



TACTIC

TOOLS, METHODS AND TRAINING FOR COMMUNITIES
AND SOCIETY TO BETTER PREPARE FOR A CRISIS

Feedback report on the outcome of the organisational self-assessment with a focus on earthquakes –

German version

Annemarie Müller, Chloe Begg, Christian Kuhlicke, Nuray Karanci, Canay Dogulu, Serife Yilmaz, Susan Anson, Kush Wadhwa, Alkiviadis Giannakoulis, Roman Konieczny,, Tomasz Walczykiewicz, Cheney Shreve

Helmholtz Centre for Environmental Research – UFZ, Leipzig, Germany

Document Information

Title Feedback report on the outcome of the organisational self-assessment with a focus on earthquakes – German version

Lead Authors Christian Kuhlicke

Contributors Chloe Begg, Nuray Karanci, Canay Dogulu, Serife Yilmaz, Christian Kuhlicke, Susan Anson, Kush Wadhwa, Alkiviadis Giannakoulis, Roman Konieczny,,Tomasz Walczykiewicz, Cheney Shreve

Distribution Public

Document Reference

Due Date of the Deliverable

Acknowledgement

The work described in this publication was supported by the European Union (European Commission, FP7, grant agreement number: 608058).

© TACTIC Consortium

Preamble

The overall aim of the **TACTIC** project is to increase preparedness to large-scale and cross-border disasters amongst communities and societies in Europe. Therefore TACTIC based its work on the state-of-the-art literature related to risk perception and preparedness, developed a self-assessment both for organisations responsible for managing such different risks as flooding, earthquakes, terrorism and epidemics as well as the general public exposed to these hazards. It also created a catalogue of good practices in education and communication. Rather than taking a top-down approach to preparedness, TACTIC pursues a collaborative project strategy by including different user and stakeholder groups in the development, testing and validation of tools and materials throughout the project by conducting four case studies focusing on terrorism, floods, pandemics and earthquakes. This ensures that the outcomes of the project reflects the needs of end users and ensures that the project's outcomes have a life span after the project has officially ended.

All these findings and outputs are presented in an online learning platform which aims to ensure the sustainability of the use of the projects outcomes after the project has come to an end.

This document provides the German version of the feedback report that organisations receive, based on their answers provided, after they have conducted the organisational self-assessment and as it is included in the online platform TOSAP.

The online platform can be accessed by following this link: <https://www.tacticproject.eu/tosap/>

Contact person:

Christian Kuhlicke: christian.kuhlicke@ufz.de

0 Risk communication strategy		0 Strategie zur Risikokommunikation	
Does your organisation have a risk communication strategy covering communicating the risk of ...?		Hat Ihre Organisation eine Risikokommunikationsstrategie, die das Erdbebenrisiko berücksichtigt?	
a) Yes, and I think it is excellent in practice	Congratulations, you have developed a risk communication strategy. Let's see how your organization performed based on existing scientific research in the field of risk communication. This report will provide you with detailed feedback based on the self-assessment that you have completed.	a) Ja, und ich glaube, dass sie sich hervorragend in der Praxis bewährt hat.	Glückwunsch, Sie haben bereits eine Strategie zur Risikokommunikation entwickelt! Lassen Sie uns basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen im Bereich der Risikokommunikation schauen, wie Ihre Organisation diese anwendet. Dieser Bericht wird Ihnen eine detaillierte Rückmeldung auf Grundlage Ihrer Antworten in der Selbsteinschätzung geben.
b) Yes, but it needs improvement	Congratulations, you have developed a risk communication strategy - but there seems still to be some space for improvements. TACTIC believes that risk communication is something that can always be improved. Let's see how your organization performed based on existing scientific research in the field of risk communication. This report will provide you with detailed feedback based on the self-assessment on your risk communication strategy.	b) Ja, aber sie könnte verbessert werden.	Glückwunsch, Sie haben bereits eine Risikokommunikationsstrategie entwickelt – aber es scheint noch einige Möglichkeiten zur Verbesserung zu geben. Lassen Sie uns basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen im Bereich der Risikokommunikation schauen, wie Ihre Organisation diese anwendet. Dieser Bericht wird Ihnen eine detaillierte Rückmeldung auf Grundlage Ihrer Antworten in der Selbsteinschätzung geben.
c) No	<p>You have not yet developed a risk communication strategy. This report will provide you with feedback, based on the results of the self-assessment. It will provide you with inspiration for the development of your own risk communication strategy. To begin, a risk communication strategy consist of different steps:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Context of the organization's work conditions and its risk communication practices 2. Current aim(s) of risk communication activities 3. Intended audience 4. Contents and key messages 5. Choice of communication method 6. Barriers and good aspects of risk communication. <p>Based on your answers to the questions posed in the self-assessment, this report will provide you with feedback in regards to completing each of these steps.</p>	c) Nein, noch nicht.	<p>Sie haben noch keine Strategie zur Risikokommunikation entwickelt. Dieser Bericht wird Ihnen ein detailliertes Feedback auf Grundlage Ihrer Antworten in der Selbsteinschätzung geben. Er wird Ihnen einige Ideen zur Entwicklung einer eigenen Risikokommunikationsstrategie vorstellen.</p> <p>Zunächst sind bei der Entwicklung einer Risikokommunikationsstrategie sechs Schritte wichtig:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kontext der Organisation und der Kommunikationspraxis 2. Ziele der Risikokommunikation 3. Zielgruppe(n) 4. Inhalte und Kernbotschaften 5. Wahl der Kommunikationsmethoden 6. Hindernisse und Qualitätsfaktoren einer Risikokommunikation <p>Auf Grundlage Ihrer Antworten in der Selbsteinschätzung wird Ihnen dieser Bericht eine detaillierte Rückmeldung in Hinblick auf das Erreichen der sechs Schritte geben.</p>
d) I don't know	You are not sure whether your organization has developed a risk communication strategy. This report will provide you with feedback, based on the results of the self-assessment. It will provide	d) Ich weiß nicht.	Sie sind sich nicht sicher, ob Ihre Organisation eine Strategie zur Risikokommunikation entwickelt hat. Dieser Bericht wird Ihnen eine detaillierte Rückmeldung auf Grundlage Ihrer Antworten in der Selbsteinschätzung geben. Er wird Ihnen einige Vorschläge zur Entwicklung einer eigenen Risikokommunikationsstrategie vorstellen.

	<p>you with inspiration for the development of your own risk communications strategy. To begin, a risk communication strategy consists of different steps:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Context of the organisation's work conditions and its risk communication practices 2. Current aim(s) of risk communication activities 3. Intended audience 4. Contents and key messages 5. Choice of communication method 6. Barriers and good aspects of risk communication. <p>Based on your answers to the questions posed in the self-assessment, this report will provide you with feedback in regards to completing each of these steps.</p>		<p>Zunächst sind bei der Entwicklung einer Risikokommunikationsstrategie sechs Schritte wichtig:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kontext der Organisation und der Kommunikationspraxis 2. Ziele der Risikokommunikation 3. Zielgruppe(n) 4. Inhalte und Kernbotschaften 5. Wahl der Kommunikationsmethoden 6. Hindernisse und Qualitätsfaktoren einer Risikokommunikation <p>Auf Grundlage Ihrer Antworten in der Selbsteinschätzung wird Ihnen dieser Bericht eine detaillierte Rückmeldung in Hinblick auf das Erreichen der sechs Schritte geben.</p>
<p>Do you believe that the general public trusts the information that your organisation is communicating?</p>		<p>Glauben Sie, dass die Bevölkerung den Informationen vertraut, die Ihre Organisation kommuniziert?</p>	
<p>a) Yes</p>	<p>You have answered "yes" to this question. This is great! As you are probably aware of, trust is very important for any kind of communication activity. It is therefore decisive to know whether your organisation has a good relationship with the intended audience and that they are likely to trust the information that you provide them. Without trust, the information that you wish to communicate is unlikely to be successfully received. If people feel that their values aren't being represented, that the organisation is hiding information, or the organisation has neglected their responsibilities, this situation can result in a lack of trust. If you would like to find out more about how to improve trust, please complete the "resolving conflicts and building trust" communications aim in the self-assessment, if you haven't already done so. Also, if you are interested in gaining feedback from the general public in regards to their level of trust in organisations in your sector, please complete the General Public's Self-assessment in your community.</p>	<p>a) Ja</p>	<p>Sie haben die Frage mit "Ja" beantwortet. Das ist sehr gut! Wie Sie sicherlich wissen, ist Vertrauen für jede Art der Kommunikation eine wichtige Basis. Es ist daher von entscheidender Bedeutung, ob ihre Organisation ein gutes Verhältnis zu ihrer Zielgruppe hat und ob sie ihren Informationen vertraut oder nicht. Ohne Vertrauen werden die Informationen wahrscheinlich nicht richtig empfangen bzw. wahrgenommen. Sobald sich Menschen nicht ernst genommen fühlen bzw. das Gefühl haben, dass Informationen zurückgehalten werden oder dass die Organisation ihrer Verantwortung nicht gerecht wird, kann dies zu einem Vertrauensverlust führen. Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, was für eine vertrauensvolle Kommunikationsarbeit wichtig ist, sollten Sie das Kommunikationsziel "Gemeinsame Konfliktlösung und Aufbau von Vertrauen" der Selbsteinschätzung auswählen – falls Sie es nicht bereits gemacht haben. Wenn Sie darüber hinaus Interesse haben, Rückmeldungen von der Bevölkerung über deren Vertrauen in Ihre Organisation zu erhalten, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Region/Stadt durchführen lassen.</p>
<p>b) No</p>	<p>You have answered "no" to this question. As you are probably aware of, trust is very important for any kind of communication activity. It is therefore decisive to know whether your organisation has a good relationship with</p>	<p>b) Nein</p>	<p>Sie haben die Frage mit "Nein" beantwortet. Wie Sie sicherlich wissen, ist Vertrauen für jede Art der Kommunikation eine wichtige Basis. Es ist daher von entscheidender Bedeutung, ob ihre Organisation ein gutes Verhältnis zu ihrer Zielgruppe hat und ob sie ihren Informationen vertraut oder nicht. Ohne Vertrauen werden die Informationen wahrscheinlich nicht richtig empfangen bzw. wahrgenommen. Sobald sich Menschen nicht ernst genommen fühlen bzw. das Gefühl haben, dass Informationen zurückgehalten werden oder dass die</p>

	<p>the intended audience and that they are likely to trust the information that you provide them. Without trust, the information that you wish to communicate is unlikely to be successfully received. If people feel that their values aren't being represented, that the organisation is hiding information, or the organisation has neglected their responsibilities, this situation can result in a lack of trust. If you would like to find out more about how to improve trust, please complete the "resolving conflicts and building trust" communications aim in the self-assessment, if you haven't already done so. Also, if you are interested in gaining feedback from the general public in regards to their level of trust in organisations in your sector, please complete the General Public's Self-assessment in your community.</p>		<p>Organisation ihrer Verantwortung nicht gerecht wird, kann dies zu einem Vertrauensverlust führen. Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, was für eine vertrauensvolle Kommunikationsarbeit wichtig ist, sollten Sie das Kommunikationsziel "Gemeinsame Konfliktlösung und Aufbau von Vertrauen" der Selbsteinschätzung auswählen – falls Sie es nicht bereits gemacht haben. Wenn Sie darüber hinaus Interesse haben, Rückmeldungen von der Bevölkerung über deren Vertrauen in Ihre Organisation zu erhalten, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Region/Stadt durchführen lassen.</p>
c) I don't know	<p>You have answered "I don't know" to the this question. As you are probably aware of, trust is very important for any kind of communication activity. It is therefore decisive to know whether your organisation has a good relationship with the intended audience and that they are likely to trust the information that you provide them. Without trust, the information that you wish to communicate is unlikely to be successfully received. If people feel that their values aren't being represented, that the organisation is hiding information, or the organisation has neglected their responsibilities, this situation can result in a lack of trust. If you would like to find out more about how to improve trust, please complete the "resolving conflicts and building trust" communications aim in the self-assessment, if you haven't already done so. Also, if you are interested in gaining feedback from the general public in regards to their level of trust in organisations in your sector, please complete the General Public's Self-assessment in your community.</p>	c) Ich weiß nicht.	<p>Sie haben die Frage mit "Ich weiß nicht" beantwortet. Wie Sie sicherlich wissen, ist Vertrauen für jede Art der Kommunikation eine wichtige Basis. Es ist daher von entscheidender Bedeutung, ob ihre Organisation ein gutes Verhältnis zu ihrer Zielgruppe hat und ob sie ihren Informationen vertraut oder nicht. Ohne Vertrauen werden die Informationen wahrscheinlich nicht richtig empfangen bzw. wahrgenommen. Sobald sich Menschen nicht ernst genommen fühlen bzw. das Gefühl haben, dass Informationen zurückgehalten werden oder dass die Organisation ihrer Verantwortung nicht gerecht wird, kann dies zu einem Vertrauensverlust führen. Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, was für eine vertrauensvolle Kommunikationsarbeit wichtig ist, sollten Sie das Kommunikationsziel "Gemeinsame Konfliktlösung und Aufbau von Vertrauen" der Selbsteinschätzung auswählen – falls Sie es nicht bereits gemacht haben. Wenn Sie darüber hinaus Interesse haben, Rückmeldungen von der Bevölkerung über deren Vertrauen in Ihre Organisation zu erhalten, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Region/Stadt durchführen lassen.</p>
Aim 1 – Raising risk awareness		Ziel 1 –Steigerung des Risikobewusstseins	
Do you provide information about earthquake risks?		Stellen Sie Informationen über Erdbeben zur Verfügung?	
a) Yes, regularly	<p>You provide information about the risk of earthquakes to your community/city/region. Having information about potential risks is an important step to get prepared.</p>	a) Ja, regelmäßig.	<p>Sie stellen regelmäßig Informationen über das Erdbebenrisiko in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung. Über mögliche Risiken informiert zu werden, ist für die Bevölkerung ein wichtiger Schritt, um sich besser vorbereiten zu können.</p>
b) Yes, from time to time	<p>You provide information about the risk of</p>	b) Ja, gelegentlich.	<p>Sie stellen Informationen über das Erdbebenrisiko in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region gelegentlich zur Verfügung.</p>

		earthquakes to your community/city/region from time to time. It can be beneficial to do this on a regular basis, because having information about potential risks is the first step to get prepared.			Es kann hilfreich sein dies regelmäßig zu tun, denn über mögliche Risiken informiert zu werden, ist für die Bevölkerung ein wichtiger Schritt, um sich besser vorbereiten zu können.
c) No		You don't provide information about the risk of earthquakes to your community/city/region. Here is space for improvement! Providing detailed information about the potential or experienced risks of earthquakes in your region can be very important in order to allow people to become aware of the risk and to make the decision to get prepared.	c) Nein		Sie stellen keine Informationen über das Erdbebenrisiko in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung. Hier gibt es noch Verbesserungspotential! Detaillierte Informationen über mögliche oder vergangene Erdbeben in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region können sehr wichtig sein, um die Bevölkerung auf das Risiko aufmerksam zu machen. Erst wenn es innerhalb der Bevölkerung ein Bewusstsein für das Erdbebenrisiko gibt, wird sie sich vorbereiten.
d) I don't know		You should inform yourself about whether your organisation provides information about the risk of earthquakes with your community/city/region. Providing detailed information about the potential or experienced risks of earthquakes in your region can be very important in order to allow people to become aware of the risk and to make the decision to get prepared.	d) Ich weiß nicht.		Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen über Erdbebenrisiko in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung stellt. Detaillierte Informationen über mögliche oder vergangene Erdbeben in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region können sehr wichtig sein, um die Bevölkerung auf das Risiko aufmerksam zu machen, damit sich diese dann in einem weiteren Schritt dazu entschließt, sich vorzubereiten.
Which good aspects of risk communication do you consider in order to raise risk awareness?			Welche Qualitätsfaktoren guter Kommunikation beachten Sie, um das Risikobewusstsein zu steigern?		
a) simple, graphical, and factual materials	if yes	In order to raise risk awareness you use simple, graphical and factual materials. This can help to create a memorable communication.	a) einfache, graphische und sachliche Materialien	Wenn ja	Um das Risikobewusstsein zu steigern, nutzen Sie einfache, graphische und sachliche Materialien. Diese Mittel können helfen, damit das Kommunizierte besser im Gedächtnis bleibt.
	if no	You are not using simple, graphical and factual materials in order to raise risk awareness. It might be relevant for you to use such materials, as this can help to create a memorable communication.		Wenn nein	Sie verwenden keine einfachen, graphischen und sachlichen Materialien, um das Risikobewusstsein zu steigern. Es könnte hilfreich für Sie sein, solche Materialien zu verwenden, denn diese können helfen, dass das Kommunizierte besser im Gedächtnis bleibt.
	if don't	You should inform yourself about whether your organisation uses simple, graphical and factual materials in order to raise risk awareness. Simple graphical representations of the information that you want to communicate can help to create a memorable communication.		Wenn weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation einfache, graphische und sachliche Materialien verwendet, um das Risikobewusstsein zu steigern. Eine einfache, graphische Darstellung der Informationen kann dazu beitragen, dass das Kommunizierte besser im Gedächtnis bleibt.
b) Simple language	if yes	Very good, you use a simple language in order to raise risk awareness. Research has shown that careful communication of information is really important. By avoiding technical language and making sure that your information is limited to a couple of main points, or messages, which	b) einfache Sprache	Wenn ja	Sehr gut, Sie nutzen einfache Sprache um das Risikobewusstsein zu steigern! Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass eine bedachte Kommunikation von Informationen sehr wichtig ist. Indem man technische Sprache vermeidet und sicher stellt, dass die Informationen auf einige Kernpunkte oder Kernbotschaften zusammengefasst sind, welche an verschiedenen Stellen Wiederholung finden, kann man dazu beitragen, dass eine Nachricht besser im Gedächtnis bleibt.

