

Kalter Wind von Rechts: Wie rechte Parteien und Akteur:innen die Klimakrise zu ihren Gunsten missbrauchen

Eine Analyse über falsche Fakten,
Feindbilder und Desinformationsnarrative
im Umfeld der Bundestagswahl 2021

Von Paula Matlach und Łukasz Janulewicz

Autoren und Autorinnen

Paula Matlach

Paula Matlach ist Analystin beim ISD. Sie untersucht die Verbreitung von Desinformation und Propaganda im deutschen und englischen Sprachraum. Zuvor arbeitete sie als Referentin beim NATO Strategic Communications Centre of Excellence, wo sie unter anderem Artikel zu den Themen Netzregulierung und ausländische Einflussnahme veröffentlichte.

Łukasz Janulewicz

Łukasz Janulewicz ist Analyst beim ISD. Er befasst sich dort mit der Verbreitung von Desinformation und Verschwörungserzählungen zum Klimawandel im deutschen, englischen und polnischen Sprachraum. Zuvor arbeitete er in der universitäten Forschung und Lehre sowie in der Politikberatung.

Herausgeberische Verantwortung:

Huberta von Voss, Executive Director ISD Germany

Danksagung

Der Bericht wurde mit Unterstützung von Francesca Arcostanzo, Sara Bundtzen, Gil Jung und Jennie King verfasst.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	4
Zentrale Ergebnisse	5
Methodik	7
Themenbasierte Analyse	7
Accountbasierte Analyse	7
Facebook Werbung	7
Ergebnisse	8
Die Klimadebatte im Allgemeinen	8
Die Rolle der Parteien in der Klimadebatte	8
Die Performance der Parteien in der Klimadebatte	10
Diskussion der klimapolitischen Kernthemen	11
Energiekosten	11
Emmissionshandel	13
Fossile Brennstoffe und erneuerbare Energien	13
Verkehr und Mobilität	14
Extremwetter	15
Klimaaktivist:innen	15
Desinformationsnarrative	16
Verleugnung und Verzögerung	16
Absolution	16
Fazit	18
Ausblick	20
Endnoten	21

Einleitung

Noch nie zuvor hat Klimapolitik in einem Wahlkampf in Deutschland eine so zentrale Rolle gespielt wie im Kontext der Bundestagswahl 2021. Tatsächlich war der Klimawandel in der Woche vor der Bundestagswahl für Bürger:innen mit Abstand das wichtigste Problem in Deutschland; für 43% spielte er bei der Wahlentscheidung sogar die größte Rolle.¹ Nicht nur in den Umfragen wird der erhöhte Handlungsbedarf deutlich: Nachdem das Bundesverfassungsgericht im April 2021 urteilte, dass das von der großen Koalition verabschiedete Klimaschutzgesetz unzureichend sei,² warnte der im August 2021 veröffentlichte sechste Bericht des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), eindrucklich vor den Folgen des menschengemachten Klimawandels. Er zeigte auf, dass die momentan angestrebten Maßnahmen zum Klimaschutz unzulänglich seien.³ Indessen bleiben sich die Parteien im Bezug auf konkrete Klimaschutzmaßnahmen uneinig.⁴ Mit Ausnahme der AfD plädierten im Wahlkampf neben den Grünen auch die anderen Parteien für stärkeren Klimaschutz. Allerdings arbeiten mit den Grünen und der FDP zwei Parteien mit sehr unterschiedlichen Konzepten in der nun gefundenen Koalition zusammen.⁵

Zeitgleich entwickelt sich andernorts eine deutliche Ablehnung aller Klimaschutzmaßnahmen. Vor allem Akteur:innen aus dem rechten Spektrum schüren bewusst Ängste in der Bevölkerung und machen den Klimaschutz zum "Kulturkampf".⁶ Dazu werden Feindbilder projiziert, Fakten bewusst verzerrt dargestellt und aus dem Kontext gerissen oder auch konsequent ignoriert. Diese Taktiken der absichtlichen Verbreitung von Halbwahrheiten und Unwahrheiten (Desinformationen)⁷ werden schon seit einigen Jahren in den sozialen Medien angewandt. So konnte zum Beispiel während der Präsidentschaftswahlen 2016 in den USA beobachtet werden, dass insbesondere russische staatliche und nichtstaatliche Akteur:innen aktiv versuchten, die amerikanische Gesellschaft zu spalten und das Vertrauen in demokratische Prozesse zu untergraben, indem sie mehrere widersprüchliche und irreführende Narrative verbreiteten.⁸ Das russische Propagandamodell, das auf Konzepte und Mittel aus der Ära des kalten Krieges zurückgreift, zeichnet sich unter anderem durch Schnelligkeit, ständige Wiederholungen, Kontinuität trotz mangelnder Kohärenz und eine hohe Verbreitungsfrequenz in einer Vielzahl von Kanälen aus.⁹ In den letzten Jahren konnten

diese Taktiken im Zusammenhang mit nationalistischen (meist rechtsradikalen bis rechtsextremen) und ausländischen (meist russischen) Akteur:innen vermehrt beobachtet werden. Sie alle verfolgen durch die Verbreitung von Desinformationen das Ziel, die Legitimität demokratischer Institutionen in Frage zu stellen und Regierungen, Parteien der Mitte und Wahlen zu destabilisieren.¹⁰ Der Begriff der Desinformation, bzw. der "Fake News", bezieht sich dabei nicht nur auf die absichtliche Verbreitung von falschen Informationen, sondern auch auf eine absichtlich irreführende Darstellung einer Sachlage, durch die ein falscher Eindruck der Realität vermittelt wird.¹¹ Im Kontext der Klimaschutz-bezogenen Desinformation konnte schon 2013 ein Trend hin zur Skepsis beobachtet werden, womit die Leugnung des Klimawandels unter Klimaskeptiker:innen "nicht mehr zentral" ist.¹² Skeptiker:innen fokussieren sich stattdessen darauf, den Klimawandel als "Angstmacherei" darzustellen und konkrete Klimaschutzmaßnahmen als nicht nötig zu kritisieren, wodurch ihre Standpunkte "hoffähig" werden und an Unterstützung gewinnen.¹³

Vor diesem Hintergrund entschied sich das ISD, die Klimadebatte im Kontext der Bundestagswahl besonders im Hinblick auf Desinformationstaktiken genauer zu untersuchen. Zu diesem Zweck wurde im Rahmen dieser Studie die Rolle des Klimaschutzes im Wahlkampf der Parteien und in der Öffentlichkeit analysiert und die Debatte auf die Verbreitung von Falschinformationen untersucht. Hierfür nutzte das ISD einen sogenannten "Mixed-Methods" Ansatz, in dem Methoden der qualitativen und quantitativen Forschung kombiniert werden, um die Online-Klimadebatte im Zeitraum vom 08.08.2021 bis zum 03.10.2021 umfassend zu erforschen. Konkret wurde sowohl die Online-Aktivität der Parteien im Bezug auf den Klimawandel, als auch die allgemeine Debatte im Bezug auf bestimmte klimapolitische Kernthemen und die Entwicklung bestimmter Desinformationsnarrative untersucht.

Zentrale Ergebnisse

Ziel dieser Studie war es, die Entwicklung der Klimadebatte in den deutschsprachigen sozialen Medien im Kontext der Bundestagswahl 2021 besonders im Hinblick auf Desinformationstaktiken zu untersuchen. Zu diesem Zweck wurde die Rolle des Klimaschutzes im Wahlkampf der Parteien und in der Öffentlichkeit analysiert und die Debatte im Hinblick auf Desinformationsnarrative untersucht.

Die Klimadebatte im Allgemeinen

- Insgesamt wurde die Klimadebatte durch die Veröffentlichung des sechsten Berichts des Weltklimarats am 09.08.2021 für kurze Zeit stark angeregt, allerdings fiel das Beitragsvolumen in der Woche nach der Veröffentlichung deutlich.
- Ab dem 21.08.21 stieg das Beitragsvolumen durchgängig an und erreichte zum Zeitpunkt des von Fridays For Future Aktivist:innen organisierten weltweiten Klimastreiks am 24.09.2021 seinen Höhepunkt.
- Die im Vorfeld der Wahlen organisierten TV-Trielle regten die Klimadebatte im Internet jeweils sowohl in der breiten Öffentlichkeit als auch unter den Parteien kurzzeitig stark an.

Die Rolle der Parteien in der Klimadebatte

- Bei den Grünen, in deren Parteiprogramm der Klimaschutz eine zentrale Rolle spielt, hatte ungefähr jeder dritte der während des Wahlkampfs veröffentlichten Beiträge einen Bezug zum Klima (31 %). Bei der SPD, die im Wahlkampf häufig ihre Nähe zu den Grünen betonte, lag der Anteil der klimabezogenen Beiträge bei nur 12 %; dennoch landete die SPD damit auf dem zweiten Platz. Darauf folgen sowohl die Linke als auch die FDP mit jeweils 10 % klimabezogener Beiträge direkt hinter der SPD. Die niedrigsten Anteile von Beiträgen zum Thema Klima veröffentlichten die CDU (8 %) und die AfD (7 %).
- Die ISD-Analyse der klimabezogenen Inhalte der Parteien in den sozialen Medien zeigt, dass die AfD, insbesondere im Vergleich zu den anderen untersuchten Parteien, immens von der Debatte zum Klimawandel profitiert. Beachtenswert ist dabei, dass die AfD als einzige Partei den menschengemachten Klimawandel in Frage stellt und sich gegen Klimaschutzmaßnahmen ausspricht.
- Die klimabezogenen Beiträge der AfD wurden deutlich häufiger geteilt als alle anderen Beiträge der Partei im Durchschnitt (40–237 % mehr Shares). Sie wurden

auch deutlich häufiger geteilt als die klimabezogenen Beiträge der anderen Parteien.

