

**This is the accepted manuscript version of the contribution published as:**

**Kuhlicke, C., Müller, U., Assmann, A., Heiland, P., Hutter, G., Illing, C., Kutschera, G., Scheibel, M., Siekmann, T., Tragner, F., Pyka, C. (2022):**  
Das neue DWA-Merkblatt Hochwasserrisikokommunikation. The new DWA fact sheet Flood Risk Communication  
*WasserWirtschaft* **112** (10), 16 - 21

**The publisher's version is available at:**

<http://dx.doi.org/10.1007/s35147-022-1727-9>

**Autoren:innen:** Christian Kuhlicke, Uwe Müller, Peter Heiland, Gerard Hutter, Christian Illing, Gesa Kutschera, Marc Scheibel, Thomas Siekmann, Franz Tragner, André Assmann, Christiane Pyka

**Titel:** Das neue DWA-Merkblatt „Hochwasserrisikokommunikation“

**Title:** The new DWA-Fact Sheet “Flood Risk Communication”

**Kurzfassung (531 Zeichen, inkl. Leerzeichen):** Dieser Beitrag gibt einen Überblick zum Merkblatt „Risikokommunikation“ der DWA. Es werden wesentliche Akteure und Ziele der Kommunikation beschrieben. Ziele sind u.a. Verbesserte Bewusstseinsbildung: Überflutungen als reales Risiko vermitteln; Eigene Handlungen der Betroffenen fördern: Eigenvorsorge stärken; Neue Risiken meiden: Schadenspotenziale vermeiden; Betroffene von (Schutz)-Maßnahmen vor Ort: Vertrauen entwickeln und Konflikte managen. Zusammenfassend werden wesentliche Schritte einer Kommunikationsstrategie skizziert.

**Abstract (490 Zeichen, inkl. Leerzeichen):** This article provides an overview of the DWA's "Risk Communication" fact sheet. Essential actors and objectives of communication are described. Objectives include: Awareness raising: Communicate flooding as a real risk; Encourage actions by those affected: Strengthen own precautions; Avoid new risks: Avoid damage potentials; Those affected by (protective) measures: Develop trust - manage conflicts. In the summary, essential steps of a communication strategy are outlined.

**Kernaussagen:**

- Kommunikation ist ein wesentlicher Bestandteil des Hochwasserrisikomanagements.
- Wesentliche Ziele sind: Risiken vermitteln; Eigenvorsorge stärken; neue Risiken vermeiden; Vertrauen entwickeln, Konflikte managen.
- Kommunikation sollte im Rahmen einer umfassenden Strategie entwickelt und umgesetzt werden.

**Haupttext: 19.818 (Zeichen, inkl. Leerzeichen)**

## **1. Einführung**

Kommunikation wird als ein wesentlicher Faktor im Risikomanagement identifiziert. Sie ermöglicht Personen und Gemeinschaften ein Problem zu verstehen, Bewusstsein zu entwickeln und kann zu Dialog und Austausch ermutigen und Verhaltensveränderungen anstoßen. Im Zusammenhang mit Hochwasserrisikomanagement zielt sie im Wesentlichen darauf ab, Einzelpersonen und Gemeinschaften durch Verbreitung und Diskussion von Hochwassergefahren und -risiken in die Problemlösung mit einzubeziehen. Eine transparente und direkte Ansprache kann jene Verhaltensänderungen fördern, die zur Minderung von und Anpassung an die Überflutungsrisiken erforderlich sind.

Auch daher wurde im Zuge der Umsetzung der Europäischen Hochwasserrisikomanagement-Richtlinie dazu übergegangen, vor allem mittels Gefahren und Risikokarten sowie der Veröffentlichung von Broschüren und Handlungsleitfäden auf mögliche Risiken hinzuweisen und durch Maßnahmenplanung die Vorbeugung zu verbessern. Darüberhinausgehende interaktive Kommunikationsaktivitäten, die Bewusstsein für Überflutungsrisiken schaffen, die Mitverantwortung der Betroffenen beim eigenen Schutz zum Ziel haben und Hochwassergefährdete aktiv zum Handeln animieren, sind derzeit allerdings oftmals nur in ersten Ansätzen vorhanden. Des Weiteren sind trotz der besonderen Rolle von Kommunikation die empirischen Evidenzen zur Wirksamkeit kommunikativer Ansätze eher dünn.

