 			
Modulstruktur			
Einstiegs- und Motivationsmodul	Grundlagenmodul	Vertiefungsmodul	Abschlussprojekt
<p><i>Impulse für nachhaltiges Handeln durch den Journalismus</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientierung über Modulstruktur • Einführung in Projekt NaHe und empirische Befunde • Relevanz nachhaltiger Berichterstattung 	<p><i>Psychologische Grundlagen für Nachhaltigkeitsjournalismus</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeit als gesellschaftliche Herausforderung • Informationsverarbeitung und Komplexität • emotionale Resonanz • Vertrauen im journalistischen Kontext 	<p><i>Wege zum Nachhaltigkeitsjournalismus</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Erklärungsansätze für unzureichende Klimaberichterstattung • empirische Cluster journalistischer Perspektiven • konstruktiver Journalismus • Selbstreflexion der eigenen Position 	<p><i>Transfer in die journalistische Praxis</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse und Weiterentwicklung eines Nachhaltigkeitsbeitrags • Entwicklung einer eigenen Strategie im Nachhaltigkeitsjournalismus
Ziel des Moduls			
<ul style="list-style-type: none"> • Reflexion impliziter journalistischer Theorien • vertrauenssensibler Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen 			

- komplexitätsbewusste Berichterstattung
- psychologische Sensibilität für Informationsverarbeitung
- Transfer in die journalistische Praxis

Die Entwicklung und technische Umsetzung der Inhalte erfolgte gestuft. Zunächst wurde das Einstiegs- und Motivationsmodul *„Impulse für nachhaltiges Handeln durch den Journalismus: Ein erster Schritt“* umgesetzt, das einen Überblick über das Forschungsprojekt sowie zentrale empirische Befunde bietet und die Teilnehmenden an das Thema Nachhaltigkeitsjournalismus heranführt (Fertigstellung: Juli 2025). Im Anschluss erfolgte die erste Bewerbung des Angebots über verschiedene Kanäle. In einem zweiten Schritt wurden die weiteren Module entwickelt: das Grundlagenmodul *„Psychologische Grundlagen für Nachhaltigkeitsjournalismus“*, das Vertiefungsmodul *„Wege zum Nachhaltigkeitsjournalismus“* sowie das Abschlussmodul *„Von der Theorie zur Praxis“*. Diese wurden bis Dezember 2025 umgesetzt. Eine erneute Bewerbungsphase fand im Januar und Februar 2026 statt (s. 2.3 Konzeption und Erprobung der Bildungsmodule (AP 3) u. 5. Öffentlichkeitsarbeit). Insgesamt entstand ein vierteiliges Bildungsangebot, das die identifizierten Professionalisierungsbedarfe in ein flexibel nutzbares didaktisches Konzept übersetzt.

4. Diskussion

Das Projekt zielte darauf ab, empirische Erkenntnisse zu nachhaltigkeitsbezogenen journalistischen Orientierungen zu gewinnen und diese in ein Bildungsangebot zu überführen. Die qualitativen und quantitativen Erhebungen ermöglichen dabei differenzierte Einblicke in journalistische Rollen- und Selbstverständnisse sowie in Vorstellungen darüber, was als angemessene Nachhaltigkeitsberichterstattung gilt. Damit zeigt sich, wie im Antrag angelegt, dass nachhaltigkeitsbezogene Berichterstattung weder auf Seiten der Journalist/innen noch auf Seiten des Publikums von homogenen Orientierungen ausgehen kann. Die Ergebnisse verdeutlichen insbesondere, dass sowohl innerhalb der Gruppe der Journalist/innen als auch auf Seiten der Rezipient/innen unterschiedliche Erwartungen und Deutungen bestehen. Damit bestätigt sich die Annahme, dass nachhaltigkeitsbezogene Berichterstattung unterschiedliche Perspektiven und Erwartungshaltungen berücksichtigen muss.

Zugleich wird deutlich, dass Nachhaltigkeit als Themenfeld mit besonderen kommunikativen Anforderungen verbunden ist. Die Befunde weisen darauf hin, dass Nachhaltigkeitsthemen häufig als komplex und erklärungsbedürftig wahrgenommen werden, zugleich jedoch eine hohe Sensibilität gegenüber moralisierenden oder bevormundenden Darstellungsweisen besteht. Für journalistische Praxis bedeutet dies, dass Berichterstattung einerseits Orientierung und Einordnung bieten muss, andererseits jedoch die Anschlussfähigkeit an unterschiedliche Perspektiven und Deutungsmuster berücksichtigen sollte. Bildungsangebote können hier ansetzen, indem sie nicht primär normative Leit-

bilder vermitteln, sondern Reflexionsmöglichkeiten über journalistische Rollenverständnisse, Formen der Komplexitätsreduktion sowie Bedingungen von Vertrauen in der Berichterstattung eröffnen.