		are repeated often, can help to reinforce your message and make it memorable.			
	if no	You are not using a simple language in order to raise risk awareness. It is important to use simple language which avoids technical terms and is quickly comprehensible. Research has shown that careful communication of information is really important. By avoiding technical language and making sure that your information is limited to a couple of main points, or messages, which are repeated often, can help to reinforce your message and make it memorable.		Wenn nein	Sie verwenden keine einfache Sprache, um das Risikobewusstsein zu steigern. Es ist wichtig technische Begriffe zu vermeiden und eine leicht verständliche Sprache zu nutzen. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass eine bedachte Kommunikation von Informationen sehr wichtig ist. Indem man technische Sprache vermeidet und sicher stellt, dass die Informationen auf einige Kernpunkte oder Kernbotschaften zusammengefasst sind, welche an verschiedenen Stellen Wiederholung finden, kann man dazu beitragen, dass eine Nachricht besser im Gedächtnis bleibt.
	if don't	You should inform yourself about whether your organisation provides information in simple language, which avoids technical terms and is quickly comprehensible. Research has shown that careful communication of information is really important. By avoiding technical language and making sure that your information is limited to a couple of main points, or messages, which are repeated often, can help to reinforce your message and make it memorable.		Wenn weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen in einfacher Sprache verbreitet, die technische Begriffe meidet und leicht verständlich ist. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass eine bedachte Kommunikation von Informationen sehr wichtig ist. Indem man technische Sprache vermeidet und sicher stellt, dass die Informationen auf einige Kernpunkte oder Kernbotschaften zusammengefasst sind, welche an verschiedenen Stellen Wiederholung finden, kann man dazu beitragen, dass eine Nachricht besser im Gedächtnis bleibt.
c) Vivid examples and stories that communicate on a personal level	if yes	Great, you use vivid examples and stories that communicate on a personal level in order to raise risk awareness. Personal accounts of experiences of earthquakes can help the intended audience to empathise with the person communicating. Such communication can also help to ensure that the message being communicated is memorable.	c) Anschauliche und reale Bilder, Beispiele und Geschichten, die auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind	Wenn ja	Großartig, Sie verwenden lebendige Beispiele und Geschichten, welche auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind. Persönliche Berichte von Erfahrungen mit Erdbeben können dazu beitragen, dass sich die Zielgruppe(n) in die erzählende Person einfühlt. Diese Art der Kommunikation kann dazu beitragen, dass die Informationen länger im Gedächtnis bleiben.
	if no	You are not using vivid examples and stories that communicate on a personal level in order to raise risk awareness. It might be relevant for you to do so as personal accounts of experiences of earthquakes can help the intended audience to empathise with the person communicating. Such communication can also help to ensure that the message being communicated is memorable.		Wenn nein	Sie verwenden keine lebendigen Beispiele und Geschichten, welche auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind, um das Risikobewusstsein zu steigern. Persönliche Berichte von Erfahrungen mit Erdbeben können dazu beitragen, dass sich die Zielgruppe(n) in die erzählende Person einfühlt. Diese Art der Kommunikation kann dazu beitragen, dass die Informationen länger im Gedächtnis bleiben.
	if don't	You should inform yourself about whether your organisation uses vivid examples and stories that communicate on a personal level in order to raise risk awareness. Personal accounts of experiences of earthquakes can help the intended audience to empathise with the		Wenn weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation lebendige Beispiele und Geschichten nutzt, welche auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind, um das Risikobewusstsein zu steigern. Persönliche Berichte von Erfahrungen mit Erdbeben können dazu beitragen, dass sich die Zielgruppe(n) in die erzählende Person einfühlt. Diese Art der Kommunikation kann dazu beitragen, dass die Informationen länger im Gedächtnis bleiben.

	person communicating. Such communication can also help to ensure that the message being communicated is memorable.		
How well do your methods of risk communication suit your communications aim?		Wie gut passen Ihre verwendeten Risikokommunikationsmethoden zu Ihren Kommunikationszielen?	
Mass media		Massenmedien	
a) Website b) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes) c) Television	<p>To raise risk awareness you use mass media.</p> <p>Strengths of mass media are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Can reach large audiences • Can be memorable and credible for a lot of people • Can provide information quickly • Good relationships with media representatives can lead to a more informed and solution-oriented public <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Media source mostly controls the content and timing of the story and therefore should not be relied upon as a sole source of information provision • A small amount of negative coverage can destroy trust and credibility 	a) Website b) Publikationen in lokalen/regionalen Zeitung (incl. Amtsblättern) c) Fernsehen	<p>Sie nutzen Massenmedien, um das Risikobewusstsein zu steigern.</p> <p>Vorteile von Massenmedien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können eine große Zielgruppe erreichen. • Sie können lange und glaubwürdig im Gedächtnis bleiben. • Sie können Informationen schnell verbreiten. • Eine gute Beziehung zu Medienvertretern kann zu einer besser informierten und lösungsorientierten Bevölkerung führen. <p>Schwächen der Massenmedien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medien kontrollieren selbst den Inhalt und den Zeitpunkt der Verbreitung, deshalb sollte nicht auf sie als einziger Informationsträger vertraut werden. • Ein kleiner Anteil falscher Berichterstattung kann viel Vertrauen und Glaubwürdigkeit zerstören. Eine enge Absprache und Zusammenarbeit mit den Medien ist deshalb sehr wichtig.
Information materials		Informationsmaterialien	
d) Brochures, Leaflets, etc. e) Movies, Podcasts	<p>To raise risk awareness you use information material.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Can include large amounts of information • Can be expanded or condensed to meet the audiences needs • Are one of the most inexpensive forms of communication to produce (both time and resource costs are relatively low – of course this depends on the scale of the activity) • May be more comfortable for some users to use than other methods of communication (e.g. social media and stakeholder participation) <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Some information materials can be difficult for some users to understand (e.g. technical language as well as length are important factors to take into account, therefore a pre-test is suggested) • The process to develop information material is typically more lengthy than other types of 	d) Broschüren, Flyer etc. e) Filme, Podcasts	<p>Sie nutzen Informationsmaterialien, um das Risikobewusstsein zu steigern.</p> <p>Vorteile von Informationsmaterialien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können viele Informationen beinhalten. • Sie können an die Bedürfnisse der Zielgruppe entsprechend angepasst werden. • Sie sind eine günstige Form der Kommunikation in der Herstellung (sowohl zeitliche als auch finanzielle Kosten sind relativ gering – das hängt natürlich von der Vorbereitung ab). • Sie können für manche Zielgruppen bequemer sein als andere Kommunikationsmethoden (z.B. soziale Medien oder Bürgerbeteiligung). <p>Schwächen von Informationsmaterialien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einige Informationsmaterialien können für manche Nutzer schwer verständlich sein (z.B. sind die Verwendung von technischer Sprache und die Länge von Informationsmaterialien wichtige Aspekte, weshalb ein Vorlauf mit Testlesern empfohlen wird). • Es dauert in der Regel länger, Informationsmaterialien zu erstellen, als andere Kommunikationsmethoden in der Vorbereitung benötigen.

	method		
Technology-assisted communication		Technologiebasierte Kommunikation	
f) Automatic Voice/Phone Notification System	<p>To raise risk awareness you use technology-assisted communication.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Once developed such technologies can be easily up-dated and revised • Information can be quickly disseminated • Is a cost-effective way of involving audience members • Can be entertaining/ Whilst sirens and SMS communication are better suited for warning, Email, online courses, websites, videos and audio recordings are well suited to raising risk awareness. <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groups or regions without access to technology-assisted communication will not be reached and hence receive no communication. 	f) Automatisierte Sprach/Anruf-Benachrichtigungssysteme	<p>Um das Risikobewusstsein zu steigern, verwenden Sie technologiebasierte Kommunikation.</p> <p>Vorteile von technologiebasierter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenn sie einmal entwickelt sind, können sie meist leicht aktualisiert und verbessert werden. • Informationen können sehr schnell verbreitet werden. • Es ist ein günstiges Mittel, um die Zielgruppe mit einzubeziehen. • Es kann unterhaltend sein. Während Sirenen und SMS-Dienste besser für Warnungen geeignet sind, können E-Mails, Online-Kurse, Websites, Videos und Audio-Aufnahmen gut das Risikobewusstsein stärken. <p>Schwächen technologiebasierter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppen oder Regionen ohne Zugang zu diesen Kommunikationsmitteln (z.B. Internet, Netzabdeckung) können nicht erreicht werden und erhalten keine Information.
Social media		Soziale Medien	
g) Twitter h) Facebook i) Other	<p>To raise risk awareness you use social media.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Because people choose to engage in a conversation on social media, their interest is already high and that willingness may translate into a change in behaviour • Information can be quickly posted and up-dated • Feedback is instant and easy to track over time. • Little technical knowledge is required to use social media and set up an account • Is able to distribute large amounts of information, which audience members can tailor to their own needs (e.g. allows people to see large amounts of data and develop their own interpretation of risk) • Is a cost-effective way of involving audience members • Can be entertaining <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Due to the expectations of users of social media, information must always be kept up-to-date or someone must always be available to 	g) Twitter h) Facebook i) Andere	<p>Um das Risikobewusstsein zu steigern, nutzen Sie soziale Medien.</p> <p>Vorteile sozialer Medien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menschen, die sich entschlossen haben, in sozialen Medien aktiv zu werden, haben ein generelles Interesse daran. Dieses Interesse lässt sich möglicherweise auch in eine Änderung des Verhaltens ummünzen. • Informationen können schnell verbreitet und aktualisiert werden. • Feedback kommt sofort und ist leicht über die Zeit zurückzuverfolgen. • Es ist wenig technisches Wissen nötig, um einen Account anzulegen und soziale Medien zu nutzen. • Soziale Medien können eine Menge an Informationen verbreiten; die Zielgruppenmitglieder können sich diese nach eigenen Bedürfnissen maßschneidern (z.B. erlaubt es Menschen aus einer Masse an Informationen ihre eigene Sichtweise heraus zu bilden). • Es ist ein kosteneffektiver Weg, um die Bevölkerung zu involvieren. • Es kann unterhaltend sein. Während Sirenen und SMS-Dienste besser für Warnungen geeignet sind, können E-Mails, Online-Kurse, Websites, Videos und Audio-Aufnahmen gut das Risikobewusstsein stärken. <p>Schwächen sozialer Medien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzer sozialer Medien finden sich oft in der Erwartungshaltung, dass Informationen immer aktuell sein müssen und immer jemand verfügbar sein muss, um ihre Fragen zu beantworten. Eine Betreuung dieser Medien ist dringend notwendig. • Bestimmte demographische Gruppen nutzen soziale Medien eher als andere. • Verschiedene Perspektiven stiften möglicherweise Verwirrung; das Risiko von Falschinformationen besteht.

	<p>answer questions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certain demographic groups are more likely to use social media than others • Conflicting views may cause confusion; risk of misinformation 		
Face-to-face communication		Persönliche Kommunikation	
<p>j) Public meetings/hearings</p> <p>k) Public workshops</p> <p>l) Round table discussion</p> <p>m) Theatre plays</p>	<p>To raise risk awareness you use face-to-face communication.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Has an identifiable human representative of an organisation/credible person presenting the risk information, thus, personalising it • Offers the opportunity for immediate feedback • Easy to organise • Particularly in setting defined by intense interaction, can it be very valuable and effective (e.g. smaller communities) • Multiple presentations can be planned in order to reinforce the message and keep the audience up-to-date • Costs might be lower than for other methods <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Can be easily misunderstood • Audiences may be too overwhelmed or hostile • Speaker/narrator needs to be trusted; otherwise risk of non-acceptance • Oral presentations alone give the audience nothing to refer to later on • Effectiveness limited when larger groups need to be addressed (e.g. urban setting) 	<p>j) Öffentliche Veranstaltungen/Anhörungen</p> <p>k) Öffentliche Workshops</p> <p>l) Runder Tisch</p> <p>m) Theatervorführungen</p>	<p>Um das Risikobewusstsein zu steigern, nutzen Sie persönliche Kommunikation.</p> <p>Vorteile direkter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es gibt eine direkte Ansprechperson in der Organisation, welche Informationen zum Risiko bereithält. • Es gibt die Möglichkeit einer direkten Rückmeldung. • Sie ist einfach zu organisieren. • Insbesondere in Bereichen mit gewohnt intensiver persönlicher Auseinandersetzung, kann sie sehr wertvoll und effektiv sein (z.B. in kleinen Gemeinden). • Mehrere Vorträge können geplant werden, um die Kernbotschaften zu verstärken und die Zielgruppen auf dem Laufendem zu halten. • Kosten können niedriger sein als bei vergleichbaren Methoden. <p>Schwächen direkter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es kann leicht etwas missverstanden werden. • Die Zielgruppe kann leicht überfordert oder ablehnend werden. • Auf mündliche Vorträge allein können sich die Zuhörer später nicht so leicht und sicher beziehen. • Effektivität kann bei großen Gruppen beschränkt sein (z.B. im städtischen Umfeld).
Stakeholder participation		Bürgerbeteiligung	
<p>n) Role-playing</p> <p>o) Simulations (e.g. emergency exercise)</p>	<p>To raise risk awareness you use stakeholder participation.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Can build relationships and trust • Decisions based on participation are more likely than those that are not to be accepted • Can accommodate a variety of audiences • Can help deal with conflict situations <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • If not organised correctly (allowing the audience to interact in a meaningful way) it can damage an organisations reputation and 	<p>n) Rollenspiele</p> <p>o) Simulationen (z.B. Katastrophenübung)</p>	<p>Um das Risikobewusstsein zu steigern, beteiligen Sie die Bürger.</p> <p>Vorteile von Bürgerbeteiligung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es können persönlich Beziehungen und Vertrauen aufgebaut werden. • Entscheidungen, die durch Bürgerbeteiligung getroffen wurden, werden eher akzeptiert. • Sie können verschiedene Zielgruppen ansprechen. • Sie kann in Konfliktsituationen hilfreich sein. <p>Schwächen der Bürgerbeteiligung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenn Bürgerbeteiligung mit einem falschen Ziel als Methode genutzt wird (z.B. indem man die Bevölkerung keine Beteiligung an den grundlegenden Fragen gewährt) kann das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Organisation beschädigt werden. • Sie dauern sehr lange und sind kostenintensiv (Bürgerbeteiligung wird als besonders effektiv bei langfristigen Projekten gesehen).

	<p>credibility</p> <ul style="list-style-type: none"> • Time consuming and costly (stakeholder participation is seen to be particularly effective if it is long-term) 		
Visualisation of risk		Visualisierung des Risikos	
<p>p) Photos q) Posters and displays r) Direct advertising s) Videos t) Others</p>	<p>To raise risk awareness you use visualisation of risk.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Can bring simple risk messages to life with stunning clarity” • Avoid large amounts of text • Communicate to a wide range of audiences • Can be easily translated to other languages than other information materials • Visual messages can be memorable • Is seen as being particularly effective for raising awareness <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • May be culturally specific • Carries limited information and therefore cannot address as many questions that audiences may have about a risk as other methods • Can lose their impact if overused • Cannot be used as a standalone method • Can take time to produce • Requires technical knowledge to ensure that the intended message is produced (e.g. graphic designer) 	<p>p) Fotos q) Poster, Displays r) Werbung s) Videos t) Andere</p>	<p>Um das Risikobewusstsein zu steigern, visualisieren Sie das Risiko.</p> <p>Stärken der Visualisierung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Es kann einfache Botschaften mit überwältigender Klarheit ans Licht bringen.“ • Es wird wenig Text verwendet. • Es können viele verschiedene Zielgruppen angesprochen werden. • Sie kann leichter in andere Sprachen übersetzt werden als etwa Informationsmaterialien. • An visuelle Botschaften können sich viele Menschen leichter erinnern. • Visualisierungen werden als besonders wertvoll für das Steigern des Risikobewusstseins angesehen. <p>Schwächen der Visualisierung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können regional- und kulturspezifisch sein. • Es kann nur eine begrenzte Zahl von Informationen übertragen werden und es können deshalb nicht so viele Fragen beantwortet werden, wie es andere Methoden ermöglichen. • Die Aussagekraft kann bei zu häufiger Verwendung verloren gehen. • Sollte immer in Kombination mit anderen Methoden verwendet werden. • Für gute Visualisierungen von Sachverhalten braucht es meist eine lange Vorbereitungszeit. • Oftmals wird technisches Wissen (z.B. Graphikdesigner) benötigt, um sicher zu stellen, dass die gewünschte Aussage richtig ankommt.
How well do you know your audience?		Wie gut kennen Sie Ihre Zielgruppe? Wie gut erreichen Sie sie?	
a) yes	<p>Very good, you reach out to different groups with your communication. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be obtained by conducting a midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can, for instance, be collected through census data and understanding where different groups live in your community/city/region.</p>	a) ja	<p>Sehr gut, Sie erreichen verschiedene Gruppen mit Ihrer Kommunikation. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.</p>

b) No	You don't reach out different groups in your community/city/region. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be obtained by conducting a midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can, for instance, be collected through census data and understanding where different groups live in your community/city/region.	b) nein	Leider erreichen Sie mit Ihrer Kommunikation nicht verschiedene Bevölkerungsgruppen Ihrer Gemeinde/Stadt/Region. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.
c) I don't know	In your community/city/region live different groups. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be obtained by conducting a midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can, for instance, be collected through census data and understanding where different groups live in your community/city/region.	c) Ich weiß nicht	In Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben verschiedene Bevölkerungsgruppen. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.
Different habits and needs - Do you take such differences into account in your risk communication?		Verschiedene Gewohnheiten und Bedürfnisse – Nehmen Sie diese Unterschiede in Ihre Risikokommunikation auf?	
a) yes	Great, you take different habits and needs into account. It is important to know the needs and habits of these groups in order to select adequate methods and information for your risk communication. In case you are interested, this information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment.	a) Ja	Großartig, Sie nehmen verschiedene Kommunikationsgewohnheiten und -bedürfnisse der Bevölkerung in Ihrer Risikokommunikation auf. Es ist wichtig, dass Sie die verschiedenen Bedürfnisse und Gewohnheiten (z.B. beziehen manche Menschen ihre Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen) der unterschiedlichen Gruppen kennen, damit Sie entsprechende Methoden und Informationen für Ihre Risikokommunikation auswählen können. Wenn Sie interessiert sind, können Sie solche Informationen aus dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
b) No	You seem to not yet have tried to understand the needs and interests of the intended audience. This, however, is an important aspect of the development of a communications strategy. To receive adequate information for each group, a baseline audience analysis can help. This includes information largely related to the audience's ability to comprehend the	b) nein	Es scheint, dass Sie bisher nicht versucht haben die Kommunikationsgewohnheiten und -bedürfnisse der Bevölkerung zu identifizieren. Für das Entwickeln einer Risikokommunikationsstrategie ist es relevant, Gewohnheiten und Bedürfnisse verschiedener Bevölkerungsgruppen zu kennen (z.B. beziehen manche Menschen ihre Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen). Erst mit Hilfe dieser Informationen lassen sich passende Informationskanäle auswählen. Um die passenden Informationen über verschiedene Gruppen zu erhalten, ist eine „grundlegende Zielgruppenanalyse“ (engl.: „baseline audience analysis“) hilfreich. Diese fragt hauptsächlich nach Fähigkeiten der Bevölkerung verschiedene Informationen zu verstehen und zu interpretieren (z.B. nach der