Diskussion der klimapolitischen Kernthemen

- Im Rahmen dieser Studie wurde beobachtet, dass Gegner:innen von Klimaschutzmaßnahmen häufig Informationen aus dem Zusammenhang reißen und irreführend darstellen. Dabei stand die Leugnung des Klimawandels eher im Hintergrund. Dominant war hingegen das Verbreiten einer allgemeinen Skepsis gegenüber Klimaschutzmaßnahmen.
- Es wurde in mehreren Fällen festgestellt, dass boulevardisierte Schlagzeilen etablierter Medien insbesondere von Nutzer:innen aus dem rechten Spektrum genutzt werden, um Desinformationen eine höhere Glaubwürdigkeit zu verleihen. Anhand von zwei stark verbreiteten Artikeln konnte exemplarisch gezeigt werden, wie journalistische Inhalte von Desinformationsakteuren ausgenutzt werden, um eigene Argumente zu untermauern und irreführenden Inhalten eine höhere Glaubwürdigkeit zu verleihen, ohne auf die eigentlichen Fakten in den Artikeln einzugehen.
- Insgesamt konnte eine Stilisierung der Klimadebatte von Seiten Rechter zum sogenannten "Kulturkampf" beobachtet werden. So wurden in den häufig geteilten Inhalten oftmals Feindbilder heraufbeschworen und Klimaschutzmaßnahmen als vermeintliche Bedrohung für den Lebensstil der Wähler:innen konzeptualisiert.
 - Neben "den Grünen" und "Klima-Hysterikern" dienten dem rechten Spektrum auch Klima-Aktivist:innen (häufig als "Klima-Terroristen" bezeichnet) als Feindbild. Aktivist:innen wie Greta Thunberg wurden dabei unter anderem in politischen Werbeanzeigen persönlich für Klimaschutzmaßnahmen in Haftung genommen. Gleichzeitig wurden Klimaschutzmaßnahmen unter Verweis auf eine angebliche "Klima-Panik" ins Lächerliche gezogen und damit versucht, diese zu diskreditieren.
 - Die Online-Debatte zum Thema Emissionshandel wurde vor allem von Seiten der AfD und aus dem rechten Spektrum geführt. Die Kritik dieser Akteur:innen an Maßnahmen wie der CO₂-Steuer erzielte regelmäßig eine hohe Reichweite. So konnte der AfD bei vier der fünf Spitzen im Beitragsvolumen jeweils vier von fünf der meist geteilten Beiträge zugeordnet werden.

- Im Rahmen dieser Analyse fiel auf, dass sich zwei der wichtigsten Plattformen der sozialen Medien, Twitter und Facebook, im Hinblick auf die Klimadebatte stark unterscheiden: Auf Twitter wurden hauptsächlich Botschaften geteilt, die dem Klimaschutz positiv gegenüber standen, auf Facebook wurden vor allem Beiträge geteilt, die Klimaschutzmaßnahmen negativ einordneten.

Klimabezogene Desinformationsnarrative

- Vor allem Akteur:innen aus der AfD und andere aus dem rechten Spektrum schüren bewusst Ängste in der Bevölkerung, indem sie Feindbilder projizieren, Fakten zum Klimawandel bewusst verzerrt darstellen, oder auch konsequent ignorieren. Die Argumentationsführungen zielen darauf ab, den Klimawandel als ungefährlich oder nicht existent einzuordnen ("Verleugnung und Verzögerung"). Beiträge mit diesem Narrativ erreichten eine signifikante Reichweite und wurden innerhalb unseres Datensatzes mehr als 135.000 Mal geteilt.
- Es wurde außerdem die Verbreitung der Argumentationsführung, dass andere Länder in höherem Maße für den globalen CO₂-Ausstoß verantwortlich seien und Deutschland daher im Klimaschutz nicht aktiv werden sollte, beobachtet. Dieses Narrativ hatte im Vergleich zum "Verleugnung und Verzögerung"-Narrativ eine geringere Reichweite. Entsprechende Beiträge wurden mehr als 6.500 Mal in unserem Datensatz geteilt. Forscher:innen des ISD konnten die Entwicklung ähnlicher Narrative auch in Großbritannien, den USA und Polen feststellen. Diese Ergebnisse verdeutlichen das Verbreitungspotenzial von nationalistischen Denkweisen in der Klimadebatte.
- Die hier untersuchten Desinformationsnarrative wurden besonders dann verbreitet, wenn der Klimawandel aufgrund wichtiger Ereignisse verstärkt diskutiert wurde. Dies war insbesondere nach der Veröffentlichung des Berichts des Weltklimarates am 09.08.21 und im Nachgang des Klimastreiks am 24.08.2021 der Fall.

Methodik

Um die Klimadebatte im Kontext der Bundestagswahl 2021 in den deutschsprachigen sozialen Medien zu erforschen, führte das ISD mithilfe verschiedener Analysetools und -techniken Untersuchungen durch. Im Fokus standen relevante Inhalte auf Twitter, Facebook und Instagram. Um die Entwicklung der Debatte um klimapolitische Kernthemen im Vorfeld der Bundestagswahl umfassend untersuchen zu können, wurden Daten im Zeitraum von sieben Wochen vor dem Wahlsonntag erfasst (08.08.2021-26.09.2021). Für die Desinformationsnarrative untersuchten wir zusätzlich die Woche nach der Bundestagswahl (08.08.2021-03.10.2021).

Themenbasierte Analyse

Um die Klimadebatte differenziert betrachten zu können, analysierte das ISD die Beiträge deutschsprachiger Nutzer:innen zu ausgewählten Kernthemen der Klimapolitik. Hierzu erstellte das ISD mehrere thematische Schlagwortlisten, auf deren Basis Inhalte in den sozialen Medien erfasst wurden. Die Gesamtheit dieser Inhalte stellt im Kontext dieses Berichts die "Klimadebatte" dar. Inhalte mit diesen Schlagwörtern erfassten die Forscher:innen des ISD mithilfe des Analysetools Method52, einem eigens vom Centre for the Analysis of Social Media (CASM) mit dem Institute for Strategic Dialogue (ISD) entwickelten Systems zur Sammlung, Analyse und Visualisierung von Inhalten in den sozialen Medien. Insgesamt wurden sieben Listen erstellt, die die Themen Emissionshandel, fossile Brennstoffe, Energiekosten, Klima-Aktivist:innen, erneuerbare Energien, Verkehr und Mobilität sowie Extremwetter im Zusammenhang mit dem Klimawandel umfassten. Darüber hinaus wurden thematische Schlagwortlisten für zwei Desinformationsnarrative erstellt, genannt "Verleugnung und Verzögerung" sowie "Absolution". Das erste Narrativ "Verleugnung und Verzögerung" bezieht sich auf die sogenannte "Klima-Skepsis" und erfasste Inhalte, in denen der Klimawandel entweder geleugnet oder als übertrieben dargestellt wurde. Beim zweiten Narrativ wird eine Art "Absolution" beschrieben, nach der Deutschland im Bezug auf den Klimaschutz nicht aktiv werden sollte, da andere Länder in höherem Maße für den globalen CO₂-Ausstoß verantwortlich seien. Es ist anzumerken, dass ein Beitrag auf den sozialen Medien im Datensatz des ISD mehrmals aufgeführt sein kann, wenn darin Schlagwörter aus mehreren Themen oder Narrativen erwähnt wurden.

Accountbasierte Analyse

Zusätzlich zur Debatte in der Öffentlichkeit befasst sich die Untersuchung mit den Inhalten der zur Zeit des Wahlkampfs im Bundestag vertretenen Parteien. Dazu erfasste das ISD die von den offiziellen Accounts der Parteiführungen sowie den offiziellen Partei-Accounts veröffentlichten Inhalte auf den genannten drei Plattformen.¹⁴ Mithilfe dieses Datensatzes konnte die Rolle und die Resonanz klimapolitischer Themen in den sozialen Medien analysiert werden. Für die Einteilung der Inhalte nach Themen nutzte das ISD dieselben Schlagwortlisten wie für die themenbasierte Datenerhebung. Auch hier ist anzumerken, dass ein Beitrag mehreren Themenfeldern gleichzeitig zugeordnet wurde, sofern darin Schlagwörter für mehrere Themen erwähnt wurden.

Facebook-Werbung

Zusätzlich wurde eine qualitative Untersuchung der im Kontext der Wahl geschalteten Facebook-Werbung der Parteien durchgeführt. Dazu sind die Werbeaktivitäten der offiziellen Partei-Accounts mithilfe der Facebook "Ad Library", einer Datenbank für dort gezeigte Werbung, analysiert worden.

Ergebnisse

Die Klimadebatte im Allgemeinen

Insgesamt erfasste das ISD mithilfe seiner Schlagwortlisten zu den Kernthemen der Klimapolitik im Laufe dieser Studie 181.203 klimabezogene Beiträge. Alle diese Beiträge wurden im Zeitraum vom 09.08.2021 bis zum 26.09.2021 veröffentlicht.

Bei der Betrachtung der Anzahl der veröffentlichten Beiträge über den beobachteten Zeitraum fällt auf, dass die Veröffentlichung des sechsten Berichts des Weltklimarats am 09.08.2021 die Debatte für kurze Zeit stark anregte (Abbildung 1). In der Woche nach der Veröffentlichung fiel die Anzahl an Beiträgen mit Klimabezug deutlich, demnach prägte der Bericht die Debatte in den sozialen Medien nicht nachhaltig. Anschließend stieg die Anzahl klimabezogener Beiträge im Vorfeld der Wahlen durchgängig an und erreichte zu den von Fridays For Future Aktivist:innen organisierten weltweiten Klimastreiks am 24.09.2021 eine deutliche Spitze.

Beim Betrachten der Anzahl klimabezogener Beiträge im beobachteten Zeitraum auf stündlicher Basis wird deutlich, wie stark die TV-Trielle der drei Kanzlerkandidat:innen die Klimadebatte in den sozialen Medien beeinflusst haben (Abbildung 2). Zum Zeitpunkt aller drei veranstalteten Trielle sind deutliche Aktivitätsspitzen zu erkennen, wobei das zweite Triell die Debatte zu klimapolitischen Kernthemen am meisten anregte.

Die Rolle der Parteien in der Klimadebatte

Zusätzlich zur Stichwortsuche erfasste der Bericht außerdem die Inhalte der sechs größten Parteien, bzw. Bündnisse im deutschen Bundestag zur Zeit des Wahlkampfs (AfD, Bündnis90/Die Grünen, CDU/CSU, Die Linken, FDP, SPD). Über den vom ISD beobachteten Zeitraum vom 09.08.2021 bis zum 26.09.2021 erfasste das Institut 23.920 Beiträge, von denen auf Basis von Stichwortlisten 2.812 Beiträge als klimabezogene Beiträge identifiziert wurden.

