BAROMÈTRE BELGE de l'Information Environnementale

Analyse van de berichtgeving over milieuthema's in de Belgische audiovisuele media

Voorlopige resultaten

September 2026

Context en doelstelling van de Belgische Barometer voor Milieu-informatie (BBMI)

Terwijl de klimaat-, milieu- en biodiversiteitscrises zich in een ongezien tempo verscherpen, vormt de kwaliteit van de informatie die aan het publiek ter beschikking wordt gesteld een belangrijk democratisch vraagstuk. De media speelt een cruciale rol in het begrip van milieu-uitdagingen, de perceptie van risico's, de identificatie van oplossingen en het draagvlak voor het beleid dat daaruit voortvloeit.

In zijn meest recente rapport benadrukt het Intergouvernementeel Panel inzake Klimaatverandering (IPCC) de invloed van media en sociale netwerken op klimaatvraagstukken. Ze spelen een belangrijke rol bij de sensibilisering van het publiek, het inzicht in de wetenschappelijke kennis en de bereidheid om actie te ondernemen. Toegankelijke, wetenschappelijk onderbouwde en gecontextualiseerde informatie helpt burgers, bedrijven en beleidsmakers om weloverwogen bij te dragen aan de milieutransitie.

Toch tonen tal van internationale studies aan dat milieuthema's ondervertegenwoordigd blijven in de media, ten opzichte van hun maatschappelijke belang. De berichtgeving erover hangt vaak nog sterk af van de actualiteit en van extreme gebeurtenissen - hittegolven, overstromingen, bosbranden -, ten koste van een meer structureel begrip van oorzaken, gevolgen en oplossingen. Tegelijk neemt milieu- en klimaatgerelateerde misinformatie en desinformatie toe. Dit ondermijnt de kwaliteit van het publieke debat, het vertrouwen in wetenschappelijke instellingen en de uitvoering van klimaatbeleid.

Als antwoord op deze vaststellingen zijn wereldwijd tal van initiatieven ontstaan om de integriteit van klimaat- en milieu-informatie te versterken en beter te begrijpen welke rol de media speelt in de ecologische transitie.

België sluit zich volledig aan bij deze dynamiek. Op initiatief van de federale minister van Mobiliteit, Klimaat en Milieutransitie, Jean-Luc Crucke, bundelden de FOD Volksgezondheid, de CSA (Hoge Raad voor de Audiovisuele Media) en de organisatie QuotaClimat hun expertise om in 2026 de Belgische Barometer voor Milieu-informatie (BBMI) te lanceren. Dit initiatief past onder meer in het verlengde van de ondertekening door België van de Internationale Verklaring over de Integriteit van Klimaatinformatie, tijdens COP30 in Belém.

De BBMI biedt voor het eerst in België een objectieve stand van zaken van de manier waarop milieuthema's in de media aan bod komen. Het streeft drie complementaire doelstellingen na:

- het kwantitatief en kwalitatief analyseren van de berichtgeving over milieuthema's in audiovisuele nieuwsprogramma's in het noorden en het zuiden van het land;
- het identificeren en doorgronden van fenomenen van milieu- en klimaatgerelateerde misinformatie en desinformatie;
- het aangaan van een gestructureerde dialoog met de media om goede praktijken en verbeterpistes te identificeren, vanuit een logica van co-creatie en wederzijds leren.

De eerste fase van de Barometer richt zich op de belangrijkste audiovisuele nieuwsprogramma's in België, op zowel televisie als radio. Publieke en private omroepen komen aan bod, zowel op nationaal als op regionaal niveau. In totaal werden 26 Franstalige en Nederlandstalige zenders onderzocht over de bestudeerde periode.

Op termijn zal de Barometer worden uitgebreid naar de geschreven pers, digitale media en sociale netwerken, om een vollediger beeld te geven van het Belgische informatie-ecosysteem. De ambitie is om beter zicht te krijgen op hoe milieuthema's in het medialandschap aan bod komen, en om de

betrokken actoren objectieve gegevens aan te reiken om de kwaliteit van milieu-informatie in België duurzaam te verbeteren.

Methodologie

De Belgische Barometer voor Milieu-informatie is gebaseerd op een methodologie die geïnspireerd is op het Observatoire des médias sur l'écologie (OMÉ) in Frankrijk. Het doel is om objectief te meten hoeveel plaats milieuthema's krijgen in de Belgische audiovisuele nieuwsprogramma's.

De analyse berust op de automatische transcriptie van televisie- en radioprogramma's. Vervolgens worden trefwoorden gedetecteerd en gecategoriseerd aan de hand van een woordenboek. Deze is opgebouwd op basis van het werk van het IPCC en IPBES, aangevuld met Belgische referentiedocumenten. Het gaat met name om het vierde federaal milieurapport 2019-2023 en de achtste nationale mededeling over klimaatverandering. De Barometer behandelt drie grote milieuthema's: klimaat, biodiversiteit en natuurlijke hulpbronnen. Voor elk van deze categorieën onderzoekt de Barometer ook de verschillende verbanden van de causale keten: (1) de wetenschappelijke vaststelling, (2) de oorzaken van de milieucrises, (3) de gevolgen ervan, en (4) de mitigatie- of adaptatieoplossingen die in de media aan bod komen.

Om de wetenschappelijke robuustheid van het project te waarborgen, werd de hele methodologie begeleid en nagekeken door een expertencomité. Dit comité brengt Franstalige en Nederlandstalige specialisten samen die in het domein van klimaat, media, journalistiek en communicatie werken[1].

Deze eerste fase van de Barometer richt zich op de belangrijkste televisie- en radionieuwsprogramma's in België. In totaal werden 26 Franstalige en Nederlandstalige zenders geanalyseerd: publieke en private, nationale en regionale[2]. De geschreven pers, digitale media en sociale netwerken komen in deze eerste fase nog niet aan bod. Ze worden meegenomen in latere uitbreidingen van de Barometer.

---

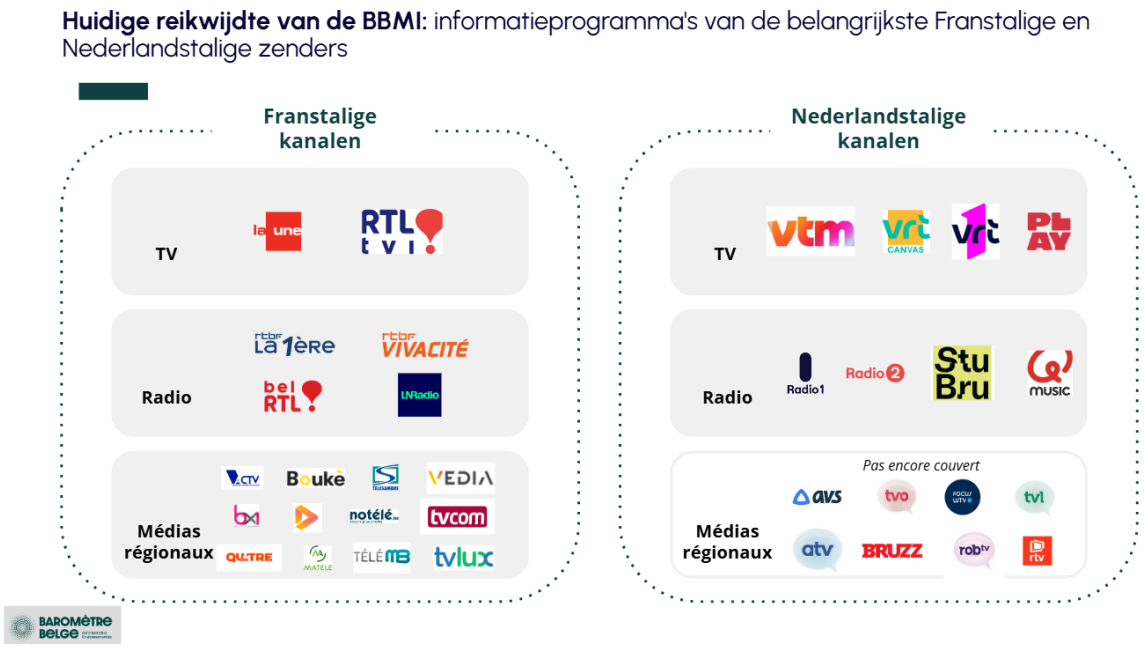
[1] *Franstalig België :*

- Grégoire LITS - Docent sociologie van de media - UCLouvain
- François MASSONNET - Professor klimatologie - UCLouvain

Nederlandstalig België :

- Seppe LAMPE - Onderzoeker in klimatologie - Vrije Universiteit Brussel
- Michaël OPGENHAFFEN - Geassocieerd hoogleraar journalistiek en digitale media - Institute for Media Studies, KU Leuven
- Jill PEETERS -Media-, klimaat- en weerspecialist - Climate Without Borders
- Baldwin VAN GORP - Professor journalistiek en communicatiemanagement - KULeuven

[2] *Nationale Franstalige media (6):* Bel RTL, La Première, La Une, LN Radio, RTL tvi, VivaCité
Regionale Franstalige media (12): Antenne Centre TV (ACTV), Boukè, BX1, Canal Zoom, Matélé, Notélé, Qu4tre, Télé MB, Télésambre, TV Com, TV Lux, Vedia
Nationale Nederlandstalige media (8): Play, Qmusic, Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, VRT 1, VRT Canvas, VTM
Regionale Nederlandstalige media (2 - opgenomen in de scope, binnenkort in de analyses): ATV, TV Limburg



Zoals elk meetinstrument heeft ook de Barometer zijn beperkingen. Zo is de huidige reikwijdte van het onderzoek nog beperkt, kunnen de automatische transcripties fouten bevatten, en is het gebruikte thematische woordenboek nooit volledig. Bij de interpretatie van de resultaten wordt met deze beperkingen rekening gehouden.

Meer informatie over de methodologie volgt binnenkort op de officiële website van de Barometer.

Synthese van de resultaten

De oefening die in het kader van de Belgische Barometer voor Milieu-informatie werd uitgevoerd is een unieke primeur voor ons land. Het project biedt een overzicht van de berichtgeving over milieuthema's in de nieuwsprogramma's van het Belgische audiovisuele landschap. Zo werpt het een nieuw licht op de milieu-informatie in België, en vormt het een waardevol instrument om goede praktijken en verbeterpistes te identificeren.

De resultaten van deze eerste projectfase hebben betrekking op een periode van zes maanden, van februari tot juli. In die periode werden de nieuwsprogramma's van 26 televisie- en radiozenders uit het noorden en het zuiden van België onderzocht.

Meerdere vaststellingen springen in het oog:

- **Milieuthema's slagen er moeilijk in om duurzaam op de actualiteitsagenda te blijven staan.** Ze krijgen vooral meer aandacht tijdens extreme klimaatfenomenen, zoals bosbranden of hittegolven.

- **Klimaatverandering is het meest behandelde milieuthema**, nog voor biodiversiteit.

- **De berichtgeving over milieuthema's is over het algemeen groter in Franstalige media dan in Nederlandstalige media,** op televisie dan op radio, en bij publieke omroepen dan bij private omroepen.

- **Klimaatverandering wordt doorgaans evenwichtig behandeld:** de media plaatsen gebeurtenissen regelmatig in hun klimatologische context en belichten vaak mogelijke oplossingen. Bij extreme fenomenen, zoals hittegolven, neemt die contextualisering echter af. De media-aandacht gaat dan vooral naar de onmiddellijke gevolgen.

- **De oorzaken en oplossingen van de klimaatcrisis worden soms op een versimpelde manier voorgesteld.** Sectoren die sterk bijdragen aan de broeikasgasuitstoot, zoals de industrie of de bouwsector, komen daarbij relatief weinig aan bod. Zo wordt airconditioning tijdens hittegolven veruit het vaakst naar voren geschoven als aanpassingsoplossing, terwijl andere opties - zoals gebouwisolatie, vergroening of ruimtelijke ordening - veel minder zichtbaar blijven. Tijdens bosbranden nam de menselijke oorsprong van de brandhaard een prominente plaats in in de berichtgeving, terwijl de structurele oorzaken die het brandrisico of de verspreidingssnelheid vergroten - zoals klimaatverandering en bosbeheer - veel minder aan bod kwamen.

- **De biodiversiteitscrisis blijft weinig bekend en wordt vaak op een oppervlakkige manier behandeld.** Reportages focussen voornamelijk op beschrijvingen van soorten of natuurgebieden. De concrete gevolgen van biodiversiteitsverlies voor de samenleving, de economie of de gezondheid komen daarentegen zelden aan bod.

