

STANDPUNKT



Susanne Bergius ist Wirtschafts- und Finanzjournalistin in Berlin, schreibt das „Handelsblatt Business Briefing Nachhaltige Investments“ und ist Vorstandsvorsitzende des gemeinnützigen Netzwerks Weitblick e. V. Das Netzwerk Weitblick versteht sich als Angebot von Journalisten für Journalisten und will Medienschaffende aller Ressorts zum Querschnittsthema Nachhaltigkeit informieren und bei ihrer Arbeit unterstützen. Zu den Mitgliedern gehören u. a. Ute Scheub (freie Autorin), Rolf-Dieter Krause (Brüssel/Berlin), Markus Schächter (Arte), Andreas Mihm (FAZ), Marc Winkelmann („Enorm“), Werner Balsen („Deutsche Verkehrszeitung“) und Claus Reitan (Autor, Wien). Kontakt: susanne.bergius@netzwerk-weitblick.org, Tel. 030 93953309, www.netzwerk-weitblick.org

Denkt Nachhaltigkeit ressortübergreifend mit!

„Andere Fragen stellen“, fordert Susanne Bergius. Sie bringen andere Antworten und spannende Geschichten.

Spätestens seit dem Klimavertrag von Paris 2015 und den von den Vereinten Nationen verabschiedeten „Sustainable Development Goals“ sollte Medienmachern klar sein: Nachhaltigkeit ist kein Luxus, sondern existenzielle Notwendigkeit.

Darum sollten Journalisten nicht nachhaltige Trends in allen Lebensbereichen aufdecken: Das betrifft Politik und Wirtschaft, den Finanzmarkt, die Zivilgesellschaft und Konsumenten. Nachhaltigkeit ist ein Querschnittsthema, das global, national und regional relevant ist. Es berührt somit alle Ressorts. Medienmacher sollten die Herausforderungen und Lösungswege erklären und so zur Information, Diskussion und Meinungsbildung beitragen.

Dazu brauchen sie Rüstzeug. In ihrer journalistischen Ausbildung erhalten sie dies meist nicht oder nicht systematisch. Darum fallen bei Pressekonferenzen, Recherchen und Interviews wesentliche Nachhaltigkeitsaspek-

te noch immer unter den Tisch. Beispielsweise stellen Unternehmen, Politik & Co. die finanziellen Folgen ökosozialer Risiken, Chancen, Entscheidungen und Leistungen nur selten dar. Aber Journalisten fordern diese Informationen auch nicht ein, obwohl sie nötig wären, um Neuigkeiten besser beurteilen und fundierter informieren zu können.

Folglich sollte die Aus- oder Weiterbildung für Journalisten ein Verständnis für derartige Fragestellungen vermitteln. Es sind Grundkenntnisse zu komplexen Wechselwirkungen nötig – oder zumindest, dass man von ihnen gehört hat. Wer nicht weiß oder ahnt, dass über die Zukunftsfähigkeit von Firmen nicht nur Umsatz, Gewinn und Cashflow entscheiden, kommt nicht von selbst darauf, nach dem Umsatzanteil umwelt- und sozialverträglicher Produkte oder ökosozialen Haftungs- und Regulierungsrisiken in der Zuliefererkette zu fragen.

Darum hat das Netzwerk Weitblick e. V. im Juli eine Qualifizierungsinitiative für Journalisten gestartet. Es kooperiert mit Journalisten ausbilden aus Deutschland und Österreich.

Binnen zwei Jahren sollen Module entwickelt und erprobt werden. Die ersten Seminare stehen.

Ziel ist, ein Gespür für das Querschnittsthema sowie interdisziplinäres und ressortübergreifendes Denken zu schulen – erforderliches Handwerkszeug, um andere Fragen zu stellen. Wer andere Fragen stellt, erhält andere Antworten und erzählt andere, spannende Geschichten. Medienschaffende sind zu befähigen, Nachhaltigkeit „mitzudenken“ und relevante Facetten in ihre tägliche Arbeit einfließen zu lassen.

TIPP

Am 09./10. Dezember 2016 findet an der Leuphana Universität Lüneburg ein (gebührenfreies) Seminar statt, an dem externe Journalistinnen und Journalisten teilnehmen können.

Thema: Nachhaltiges/Verantwortliches Investment als wesentliche Stellschraube
Informationen unter:
<http://go.leuphana.de/investment-fuer-journalisten>