medienhaus wien
Forschung und Weiterbildung

Laudatio
Walther Rode-Preis
2026

an Marcus Wadsak
(ORF)

Sehr geehrter Preisträger, sehr geehrtes Publikum,

Medienhaus Wien freut sich, den Walther Rode-Preis 2026 an Marcus Wadsak vom ORF zu vergeben.

Er ist uns allen seit vielen Jahren bekannt als Wettermoderator – eine Bezeichnung, die seine Tätigkeit nur höchst unzureichend beschreibt.

Marcus Wadsak sagt uns nicht nur, ob es morgen stürmisch oder sonnig sein wird, ob wir möglicherweise den Keller auspumpen müssen oder uns tunlichst nur im Schatten aufhalten sollen. Er sagt uns auch, warum. Er ordnet den momentanen Zustand unserer Atmosphäre – das Wetter – immer auch in einen größeren Kontext ein.

Dabei nutzt er – vorbildlich, wie wir meinen – seine Rolle als Wetter-Anchor des öffentlichen-rechtlichen Rundfunks, um besonders vielen Menschen ganz niederschwellig, im alltäglichen Wetterbericht, nahezubringen, was Klimawandel ist und bedeutet.

Marcus Wadsak ist Klimajournalist – und als solcher Kommunikator des Klimawandels.

Wie dringend die Gesellschaft solcher Kommunikator:innen bedarf, das betonte der Soziologe Niklas Luhmann erstmals schon vor genau vierzig Jahren – 1986:

„Es mögen Fische sterben oder Menschen, das Baden in Seen oder Flüssen mag Krankheiten erzeugen, es mag kein Öl mehr aus den Pumpen kommen und die Durchschnittstemperaturen mögen sinken oder steigen: Solange darüber nicht kommuniziert wird, hat dies keine gesellschaftlichen Auswirkungen“ (Luhmann, 1990[3], S. 63).

Wir würden zwar unter den „vermeintlich objektiven Tatsachen“ (Luhmann, 1990[3], S. 62) – Dürre, schmelzende Gletscher, austrocknende Seen – leiden, aber nicht darauf reagieren. Ohne öffentlichen Diskurs dazu gibt es keine gesellschaftliche Resonanz.

Marcus Wadsak hat für diesen Diskurs in Österreich Pionierarbeit geleistet.

Die für Walther Rode, den Namensgeber dieses Preises, so charakteristische Widerständigkeit zeichnet auch Marcus Wadsak und seine Arbeit aus. Denn: Wer über den Klimawandel aufklärt, bekommt Gegenwind zu spüren – von vielen Seiten, zunehmend, und besonders heftig von rechts außen.

Seit 2011 vergibt Medienhaus Wien diesen Preis im Andenken an den österreichischen Rechtsanwalt und Publizisten Walther Rode (1876–1934) für qualitätsvollen und vom tagespolitischen Opportunismus unbeeinflusste Haltung.

Marcus Wadsak erhält den Rode-Preis 2026 als Würdigung für seine Standhaftigkeit und Beharrlichkeit in der Aufklärung um den Klimawandel, für seine Arbeit als Klimajournalist.

*

Was ist das – Klimajournalismus?

Klimajournalismus ist zuallererst: Journalismus – mit all seinen Werten und Standards. Klimajournalist:innen, so eine deutsche Studie, sollen „die ganz klassischen Tugenden des kritischen Watch-Dog-Journalismus hochhalten, der die Mächtigen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zur Verantwortung zieht“ (Brüggemann & Jörges, 2022, S. 11).

Ja, das sollen sie, unbedingt. Aber Klimajournalismus ist noch viel mehr als ein Genre oder ein Ressort:

Klimajournalismus – und damit untrennbar verbunden Nachhaltigkeit – ist eine Haltung. Die noch viel zu selten gezeigt wird.

Seit den 1980er Jahren wissen wir, dass der Treibhauseffekt menschengemacht ist. So warnte 1988 James Hansen von der NASA, vor dem US-Senat vor bevorstehenden heißen

Sommern und Dürren.[1] „Es ist Zeit, mit dem Gequassel aufzuhören und festzuhalten, dass die Beweise überwältigend sind“, wandte er sich in Richtung der anwesenden Journalist:innen (zit. n. Pörksen, 2024). „Die Erderwärmung hat begonnen“, schrieb die New York Times damals (zit. n. Pörksen, 2024). Klimajournalismus hinkt ihr seither hinterher.