Dies vorausgeschickt und im Bewusstsein der Komplexität der Aufgabe soll das hier kurz vorgestellte DWA Merkblatt Risikokommunikation einen Debattenbeitrag leisten. Anhand konkreter Kommunikationsziele werden Ideen und Empfehlungen vorgestellt, wie Überflutungsrisiken sowie Strategien zum erfolgreichen Umgang mit diesen auf den wesentlichen Ebenen der Gesellschaft kommuniziert werden können.

Da sich die wissenschaftliche Auseinandersetzung zu den Bedingungen wirksamer und erfolgreicher Kommunikation zu Überflutungsrisiken gerade erst entwickelt und evidenz-basierte Aussagen rar sind, bieten Einsichten aus anderen Bereichen (z. B. der allgemeinen Risikokommunikation) sowie das Erfahrungswissen aus der Praxis eine gute Orientierung für die erfolgreiche Entwicklung von Hochwasserrisikokommunikation.

## **2. Wesentliche Elemente einer Kommunikationsstrategie**

### *2.1 Zielgruppen und strategiefähige Akteure*

Die Bestimmung der Zielgruppe vor der eigentlichen Kommunikation ist sehr wichtig für den Erfolg der Kommunikation.

Eine Kommunikationsstrategie sollte im Kern folgende Fragen beantworten: Wer ist das Publikum? Mit wem kommunizieren wir? Sprechen wir einfach mit "der" allgemeinen Öffentlichkeit oder nur mit gefährdeten Anwohnern? Berücksichtigen wir auch die Informationsbedürfnisse der verschiedenen Zielgruppen?

Wenn wir unser Publikum nicht eindeutig vereinbart haben, besteht die Gefahr, dass Kommunikationsergebnisse erstellt werden, die ihr Ziel nicht erreichen. Das Verstehen der Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppe ist daher ein wichtiger Schritt bei der Entwicklung einer Kommunikationsstrategie.

Besonders beachtenswert sind **strategiefähige Akteure**, weil diese aufgrund ihrer Fähigkeiten des Strategiewissens, der Zukunftsorientierung und des Leadership in der Lage sind, Hochwasser- und Starkregenrisiken am besten zu managen (siehe Tabelle 1).

*Tabelle 1: Strategiefähige Akteure im Kontext der Risikokommunikation*

## TABELLE 1

**Zielgruppen** sind Gruppen von Personen mit vergleichbaren Merkmalen, die gezielt auf etwas angesprochen werden und mit denen etwas erreicht werden soll. Je genauer diese Zielgruppen definiert werden, desto präziser können die Botschaften formuliert und die Kommunikationsziele erreicht werden. Zielgruppen können u.a. sein: Politik und Verwaltungen, Bundes- und Landesbehörden sowie Kommunen, Interkommunale Zusammenschlüsse, Einsatzkräfte, Versicherungswirtschaft, Großbetriebe, Planende und Ausführende (inkl. Architektur- oder Stadt- und Landschaftsplanungsbüros sowie Ingenieurbüros, Handwerksbetriebe, Baufirmen), wesentliche Multiplikatoren (wie z.B. Medien), potentiell Betroffene, Wissenschaft und interdisziplinär Fachverbände.

### **2.2 Risiken vermitteln: Grundlagen und Strategien**

Risiken wahrzunehmen bzw. sich einer Bedrohung bewusst werde, ist Voraussetzung für Handeln.