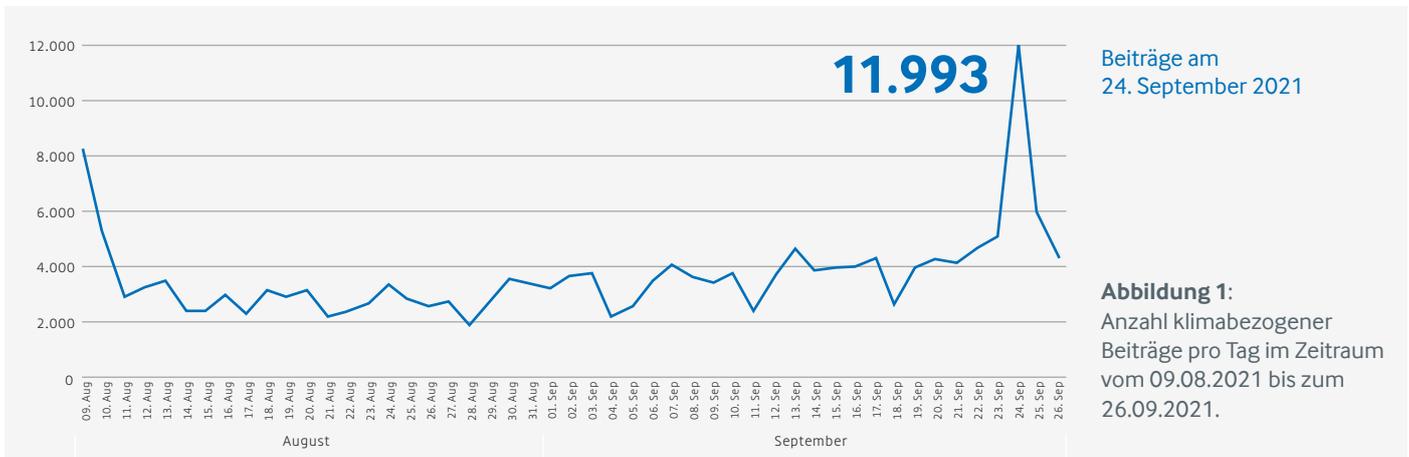


Abbildung 1: Anzahl klimabezogener Beiträge pro Tag im Zeitraum vom 09.08.2021 bis zum 26.09.2021.

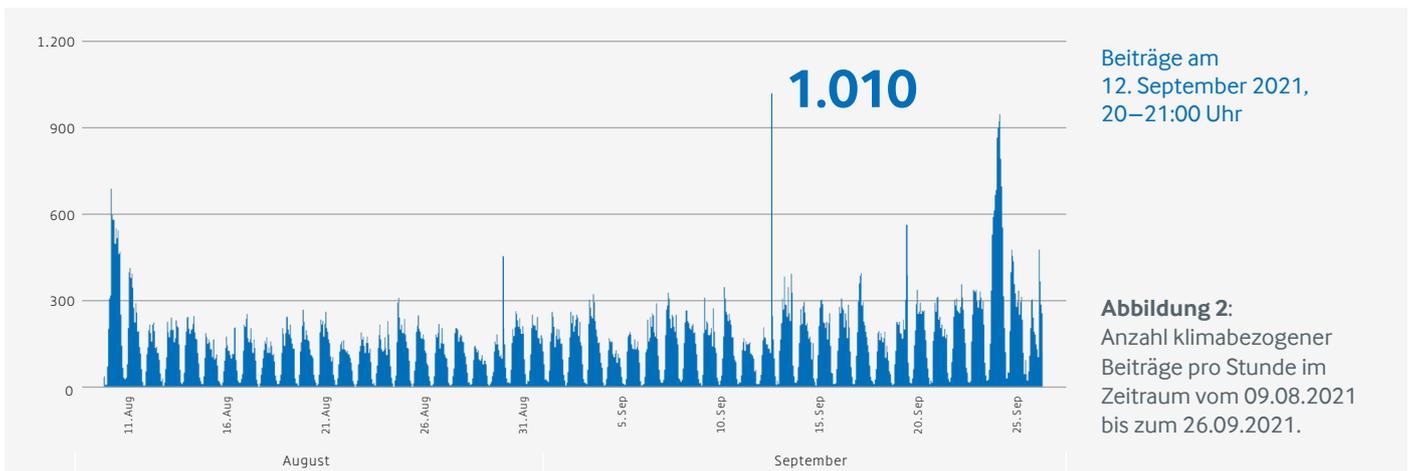
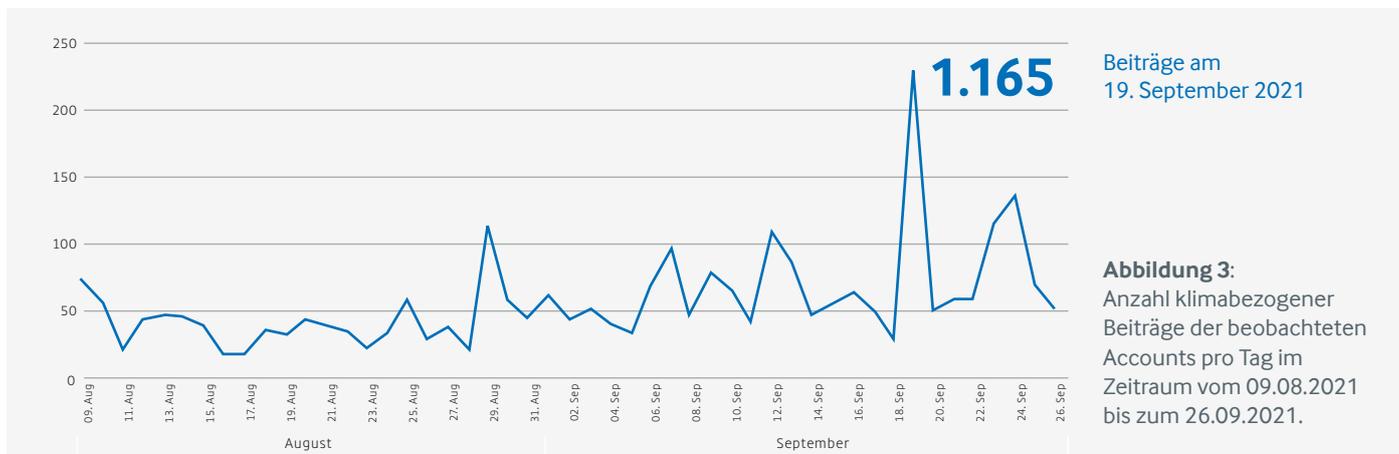


Abbildung 2: Anzahl klimabezogener Beiträge pro Stunde im Zeitraum vom 09.08.2021 bis zum 26.09.2021.

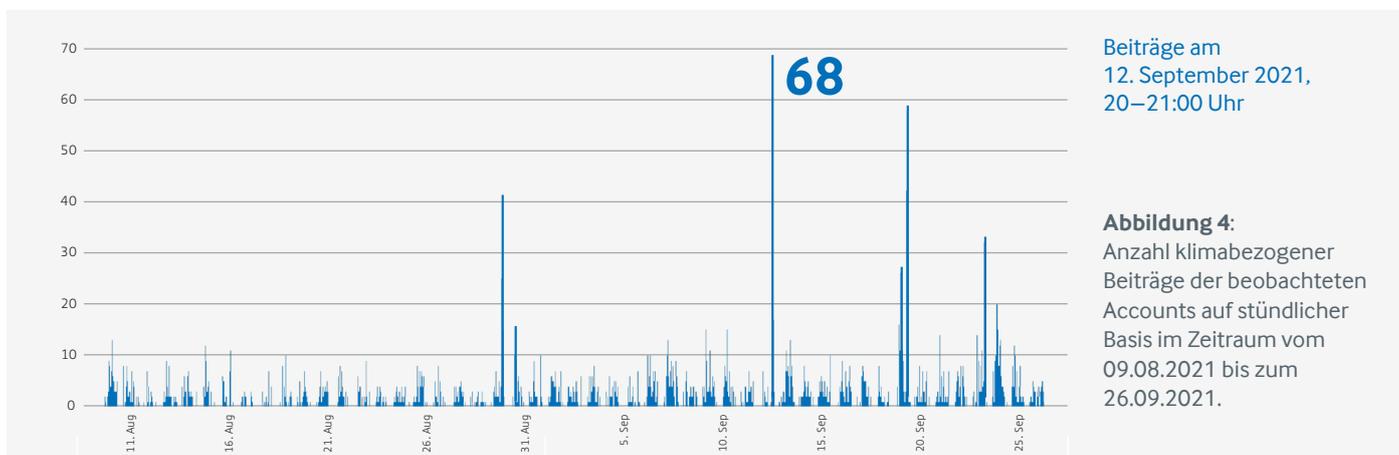
Im Gegensatz zur Diskussion in der breiten Öffentlichkeit scheint der sechste Bericht des Weltklimarats am 09.08.2021 die Online-Aktivität der Parteien mit Bezug auf den Klimaschutz nur leicht angeregt zu haben (Abbildung 3). Insgesamt ist aber auch bei den Parteien ein deutlicher Anstieg an klimabezogenen Beiträgen im Vorfeld der Wahlen zu beobachten.

Auch bei der Betrachtung der Anzahl verfasster Beiträge auf stündlicher Basis wird deutlich, dass von den Parteien im Kontext der Trielle besonders viele klimabezogene Beiträge veröffentlicht wurden (Abbildung 4). Es ist außerdem eine deutliche Spitze im Kontext des weltweiten Klimastreiks am 24.09.2021 zu erkennen.



Beiträge am 19. September 2021

Abbildung 3: Anzahl klimabezogener Beiträge der beobachteten Accounts pro Tag im Zeitraum vom 09.08.2021 bis zum 26.09.2021.



Beiträge am 12. September 2021, 20–21:00 Uhr

Abbildung 4: Anzahl klimabezogener Beiträge der beobachteten Accounts auf stündlicher Basis im Zeitraum vom 09.08.2021 bis zum 26.09.2021.

Der Anteil klimabezogener Beiträge unterscheidet sich von Partei zu Partei deutlich (Abbildung 5). Bei den Grünen, in deren Parteiprogramm der Klimaschutz eine zentrale Rolle spielt, hatten 31 % und damit ungefähr jeder dritte der veröffentlichten Beiträge einen Bezug zum Klima. Die SPD folgt auf dem zweiten Rang, dennoch liegt der Anteil mit 12 % trotz der im Wahlkampf häufig betonten Nähe zu den Grünen deutlich unter dem Anteil der Grünen. Sowohl die Linke als auch die FDP stehen hier mit jeweils 10 % klimabezogener Beiträge nur leicht hinter der SPD. Die niedrigsten Anteile klimabezogener Beiträge veröffentlichten die CDU (8 %) und die AfD (7 %).