- **Franstalige regionale media besteden structureel meer aandacht** aan milieuthema's dan **nationale media.** Dat geldt vooral voor lokale biodiversiteitsonderwerpen, die zij mee onder de aandacht brengen.

De resultaten en analyses van de Barometer zullen geleidelijk worden aangevuld en geactualiseerd op de website van het project. Zo ontstaat voor journalisten, redacties en andere actoren uit de informatiesector een referentie-instrument om de evolutie van de berichtgeving over klimaat- en milieuthema's in de Belgische media op te volgen. De Barometer beperkt zich echter niet tot het aanleveren van data en analyses: het project wil ook de redacties zelf ondersteunen, door hen nuttige middelen en objectieve vaststellingen aan te reiken. Op termijn wil het project zijn *analyseveld* bovendien uitbreiden naar de geschreven pers en de sociale netwerken, en begeleiding aanbieden aan media die daarom vragen. Zo wil het project bijdragen aan een kwaliteitsvollere, betrouwbaardere en meer integere milieu-informatie in België.

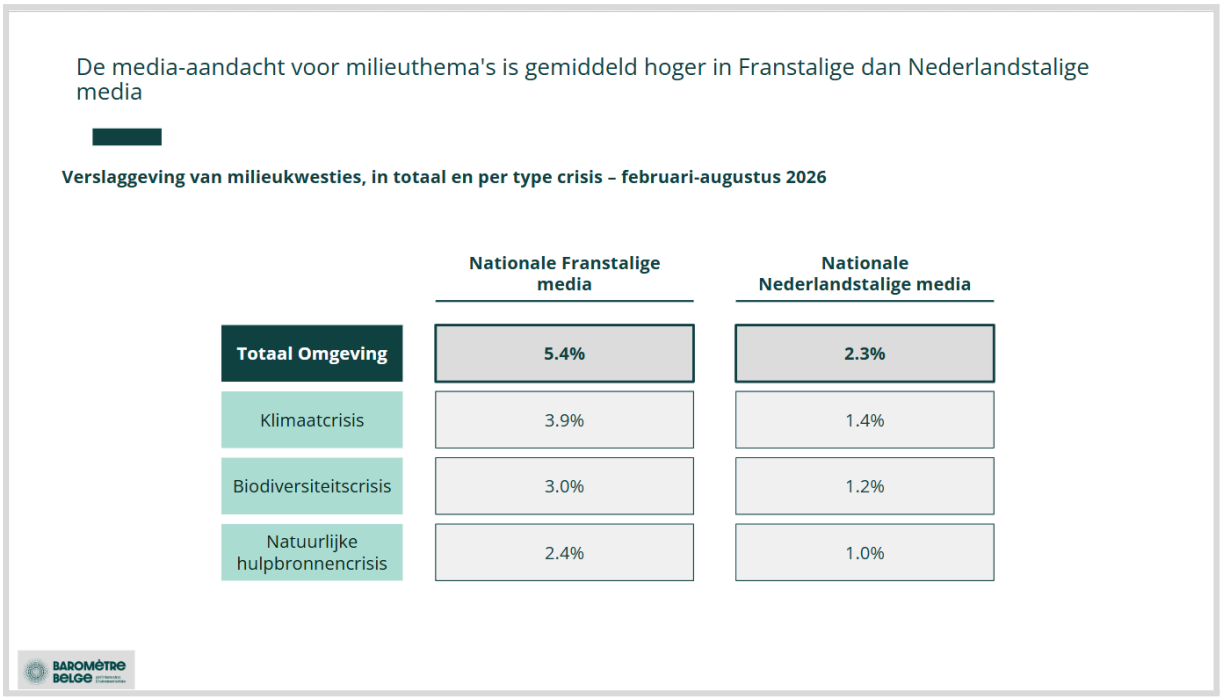
Resultaten van de analyses – januari tot juli 2026

1. Een hogere mediadekking in het zuiden van het land, met klimaat als voornaamste onderwerp

De media-aandacht voor milieukwesties in nieuwsprogramma's verschilt duidelijk per medium en per gemeenschap. Uit de resultaten blijkt dat deze thema's meer aan bod komen in Franstalige media

dan in Nederlandstalige media. Gemiddeld nemen milieukwesties - alle thema's inbegrepen - 5,4 % van de nieuwszendtijd in het zuiden van het land in beslag, tegenover 2,3 % in het noorden.

In beide gemeenschappen is klimaatverandering veruit het meest behandelde milieuthema. Het neemt gemiddeld 3,9 % van de zendtijd in bij de Franstalige media en 1,4 % bij de Nederlandstalige media. Biodiversiteit staat op de tweede plaats, met 3,0 % in het zuiden en 1,2 % in het noorden. Kwesties rond natuurlijke hulpbronnen krijgen het minst aandacht, al tekende zich een tijdelijke stijging af door de actualiteit rond energie en geopolitiek, met name de oorlog in Iran.

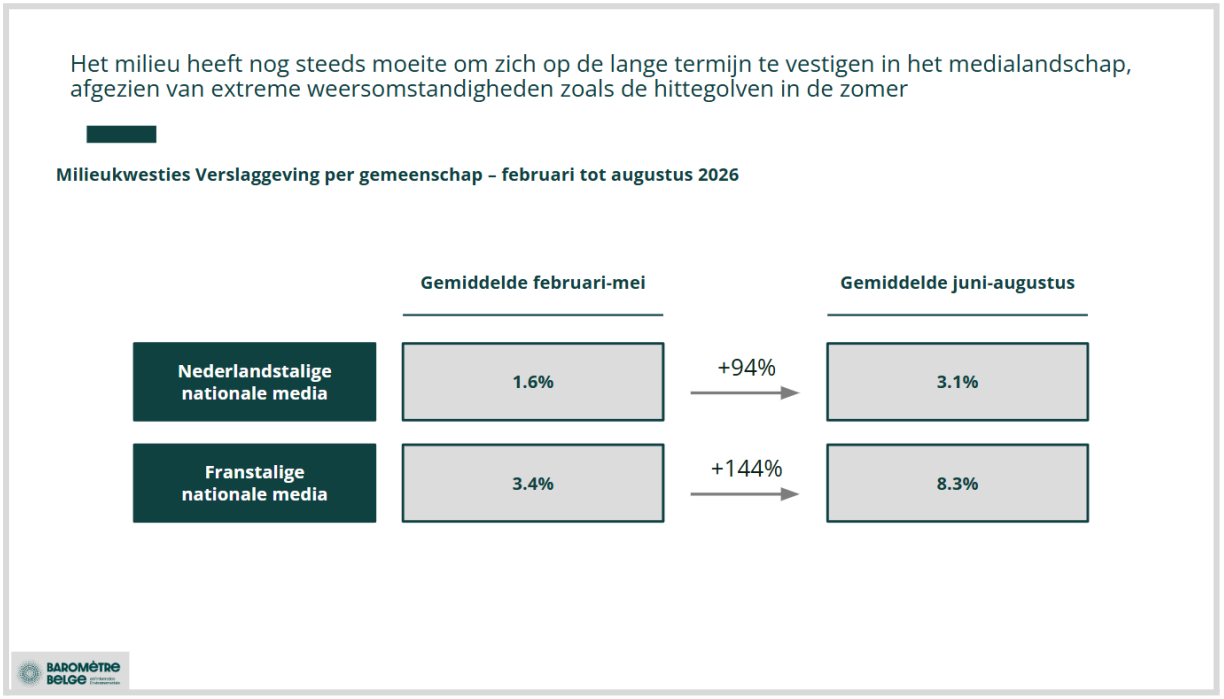


2. Milieukwesties krijgen nog moeilijk voet aan de grond in de media buiten extreme klimaatfenomenen

De media-aandacht voor milieukwesties in nieuwsprogramma's in België blijft doorgaans beperkt gedurende een groot deel van het jaar. Ze kent wel sterke pieken bij extreme klimaatfenomenen of bepaalde periodes van politiek momentum en energetisch actualiteit. Deze dynamiek toont aan dat de berichtgeving nog grotendeels bepaald wordt door de actualiteit van het moment, eerder dan door een continue behandeling van milieukwesties.

Zo nam de media-aandacht tussen februari en augustus 2026 sterk toe tijdens de maanden juni, juli en augustus:

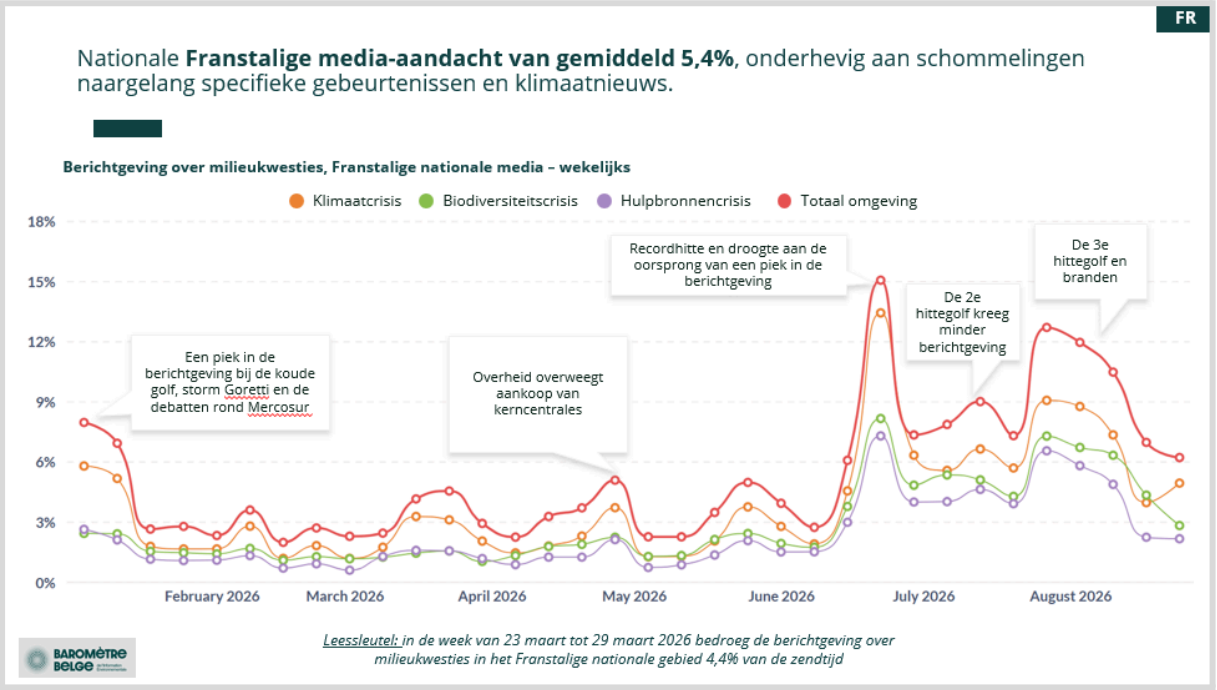
- bij de Franstalige media steeg ze met **144 %** ten opzichte van het begin van het jaar;
- bij de Nederlandstalige media steeg ze met **94 %** over dezelfde periode.