	communication, such as reading ability, preferred methods of communication, and level of hostility. This information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment.		Alphabetisierung, bevorzugten Kommunikationsmethoden oder den Grad der Ablehnung einzelner Medien wie z.B. das Smartphone). Wenn Sie interessiert sind, können Sie solche Informationen aus dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
c) I don't know	Understanding the needs and interests of the intended audience is an important aspect of the development of a communication strategy. To address the adequate information for each group, a baseline audience analysis can help. This includes information largely related to the audience's ability to comprehend the communication, such as reading ability, preferred methods of communication, and level of hostility. This information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment.	c) Ich weiß nicht	Für eine gute Risikokommunikationsstrategie ist es wichtig die Bedürfnisse und Interessen Ihrer Zielgruppen zu verstehen. Für das Entwickeln einer Risikokommunikationsstrategie ist es relevant, Gewohnheiten und Bedürfnisse verschiedener Bevölkerungsgruppen zu kennen (z.B. beziehen manche Menschen ihre Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen). Erst mit Hilfe dieser Informationen lassen sich passende Informationskanäle auswählen. Um die passenden Informationen über verschiedene Gruppen zu erhalten, ist eine „grundlegende Zielgruppenanalyse“ (engl.: „baseline audience analysis“) hilfreich. Diese fragt hauptsächlich nach Fähigkeiten der Bevölkerung verschiedene Informationen zu verstehen und zu interpretieren (z.B. nach der Alphabetisierung, bevorzugten Kommunikationsmethoden oder den Grad der Ablehnung einzelner Medien wie z.B. das Smartphone). Wenn Sie interessiert sind, können Sie solche Informationen aus dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
Do you have a key message?		Haben Sie eine Kernbotschaft?	
a) yes	Great, you have a key message. This is the number one thing that you want your audience to remember or do. Make sure that your message is clear, concise and consistent.	a) ja	Großartig, Sie haben bereits eine Kernbotschaft definiert! Eine Kernbotschaft ist das Wichtigste, das Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln wollen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kernbotschaft klar, prägnant und konsistent ist.
b) No	You seem to not have a key message yet. Such a message is a critical part of any risk communications strategy. The key message is the number one thing that you want your audience to remember or to do. Use a clear and concise language. Ask yourself following questions: Why am I communicating risk? Who am I trying to address? What am I trying to change?	b) nein	Es scheint, dass Sie keine Kernbotschaft haben. Solche eine Kernbotschaft ist ein wichtiger Teil jeder Risikokommunikationsstrategie. Die Kernbotschaft ist das Wichtigste, das Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln wollen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kernbotschaft klar, prägnant und konsistent ist. Fragen Sie sich: Warum kommuniziere ich das Risiko? Wen versuche ich zu erreichen? Was versuche ich zu verändern?
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation has a key message. It is the first step for the development of a communication strategy. The key message is the number one thing that you want your audience to remember or to do. Use a clear and concise language. Ask yourself following questions: Why am I communicating risk? Who am I trying to address? What am I trying to change?	c) Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation eine Kernbotschaft definiert hat. Es ist ein entscheidender Schritt für das Entwickeln einer Kommunikationsstrategie. Die Kernbotschaft ist das Wichtigste, das Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln wollen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kernbotschaft klar, prägnant und konsistent ist. Fragen Sie sich: Warum kommuniziere ich das Risiko? Wen versuche ich zu erreichen? Was versuche ich zu verändern?
Do you collect and use feedback?		Sammeln Sie Rückmeldungen und verwenden Sie diese, um Ihre Kommunikation zu verbessern?	
a) yes	Very good, you are actively collecting feedback. In doing so you are able to ensure that you understand how your communication activities	a) ja	Sehr gut, Sie sammeln aktiv Feedback. Indem Sie das machen, können Sie sicherstellen, dass ihre Kommunikation richtig bei der Bevölkerung ankommt.

	are received by your audience.		
b) No	Until now you did not collect feedback on your communication strategy. Why not collect some feedback? In doing so you are able to ensure that you understand how your communication activities are received by your audience.	b) Nein	Bis jetzt haben Sie kein Feedback über Ihre Kommunikationsstrategie gesammelt. Durch Feedback würden Sie die Möglichkeit haben, sicherzustellen dass ihre Kommunikation richtig bei der Bevölkerung ankommt.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation collects feedback on your communication practices. In doing so you are able to ensure that you understand how your communication activities are received by your audience.	c) Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Feedback zur Risikokommunikation sammelt. Indem Sie das machen, können Sie sicherstellen, dass ihre Kommunikation bei der Bevölkerung ankommt.
If yes: Are you using the feedback to improve your communication practices?		Wenn ja, nutzen Sie das Feedback, um Ihre Kommunikationspraxis zu verbessern?	
a) yes	Great! Receiving feedback from your intended audience in regards to your risk communication efforts is a great way to improve future risk communication efforts.	a) Ja	Großartig! Das Erhalten und Auswerten des Feedbacks Ihrer Zielgruppe ist ein guter Weg, Ihre zukünftigen Anstrengungen in der Risikokommunikation zu verbessern.
b) No	Here is space for improvement as you are not yet using your feedback! You have already collected feedback on your communication practices. Now take the next step and use it for the improvement of your communication strategy.	b) Nein	Hier ist Potential für Verbesserungen, da Sie bisher das Feedback nicht nutzen! Sie haben bereits zwar Feedback über Ihre Risikokommunikation gesammelt. Nun, machen Sie den nächsten Schritt und nutzen Sie es für die Verbesserung Ihrer Risikokommunikationsstrategie.
c) I don't know	Your organisation has already collected feedback on your communication practices. You should inform yourself about whether your organisation uses this feedback to improve the communication strategy.	c) Ich weiß nicht	Ihre Organisation hat bereits Feedback über die Risikokommunikation gesammelt. Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation dieses Feedback nutzt, um die Kommunikationsstrategie zu verbessern.
Aim 2 Capacity to act		Ziel 2 Steigerung der Handlungsfähigkeit	
Do you provide information about the risk of earthquakes?		Stellen Sie Informationen über das Erdbebenrisiko zur Verfügung?	
a) yes	Great, you provide information about how residents in your community/city/region can prepare themselves. Members of the general public are not always aware of what they can do to prepare themselves for the event of an earthquake. Therefore, risk communication which aims to strengthen capacities to act is of great importance.	a) Ja	Großartig, Sie stellen Informationen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region darüber zur Verfügung, wie sich Bewohner vorbereiten können. Teile der Bevölkerung sind sich nicht immer darüber bewusst, was sie tun können, um sich auf Erdbeben vorzubereiten. Deshalb ist Risikokommunikation mit dem Ziel, die Handlungsfähigkeiten zu steigern, sehr wichtig.
b) No	You don't provide information about how residents in your community/city/region can prepare themselves. Here is space for	b) nein	Sie stellen bisher keine Informationen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region darüber zur Verfügung, wie sich Bewohner vorbereiten können. Hier gibt es Verbesserungspotential! Teile der Bevölkerung sind sich nicht immer darüber bewusst, was sie tun können, um sich auf Erdbeben vorzubereiten. Deshalb ist

	improvement! Members of the general public are not always aware of what they can do to prepare themselves for the event of an earthquake. Therefore, risk communication which aims to strengthen capacities to act is of great importance.		Risikokommunikation mit dem Ziel, die Handlungsfähigkeiten zu steigern, sehr wichtig.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation provides information about how residents in your community/city/region can prepare themselves. Members of the general public are not always aware of what they can do to prepare themselves for the event of an earthquake. Therefore, risk communication which aims to strengthen capacities to act is of great importance.	c) Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region darüber zur Verfügung stellt, wie sich Bewohner vorbereiten können. Teile der Bevölkerung sind sich nicht immer darüber bewusst, was sie tun können, um sich auf Erdbeben vorzubereiten. Deshalb ist Risikokommunikation mit dem Ziel, die Handlungsfähigkeiten zu steigern, sehr wichtig.
How regularly do you provide information about the risk of earthquakes?		Wie regelmäßig stellen Sie Informationen über das Erdbebenrisiko zur Verfügung? (Handlungsmöglichkeiten zur besseren Vorbereitung)	
a) Earthquake-safe construction or about earthquake protection in buildings		a) Erdbebensichere Baumaßnahmen oder Schutz vor Erdbeben in Gebäuden	
regularly	You provide information about Earthquake-safe construction or about earthquake protection in buildings regularly. That is great because it is a first step to get prepared.		Sie stellen Informationen über erdbebensichere Bauweisen oder Erdbebenschutz in Gebäuden regelmäßig in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung. Das ist sehr gut, denn es ist ein erster Schritt zu einer besseren Vorbereitung.
from time to time	You provide information about Earthquake-safe construction or about earthquake protection in buildings from time to time. To do it on a regular basis can be helpful because it is a first step to get prepared.		Sie stellen Informationen über erdbebensichere Bauweise oder Erdbebenschutz in Gebäuden von Zeit zu Zeit in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung. Es kann hilfreich sein dies regelmäßig zu tun, denn es ist ein wichtiger Schritt zu einer besseren Vorbereitung.
never	You don't provide information about Earthquake-safe construction or about earthquake protection in buildings. To do it on a regular basis can be helpful because it is a first step to get prepared.		Sie stellen keine Informationen über das Erdbebenrisiko in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung. Es kann hilfreich sein dies regelmäßig zu tun, denn es ist ein wichtiger Schritt zu einer besseren Vorbereitung.
I don't know	Make yourself familiar if your organisation provides information about Earthquake-safe construction or about earthquake protection in buildings. To do it on a regular basis can be helpful because it is a first step to get prepared.		Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen über erdbebensichere Bauweise oder Erdbebenschutz in Gebäuden zur Verfügung stellt. Es kann hilfreich sein dies regelmäßig zu tun, denn es ist ein wichtiger Schritt zu einer besseren Vorbereitung.
b) How to read and understand earthquake		b) Erdbebengefahren- und –risikokarten lesen und verstehen	

hazard and risk maps			
regularly	You provide information about how to read and understand earthquake hazard and risk maps regularly. That is very helpful in order to enable your audience to act in case of emergency.		Sie stellen regelmäßig Informationen darüber zur Verfügung, wie man Erdbebenrisiko- und -gefahrenkarten liest und versteht. Das ist sehr hilfreich, um Ihre Zielgruppe zu befähigen im Notfall richtig zu handeln.
from time to time	You provide information about how to read and understand earthquake hazard and risk maps from time to time. This information is helpful in order to enable your audience to act in case of emergency.		Sie stellen von Zeit zu Zeit Informationen darüber zur Verfügung, wie man Erdbebenrisiko- und -gefahrenkarten liest und versteht. Das ist sehr hilfreich, um Ihre Zielgruppe zu befähigen im Notfall richtig zu handeln.
never	You don't provide information about how to read and understand earthquake hazard and risk maps. This information can be helpful in order to enable your audience to act in case of emergency.		Sie stellen keine Informationen darüber zur Verfügung, wie man Erdbebenrisiko- und -gefahrenkarten liest und versteht. Das kann aber sehr hilfreich sein, um Ihre Zielgruppe zu befähigen im Notfall richtig zu handeln.
I don't know	You don't know if your organisation provides information about how to read and understand earthquake hazard and risk maps. This information can be helpful in order to enable your audience to act in case of emergency.		Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen zur Verfügung stellt, wie man Erdbebenrisiko- und -gefahrenkarten liest und versteht. Das kann aber sehr hilfreich sein, um Ihre Zielgruppe zu befähigen im Notfall richtig zu handeln.
c) Safe evacuation and emergency escape routes		c) Sichere Evakuierungs- und Fluchtwege	
regularly	You provide information about safe evacuation and emergency escape routes regularly. That is important as that information can save lives in case of emergency.		Sie stellen regelmäßig Informationen über sichere Evakuierungen und Fluchtwege zur Verfügung. Das ist wichtig, denn diese Informationen können im Notfall Leben retten.
from time to time	You provide information about safe evacuation and emergency escape routes from time to time. That is important as it can save lives in case of emergency.		Sie stellen von Zeit zu Zeit Informationen über sichere Evakuierungen und Fluchtwege zur Verfügung. Das ist wichtig, denn diese Informationen können im Notfall Leben retten.
never	You don't provide information about safe evacuation and emergency escape routes. It is important to do it on a regular basis as that information can save lives in case of emergency.		Sie stellen keine Informationen über sichere Evakuierungen und Fluchtwege zur Verfügung. Es ist wichtig das regelmäßig zu tun, denn diese Informationen können im Notfall Leben retten.
I don't know	Find out if your organisation provides information about safe evacuation and emergency escape routes. It is important to do it on a regular basis as that information can save lives in case of emergency.		Finden Sie heraus, ob Ihre Organisation Informationen über sichere Evakuierungen und Fluchtwege zur Verfügung stellt. Es ist wichtig das regelmäßig zu tun, denn diese Informationen können im Notfall Leben retten.
d) Information about earthquake		d) Information über Erdbebensicherheit und Bauverordnungen	

resistance/building codes			
regularly	You provide information about earthquake resistance/building codes regularly. That is relevant as is an important step to get prepared.		Sie stellen regelmäßig Informationen über Erdbebensicherheit/Bauverordnungen zur Verfügung. Das ist wichtig, denn es ist ein wichtiger Schritt, um vorbereitet zu sein.
from time to time	You provide information about earthquake resistance/building codes from time to time. That is relevant as is an important step to get prepared.		Sie stellen regelmäßig Informationen über Erdbebensicherheit/Bauverordnungen zur Verfügung. Das ist wichtig, denn es ist ein wichtiger Schritt, um vorbereitet zu sein.
never	You don't provide information about earthquake resistance/building codes. That is relevant as is an important step to get prepared.		Sie stellen keine Informationen über Erdbebensicherheit/Bauverordnungen zur Verfügung. Das ist wichtig, denn es ist ein wichtiger Schritt, um vorbereitet zu sein.
I don't know	You don't know if your organisation provides information about earthquake resistance/building codes. That is relevant as is an important step to get prepared.		Sie wissen nicht ob Ihre Organisation Informationen über Erdbebensicherheit/Bauverordnungen zur Verfügung stellt. Das ist wichtig, denn es ist ein wichtiger Schritt, um vorbereitet zu sein.
e) Non-structural risk mitigation on individual property (e.g. good practice in stabilizing and arranging furniture)		e) Risikominderung am Privateigentums (z.B. durch Stabilisierung und Sicherung der Einrichtung)	
regularly	You provide information about non-structural risk mitigation on individual property (e.g. good practice in stabilizing and arranging furniture) regularly. That is great because it can raise people's capacities to act.		Sie stellen regelmäßig Informationen zur Risikominderung am Privateigentum (z.B. richtiges Aufbauen und Anordnen von Möbeln) zur Verfügung. Das ist großartig, denn es verbessert die Handlungsfähigkeiten der Bevölkerung.
from time to time	You provide information about non-structural risk mitigation on individual property (e.g. good practice in stabilizing and arranging furniture) from time to time. That is important because it can raise people's capacities to act.		Sie stellen von Zeit zu Zeit Informationen zur Risikominderung am Privateigentum (z.B. richtiges Aufbauen und Anordnen von Möbeln) zur Verfügung. Das ist wichtig, denn es verbessert die Handlungsfähigkeiten der Bevölkerung.
never	You don't provide information about non-structural risk mitigation on individual property (e.g. good practice in stabilizing and arranging furniture). That can be important because it can raise people's capacities to act.		Sie stellen keine Informationen zur Risikominderung am Privateigentum (z.B. richtiges Aufbauen und Anordnen von Möbeln) zur Verfügung. Das kann wichtig sein, denn es verbessert die Handlungsfähigkeiten der Bevölkerung.
I don't know	Make yourself familiar whether your organisation provides information about non-structural risk mitigation on individual property (e.g. good practice in stabilizing and arranging furniture). That can be important because it can raise people's capacities to act.		Informieren Sie sich, ob Ihre Organisation Informationen zur Risikominderung am Privateigentum (z.B. richtiges Aufbauen und Anordnen von Möbeln) zur Verfügung stellt. Das kann wichtig sein, denn es verbessert die Handlungsfähigkeiten der Bevölkerung.

f) How to insure buildings against damage from natural disasters		f) Gebäudeversicherung für Elementarschäden	
regularly	You provide information about how to insure buildings against damage from natural disasters regularly. Great, that is an important information as insurances are an relevant part of household's resilience.		Sie stellen Informationen über Gebäudeversicherungen gegen Schäden von Naturkatastrophen zur Verfügung. Das ist sehr gut, denn Versicherungen können einen wichtigen Beitrag zur Resilienz (Erholung z.B. nach einem Erdbeben) der Bevölkerung leisten.
from time to time	You provide information about how to insure buildings against damage from natural disasters from time to time. It is an important information as insurances are an relevant part of household's resilience.		Sie stellen Informationen über Gebäudeversicherungen gegen Schäden von Naturkatastrophen von Zeit zu Zeit zur Verfügung. Das ist eine wichtige Information, denn Versicherungen können einen wichtigen Beitrag zur Resilienz der Bevölkerung (Erholung z.B. nach einem Erdbeben) leisten.
never	You don't provide information about how to insure buildings against damage from natural disasters. It can be an important information as insurances are an relevant part of household's resilience.		Sie stellen keine Informationen über Gebäudeversicherungen gegen Schäden von Naturkatastrophen zur Verfügung. Das kann eine wichtige Information sein, denn Versicherungen können einen wichtigen Beitrag zur Resilienz der Bevölkerung (Erholung z.B. nach einem Erdbeben) leisten.
I don't know	Find out if your organisation provides information about how to insure buildings against damage from natural disasters. It can be an important information as insurances are an relevant part of household's resilience.		Finden Sie heraus, ob Ihre Organisation Informationen Gebäudeversicherungen gegen Schäden von Naturkatastrophen zur Verfügung stellt. Das kann eine wichtige Information sein, denn Versicherungen können einen wichtigen Beitrag zur Resilienz der Bevölkerung (Erholung z.B. nach einem Erdbeben) leisten.
g) Preparation of individual earthquake emergency / evacuation plan for family, small businesses or farm		g) Erstellung von individuellen Notfallplänen bzw. Evakuierungsplänen für die Familie oder ein kleineres (landwirtschaftliches) Unternehmen	
regularly	You provide information about preparation of individual earthquake emergency / evacuation plan for family, small businesses or farm regularly. That is great as such a plan can be a first step to prepare.		Sie stellen Informationen über das Erstellen von individuellen Notfall-/Evakuierungsplänen für Familien, kleine Unternehmen oder landwirtschaftliche Betriebe bei Erdbeben zur Verfügung. Das ist sehr gut, denn so ein Plan kann ein erster Schritt für einen Haushalt bzw. ein Unternehmen zu einer besseren Vorbereitung auf Erdbeben sein.
from time to time	You provide information about preparation of individual earthquake emergency / evacuation plan for family, small businesses or farm from time to time. Such a plan can be a first step to prepare.		Sie stellen Informationen über das Erstellen von individuellen Notfall-/Evakuierungsplänen für Familien, kleine Unternehmen oder landwirtschaftliche Betriebe bei Erdbeben von Zeit zu Zeit zur Verfügung. So ein Plan kann ein erster Schritt für einen Haushalt bzw. ein Unternehmen zu einer besseren Vorbereitung auf Erdbeben sein.
never	You don't provide information about preparation of individual earthquake emergency / evacuation plan for family, small businesses or farm. Such a plan can be a first step to prepare.		Sie stellen keine Informationen über das Erstellen von individuellen Notfall-/Evakuierungsplänen für Familien, kleine Unternehmen oder landwirtschaftliche Betriebe bei Erdbeben zur Verfügung. So ein Plan kann ein erster Schritt für einen Haushalt bzw. ein Unternehmen zu einer besseren Vorbereitung auf Erdbeben sein.