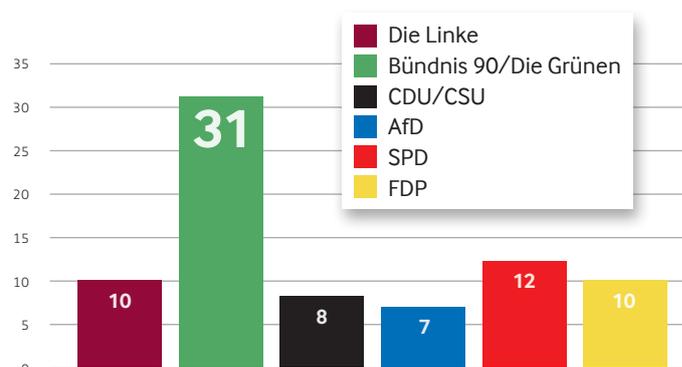


Abbildung 5: Anteil klimabezogener Beiträge pro Partei im Zeitraum vom 09.08.21 bis zum 26.09.21.

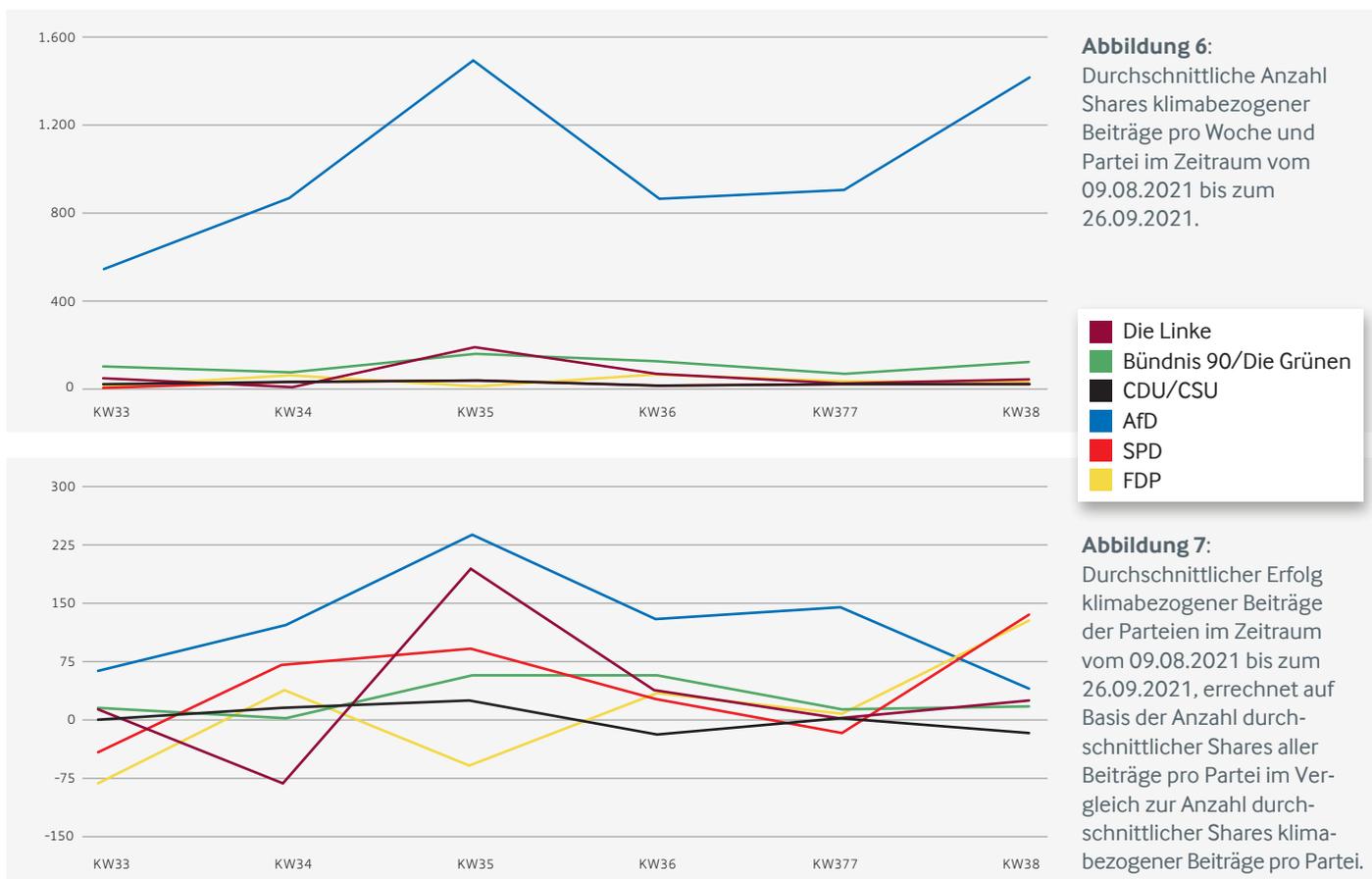
Die Performance der Parteien in der Klimadebatte

Die Analyse zeigt, dass die klimabezogenen Beiträge der AfD im Zeitraum vom 09.08.2021 bis zum 26.09.2021 deutlich häufiger geteilt wurden als die der anderen Parteien (Abbildung 6). Mit nur 549 durchschnittlichen Shares wurden die Beiträge in der Woche vom 09. bis zum 15.08.2021 am wenigsten und mit 1.488 durchschnittlichen Shares in der Woche vom 23. bis zum 29.08.2021 am häufigsten geteilt. Zum Vergleich: Der Höchstwert lag unter den anderen Parteien bei den Linken, deren klimabezogene Beiträge in der Woche vom 30.08.2021 bis zum 05.09.2021 im Durchschnitt 148 Mal geteilt wurden.

Zusätzlich zeigt die Untersuchung, dass die Beiträge der AfD, in denen der Klimawandel diskutiert wird, deutlich häufiger geteilt wurden als alle Beiträge der Partei (inklusive der klimabezogenen Beiträge) im Durchschnitt (Abbildung 7). Das deutet darauf hin, dass die AfD mit klimabezogenen Inhalten insgesamt deutlich mehr Aufmerksamkeit innerhalb ihrer Zielgruppe generiert, als mit ihren anderen Inhalten. So konnte die AfD in den letzten Wochen vor der

Bundestagswahl mit klimabezogenen Posts jeweils zwischen 40 und 237 % mehr Shares erzielen, als sie es mit anderen Themen konnte. Das zeigt, wie sehr die Thematik AfD-Kreise mobilisiert. Die Aufmerksamkeit für die klimabezogenen Beiträge anderer Parteien fiel im Vergleich deutlich volatiler und im Gegensatz zur AfD auch teilweise negativ aus. Sogar die Grünen, in deren Inhalten der Klimawandel die wichtigste Rolle spielte, erreichten mit ihren klimabezogenen Beiträgen im Vergleich zu ihren Beiträgen im Durchschnitt nur zwischen 3 und 56 % mehr Shares.

Auffällig ist außerdem, dass sowohl SPD als auch FDP in der letzten Woche vor den Wahlen einen deutlichen Anstieg in ihrem Erfolg mit klimabezogenen Inhalten verzeichneten. Bei der FDP wurde dieser Anstieg durch mehrere Beiträge vom offiziellen Account der Partei erreicht, in denen die FDP vor allem dafür warb, den Klimawandel durch Innovationen und mithilfe einer starken Wirtschaft zu stoppen. Die SPD erreichte den Anstieg durch Beiträge von Olaf Scholz, in denen er sich eher allgemein dafür aussprach, den menschengemachten Klimawandel aufzuhalten.



Diskussion der klimapolitischen Kernthemen

In den folgenden Abschnitten wird die Diskussion der einzelnen klimapolitischen Kernthemen ausgewertet und eingeordnet.

Energiekosten

In der Debatte um Energiekosten konnten mehrere Spitzen beobachtet werden. Während des ersten Anstiegs, um den 09.08.2021, ging es in den meistgeteilten Beiträgen in der Debatte um steigende Strompreise und um Kritik am von der Bundesregierung 2011 beschlossenen Atomausstieg sowie an der Klimapolitik der Grünen und der CDU/CSU.

Auf diese kleinere, hauptsächlich durch die AfD angetriebene, Spitze folgte Anfang September ein deutlicher Anstieg an Beiträgen, der sich auf eine Reihe von Online-Zeitungsartikeln zurückverfolgen ließ. Diese Artikel berufen sich alle auf eine am 01.09.2021 veröffentlichte Recherche des Handelsblatts.¹⁵ In dem Artikel wird den drei Kanzlerkandidat:innen vorgeworfen, einen bevorstehenden Anstieg der Benzinpreise zu "verschweigen", da die nächste Regierung Mobilität drastisch verteuern müsse, um die festgelegten Klimaziele zu erreichen. Beruhend auf einer im Artikel dargelegten Rechnung titelte die Zeitung "70 Cent mehr pro Liter Benzin – Warum der Spritpreis deutlich steigen wird". Die absichtliche