Seit damals, seit den Appellen von Luhmann und Hansen vor vier Jahrzehnten habe Klimajournalismus nur „erratisch“, meist nur anlässlich großer Ereignisse wie etwa internationale Klimakonferenzen, stattgefunden, so die Forschung (Neverla, 2024; siehe auch Brüggemann & Jörges, 2022). Damit sei der Journalismus, so die österreichische Forscherin Irene Neverla, seiner Aufgabe „als Frühwarnsystem mit Orientierungsfunktion nicht gerecht“ geworden (Neverla, 2024, S. 391).

Sie hat wohl recht.

Wie zäh der Prozess der Bewusstmachung des vom Menschen verursachten Klimawandel verläuft, zeigen erste Ergebnisse einer Umfrage, die Medienhaus Wien gerade gemeinsam mit dem Österreichischen Gallup Institut durchführt:[2]

Immerhin glaubt deutlich mehr als die Hälfte der Bevölkerung – 56 % –, dass der Klimawandel durch den Menschen verursacht wird, jedoch mehr als ein Drittel – 35 % – hält ihn für einen natürlichen Prozess. Nur eine kleine Minderheit – 3 % – ist davon überzeugt, dass es gar keinen gibt. Unsere Vergleichsdaten aus dem Jahr 2021 zeigen aber Erstaunliches: Das Bewusstsein für den menschengemachten Klimawandel ist nicht gewachsen, sondern leicht gesunken. Vor fünf Jahren glaubten noch ein

[1] Siehe https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.b5127807&view=1up&seq=46&skin=2021

[2] CAWI-Interviews, n=1.000 (Stand 11.10.2026 CAWI=883), repräsentativ für die (webaktive) österreichische Bevölkerung 16+, Erhebung September und Oktober 2026

paar Prozentpunkte der Befragten mehr, menschliches Handeln hätte unmittelbar Einfluss auf das Klima.

Es gehört zweifellos zu den kniffligsten Aufgaben von Journalismus, Wahrheiten, die keiner wahrhaben möchte, für eine breite Öffentlichkeit annehmbar zu machen (Voci & Karmasin, 2023). Nichtsdestotrotz ist es seine Aufgabe.

Um auch in Zukunft relevant zu sein, so sind wir, das Forschungsteam von Medienhaus Wien, überzeugt, muss sich Journalismus mit dem Klimawandel endlich ernsthaft auseinandersetzen – und Nachhaltigkeit als Prinzip kommunizieren. „Climate Literacy", Klimakompetenz, nicht nur im Publikum, sondern genauso in den Redaktionen ist zur zentralen Herausforderung geworden, schreibt auch unser Kollege Thomas Wolkinger, der deswegen vor vier Jahren einen längst notwendigen Hochschullehrgang zum Thema Nachhaltigkeitskommunikation und Klimajournalismus am Grazer Joanneum initiiert hat (Wolkinger, 2022).

Natürlich, es gibt ein gewisses Umdenken. Der ORF hat dabei als öffentlich-rechtlicher Rundfunk eine besondere Verantwortung – auch Kolleg:innen von Marcus Wadsak nehmen diese auch in verschiedenen Formaten in TV, Radio und Online, von ZIB Magazin bis Universum, regelmäßig oder als Spezialthema wahr. Ebenso haben andere Nachrichtenmedien Klima und seinen Schutz mittlerweile als Schwerpunkt etabliert; und engagierte Journalist:innen haben sich in Österreich zum Netzwerk Klimajournalismus zusammengeschlossen, zu den Gründungsmitgliedern gehörten etwa Katharina Kropshofer vom Falter, und Clara Porák von andererseits, ebenfalls eine Rode-Preisträgerin.

Für dieses Netzwerk gibt es übrigens gar keine öffentliche Unterstützung aus dem zuletzt rund 100 Millionen Euro schweren Topf staatlicher Medienförderungen (Kaltenbrunner et al., 2026). Es ist trotzdem ganz aus eigenen Mitteln intrinsisch motiviert sehr rege: etwa auch bei jährlichen Klimajournalismus-Summerschools, die

gemeinsam mit dem Forum Journalismus und Medien, dem fjum, veranstaltet werden.

Es gibt ja noch viel zu tun.

