

Das Problem der Klima-Medien? Falsch geraten!

geschrieben von Chris Frey | 30. Juni 2026

Rob Bradley, [from Master Resource](#)

„Klimapanikmache und eine erzwungene Energiewende sind mittlerweile, nachdem sich die Wogen geglättet haben, ein verlorenes Argument. Übertreibungen haben den gegenteiligen Effekt, und was zählt, sind die Probleme des Hier und Jetzt – nicht verschwenderische Klimamaßnahmen, die, wenn überhaupt, erst in Jahrzehnten Auswirkungen auf das Klima haben werden. So schmerzhaft es auch sein mag: Es ist an der Zeit, dass Amy Westervelt (et al.) ihre Prämissen überprüfen. Der ‚Klima-Industriekomplex‘ ist ein Ungeheuer, genau wie in ihrer Vorstellung das ‚Big Oil‘.“

Amy Westervelt leugnet dies auf DRILLED, einer Website von Klimaalarmisten. Sie nennt vier Hauptgründe für das [„Philanthropie-Problem der Klimamedien“](#) (2. Juni 2026).

„Wir haben bereits zuvor über den massiven Personalabbau in den Klimamedien in diesem Jahr gesprochen“, beginnt sie:

... selbst inmitten des allgemeinen Niedergangs des Journalismus‘ sticht die Klimaberichterstattung als besonders stark betroffen hervor. Die „Washington Post“ und Reuters haben ihre Klimaredaktionen aufgelöst, CBS tat es ihnen gleich. Auch Vox, die „Los Angeles Times“ und CNN haben in jüngster Vergangenheit Klimareporter entlassen. Letzte Woche reihte sich NPR in die Liste ein und schaffte seine gesamte Klimaredaktion ab.

Anschließend fragt sie: „Warum ist das Thema Klima so stark ins Visier geraten?“ Sie stellt vier Theorien vor (wortwörtlich wiedergegeben).

- **Es liefert keine Leserzahlen** – Das hängt wirklich davon ab, wie man die Daten aufschlüsselt und welche Beiträge man betrachtet, aber wenn man Zahlen finden wollte, die Kürzungen rechtfertigen, könnte man das, und wenn man Zahlen finden wollte, die dafür sprechen, Klimathemen im Programm zu behalten, könnte man auch diese finden;

- **„Niemand interessiert sich für das Klima“** – Das trifft nur zu, wenn man unter „Klima“ detaillierte Artikel über Atmosphärenwissenschaften versteht. Es gibt unzählige Umfragen und Erhebungen, die zeigen, dass den Menschen die Dinge, die Klimaschutzmaßnahmen mit sich bringen würden, sehr am Herzen liegen – darunter vor allem saubere Luft, stabile Energiepreise und eine geringere Abhängigkeit von einem volatilen Rohstoff.

- **Das Geschäftsmodell der Medien ist gescheitert** – Das ist sicherlich

richtig, aber warum wird gerade die Klimaberichterstattung komplett gestrichen, während andere Themenbereiche zwar einige, aber nicht alle Reporter verlieren?

- **Angst vor der Trump-Regierung** – Sicherlich herrscht das Gefühl, dass schon das Aussprechen des Wortes „Klima“ oder negative Äußerungen über Ölkonzerne einen ins Visier von Trump bringen könnten, aber meine Güte, warum sollte man sich überhaupt die Mühe machen, ein journalistisches Medium zu betreiben, wenn man schon beim ersten Anzeichen von Schwierigkeiten aufgibt?

Amy Westervelt fügt daraufhin ihre eigene (fünfte) Theorie hinzu, dass „die Philanthropie die Funktionsweise des Klimajournalismus‘ besonders durcheinander gebracht hat“. Sie erklärt:

... Klimastiftungen, die sich in den letzten zehn Jahren entschlossen haben, einen Versuch im Journalismus zu wagen, haben ziemlich viel Schaden angerichtet und es mangelt ihnen bemerkenswert an Selbstbewusstsein in dieser Hinsicht – wahrscheinlich aus dem gleichen Grund, aus dem sie es von Anfang an so gründlich vermasselt haben: Sie haben sich nie die Mühe gemacht, etwas über Journalismus oder Medien zu lernen oder gar Berater hinzuzuziehen, die sich mit solchen Dingen auskennen, um sie zu beraten.