I don't know	You don't know whether your organisation provides information about preparation of individual earthquake emergency / evacuation plan for family, small businesses or farm. Such a plan can be a first step to prepare.		Sie wissen nicht, ob Ihre Organisation Informationen über das Erstellen von individuellen Notfall-/Evakuierungsplänen für Familien, kleine Unternehmen oder landwirtschaftliche Betriebe bei Erdbeben zur Verfügung stellt. So ein Plan kann für einen Haushalt bzw. ein Unternehmen ein erster Schritt zu einer besseren Vorbereitung auf Erdbeben sein.
h) Preparation of an earthquake family reunion plan		h) Erstellung eines Planes zur Familienzusammenführung nach einem Erdbeben	
regularly	You provide information about preparation of an earthquake family reunion plan regularly. Such a plan can be a first step to prepare.		Sie stellen regelmäßig Informationen über das Erstellen von Plänen zu Familienzusammenführung nach einem Erdbeben zur Verfügung. So ein Plan kann ein erster Schritt zu einer besseren Vorbereitung auf Erdbeben sein.
from time to time	You provide information about preparation of an earthquake family reunion plan from time to time. Such a plan can be a first step to prepare.		Sie stellen von Zeit zu Zeit Informationen über das Erstellen von Plänen zu Familienzusammenführung nach einem Erdbeben zur Verfügung. So ein Plan kann ein erster Schritt zu einer besseren Vorbereitung auf Erdbeben sein.
never	You don't provide information about preparation of an earthquake family reunion plan. Such a plan can be a first step to prepare.		Sie stellen keine Informationen über das Erstellen von Plänen zu Familienzusammenführung nach einem Erdbeben zur Verfügung. So ein Plan kann ein erster Schritt zu einer besseren Vorbereitung auf Erdbeben sein.
I don't know	Check if your organisation provides information about preparation of an earthquake family reunion plan. Such a plan can be a first step to prepare.		Überprüfen Sie ob Ihre Organisation Informationen über das Erstellen von Plänen zu Familienzusammenführung nach einem Erdbeben zur Verfügung stellt. So ein Plan kann ein erster Schritt zu einer besseren Vorbereitung auf Erdbeben sein.
i) Information about what to put into an earthquake emergency kit (e.g. store important documents, medicine, phone numbers, evacuation procedures)		i) Information, was alles in einen Notfallkoffer gehört (z.B. Aufbewahrung von Dokumenten, Medikamenten, wichtigen Telefonnummern, Vorgehen im Evakuierungsfall)	
regularly	You provide information about what to put into an earthquake emergency kit (e.g. store important documents, medicine, phone numbers, evacuation procedures) regularly. That is great because it enables your audience to act in case of emergency.		Sie informieren regelmäßig darüber, was ein Notfallkoffer enthalten sollte (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Vorgehen im Evakuierungsfall). Das ist sehr relevant, denn es erlaubt Ihrer Zielgruppe im Notfall zu handeln.
from time to time	You provide information about what to put into an earthquake emergency kit (e.g. store important documents, medicine, phone numbers, evacuation procedures) from time to time. Such information enables your audience to act in case of emergency.		Sie informieren von Zeit zu Zeit darüber, was ein Notfallkoffer enthalten sollte (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Vorgehen im Evakuierungsfall). Das ist sehr relevant, denn es erlaubt Ihrer Zielgruppe im Notfall zu handeln.
never	You don't provide information about what to put into an earthquake emergency kit (e.g. store important documents, medicine, phone		Sie informieren nicht darüber, was ein Notfallkoffer enthalten sollte (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Vorgehen im Evakuierungsfall). Das wäre wichtig, denn es erlaubt Ihrer Zielgruppe im Notfall zu handeln.

	numbers, evacuation procedures). Such information enables your audience to act in case of emergency.		
I don't know	Find out if your organisation provides information about what to put into an earthquake emergency kit (e.g. store important documents, medicine, phone numbers, evacuation procedures). Such information enables your audience to act in case of emergency.		Überprüfen Sie, ob Ihre Organisation Informationen darüber zur Verfügung stellt, was ein Notfallkoffer enthalten sollte (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Vorgehen im Evakuierungsfall). Das wäre wichtig, denn es erlaubt Ihrer Zielgruppe im Notfall zu handeln.
j) Appropriate behaviour for emergency (e.g. store important documents, medicine, phone numbers ready, evacuation procedures)		j) Richtiges Verhalten im Notfall (z.B. Aufbewahrung von Dokumenten, Medikamenten, wichtigen Telefonnummern, Vorgehen im Evakuierungsfall)	
regularly	You provide information about appropriate behaviour for emergency (e.g. store important documents, medicine, phone numbers ready, evacuation procedures) regularly. Appropriate behaviour in case of emergency can save lives.		Sie informieren regelmäßig über angemessenes Verhalten im Notfall (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Evakuierungsanweisungen). Richtiges Verhalten im Notfall kann Leben retten.
from time to time	You provide information about appropriate behaviour for emergency (e.g. store important documents, medicine, phone numbers ready, evacuation procedures) from time to time. Appropriate behaviour in case of emergency can save lives.		Sie informieren von Zeit zu Zeit über angemessenes Verhalten im Notfall (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Evakuierungsanweisungen). Richtiges Verhalten im Notfall kann Leben retten.
never	You don't provide information about appropriate behaviour for emergency (e.g. store important documents, medicine, phone numbers ready, evacuation procedures). Appropriate behaviour in case of emergency can save lives.		Sie informieren nicht über angemessenes Verhalten im Notfall (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Evakuierungsanweisungen). Richtiges Verhalten im Notfall kann Leben retten.
I don't know	Check if your organisation provides information about appropriate behaviour for emergency (e.g. store important documents, medicine, phone numbers ready, evacuation procedures). Appropriate behaviour in case of emergency can save lives.		Überprüfen Sie ob, Ihre Organisation über angemessenes Verhalten im Notfall (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Evakuierungsanweisungen) informiert. Richtiges Verhalten im Notfall kann Leben retten.
k) Concrete example of what to do in the case of an earthquake event (e.g. "drop, cover and hold on")		k) Konkrete Beispiele was im Fall eines Erdbebens zu tun ist (z.B. „Fallenlassen, in Deckung gehen und warten.“)	

regularly	You provide information about concrete examples of what to do in the case of an earthquake event (e.g. “drop, cover and hold on”) regularly. That is important as the information enables people at risk to act in case of emergency.		Sie stellen regelmäßig Informationen über konkrete Handlungsempfehlungen zur Verfügung (z.B. „In Deckung gehen, Kopf schützen, warten“). Das ist wichtig, da diese Information die Bevölkerung befähigt richtig im Notfall zu reagieren.	
from time to time	You provide information about concrete examples of what to do in the case of an earthquake event (e.g. “drop, cover and hold on”) from time to time. It is important to do it on a regular basis as such information enables people at risk to act in case of emergency.		Sie stellen von Zeit zu Zeit Informationen über konkrete Handlungsempfehlungen zur Verfügung (z.B. „In Deckung gehen, Kopf schützen, warten“). Es ist wichtig dies regelmäßig zu tun, da diese Information die Bevölkerung befähigt im Notfall richtig zu reagieren.	
never	You don't provide information about concrete examples of what to do in the case of an earthquake event (e.g. “drop, cover and hold on”). It is important to do it on a regular basis as such information enables people at risk to act in case of emergency.		Sie stellen keine Informationen über konkrete Handlungsempfehlungen zur Verfügung (z.B. „In Deckung gehen, Kopf schützen, warten“). Es wäre wichtig dies regelmäßig zu tun, da diese Information die Bevölkerung befähigt im Notfall richtig zu reagieren.	
I don't know	You don't know if your organisation provides information about concrete examples of what to do in the case of an earthquake event (e.g. “drop, cover and hold on”). It is important to do it on a regular basis as such information enables people at risk to act in case of emergency.		Sie wissen nicht, ob Ihre Organisation Informationen über konkrete Handlungsempfehlungen zur Verfügung (z.B. „In Deckung gehen, Kopf schützen, warten“) stellt. Es wäre wichtig dies regelmäßig zu tun, da diese Information die Bevölkerung befähigt im Notfall richtig zu reagieren.	
Which good aspects of risk communication do you consider in order to increase the capacity to act?				
a) simple, graphical, and factual materials	if yes	In order to enhance the capacity to act you use simple, graphical and factual materials. Simple graphical representations of the information that you want to communicate can help to create a memorable communication.	a) einfache, graphische und sachliche Materialien <i>Wenn ja</i>	Um das Risikobewusstsein zu steigern, nutzen Sie einfache, graphische und sachliche Materialien. Diese Mittel können helfen, damit das Kommunizierte besser im Gedächtnis bleibt.
	if no	You are not using simple, graphical and factual materials in order to hence the capacity to act. It might be relevant for you to use such materials, as this can help to create a memorable communication.	<i>Wenn nein</i>	Sie verwenden keine einfachen, graphischen und sachlichen Materialien, um das Risikobewusstsein zu steigern. Es könnte hilfreich für Sie sein, solche Materialien zu verwenden, denn diese können dabei helfen, dass das Kommunizierte besser im Gedächtnis bleibt.
	if don't	You should inform yourself about whether your organisation uses simple, graphical and factual materials in order to enhance the capacity to act. Simple graphical representations of the information that you want to communicate can help to create a memorable communication.	<i>Wenn weiß nicht</i>	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation einfache, graphische und sachliche Materialien verwendet, um das Risikobewusstsein zu steigern. Eine einfache, graphische Darstellung der Informationen kann dazu beitragen, dass das Kommunizierte besser im Gedächtnis bleibt.
b) Simple	if yes	Very good, you use a simple language in order	b) einfache Sprache <i>Wenn ja</i>	Sehr gut, Sie nutzen einfache Sprache um das Risikobewusstsein zu steigern! Wissenschaftliche Erkenntnisse

language		to enhance the capacity to act. Research has shown that careful communication of information is really important. By avoiding technical language and making sure that your information that you communicate is limited to three main points, or messages, which are repeated often, can help to reinforce your message and make it memorable.			zeigen, dass eine bedachte Kommunikation von Informationen sehr wichtig ist. Indem man technische Sprache vermeidet und sicher stellt, dass die Informationen auf einige Kernpunkte oder Kernbotschaften zusammengefasst sind, welche an verschiedenen Stellen Wiederholung finden, kann man dazu beitragen, dass eine Nachricht besser im Gedächtnis bleibt.
	if no	You seem to not use simple language yet in order to enhance the capacity to act. This can be important as research has shown that careful communication of information is really important. By avoiding technical language and making sure that your information that you communicate is limited to three main points, or messages, which are repeated often, can help to reinforce your message and make it memorable.		<i>Wenn nein</i>	Sie verwenden keine einfache Sprache, um das Risikobewusstsein zu steigern. Es ist wichtig technische Begriffe zu vermeiden und eine leicht verständliche Sprache zu nutzen. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass eine bedachte Kommunikation von Informationen sehr wichtig ist. Indem man technische Sprache vermeidet und sicher stellt, dass die Informationen auf einige Kernpunkte oder Kernbotschaften zusammengefasst sind, welche an verschiedenen Stellen Wiederholung finden, kann man dazu beitragen, dass eine Nachricht besser im Gedächtnis bleibt.
	if don't	You should inform yourself about whether your organisation provides information with a simple language, which avoids technical terms and is quickly comprehensible. Research has shown that careful communication of information is really important. By avoiding technical language and making sure that your information that you communicate is limited to three main points, or messages, which are repeated often, can help to reinforce your message and make it memorable.		<i>Wenn weiß nicht</i>	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen in einfacher Sprache verbreitet, welche technische Begriffe meidet und leicht verständlich ist. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass eine bedachte Kommunikation von Informationen sehr wichtig ist. Indem man technische Sprache vermeidet und sicher stellt, dass die Informationen auf einige Kernpunkte oder Kernbotschaften zusammengefasst sind, welche an verschiedenen Stellen Wiederholung finden, kann man dazu beitragen, dass eine Nachricht besser im Gedächtnis bleibt.
c) Vivid examples and stories that communicate on a personal level	if yes	Great, you use vivid examples and stories that communicate on a personal level in order to enhance the capacity to act. Personal accounts of experiences with earthquake-related hazards can help the intended audience to empathise with the person communicating. Such communication can also help to ensure that the message being communicated is memorable.	d) Anschauliche und reale Bilder, Beispiele und Geschichten, die auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind	<i>Wenn ja</i>	Großartig, Sie verwenden lebendige Beispiele und Geschichten, welche auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind. Persönliche Berichte von Erfahrungen mit Erdbeben können dazu beitragen, dass sich die Zielgruppe(n) in die erzählende Person einfühlt. Solche Kommunikation kann dazu beitragen, dass die Informationen länger im Gedächtnis bleiben.
	if no	It seems you are not yet using vivid examples. this might be relevant for you as personal accounts of experiences with earthquake-related hazards can help the intended audience to empathise with the person communicating. Such communication can also help to ensure that the message being communicated is memorable.		<i>Wenn nein</i>	Sie verwenden keine lebendigen Beispiele und Geschichten, welche auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind, um das Risikobewusstsein zu steigern. Persönliche Berichte von Erfahrungen mit Erdbeben können dazu beitragen, dass sich die Zielgruppe(n) in die erzählende Person einfühlt. Solche Kommunikation kann dazu beitragen, dass die Informationen länger im Gedächtnis bleiben.
	if don't	You should inform yourself about whether your organisation uses vivid examples and stories that communicate on a personal level in order		<i>Wenn weiß nicht</i>	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation lebendigen Beispiele und Geschichten nutzt, welche auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind, um das Risikobewusstsein zu steigern. Persönliche Berichte von Erfahrungen mit Erdbeben können dazu beitragen, dass sich die Zielgruppe(n) in die erzählende Person

	to enhance the capacity to act. Personal accounts of experiences with earthquake-related hazards can help the intended audience to empathise with the person communicating. Such communication can also help to ensure that the message being communicated is memorable.			empfiehlt. Solche Kommunikation kann dazu beitragen, dass die Informationen länger im Gedächtnis bleiben.
When you communicate with the general public, does your organisation emphasise the potential benefits of taking these actions?		Hebt Ihre Organisation den potenziellen Nutzen von Vorbereitungsmaßnahmen hervor, wenn sie mit der allgemeinen Öffentlichkeit kommuniziert?		
a) yes	Great, you emphasise the potential benefits of taking actions! Research has found that if individuals perceive a risk of being high and believe that their actions can make a difference, they are likely to take action. It has also been found that the communication of negative information should be limited in risk communication as they may have a detrimental effect and overpower the possible solution and could also undermine trust. Risk communication should focus on the risks of inaction but place more emphasis on the audiences ability to act and the benefits of doing so.	a) ja		Großartig, Sie verdeutlichen den Nutzen von Vorbereitungsmaßnahmen! Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass ein als gefährlich wahrgenommenes Risiko kombiniert mit der Überzeugung, dass eigenes Handeln den Schaden reduzieren kann, die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass tatsächlich Vorbereitungsmaßnahmen getroffen werden. Es wurde außerdem herausgefunden, dass negative Informationen mit Bedacht kommuniziert werden sollten, da es ein Handeln der Bevölkerung hemmen kann. Zusätzlich kann es das Vertrauen mindern. Demnach sollte im Vordergrund stehen, den Mehrwert vom eigenen Handeln zu verdeutlichen.
b) No	Until now you don't emphasise the potential benefits of taking actions. Research has found that if individuals perceive a risk of being high and believe that their actions can make a difference, they are likely to take action. It has also been found that the communication of negative information should be limited in risk communication as they may have a detrimental effect and overpower the possible solution and could also undermine trust. Risk communication should focus on the risks of inaction but place more emphasis on the audiences ability to act and the benefits of doing so.	b) Nein		Bisher verdeutlichen Sie den Nutzen von Vorbereitungsmaßnahmen nicht. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass ein als gefährlich wahrgenommenes Risiko kombiniert mit der Überzeugung, dass eigenes Handeln den Schaden reduzieren kann, die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass tatsächlich Vorbereitungsmaßnahmen getroffen werden. Es wurde außerdem herausgefunden, dass negative Informationen mit Bedacht kommuniziert werden sollten, da es ein Handeln der Bevölkerung hemmen kann. Zusätzlich kann es das Vertrauen mindern. Demnach sollte im Vordergrund stehen, den Mehrwert vom eigenen Handeln zu verdeutlichen.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation emphasises the potential benefits of taking actions. Research has found that if individuals perceive a risk of being high and believe that their actions can make a difference, they are likely to take action. It has also been found that the communication of negative information should be limited in risk communication as they may have a detrimental effect and overpower the possible solution and could also undermine trust. Risk communication	c) Ich weiß nicht		Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation den Nutzen von Vorbereitungsmaßnahmen verdeutlicht. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass ein als gefährlich wahrgenommenes Risiko kombiniert mit der Überzeugung, dass eigenes Handeln den Schaden reduzieren kann, die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass tatsächlich Vorbereitungsmaßnahmen getroffen werden. Es wurde außerdem herausgefunden, dass negative Informationen mit Bedacht kommuniziert werden sollten, da es ein Handeln der Bevölkerung hemmen kann. Zusätzlich kann es das Vertrauen mindern. Demnach sollte im Vordergrund stehen, den Mehrwert vom eigenen Handeln zu verdeutlichen.