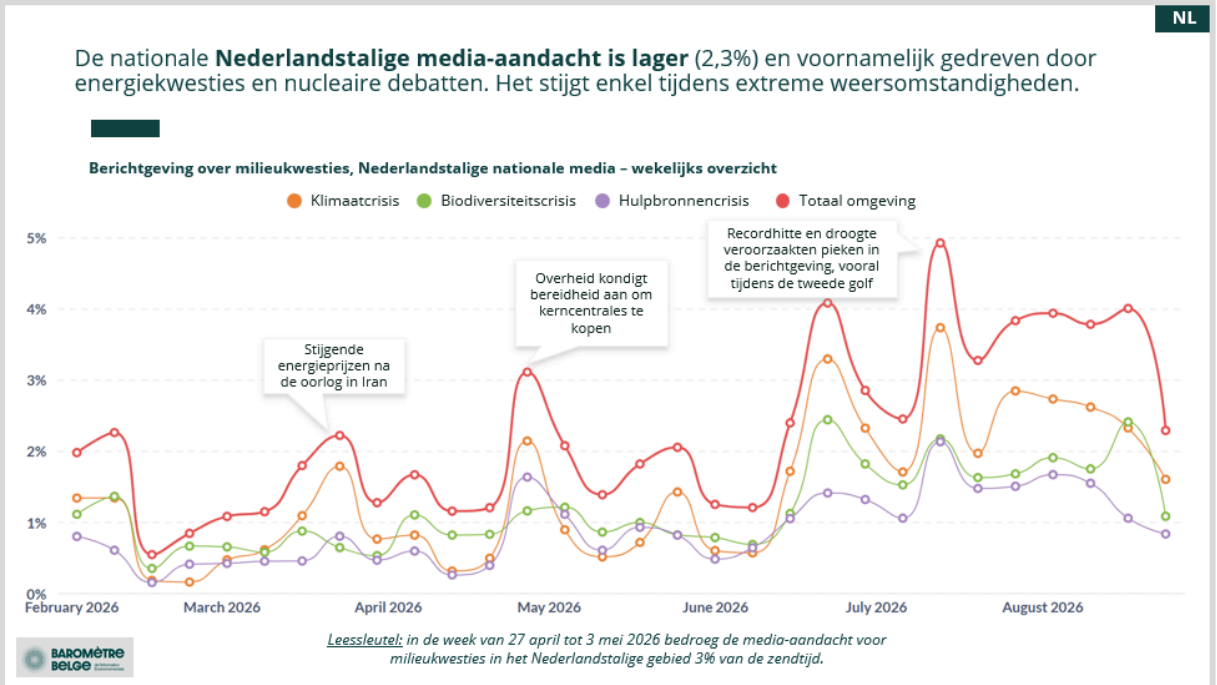
Deze sterke gevoeligheid voor uitlokkende gebeurtenissen, in het bijzonder weersomstandigheden, wijst op een berichtgeving die nog vooral *reactief* is. Deze gebeurtenissen spelen weliswaar een belangrijke rol bij het agenderen van milieukwesties, maar laten relatief weinig ruimte voor een meer structureel inzicht in de oorzaken, gevolgen en oplossingen van de verschillende milieucrises.

In detail vallen verschillende kenmerken op:

- de eerste hittegolf van juni vormt de belangrijkste piek in de berichtgeving bij de Franstalige media, waar milieuonderwerpen tussen 22 en 28 juni tijdelijk meer dan **15 % van de wekelijkse zendtijd** innemen; bij de Nederlandstalige media zorgt de tweede hittegolf - van 13 tot 19 juli - voor de sterkste media-aandacht (5 % van de zendtijd);
- buiten deze periodes blijft de media-aandacht voor milieukwesties relatief stabiel en vertoont ze geen duidelijke structurele stijging over de onderzochte periode;
- daarnaast worden verschillende tussentijdse pieken vastgesteld naar aanleiding van specifieke gebeurtenissen in het klimaat-, energie- of politieke actualiteit, met name de koudegolf en storm Goretti (januari 2026), de stijging van de energieprijzen door de oorlog in Iran (maart 2026), en de discussies rond de overname van de kerncentrales door de overheid (april 2026).



In de **Franstalige audiovisuele medi**a kende de berichtgeving over milieukwesties een uitzonderlijke piek tijdens de eerste hittegolf van juni, met tijdelijk meer dan 15 % van de nieuwszendtijd. Deze aandacht neemt na het evenement snel weer af, om vervolgens opnieuw toe te nemen bij de tweede hittegolf. Deze dynamiek toont een berichtgeving die sterk afhankelijk is van extreme weersomstandigheden, met relatief weinig aandacht vooraf voor nochtans voorspelbare gebeurtenissen. Dit toont mogelijke ruimte voor meer preventieve berichtgeving en publiekssensibilisering vóór dergelijke gebeurtenissen zich voordoen.



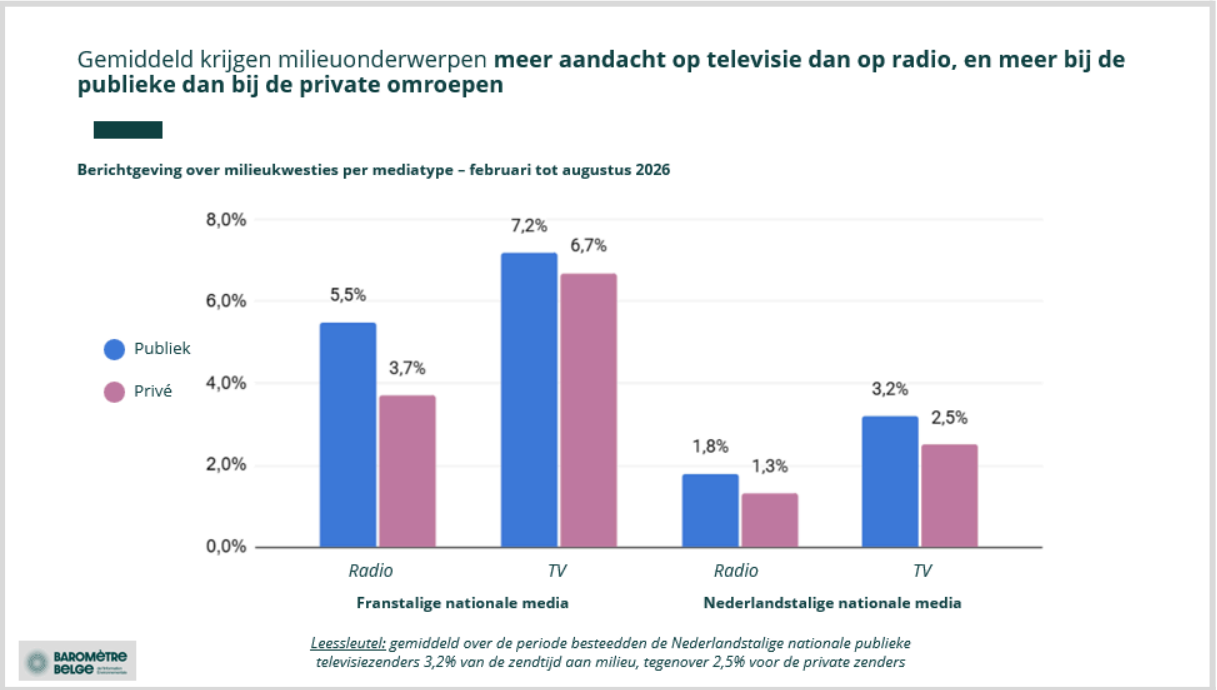
Analyse: *Bij de Nederlandstalige media zorgt de tweede hittegolf voor de hoogste media-aandacht, al blijft die aanzienlijk lager dan de aandacht die in het zuiden van het land wordt vastgesteld.*

3. Contrasterende media-aandacht naargelang medium en formaat

In beide gemeenschappen krijgen milieukwesties meer aandacht op televisie dan op radio, en meer bij de openbare omroepen dan bij de private media.

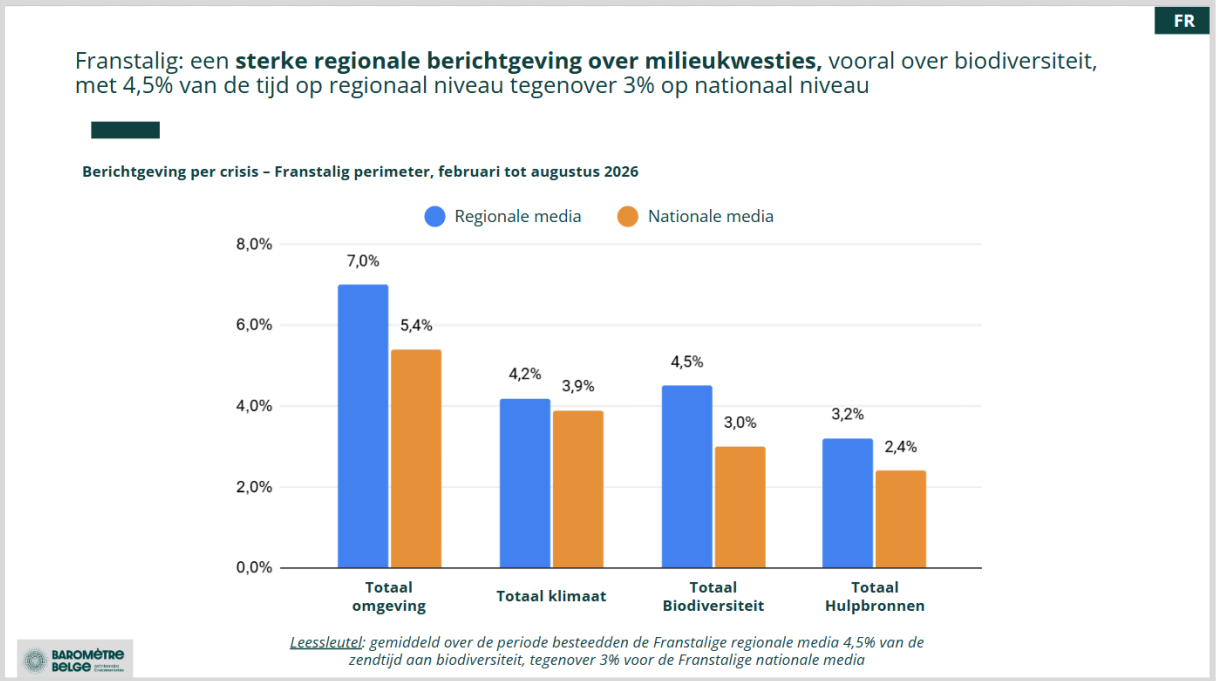
Bij de Nederlandstalige media besteden de openbare zenders gemiddeld **3,2 %** van hun nieuwszendtijd op televisie aan milieukwesties, tegenover **2,5 %** bij de private zenders. Op radio is het verschil kleiner, maar nog steeds merkbaar (1,8 % tegenover 1,3 %).

Aan Franstalige kant zijn de verschillen tussen de twee media-types meer uitgesproken. Op televisie ligt de dekking iets hoger bij de openbare zenders **(7,2 %)** dan bij de private zenders **(6,7 %)**. Op radio is het verschil groter: de openbare media besteden 5,5 % van hun zendtijd aan milieukwesties, tegenover 3,7 % bij de private radiozenders.

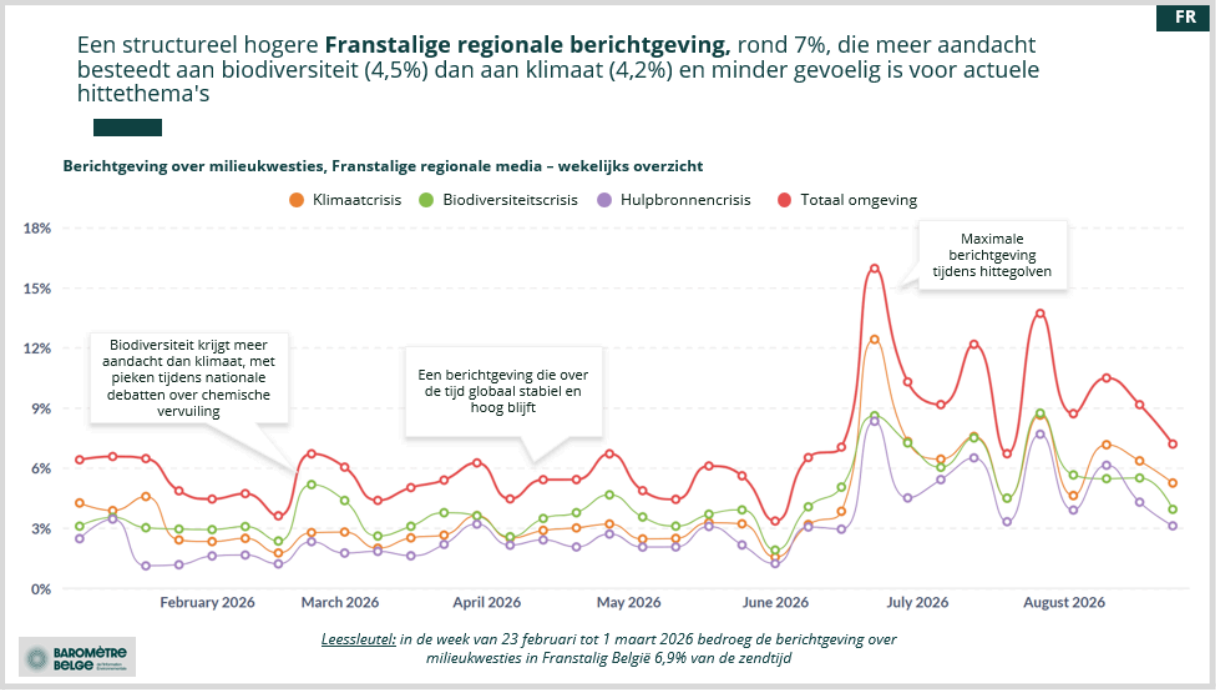


Deze resultaten tonen de rol van de openbare audiovisuele omroep bij het verspreiden van milieu-informatie. Ze tonen ook aan dat televisie potentieel heeft om deze kwesties te behandelen, dankzij het vermogen van dit medium om vaak complexe of sterk regiogebonden fenomenen te visualiseren.

