



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 epidemics –

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 epidemics – 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 Risiko von Epidemien 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 consist 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 epidemic risks? | | Stellen Sie Informationen über Risiken von Epidemien zur Verfügung? | |
| a) Yes, regularly | <p>You provide information about the risk of epidemics 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 Risiko von Epidemien 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 epidemics to your community/city/region from</p> | b) Ja, gelegentlich. | <p>Sie stellen Informationen über das Risiko von Epidemien in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region gelegentlich zur Verfügung. Es kann hilfreich sein dies regelmäßig zu tun, denn über mögliche Risiken informiert zu werden, ist</p> |

| | | | | | |
|---|----------|---|---|-----------------|--|
| | | 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. | | | für die Bevölkerung ein wichtiger Schritt, um sich besser vorbereiten zu können. |
| c) No | | You don't provide information about the risk of epidemics to your community/city/region. Here is space for improvement! Providing detailed information about the potential or experienced risks of epidemics 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 Risiko von Epidemien in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung. Hier gibt es noch Verbesserungspotential! Detaillierte Informationen über mögliche oder vergangene Epidemien 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 Risiko von Epidemien gibt, wird sie sich vorbereiten. |
| d) I don't know | | You should inform yourself about whether your organisation provides information about the risk of epidemics with your community/city/region. Providing detailed information about the potential or experienced risks of epidemics 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 Risiko von Epidemien in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung stellt. Detaillierte Informationen über mögliche oder vergangene Epidemie 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 are repeated often, can help to reinforce your message and make it memorable. | 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. |
| | 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 | | 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 |

| | | | | | |
|---|----------|--|--|-----------------|--|
| | | 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. | | | 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 epidemics 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 Epidemien 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 epidemics 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 Epidemien 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 | Vivid stories? 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 epidemics 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 weiß nicht | 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 Epidemien 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. |
| 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 | | To raise risk awareness you use mass media. | a) Website | | Sie nutzen Massenmedien, um das Risikobewusstsein zu steigern. |

| | | | |
|--|--|---|---|
| <p>b) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes) c) Television</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 | <p>b) Publikationen in lokalen/regionalen Zeitungen (inkl. Amtsblättern) c) Fernsehen</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. |
| <p>Information materials</p> | | <p>Informationsmaterialien</p> | |
| <p>d) Brochures, Leaflets, etc. e) Movies, Podcasts</p> | <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 method | <p>d) Broschüren, Flyer etc. e) Filme, Podcasts</p> | <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. |
| <p>Technology-assisted communication</p> | | <p>Technologiebasierte Kommunikation</p> | |
| <p>f) Automatic Voice/Phone Notification System</p> | <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 | <p>f) Automatisierte Sprach/Anruf-Benachrichtigungssysteme</p> | <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. |

| | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|
| | <p>easily up-dated and revised</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. | | <ul style="list-style-type: none"> 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 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 | <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. |
| Face-to-face communication | | Persönliche Kommunikation | |
| j) Public | To raise risk awareness you use face-to-face | j) Öffentliche Veranstaltungen/Anhörungen | Um das Risikobewusstsein zu steigern, nutzen Sie persönliche Kommunikation. |

| | | | |
|---|--|---|---|
| meetings/hearings k) Public workshops l) Round table discussion m) Theatre plays | 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) | k) Öffentliche Workshops l) Runder Tisch m) Theatervorführungen | Vorteile direkter Kommunikation sind: <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. Schwächen direkter Kommunikation sind: <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 | |
| n) Role-playing o) Simulations (e.g. emergency exercise) | To raise risk awareness 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) | n) Rollenspiele o) Simulationen (z.B. Katastrophenübung) | Um das Risikobewusstsein 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 Glaubwürdigkeit der Organisation beschädigt werden. • Sie dauern sehr lange und sind kostenintensiv (Bürgerbeteiligung wird als besonders effektiv bei langfristigen Projekten gesehen). |
| Visualisation of risk | | Visualisierung des Risikos | |
| p) Photos q) Posters and displays | To raise risk awareness you use visualisation of risk. | p) Fotos q) Poster, Displays | Um das Risikobewusstsein zu steigern, visualisieren Sie das Risiko. |