Die Forderung „Nachhaltigkeit“ als journalistischen Anspruch zu etablieren – so wie die Verpflichtung zur Demokratie – wird in Forschung und Praxis immer nachdrücklicher gestellt (Marquardt, 2023; Neverla, 2024; Wolkinger, 2022), verhallt aber bislang oft noch ungehört irgendwo in den Führungsetagen. Dabei gehört in Redaktionsstatuten und Mission Statements verankert, was die Charta des Netzwerk Klimajournalismus festhält: „Die Klimakrise ist kein Thema, sondern – analog zu Demokratie und Menschenrechten – eine Dimension jedes Themas.“

Auf die journalistische Ausbildung und Praxis umgelegt, heißt das: Alle Journalist:innen brauchen eine grundlegende Nachhaltigkeitsexpertise, die es ihnen erlaubt, ihr jeweiliges Fachgebiet – sei das Wirtschaft, Innenpolitik, Sport oder Gesellschaft – immer auch unter dieser Perspektive zu betrachten (Voci & Karmasin, 2023). Zum anderen braucht es Klimajournalist:innen, die zuerst aus ihrem Fachgebiet der Nachhaltigkeit heraus die Welt – sei es jene der Wirtschaft, der Innenpolitik, des Sports oder der Gesellschaft – betrachten.

*

Zu letzteren gehört Marcus Wadsak. Wenn etwa Rekordzahlen zum Flughafen Wien beim ORF zur reinen Jubelmeldung werden – ohne jeden Hinweis auf die dadurch verursachte Umweltbelastung – dann tut das weh. „Wir müssen Nachhaltigkeit auf allen Ebenen mitdenken“, wünscht er sich.

Ihm geht es um die Vermittlung von Fakten, so sagte Marcus Wadsak im Vorgespräch zur Preisverleihung. Darum, komplexe Dinge so zu erklären, dass alle verstehen, dass es einen Klimawandel gibt und wie und

warum sich die Grundlage unseres Daseins verändert – und was wir dagegen tun können. Das lässt sich nicht vom Elfenbeinturm, nicht vom Wetterhäuschen aus machen. Guter Journalismus findet dort statt, wo die Menschen sind.

Seit mehr als dreißig Jahren ist Marcus Wadsak für Wetter und Klima unterwegs: im öffentlichen Rundfunk – vor allem im Newsroom, aber auch in der ORF-Kantine oder in der Verwaltung; als Sachbuchautor und zunehmend als Vortragender. 2006 hat er seinen ersten Vortrag gehalten; mittlerweile hält er viele Dutzende pro Jahr – in Kindergärten, Schulen, auch mal im Wiener Musikverein, in Wien und in den Bundesländern.

Zum Studium der Meteorologie ist er eher zufällig gekommen. Damals – Anfang der 1990er Jahre – galt sie noch als ein Orchideen-Fach. Gerade mal fünf Studenten – kein Gendern notwendig – seien es in seinem Jahrgang gewesen, erzählte uns Marcus Wadsak. „Super-Studium, aber du wirst nie einen Job finden" – hätten ihn die Kommilitonen gewarnt.

Der Job hat dann ziemlich schnell ihn gefunden: Es war im Sommer 1995. Marcus Wadsak jobbte als Bademeister, als der ORF auf der Suche nach einem Wettermoderator an der Uni eine Nachricht am Anrufbeantworter hinterließ. Die paar Studienkollegen waren auf Urlaub – das war der Beginn von Marcus Wadsak als Mann fürs Wetter beim ORF. Zunächst im Funkhaus, 1997 übersiedelte er mit Ö3 und Bogdan Roščić nach Heiligenstadt. Zu Beginn stand er um 4 Uhr früh auf, um Radio zu machen, am Nachmittag arbeitete er an seiner Diplomarbeit. Nach der Jahrtausendwende kam Marcus Wadsak dann auch zum Fernsehen. Seit 2004 moderiert er das ZIB-Wetter.

Das professionelle, handwerkliche Rüstzeug – journalistische Grundkurse und Schulungen – hat er vom ORF on the job bekommen. Und vor allem im Team von Bogdan Roščić auf Ö3, betont Marcus Wadsak, habe er gelernt, wie man Radio und wie man Journalismus macht.

„Klimajournalisten müssen keine Heiligen sein", sagt eine deutsche Studie (Brüggemann & Jörges, 2022, S. 11). Aber

es schadet nichts, wenn sie in ihrem eigenen Verhalten glaubwürdig sind.