Bij de **Franstalige** gemeenschap kon ook een analyse worden uitgevoerd van **bepaalde programma's van lokale media**. Deze analyse toont de bijzonder belangrijke rol van lokale media aan. Zij besteden gemiddeld 7 % van hun zendtijd aan milieukwesties, tegenover 5,4 % bij de nationale media, ofwel **bijna 30 % meer aandacht**. Het verschil is nog groter voor biodiversiteitskwesties: regionale media besteden hieraan 4,5 % van hun zendtijd, tegenover 3 % bij de nationale media, ofwel 50 % meer aandacht.



Deze resultaten benadrukken de complementaire rol van lokale media bij de berichtgeving over milieu-informatie. Hun dekking onderscheidt zich niet alleen qua volume, maar ook qua invalshoek. Omdat ze dichter bij de lokale realiteit staan, besteden ze bijzondere aandacht aan biodiversiteitskwesties, gebiedsbeheer, initiatieven op het terrein en de concrete impact van milieucrises op de burger. De berichtgeving over milieuonderwerpen is er ook stabieler in volume over de tijd, en minder gevoelig voor de waan van de dag.



Een gedetailleerde analyse van verschillende Nederlandstalige regionale media is momenteel lopende en zal deze eerste resultaten aanvullen in een volgende update van de Barometer.

Deze gemiddelden verhullen echter uiteenlopende realiteiten naargelang het geanalyseerde medium, aangezien de over de periode gemiddelde cijfers gewogen zijn volgens de wekelijkse nieuwszendtijd:

- Bij de **Franstalige nationale media** staat *La Une* op kop met een gemiddelde dekking van 7,2 % (op 11 uur nieuwszendtijd per week), voor *Vivacité* met 6,6 % (op 9 uur nieuwszendtijd per week) en *RTL-TVi* met 6,5 % over de periode (op 9,5 uur nieuwszendtijd per week). LNRadio sluit de rij met een gemiddelde dekking van 1,9 % (op 24 uur nieuwszendtijd per week).
- *MATÉLÉ* staat op kop bij de **Franstalige regionale media** met 9,8 %, voor *TVLUX* met 8,9 % en CANAL ZOOM met 7,8 %, op 2 uur nieuwszendtijd per week.
- Bij de **Nederlandstalige nationale media** noteert *VRT 1* de hoogste dekking met 4,3 % (op 6,5 uur nieuwszendtijd per week), voor *VTM* met 3,9 % (op 4 uur nieuwszendtijd per week) en *Radio 2* met 2,2 % (op 24,5 uur nieuwszendtijd per week).

4. Naast het volume van de berichtgeving: de mediabehandeling van klimaatverandering

Naast het volume van de berichtgeving besteedt de Barometer ook aandacht aan **de manier waarop** klimaatkwesties aan het publiek worden voorgesteld. Zendtijd besteden aan milieukwesties garandeert immers niet noodzakelijk een beter begrip van deze vraagstukken bij het grote publiek.

Vanuit dit perspectief is het essentieel om niet enkel te kijken naar hoe vaak de media over milieukwesties berichten, maar ook naar *wat* ze daar precies over zeggen. Worden de items gekaderd in het licht van de wetenschappelijke consensus over klimaatverandering? Worden de oorzaken van de crisis uitgelegd? Worden de gevolgen beschreven? Belichten de media de verschillende oplossingen? Indien dat het geval is, gaat het dan om maatregelen om de uitstoot van broeikasgassen te verminderen (mitigatie) of om onze samenlevingen aan te passen aan de reeds merkbare gevolgen van klimaatverandering (adaptatie)?

Deze vragen maken het mogelijk te beoordelen in hoeverre de berichtgeving bijdraagt tot een *volledig* begrip van klimaatkwesties. Berichtgeving die enkel de gevolgen behandelt, dreigt een gevoel van machteloosheid te voeden; berichtgeving die zich uitsluitend op oplossingen richt, kan de omvang van de uitdagingen minimaliseren; berichtgeving die geen aandacht besteedt aan de oorzaken, bemoeilijkt het begrip van waarom bepaalde veranderingen nodig zijn. Een evenwichtige aanpak, met aandacht voor wetenschappelijke vaststelling, oorzaken, gevolgen en oplossingen, bevordert daarentegen een dieper begrip van de kwesties en de mogelijke oplossingsrichtingen.

De analyse die in het kader van de Barometer werd uitgevoerd, toont aan dat de globale structuur van de klimaatberichtgeving in beide taalgemeenschappen relatief gelijkaardig is.

In de **Franstalige media** focust de behandeling van de klimaatcrisis - buiten de berichtgeving over extreme weersomstandigheden (dus van februari tot mei) - voornamelijk op:

- de **wetenschappelijke vaststelling van klimaatverandering** (37 % van de vermeldingen);
- oplossingen (30 % van de vermeldingen), waarvan 25 % gewijd aan mitigatiemaatregelen en 5 % aan adaptatiemaatregelen;
- de **oorzaken** van klimaatverandering (21 %);

- de **gevolgen** (12 %).

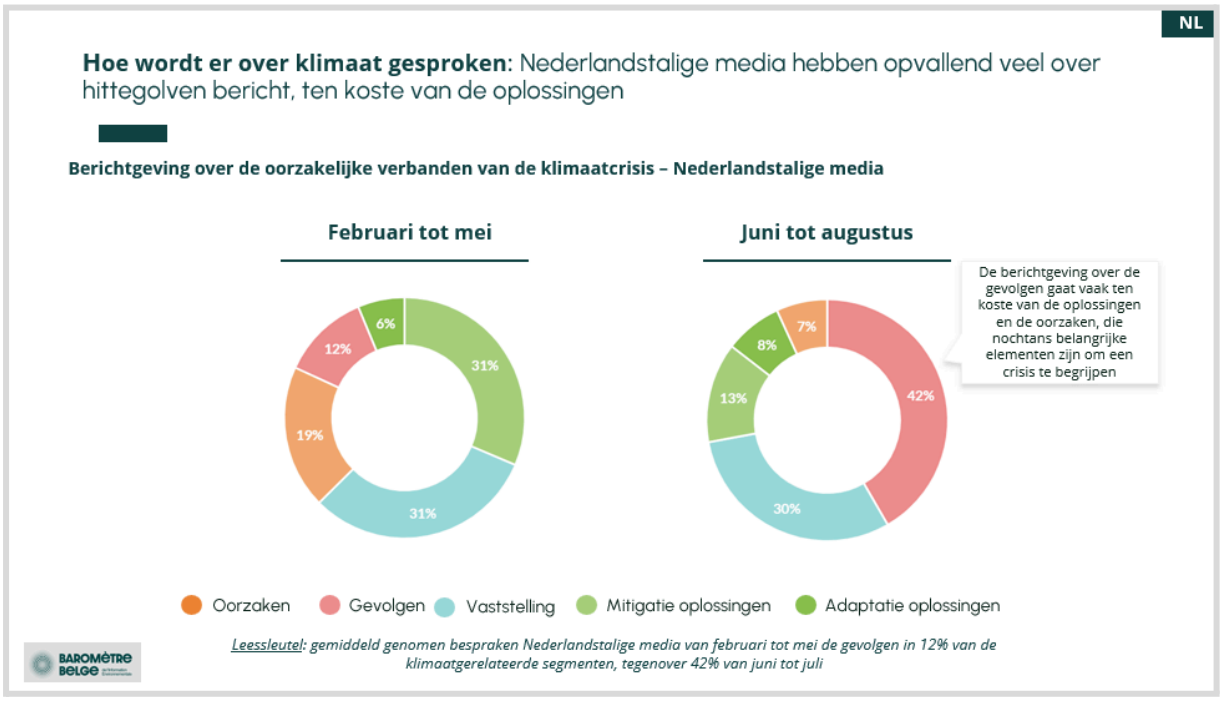
De **Nederlandstalige media** vertonen een zeer vergelijkbare structuur:

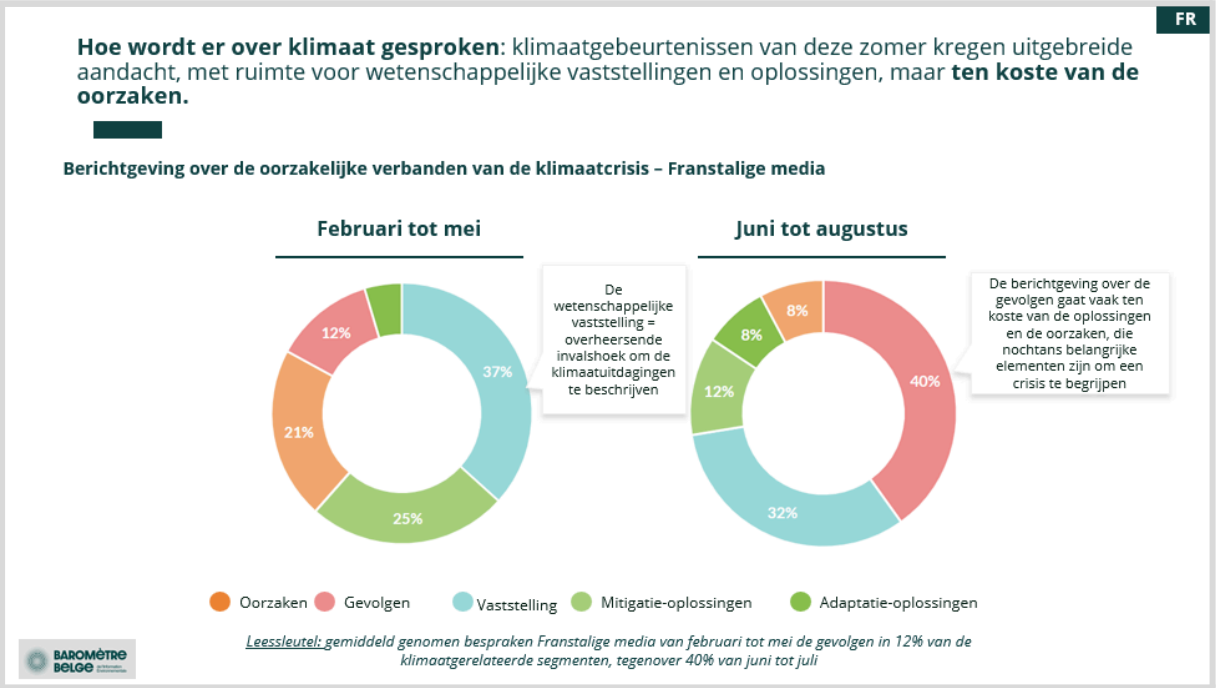
- **oplossingen** 37 %, waarvan 31 % mitigatiemaatregelen en 6 % adaptatiemaatregelen;
- de **wetenschappelijke vaststelling** vertegenwoordigt 31 % van de vermeldingen;
- de **oorzaken** 19 %;
- de **gevolgen** 12 %.

Deze structuur kan echter **verschuiven tijdens extreme weersomstandigheden**. Zo lag tijdens de hittegolven van de zomer van 2026 de nadruk sterker op de onmiddellijke gevolgen van deze periodes, en in mindere mate op de oplossingen om ermee om te gaan.

Zo steeg bij de **Franstalige media** het aandeel gewijd aan adaptatiemaatregelen van 5 % naar 8 % van de vermeldingen. De hittegolven hebben er dus voor gezorgd dat er meer aandacht ging naar maatregelen om de kwetsbaarheid van bevolking en gebieden te verminderen. Het is echter het aandeel gewijd aan de gevolgen dat in de periode juni-augustus sterk steeg, van 12 % naar 40 %, ten koste van de oorzaken en de mitigatiemaatregelen.