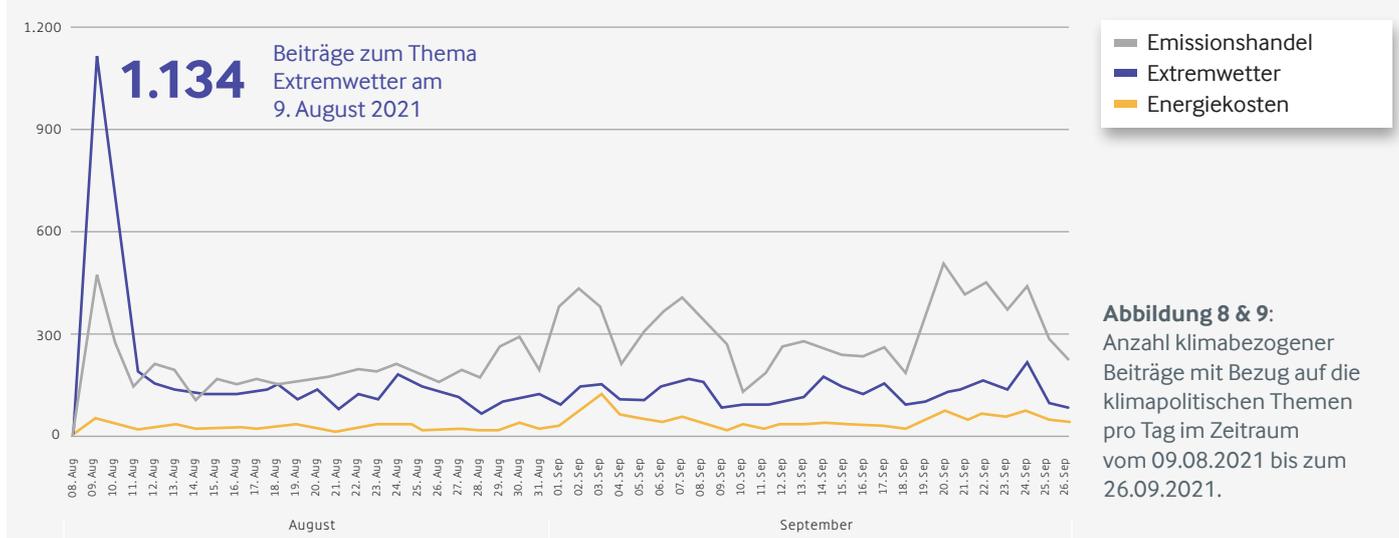
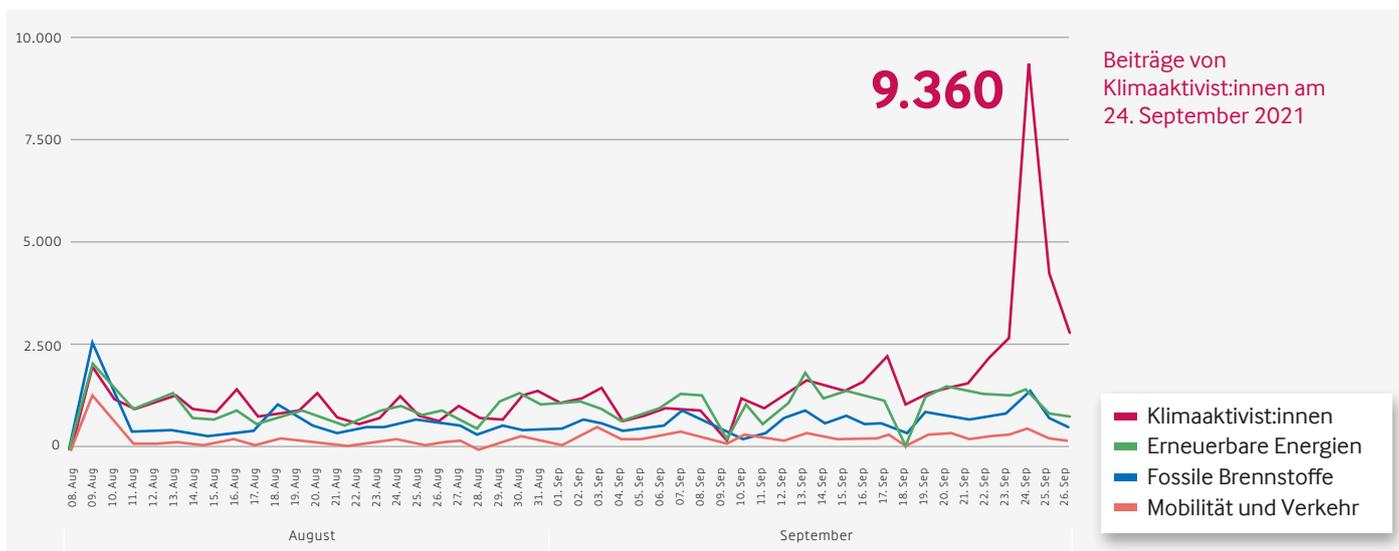


Abbildung 8 & 9: Anzahl klimabezogener Beiträge mit Bezug auf die klimapolitischen Themen pro Tag im Zeitraum vom 09.08.2021 bis zum 26.09.2021.

Verbreitung dieser im Zusammenhang mit der im Artikel ausgeführten spekulativen Berechnung gewählten Schlagzeile kann aufgrund des hier vermittelten irreführenden Eindrucks, dass dieser Anstieg definitiv eintreten werde, als Desinformation eingeordnet werden.¹⁶ Die überspitzte Schlagzeile wurde insbesondere unter Nutzer:innen aus dem rechten Spektrum zur Untermauerung der eigenen Argumentationsführung ausgenutzt und weit verbreitet, wie etwa der Facebook-Seite "Politik und Zeitgeschehen" oder dem offiziellen Account der AfD, wo sie über 28.000 Mal geteilt wurde (Beispiele in Abbildung 10).

Daten aus der Facebook Ad Library zeigen zudem, dass die AfD den hier aufgeführten Beitrag am 21. und 22. 09.2021 als Teil ihrer Werbung in den sozialen Medien verbreitete.¹⁸



Abbildung 10: Beispielhafte Beiträge die im Zusammenhang mit einer Handelsblatt-Recherche vom 01.09.2021 veröffentlicht wurden.¹⁷

Emissionshandel

Das Beitragsvolumen zum Thema Emissionshandel fiel nach einer ersten Spitze um die Veröffentlichung des IPCC Klimaberichts zunächst deutlich, stieg dann aber in den Wochen bis zur Bundestagswahl 2021 gleichmäßig an. Abgesehen von der ersten Spitze, in der im Rahmen des Berichts des Weltklimarats breit zum Thema CO₂-Steuer diskutiert wurde, stehen die anderen Spitzen in deutlichem Zusammenhang mit Politiker:innen und Unterstützer:innen der AfD sowie aus dem rechten Spektrum allgemein. So wurden zu den Spitzen am 02., 07., 22. und 24.09.2021 jeweils mindestens vier von fünf der meist geteilten Beiträge von Mitgliedern der AfD oder von dem rechten Spektrum zugeordneten Medienoutlets bzw. Influencer:innen veröffentlicht, die wiederum dem (extrem)rechten Spektrum zugeordnet werden können. Bei der Spitze am 20.09.2021 können diesen Akteur:innen drei der fünf meistgeteilten Beiträge zugeordnet werden, die anderen beiden wurden von Focus Online und Focus Online Politik veröffentlicht und teilen einen Artikel auf Basis der oben erwähnten Analyse des Handelsblatts mit der Schlagzeile "2,47 Euro für Super E10: Nach der Bundestagswahl wird Benzin unfassbar teuer".¹⁹

Insgesamt wird aus dieser Analyse deutlich, dass das Thema Emissionshandel in den sozialen Medien hauptsächlich von Gegnern der CO₂-Steuer diskutiert wird, die vor allem der AfD und anderen aus dem rechten Spektrum zugeordnet werden können. Zusätzlich verdeutlicht die Untersuchung der Spitzen im Beitragsvolumen, dass diese Kritik regelmäßig eine hohe Reichweite erzielt.

Fossile Brennstoffe und Erneuerbare Energien

Über diese beiden Themenkomplexe wurden im Vergleich die meisten Beiträge erfasst. Insgesamt wurden in 55.059 Beiträgen Schlagworte zum Thema erneuerbare Energien und in 35.301 Beiträgen Schlagworte zum Thema fossile Brennstoffe erwähnt. Auch in diesem thematischen Zusammenhang konnte zur Veröffentlichung des IPCC Berichts am 09.09.2021 eine signifikante Spitze beobachtet werden.

Eine weitere Spitze wurde durch eine Aussage des SPD-Kanzlerkandidaten Olaf Scholz ausgelöst, der während eines Wahlkampftermins in der Lausitzer Braunkohle Region am 17.08.2021 mitteilte, dass er

am Kohleausstieg bis 2038 festhalten und den Prozess nicht beschleunigen wolle.²⁰ Die Reaktion auf diese Aussage fiel in den sozialen Medien fast durchweg negativ aus und äußerte sich insbesondere über den ironisch gemeinten Hashtag #MitScholzInDieKrise. Dieser Hashtag stammt aus einem Beitrag des offiziellen Accounts der deutschen Fridays for Future Bewegung vom 17.08. 2021, der zum Zeitpunkt der Analyse 669 Mal geteilt wurde (Stand: 11.10.2021).²¹ Insgesamt verwendeten noch mindestens 115 weitere Beiträge diesen Hashtag, die insgesamt mindestens 1.667 Mal geteilt wurden (Stand: 11.10.2021). Diese anfänglich starke Verbreitung reichte jedoch nicht über diesen konkreten Zusammenhang hinaus und so wurde der Hashtag daraufhin im hier analysierten Datensatz nur noch vereinzelt verwendet.

Der Kanzlerkandidat der Union, Armin Laschet, erlebte eine ähnliche, aber deutlich stärkere Welle der Kritik, insbesondere in Reaktion auf die Entscheidung des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 26. 08.2021, das den Bebauungsplan für das Kohlekraftwerk Datteln 4 für unwirksam erklärte. Die Verantwortung für diesen Fehlschlag wurde in den sozialen Medien Laschet zugeschrieben, da er als Ministerpräsident des Landes NRW an der Eröffnung des Kohlekraftwerks direkt beteiligt war. Der in diesem Kontext am häufigsten geteilte Beitrag wurde 3.841 Mal geteilt. Auch im Zusammenhang mit diesem Ereignis wurde ein Hashtag besonders verwendet: #LaschetKneift. Der Hashtag wurde vor allem auf Twitter in diversen thematischen Kontexten verwendet, spielte mit nur 471 Beiträgen aber eine vergleichsweise nachrangige Rolle in der Klimadebatte.

Beim Vergleich der am häufigsten geteilten Posts beider bisher genannter Themenkomplexe wird deutlich, dass persönliche Kritik an Scholz und Laschet sowie Kritik an der Energiepolitik von Union und SPD über den gesamten Untersuchungszeitraum zu den am häufigsten geteilten Beiträgen in beiden Themenbereichen gehörten. Der im beobachteten Zeitraum mit Abstand am häufigsten geteilte Beitrag zum Thema fossile Brennstoffe war ein Videozuschnitt eines Auftritts von Sahra Wagenknecht bei der WDR Sendung "Ihre Wahl" vom 22.09.2021. Das am folgenden Tag auf ihrer persönlichen Facebook Seite hochgeladene Highlight-Video wurde 12.712 Mal (Stand: 05.10.2021) geteilt.²²

Im Bezug auf Kohlepolitik kritisiert Wagenknecht in dem Video einerseits die bisherigen Maßnahmen als unzureichend, argumentiert für die Zukunft ausschließlich mit Innovationen und äußert sich skeptisch gegenüber einem schnelleren Kohleausstieg.