Effektive Risikokommunikation sollte das Problem – menschliches Leid, Zerstörung und Schmutz in Folge von Überflutungen – realistisch und als relevant für die Zielgruppen darstellen und mit konkreten Handlungsempfehlungen verbinden. Eine wirkungsvolle Senkung von Risiken und eine erhöhte Resilienz der Gesellschaft gegen Überflutungsrisiken erfordert zwingend aktives Mitwirken und vorausschauendes Handeln der potenziell Betroffenen. Nur wenn Akteure aus Politik, Verwaltung, Kommunen, Einsatzkräften und die gefährdete Bevölkerung gemeinsam handeln, kann Risiken wirkungsvoll begegnet werden. Dazu sollten die Zielgruppen folgendes berücksichtigen:

- Es gibt keinen vollständigen technischen Schutz gegen Überflutungen. Je größer das Ereignis ist, umso eher können technische Einrichtungen den Schutz nicht mehr gewährleisten.
- Da Überflutungen infolge von Starkregenereignissen überall und ohne große Vorwarnzeit auftreten können, ist räumlich fokussierter Schutz kaum möglich und deshalb die Vorsorge eine sehr umfassende Aufgabe.
- Wir haben es mit einem Risiko zu tun, welches nur durch Maßnahmenbündel minimiert werden kann, wie z.B. durch vorausschauende Raumplanung, Bauvorsorge, Versicherungsschutz, Vorbereitung/Übungen für den Ernstfall und technische Schutzanlagen.
- Traumatisierte Opfer und Schäden durch Hochwasser hat es in der Vergangenheit wiederholt gegeben und diese Katastrophen werden in unregelmäßigen Intervallen wiederkehren.

Die Vermittlung von Risiken und Handlungsempfehlungen sollte kompakt und gebündelt erfolgen, ob online, in Broschüren oder bei Veranstaltungen. So sollten beispielsweise Online-Gefahren- und Risikokarten direkt mit Interpretationen der Gefahren und Risiken und den Strategien zur Risikoverminderung verbunden werden. Umgekehrt sollten Handlungsempfehlungen auch nicht vermittelt werden, ohne unmittelbar begleitend auf die Art und Relevanz des Risikos einzugehen.

Folgende Faktoren können sich positiv auf eine gelingende Kommunikation auswirken:

- Auf die Glaubwürdigkeit und Emotionalität von Erfahrungsberichten setzen: Erfahrungsberichte als Zitat, Bild- oder Tondokumente von Betroffenen helfen, Risiken als

relevant anzusehen und richtig einzuordnen. Audiovisuelle Botschaften machen das Risiko erlebbar, wecken zwar Furcht und Sorge aber auch Empathie und Mitgefühl.

- Die medialen Peaks bei Hochwasser- und Starkregeneignissen für die Risikokommunikation nutzen: Ein drängender Handlungsstrang für ein geändertes Verständnis von Überflutungsrisiken liegt in der Veränderung der medialen und öffentlichen Kommunikation bei größeren Überflutungsereignissen: Medien verlangen im Ereignisfall vehement nach Informationen. Der Grundsatz „Vorbereiten“ gilt somit auch für Risikokommunikation: Webinformationen, Borschüren, Medien-Dossiers und Sprecher:innen sollten vorbereitet sein und können ergänzend zur Krisenkommunikation eingesetzt werden.
- Eigene, wenn auch kleinere, öffentliche Peaks in der Hochwasserrisikokommunikation erzeugen: Jahrestage von großen vergangenen Hochwasser-Ereignissen können als Anlass und Aufhänger für Risikokommunikation genutzt werden.

### **2.3 Eigenvorsorge stärken**

Eigenvorsorge kann einen wesentlichen Beitrag zur Reduktion von Schäden in Folge von Überflutungen leisten.

Der Umgang mit Überflutungsrisiken ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die nicht allein von öffentlichen Akteuren bewältigt werden kann. Ein sinnvoller Umgang mit den Naturgefahren Flusshochwasser und Starkregen wird nur dann gelingen, wenn Private sich an der Aufgabe des Überflutungsschutzes und der -vorsorge beteiligen.

Was kann Risikokommunikation zur Stärkung der Eigenvorsorge leisten? Generell zielt Kommunikation in diesem Bereich darauf ab, einen möglichst hohen Grad an privater Vorsorge zu bewirken. Sie sollten aber auch verdeutlichen, wie die öffentliche Hand bzw. die Verwaltung private Personen bei der Eigenvorsorge unterstützt. Heruntergebrochen auf Teilziele bedeutet das:

- Den möglichen Betroffenen müssen die verschiedenen Möglichkeiten der Eigenvorsorge (z. B. Technik in höher gelegene Räume verlegen, persönlichen Aktionsplan aufstellen, Elementarschadenversicherungen abschließen) vermittelt werden.
- Im Dialog mit den Betroffenen die Sinnhaftigkeit und Wirksamkeit eigener Maßnahmen vermitteln. Gerade bauliche Maßnahmen stellen oft erhebliche Investitionen dar, so dass die Hürde der Umsetzung hoch ist.
- Mit Risikokommunikation kann eine bessere psychologische Vorbereitung erreicht werden, die den Betroffenen im Ernstfall die Krisenbewältigung erleichtert.