Bij de **Nederlandstalige media** is een gelijkaardige trend zichtbaar in de periode juni-augustus, waar de berichtgeving zich meer toespitste op de gevolgen van de hittegolven, die dan 42 % van de klimaatgerelateerde vermeldingen vertegenwoordigen, ten koste van de behandeling van oplossingen en oorzaken.





Een ongelijke zichtbaarheid van de sectoren die aan de basis liggen van klimaatverandering

Naast de oorzaken, gevolgen of oplossingen van klimaatverandering, heeft de Barometer ook aandacht besteed aan de vertegenwoordiging van de verschillende **activiteitensectoren** in de mediaberichtgeving over de klimaatcrisis.

Deze dimensie is belangrijk, omdat de sectoren die in de media worden belicht meebepalen hoe het publiek de oorsprong van klimaatverandering begrijpt, welke verantwoordelijkheden aan elke economische activiteit worden toegeschreven, en welke transitiehefbomen beschikbaar zijn. Een evenwichtige vertegenwoordiging van de betrokken sectoren maakt het zo mogelijk om de omvang van de nodige transformaties, om de klimaatdoelstellingen te halen, beter te begrijpen.

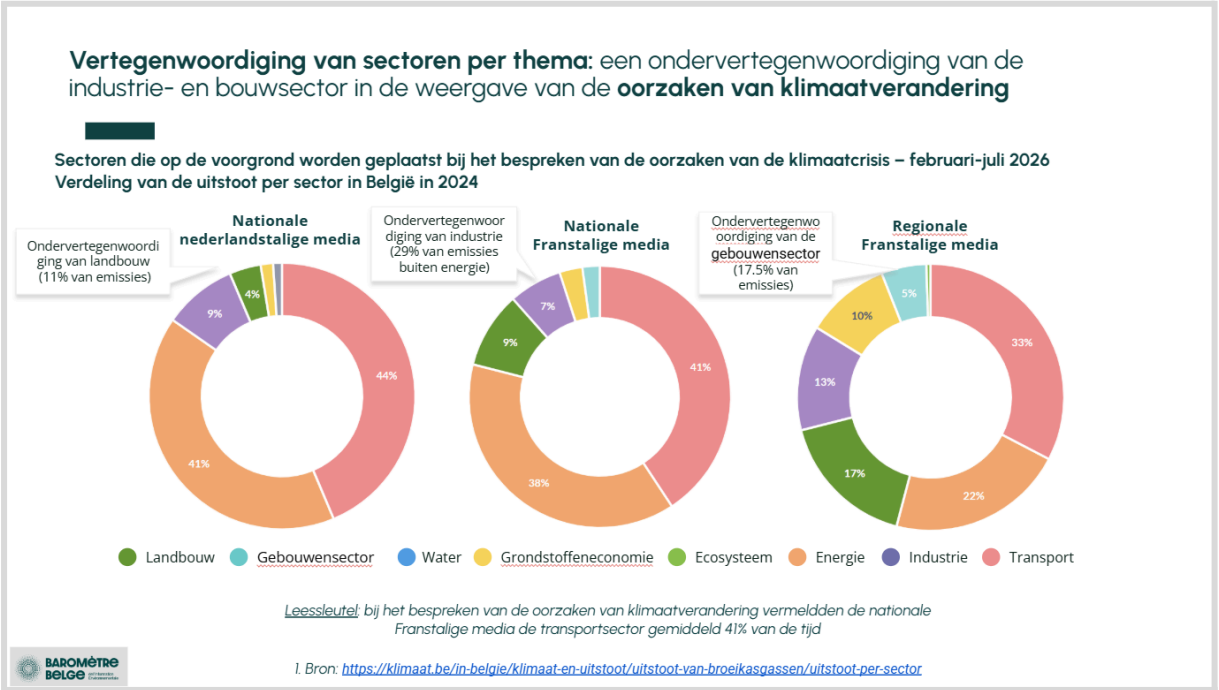
De uitgevoerde analyse toont een sterke **zichtbaarheid van de energie- en transportsector** in de media-items over de oorzaken van klimaatverandering. Deze sectoren nemen een centrale plaats in binnen het mediaverhaal over broeikasgasuitstoot.

Omgekeerd komen **bepaalde sectoren, die nochtans sterk uitstoten, minder prominent** aan bod in de berichtgeving. Dit geldt met name voor de **bouwsector**, die in 2024[3], verantwoordelijk was voor 17,5 % van de Belgische broeikasgasuitstoot, en voor de **industrie**, die datzelfde jaar[4] aan de basis lag van 29 % van de Belgische uitstoot exclusief energieverbruik. Beide sectoren beschikken nochtans over een aanzienlijk potentieel om de uitstoot te verminderen en spelen een centrale rol bij het behalen van de klimaatdoelstellingen.

Op regionaal niveau komen de sectorale thema's iets anders aan bod. Transport en energie blijven de twee meest behandelde sectoren, maar ook lokale thema's krijgen meer aandacht: **landbouw** (17 %), **industrie** (13 %), **afvalbeheer** (10 %) en de **bouwsector** (5 %).

---

[3] *Bron: https://klimaat.be/in-belgie/klimaat-en-uitstoot/uitstoot-van-broeikasgassen/uitstoot-per-sector*
[4] *Idem*



Praktijkcase 1: Hoe hebben de Belgische media bericht over de hittegolven van de zomer van 2026?

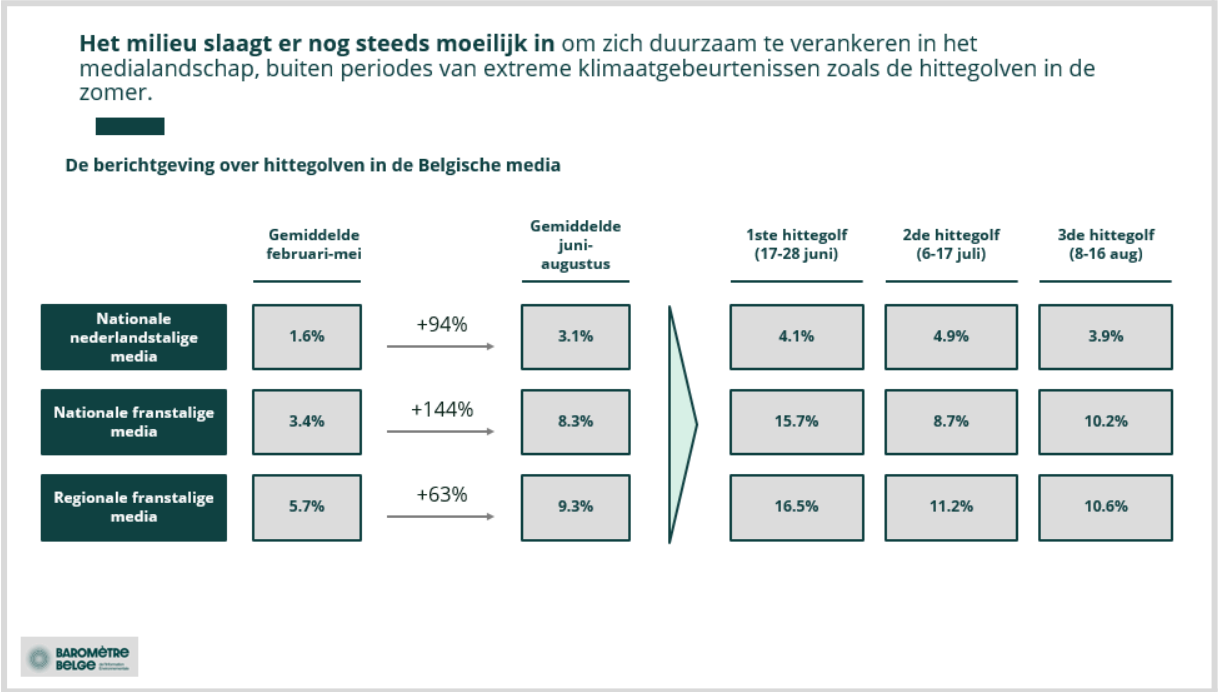
Naast de analyse van onderliggende trends, biedt de Barometer ook de mogelijkheid om de berichtgeving over specifieke milieugebeurtenissen te bestuderen. De hittegolven van de zomer van 2026 vormen in dat opzicht een bijzonder interessante case, aangezien ze overeenkomen met de periodes met de hoogste milieuberichtgeving sinds het begin van het jaar.

De Barometer boog zich zo over de twee belangrijkste hittegolven van de zomer:

- de eerste hittegolf, van **17 tot 28 juni 2026;**
- de tweede hittegolf, van **6 tot 17 juli 2026;**
- de derde hittegolf, van **8 tot 16 augustus.**

Deze episodes zorgden voor een bijzonder grote media-aandacht:

- tijdens de eerste hittegolf besteedden de **Franstalige regionale media** tot **16,5 %** van hun nieuwszendtijd aan milieukwesties;
- tijdens de tweede hittegolf verhoogden de **Nederlandstalige nationale media** hun berichtgeving sterk, met een piek van **4,9 %** van de wekelijkse zendtijd, terwijl de **Franstalige nationale media** de aandacht voor het onderwerp geleidelijk afbouwden.



Het belang van de Barometer schuilt echter niet enkel in het meten van het volume van de berichtgeving, maar maakt het ook mogelijk om op een meer kwalitatieve manier te analyseren hoe deze gebeurtenissen aan het publiek worden uitgelegd. De studie van de media-items over hittegolven maakt het met name mogelijk om na te gaan of de media:

- klimaatverandering rechtstreeks vermelden als oorzaak van de toenemende frequentie en intensiteit van deze gebeurtenissen;
- de oorzaken van klimaatverandering aanhalen, zoals de uitstoot van broeikasgassen of het gebruik van fossiele brandstoffen;
- adaptatieoplossingen voorstellen om de impact ervan te beperken (airconditioning, ventilatie, gebouwisolatie, vergroening, enz.);
- het woord geven aan of wetenschappers of rapporten citeren;
- wijzen op de intensiteit en de toenemende frequentie van hittegolven.

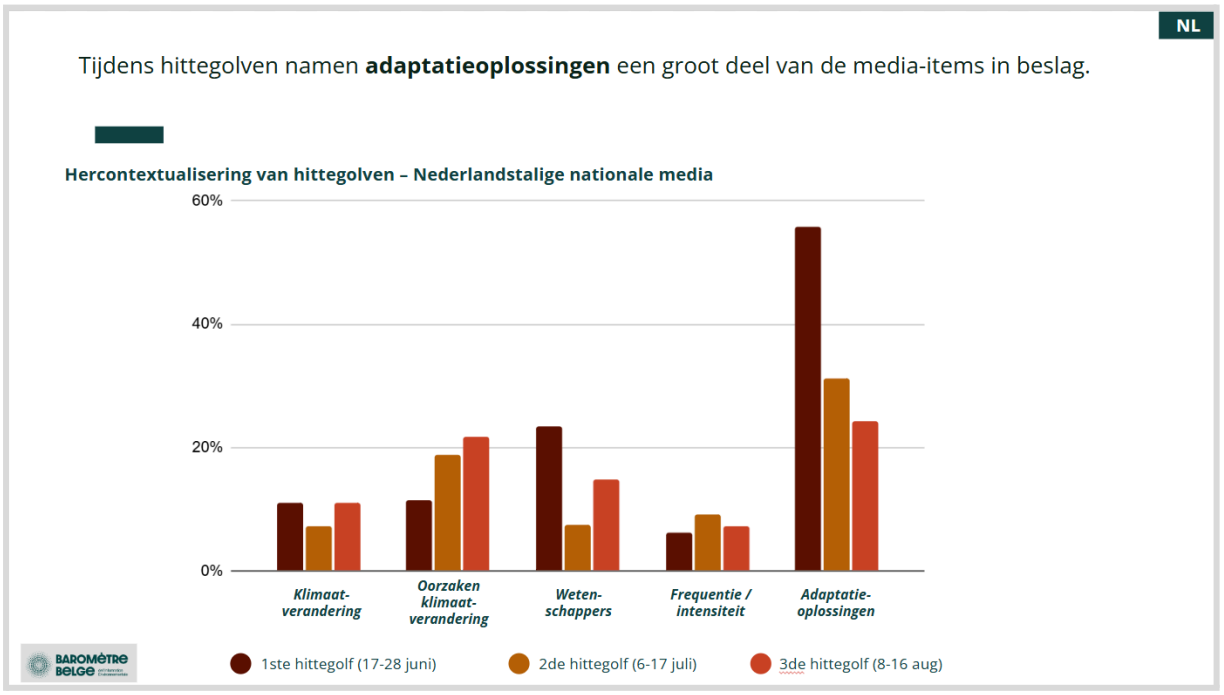
De resultaten tonen aan dat **adaptatieoplossingen** gemiddeld een groot deel van de items innamen in de Belgische media (meer dan 40 % gemiddeld, 55 % tijdens de eerste hittegolf in beide gemeenschappen).