Hm ... aber dann wird sie unverständlich:

Stattdessen verfolgten sie den gleichen Ansatz im Journalismus wie ihre Erzfeinde – die großen Ölkonzerne: Sie konzentrierten sich darauf, die Berichterstattung zu kontrollieren und den Einfluss von Journalisten und Journalismus für ihre eigenen Zwecke zu missbrauchen, anstatt ein Ökosystem zu fördern, das nicht nur ihrer eigenen Sache, sondern der Demokratie als Ganzes zugutekommen würde.

Verstanden? Ich nicht.

Wie wäre es damit: Seit Ende der 1980er Jahre werden riesige Summen in die Hand genommen, um den Klimawandel zu einem Thema von höchster Priorität zu machen. Das sind drei, fast schon vier Jahrzehnte. Wir hatten Al Gore, die Vereinten Nationen (IPCC), Greta und finanzkräftige Stiftungen, welche allesamt die Alarmglocken läuteten.

Untergangsprognosen kamen und gingen. Unterdessen wurden die (größtenteils) von den Verbrauchern konzipierten Energiesysteme von den minderwertigen Technologien Wind, Sonne und Batterien vereinnahmt, was eine neue Reihe wirtschaftlicher und ökologischer Probleme hervorgebracht hat. Die „Big Green“-Bewegung hat bei ihrem Bestreben, fossile Brennstoffe durch schwache, unbeständige und leistungsarme erneuerbare Energien zu ersetzen, die Industrialisierung der Landschaft ignoriert.

Und die Bevölkerung vor Ort (die in der Nähe dieser Projekte lebt) sagt

zunehmend: „Jetzt reicht's.“ Die aktuelle Zahl der verzögerten oder gestrichenen „sauberen“ Energieprojekte liegt laut Robert Bryce' [Datenbank](#) bei 1.278: 617 im Bereich Windkraft, 508 im Bereich Solarenergie und 153 im Bereich Batterien. Und dieser Trend, der 2015 richtig einsetzte, hat sich von Jahr zu Jahr dramatisch verstärkt.

Das Endergebnis? Der Verlust der Politik zugunsten der Sache. Ein kürzlich erschienener [Artikel](#) der „New York Times“ von Lisa Friedman und Brad Plumer über den Rückzug vom Klimalarmismus ist Pflichtlektüre für Amy Westervelt. „Da die Wähler sich Sorgen über steigende Benzinpreise und Inflation machen, argumentieren einige Parteiführer, man solle aufhören, Öl und Gas den Wind aus den Segeln zu nehmen ...“

Dies ist eine Abkehr von dem Ansatz der Biden-Regierung, die den Klimawandel als existenzielle Bedrohung betrachtete und versuchte, neue Bohrungen und Pipelines zu verhindern... Eine aktuelle Umfrage von „The Economist“ und YouGov ergab, dass nur [5 Prozent](#) der Amerikaner den Klimawandel als ihr wichtigstes Wahlkampfthema bezeichnen. Im Gegensatz dazu geben 29 Prozent an, dass Inflation und Preise für sie oberste Priorität haben, und 13 Prozent nennen Arbeitsplätze und die Wirtschaft. Eine Reihe von Strategen hat die Demokraten dazu gedrängt, nicht mehr über Themen zu sprechen, die bereits überzeugte Wähler begeistern, und stattdessen ihre Wählerbasis zu erweitern.

Klimapanikmache und erzwungene Energiewende sind mittlerweile, nachdem sich die Wogen geglättet haben, ein verlorenes Argument. Übertreibungen haben den gegenteiligen Effekt, und was zählt, sind die Probleme des Hier und Jetzt – nicht verschwenderische Klimamaßnahmen, die über Jahrzehnte hinweg, wenn überhaupt, keinerlei Auswirkungen auf das Klima haben und auch nicht haben werden.

So schmerzhaft es auch sein mag: Es ist an der Zeit, dass Amy Westervelt (und Co.) ihre Prämissen überprüfen. Der „Klima-Industriekomplex“ ist ein Ungeheuer, genau wie in ihrer Vorstellung die „Big Oil“-Konzerne. Die Verbraucher sind wichtig. Die Steuerzahler sind wichtig.

Wie kann man ein Umdenken einleiten? Es muss im Inneren beginnen. Milton und Rose Friedman sagten einmal:

Der einzige Mensch, der dich wirklich überzeugen kann, bist du selbst. Du musst die Themen in aller Ruhe in deinem Kopf wälzen, die vielen Argumente abwägen, sie reifen lassen und nach langer Zeit deine Vorlieben in Überzeugungen verwandeln. [1]

[1] Milton und Rose Friedman, *Free to Choose* (1979), p. xii.

Link:

<https://climaterealism.com/2026/06/climate-medias-problem-guess-again/>

Übersetzt von Christian Freuer für das EIKE