Parallel zur prominenten Kritik an der Kohlepolitik der Großen Koalition und den Kanzlerkandidaten der CDU und SPD wurden auch Klima-skeptische Beiträge häufig geteilt. Dabei stechen vor allem die offiziellen Accounts der AfD und ihrer Politiker:innen hervor, aber auch die Facebook-Seite "Politik und Zeitgeschehen" (442.781 Follower), die in ihren Beiträgen regelmäßig Klimaschutzmaßnahmen anzweifelt oder ins Lächerliche zu ziehen versucht.

Im Rahmen dieser Analyse fiel auf, dass sich die Plattformen Twitter und Facebook im Hinblick auf die Klimadebatte stark unterscheiden. Während auf Twitter hauptsächlich Botschaften geteilt wurden, die den Klimaschutz befürworten, werden auf Facebook vor allem Beiträge geteilt, die Klimaschutzmaßnahmen negativ einordnen. So argumentieren im beobachteten Zeitraum 20 der 25 am häufigsten geteilten Twitter-Beiträge zu erneuerbaren Energien entweder für mehr Klimaschutz oder kritisieren unzureichende Maßnahmen. Im Gegenzug wurde in 18 der 25 am häufigsten geteilten Facebook Beiträge der Klimawandel angezweifelt oder Klimaschutzmaßnahmen kritisiert. Eine ähnliche Tendenz wird auch bei der Analyse des Themenbereichs fossile Brennstoffe deutlich. Im hier analysierten Datensatz wurde in 20 von 25 der reichweitenstärksten Twitter-Beiträge für und in 19 von 25 der meist geteilten Facebook-Beiträge gegen Klimaschutzmaßnahmen argumentiert.

Verkehr und Mobilität

Der Themenbereich Verkehr und Mobilität überschneidet sich stark mit den Themen Energiekosten und Emissionshandel. Unter den am häufigsten geteilten Beiträgen finden sich vor allem Posts offizieller AfD-Accounts zu den Themen Spritkosten und CO₂-Steuer.

Darüber hinaus wurde die Frage des Tempolimits von Befürwortern sowie von Gegnern besonders intensiv diskutiert. Dabei spielte auch eine Debatte der letzten Sitzung der Legislaturperiode am 07.09.2021 sowie die Internationale Automobilausstellung (IAA) in München

vom 07. bis 12.09.2021 eine Rolle. In diesem Zeitraum lösten Demonstrationen gegen die Automobilbranche eine Spitze im Beitragsvolumen aus. Dabei kam der mit 1.898 Mal am häufigsten geteilte Beitrag zur IAA erneut von der AfD. In diesem Beitrag von Beatrix von Storch, warf die AfD-Politikerin den anderen Parteien einen Kampf "gegen das Automobil" vor.²³ Dieses Framing nutzte die AfD auch in einer Werbeanzeige, die vom 06. bis zum 26.09.2021 auf Facebook und Instagram geschaltet wurde. Unter Berufung auf eine Studie des Verbandes Deutscher Verkehrsunternehmen, die einen Finanzierungs-Mehrbedarf für den ÖPNV in Höhe von 48 Milliarden Euro feststellte, wird in der Anzeige die Idee einer "Klima-Hysterie" sowie ein angeblicher "Angriff auf unsere Mobilität" seitens der Grünen propagiert. Die Anzeige bezieht sich explizit auf einen Artikel des Spiegels, in dem die genannte Studie als "Angriff auf den privaten PKW" bezeichnet wird,²⁴ und kommt dann zum plakativen Schluss: "Wir Autofahrer sollen 48 Mrd. € blechen!"²⁵ Diese Darstellung wurde auch unter Berufung auf eine Schlagzeile eines Spiegel-Artikels von der AfD unter anderem als Facebook-Werbeanzeige weiter verbreitet. Wie schon im Kontext der Debatte zu steigenden Benzinkosten wurden auch in diesem Zusammenhang Informationen aus einem Gutachten aus dem Kontext gerissen, irreführend dargestellt und mithilfe einer zugespitzten Schlagzeile aus den etablierten Medien glaubwürdiger gemacht und besonders von Klima-skeptischen und/oder rechten Kreisen weiter verbreitet. Ein solcher Trend wurde auch im Zusammenhang mit Covid19-bezogener Desinformation beobachtet, wobei Forscher:innen des ISD im Frühjahr 2021 feststellten, dass ein NTV-Artikel mit dem Titel "China erklärt BioNTech-Impfung zur Giftspritze"²⁶ insbesondere von Impfskeptikern geteilt wurde.²⁷

Ähnlich wie beim Thema fossile Brennstoffen und erneuerbare Energien ist auch im Bereich Verkehr und Mobilität ein deutlicher Unterschied zwischen den Meinungsbildern auf Facebook und Twitter erkennbar. Auf Facebook überwog in 21 der 25 am häufigsten geteilten Posts erneut die Kritik an klimaschützenden Maßnahmen. Die Unterstützung von Klimaschutzmaßnahmen auf Twitter fiel in Bezug auf diesen Themenbereich etwas schwächer aus; der Trend blieb mit 16 von 25 der meist geteilten Beiträge aber dennoch deutlich erkennbar.

Extremwetter

Klimabedingtes Extremwetter wurde vor allem zu Anfang der Beobachtungsphase im Kontext des sechsten Berichts des Weltklimarats und in Verbindung mit der Flutkatastrophe im Ahrtal im Juli 2021 diskutiert. Weder der IPCC-Bericht, noch die Flutkatastrophe scheinen die Online-Diskussion um den Klimawandel nachhaltig beeinflusst zu haben, allerdings wurden vor allem die Überschwemmungen häufig in der politischen Debatte erwähnt, beispielsweise während der TV-Trielle.

Klimaaktivist:innen

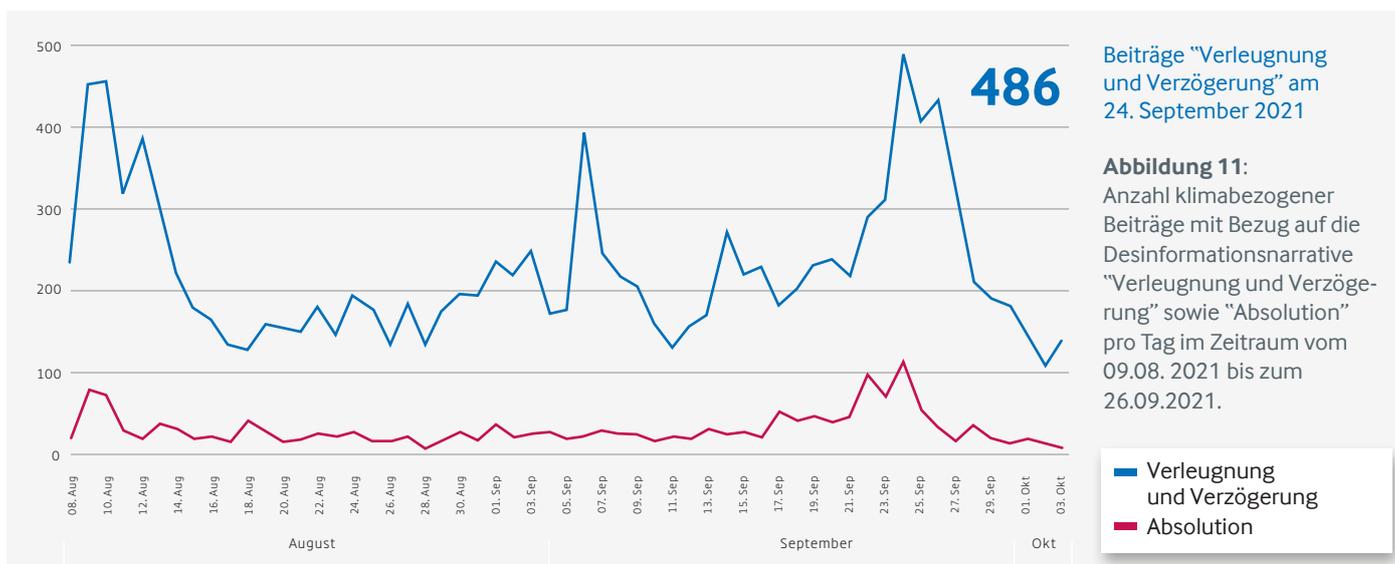
Umweltaktivistische Bewegungen und Organisationen wie Fridays For Future und Greenpeace wurden im Vorfeld des weltweiten Klimastreiks am 24.09.2021 insgesamt in 73.384 Beiträgen mit steigender Tendenz diskutiert. Diese Erwähnungen erreichten am Tag des Streiks, an dem laut Fridays For Future ca. 620.000 Menschen teilnahmen,²⁸ eine deutliche Spitze. Am häufigsten wurden im Datensatz des ISD die Aktivist:innen der Fridays For Future Bewegung (9.938 Mal) sowie das dazugehörige Akronym FFF (19.301 Mal) erwähnt. Darauf folgt die Non-Profit Organisation Greenpeace mit 13.392 Erwähnungen. Ebenfalls erwähnt wurde die Extinction Rebellion Gruppierung (1.448), die auch unter der Abkürzung XR (2.057 Erwähnungen) bekannt ist.

In einer bezahlten Werbeanzeige aus der letzten Woche des Bundestagswahlkampfes verdeutlichte die AfD bei Facebook mit dem Slogan "Darf ich noch nach Kreta, Greta?"²⁹ in welcher Art und Weise Klimaaktivist:innen persönlich für Klimaschutzmaßnahmen in Haftung genommen werden. Die hier angesprochene Aktivistin Greta Thunberg ist seit Jahren Feindbild für Rechtspopulisten.³⁰ Gleichzeitig werden Klimaschutzmaßnahmen in der Anzeige unter Verweis auf eine angebliche "Klima-Panik" und durch die Bitte um Erlaubnis ins Lächerliche gezogen und zu diskreditieren versucht. Beides sind bekannte rhetorischen Strategien und spielen eine zentrale Rolle in den hier untersuchten Desinformationsnarrativen.