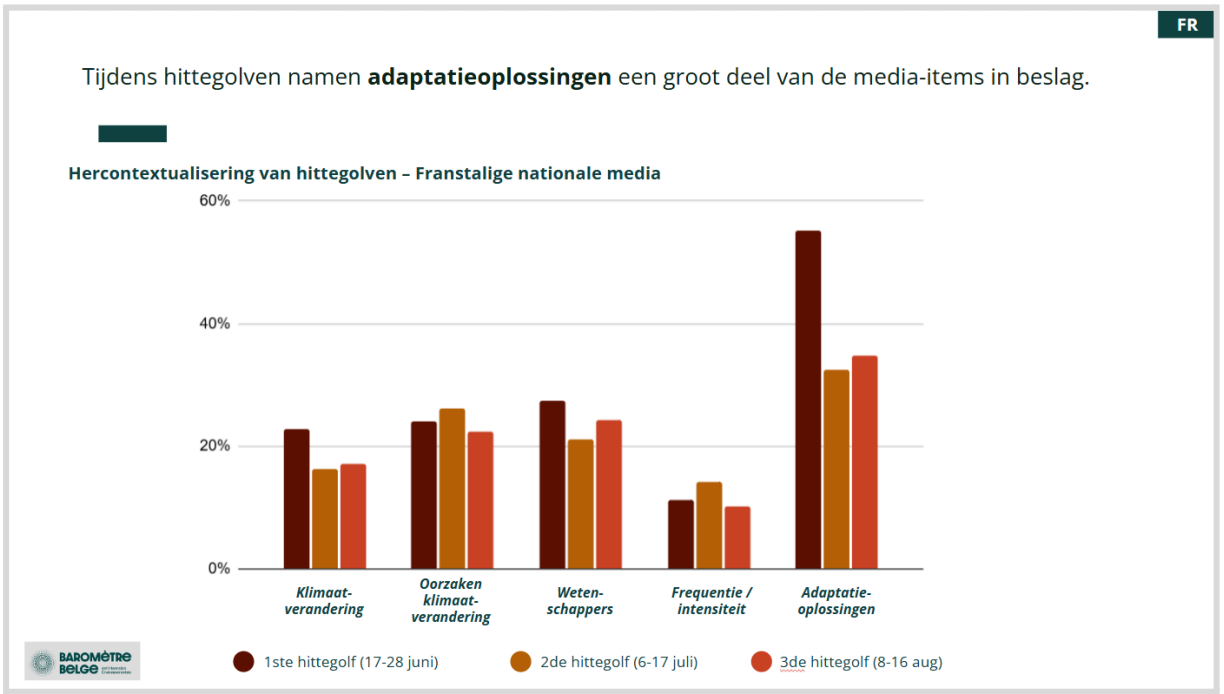
Aan **Franstalige kant** schommelen de elementen van recontextualisering naargelang de hittegolf tussen 16 % en 27 % van de items, waarvan gemiddeld 24 % wetenschappers citeert, 24 % de oorzaken van klimaatverandering aanhaalt en 19 % klimaatverandering expliciet vermeldt.

Deze contextelementen zijn minder uitgesproken aan **Nederlandstalige kant** en schommelen naargelang de hittegolf tussen 7 % en 23 % van de items, waarvan 17 % de oorzaken van klimaatverandering aanhaalt, gemiddeld 15 % wetenschappers citeert en 10 % klimaatverandering expliciet vermeldt.

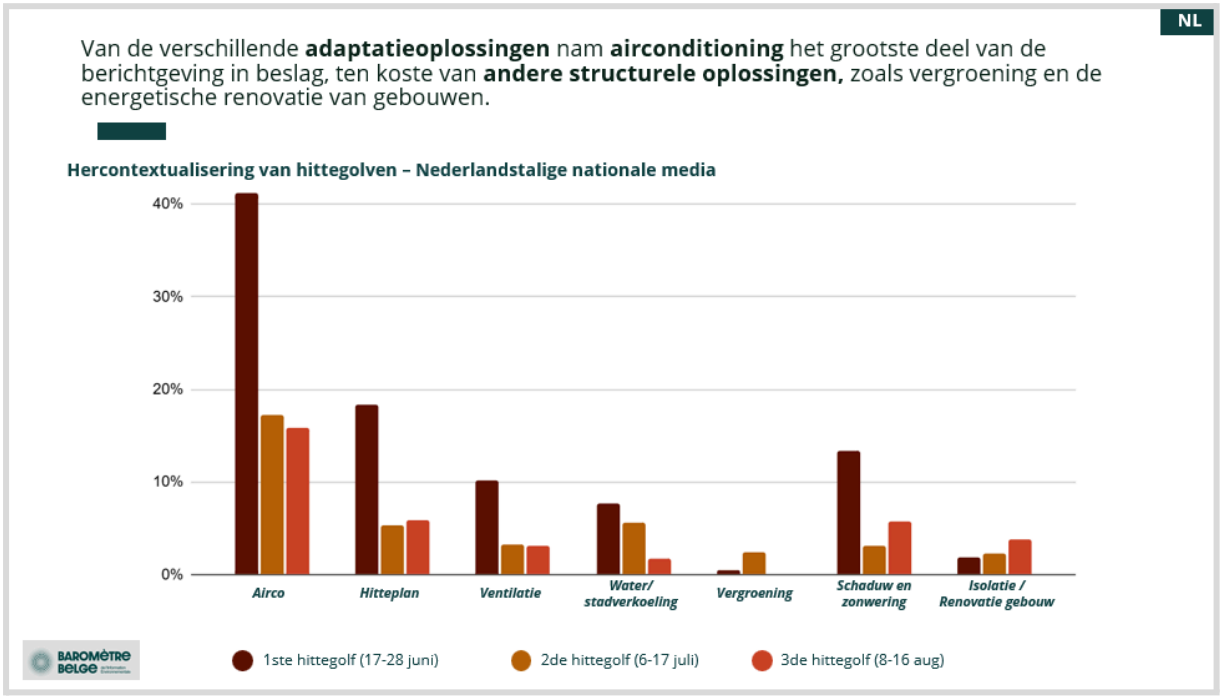
De analyse toont een over het algemeen vrij stabiele berichtgeving op de verschillende kwalitatieve criteria van hittegolf tot hittegolf, in beide gemeenschappen, met twee opmerkelijke uitzonderingen:

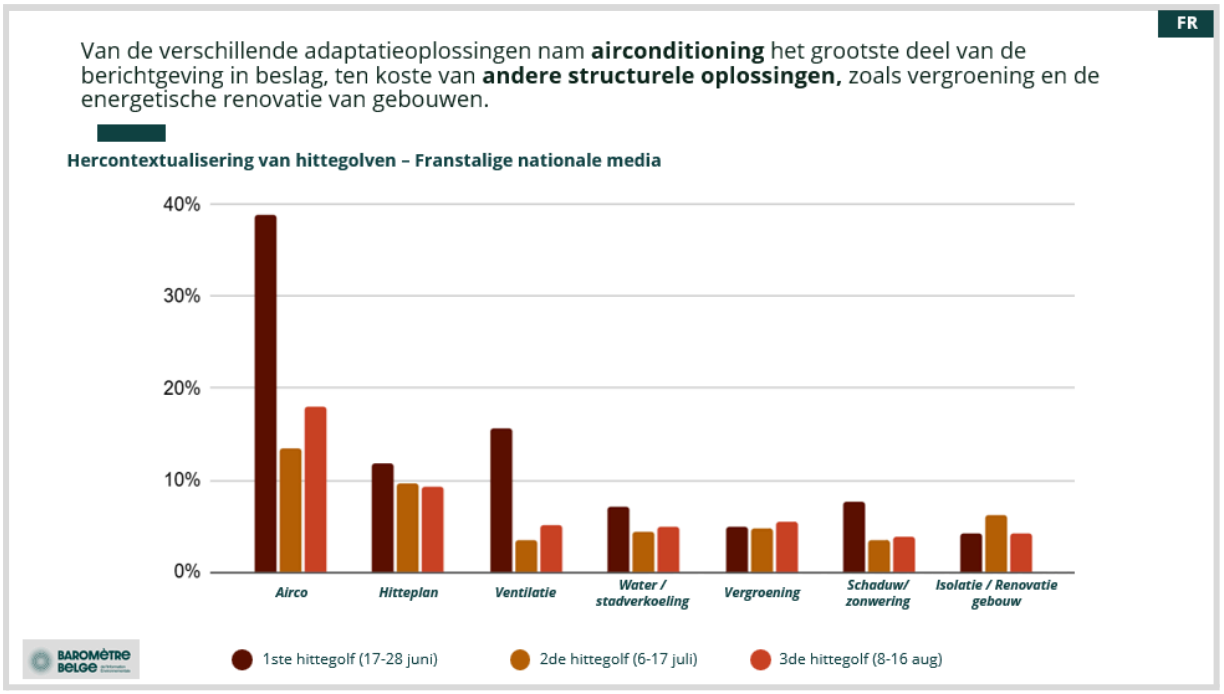
- een vermelding van adaptatieoplossingen die na verloop van tijd afneemt, na een zeer hoge dekking tijdens de eerste hittegolf (**55 %** van de betrokken items in beide gemeenschappen);
- een berichtgeving over de oorzaken van klimaatverandering die aan **Nederlandstalige kant** bij elke hittegolf toeneemt, **van 7 % naar 23 %** van de items, ondanks een afname van de aanwezigheid van wetenschappers.





Ten slotte toont de analyse een sterke concentratie van adaptatieoplossingen rond **airconditioning**, dat de **overgrote** meerderheid van de vermelde oplossingen vertegenwoordigt. Andere maatregelen die nochtans in ruime mate door de wetenschappelijke gemeenschap worden aanbevolen, zoals gebouwisolatie, vergroening van steden of passieve ventilatie, blijven relatief weinig aanwezig in de berichtgeving.





Al met al was de berichtgeving over de hittegolven weliswaar hoog in volume, maar concentreerde ze zich vooral op de **beschrijving van de weersgebeurtenissen** en het **debat rond airconditioning**. Klimaatverandering, de oorzaken ervan, en het woord van wetenschappers komen landelijk in

minder dan 20 % van de items aan bod, net als structurele adaptatieoplossingen zoals de vergroening van steden of de renovatie van gebouwen.

Praktijkcase 2: hoe hebben de Belgische media de bosbranden van augustus 2026 behandeld?