Kommunikationsbotschaften und Inhalte sollten Einsichten der jüngeren Forschung zu individuellen Motivationsfaktoren zur Eigenvorsorge berücksichtigen (Kuhlicke et al., 2022):

- Überflutungserfahrung: Es gibt einen klar belegten Zusammenhang zwischen vergangener Überflutungserfahrung und der Implementierung von Maßnahmen zur Eigenvorsorge. Je häufiger ein Haushalt von Überflutungen betroffen war, desto wahrscheinlicher ist es, dass Maßnahmen ergriffen werden.
- Persönliche Risikowahrnehmung: Personen, die ein Überflutungsrisiko für wahrscheinlich halten und auch erwarten, dass es mit Schäden verbunden ist, sind motivierter Eigenvorsorge zu betreiben als Haushalte, die eine Risiko für unwahrscheinlich bzw. für nicht schädlich halten.
- Bedrohungsgefühl: Personen, die sich von einer Überflutung bedroht fühlen, sind motivierter Eigenvorsorge zu betreiben als Haushalte, die sich nicht bedroht fühlen.
- Einschätzung der Wirksamkeit: Personen, die Maßnahmen zur Eigenvorsorge für wirksam halten, sind motivierter Vorsorge zu betreiben als Personen, die Maßnahmen für nicht wirksam halten.

- **Finanzielle Ressourcen:** Haushalte mit einem geringen Durchschnittseinkommen, können sich gerade kostenintensive Maßnahmen, weniger häufig leisten als Haushalte mit einem höheren Einkommen.

Für eine gelingende Risikokommunikation ist es folglich wesentlich, Sensibilität für die Möglichkeit des Eintretens einer Überflutung bzw. die damit verbundenen Schäden und Bedrohungen herzustellen. Ebenso wichtig ist es, konkrete Möglichkeiten aufzuzeigen, die Überflutungsschäden wirksam reduzieren.

#### **2.4 Vermeidung neuer Risiken**

Dort wo möglich sollte es vermieden werden, neue Risiken entstehen zu lassen.

Für die Kommunikation über neu entstehende Überflutungsrisiken bzw. über die Vermeidung ebendieser ist der Zusammenhang zwischen fortschreitender Urbanisierung und der damit verbundenen Risikoentwicklung grundlegend. Der fortlaufende Mega-Trend der Urbanisierung führt dazu, dass sich immer mehr Menschen in stark wachsenden und räumlich expandierenden Städten konzentrieren.

Wie kann die Entstehung neuer Überflutungsrisiken durch die bauliche Nutzung von überflutungsgefährdeten Räumen vermieden bzw. zumindest verlangsamt werden? Entscheidend ist es sicher, Personen- und Akteursgruppen, die potenziell zur Schaffung neuer Risiken beitragen, über die Folgen ihres Handelns zu informieren. Dabei spielen, wie bei anderen Aufgaben der Risikokommunikation, das Schaffen von Betroffenheit und Verantwortungsgefühl sowie das Aufzeigen von Alternativen bei den Akteuren eine zentrale Rolle.