Die Rolle von Marcus Wadsak hat sich mit dem Klima gewandelt. Sowohl privat: Er selbst isst kaum noch Fleisch, fährt fast immer Öffis – auch zur eigenen Hochzeit, hat ein Klimaticket und wenn er unbedingt ein Auto braucht, mietet er ein E-Auto.

Als auch beruflich: Der Wettermann von Ö3 ist zum Klimajournalisten geworden. Damals, zu Beginn seiner Laufbahn, war eine Zeit, in der „man das Wetter noch brauchte“, wie Wadsak sagt. Die Menschen hätten ihn auf der Straße gefragt: „Wie wird denn das Wetter?“ Dafür genügt mittlerweile der Blick aufs Handy. Heute hört er öfter: „Danke, dass Sie sich für unsere Zukunft einsetzen.“

„Solange ich nur Wetter gemacht habe, war ich nur beliebt,“ erzählt er. Das ist heute nicht mehr (nur) so – ein Blick in Soziale Medien oder in die Foren des Boulevards reicht. Die Debatte hat sich polarisiert und Marcus Wadsak wurde dabei zur Reizfigur jener, die menschengemachten Klimawandel als Lüge diffamieren. Der Boulevard spielt dabei mit. Die Gratiszeitung Heute, zum Beispiel, greift den sachlich vorgetragenen Content von Marcus Wadsak gerne auf und macht seine Social-Media-Posts zu reißerischen Artikeln – „Wadsak schlägt Alarm“[3], „Wadsak warnt alle“[4], „Wadsak schockt mit Prognose“[5] – titelt die Gratiszeitung in ihrem Ringen um Click-Reichweiten. Ein ausländischer Kollege des österreichischen Meteorologen wird den Leser:innen als „Serbien-Wadsak“[6] vorgestellt. Im Forum dürfen dann die User:innen ihrem Unmut freien Lauf lassen.

[3] https://www.heute.at/s/es-fehlen-nur-noch-4cm-auf-den-katastrophalen-zustand-120259925
[4] https://www.heute.at/s/problematisch-grosse-regenmengen-in-kurzer-zeit-120259451
[5] https://www.heute.at/s/die-hitze-wird-sich-in-den-naechsten-tagen-verschaerfen-120235829
[6] https://www.heute.at/s/serbien-wadsak-warnt-vor-15-grad-sprung-42-grad-drohen-120240942

Neben den vielfach ganz persönlichen Beleidigungen rauschen dann die Schlüsselbegriffe boulevardesker Empörungsbewirtschaftung des Klimathemas durch: von „Schauermärchen“, „Klimapanikmache“, „heißer Luft“, „enervierender Dauerwarnerei“ ist hundertfach die Rede.

Die Avatare und ihre Kommentare zeigen ein immer größer werdendes gesellschaftliches Problem auf, das beim Klimawandel besonders offensichtlich wird: den Verlust eines gemeinsamen öffentlichen Diskurses. Den braucht es aber, denn „[v]or und neben dem Handeln steht [...] eine Verständigung über Probleme, Verantwortlichkeiten, angemessene Reaktionen und Ziele im Klimaschutz“ (Brüggemann & Jörges, 2022, S. 27).

„Früher haben wir die Fakten auf den Tisch gelegt und dann wurde darüber diskutiert“, vermisst auch Marcus Wadsak zunehmend das gemeinsame Grundverständnis darüber, was denn die Fakten sind. Und die Debatte wird aggressiver. Früher, so Wadsak, habe er versucht, mit allen zu diskutieren. Mittlerweile löscht und blockiert er großzügig auf Social Media, wenn die Grundregeln respektvollen Umgangs miteinander nicht mehr eingehalten werden.