De Barometer voerde vergelijkbare analyses uit op de berichtgeving over de bosbranden in de Hoge Venen in augustus, opgedeeld in drie fasen:

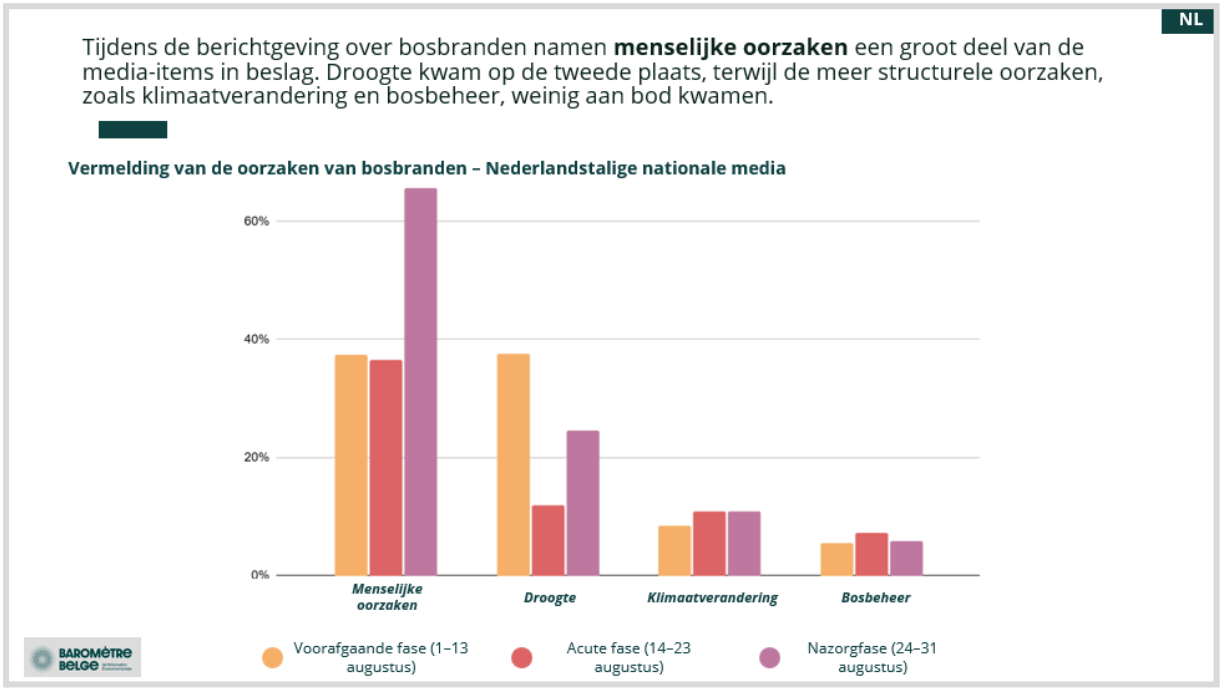
- de voorafgaande fase, van **1 tot 13 augustus 2026;**
- de acute fase van de branden, van **14 tot 17 augustus 2026;**
- de derde hittegolf, van **8 tot 16 augustus.**

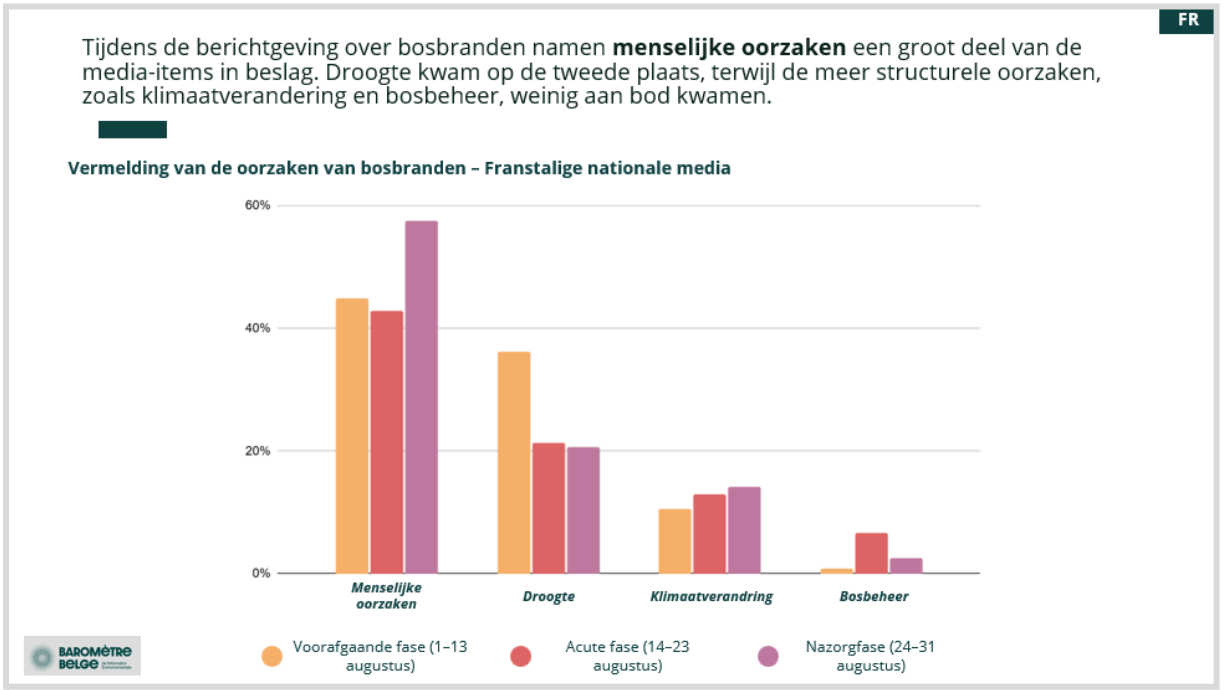
Het eerste analysekader betreft de oorzaken van de branden, evenals mogelijke factoren die de kans op zo'n gebeurtenis kunnen vergroten. Vermelden de geanalyseerde items de vonk die de brand veroorzaakte, of die nu toevallig of opzettelijk was? Of klimaatfactoren die het brandrisico, de intensiteit en de verspreidingssnelheid van de brand verergeren, zoals droogte, of expliciet klimaatverandering? Of structurele factoren die verband houden met het bosbeheer van de getroffen gebieden?

In beide gemeenschappen komt de menselijke oorsprong van de brandhaarden aan bod in een aanzienlijk aantal items, vooral in de nasleep van de branden, na de vordering van het onderzoek en zodra de brand onder controle was, met bijna **60 %** van de items.

Droogte is de meest vermelde klimaatfactor, vooral in de fase voorafgaand aan de branden, met iets minder dan **40 %** van de items vóór het uitbreken ervan. Klimaatverandering wordt expliciet vermeld in minder dan **15 %** van de items.

Ten slotte nemen bosbeheer, de beschrijving van de betrokken boomsoorten en de rol van bosonderhoud samen minder dan **10 %** van de items in.





Vervolgens onderzocht de Barometer de vertegenwoordiging van zeven categorieën van respons- en beheersmaatregelen bij branden, van preventie tot brandbestrijding:

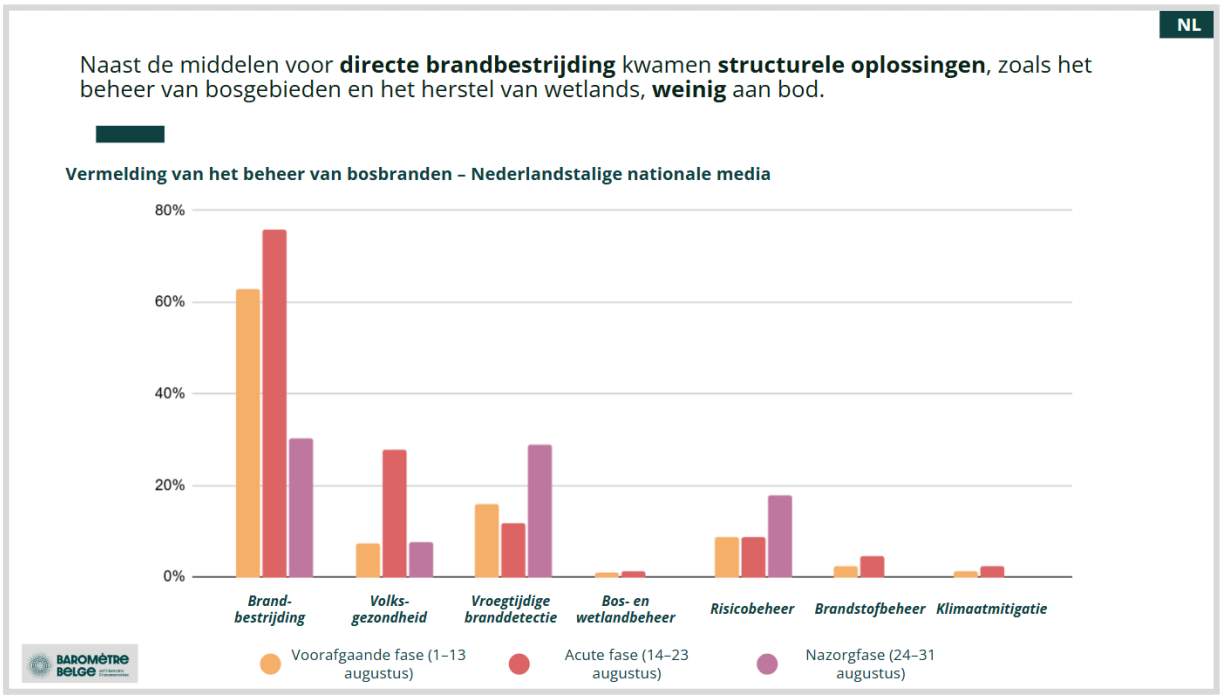
- directe bestrijdingsmiddelen (bv. brandweer, blusvliegtuigen, civiele bescherming, enz.);
- boodschappen inzake volksgezondheidspreventie (bv. thuisblijven, gezondheidsadvies, luchtkwaliteit, fijnstof, enz.);
- vroegtijdige branddetectie (waarschuwingssystemen, vroegtijdige detectie, Copernicus, detectie via drones, enz.);

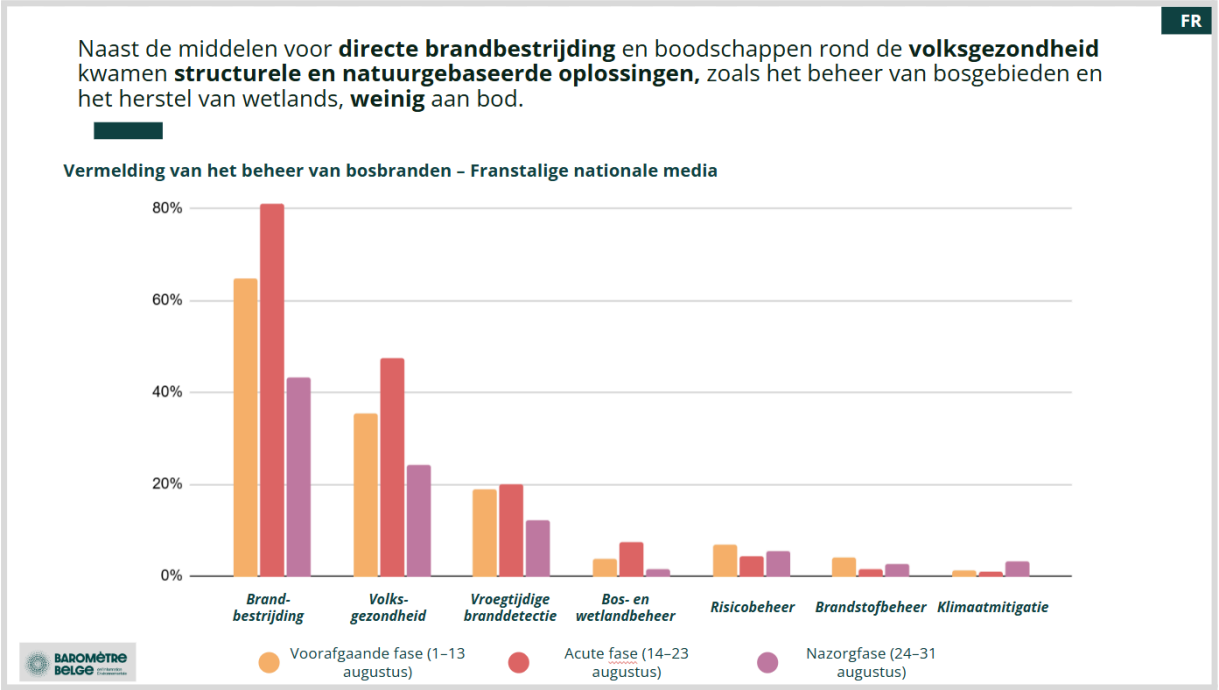
- het beheer van bosgebieden en het herstel van waterrijke gebieden (bv. herstel van veengebieden, herbevochtiging, diversificatie van boomsoorten, waterreserves, enz.);
- risicogovernance (bv. brandpreventie, maaiverbod, code rood, verhoogd brandrisico, enz.);
- preventiemiddelen tegen branden en brandstofbeheer (bv. brandgangen, brandstroken, preventief maaien, brandstofbeheer, gecontroleerd afbranden, enz.);
- oplossingen voor de beperking van klimaatverandering (bv. klimaatplan, vermindering van de uitstoot, uitstap uit fossiele brandstoffen, NEKP, enz.).

Het is dan ook niet verwonderlijk dat de middelen voor de directe brandbestrijding en de inzet van de brandweer vermeld worden in de overgrote meerderheid van de items tijdens de acute fase, met bijna 80 % van de betrokken items. Preventieboodschappen en volksgezondheidsadvies komen daar eveneens sterk aan bod, met **47 %** van de items aan Franstalige kant en 30 % aan Nederlandstalige kant.