Im Projektverlauf wurde jedoch erkennbar, dass die zentrale Herausforderung weniger in der inhaltlichen Konzeption des Bildungsangebots liegt als in der Erreichbarkeit der Zielgruppe. Trotz intensiver Bewerbungs- und Akquise-Maßnahmen blieb die Zahl der Teilnehmenden bislang unter den Erwartungen. Die Erfahrungen deuten darauf hin, dass die Teilnahme an Weiterbildungsangeboten im journalistischen Alltag stark durch strukturelle Rahmenbedingungen geprägt ist, wodurch eine kontinuierliche Teilnahme an umfangreichen Weiterbildungsformaten erschwert ist.

Vor diesem Hintergrund wurde das Bildungsangebot im Projektverlauf stärker niedrigschwellig ausgerichtet. Während im Antrag ein strukturiertes Weiterbildungsformat mit möglicher Zertifizierung vorgesehen war, rückte im weiteren Verlauf die möglichst unkomplizierte Zugänglichkeit der Inhalte stärker in den Vordergrund. Die Module wurden so gestaltet, dass sie flexibel *on demand* genutzt und auch einzeln bearbeitet werden können. Diese Anpassung stellt keine inhaltliche Abkehr vom ursprünglichen Konzept dar, sondern eine stärkere Orientierung an den praktischen Rahmenbedingungen journalistischer Arbeit. Die Projekterfahrungen verdeutlichen damit, dass Weiterbildungsangebote für Journalist/innen nicht nur fachlich fundiert sein müssen, sondern zudem hinsichtlich Zugänglichkeit, Flexibilität und zeitlicher Anforderungen eng an den beruflichen Kontext der Zielgruppe angepasst werden sollten. Die begrenzte Teilnahme wirkt sich zugleich auf die im Projekt vorgesehene iterative Evaluation der Module aus. Zwar wurden entsprechende Evaluationsinstrumente entwickelt und implementiert, doch liegen zum Zeitpunkt der Berichterstellung noch nicht ausreichend Rückmeldungen vor, um eine differenzierte Auswertung oder eine iterative Anpassung der Module vornehmen zu können. Die Evaluationsinstrumente stehen jedoch weiterhin zur Verfügung und ermöglichen eine fortlaufende Rückmeldung im Rahmen zukünftiger Modulnutzungen.

Die Zusammenarbeit mit den Kooperationspartner/innen gestaltete sich insgesamt konstruktiv und unterstützend. Sie trugen wesentlich dazu bei, Zugänge zu journalistischen Netzwerken herzustellen und sowohl die empirischen Erhebungen als auch die Bewerbung des Bildungsangebots zu flankieren. Damit erwiesen sich die Kooperationspartner/innen als wichtige Multiplikator/innen bei der Ansprache einer Zielgruppe, die in der Praxis nur begrenzt erreichbar ist. Zugleich zeigen die Projekterfahrungen, dass die Nutzung entsprechender Weiterbildungsangebote wesentlich davon abhängt, wie niedrigschwellig und alltagskompatibel sie gestaltet sind.

5. Öffentlichkeitsarbeit

Die fortlaufenden Sichtbarmachung des Projekts sowie der Vernetzung mit relevanten Praxis- und Wissenschaftsakteur/innen war im Wesentlichen im AP 5 „Öffentlichkeitswirksame Verbreitung“ verankert (s. 2. Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden). Ziel war es, sowohl die empirischen Ergebnisse als auch das entwickelte Bildungsangebot frühzeitig in fachliche und gesellschaftliche Diskurse einzubringen. Zur Information der Öffentlichkeit wurden mehrere Pressemitteilungen veröffentlicht, darunter zum Projektstart, zum Projektverlauf, zur Bewerbung der Journalist/innen-Befragung und zur Vorstellung des Bildungsmoduls:

[„Forschungsprojekt zur Förderung eines nachhaltigkeitswirksamen Journalismus startet an der Universität Vechta.“](#) (27.10.2023)

[„Beeinflussen Journalist*innen ihre Leserschaft beim Thema Nachhaltigkeit? Zentrum für Vertrauensforschung untersucht die Rolle des Journalismus für nachhaltige Entwicklung in der Gesellschaft.“](#) (16.07.2024)

[„Tipps zu Journalismus über Nachhaltigkeit / Online-Kurs mit praktischen Hilfen für verantwortungsvolle Berichterstattung“](#) (04.02.2026)

Ergänzend wurde eine Pressemitteilung zur Schulaktion „Vechtaer Psychology Meets School No. 4“ an einem örtlichen Gymnasium veröffentlicht, in welcher das Projekt NaHe in einer für Jugendliche passenden Form vorgestellt wurde. Dabei wurde deutlich, wie Medien und journalistische Berichterstattung Emotionen und Vertrauen prägen und warum beides zentral dafür ist, wie junge Menschen mit Themen wie dem Klimawandel umgehen.