In Sozialen Medien und vor allem in rechtsalternativen Medien sind es oft nicht Einzelmeinungen, die den menschengemachten Klimawandel in Zweifel ziehen, sondern „professionelle[n] Verleugnungs-Kampagnen“ (Brüggemann & Jörges, 2022, S. 8). Es gibt Studien, die belegen, wie rechtsalternative Medien Gegennarrative zum Klimawandel strategisch platzieren. Die Forschung nennt das „Zitierkartelle“ (Brunnengräber, 2018, und Paulitsch 2026, 146), wenn solche Medien in großem Ausmaß organisiert auf die immer selben Akteur:innen und aufeinander verweisen. Diese Alternativmedien wiederum stehen – nicht ganz überraschend – in engem Kontakt zu Anti-Klimaschutz-Think Tanks und Mineralölkonzernen und reichen Eliten, die diese Kommunikationskampagnen finanzieren (Brüggemann & Jörges, 2022; Paulitsch, 2026; Börgmann et al., 2025; Pörksen, 2024). Solche Kampagnen drehen sich nicht „nur“ ums Wetter. „Diskussionen zu

Klimawandel und Klimaschutz fungieren als Ansatzpunkt für eine weiterreichende Systemkritik durch Rechtsaußen“, so die zentrale Erkenntnis einer deutschen Studie zu Kommunikation auf Plattformen (Börgmann et al. 2025).

Erlauben Sie nochmals einen kurzen Daten-Exkurs: Darauf, wie erfolgreich solche Kampagnen sind, wie sehr sich die Debatte polarisiert hat, verweisen auch die Ergebnisse unserer bereits erwähnten Erhebung mit dem Österreichischen Gallup-Institut. Vor fünf Jahren, 2021, meinte ein Fünftel der Befragten (20 %), dass die Darstellung des Klimawandels und seiner Folgen in den österreichischen Medien zu negativ und übertrieben sei. 2026 ist es ein Drittel (33 %).

*

War denn alles umsonst?

„Nein“, sagt Marcus Wadsak. Immer längere Hitzewellen, gewaltige Überschwemmungen, steigende Energiepreise – und natürlich die Aufklärung und Kommunikation dazu – bewirken etwas. Gemeinden schließen sich zum Klimabündnis zusammen, manche stellen Solarkraftanlagen auf (z.B. Gastein), andere fördern die Benutzung von öffentlichem Verkehr mit Schnupper-Klimatickets (z.B. Wieselburg).

Jenen, die Klimaschutzmaßnahmen mit dem Hinweis darauf abschmettern, dass wir allein ja eh nichts ausrichten können, entgegnet er: „Wir sind nicht allein.“ Was im Kleinen – in der Familie, in der Gemeinde, in Österreich – bewirkt wird, hat Multiplikatoren-Wirkung. Früher war es zwar leichter. Da wurden Probleme erkannt und dann global gehandelt – wie etwa beim Ozonloch und dem weitreichenden Verbot von FCKW oder beim sauren Regen. Das ist heute schwieriger. Aber: „Wir haben gewonnen“, sagt Marcus Wadsak, „wenn Jugendliche nach einem Vortrag nachhause gehen und ihre Eltern fragen: Warum essen wir so viel Fleisch, warum werfen wir so viele Lebensmittel weg?“

Die Menschen handeln – wenn auch mit Verzögerung.

Vielleicht hatten Sie heute, vor Beginn der Veranstaltung, noch etwas Zeit, sich hier umzusehen. Wir sind auf dem Gelände des ehemaligen Nordbahnhofs, um uns herum auf mehr als 80 ha wächst ein neuer Stadtteil mit einer freien Mitte, einer zentralen Natur- und Grünfläche auf 9 ha – 90.000 m2. Eine Stadt-Wildnis – das ist nicht nichts.

Marcus Wadsak kennt diese Gegend übrigens sehr gut. Mehr als 40 Jahre hat er im zweiten Bezirk gewohnt, heute noch kommt er hierher aufs Nordbahngelände zum Skaten mit seinem jüngsten Sohn.

Nein, es ist nicht alles umsonst gewesen. Und wir dürfen den Diskurs nicht jenen überlassen, die für das eigene Wohlergehen in Kauf nehmen, die Lebenswelten anderer zu zerstören.

Der Klimawandel und der Umgang damit ist auch eine soziale Frage. Ein aktueller Bericht der Statistik Austria zeigt für Österreich: Je weniger Menschen verdienen, desto mehr sind sie von Auswirkungen des Klimawandels betroffen – und desto weniger haben sie zu seiner Verursachung beigetragen. So gibt fast ein Viertel armutsgefährdeter Personen (24,3%) an, von Lärm oder Hitze sehr betroffen zu sein; bei Menschen mit hohem Einkommen ist es nur rund ein Sechstel (15,6%) (Statistik Austria, 2026, S. 103). Für die Verursachung, also die Belastung der Umwelt durch Einkaufsverhalten oder Verkehrsmittelwahl gilt genau umgekehrt: Je höher das Einkommen, desto mehr wird die Umwelt belastet. Mehr als ein Viertel der Personen mit hohem Haushaltseinkommen meldet hohes umweltschädigendes Verhalten (26,0 %), bei Personen mit niedrigem Einkommen ist es nicht einmal jede:r Zehnte (9,7%) (Statistik Austria, 2026, S. 103).