- Es sollte das Anliegen der Kommunikation sein, Überflutungsvorsorge und Vermeidung neuer Risiken zu Bestandteilen des professionellen Zielsystems der Stadtentwicklung, der Immobilienwirtschaft und des Bauwesens zu machen.
- Dies beinhaltet, Verständnis für notwendige Schranken erhöhen: Um das Ziel der Vermeidung neuer Risiken zu erreichen, ist der Einsatz eines Mix aus Instrumenten notwendig, also regulative Instrumente, ökonomische Instrumente sowie diskursive Instrumente.
- Für die Vermeidung neuer Risiken sind die regulativen Instrumente grundlegend und restriktiv zu handhaben. Jegliche Ansätze der freiwilligen Handhabung sind bisher wirkungslos geblieben.
- Bei der gesetzlich erforderlichen Festsetzung von Überschwemmungsgebieten mit den damit einhergehenden Nutzungsbeschränkungen für die Siedlungsentwicklung und für Bauvorhaben ist ein hohes Maß an Kommunikation und Information geboten.
- Die örtlichen Entscheidungsträger:innen schützen: Risikokommunikation sollte nicht den Fehler machen, vorrangig oder gar ausschließlich auf die kommunalen Planungseinheiten und Entscheidungsträger:innen zu zeigen und dieser Ebene öffentlich die „Schuld“ für den Anstieg von Schadenspotenzialen geben. Bauleitplanung ist grundsätzlich ein Abwägungsprozess der ein Spiegel der gesellschaftlichen Wünsche ist. Für die Bauleitplanung ist somit ein breiter Diskussions- und Beteiligungsansatz für eine in der Bürgerschaft und der Politik akzeptierte Entwicklung entscheidend. Informelle flankierende Instrumente wie Entwicklungsstrategien und Masterpläne bereiten diesen Dialog möglichst vor.
- Folgen der Bebauung von Risikogebieten nachweisen und drastischer vermitteln: Sachliche und emotionale Kommunikation sollten einander ergänzend genutzt werden. Ist die Risikokommunikation als Flankierung der Freihaltung überflutungsgefährdeter Bereiche auf Fachinformation begrenzt, besteht die Gefahr, dass diese durch entgegenstehende emotionale Botschaften überschattet werden.

#### **2.5 Vertrauen entwickeln – Konflikte managen**

Vertrauen zu entwickeln und Konflikte effektiv zu managen sind wesentliche Bestandteile für ein erfolgreiches Management von Überflutungsrisiken.

Vertrauen ist der Eckpfeiler jeder Risikokommunikation. Es steht jedoch meist nicht im Zentrum des Hochwasserrisikomanagements, sondern wird oft erst zum Thema, wenn das Vertrauen der Akteure untereinander oder für notwendige Maßnahmen fragil wird oder wenn Konflikte eskalieren.

Warum ist Vertrauen und das frühzeitige Erkennen von Konflikten wichtig? Personen folgen den Ratschlägen von offiziellen Akteuren nur dann, wenn sie diese als vertrauenswürdig ansehen. Im Umkehrschluss bedeutet dies aber auch: Botschaften, die von einer Organisation kommen, die als nicht vertrauenswürdig angesehen wird, werden mit hoher Wahrscheinlichkeit keine Beachtung finden. Daher ist die frühzeitige Identifizierung bzw. Beilegung von Konflikten und damit die (Wieder-)Herstellung von Vertrauen ein Schlüsselement einer funktionierenden und effektiven Kommunikationsstrategie.

*Tabelle 1: Wesentliche Gründe für Konflikte (Quelle: Otto et al. 2016, S.6)*

## TABELLE 2

Mit der Identifizierung von Konflikten ist die Einbindung der betroffenen Akteure zur Entwicklung bzw. Wiederherstellung einer gemeinsamen Vertrauensbasis essenziell. Dies sollte Bestandteil einer Kommunikationsstrategie sein.

Um Vertrauen zu stärken und Beziehungen aufzubauen ist ein offener, aufsuchender Dialog und eine integrative Beteiligung mit einer Reihe von unterschiedlichen Akteuren notwendig. Die Vorteile solch eines partizipativen Prozesses sind dabei u. a. die Folgenden<sup>1</sup>:

- Bereitstellung relevanter Informationen, die umfassend und transparent Risiken und Nutzen von Hochwasserschutz- bzw. Vorsorgemaßnahmen adressieren;
- Die Erfassung und Bewertung der Meinungen und Präferenzen der betroffenen Akteure in Bezug auf Hochwasserrisiken, Risikobewertungen und Entscheidungen im Hochwasserrisikomanagement, so dass diese Informationen in den Entscheidungsprozess einfließen können;
- Schaffung der Voraussetzungen für eine informierte Zustimmung und Aufbau des öffentlichen Vertrauens in die zu treffenden bzw. getroffenen Entscheidungen;
- Sicherstellung des wechselseitigen Verständnisses, auch um Unklarheiten und möglichen Konflikten zu begegnen.