Desinformationsnarrative

Im Rahmen dieses Berichts wurden zwei zentrale Desinformationsnarrative untersucht. Das Narrativ "Verleugnung und Verzögerung" beschreibt bestimmte Argumentationsführungen, in denen es darum geht, den Klimawandel zu verharmlosen. Im Rahmen des Narrativ "Absolution" werden jeweils andere Länder in größerem Maße für den menschengemachten Klimawandel verantwortlich gemacht, um gegen Klimaschutzmaßnahmen im eigenen Land zu argumentieren. Im Folgenden wurde die Verbreitung dieser Narrative im Vorfeld der Bundestagswahl 2021 untersucht.

einen vielfach kommentierten Beitrag, indem ohne Angabe von Quellen oder Daten behauptet wird, Klimaschutzmaßnahmen und Flüchtlingspolitik verursachten steigende Lebenshaltungskosten. Der Beitrag verbreitete sich sowohl auf Twitter als auch auf Facebook. Der dritte, kleinere Anstieg im Beitragsvolumen wurde im Kontext des ARD-Vierkampfs der Spitzenkandidat:innen von CSU, FDP, Linken und AfD im Vorfeld der Wahlen ausgelöst. Als Reaktion auf einen seitens der AfD wahrgenommenen Zusammenschluss gegen Alice Weidel wurde in den fünf meist geteilten Beiträgen, die alle von AfD-zugehörigen Accounts veröffentlicht wurden, vor allem vor "Kartellparteien" (hiermit gemeint



Beiträge "Verleugnung und Verzögerung" am 24. September 2021

Abbildung 11: Anzahl klimabezogener Beiträge mit Bezug auf die Desinformationsnarrative "Verleugnung und Verzögerung" sowie "Absolution" pro Tag im Zeitraum vom 09.08. 2021 bis zum 26.09.2021.

Verleugnung und Verzögerung

Bei diesem Narrativ geht es vor allem darum, den Klimawandel als weniger gefährlich oder nicht existent darzustellen. Dazu werden Personen, die sich für Maßnahmen zum Klimaschutz aussprechen, unter anderem als "Klima-Hysteriker" oder "Verbotsfanatiker" bezeichnet und die der Klimawandelforschung zugrunde liegenden Fakten in Frage gestellt. Verbreitet wird dieses Narrativ vor allem von Akteur:innen, die sich dem rechten Spektrum zuordnen lassen. So wurde in den meist geteilten Beiträgen der Aktivitätsspitze Anfang August vor allem die kontroverse "Grüner Mist"-Kampagne beworben, die vom Chefredakteur des rechten Medienoutlets Deutschlandkurier initiiert wurde.³¹ Auch während der zweiten Spitze spielte die Kampagne weiterhin eine Rolle. Ausgelöst wurde diese Spitze jedoch hauptsächlich durch

sind die anderen zu dem Zeitpunkt im Bundestag vertretenen Parteien) gewarnt. Ein deutlicher Anstieg an Beiträgen wurde im Vorfeld des globalen Klimastreiks und der Bundestagswahl verzeichnet. Im Kontext dieser Ereignisse wurden vor allem Beiträge von rechtspopulistischen Medienoutlets wie Roland Tichy und Deutschlandkurier sowie Wahlaufufe für die AfD geteilt. Insgesamt wurden die diesem Narrativ zugeordneten Posts in unserem Datensatz über 135.000 Mal geteilt.

Absolution

Zentrales Element in diesem Narrativ ist die Argumentationsführung, dass Deutschland im Bezug auf den Klimaschutz nicht aktiv werden sollte, weil andere Länder in höherem Maße für den globalen CO2-Ausstoß verantwortlich seien. Im

Rahmen dieses Narrativs werden bestimmte Fakten, häufig im Bezug auf China oder Indien, irreführend dargestellt. So wird im Kontext der Debatte um verstärkte Klimaschutzmaßnahmen in Deutschland vor allem aus dem rechten Spektrum häufig darauf hingewiesen, dass Länder wie China eine große Anzahl neuer Kohlekraftwerke bauen und der Klimaschutz in Deutschland damit nichtig wäre, bzw. Deutschland durch Klimaschutzmaßnahmen im internationalen Wettbewerb in Zukunft benachteiligt sein würde. Dabei werden andere Fakten völlig ignoriert, wie zum Beispiel, dass die CO₂-Emissionen pro Kopf in Deutschland höher sind als in China.³² Die Entwicklung solcher Narrative wurde von Forscher:innen des ISD auch in den USA, Großbritannien und Polen festgestellt.

Obwohl sich die von uns gesammelten Beiträgen nicht direkt auf bestimmte Ereignisse beziehen, fällt mit Blick auf den Zeitstrahl (Abbildung 11) auf, dass die beiden größten Spitzen jeweils direkt vor oder nach wichtigen Ereignissen in der internationalen Klimadebatte verzeichnet wurden. So entwickelte sich die erste Spitze im Kontext bereits erwähnten Weltklima-Berichts (09.08.2021), während sich die zweite Spitze im Vorfeld des weltweiten globalen Klimastreiks am 24.09.2021 bildete. Demnach treten derartige, auf Schuldzuweisungen basierende, Argumente gegen Klimaschutzmaßnahmen insbesondere dann auf, wenn über internationale Ereignisse berichtet wird. Im Vergleich zum Narrativ "Verleugnung und Verzögerung" hatte das Narrativ "Absolution" eine geringere Reichweite und wurde in unserem Datensatz knapp über 6.500 Mal geteilt.

Fazit

Im Rahmen dieser Studie wurde die Entwicklung der Klimadebatte im Kontext der Bundestagswahl 2021 besonders im Hinblick auf Desinformationsthematiken und -taktiken untersucht. Dazu wurde die Rolle des Klimaschutzes im Wahlkampf der Parteien und in der Öffentlichkeit analysiert und die Debatte im Hinblick auf die Verbreitung von Desinformation erforscht.

Insgesamt wurde bei der Betrachtung der Ergebnisse deutlich, dass die AfD die Klimadebatte in den deutschsprachigen sozialen Medien im Vorfeld der Bundestagswahl dominierte, und das trotz einer Rückläufigkeit ihres Erfolgs in den letzten Wochen vor der Bundestagswahl. Ihre Beiträge, in denen sie den Klimawandel in Frage stellte,³³ sich gegen Klimaschutzmaßnahmen aussprach und andere Parteien für ihre Haltung oder Politik angriff, gehörten auch im Kontext der gesamten Debatte in den sozialen Medien zu den am häufigsten geteilten Inhalten. Insbesondere im Vergleich zu den anderen untersuchten Parteien profitierte die AfD demnach immens von der Debatte zum Klimawandel und nutzte die Thematik erfolgreich zur Mobilisierung ihrer Unterstützer:innen.

Im Rahmen dieser Forschung konnte beobachtet werden, dass Gegner:innen von Klimaschutzmaßnahmen zugunsten ihrer eigenen Argumentationsführung häufig Informationen aus dem Kontext rissen und irreführend darstellten. Dabei ging es weniger um die Leugnung des Klimawandels als um eine allgemeine Skepsis gegenüber allen Klimaschutzmaßnahmen.

In der Analyse der Online-Debatte zu den Themen fossile Brennstoffe und erneuerbare Energien fiel auf, dass sich die Plattformen Twitter und Facebook im Hinblick auf die Klimadebatte stark unterscheiden. Während auf Twitter hauptsächlich Botschaften geteilt wurden, die dem Klimaschutz positiv gegenüberstanden, wurden auf Facebook vor allem Beiträge geteilt, die Klimaschutzmaßnahmen negativ einordneten.

Es wurde außerdem in mehreren Fällen beobachtet, dass zugespitzte Schlagzeilen etablierter Medien insbesondere von Nutzer:innen aus dem rechten Spektrum genutzt wurden, um irreführenden Inhalten eine höhere Glaubwürdigkeit zu verleihen, ohne auf die

eigentlichen Fakten in den Artikeln einzugehen. Anhand der hier beschriebenen Artikel konnte im Rahmen dieser Studie exemplarisch gezeigt werden, wie Medien, die sich zur journalistischen Sorgfaltspflicht bekennen, von Desinformationsakteur:innen instrumentalisiert werden, um ihre eigenen Argumente zu untermauern.

Insgesamt konnte außerdem eine Stilisierung der Klimadebatte von Rechts zum sogenannten "Kulturkampf" beobachtet werden. So wurden in den meistgeteilten Inhalten häufig Feindbilder heraufbeschworen und Klimaschutzmaßnahmen als vermeintliche Bedrohung für den Lebensstil der Wähler:innen dargestellt. Neben "den Grünen" und "Klima-Hysterikern" dienten auch Klimaaktivist:innen (häufig als "Klima-Terroristen" bezeichnet) dem rechten Spektrum als Feindbilder. So wurde zum Beispiel die Fridays For Future Aktivistin Greta Thunberg unter anderem in politischen Werbeanzeigen persönlich für Klimaschutzmaßnahmen in Haftung genommen und letztere dabei bewusst ins Lächerliche gezogen. Kritik von klimaskeptischen Akteur:innen an Maßnahmen wie der CO₂-Steuer erzielte ebenfalls regelmäßig eine hohe Reichweite. Der Erfolg dieser Kritik macht deutlich, wie wichtig es mit Blick auf politische Kommunikation ist, die Existenzängste von Bürger:innen im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und insbesondere mit einer CO₂-Steuer ernst zu nehmen und auf diese einzugehen, um einer stärkeren Polarisierung und Ablehnung von Klimaschutzmaßnahmen entgegenzuwirken.

Die hier beobachteten rhetorischen Strategien spielten auch eine zentrale Rolle in den hier untersuchten Desinformationsnarrativen. Beim Narrativ "Verleugnung und Verzögerung" ging es vor allem darum, den Klimawandel als wenig gefährlich oder nicht existent einzuordnen. Die Auswertung der Beiträge mit diesem Narrativ zeigt, dass vor allem Akteur:innen aus dem rechten Spektrum bewusst Ängste in der Bevölkerung schüren, indem sie Feindbilder projizieren, Fakten zum Klimawandel bewusst verzerrt darstellen oder auch konsequent ignorieren. Diese Entwicklung ist insofern bedenklich, als dass sie dringend notwendige Maßnahmen zum Klimaschutz verzögern könnte.