Was im Kleinen gilt, gilt auch im globalen Kontext. So ist in vielen der ärmsten Länder der Erde – wie etwa dem Tschad oder Niger – der ökologische Fußabdruck pro Person nur ein 150tel, also weit weniger als ein Prozent als jener in den

USA, Australien und Kanada – und auch viel geringer als in Europa.[7]

Der Fußabdruck ließe sich im reichen Norden deutlich verkleinern. „Wir haben die Technologie und das Know-how, um die Klimakrise zu beenden“, stellt Martin Krause, Leiter des Umweltbüros der Vereinten Nationen (UNEP) fest. „Was wir brauchen, ist der politische Wille (UNEP, 2025).[8]

Dieser fehlt auch noch in Österreich. Im politischen Selbstverständnis sind wir noch immer „ein Land der Autofahrer“[9], wie der damalige Verkehrsminister und Tempo-140-Befürworter Nobert Hofer anlässlich seines Regierungsabschieds verkündete – ein Land, aus Sicht der FPÖ, der Tempobolzer[10] und nicht der Klimasparer.

Ein Umdenken „geht nur über das Geld“, sagt Marcus Wadsak im Vorgespräch für die Rode-Preisverleihung. „Solange umweltfeindliches Verhalten billiger ist als umweltfreundliches, solange die Politik umweltschädliches Verhalten belohnt“ – Stichwort Dieselprivileg – „wird es nicht funktionieren.“

Marcus Wadsak will nicht polarisieren, sondern aufklären, einbinden, Orientierung geben – seine journalistische Arbeit machen. Das kann nur gelingen, wenn Menschen zuhören und hinschauen. Um Aufmerksamkeit zu optimieren, verbrämt Marcus Wadsak schlechte Klimanachrichten immer wieder mal mit eher ungewöhnlichen Outfits. Vielleicht erinnern Sie sich noch an den Anzug mit kurzer Hose im vergangenen Sommer. Für

---

[7] https://ourworldindata.org/co2-emissions?utm_source=chatgpt.com
[8] „We have the technology and the know-how to end the climate crisis.” / „What we need now is the political will” (UNEP, 2025).
[9] Z.B. https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190522_OTS0081/norbert-hofer-zieht-bilanz-und-bedankt-sich-bei-den-beamtinnen-und-beamten-fuer-die-gute-zusammenarbeit?utm_source=chatgpt.com; https://www.meinbezirk.at/niederoesterreich/c-politik/land-investiert-93-millionen-in-strassenbauprogramm_a6489061?utm_source=chatgpt.com; Der Auto-Kanzler auf Tour d'horizon – DiePresse.com
[10] https://kurier.at/politik/inland/fpoe-noe-gibt-gas-150-kmh-auf-der-autobahn-und-ende-von-co2-preis-und-nova/402914570

sein Shirt mit Eis-Stanitzel-Gesicht mit Fön-Frisur wurde er von buzzfeed zum „T-Shirt-Gott“ erklärt. „Diese Outfits sind wie ein Autounfall“, schrieb die Plattform: „Man will wegschauen, kann aber irgendwie nicht.“ [11]

In der Sache ist Marcus Wadsak stets streng sachlich. Denn Fakten sind nun einmal Fakten. „Es gibt keine ‚alternativen‘ Fakten,“ schreibt er in seinem Buch „Klimawandel gibt es ~~nicht~~“. „Unsere Erde wird zu keiner flachen Scheibe, nur weil jemand ganz fest daran glaubt“ (Wadsak, 2025, S. 8). Die Begrifflichkeiten, die er in seinen Moderationen, Vorträgen, Büchern verwendet, sind denn auch nie zufällig. *Klimawandel* – das ist der einordnende, erklärende Terminus, der nicht gleich abschrecken soll; *Klimakrise* wird bewusst nur dort eingesetzt, wo es zu benennen gilt, worunter wir gerade leiden; *Klimakatastrophe* ist, was sich in den vergangenen Jahrzehnten ereignet hat. Den Begriff *Hitzerekord* vermeidet Marcus Wadsak – *Rekord* ist zu positiv besetzt.