Diese frühzeitige und übergreifende Einbindung der verschiedenen Akteure birgt auf den ersten Blick einen Mehraufwand für die entsprechenden Behörden bzw. Unternehmen. Dem Mehraufwand am Beginn der Planung stehen Reduzierungen der Einsprüche und Verfahrensdauern aufgrund der Akzeptanzsteigerung sowie einer Verbesserung der ganzheitlichen Planungsqualität entgegen.

### **3. Zusammenfassung: Entwicklung einer Kommunikationsstrategie**

---

<sup>1</sup> [https://irgc.org/wp-content/uploads/2020/10/IRGC-Stakeholder-Engagement-Resource-Guide\\_Version2\\_2020-3.pdf](https://irgc.org/wp-content/uploads/2020/10/IRGC-Stakeholder-Engagement-Resource-Guide_Version2_2020-3.pdf)

Im vorangegangenen Kapitel wurde deutlich, dass es eine Vielzahl unterschiedlichster Kommunikationsaufgaben und Randbedingungen gibt, für die sich eine einheitliche beste Lösung nicht aufzeigen lässt. Abschließend sind daher nachfolgend die wichtigsten Schritte und Fragestellungen bei der Strategieentwicklung zusammengestellt.

- 1. Kontext der Strategieentwicklung:** Was ist der organisatorische und der räumliche Kontext, in dem die Risikokommunikation stattfindet? Auf welche Organisationsstruktur mit welchen Ressourcen können Kommunikationsaktivitäten aufbauen? Ergänzend können konkrete Arbeitsfragen zum Kontext der Risikokommunikationsstrategie abgeleitet werden, wie z.B.: Wann war das letzte Hochwasser? Wurden Lehren aus dem letzten Ereignis gezogen und wurden diese umgesetzt?
- 2. Welche Ziele werden verfolgt?** Die Kommunikation über Hochwasserrisiken kann sehr unterschiedliche Ziele und Zwecke haben. Eine Orientierung an den vier Zielen, die im Rahmen des Merkblatts konkretisiert werden, ist sinnvoll: (1) Überflutungen als reales Risiko vermitteln; (2) Eigenvorsorge stärken; (3) Neue Risiken meiden – Schadenspotenziale vermeiden; (4) Vertrauen entwickeln -Konflikte managen. Sich über die Ziele, die eine Organisation verfolgt, klar zu sein, ist ein Schlüsselfaktor für eine erfolgreiche Kommunikationsstrategie.
- 3. Wer ist der Adressat der Kommunikation?** Beim Erarbeiten einer individuellen Kommunikationsstrategie müssen die Adressaten unter Berücksichtigung der Ziele und Randbedingungen spezifiziert werden. EDaher muss eine Kommunikationsstrategie im Kern Fragen beantworten wie: Wer ist das Publikum? Mit wem kommunizieren wir? Sprechen wir einfach mit "der" allgemeinen Öffentlichkeit oder nur mit gefährdeten Anwohnern? Berücksichtigen wir auch die Informationsbedürfnisse der verschiedenen Zielgruppen?
- 4. Wer sollte mitwirken?** In die Risikokommunikation müssen alle Akteure aktiv eingebunden werden, die zur Risikoverminderung bzw. zur Vermeidung neuer Risiken in irgendeiner Form direkt oder indirekt beitragen können, es gilt also die strategiefähigen und –relevanten Akteure auszumachen. Für komplexe Aufgaben der Risikokommunikation ist die Unterstützung durch Kommunikationsexpert:innen, Moderation oder Werbefachleute sinnvoll, um die Botschaften richtig zu platzieren.
- 5. Was sind die Schlüsselbotschaften?** Ganz wichtig, aber oftmals nicht gründlich genug: das Festlegen und Vereinbaren von übersichtlichen, einfachen und klaren Kernbotschaften ist eine weitere Voraussetzung für das Gelingen der Kommunikationsstrategie. Bei der Entwicklung einer Schlüsselbotschaft gibt es einige Dingen zu beachten: Sie sollte konkreten lokalen oder regionalen Bezug haben. Sie sollte einfach verständlich mitteilen, was das Problem ist und was (gemeinsam) erreicht werden sollte. Sie sollte die "Take-Home-Botschaft" identifizieren, an die sich das Publikum erinnern soll.
- 6. Welche Methoden sollten verwandt werden?** Aus den vorangegangenen Schritten der Strategieentwicklung muss abgeleitet werden, mit welchen Methoden und Hilfsmitteln je nach Zielgruppenspezifikation, Zielen, Botschaften und vor allem je nach Kontext die Ziele am besten erreicht werden können. Gerade bezüglich der Methoden und optimalen Medien kann eine generelle Antwort nicht gegeben werden. Oft ist es gerade der Mix aus Optionen, der das möglichst weitgehende Erreichen einer heterogenen Zielgruppe bestmöglich erlaubt.
- 7. Wie erfolgreich war die Kommunikation?** Eine Kommunikationsstrategie sollte eine Erfolgskontrolle enthalten. Um das Monitoring der Kommunikationserfolge zu ermöglichen, müssen die Kommunikationsziele klar definiert sein.