[Vertrauen als entscheidender Baustein: Gymnasium Lohne und Universität Vechta erkunden gemeinsam den Umgang mit globalen Herausforderungen / "vechtaer psychology meets school no. 4"](#) (11.11.2024)

Zur kontinuierlichen Information über Projekthalte und Ergebnisse wurde eine Projekthomepage eingerichtet:

<https://www.uni-vechta.de/paedagogische-psychologie/nahe>

Über diese Plattform und über die Pressestelle der Universität Vechta wurde vor allem das entwickelte Bildungsmodul beworben. Auch die Kooperationspartner/innen unterstützten die Verbreitung des Angebots innerhalb ihrer journalistischen Netzwerke. Darüber hinaus wurde das Projekt beim 8. Forschungsfördertag der Universität Vechta (07.12.2023) im Rahmen des Formats „Pitch your Project!“ und durch eine Posterpräsentation vorgestellt.

Eine weitere wissenschaftliche Präsentation der Ergebnisse ist im Rahmen der DGPs-Tagung 2026 in Luxemburg (07.-10.09.2026) vorgesehen (angenommener Posterbeitrag: „Nachhaltigkeitsjournalismus: Vertrauen, Komplexität und Verantwortungsübernahme – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung“).

Die Projektergebnisse richten sich vor allem an (angehende) Journalist/innen und weitere Akteur/innen aus der journalistischen Aus- und Weiterbildung sowie an interessierte Wissenschaftler/innen. Zudem wurden ausgewählte Inhalte über Vermittlungs- und Transferformate (bspw. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Schulveranstaltungen) auch einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Das entwickelte Bildungsangebot bleibt über das Projektende hinaus verfügbar. Sämtliche Module werden über Stud.IP bereitgestellt und sind nach vorheriger Anmeldung über die eigens eingerichtete [Projekthomepage](#) am Zentrum für Vertrauensforschung (ZfV) der Universität Vechta zugänglich. Ausgewählte Inhalte werden zudem in die universitäre Lehre integriert. So fließen Aspekte des Projekts etwa in den Optionalbereich der Pädagogischen Psychologie an der Universität Vechta ein, etwa im Modul „Umweltverantwortliches Verhalten aus pädagogisch-psychologischer Perspektive“ (SoSe 2026). Insgesamt trägt die Öffentlichkeitsarbeit dazu bei, die im Projekt gewonnenen Erkenntnisse sowohl in wissenschaftliche als auch in praxisbezogene Diskurse einzubringen und die langfristige Nutzung des entwickelten Bildungsangebots zu unterstützen.

6. Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die im Projekt gewählte Vorgehensweise geeignet war, unterschiedliche Perspektiven auf nachhaltigkeitsbezogene Berichterstattung systematisch zu erfassen und für die Entwicklung eines Bildungsangebots nutzbar zu machen. Die Verbindung qualitativer Interviews und quantitativer Befragungen ermöglichte es, journalistische Rollenverständnisse sowie Erwartungen von Rezipient/innen differenziert zu berücksichtigen und in die Konzeption des Bildungsmoduls einfließen zu lassen. Gleichzeitig zeigt das Projekt, dass die Nutzung journalistischer Weiterbildungsangebote wesentlich von den strukturellen Bedingungen des Berufsalltags beeinflusst wird. Zeitliche Ressourcen, Arbeitsbelastung und kurzfristige Themenprioritäten stellen dabei zentrale Rahmenbedingungen dar, die bei der Konzeption entsprechender Angebote berücksichtigt werden müssen. Die empirischen Befunde bestätigen zugleich die Relevanz des gewählten Ansatzes. Für zukünftige Vorhaben erscheint es daher sinnvoll, Zugänge zur Zielgruppe weiter zu erleichtern und zusätzliche Anreize für die Teilnahme an Weiterbildungsangeboten zu schaffen. Eine grundlegende Änderung der Zielsetzung erscheint vor diesem Hintergrund nicht erforderlich. Das im Projekt entwickelte Bildungsmodul stellt hierfür eine tragfähige Grundlage dar und kann in weiteren Kontexten erprobt und weiterentwickelt werden.