Die beobachtete Entwicklung verschiedener Absolutions-Narrative, laut denen jeweils andere Länder für den menschengemachten Klimawandel

verantwortlich gemacht werden, um gegen Klimaschutzmaßnahmen im eigenen Land zu argumentieren, verdeutlicht die Gefahr von nationalistischen Denkweisen in der Klimadebatte. Dieser Trend kann dringend notwendige Klimaschutzmaßnahmen verzögern und unterstreicht deutlich die Notwendigkeit umfassender und fairer internationaler Abkommen.

Insgesamt konnte im Rahmen dieser Studie bestätigt werden, dass die vollkommene Leugnung des Klimawandels keine zentrale Rolle in den Inhalten von Klimaskeptiker:innen spielt.³⁴ Stattdessen äußerten sich klimaschutzfeindliche Agitationen vor allem aus dem rechten Spektrum in einer Skepsis gegenüber konkreten Klimaschutzmaßnahmen und der Darstellung solcher Maßnahmen als nicht notwendig. Auch die Stilisierung der Klimadebatte zum sogenannten "Kulturkampf" konnte beobachtet werden; so wurden in den häufig geteilten Inhalten oftmals Feindbilder von "Klimahysterikern" und "den Grünen" heraufbeschworen und Klimaschutzmaßnahmen als Bedrohung für den "vermeintlich typisch deutschen Lebensstil" dargestellt.³⁵ In diesem Kontext wurden bewusst Existenzängste der Menschen ausgenutzt und mit nationalistischen Elementen verbunden.

Ausblick

Die in dieser Studie erforschte Entwicklung der Klimadebatte zum "Kulturkampf" verdeutlicht wie wichtig es ist, einer sich vertiefenden Polarisierung entgegenzuwirken und diese weiter zu erforschen. Es gilt ebenfalls zu bedenken, dass Bewegungen aus dem rechten Spektrum Klimaschutzmaßnahmen als Thema kooptiert haben und den Themenkomplex ebenso "bespielen" wie sie zuvor die Pandemie ausnutzten. Insofern ist das Radikalisierungspotential des Themas nicht zu unterschätzen. Klar ist: Klimawandel-Skepsis und die dazugehörigen Desinformationen sind ein maßgeblicher Verursacher von Polarisierung, die vielfach im Rahmen einer demokratiefeindlichen Agenda eingesetzt wird. Im internationalen Kontext ist es demnach besonders wichtig, ein eindeutiges Klimaschutz-Programm gemeinsam mit den anderen Ländern der Klimarahmenkonvention festzulegen, um einer weiteren Instrumentalisierung dieses Zukunftsthemas durch rechte Kräfte Einhalt zu gebieten.

Endnoten

- 1 Forschungsgruppe Wahlen (2021), Politbarometer September III 2021. Forschungsgruppe Wahlen, 17.09.2021. https://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Politbarometer/Archiv/Politbarometer_2021/September_III_2021/
- 2 Tagesschau (2021a), Bundesverfassungsgericht: Klimaschutzgesetz in Teilen verfassungswidrig. Tagesschau, 29.04.2021. <https://www.tagesschau.de/inland/klimaschutzgesetz-bundesverfassungsgericht-101.html>
- 3 IPCC (2021), AR6 Climate Change: The Physical Science Basis. Intergovernmental Panel on Climate Change, Working Group I contribution to the Sixth Assessment Report. <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/>
- 4 Polansky, M. (2021). Streit um CO2 Steuer: Wahlkampf an der Zapfsäule. Tagesschau, 04.06.2021. <https://www.tagesschau.de/inland/streit-benzinpreise-101.html>
- 5 Götz, S., Klimkeit, L. & Zacharakis, Z. (2021), Koalitionsverhandlungen: Fünf Kröten vor der Ampel. Zeit Online, 20.09.2021. <https://www.zeit.de/wirtschaft/2021-09/ampel-koalition-bundestagswahl-koalitionsverhandlungen-fdp-gruene-spd-wirtschaftspolitik-klimapolitik>
- 6 Griebel, H. (2021), Strategie zur Bundestagswahl - "Die AfD macht Klimaschutz zum Kulturkampf," Gespräch mit Johannes Hillje. Deutschlandfunk, 27.08.2021. https://www.deutschlandfunk.de/strategie-zur-bundestagswahl-die-afd-macht-klimaschutz-zum.694.de.html?dram:article_id=502289
- 7 Definition nach Jaster, R., & Lanius, D. (2018). What is fake news?. Versus, 47(2), 207-224.
- 8 Bodine-Baron, E. A., Helmus, T. C., Radin, A., & Treyger, E. (2018). Countering Russian social media influence. Santa Monica, CA: Rand Corporation, p. ix.
- 9 Paul, C., & Matthews, M. (2016). The Russian "firehose of falsehood" propaganda model. Rand Corporation, 2-7.
- 10 Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. European journal of communication, 33(2), 122-139.
- 11 Jaster, R., & Lanius, D. (2018).
- 12 Brunnengräber, A. (2013). Klimaskeptiker in Deutschland und ihr Kampf gegen die Energiewende. FFU-Report 03-2013, Forschungszentrum für Umweltpolitik, Freie Universität Berlin, <http://dx.doi.org/10.17169/refubium-23483>
- 13 Ibid.
- 14 Dies beinhaltet je Partei Kanzler- und Spitzenkandidat:innen, Parteivorsitzende, stv. Parteivorsitzende, Generalsekretäre, Vorsitzende der Bundestagsfraktion sowie jeweils die Accounts der Bundespartei, der Bundestagsfraktion und der Jugendorganisationen.
- 15 Delhaes, D. (2021), 70 Cent mehr pro Liter Benzin - Warum der Spritpreis deutlich steigen wird. Handelsblatt, 01.09.2021. <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/bundestagswahl-2021/klimaschutz-70-cent-mehr-pro-liter-benzin-warum-der-spritpreis-deutlich-steigen-wird/27565924.html>
- 16 Basierend auf der Definition von Jaster, R., & Lanius, D. (2018).
- 17 Link zum Post der Facebook-Seite "Politik und Zeitgeschehen": <https://www.facebook.com/816400378475878/posts/4443577405758139>; Link zum Post der offiziellen Facebook-Seite der AfD: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/4605517002811936>
- 18 Link zur Anzeige, archiviert in der Facebook Ad Library: <https://www.facebook.com/ads/library/?id=157734453125025>
- 19 Link zu den Posts auf den Facebook-Seiten von FOCUS Online: <https://www.facebook.com/37124189409/posts/10160184917604410>, sowie FOCUS Online Politik: <https://www.facebook.com/492723560754814/posts/5320654134628375>
- 20 RBB24 (2021), Auftritt in Cottbus: SPD-Kanzlerkandidat gegen früheren Kohleausstieg. Rundfunk Berlin Brandenburg Studio Cottbus, 17.08.2021. <https://www.rbb24.de/studiocottbus/politik/2021/08/olaf-scholz-gegen-frueheren-kohleausstieg.html>
- 21 Link zum Twitter-Post des offiziellen Accounts von Fridays for Future Germany: <https://twitter.com/view/status/1427961917574950920>
- 22 Link zum Video auf dem Facebook-Profil von Sahra Wagenknecht: <https://www.facebook.com/206307219386683/posts/5104577516226271>
- 23 Link zum Facebook-Post von Beatrix von Storch: <https://www.facebook.com/100044385937879/posts/398930134929848>
- 24 Book, S. & Traufetter, G. (2021), Neues Gutachten zur Verkehrswende: Kosten von fast 50 Milliarden Euro, zahlen sollen die Autofahrer. Spiegel Online, 27.08.2021. <https://www.spiegel.de/wirtschaft/verkehrswende-kosten-von-fast-50-milliarden-euro-zahlen-sollen-die-autofahrer-a-645bc7d9-0002-0001-0000-000178959709>
- 25 Link zur Anzeige archiviert in der Facebook Ad Library: <https://www.facebook.com/ads/library/?id=281332686776440>
- 26 Herrmann, C. (2021), China Erklärt BioNTech-Impfung Zur Giftpfunde. NTV. 03.02.2021. <https://www.n-tv.de/politik/China-erklaert-BioNTech-Impfung-zur-Giftpfunde-article22323254.html>
- 27 Winter, H., Gerster, L., Helmer, J. & Baaken, T. (2021), Überdosis Desinformation: Die Vertrauenskrise - Impfskepsis und Impfgegnerschaft in der COVID-19-Pandemie. <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2021/05/Impfskepsis-und-Impfgegnerschaft-in-der-COVID-19-Pandemie-1.pdf>
- 28 Tagesschau (2021b), Fridays for Future: Klimaproteste in Zahlreichen Städten. Tagesschau, 24.09.2021. <https://www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/klimastreik-fridaysforfuture-101.html>
- 29 Link zur Anzeige archiviert in der Facebook Ad Library: <https://www.facebook.com/ads/library/?id=252701813437672>
- 30 Sill, T. (2019), Greta Thunberg: Feindbild der Rechtspopulisten. ORF.at, 03.05.2019. <https://orf.at/stories/3120435/>

- 31 Metzger, Nils (2021), Schmäh-Kampagne "Grüner Mist": intransparent, aber legal? ZDF, 14.08.2021. <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/plakate-gruener-mist-legal-100.html> Berlin: Econ. 2020
 - 32 Breitkopf, A. (2021), Energiebedingte CO2 Emissionen pro Kopf weltweit nach ausgewählten Ländern im Jahr 2019 (in Tonnen). Statista, 14.10.2021. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/167877/umfrage/co-emissionen-nach-laendern-je-einwohner/>
 - 33 Siehe z.B. Analyse des AfD Grundsatzprogramms von klimafakten.de: <https://www.klimafakten.de/meldung/was-sagt-die-afd-zum-klimawandel-was-sagen-andere-parteien-und-was-ist-der-stand-der>
 - 34 Vgl. Brunnengräber, A. (2013).
 - 35 Vgl. Griefß, T. (2021).
-



Beirut | Berlin | London | Paris | Washington DC

Copyright © Institute for Strategic Dialogue (2021).
Das Institute for Strategic Dialogue (gGmbH) ist beim
Amtsgericht Berlin-Charlottenburg registriert (HRB 207 328B).
Die Geschäftsführerin ist Huberta von Voss. Die Anschrift lautet:
Postfach 80647, 10006 Berlin. Alle Rechte vorbehalten.

www.isdglobal.org