## **Anschrift der Autoren**

Prof. Dr. Christian Kuhlicke; Department Stadt- und Umweltsoziologie; Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung gGmbH – UFZ; Permoserstraße 15; 04318 Leipzig. Institut für Umweltwissenschaften und Geographie; Universität Potsdam; Karl-Liebknecht-Straße 24-25; 14476 Potsdam-Golm. [Christian.kuhlicke@ufz.de](mailto:Christian.kuhlicke@ufz.de)

Dr. habil. Uwe Müller; Abteilung Wasser, Boden, Wertstoffe; Sächsisches Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie; Pillnitzer Platz 3; 01326 Dresden. [Uwe.Mueller@smekul.sachsen.de](mailto:Uwe.Mueller@smekul.sachsen.de)

Dr. André Assmann; geomer GmbH; Im Breitspiel 11 B; 69126 Heidelberg; [aassm@geomer.de](mailto:aassm@geomer.de)

Peter Heiland; INFRASTRUKTUR & UMWELT Professor Böhm und Partner; Julius-Reiber-Str. 17; 64293 Darmstadt; [peter.heiland@iu-info.de](mailto:peter.heiland@iu-info.de)

Dr. Gerard Hutter; Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung e. V.; Weberplatz 1; 01217 Dresden; [g.hutter@ioer.de](mailto:g.hutter@ioer.de)

Dr. Christian Illing; Bundesanstalt Technisches Hilfswerk (THW), Leitung, Referat E I 3 "Forschungsprojekte"; Provinzialstraße 93; 53127 Bonn. [christian.illing@thw.de](mailto:christian.illing@thw.de)

Dr. Gesa Kutschera; Nachhaltigkeit und Forschung; Gelsenwasser AG; Willy-Brandt-Allee 26; 45891 Gelsenkirchen. [gesa.kutschera@gelsenwasser.de](mailto:gesa.kutschera@gelsenwasser.de)

Dr. Marc Scheibel; Wupperverband; Untere Lichtenplatzer Straße 100; 42289 Wuppertal. [schei@wupperverband.de](mailto:schei@wupperverband.de)

Dr. Thomas Siekmann; Dr. Siekmann + Partner mbH; Segbachstraße 9; 56743 Thür. [t.siekmann@siekmann-ingenieure.de](mailto:t.siekmann@siekmann-ingenieure.de)

Franz Tragner; tatwort - nachhaltige projekte; Haberlgasse 56/3; 1160 Wien (Österreich). [franz.tragner@tatwort.at](mailto:franz.tragner@tatwort.at)

Dr. Christiane Pyka; UNESCO Lehrstuhl für Hydrologischen Wandel und Wasserressourcenmanagement; Mies-van-der-Rohe-Str. 17; 52074 Aachen. [pyka.christiane@gmail.com](mailto:pyka.christiane@gmail.com)

## Literaturangaben:

Otto, A., Hornberg, A., Thieken, A. (2018) Local controversies of flood risk reduction measures in Germany. An explorative overview and recent insights. Journal of Flood Risk Management 11, S382-S394.