In der Wissenschaft herrscht Konsens, dass der Klimawandel menschengemacht ist (Powell, 2019; Marquardt, 2023). Was das für den Journalismus heißt, hat ein Kollege, der Klimajournalist Benedikt Narodoslawsky vormals Falter, jetzt Der Standard, in einem Interview formuliert: „Die wissenschaftliche Erkenntnis ist für mich die Grundlage meines Handelns. Etwas Objektiveres gibt es nicht“ (Wolkinger, 2022, S. 7).

Es wäre daher ein grobes Missverständnis journalistischer Objektivität, die Standpunkte von Klimawandel-Leugner:innen und Klimawandel-Expert:innen in der Berichterstattung gleichberechtigt darzustellen. Ein verfälschendes Gleichgewicht – false balance, wie es im Fachjargon heißt.

Klimawandel ist weder zweifelhaft noch überraschend noch unerklärlich. „Draußen passiert nichts zufällig“, sagt der Meteorologe Wadsak in einem Podcast (Sator, 2026).

[11] https://www.buzzfeed.at/news/t-shirts-liste-fuenfzehn-orf-fashion-outfits-instgram-style-lustig-bunt-werner-kogler-marcus-wadsak-wetter-91813157.html

Die Natur „ist ein Musterbeispiel, die hält sich strikt an physikalische Gesetze."

*

Marcus Wadsak ist – trotz allem – „ein Optimist" geblieben, wie er sich selbst beschreibt. „Noch können wir verhindern, dass es noch schlimmer wird", ist er zuversichtlich. Die gesellschaftliche Resonanz, um die sich Luhmann vor vierzig Jahren sorgte, ist spürbar – auch wenn die Schwingungen nicht immer große – und oft mal entgegengesetzte – Wellen schlagen.

Marcus Wadsak ist aber auch Realist: „In Österreich werden wir am Auto und am Schnitzel scheitern", befürchtet er. Wir sollten uns jedoch gewahr sein, dass es einen großen Unterschied macht, ob wir 2030 oder 2040 klimaneutral werden.

Sie haben heute Abend schon gehört: Klimajournalist:innen müssen keine Heiligen sein. Wir auch nicht. Aber letztendlich kommt es auf uns alle und jede:n Einzelne:n an. Es ist eine Frage der Haltung.

„Nachhaltig zu leben", muntert Marcus Wadsak Zaudernde auf, ist eine „win, win, win"-Situation. Öfter mal die Bim zu nehmen – hierher z.B. fahren der O-Wagen, der 2er und der 12er –, das alte Brot nicht wegzuwerfen, sondern aufzubacken oder zu einem Energie-Anbieter mit einem höheren Anteil an nachhaltigem Strom wechseln – all das heißt nicht, auf etwas zu verzichten, sondern „es hilft uns", so Marcus Wadsak, „unser tägliches Leben zu verbessern."

„Probieren Sie es einfach aus", wünscht er sich von seinem Publikum.

Erinnern Sie uns daran, wünschen wir uns von Marcus Wadsak. Lassen Sie sich nicht aufhalten von Zitierkartellen, Klima-Avataren und Tempobolzern. Hören Sie nicht auf, zu erklären, wo das Wetter herkommt und das Klima hingeht – selbst wenn es nicht alle immer hören wollen.

Mit großer Freude – trotz aller oder gerade wegen all dieser Herausforderungen – verleihen wir den Walther Rode-Preis 2026 an Marcus Wadsak, ORF.

Laudatio: Renée Lugschitz

Schlussredaktion: Andy Kaltenbrunner, Sonja Luef

Mit Diskussionsbeiträgen von Daniela Kraus, Nikolaus Forgó, Matthias Karmasin und Astrid Zimmermann

Literatur

Börgmann, H., Hammer, D., Beyer, J., Ziock, J., Stegers, F., Keßling, P. & Münch, F. (2025). *Destruktive Diskurse: Digitale Verbreitung von klimabezogener Mis- und Desinformation.* Eine Multiplattformerhebung im Projekt Notorious. https://notorious.leibniz-hbi.de/forschung/destruktive-diskurse-digitale-verbreitung-von-klimabezogener-mis-und-desinformation/