Middelen voor vroegtijdige detectie worden in bijna **20 %** van de gevallen belicht over de hele onderzochte periode.

Ten slotte krijgen structurele oplossingen, zoals bosbeheer, herstel van waterrijke gebieden, preventieve maatregelen tegen het ontstaan van branden en brandstofbeheer, of oplossingen voor de beperking van klimaatverandering, gemiddeld minder dan **5 %** van de aandacht.





5. Een mediarepresentatie van biodiversiteit die vooral de vaststelling belicht boven de impact

Op vergelijkbare wijze als bij de analyse van de klimaatcrisis, heeft de Barometer niet enkel gekeken naar de plaats die biodiversiteitscrisis inneemt in de media, maar ook naar de manier waarop deze crisis aan het publiek wordt voorgesteld. Leggen de media de oorzaken van de biodiversiteitserosie uit? Beschrijven ze de gevolgen ervan voor ecosystemen, gezondheid, voeding, water of de economie? Belichten ze de oplossingen die de achteruitgang kunnen afremmen en ecosystemen kunnen herstellen?

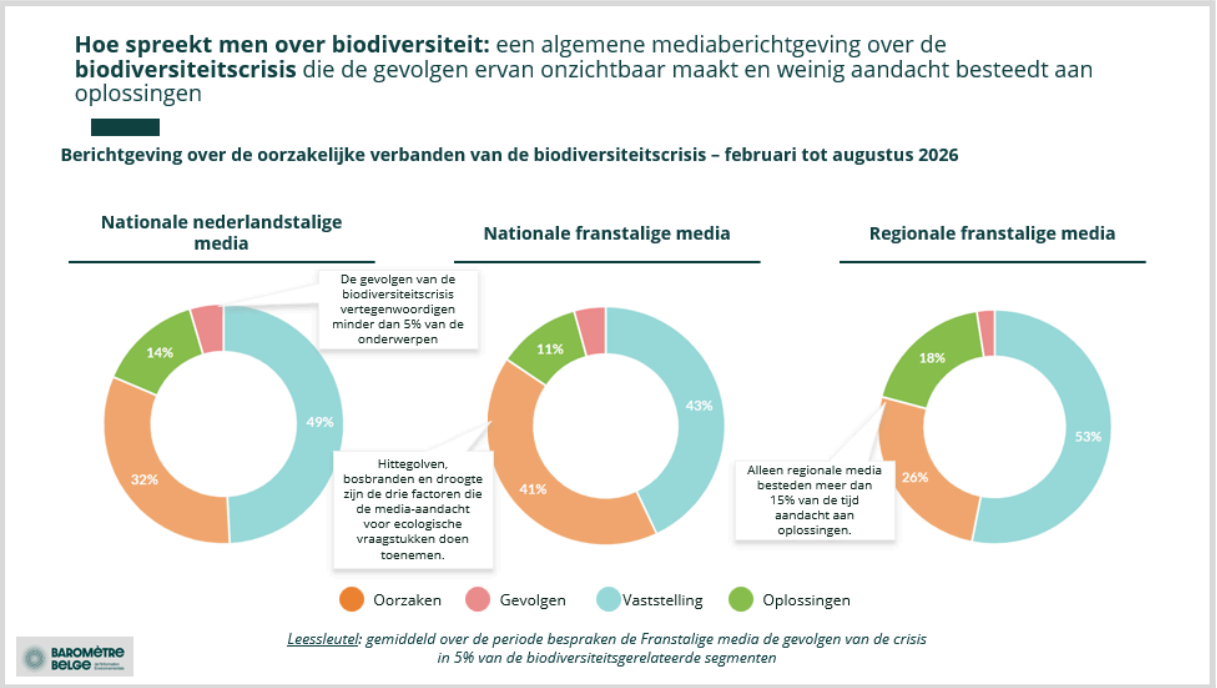
De analyse van deze causale keten is essentieel om te beoordelen in welke mate de berichtgeving het publiek in staat stelt de mechanismen achter de biodiversiteitscrisis, de concrete gevolgen ervan en de mogelijke oplossingen te begrijpen. Een berichtgeving die zich beperkt tot de loutere vaststelling van de aantasting van de natuur, zou het begrip van de kwesties en de beschikbare actiehefbomen immers kunnen beperken.

De analyse toont aan dat de berichtgeving over **biodiversiteit** voornamelijk steunt op een **algemene vaststelling van de crisis**, die tussen 43 % en 53 % van de vermeldingen uitmaakt, afhankelijk van het geanalyseerde medium.

De **oorzaken** van de biodiversiteitserosie nemen dan weer tussen 26 % en 41 % van de vermeldingen in. Dit aandeel wordt tijdens de zomerperiode vooral opgedreven door verwijzingen naar hittegolven, droogtes en branden die de ecosystemen aantasten.

Oplossingen komen in een beperktere mate aan bod, tussen 11 % en 18 % van de vermeldingen, met een bijzonder sterke aanwezigheid in de Franstalige regionale media.

De **concrete gevolgen** van het biodiversiteitsverlies blijven daarentegen weinig zichtbaar in de berichtgeving en vertegenwoordigen minder dan 5 % van de vermeldingen. De mogelijke gevolgen voor de voedselzekerheid, de waterbronnen, de menselijke gezondheid, de werking van ecosystemen of de verergering van de gevolgen van klimaatverandering komen relatief weinig aan bod.



Hoewel de biodiversiteitscrisis dus wel degelijk aan bod komt in de media, wordt ze vaak op een algemene en beschrijvende manier behandeld. De beperkte zichtbaarheid van de concrete gevolgen kan het begrip van het publiek beperken wat betreft de directe impact van biodiversiteitsverlies op het dagelijks leven, de gezondheid, de economie en de veerkracht van gebieden.

In tegenstelling tot de klimaatcrisis, waarvan de effecten steeds zichtbaarder worden tijdens extreme gebeurtenissen, blijven de gevolgen van biodiversiteitsverlies vaak diffuus en minder gemakkelijk waarneembaar. Dit kan mee verklaren waarom ze minder aanwezig zijn in het mediaverhaal.

Zoals bij de andere milieuthema's, werden ook hier verschillende pieken in de berichtgeving vastgesteld naar aanleiding van specifieke gebeurtenissen, met name tijdens de nationale debatten rond chemische vervuiling in de lente van 2026. Deze schommelingen bevestigen dat ook de berichtgeving over biodiversiteit beïnvloed blijft door de actualiteit van het moment.

Denkpistes

De BBMI heeft als doel om, op basis van een transparante methodologie, te objectiveren welke plaats klimaat- en milieukwesties innemen in de Belgische audiovisuele berichtgeving en op welke manier ze er worden voorgesteld, om zo te beschikken over een gemeenschappelijke basis voor reflectie en dialoog met relevante actoren.

De vaststellingen uit de vorige pagina's roepen vragen op die de redacties het best zelf kunnen beantwoorden. De hieronder verzamelde denkpistes worden dan ook geformuleerd als werkhypothesen.

QuotaClimat heeft uitwisselingen opgezet met verschillende Franstalige en Nederlandstalige redacties, zowel publieke als private, nationale als regionale, alsook met onderzoekers in journalistiek en communicatie uit beide gemeenschappen, verenigd binnen het wetenschappelijk comité van het project. Verschillende van de onderstaande denkpistes vloeien rechtstreeks voort uit deze eerste

uitwisselingen en kunnen verder worden ontwikkeld, versterkt en onderbouwd door toekomstige gesprekken.

De milieukwesties structureel op de agenda plaatsen

De vaststelling van de BBMI, die niet uniek is voor België, is die van een berichtgeving die door de actualiteit wordt gestuurd: een sterke toename tijdens de hittegolven van juni en juli 2026 (+144 % bij de Franstalige media, +94 % bij de Nederlandstalige media ten opzichte van het begin van het jaar), weinig aandacht voorafgaand aan de gebeurtenis, gevolgd door een snelle daling erna.

De vraag aan de sector is niet om minder over hittegolven te berichten, maar wel hoe men zichtbaar kan maken wat zich tussen de pieken afspeelt. Verschillende benaderingen, vastgesteld bij Belgische en internationale redacties, zouden onderzocht kunnen worden:

- het bestaan van vaste, herkenbare rubrieken: een column, een wekelijks vast moment, waarvan de functie er precies in bestaat niet afhankelijk te zijn van de actualiteit van het moment of de waan van de dag;
- de redactionele anticipatie op voorspelbare gebeurtenissen: hittegolven, droogteperiodes, branden, periodes van sterke vervuiling of internationale klimaattoezeggingen zijn inmiddels terugkerend en worden dagen tot maanden op voorhand aangekondigd. Dit laat ruimte om vooraf kennis op te bouwen over complexe, ecosysteemgebonden onderwerpen;
- de behandeling "op afstand" na de gebeurtenis: zodra de urgentie voorbij is, zorgt het duiden van oorzaken en oplossingen voor een beter begrip van de kwesties bij het publiek;
- permanente vorming om het begrip van milieukwesties binnen de media en hun redacties te verbeteren, te beginnen bij de hoogste managementniveaus (directie, hoofdredacties, journalisten die live verslag uitbrengen), niet enkel over klimaat maar ook over andere milieukwesties zoals biodiversiteit, waarvan de gevolgen voor de samenleving en de economie minder gekend zijn.

Diversiteit en transversaliteit van de berichtgeving

Milieukwesties raken vandaag talrijke activiteitsdomeinen, en verschillende redacties delen deze vaststelling: het onderwerp laat zich niet vanuit één enkele rubriek behandelen. Zowel bij AFP als bij de New York Times leidde dit tot een specifieke redactionele functie: milieuspecialisten en journalisten die energie, industrie, landbouw of transport behandelen, werken er fysiek dicht bij elkaar. Daarnaast hanteren de redacties een eenvoudige reflex: bij een overstroming of een brand stellen ze meteen de vraag naar het klimaatverband. Zo werkt de "climate desk" van de NY Times op een gestructureerde manier samen met de economische rubriek, bijvoorbeeld rond de energietransitie of de gevolgen van klimaatschade voor de verzekeringsmarkt.

Niet elke media beschikt over een team dat specifiek aan dit onderwerp is gewijd, maar de vraag naar een transversale reflex verdient hoe dan ook aandacht. Ook andere initiatieven kunnen bijdragen tot meer diversiteit in de berichtgeving, zeker voor dit onderwerp dat vaak als beangstigend of moraliserend kan worden ervaren. Hierbij een paar pistes:

- de gasten diversifiëren, om de onderwerpen dichter bij een breder publiek te brengen, onder meer door de eerste betrokkenen bij de gevolgen van klimaatverandering aan het woord te laten, zoals brandweerlui en artsen;
- oplossingsgericht journalistiek stimuleren, bijvoorbeeld door structurele of op de natuur gebaseerde oplossingen voor te stellen;
- vaker experten uitnodigen in interviews, debatten en andere content;
- de milieudimensie integreren in politieke en economische interviews.

Naast de trends en resultaten, die regelmatig zullen worden geactualiseerd en toegankelijk gemaakt, wil de BBMI een ruimte voor dialoog blijven bieden met haar expertencomité en de media uit het Franstalige en Nederlandstalige medialandschap. Zo kunnen samen denkpistes worden ontwikkeld die de relevante actoren steunen hun praktijken rond de berichtgeving over milieukwesties te verbeteren en te versterken.

Contactpersonen

FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu

- Joelle Smeets - joelle.smeets@health.fgov.be
- Lucas Demuelenaere - lucas.demuelenaere@health.fgov.be

CSA - Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

- Cédric Mauer - cedric.mauer@csa.be
- François Massoz-Fouillien - francois.massoz-fouillien@csa.be
- Benoit Renneson : benoit.renneson@csa.be

QuotaClimat

- Amandine Sauvage, amandine.sauvage@quotaclimat.org
- Arnaud Benoits, arnaud.benoits@quotaclimat.org
- Louna Wemaere, louna.wemaere@quotaclimat.org

Referenten van het expertencomité

- Franstalig expertcomité : Grégoire Lits (UCLouvain) - gregoire.lits@uclouvain.be
- Nederlandstalig expertcomité : Michael Opgenhaffen (KULeuven) - michael.opgenhaffen@kuleuven.be



Health
Food Chain Safety
Environment