	should focus on the risks of inaction but place more emphasis on the audiences ability to act and the benefits of doing so.		
Do you communicate your roles and responsibility for managing the risk of earthquakes to the general public?		Verdeutlichen Sie gegenüber der Allgemeinheit die Rolle und Verantwortlichkeiten Ihrer Organisation in Bezug auf Erdbeben?	
a) yes	Very good, you have already communicated your roles and responsibilities to the general public. Clear communication which states the roles and responsibilities of the organisation can help to manage expectations of what the organisation can and cannot achieve in regards to protecting citizens and responding in case of an earthquake. Such information can help to build trust.	a) Ja	Sehr gut, sie kommunizieren bereits transparent, welche Rolle Ihre Organisation im Erdbebenmanagement einnimmt und welche Verantwortlichkeiten bei Ihnen liegen. Indem Sie das tun, können Erwartungen aus der Bevölkerung (z.B. in welchem Maß Ihre Organisation zum Schutz der Bevölkerung im Erdbebenfall beitragen kann oder nicht) abgeglichen werden. Die Bevölkerung kann die Rolle Ihrer Organisation richtig einordnen und evtl. für sich selbst mögliche weitere (Vorsorge-)Handlungen ableiten. Diese transparente Kommunikation hilft beim Aufbau von Vertrauen.
b) No	So far you did not communicate your roles and responsibilities to the general public. Clear communication which states the roles and responsibilities of the organisation can help to manage expectations of what the organisation can and cannot achieve in regards to protecting citizens and responding in case of an earthquake. Such information can help to build trust.	b) Nein	Sie sollten darüber nachdenken, zu kommunizieren, welche Rolle Ihre Organisation im Erdbebenmanagement einnimmt und welche Verantwortlichkeiten bei Ihnen liegen. Indem Sie das tun, können Erwartungen aus der Bevölkerung (z.B. in welchem Maß Ihre Organisation zum Schutz der Bevölkerung im Erdbebenfall beitragen kann oder nicht) abgeglichen werden. Die Bevölkerung kann die Rolle Ihrer Organisation richtig einordnen und evtl. für sich selbst mögliche weitere (Vorsorge-)Handlungen ableiten. Diese transparente Kommunikation hilft beim Aufbau von Vertrauen.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation communicates your roles and responsibilities to the general public. Clear communication which states the roles and responsibilities of the organisation can help to manage expectations of what the organisation can and cannot achieve in regards to protecting citizens and responding in case of an earthquake. Such information can help to build trust.	c) Ich weiß nicht	Sie sollten darüber nachdenken, zu kommunizieren, welche Rolle Ihre Organisation im Erdbebenmanagement einnimmt und welche Verantwortlichkeiten bei Ihnen liegen. Indem Sie das tun, können Erwartungen aus der Bevölkerung (z.B. in welchem Maß Ihre Organisation zum Schutz der Bevölkerung im Erdbebenfall beitragen kann oder nicht) abgeglichen werden. Die Bevölkerung kann die Rolle Ihrer Organisation richtig einordnen und evtl. für sich selbst mögliche weitere (Vorsorge-)Handlungen ableiten. Diese transparente Kommunikation hilft beim Aufbau von Vertrauen.
Do you communicate the responsibilities and rights of the general public with regards to earthquakes?		Kommunizieren Sie die Verantwortlichkeiten und Rechte der Öffentlichkeit in Bezug auf Erdbeben?	
a) yes	Great. In addition to communicating the roles and responsibilities of your organisation, it is also important to communicate the roles and responsibilities of the general public. The general public needs to take action to prepare themselves but they may not understand what they can do and, therefore, what their role in ensuring their own preparedness is. Clearly communicating what your organisation expects from the general public in terms of their role in	d) Ja	Sehr gut, Sie kommunizieren die Rechte und Pflichten der Bevölkerung. Ebenso wichtig ist, dass Sie Ihre Rolle bzw. die Rolle Ihrer Organisation verdeutlichen. Damit die Bevölkerung im Bereich der Erdbebenvorsorge aktiv wird, muss sie wissen, welchen Beitrag sie leisten kann. Eine klare Kommunikation der Erwartungen an die Bevölkerung in Bezug auf die eigene Vorbereitung und an die der Gemeinde/Stadt/Region ist deshalb relevant. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen: Je höher das Verantwortungsgefühl der Bevölkerung, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie sich mit Erdbebenvorsorge aktiv auseinandersetzt und entsprechend handelt.

	their own and their community's preparedness is really important. Research has found that if individuals feel responsible, they are more likely to take action to prepare themselves.		
b) No	Risk communication efforts should aim at encouraging the public to become involved in the management of an earthquake event. In addition to communicating the roles and responsibilities of your organisation, it is also important to communicate the roles and responsibilities of the general public. The general public needs to take action to prepare themselves but they may not understand what they can do and, therefore, what their role in ensuring their own preparedness is. Clearly communicating what your organisation expects from the general public in terms of their role in their own and their community's preparedness is really important. Research has found that if individuals feel responsible, they are more likely to take action to prepare themselves.	e) Nein	Risikokommunikation sollte darauf abzielen, die Bevölkerung in das Management eines Erdbebens mit einzubeziehen. Dazu gehört, dass sie ihre Pflichten und Rechte kennt. Ebenso wichtig ist, dass Sie Ihre Rolle bzw. die Rolle Ihrer Organisation verdeutlichen. Damit die Bevölkerung im Bereich der Erdbebenvorsorge aktiv wird, muss sie wissen, welchen Beitrag sie leisten kann. Eine klare Kommunikation der Erwartungen an die Bevölkerung in Bezug auf die eigene Vorbereitung und an die der Gemeinde/Stadt/Region ist deshalb relevant. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen: Je höher das Verantwortungsgefühl der Bevölkerung, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie sich mit Erdbebenvorsorge aktiv auseinandersetzt und entsprechend handelt.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation communicates the role of the general public. In addition to communicating the roles and responsibilities of your organisation, it is also important to communicate the roles and responsibilities of the general public. The general public needs to take action to prepare themselves but they may not understand what they can do and, therefore, what their role in ensuring their own preparedness is. Clearly communicating what your organisation expects from the general public in terms of their role in their own and their community's preparedness is really important. Research has found that if individuals feel responsible, they are more likely to take action to prepare themselves.	f) Ich weiß nicht	Risikokommunikation sollte darauf abzielen, die Bevölkerung in das Management eines Erdbebens mit einzubeziehen. Dazu gehört, dass sie ihre Pflichten und Rechte kennt. Ebenso wichtig ist, dass Sie Ihre Rolle bzw. die Rolle Ihrer Organisation verdeutlichen. Damit die Bevölkerung im Bereich der Erdbebenvorsorge aktiv wird, muss sie wissen, welchen Beitrag sie leisten kann. Eine klare Kommunikation der Erwartungen an die Bevölkerung in Bezug auf die eigene Vorbereitung und an die der Gemeinde/Stadt/Region ist deshalb relevant. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen: Je höher das Verantwortungsgefühl der Bevölkerung, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie sich mit Erdbebenvorsorge aktiv auseinandersetzt und entsprechend handelt.
Do you actively involve members of the general public in discussions ...?		Beziehen Sie Bürger aktiv in Diskussionen über eine Verbesserung der Erdbebenvorsorge ein?	
a) yes	Great! You involve members of the general public in discussions about how to prepare. Current research argues that involving the general public in discussion and decisions that effect them can bring about a wide range of benefits including the development of responsibility, knowledge about what types of preparedness activities they can take, belief that	a) Ja	Großartig! Sie beziehen die Bevölkerung in die Diskussion mit ein, wie man sich vorbereiten sollte. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass das Einbeziehen der Bevölkerung in Diskussionen und Entscheidungen, die sie betreffen, zu einer Vielzahl an Vorteilen führen kann. Es kann Wissen über verschiedene Arten der Vorbereitung steigern, es kann klar machen, dass das eigene Handeln Erfolg haben und jede/r Einzelne etwas ausrichten kann. Außerdem werden Entscheidungen, die in Beteiligungsprozessen gefällt werden, langfristig besser akzeptiert.

	personal preparedness measures can have a positive effect and the belief that they are able to undertake such measures can positively influence whether members of the general public take such measures.		
b) No	You judged that in the involvement of the public in discussion about how to prepare is room for improvement. Current research argues that involving the general public in discussion and decisions that effect them can bring about a wide range of benefits including the development of responsibility, knowledge about what types of preparedness activities they can take, belief that personal preparedness measures can have a positive effect and the belief that they are able to undertake such measures can positively influence whether members of the general public take such measures.	b) Nein	Sie haben angegeben, dass es bei der Einbeziehung der Bevölkerung in die Diskussion über die Vorbereitung auf Erdbeben noch Verbesserungspotential gibt. Sie beziehen die Bevölkerung in die Diskussion mit ein, wie man sich vorbereiten sollte. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass das Einbeziehen der Bevölkerung in Diskussionen und Entscheidungen, die sie betreffen, zu einer Vielzahl an Vorteilen führen kann. Es kann Wissen über verschiedene Arten der Vorbereitung steigern, es kann klar machen, dass das eigene Handeln Erfolg haben und jede/r Einzelne etwas ausrichten kann. Außerdem werden Entscheidungen, die in Beteiligungsprozessen gefällt werden, langfristig besser akzeptiert.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation involves members of the public in discussion about how to prepare. Current research argues that involving the general public in discussion and decisions that effect them can bring about a wide range of benefits including the development of responsibility, knowledge about what types of preparedness activities they can take, belief that personal preparedness measures can have a positive effect and the belief that they are able to undertake such measures can positively influence whether members of the general public take such measures.	c) Ich weiß nicht	Informieren Sie sich, ob Ihre Organisation die Bevölkerung in Diskussionen über die Vorbereitung auf Erdbeben mit einbezieht. Sie beziehen die Bevölkerung in die Diskussion mit ein, wie man sich vorbereiten sollte. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass das Einbeziehen der Bevölkerung in Diskussionen und Entscheidungen, die sie betreffen, zu einer Vielzahl an Vorteilen führen kann. Es kann Wissen über verschiedene Arten der Vorbereitung steigern, es kann klar machen, dass das eigene Handeln Erfolg haben und jede/r Einzelne etwas ausrichten kann. Außerdem werden Entscheidungen, die in Beteiligungsprozessen gefällt werden, langfristig besser akzeptiert.
How well do your methods of risk communication suit you communications aim of enhancing capacities?		Wie gut passen Ihre verwendeten Risikokommunikationsmethoden zu Ihrem Ziel Handlungsfähigkeiten zu steigern?	
Stakeholder participation		Bürgerbeteiligung	
a) Role-playing b) Simulations (e.g. emergency exercise)	To raise risk awareness you use stakeholder participation. Strengths are: <ul style="list-style-type: none"> • Can build relationships and trust • Decisions based on participation are more likely than those that are not to be accepted • Can accommodate a variety of audiences • Can help deal with conflict situations Limitations are:	a) Rollenspiele b) Simulationen (z.B. Katastrophenübung)	Um Handlungsfähigkeiten zu steigern beteiligen Sie die Bürger. Vorteile von Bürgerbeteiligung sind: <ul style="list-style-type: none"> • Es können persönlich Beziehungen und Vertrauen aufgebaut werden. • Entscheidungen, die durch Bürgerbeteiligung getroffen wurden, werden eher akzeptiert. • Sie können verschiedene Zielgruppen ansprechen. • Sie kann in Konfliktsituationen hilfreich sein. Schwächen der Bürgerbeteiligung sind: <ul style="list-style-type: none"> • Wenn Bürgerbeteiligung mit einem falschen Ziel als Methode genutzt wird (z.B. indem man die Bevölkerung keine Beteiligung an den grundlegenden Fragen gewährt) kann das Ansehen und die

	<ul style="list-style-type: none"> If not organised correctly (allowing the audience to interact in a meaningful way) it can damage an organisations reputation and credibility Time consuming and costly (stakeholder participation is seen to be particularly effective if it is long-term) 		<p>Glaubwürdigkeit der Organisation beschädigt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> Sie dauern sehr lange und sind kostenintensiv (Bürgerbeteiligung wird als besonders effektiv bei langfristigen Projekten gesehen).
Face-to-face communication		Persönliche Kommunikation	
<ul style="list-style-type: none"> c) Public meetings/hearings d) Public workshops e) Round table discussion f) Theatre plays 	<p>To raise risk awareness you use face-to-face communication.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> Has an identifiable human representative of an organisation/credible person presenting the risk information, thus, personalising it Offers the opportunity for immediate feedback Easy to organise Particularly in setting defined by intense interaction, can it be very valuable and effective (e.g. smaller communities) Multiple presentations can be planned in order to reinforce the message and keep the audience up-to-date Costs might be lower than for other methods <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> Can be easily misunderstood Audiences may be too overwhelmed or hostile Speaker/narrator needs to be trusted; otherwise risk of non-acceptance Oral presentations alone give the audience nothing to refer to later on Effectiveness limited when larger groups need to be addressed (e.g. urban setting) 	<ul style="list-style-type: none"> c) Öffentliche Veranstaltungen/Anhörungen d) Öffentliche Workshops e) Runder Tisch f) Theatervorführungen 	<p>Um Handlungsfähigkeiten zu steigern, nutzen Sie persönliche Kommunikation.</p> <p>Vorteile direkter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> Es gibt eine direkte Ansprechperson in der Organisation, welche Informationen zum Risiko bereithält. Es gibt die Möglichkeit einer direkten Rückmeldung. Sie ist einfach zu organisieren. Insbesondere in Bereichen mit gewohnt intensiver persönlicher Auseinandersetzung, kann sie sehr wertvoll und effektiv sein (z.B. in kleinen Gemeinden). Mehrere Vorträge können geplant werden, um die Kernbotschaften zu verstärken und die Zielgruppen auf dem Laufendem zu halten. Kosten können niedriger sein als bei vergleichbaren Methoden. <p>Schwächen direkter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> Es kann leicht etwas missverstanden werden. Die Zielgruppe kann leicht überfordert oder ablehnend werden. Auf mündliche Vorträge allein können sich die Zuhörer später nicht so leicht und sicher beziehen. Effektivität kann bei großen Gruppen beschränkt sein (z.B. im städtischen Umfeld).
Technology-assisted communication		Technologiebasierte Kommunikation	
<ul style="list-style-type: none"> g) Automatic Voice h) Phone Notification System 	<p>To raise risk awareness you use technology-assisted communication.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> Once developed such technologies can be easily up-dated and revised Information can be quickly disseminated Is a cost-effective way of involving audience members Can be entertaining/ Whilst sirens and SMS 	<ul style="list-style-type: none"> g) SMS h) Automatische Anrufsysteme 	<p>Um Handlungsfähigkeiten zu steigern, verwenden Sie technologiebasierte Kommunikation.</p> <p>Vorteile von technologiebasierter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> Wenn sie einmal entwickelt sind, können sie meist leicht aktualisiert und verbessert werden. Informationen können sehr schnell verbreitet werden. Es ist ein günstiges Mittel, um die Zielgruppe mit einzubeziehen. Es kann unterhaltend sein. Während Sirenen und SMS-Dienste besser für Warnungen geeignet sind, können E-Mails, Online-Kurse, Websites, Videos und Audio-Aufnahmen gut das Risikobewusstsein stärken.

	<p>communication are better suited for warning, Email, online courses, websites, videos and audio recordings are well suited to raising risk awareness.</p> <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groups or regions without access to technology-assisted communication will not be reached and hence receive no communication. 		<p>Schwächen technologiebasierter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppen oder Regionen ohne Zugang zu diesen Kommunikationsmitteln (z.B. Internet, Netzabdeckung) können nicht erreicht werden und erhalten keine Information.
Social media		Soziale Medien	
<p>i) Twitter j) Facebook k) Other</p>	<p>To raise risk awareness you use social media.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Because people choose to engage in a conversation on social media, their interest is already high and that willingness may translate into a change in behaviour • Information can be quickly posted and updated • Feedback is instant and easy to track over time. • Little technical knowledge is required to use social media and set up an account • Is able to distribute large amounts of information, which audience members can tailor to their own needs (e.g. allows people to see large amounts of data and develop their own interpretation of risk) • Is a cost-effective way of involving audience members • Can be entertaining <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Due to the expectations of users of social media, information must always be kept up-to-date or someone must always be available to answer questions • Certain demographic groups are more likely to use social media than others • Conflicting views may cause confusion; risk of misinformation 	<p>i) Twitter j) Facebook k) Andere</p>	<p>Um Handlungsfähigkeiten zu steigern, nutzen Sie soziale Medien.</p> <p>Vorteile sozialer Medien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menschen, die sich entschlossen haben, in sozialen Medien aktiv zu werden, haben ein generelles Interesse daran. Dieses Interesse lässt sich möglicherweise auch in eine Änderung des Verhaltens ummünzen. • Informationen können schnell verbreitet und aktualisiert werden. • Feedback kommt sofort und ist leicht über die Zeit zurückzuverfolgen. • Es ist wenig technisches Wissen nötig, um einen Account anzulegen und soziale Medien zu nutzen. • Soziale Medien können eine Menge an Informationen verbreiten; die Zielgruppenmitglieder können sich diese nach eigenen Bedürfnissen maßschneidern (z.B. erlaubt es Menschen aus einer Masse an Informationen ihre eigene Sichtweise heraus zu bilden). • Es ist ein kosteneffektiver Weg, um die Bevölkerung zu involvieren. • Es kann unterhaltend sein. Während Sirenen und SMS-Dienste besser für Warnungen geeignet sind, können E-Mails, Online-Kurse, Websites, Videos und Audio-Aufnahmen gut das Risikobewusstsein stärken. <p>Schwächen sozialer Medien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzer sozialer Medien finden sich oft in der Erwartungshaltung, dass Informationen immer aktuell sein müssen und immer jemand verfügbar sein muss, um ihre Fragen zu beantworten. Eine Betreuung dieser Medien ist dringend notwendig. • Bestimmte demographische Gruppen nutzen soziale Medien eher als andere. • Verschiedene Perspektiven stiften möglicherweise Verwirrung; das Risiko von Falschinformationen besteht.
Mass media		Massenmedien	
<p>l) Website m) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes) n) Television</p>	<p>To raise risk awareness you use mass media.</p> <p>Strengths of mass media are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Can reach large audiences • Can be memorable and credible for a lot of people • Can provide information quickly 	<p>l) Website m) Publikation in lokalen/regionalen Zeitungen/Zeitschriften (inkl. Amtsblätter) n) Fernsehen</p>	<p>Sie nutzen Massenmedien, um Handlungsfähigkeiten zu steigern.</p> <p>Vorteile von Massenmedien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können eine große Zielgruppe erreichen. • Sie können lange und glaubwürdig im Gedächtnis bleiben. • Sie können Informationen schnell verbreiten. • Eine gute Beziehung zu Medienvertretern kann zu einer besser informierten und lösungsorientierten