Literaturverzeichnis

- Albisser, M. (2022). Informationsverarbeitung und Wirkung von Markenkommunikation. In M. Albisser, *Brand Content und Brand Image: Experimentelle Studie über die Wirkung von Brand Content auf Imagedimensionen* (S. 97–117). Springer VS.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-35711-5_4
- Arnold, M. G. (2024). *Systemisch denken und handeln in Richtung Nachhaltigkeit: Wertewandel, Strategien, Innovationen, Konsum*. Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-68889-2>
- de Haan, G. (2008). Gestaltungskompetenz als Kompetenzkonzept der Bildung für nachhaltige Entwicklung. In: Bormann, I., de Haan, G. (Hrsg.), *Kompetenzen der Bildung für nachhaltige Entwicklung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-90832-8_4
- Dernbach, B. (2025). Vom Beobachter zum Aktivist? Veränderungen der journalistischen Berufsrolle und der Kompetenzen im Kontext der gesellschaftlichen Transformation. In V. Kokoschka, S. Kosak, C. Paganini & L. Rademacher (Hrsg.), *Nachhaltigkeit in der Medienkommunikation: Ethische Anforderungen und praktische Lösungsansätze* (S. 89–102). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783748940616-89>
- Edelman Trust Institute. (2025). *2025 Edelman Trust Barometer: Trust and the crisis of grievance* (Global report). Edelman. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2025-01/2025%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_01.23.25.pdf
- Göllinger, T. (2025). Vernetztes Denken, Lernen und Handeln für eine systemische Sustainability-Transformation. In T. Göllinger & G. Harrer-Puchner (Hrsg.), *Systemisch-vernetztes Denken und Sustainability-Transformation: SDG – Forschung, Konzepte, Lösungsansätze zur Nachhaltigkeit* (S. 81–115). Springer Gabler.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-48645-7_5
- Henrizi, P. (2024). Die Komplexität der Risikokommunikation. In J. Basel & P. Henrizi (Hrsg.), *Psychologie von Risiko und Vertrauen* (S. 129–163). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-662-65575-7_6
- Körner, T. (2024). *Generalisiertes Vertrauen in automatisierten Journalismus*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-42735-1>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Koliska, M., Nielsen, R. K., & Kleis Nielsen, R. (2024). *Digital News Report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Quiring, O., Ziegele, M., Schultz, T., Fawzi, N., Jakob, N., Jakobs, I., Schemer, C., Stegmann, D., & Viehmann, C. (2024). Zurück zum Niveau vor der Pandemie – Konsolidierung von Vertrauen und Misstrauen: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2023. *Media Perspektiven*, (9), 1–14. https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2024/MP_9_2024_Mainzer_Langzeitstudie_Medienvertrauen_2023.pdf
- Schweer, M. (2026). *Facets of Trust and Mistrust. Challenges for Social Interaction*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-49426-1>
- Schweer, M., & Ruholl, E. (2020). Nachhaltigkeit im Ernährungsalltag. Empirische Befunde zu ausgewählten personalen und situativen Korrelaten des Fleischkonsums. *Umweltpsychologie*, 24(1), 232–253.

- Schweer, M., & Dammann, P. (2026). Vertrauen aus psychologischer Sicht. In M. Bobbert & J. Sautermeister (Hrsg.), *Handbuch Ethik und Psychologie* (S. 531–545). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-48132-2_42
- Singer-Brodowski, M. (2024). Gesellschaftliches Lernen im Kontext von Nachhaltigkeit: Fragen an ein interdisziplinäres Diskursfeld. *ZEP: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik*, 47(3), 10–13. <https://doi.org/10.31244/zep.2024.03.03>
- Steinbock, K. (2025). Journalismus zwischen Krise und Wandel. In *Arbeitszufriedenheit im Zeitverlauf* (S. 33–46). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-46959-7_3
- Stricker, L. (2024). Die Nachhaltigkeitstransformation. In P. Wollmann & R. Püringer (Hrsg.), *Die Transformation von Organisationen im öffentlichen und privaten Sektor: Umsetzung eines nachhaltigen Zwecks, von einer Organisation auf der Reise und von Konnektivität für Resilienz* (S. 365–387). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-031-55279-3_18
- Stroebe, W. (2023). Strategien zur Einstellungs- und Verhaltensänderung. In J. Ullrich, W. Stroebe & M. Hewstone (Hrsg.), *Sozialpsychologie* (S. 227–263). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-65297-8_7
- Uth, B. (2025). Audience Engagement als Mittel der Vertrauenssicherung und -stärkung im Medienbereich. In P. Sandermann & V. Schwenker (Hrsg.), *Trust Issues!? – Vertrauen in modernen Gesellschaften* (S. 197–212). transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839470879-012>
- von Garmissen, A., Lauerer, C., Hanitzsch, T., & Loosen, W. (2025). Journalismus in Deutschland 2023: Befunde zur Situation und Selbsteinschätzung einer Profession unter Druck. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 73(1), 3–34. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2025-1-3>
- Wintterlin, F. (2025). Gesunde Skepsis? Vertrauen in Online-Informationsquellen in Zeiten von alternativen Medien, Fake News und Bots. In P. Sandermann & V. Schwenker (Hrsg.), *Trust Issues!? – Vertrauen in modernen Gesellschaften* (S. 213–232). transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839470879-013>