

Wer *tele* liest, dem fällt auf: Hier schreiben Cineasten für ihr Publikum. Auch das sei ein herausragendes Merkmal, wie der Geschäftsführer betont: „Wir haben Menschen, die schreiben, die recherchieren, die kuratieren und die nehmen dieses Thema so ernst, wie man als Journalist ein Thema nur ernst nehmen kann. Und das ist auch eine Spezialität von *tele*. Das war auch vor 35 Jahren schon so.“



© medianet/Katharina Schiffl

### Klimaressort für alle

Was das Thema Klimaschutz betrifft, sieht Hans Metzger aber auch die anderen Medien in der Pflicht. „Ich finde, jede Zeitung, jedes Medienunternehmen braucht dringend ein Klimaressort, und auch die Berichterstattung sollte sich diesbezüglich ändern.“

Metzger dazu: Klima-Berichterstattung sei meist anlassbezogen oder in einem Schwerpunkt verpackt, wobei eher Negativschlagzeilen und Katastrophenberichte dominieren würden. „Das Wichtige ist aber meiner Meinung nach, dass man das Thema optimistischer auflädt – im Sinne eines Appells, der anregen soll, in Sachen Klimaschutz positive Dinge zu tun.“

Auch die *tele*-Klimainitiative habe etwa mit einer sehr ernstesten Bildsprache gestartet. Mit der neuen Kampagne habe man aber dann auf ein positiveres Gefühl gesetzt. „Und wir haben der Kampagne mit grünen Pinselstrichen einfach einen Farblecks verpasst.“ Optimismus also auch in Sachen Klimakrise.

### Positiv in die Zukunft

Generell plädiert Metzger für mehr Optimismus. Dazu gehört auch eine andere Sichtweise auf den weit verbreiteten Spruch „Früher war alles besser“.

Nein, so Metzger, „früher gab es halt Vierteltelefon statt Smartphones und es war in Wahrheit nicht alles besser, aber eben anders“, so der *tele*-Geschäftsführer abschließend.

„

*Es handelt sich um eine Informationskampagne, die immer wieder den Klimaschutz thematisiert.*

**Hans Metzger**  
über sein Engagement für das Klima

“

### Menschen statt KI

Man könne natürlich immer von irgendwelchen Datenbanken irgendwelche Agenturtexte kaufen und einfließen lassen. „Das kann man machen, das gibt es alles schon fertig. Stichwort KI. Das ist überhaupt kein Problem.“

Damit würde man, so Metzger, auf Knopfdruck das Heft füllen: „Kostet einen Bruchteil und ist

auch eine Art von Information. Aber es ist nicht das, was wir uns vorstellen. Und es ist auch nicht das, was unsere Leserinnen und Leser von uns erwarten. Und deswegen haben wir Menschen und die bleiben auch, solange ich da bin.“

### Herzensprojekt Klimaschutz

KI stehe bei *tele* nämlich nicht für Künstliche Intelligenz, sondern für die *tele*-Klimainitiative – ein persönliches Herzensprojekt Metzgers, das vor fünf Jahre ins Leben gerufen wurde. Die Initiative wirkt als Werbekampagne, Datenbank für Beiträge zum Klimaschutz sowie als eine Aktionsplattform. Dafür stellt das Magazin auf sämtlichen eigenen Medienkanälen redaktionelle Strecken und Werbeflächen für das Thema Klimaschutz zur Verfügung.

„Es handelt sich dabei um eine Informationskampagne, die immer wieder den Klimaschutz thematisiert. Jede Woche haben wir eine eigene Kolumne zum Thema

Klima, den ‚Klima Klartext‘. Das ist wirklich inzwischen ein fixer Beitrag, so wie zum Beispiel auch das Rezept und das Rätsel.“

### Initiative als Trademark

Die Klimainitiative sei mittlerweile tatsächlich zu einem Trademark des Magazins geworden, wie Metzger bestätigt. „Es gibt niemanden, mit dem ich über *tele* rede, und der mich nicht darauf anspricht“, so Metzger über den Erfolg der Initiative.

„Da sind wir ziemlich stolz drauf, weil das sonst in dieser Form niemand macht. Und wir haben schließlich nur *eine* Welt und wir haben nur *ein* Klima auf diesem Planeten. Das heißt, wir müssen schauen, dass wir irgendwie endlich in die Gänge kommen und wirklich mehr tun.“

Gerade im Klimabereich gebe es laut dem *tele*-Geschäftsführer eine „irrsinnige Fülle“ an Dingen, die man beitragen könne. Auch in der aktuellen Jubiläumsausgabe werde das Thema Klimaschutz eine Rolle spielen.