	<ul style="list-style-type: none"> • Good relationships with media representatives can lead to a more informed and solution-oriented public <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Media source mostly controls the content and timing of the story and therefore should not be relied upon as a sole source of information provision • A small amount of negative coverage can destroy trust and credibility 		<p>Bevölkerung führen.</p> <p>Schwächen der Massenmedien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medien kontrollieren selbst den Inhalt und den Zeitpunkt der Verbreitung, deshalb sollte nicht auf sie als einziger Informationsträger vertraut werden. • Ein kleiner Anteil falscher Berichterstattung kann viel Vertrauen und Glaubwürdigkeit zerstören. Eine enge Absprache und Zusammenarbeit mit den Medien ist deshalb sehr wichtig.
Information materials		Informationsmaterialien	Informationsmaterialien
<p>o) Brochures, Leaflets, etc.</p> <p>p) Movies, Podcasts</p>	<p>To raise risk awareness you use information material.</p> <p>Strenghts are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Can include large amounts of information • Can be expanded or condensed to meet the audiences needs • Are one of the most inexpensive forms of communication to produce (both time and resource costs are relatively low – of course this depends on the scale of the activity) • May be more comfortable for some users to use than other methods of communication (e.g. social media and stakeholder participation) <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Some information materials can be difficult for some users to understand (e.g. technical language as well as length are important factors to take into account, therefore a pre-test is suggested) • The process to develop information material is typically more lengthy than other types of method 	<p>o) Broschüren, Faltblätter, etc.</p> <p>p) Filme, Podcasts</p>	<p>Sie nutzen Informationsmaterialien um Handlungsfähigkeiten zu steigern.</p> <p>Vorteile von Informationsmaterialien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können viele Informationen beinhalten. • Sie können an die Bedürfnisse der Zielgruppe entsprechend angepasst werden. • Sie sind eine günstige Form der Kommunikation in der Herstellung (sowohl zeitliche als auch finanzielle Kosten sind relativ gering – das hängt natürlich von der Vorbereitung ab). • Sie können für manche Zielgruppen bequemer sein als andere Kommunikationsmethoden (z.B. soziale Medien oder Bürgerbeteiligung). <p>Schwächen von Informationsmaterialien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einige Informationsmaterialien können für manche Nutzer schwer verständlich sein (z.B. sind die Verwendung von technischer Sprache und die Länge von Informationsmaterialien wichtige Aspekte, weshalb ein Vorlauf mit Testlesern empfohlen wird). • Es dauert in der Regel länger Informationsmaterialien zu erstellen als andere Kommunikationsmethoden in der Vorbereitung benötigen.
Visualisation of risk		Visualisierung des Risikos	
<p>q) Photos</p> <p>r) Posters and displays</p> <p>s) Direct advertising</p> <p>t) Videos</p> <p>u) Others</p>	<p>To raise risk awareness you use visualisation of risk.</p> <p>Strenghts are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Can bring simple risk messages to life with stunning clarity” • Avoid large amounts of text • Communicate to a wide range of audiences • Can be easily translated to other languages than other information materials • Visual messages can be memorable • Is seen as being particularly effective for 	<p>q) Fotos</p> <p>r) Poster, Displays</p> <p>s) Werbung</p> <p>t) Videos</p> <p>u) Andere</p>	<p>Um Handlungsfähigkeiten zu steigern visualisieren Sie das Risiko.</p> <p>Stärken der Visualisierung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Es kann einfache Botschaften mit überwältigender Klarheit ans Licht bringen.“ • Es wird wenig Text verwendet. • Es können viele verschiedene Zielgruppen angesprochen werden. • Sie kann leichter in andere Sprachen übersetzt werden als etwa Informationsmaterialien. • An visuelle Botschaften können sich viele Menschen leichter erinnern. • Visualisierungen werden als besonders wertvoll für das Steigern des Risikobewusstseins angesehen. <p>Schwächen der Visualisierung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können regional- und kulturspezifisch sein.

	<p>raising awareness</p> <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • May be culturally specific • Carries limited information and therefore cannot address as many questions that audiences may have about a risk as other methods • Can lose their impact if overused • Cannot be used as a standalone method • Can take time to produce • Requires technical knowledge to ensure that the intended message is produced (e.g. graphic designer) 		<ul style="list-style-type: none"> • Es kann nur eine begrenzte Zahl von Informationen übertragen werden und es können deshalb nicht so viele Fragen beantwortet werden, wie es andere Methoden ermöglichen. • Die Aussagekraft kann bei zu häufiger Verwendung verloren gehen. • Sollte immer in Kombination mit anderen Methoden verwendet werden. • Für gute Visualisierungen von Sachverhalten braucht es meist eine lange Vorbereitungszeit. • Oftmals wird technisches Wissen (z.B. Graphikdesigner) benötigt, um sicher zu stellen, dass die gewünschte Aussage richtig ankommt.
How well do you know your audience?		Wie gut kennen Sie Ihre Zielgruppe? Wie gut erreichen Sie sie?	
a) yes	<p>Very good, you reach different groups with your communication. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be obtained by conducting a midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can be collected through census data.</p>	a) Ja	<p>Sehr gut, Sie erreichen verschiedene Gruppen mit Ihrer Kommunikation. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.</p>
b) No	<p>You don't reach out different groups in your community/city/region. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be obtained by conducting a midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can be collected through census data.</p>	b) nein	<p>Leider erreichen Sie mit Ihrer Kommunikation nicht verschiedene Bevölkerungsgruppen Ihrer Gemeinde/Stadt/Region. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.</p>
c) I don't know	<p>In your community/city/region live different groups. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be obtained by conducting a</p>	c) Ich weiß nicht	<p>In Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben verschiedene Bevölkerungsgruppen. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo</p>

	midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can be collected through census data.		welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.
Different habits and needs - Do you take such difference into account in your risk communication?		Verschiedene Gewohnheiten und Bedürfnisse – Nehmen Sie diese Unterschiede in Ihre Risikokommunikation auf?	
a) yes	Great, you take different habits and needs into account. It is important to know the needs and habits of these groups in order to select adequate methods and information for your risk communication. In case you are interested, this information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment.	a) Ja	Großartig, Sie nehmen verschiedene Kommunikationsgewohnheiten und -bedürfnisse der Bevölkerung in Ihrer Risikokommunikation auf. Es ist wichtig, dass Sie die verschiedenen Bedürfnisse und Gewohnheiten (z.B. beziehen manche Menschen ihre Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen) der unterschiedlichen Gruppen kennen, damit Sie entsprechende Methoden und Informationen für Ihre Risikokommunikation auswählen können. Wenn Sie interessiert sind, können Sie solche Informationen aus dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
b) No	Understanding the needs and interests of the intended audience is an important aspect of the development of a communications strategy. To receive adequate information for each group, a baseline audience analysis can help. This includes information largely related to the audience's ability to comprehend the communication, such as reading ability, preferred methods of communication, and level of hostility. This information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment.	b) Nein	Es scheint, dass Sie bisher nicht versucht haben die Kommunikationsgewohnheiten und -bedürfnisse der Bevölkerung zu identifizieren. Für das Entwickeln einer Risikokommunikationsstrategie ist es relevant, Gewohnheiten und Bedürfnisse verschiedener Bevölkerungsgruppen zu kennen (z.B. beziehen manche Menschen ihre Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen). Erst mit Hilfe dieser Informationen lassen sich passende Informationskanäle auswählen. Um die passenden Informationen über verschiedene Gruppen zu erhalten, ist eine „grundlegende Zielgruppenanalyse“ (engl.: „baseline audience analysis“) hilfreich. Diese fragt hauptsächlich nach Fähigkeiten der Bevölkerung verschiedene Informationen zu verstehen und zu interpretieren (z.B. nach der Alphabetisierung, bevorzugten Kommunikationsmethoden oder den Grad der Ablehnung einzelner Medien wie z.B. das Smartphone). Wenn Sie interessiert sind, können Sie solche Informationen aus dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
c) I don't know	Understanding the needs and interests of the intended audience is an important aspect of the development of a communications strategy. To address the adequate information for each group, a baseline audience analysis can help. This includes information largely related to the audience's ability to comprehend the communication, such as reading ability, preferred methods of communication, and level of hostility. This information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment.	c) Ich weiß nicht	Für eine gute Risikokommunikationsstrategie ist es wichtig die Bedürfnisse und Interessen Ihrer Zielgruppen zu verstehen. Für das Entwickeln einer Risikokommunikationsstrategie ist es relevant, Gewohnheiten und Bedürfnisse verschiedener Bevölkerungsgruppen zu kennen (z.B. beziehen manche Menschen ihre Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen). Erst mit Hilfe dieser Informationen lassen sich passende Informationskanäle auswählen. Um die passenden Informationen über verschiedene Gruppen zu erhalten, ist eine „grundlegende Zielgruppenanalyse“ (engl.: „baseline audience analysis“) hilfreich. Diese fragt hauptsächlich nach Fähigkeiten der Bevölkerung verschiedene Informationen zu verstehen und zu interpretieren (z.B. nach der Alphabetisierung, bevorzugten Kommunikationsmethoden oder den Grad der Ablehnung einzelner Medien wie z.B. das Smartphone). Wenn Sie interessiert sind, können Sie solche Informationen aus dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
Do you take psychological factors (e.g. risk perceptions and motivations) into account when providing information about preparedness actions		Beachten Sie psychologische Faktoren (Risikowahrnehmung oder Motivation) wenn Sie Informationen über Handlungsmöglichkeiten zur Verfügung stellen?	
a) yes	Excellent, you take psychological factors into account when providing information about preparedness actions. In order to be able to address any potential barriers to your organisation's risk communication, it is	a) Ja	Sehr gut, Sie beachten psychologische Faktoren in Ihrer Kommunikation mit der Bevölkerung. Psychologische Faktoren können zum Beispiel unterschiedliche Wahrnehmungen des Erdbebenrisikos sein oder Motivationen sich vorzubereiten oder eben nicht. Um diese berücksichtigen zu können, müssen sie selbstverständlich bekannt sein. Wenn Sie an der Risikowahrnehmung der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region interessiert sind, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung durchführen lassen. Auf

	important to understand the in risk perception of your intended audience. If you are interested in finding out more about the risk perceptions of the general public in your community, please conduct TACTIC's General Public's Self-Assessment. Based on the results of this assessment, your organisation is able to identify potential psychological barriers as well as receive tips in regards to how to overcome them.		Grundlage der Ergebnisse können mögliche psychologische Hemmnisse ausgemacht werden. Darüber hinaus erhalten Sie Hinweise wie man mit ihnen umgehen kann.
b) No	So far you don't take psychological factors into account when providing information about preparedness actions. In order to be able to address any potential barriers to your organisation's risk communication, it is important to understand the in risk perception of your intended audience. If you are interested in finding out more about the risk perceptions of the general public in your community, please conduct TACTIC's General Public's Self-Assessment. Based on the results of this assessment, your organisation is able to identify potential psychological barriers as well as receive tips in regards to how to overcome them.	b) Nein	Bis jetzt haben Sie psychologische Faktoren in Ihrer Kommunikation mit der Bevölkerung nicht beachtet. Psychologische Faktoren können zum Beispiel unterschiedliche Wahrnehmungen des Erdbebenrisikos sein oder Motivationen sich vorzubereiten oder eben nicht. Um diese berücksichtigen zu können, müssen sie selbstverständlich bekannt sein. Wenn Sie an der Risikowahrnehmung der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region interessiert sind, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung durchführen lassen. Auf Grundlage der Ergebnisse können mögliche psychologische Hemmnisse ausgemacht werden. Darüber hinaus erhalten Sie Hinweise wie man mit ihnen umgehen kann.
c) I don't know	Find out if your organisation takes psychological factors into account when providing information about preparedness actions. In order to be able to address any potential barriers to your organisation's risk communication, it is important to understand the in risk perception of your intended audience. If you are interested in finding out more about the risk perceptions of the general public in your community, please conduct TACTIC's General Public's Self-Assessment. Based on the results of this assessment, your organisation is able to identify potential psychological barriers as well as receive tips in regards to how to overcome them.	c) Ich weiß nicht	Finden Sie heraus, ob Ihre Organisation psychologische Faktoren in ihrer Kommunikation mit der Bevölkerung beachtet. Psychologische Faktoren können zum Beispiel unterschiedliche Wahrnehmungen des Erdbebenrisikos sein oder Motivationen sich vorzubereiten oder eben nicht. Um diese berücksichtigen zu können, müssen sie selbstverständlich bekannt sein. Wenn Sie an der Risikowahrnehmung der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region interessiert sind, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung durchführen lassen. Auf Grundlage der Ergebnisse können mögliche psychologische Hemmnisse ausgemacht werden. Darüber hinaus erhalten Sie Hinweise wie man mit ihnen umgehen kann.
Do you have a key message?		Haben Sie eine Kernaussage?	
a) yes	Fantastic! The key message is the number one thing that you want your audience to remember or do. Make sure that your message is clear, concise and consistent.	a) Ja	Großartig, Sie haben bereits eine Kernbotschaft definiert! Eine Kernbotschaft ist das Wichtigste, das Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln wollen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kernbotschaft klar, prägnant und konsistent ist.
b) No	A key message is a critical part of any risk	b) Nein	Es scheint, dass Sie keine Kernbotschaft haben. Solche eine Kernbotschaft ist ein wichtiger Teil jeder

	communications strategy. The key message is the number one thing that you want your audience to remember or to do. Use a clear and concise language. Ask yourself following questions: Why am I communicating risk? Who am I trying to warn/inform/whose behaviour am I trying to change? Who should be involved in solving conflicts?		Risikokommunikationsstrategie. Die Kernbotschaft ist das Wichtigste, das Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln wollen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kernbotschaft klar, prägnant und konsistent ist. Fragen Sie sich: Warum kommuniziere ich das Risiko? Wen versuche ich zu erreichen? Was versuche ich zu verändern?
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation has a key message. It is the first step for the development of a communication strategy. The key message is the number one thing that you want your audience to remember or to do. It should be clear, concise and consistent. Ask yourself following questions: Why am I communicating risk? Who am I trying to warn/inform/whose behaviour am I trying to change? Who should be involved in solving conflicts?	c) Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation eine Kernbotschaft definiert hat. Es ist ein entscheidender Schritt für das Entwickeln einer Kommunikationsstrategie. Die Kernbotschaft ist das Wichtigste, das Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln wollen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kernbotschaft klar, prägnant und konsistent ist. Fragen Sie sich: Warum kommuniziere ich das Risiko? Wen versuche ich zu erreichen? Was versuche ich zu verändern?
Do you collect and use feedback?		Sammeln Sie Rückmeldungen und verwenden Sie diese, um Ihre Kommunikation zu verbessern?	
a) yes	Great, you are actively collecting feedback. In doing so you are able to ensure that you understand how your communication activities are received by your audience.	a) Ja	Sehr gut, Sie sammeln aktiv Feedback. Indem Sie das machen, können Sie sicherstellen, dass ihre Kommunikation richtig bei der Bevölkerung ankommt.
b) No	Until now you did not collect feedback on your communication strategy. What a great time to start! In doing so you are able to ensure that your information is understood by your audience.	b) Nein	Bis jetzt haben Sie kein Feedback über Ihre Kommunikationsstrategie gesammelt. Durch Feedback würden Sie die Möglichkeit haben, sicherzustellen dass ihre Kommunikation richtig bei der Bevölkerung ankommt.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation collects feedback on your communication practices. In doing so you are able to ensure that your information is understood by your audience.	c) Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Feedback zur Risikokommunikation sammelt. Indem Sie das machen, können Sie sicherstellen, dass ihre Kommunikation bei der Bevölkerung ankommt.
If yes: Are you using the feedback to improve your communication practices?		Wenn ja, nutzen Sie das Feedback, um Ihre Kommunikationspraxis zu verbessern?	
a) yes	Great! Receiving feedback from your intended audience in regards to you risk communication efforts is a great way to improve future risk communication efforts.	a) Ja	Großartig! Das Erhalten und Auswerten des Feedbacks Ihrer Zielgruppe ist ein guter Weg, Ihre zukünftigen Anstrengungen in der Risikokommunikation zu verbessern.
b) No	Here is space for improvement! You have already collected feedback on your communication practices. Now take the next step and use it for the improvement of your	b) Nein	Hier ist Potential für Verbesserungen, da Sie bisher das Feedback nicht nutzen! Sie haben bereits zwar Feedback über Ihre Risikokommunikation gesammelt. Nun machen Sie den nächsten Schritt und nutzen Sie es für die Verbesserung Ihrer Risikokommunikationsstrategie.

	communication strategy.		
c) I don't know	Your organisation has already collected feedback on your communication practices. You should inform yourself about whether your organisation uses this feedback to improve the communication strategy.	c) Ich weiß nicht	Ihre Organisation hat bereits Feedback über die Risikokommunikation gesammelt. Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation dieses Feedback nutzt, um die Kommunikationsstrategie zu verbessern.
Aim 4 - Solving conflicts		Ziel 4 Gemeinsame Konfliktlösung und Aufbau von Vertrauen	
Are you aware of any conflicts between your organisation and the general public concerning the management of potential an earthquake in your community/city/region?		Sind Ihnen Konflikte zwischen Ihrer Organisation und der allgemeinen Bevölkerung bezüglich des Risikomanagements von Erdbeben in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region bekannt?	
a) Yes	Conflicts have the potential of creating mistrust. If your organisation is aware of them, it is able to take initiate measures to deal with the conflicts and (re)build trust. Without trust, it is unlikely that your risk communication will be successful.	a) Ja	Konflikte können Misstrauen schaffen. Wenn Ihre Organisation sich Konflikten bewusst ist, dann können Sie Maßnahmen ergreifen, um diese Konflikte zu behandeln und Vertrauen (wieder)aufzubauen. Ohne Vertrauen ist es unwahrscheinlich, dass die Risikokommunikation erfolgreich sein wird.
b) No	Conflicts have the potential of creating mistrust. If your organisation is aware of them, it is able to initiate measures to deal with the conflicts and (re)build trust. Without trust, it is unlikely that your risk communication will be successful.	b) Nein	Konflikte können Misstrauen schaffen. Wenn Ihre Organisation sich Konflikten bewusst ist, dann können Sie Maßnahmen ergreifen, um diese Konflikte zu behandeln und Vertrauen (wieder)aufzubauen. Ohne Vertrauen ist es unwahrscheinlich, dass die Risikokommunikation erfolgreich sein wird.
c) I don't know	Conflicts have the potential of creating mistrust. If your organisation is aware of them, it is able to take messages to deal with the conflicts and (re)build trust. Without trust, it is unlikely that your risk communication will be successful.	a) Ich weiß nicht	Konflikte können Misstrauen schaffen. Wenn Ihre Organisation sich Konflikten bewusst ist, dann können Sie Maßnahmen ergreifen, um diese Konflikte zu behandeln und Vertrauen (wieder)aufzubauen. Ohne Vertrauen ist es unwahrscheinlich, dass die Risikokommunikation erfolgreich sein wird.
Have you taken efforts to understand what the actual source of the conflict is?		Haben Sie Anstrengungen unternommen, um den eigentlichen Grund der Konflikte zu verstehen?	
a) Yes	You answered that you have tried to understand the cause of the conflict. Great. There is a difference between substantive and procedural conflict. Substantive conflict refers to a breakdown in the decision-making process when a conflict arises due to a disagreement over solutions and alternatives. Procedural conflict refers to a disagreement in the way that the decision-making procedure has been organised. Each type of conflict requires a different approach to risk communication. If the conflict is substantive, methods related to raising risk awareness are suggested, whilst if the conflict is procedural, methods related to inclusive methods are suggested.	a) Ja	Sie haben geantwortet, dass Sie versucht haben den eigentlichen Grund der Konflikte zu verstehen. Sehr gut. Man kann zwischen substanziellen und prozessualen Konflikten unterscheiden. Substanzielle Konflikte entstehen durch Unstimmigkeiten in der Entscheidungsfindung, wenn etwa kein Einverständnis über bestimmte Lösungen oder Alternativen herrscht. Prozessuale Konflikte entstehen aus Unstimmigkeiten in der Frage, wie ein Entscheidungsprozess stattfindet. Jeder Typ von Konflikten erfordert einen anderen Ansatz der Risikokommunikation. Wenn der Konflikt substanziell ist, werden Methoden empfohlen, die das Risikobewusstsein steigern. Wenn der Konflikt prozessual ist, sollten inklusive Methoden verwendet werden, bei denen möglichst viele involvierte Gruppen beteiligt werden.