Brüggemann, M. & Jörges, S. (2022): Zwischen Unterlassung und ökologischer Verantwortung: Klimajournalismus in Zeiten kognitiver Dissonanz. In KLIMA vor acht (Hg.): Medien in der Klima-Krise. Oekom. https://bruegge.net/wp-content/uploads/2022/07/BruggemannJorges_ZwischenUnterlassungundokolVerant_Kapitel_2022.pdf (finales Manuskript)

Brunnengräber, A. (2018). Klimaskeptiker im Aufwind. Wie aus einem Rand ein breiteres Gesellschaftsphänomen wird. In O. Kühne, & F. Weber (Hg.), *Bausteine der Energiewende*, S. 271–292. Springer Fachmedien.

Crippa, M., Guizzardi, D., Pagani, F., Banja, M., Ciarlantini, S., Muntean, M., Amici, L., Luini, C., Honavar Melo Pires, R., Quadrelli, R., Carvalho, P., Ruiz Ponsoda, D., Andrews, S., Köykkä, J., Grassi, G., Rossi, S., Melo, J., Branco, A., Suárez-Moreno, M., Sedano, F., Manca, G., Pisoni, E., Pekar, F. (2026). *GHG emissions of all world countries - 2026 Report*, Publications Office of the European Union, Luxembourg. https://doi.org/10.2760/7717504 , JRC147815.

Kaltenbrunner, A., Lugschitz, R., Luef, S., Strobl, W., Noster, A. (2026). *Journalismusförderung in Österreich. Optionen zur Reform der Medienförderung.* Eine Studie von Medienhaus Wien.

Luhmann, N. (1990)[3]. *Ökologische Kommunikation. Kann die moderne Gesellschaft sich auf ökologische Gefährdungen einstellen?* Westdeutscher Verlag. https://luhmann.ir/wp-content/uploads/2021/07/Okologische-Kommunikation-1990.pdf

Marquardt, H. (2023). *Klimajournalismus. Der Umgang mit dem Thema Klimawandel in deutschen Redaktionen*. Zem:dg

Netzwerk Klimajournalismus. (o.J.). *Klimacharta*. https://www.klimajournalismus.at/klimacharta/

Neverla, I. (2024). Klimajournalismus: Zur Ausdifferenzierung einer journalistischen Berufsrolle und zu ihrem Potenzial im Kontext gesellschaftlicher Transformation. In S. Diehl, T. Eberwein, L. Krainer & F. Weder (Hg.), *Medien- und Kommunikationswissenschaft der Zukunft*, S. 391–406. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-45040-3_20

Paulitsch, L. (2025). Alternative Medien. Definition, Geschichte und Bedeutung. Springer.

Pörksen, Bernhard (2024, 22. November). Wissende Ignoranz. *Der Spiegel*. https://www.spiegel.de/ausland/klimakrise-die-widersprueche-undfehleinschaetzungen-in-der-spiegel-berichterstattung-a-815e8ee3-6e3c-431cbe37-bdbe10624864

Powell, J. (2019). Scientists unanimous on anthropogenic global warming in 2019. *Bulletin of Science, Technology and Society, 39*(1–2), S. 3.

Sator, A. (2026, 24. Februar), Erklär mir, wie Wetter vorhergesagt wird, Marcus Wadsak. *Podcast Erklär mir die Welt*.

Statistik Austria. (2026, September). Umweltgerechtigkeit 2023. Einfluss des Einkommens auf Umweltbedingungen und Umweltverhalten.

UNEP. (2025, 5. November). The world is likely to exceed a key global warming target soon. Now what? https://www.unep.org/news-and-stories/story/world-likely-exceed-key-global-warming-target-soon-now-what

Voci, D. & Karmasin, M. (2023). Sustainability communication: how to communicate an inconvenient truth in the era of scientific mistrust. *Journal of Communication Management*. https://doi.org/10.1108/JCOM-05-2022-0060

Wadsak, Marcus. (2025). Klimawandel gibt es ~~nicht~~. Braumüller.

Wolkinger, T. (2022). Was ist Klimajournalismus? In H. M. Fischer, W. Kühnelt & T. Wolkinger, (Hg.), *Das Klima der Kommunikation. 20 Thesen für heiße Zeiten*, S.196–213. dbv. https://www.researchgate.net/publication/365039622_Was_ist_Klimajournalismus