## Tabellen und Abbildungen

Tabelle 1: Strategiefähige Akteure im Kontext der Risikokommunikation

<b>Bundes- und Landesbehörden</b>	Fachlich i. d. R. gut aufgestellt, können aber aus Ressourcengründen nicht jeden potenziell Betroffenen mit direkter Kommunikation erreichen. Für sie bietet es sich v. a. an, ein Basis-Angebot zur Verfügung zu stellen, das dann von den anderen strategiefähigen Akteuren weiterverwendet werden kann
<b>Kommunen</b>	Sind „näher an den Menschen dran“, jedoch z. T. auch durch eigene „Bausünden“ aus der Vergangenheit gehemmt
<b>Hochwasserpartnerschaft</b>	Können wirkungsvolle zusammenarbeiten und sich gezielt und „unbelastet“ des Themas annehmen
<b>Einsatzkräften</b>	Ihnen kommt nicht nur im Ernstfall eine tragende Rolle zu. Aufgrund ihrer hohen Glaubwürdigkeit und Präsenz können sie auch in der Vorsorge als Botschafter eingesetzt werden, z. B., um für Maßnahmen der Eigenvorsorge zu werben. Dabei könnte die öffentliche Hand die Einsatzkräfte auch finanziell fördern
<b>Versicherungswirtschaft</b>	Kann einen wichtigen Beitrag leisten. Sie sollten dies aber nicht in „der ersten Reihe“ tun, weil ihre ansonsten reinen Verkaufsabsichten unterstellt werden würden
<b>Großbetriebe</b>	Mit hohem Schadenspotenzial können zu sie „first mover“ werden, indem sie mit gutem Beispiel vorangehen. Dies kann auch durch Risikokommunikation gezielt aufgegriffen werden
<b>Dienstleister</b>	Wichtige Multiplikatoren, wie z. B. Architektur- oder Stadt- und Landschaftsplanungsbüros, die im Auftrag von Eigentümern oder Kommunen tätig werde
<b>Medien</b>	Ebenfalls in der Rolle des „Verstärkers“. Dies gilt insbesondere auf regionaler und lokaler Ebene, wenn über die konkrete Situation vor Ort (z. B. Überflutungsereignisse, Übungen, Veranstaltungen im Rahmen von Kommunikationskampagnen) berichtet wird

Quelle: DWA-Merkblatt Hochwasserrisikokommunikation

Tabelle 2: Wesentliche Gründe für Konflikte (Quelle: Otto et al. 2016, S.6)

Gründe für Konflikte	Zentrale Argumente	Zugrundeliegende Werte und Gerechtigkeitsfragen
Unterschiedliche Sicherheitsvorstellungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Forderung nach besserem bzw. schneller umzusetzenden Schutz</li> <li>- Schutz verschärft Hochwassersituation (z.B. Anstieg des Grundwasserspiegels)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sicherheit, Verantwortung</li> <li>- Verteilungsgerechtigkeit</li> </ul>
Natur- und Landschaftsschutz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Forderung nach ökologischem Hochwasserschutz</li> <li>- Nachteilige Auswirkungen auf „Natur“ (z.B. durch Baumfällungen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schutz von Natur und Landschaft, Mensch-Umwelt-Beziehung</li> </ul>
(Ökonomische) Entwicklungsmöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eingeschränktes Entwicklungspotential bzw. Wertverluste (Boden, Immobilien, Produktivität etc.)</li> <li>- Kommunale Entwicklung auf Kosten der Hochwassersorge (z.B. Ansiedlung von Gewerbe in exponierten Räumen)</li> <li>- Hohe Kosten für Schutzmaßnahmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ökonomische und kommunale Entwicklung</li> <li>- Verteilungsgerechtigkeit</li> </ul>
Partizipation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Forderung nach breiter, früher, transparenter und kontinuierlicher Einbindung betroffener Akteure</li> <li>- Infragestellung von Daten, Modellen und deren Ergebnissen, Annahmen, Design von Maßnahmen etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transparenz, Beteiligung, Vertrauen, Erfahrungswissen</li> <li>- Verfahrensgerechtigkeit</li> </ul>