b) No	So far, you didn't take efforts to understand what the actual source of the conflict is. There is a difference between substantive and procedural conflict. Substantive conflict refers to a breakdown in the decision-making process when a conflict arises due to a disagreement over solutions and alternatives. Procedural conflict refers to a disagreement in the way that the decision-making procedure has been organised. Each type of conflict requires a different approach to risk communication. If the conflict is substantive, methods related to raising risk awareness are suggested, whilst if the conflict is procedural, methods related to inclusive methods are suggested.	b) Nein	Bis jetzt haben Sie nicht versucht den eigentlichen Grund für die Konflikte zu verstehen. Man kann zwischen substanziellen und prozessualen Konflikten unterscheiden. Substanzielle Konflikte entstehen durch Unstimmigkeiten in der Entscheidungsfindung, wenn etwa kein Einverständnis über bestimmte Lösungen oder Alternativen herrscht. Prozessuale Konflikte entstehen aus Unstimmigkeiten in der Frage, wie ein Entscheidungsprozess stattfindet. Jeder Typ von Konflikten erfordert einen anderen Ansatz der Risikokommunikation. Wenn der Konflikt substanziell ist, werden Methoden empfohlen, die das Risikobewusstsein steigern. Wenn der Konflikt prozessual ist, sollten inklusive Methoden verwendet werden, bei denen möglichst viele involvierte Gruppen beteiligt werden.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation has taken efforts to understand what the actual source of the conflict is. There is a difference between substantive and procedural conflict. Substantive conflict refers to a breakdown in the decision-making process when a conflict arises due to a disagreement over solutions and alternatives. Procedural conflict refers to a disagreement in the way that the decision-making procedure has been organised. Each type of conflict requires a different approach to risk communication. If the conflict is substantive, methods related to raising risk awareness are suggested, whilst if the conflict is procedural, methods related to inclusive methods are suggested.	c) Ich weiß nicht	Informieren Sie sich, ob Ihre Organisation Anstrengungen unternommen hat die eigentlichen Gründe für den Konflikt zu verstehen. Man kann zwischen substanziellen und prozessualen Konflikten unterscheiden. Substanzielle Konflikte entstehen durch Unstimmigkeiten in der Entscheidungsfindung, wenn etwa kein Einverständnis über bestimmte Lösungen oder Alternativen herrscht. Prozessuale Konflikte entstehen aus Unstimmigkeiten in der Frage, wie ein Entscheidungsprozess stattfindet. Jeder Typ von Konflikten erfordert einen anderen Ansatz der Risikokommunikation. Wenn der Konflikt substanziell ist, werden Methoden empfohlen, die das Risikobewusstsein steigern. Wenn der Konflikt prozessual ist, sollten inklusive Methoden verwendet werden, bei denen möglichst viele involvierte Gruppen beteiligt werden.
In order to solve the conflict, did you involve members of the general public from the beginning of the decision-making process?		Um die Konflikte zu lösen, haben Sie die Bevölkerung von Beginn an in den Entscheidungsfindungsprozess mit einbezogen?	
a) Yes	Great! You have involved members of the public from the beginning of the decision-making process. The involvement at an early stage generally helps to face potential conflicts and to achieve a higher agreement with the overall process.	a) Ja	Großartig! Sie haben die Bevölkerung von Beginn an in die Entscheidungsfindung miteinbezogen. Das Einbeziehen in einem frühen Stadium kann helfen mögliche Probleme rechtzeitig zu erkennen, zu lösen und eine höhere Zustimmung zum gesamten Prozess zu erreichen. Wissenschaftliche Studien zeigen, dass solche Entscheidungen eine hohe Akzeptanz in der Bevölkerung besitzen.
b) No	You didn't involve members of the general public from the beginning of the decision-making process. The involvement at an early stage generally helps to face potential conflicts and to achieve a higher agreement with the overall process.	b) Nein	Sie haben die Bevölkerung nicht von Beginn an in die Entscheidungsfindung mit einbezogen. Das Einbeziehen in einem frühen Stadium kann helfen mögliche Probleme rechtzeitig zu erkennen, zu lösen und eine höhere Zustimmung zum gesamten Prozess zu erreichen. Wissenschaftliche Studien zeigen, dass solche Entscheidungen eine hohe Akzeptanz in der Bevölkerung besitzen.

c) I don't know	Find out if your organisation involved members of the general public from the beginning of the decision-making process. The involvement at an early stage generally helps to face potential conflicts and to achieve a higher agreement with the overall process.	c) Ich weiß nicht	Finden Sie heraus, ob Ihre Organisation die Bevölkerung von Beginn an in den Entscheidungsfindungsprozess mit einbezogen hat. Das Einbeziehen in einem frühen Stadium kann helfen mögliche Probleme rechtzeitig zu erkennen, zu lösen und eine höhere Zustimmung zum gesamten Prozess zu erreichen. Wissenschaftliche Studien zeigen, dass solche Entscheidungen eine hohe Akzeptanz in der Bevölkerung besitzen.
Agreed on objectives of the conflict solving process?		Haben Sie sich auf Ziele im Konfliktlösungsprozess verständigt?	
a) Yes	Great, you agreed on an overall objective of the conflict solving process. This ensures that all actors have the same aim and act on the same basis.	a) Ja	Sehr gut, Sie haben sich auf übergreifende Ziele im Konfliktlösungsprozess geeinigt. Das stellt sicher, dass alle Beteiligten das gleiche Ziel verfolgen und auf Augenhöhe miteinander diskutieren können.
b) No	You didn't agreed on an overall objective of the conflict solving process. Agreeing on the aim of the process is another vital factor for its success.	b) Nein	Sie haben sich nicht auf übergreifende Ziele im Konfliktlösungsprozess geeinigt. Sich auf solch ein Ziel zu einigen, ist ein wesentlicher Faktor seines Erfolgs. Es stellt sicher, dass alle Beteiligten das gleiche Ziel verfolgen und auf Augenhöhe miteinander diskutieren können.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation agreed on the overall objective of the conflict solving process. Agreeing on the aim of the process is another vital factor for its success.	c) Ich weiß nicht	Finden Sie heraus, ob Ihre Organisation sich auf übergreifende Ziele im Konfliktlösungsprozess geeinigt hat. Sich auf solch ein Ziel zu einigen, ist ein wesentlicher Faktor seines Erfolgs. Es stellt sicher, dass alle Beteiligten das gleiche Ziel verfolgen und auf Augenhöhe miteinander diskutieren können.
External moderator?		Haben Sie unabhängige und erfahrene Vermittler hinzugezogen?	
a) Yes	Fantastic. You have already involved an external moderator for the conflict solving process. External moderators play an important role as an objective mediator between the two groups in conflict. By having an external and objective moderator an environment of respect and deliberation can be achieved so that both parties can equally have their say, listen and learn from each other.	a) ja	Hervorragend. Sie haben schon einen externen Moderator für die Konfliktlösung eingeschaltet. Externe Moderatoren spielen als objektive Mediatoren zwischen Streitgruppen eine wichtige Rolle und können den Konflikt unparteiisch betrachten. Indem man einen externen und objektiven Moderator engagiert, kann man eine respektvolle und kooperative Umgebung schaffen, in der alle Parteien auf Augenhöhe sprechen, sich zuhören und voneinander lernen.
b) No	Until now you didn't involve an external moderator. In order to ensure that the process is as objective as possible, it is recommended that an independent and experienced moderator is invited to lead discussions. Although an independent moderator requires the investment of resources, we argue that it is resources well spent as it develops a trustful relationship with the general public. It will also improve the chances that your risk communication is successfully received.	b) Nein	Bis jetzt haben Sie keinen externen Moderator eingeschaltet. Um sicher zu stellen, dass der Prozess so objektiv wie möglich verläuft, ist es empfehlenswert einen unabhängigen und erfahrenen Moderator einzuladen, damit dieser die Diskussionen leitet. Auch wenn ein unabhängiger Moderator etwas kostet, sollten Sie es als eine sinnvolle Investition in eine vertrauensvolle Beziehung zur Bevölkerung sehen. Es werden außerdem die Chancen erhöht, dass Ihre allgemeine Risikokommunikation erfolgreich sein wird.
c) I don't know	You don't know, if your organisation has involved an external moderator by now. In order to ensure that the process is as objective	c) Ich weiß nicht	Sie wissen nicht, ob Ihre Organisation einen externen Moderator bisher eingeschaltet hat. Um sicher zu stellen, dass der Prozess so objektiv wie möglich verläuft, ist es empfehlenswert einen unabhängigen und erfahrenen Moderator einzuladen, damit dieser die Diskussionen leitet. Auch wenn ein unabhängiger Moderator etwas

	as possible, it is recommended that an independent and experienced moderator is invited to lead discussions. Although an independent moderator requires the investment of resources, we argue that it is resources well spent as it develops a trustful relationship with the general public. It will also improve the chances that your risk communication is successfully received.		kostet, sollten Sie es als eine sinnvolle Investition in eine vertrauensvolle Beziehung zur Bevölkerung sehen. Es werden außerdem die Chancen erhöht, dass Ihre allgemeine Risikokommunikation erfolgreich sein wird.
Agreed on specific actions?		Haben sich die Konfliktparteien auf gemeinsame nächste Schritte und Maßnahmen geeinigt?	
a) Yes	You have agreed on specific follow-up steps that different actors need to take. That is great in order to ensure a sustainable conflict-solution.	a) Ja	Sie haben sich auf spezifische Folgeschritte verständigt, welche die verschiedenen Akteure gehen müssen. Das ist hilfreich, um eine nachhaltige Konfliktlösung sicherzustellen.
b) No	Agreement on concrete actions is essential for the sustainability of the conflict-solution. It is helpful to have a written plan with concrete steps to be taken, a timeline and responsibilities which all involved actors have agreed upon.	b) nein	Die Verständigung auf konkrete Schritte ist für eine nachhaltige Konfliktlösung notwendig. Es ist hilfreich sie in einem schriftlichen Plan inklusive vereinbarter Maßnahmen, einem Zeitplan und die Verteilung der Verantwortlichkeiten festzuhalten.
c) I don't know	Agreement on concrete actions is essential for the sustainability of the conflict-solution. It is helpful to have a written plan with concrete steps to be taken, a timeline and responsibilities which all involved actors have agreed upon.	c) Ich weiß nicht	Die Verständigung auf konkrete Schritte ist für eine nachhaltige Konfliktlösung notwendig. Es ist hilfreich sie in einem schriftlichen Plan inklusive vereinbarter Maßnahmen, einem Zeitplan und die Verteilung der Verantwortlichkeiten festzuhalten.
Contact with media?		Stehen Sie in Kontakt mit Medien, um zu gewährleisten, dass Botschaften klar und präzise vermittelt werden?	
a) Yes	Very good, you are in contact with the media in order to ensure that messages are clear and concise.	a) ja	Sehr gut, Sie sind in Kontakt mit den Medien, um sicherzustellen, dass Ihre Aussagen so klar und deutlich wie möglich ankommen und um zu vermeiden, dass möglicherweise ein Konflikt weiter angefacht wird.
b) No	So far you are not in contact with the media in order to ensure that messages are clear and concise in order to avoid that a conflict is being instigated or aggravated by the media. You should work on a good and close relationship to the media.	b) nein	Bis jetzt sind Sie nicht in Kontakt mit den Medien, um sicherzustellen, dass Ihre Aussagen so klar und deutlich wie möglich ankommen. Sie können damit verhindern, dass Konflikte von Medien weiter angefacht werden. Sie sollten an einer guten und engen Zusammenarbeit mit den Medien arbeiten.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation is in contact with the media in order to ensure that messages are clear and concise in order to avoid that a conflict is being instigated or aggravated by the media. If not, you should work on a good and close relationship to the media.	c) Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation bisher in Kontakt mit den Medien stand, um sicherzugehen, dass Ihre Aussagen so klar und deutlich wie möglich ankommen. Sie können damit verhindern, dass Konflikte von Medien weiter angefacht werden. Sie sollten an einer guten und engen Zusammenarbeit mit den Medien arbeiten.
How well do your methods of risk communication suit you communications aim of solving conflicts?		Wie gut passen Ihre verwendeten Risikokommunikationsmethoden zu Ihren Kommunikationszielen?	

Stakeholder participation		Bürgerbeteiligung	
a) Role-playing b) Simulations (e.g. emergency exercise)	For solving conflicts, you use stakeholder participation. Strenghts are: • Can build relationships and trust • Decisions based on participation are more likely than those that are not to be accepted • Can accommodate a variety of audiences • Can help deal with conflict situations Limitations are: • If not organised correctly (allowing the audience to interact in a meaningful way) it can damage an organisations reputation and credibility • Time consuming and costly (stakeholder participation is seen to be particularly effective if it is long-term)	a) Rollenspiele b) Simulationen (z.B. Katastrophenübung)	Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, beteiligen Sie die Bürger. Vorteile von Bürgerbeteiligung sind: • Es können persönlich Beziehungen und Vertrauen aufgebaut werden. • Entscheidungen, die durch Bürgerbeteiligung getroffen wurden, werden eher akzeptiert. • Sie können verschiedene Zielgruppen ansprechen. • Sie kann in Konfliktsituationen hilfreich sein. Schwächen der Bürgerbeteiligung sind: • Wenn Bürgerbeteiligung mit einem falschen Ziel als Methode genutzt wird (z.B. indem man die Bevölkerung keine Beteiligung an den grundlegenden Fragen gewährt) kann das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Organisation beschädigt werden. • Sie dauern sehr lange und sind kostenintensiv (Bürgerbeteiligung wird als besonders effektiv bei langfristigen Projekten gesehen).
Face-to-face communication		Persönliche Kommunikation	
c) Public meetings/hearings d) Public workshops e) ound table discussion f) Theatre plays	For solving conflicts, you use face-to-face communication. Strenghts are: • Has an identifiable human representative of an organisation/credible person presenting the risk information, thus, personalising it • Offers the opportunity for immediate feedback • Easy to organise • Particularly in setting defined by intense interaction, can it be very valuable and effective (e.g. smaller communities) • Multiple presentations can be planned in order to reinforce the message and keep the audience up-to-date • Costs might be lower than for other methods Limitations are: • Can be easily misunderstood • Audiences may be too overwhelmed or hostile • Speaker/narrator needs to be trusted; otherwise risk of non-acceptance • Oral presentations alone give the audience nothing to refer to later on • Effectiveness limited when larger groups need to be addressed (e.g. urban setting)	c) Öffentliche Veranstaltungen/ Anhörungen d) Öffentliche Workshops e) Runder Tisch f) Theatervorführungen	Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, nutzen Sie persönliche Kommunikation. Vorteile direkter Kommunikation sind: • Es gibt eine direkte Ansprechperson in der Organisation, welche Informationen zum Risiko bereithält. • Es gibt die Möglichkeit einer direkten Rückmeldung. • Sie ist einfach zu organisieren. • Insbesondere in Bereichen mit gewohnt intensiver persönlicher Auseinandersetzung, kann sie sehr wertvoll und effektiv sein (z.B. in kleinen Gemeinden). • Mehrere Vorträge können geplant werden, um die Kernbotschaften zu verstärken und die Zielgruppen auf dem Laufendem zu halten. • Kosten können niedriger sein als bei vergleichbaren Methoden. Schwächen direkter Kommunikation sind: • Es kann leicht etwas missverstanden werden. • Die Zielgruppe kann leicht überfordert oder ablehnend werden. • Auf mündliche Vorträge allein können sich die Zuhörer später nicht so leicht und sicher beziehen. • Effektivität kann bei großen Gruppen beschränkt sein (z.B. im städtischen Umfeld).

Social media		Soziale Medien	
g) Twitter h) Facebook i) Other	For solving conflicts you use social media. Strengths are: <ul style="list-style-type: none"> • Because people choose to engage in a conversation on social media, their interest is already high and that willingness may translate into a change in behaviour • Information can be quickly posted and updated • Feedback is instant and easy to track over time. • Little technical knowledge is required to use social media and set up an account • Is able to distribute large amounts of information, which audience members can tailor to their own needs (e.g. allows people to see large amounts of data and develop their own interpretation of risk) • Is a cost-effective way of involving audience members • Can be entertaining Limitations are: <ul style="list-style-type: none"> • Due to the expectations of users of social media, information must always be kept up-to-date or someone must always be available to answer questions • Certain demographic groups are more likely to use social media than others • Conflicting views may cause confusion; risk of misinformation 	g) Twitter h) Facebook i) Andere	Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, nutzen Sie soziale Medien. Vorteile sozialer Medien sind: <ul style="list-style-type: none"> • Menschen, die sich entschlossen haben, in sozialen Medien aktiv zu werden, haben ein generelles Interesse daran. Dieses Interesse lässt sich möglicherweise auch in eine Änderung des Verhaltens ummünzen. • Informationen können schnell verbreitet und aktualisiert werden. • Feedback kommt sofort und ist leicht über die Zeit zurückzuverfolgen. • Es ist wenig technisches Wissen nötig, um einen Account anzulegen und soziale Medien zu nutzen. • Soziale Medien können eine Menge an Informationen verbreiten; die Zielgruppenmitglieder können sich diese nach eigenen Bedürfnissen maßschneidern (z.B. erlaubt es Menschen aus einer Masse an Informationen ihre eigene Sichtweise heraus zu bilden). • Es ist ein kosteneffektiver Weg, um die Bevölkerung zu involvieren. • Es kann unterhaltend sein. Während Sirenen und SMS-Dienste besser für Warnungen geeignet sind, können E-Mails, Online-Kurse, Websites, Videos und Audio-Aufnahmen gut das Risikobewusstsein stärken. Schwächen sozialer Medien sind: <ul style="list-style-type: none"> • Nutzer sozialer Medien finden sich oft in der Erwartungshaltung, dass Informationen immer aktuell sein müssen und immer jemand verfügbar sein muss, um ihre Fragen zu beantworten. Eine Betreuung dieser Medien ist dringend notwendig. • Bestimmte demographische Gruppen nutzen soziale Medien eher als andere. • Verschiedene Perspektiven stiften möglicherweise Verwirrung; das Risiko von Falschinformationen besteht.
Information materials		Informationsmaterialien	
j) Brochures, Leaflets, etc. k) Movies, Podcasts	For solving conflicts you use information material. Strengths are: <ul style="list-style-type: none"> • Can include large amounts of information • Can be expanded or condensed to meet the audiences needs • Are one of the most inexpensive forms of communication to produce (both time and resource costs are relatively low – of course this depends on the scale of the activity) • May be more comfortable for some users to use than other methods of communication (e.g. social media and stakeholder participation) Limitations are:	j) Broschüren, Faltblätter, etc. k) Filme, Podcasts	Sie nutzen Informationsmaterialien, um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen. Vorteile von Informationsmaterialien sind: <ul style="list-style-type: none"> • Sie können viele Informationen beinhalten. • Sie können an die Bedürfnisse der Zielgruppe entsprechend angepasst werden. • Sie sind eine günstige Form der Kommunikation in der Herstellung (sowohl zeitliche als auch finanzielle Kosten sind relativ gering – das hängt natürlich von der Vorbereitung ab). • Sie können für manche Zielgruppen bequemer sein als andere Kommunikationsmethoden (z.B. soziale Medien oder Bürgerbeteiligung). Schwächen von Informationsmaterialien sind: <ul style="list-style-type: none"> • Einige Informationsmaterialien können für manche Nutzer schwer verständlich sein (z.B. sind die Verwendung von technischer Sprache und die Länge von Informationsmaterialien wichtige Aspekte, weshalb ein Vorlauf mit Testlesern empfohlen wird). • Es dauert in der Regel länger Informationsmaterialien zu erstellen als andere Kommunikationsmethoden in der Vorbereitung benötigen.

	<ul style="list-style-type: none"> • Some information materials can be difficult for some users to understand (e.g. technical language as well as length are important factors to take into account, therefore a pre-test is suggested) • The process to develop information material is typically more lengthy than other types of method 		
Visualisation of risk		Visualisierung des Risikos	
l) Photos m) Posters and displays n) Direct advertising o) Videos	<p>For solving conflicts you use visualisation of risk.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Can bring simple risk messages to life with stunning clarity” • Avoid large amounts of text • Communicate to a wide range of audiences • Can be easily translated to other languages than other information materials • Visual messages can be memorable • Is seen as being particularly effective for raising awareness <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • May be culturally specific • Carries limited information and therefore cannot address as many questions that audiences may have about a risk as other methods • Can lose their impact if overused • Cannot be used as a standalone method • Can take time to produce • Requires technical knowledge to ensure that the intended message is produced (e.g. graphic designer) 	l) Fotos m) Poster, Displays n) Werbung o) Videos	<p>Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, visualisieren Sie das Risiko.</p> <p>Stärken der Visualisierung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Es kann einfache Botschaften mit überwältigender Klarheit ans Licht bringen.“ • Es wird wenig Text verwendet. • Es können viele verschiedene Zielgruppen angesprochen werden. • Sie kann leichter in andere Sprachen übersetzt werden als etwa Informationsmaterialien. • An visuelle Botschaften können sich viele Menschen leichter erinnern. • Visualisierungen werden als besonders wertvoll für das Steigern des Risikobewusstseins angesehen. <p>Schwächen der Visualisierung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können regional- und kulturspezifisch sein. • Es kann nur eine begrenzte Zahl von Informationen übertragen werden und es können deshalb nicht so viele Fragen beantwortet werden, wie es andere Methoden ermöglichen. • Die Aussagekraft kann bei zu häufiger Verwendung verloren gehen. • Sollte immer in Kombination mit anderen Methoden verwendet werden. • Für gute Visualisierungen von Sachverhalten braucht es meist eine lange Vorbereitungszeit. • Oftmals wird technisches Wissen (z.B. Graphikdesigner) benötigt, um sicher zu stellen, dass die gewünschte Aussage richtig ankommt.
Mass media		Massenmedien	
p) Website q) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes) emergency exercise) t) Television/Radio	<p>For solving conflicts you use mass media.</p> <p>Strengths of mass media are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Can reach large audiences • Can be memorable and credible for a lot of people • Can provide information quickly • Good relationships with media representatives can lead to a more informed and solution-oriented public <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Media source mostly controls the content and 	p) Website q) Publikation in lokalen/regionalen Zeitungen/Zeitschriften (inkl. Amtsblätter) r) Fernsehen oder Radio	<p>Sie nutzen Massenmedien, um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen.</p> <p>Vorteile von Massenmedien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können eine große Zielgruppe erreichen. • Sie können lange und glaubwürdig im Gedächtnis bleiben. • Sie können Informationen schnell verbreiten. • Eine gute Beziehung zu Medienvertretern kann zu einer besser informierten und lösungsorientierten Bevölkerung führen. <p>Schwächen der Massenmedien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medien kontrollieren selbst den Inhalt und den Zeitpunkt der Verbreitung, deshalb sollte nicht auf sie als einziger Informationsträger vertraut werden. • Ein kleiner Anteil falscher Berichterstattung kann viel Vertrauen und Glaubwürdigkeit zerstören. Eine

	<p>timing of the story and therefore should not be relied upon as a sole source of information provision</p> <ul style="list-style-type: none"> • A small amount of negative coverage can destroy trust and credibility 		enge Absprache und Zusammenarbeit mit den Medien ist deshalb sehr wichtig.
Technology-assisted communication		Technologiebasierte Kommunikation	
<p>d) SMS</p> <p>t) Automatic Voice/Phone Notification System</p> <p>u) Others</p>	<p>For solving conflicts you use technology-assisted communication.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Once developed such technologies can be easily up-dated and revised • Information can be quickly disseminated • Is a cost-effective way of involving audience members • Can be entertaining/ Whilst sirens and SMS communication are better suited for warning, Email, online courses, websites, videos and audio recordings are well suited to raising risk awareness. <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groups or regions without access to technology-assisted communication will not be reached and hence receive no communication. 	<p>s) SMS</p> <p>t) Automatische Anrufsysteme</p> <p>u) Andere</p>	<p>Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, verwenden Sie technologiebasierte Kommunikation.</p> <p>Vorteile von technologiebasierter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenn sie einmal entwickelt sind, können sie meist leicht aktualisiert und verbessert werden. • Informationen können sehr schnell verbreitet werden. • Es ist ein günstiges Mittel, um die Zielgruppe mit einzubeziehen. • Es kann unterhaltend sein. Während Sirenen und SMS-Dienste besser für Warnungen geeignet sind, können E-Mails, Online-Kurse, Websites, Videos und Audio-Aufnahmen gut das Risikobewusstsein stärken. <p>Schwächen technologiebasierter Kommunikation sind: Gruppen oder Regionen ohne Zugang zu diesen Kommunikationsmitteln (z.B. Internet, Netzabdeckung) können nicht erreicht werden und erhalten keine Information.</p>
How well do you know your audience?		Wie gut kennen Sie Ihre Zielgruppe? Wie gut erreichen Sie sie?	
a) Yes	<p>Very good, you reach different groups with your communication. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be obtained by conducting a midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can be collected through census data.</p>	a) ja	<p>Sehr gut, Sie erreichen verschiedene Gruppen mit Ihrer Kommunikation. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.</p>
b) No	<p>You don't reach out different groups in your community/city/region. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be</p>	b) nein	<p>Leider erreichen Sie mit Ihrer Kommunikation nicht verschiedene Bevölkerungsgruppen Ihrer Gemeinde/Stadt/Region. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten</p>

	obtained by conducting a midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can be collected through census data.		abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.
c) I don't know	In your community/city/region live different groups. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be obtained by conducting a midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can be collected through census data.	c) Ich weiß nicht	In Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben verschiedene Bevölkerungsgruppen. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.
Different habits and needs - Do you take such difference into account in your risk communication?		Verschiedene Gewohnheiten und Bedürfnisse – Beachten Sie diese in Ihrer Risikokommunikation?	
a) Yes	Great, you take different habits and needs into account. It is important to know the needs and habits of these groups in order to select adequate methods and information for your risk communication. In case you are interested, this information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment.	a) ja	Großartig, Sie nehmen verschiedene Kommunikationsgewohnheiten und -bedürfnisse der Bevölkerung in Ihrer Risikokommunikation auf. Es ist wichtig, dass Sie die verschiedenen Bedürfnisse und Gewohnheiten (z.B. beziehen manche Menschen ihre Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen) der unterschiedlichen Gruppen kennen, damit Sie entsprechende Methoden und Informationen für Ihre Risikokommunikation auswählen können. Wenn Sie interessiert sind, können Sie solche Informationen aus dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
b) No	Understanding the needs and interests of the intended audience is an important aspect of the development of a communications strategy. To receive adequate information for each group, a baseline audience analysis can help. This includes information largely related to the audience's ability to comprehend the communication, such as reading ability, preferred methods of communication, and level of hostility. This information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment.	b) nein	Es scheint, dass Sie bisher nicht versucht haben die Kommunikationsgewohnheiten und -bedürfnisse der Bevölkerung zu identifizieren. Für das Entwickeln einer Risikokommunikationsstrategie ist es relevant, Gewohnheiten und Bedürfnisse verschiedener Bevölkerungsgruppen zu kennen (z.B. beziehen manche Menschen ihre Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen). Erst mit Hilfe dieser Informationen lassen sich passende Informationskanäle auswählen. Um die passenden Informationen über verschiedene Gruppen zu erhalten, ist eine „grundlegende Zielgruppenanalyse“ (engl.: „baseline audience analysis“) hilfreich. Diese fragt hauptsächlich nach Fähigkeiten der Bevölkerung verschiedene Informationen zu verstehen und zu interpretieren (z.B. nach der Alphabetisierung, bevorzugten Kommunikationsmethoden oder den Grad der Ablehnung einzelner Medien wie z.B. das Smartphone). Wenn Sie interessiert sind, können Sie solche Informationen aus dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
c) I don't know	Understanding the needs and interests of the intended audience is an important aspect of the development of a communications strategy. To address the adequate information for each group, a baseline audience analysis can help. This includes information largely related to the audience's ability to comprehend the	c) Ich weiß nicht	Für eine gute Risikokommunikationsstrategie ist es wichtig die Bedürfnisse und Interessen Ihrer Zielgruppen zu verstehen. Für das Entwickeln einer Risikokommunikationsstrategie ist es relevant, Gewohnheiten und Bedürfnisse verschiedener Bevölkerungsgruppen zu kennen (z.B. beziehen manche Menschen ihre Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen). Erst mit Hilfe dieser Informationen lassen sich passende Informationskanäle auswählen. Um die passenden Informationen über verschiedene Gruppen zu erhalten, ist eine „grundlegende Zielgruppenanalyse“ (engl.: „baseline audience analysis“) hilfreich. Diese fragt hauptsächlich nach Fähigkeiten

	communication, such as reading ability, preferred methods of communication, and level of hostility. This information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment.		der Bevölkerung verschiedene Informationen zu verstehen und zu interpretieren (z.B. nach der Alphabetisierung, bevorzugten Kommunikationsmethoden oder den Grad der Ablehnung einzelner Medien wie z.B. das Smartphone). Wenn Sie interessiert sind, können Sie solche Informationen aus dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
Do you take psychological factors (e.g. risk perceptions and motivations) into account when resolving conflicts and building trust		Beachten Sie psychologische Faktoren (Risikowahrnehmung oder Motivation), wenn Sie Informationen über Handlungsmöglichkeiten zur Verfügung stellen?	
a) Yes	Excellent, you take psychological factors into account when providing information about preparedness actions. In order to be able to address any potential barriers to your organisation's risk communication, it is important to understand the in risk perception of your intended audience. If you are interested in finding out more about the risk perceptions of the general public in your community, please conduct TACTIC's General Public's Self-Assessment. Based on the results of this assessment, your organisation is able to identify potential psychological barriers as well as receive tips in regards to how to overcome them.	a) ja	Sehr gut, Sie beachten psychologische Faktoren in Ihrer Kommunikation mit der Bevölkerung. Psychologische Faktoren können zum Beispiel unterschiedliche Wahrnehmungen des Erdbebenrisikos sein oder Motivationen zu vorzubereiten oder eben nicht. Um diese berücksichtigen zu können, müssen sie selbstverständlich bekannt sein. Wenn Sie an der Risikowahrnehmung der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region interessiert sind, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung durchführen lassen. Auf Grundlage der Ergebnisse können mögliche psychologische Hemmnisse ausgemacht werden. Darüber hinaus erhalten Sie Hinweise wie man mit ihnen umgehen kann.
b) No	So far you don't take psychological factors into account when providing information about preparedness actions. In order to be able to address any potential barriers to your organisation's risk communication, it is important to understand the in risk perception of your intended audience. If you are interested in finding out more about the risk perceptions of the general public in your community, please conduct TACTIC's General Public's Self-Assessment. Based on the results of this assessment, your organisation is able to identify potential psychological barriers as well as receive tips in regards to how to overcome them.	b) nein	Bis jetzt haben Sie psychologische Faktoren nicht beachtet, wenn mit der Bevölkerung kommunizieren. Um mögliche Hemmnisse Ihrer Risikokommunikationsstrategie zu beheben, sollten Sie die Risikowahrnehmung Ihrer Zielgruppe kennen. Wenn Sie an der Risikowahrnehmung der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region interessiert sind, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung durchführen lassen. Auf Grundlage der Ergebnisse können mögliche psychologische Hemmnisse ausgemacht werden. Darüber hinaus erhalten Sie Hinweise wie man sie umgehen kann.
c) I don't know	Find out if your organisation takes psychological factors into account when providing information about preparedness actions. In order to be able to address any potential barriers to your organisation's risk communication, it is important to understand the in risk perception of your intended audience. If you are interested in finding out more about the risk perceptions of the general public in your community, please	c) Ich weiß nicht	Finden Sie heraus, ob Ihre Organisation psychologische Faktoren beachtet, wenn sie mit der Bevölkerung kommuniziert. Um mögliche Hemmnisse Ihrer Risikokommunikationsstrategie zu beheben, sollten Sie die Risikowahrnehmung Ihrer Zielgruppe kennen. Wenn Sie an der Risikowahrnehmung der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region interessiert sind, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung durchführen lassen. Auf Grundlage der Ergebnisse können mögliche psychologische Hemmnisse ausgemacht werden, darüber hinaus erhalten Sie Hinweise wie man sie umgehen kann.

	conduct TACTIC's General Public's Self-Assessment. Based on the results of this assessment, your organisation is able to identify potential psychological barriers as well as receive tips in regards to how to overcome them.		
Do you have a key message?		Haben Sie eine Kernaussage?	
a) Yes	Fantastic! The key message is the number one thing that you want your audience to remember or do. Make sure that your message is clear, concise and consistent.	a) ja	Großartig, Sie haben bereits eine Kernbotschaft definiert! Eine Kernbotschaft ist das Wichtigste, das Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln wollen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kernbotschaft klar, prägnant und konsistent ist.
b) No	A key message is a critical part of any risk communications strategy. The key message is the number one thing that you want your audience to remember or to do. Use a clear and concise language. Ask yourself following questions: Why am I communicating risk? Who am I trying to warn/inform/whose behaviour am I trying to change? Who should be involved in solving conflicts?	b) nein	Es scheint, dass Sie keine Kernbotschaft haben. Solche eine Kernbotschaft ist ein wichtiger Teil jeder Risikokommunikationsstrategie. Die Kernbotschaft ist das Wichtigste, das Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln wollen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kernbotschaft klar, prägnant und konsistent ist. Fragen Sie sich: Warum kommuniziere ich das Risiko? Wen versuche ich zu erreichen? Was versuche ich zu verändern?
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation has a key message. It is the first step for the development of a communication strategy. The key message is the number one thing that you want your audience to remember or to do. It should be clear, concise and consistent. Ask yourself following questions: Why am I communicating risk? Who am I trying to warn/inform/whose behaviour am I trying to change? Who should be involved in solving conflicts?	c) Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation eine Kernbotschaft definiert hat. Es ist ein entscheidender Schritt für das Entwickeln einer Kommunikationsstrategie. Die Kernbotschaft ist das Wichtigste, das Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln wollen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kernbotschaft klar, prägnant und konsistent ist. Fragen Sie sich: Warum kommuniziere ich das Risiko? Wen versuche ich zu erreichen? Was versuche ich zu verändern?
Collecting and using feedback?		Sammeln Sie Rückmeldungen und verwenden Sie dieses?	
a) Yes	Great, you are actively collecting feedback. In doing so you are able to ensure that you understand how your communication activities are received by your audience.	a) ja	Sehr gut, Sie sammeln aktiv Feedback. Indem Sie das machen, können Sie sicherstellen, dass ihre Kommunikation richtig bei der Bevölkerung ankommt.
b) No	Until now you did not collect feedback on your communication strategy. What a great time to start! In doing so you are able to ensure that your information is understood by your audience.	b) nein	Bis jetzt haben Sie kein Feedback über Ihre Kommunikationsstrategie gesammelt. Durch Feedback würden Sie die Möglichkeit haben, sicherzustellen dass ihre Kommunikation richtig bei der Bevölkerung ankommt.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation collects feedback on your communication practices. In doing so you are	c) Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Feedback zur Risikokommunikation sammelt. Indem Sie das machen, können Sie sicherstellen, dass ihre Kommunikation bei der Bevölkerung ankommt.

	able to ensure that your information is understood by your audience.		
If yes: Are you using the feedback to improve your communication practices?		Wenn ja, nutzen Sie das Feedback, um Ihre Kommunikationspraxis zu verbessern?	
a) Yes	Great! Receiving feedback from your intended audience in regards to your risk communication efforts is a great way to improve future risk communication efforts.	a) ja	Großartig! Das Erhalten und Auswerten des Feedbacks Ihrer Zielgruppe ist ein guter Weg, Ihre zukünftigen Anstrengungen in der Risikokommunikation zu verbessern.
b) No	Here is space for improvement! You have already collected feedback on your communication practices. Now take the next step and use it for the improvement of your communication strategy.	b) nein	Hier ist Potential für Verbesserungen, da Sie bisher das Feedback nicht nutzen! Sie haben bereits zwar Feedback über Ihre Risikokommunikation gesammelt. Nun, machen Sie den nächsten Schritt und nutzen Sie es für die Verbesserung Ihrer Risikokommunikationsstrategie.
c) I don't know	Your organisation has already collected feedback on your communication practices. You should inform yourself about whether your organisation uses this feedback to improve the communication strategy.	c) Ich weiß nicht	Ihre Organisation hat bereits Feedback über die Risikokommunikation gesammelt. Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation dieses Feedback nutzt, um die Kommunikationsstrategie zu verbessern.