| | | | |
|--|---|--|---|
| <p>r) Direct advertising s) Videos t) Others</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>r) Werbung s) Videos t) Andere</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. |
| <p>How well do you know your audience?</p> | | <p>Wie gut kennen Sie Ihre Zielgruppe? Wie gut erreichen Sie sie?</p> | |
| <p>a) yes</p> | <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> | <p>a) ja</p> | <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> |
| <p>b) No</p> | <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</p> | <p>b) nein</p> | <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</p> |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | 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. | | 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 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 die passenden 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 communication strategy. To | 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 |

| | | | |
|---|--|--|--|
| | 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. | | Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen). Erst mit Hilfe dieser Informationen lassen sich die passenden 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 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. 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 | c) Ich weiß nicht | Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Feedback zur Risikokommunikation sammelt. Indem Sie das |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | 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. | | 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 epidemics? | | Stellen Sie Informationen über das Risiko von Epidemien 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 epidemic. 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 eine Epidemie 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 improvement! Members of the general public are not always aware of what they can do to prepare themselves for the event of an epidemic. Therefore, risk communication which aims to strengthen capacities to act is of great importance. | 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 eine Epidemie vorzubereiten. Deshalb ist 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 | 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 eine Epidemie vorzubereiten. Deshalb ist Risikokommunikation, mit |

| | | | |
|--|---|---|--|
| | prepare themselves. Members of the general public are not always aware of what they can do to prepare themselves for the event of an epidemic. Therefore, risk communication which aims to strengthen capacities to act is of great importance. | | dem Ziel die Handlungsfähigkeiten zu steigern, sehr wichtig. |
| How regularly do you provide information about the risk of epidemics? | | Wie regelmäßig stellen Sie folgende Informationen über das Risiko von Epidemien zur Verfügung? | |
| a) Preparing your home for an epidemic | | a) Das Zuhause auf Epidemien vorbereiten | |
| regularly | You provide information about how to prepare your home for an epidemic regularly. That is great because it is a first step to get prepared. | Regelmäßig | Sie stellen regelmäßig Informationen zur Verfügung, wie man sein Zuhause auf Epidemien vorbereitet. Das ist großartig, denn das ist ein erster Schritt um besser vorbereitet zu sein. |
| from time to time | You provide information about how to prepare your home for an epidemic from time to time. To do it on a regular basis can be helpful because it is a first step to get prepared. | Gelegentlich | Sie stellen von Zeit zu Zeit Informationen zur Verfügung, wie man sein Zuhause auf Epidemien vorbereitet. Es kann hilfreich sein dies regelmäßig zu tun , denn das ist ein erster Schritt um besser vorbereitet zu sein |
| never | You don't provide information about how to prepare your home for an epidemic. To do it on a regular basis can be helpful because it is a first step to get prepared. | Nie | Sie stellen keine Informationen darüber zur Verfügung, wie man sein Zuhause auf Epidemien vorbereitet. Es kann hilfreich sein dies regelmäßig zu tun, denn das ist ein erster Schritt um besser vorbereitet zu sein. |
| I don't know | Make yourself familiar if your organisation provides information about how to prepare your home for an epidemic. To do it on a regular basis can be helpful because it is a first step to get prepared. | Ich weiß nicht | Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen zur Verfügung stellt, wie man sein Zuhause auf Epidemien vorbereitet. Es kann hilfreich sein dies regelmäßig zu tun, denn das ist ein erster Schritt um besser vorbereitet zu sein. |
| b) How to interpret epidemic risk communications | | b) Risikokommunikation bei Epidemien richtig deuten | |
| regularly | You provide information about how to interpret epidemic risk communication regularly. That is very helpful in order to enable your audience to act in case of emergency. | | Sehr gut, Sie stellen regelmäßig Informationen darüber zur Verfügung, wie man Risikokommunikation bei Epidemien richtig deutet. Das ist sehr hilfreich, denn es hilft der Bevölkerung im Notfall richtig zu reagieren |
| from time to time | You provide information about how to interpret epidemic risk communication 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 Risikokommunikation bei Epidemien richtig deutet. Das ist sehr hilfreich, denn es hilft der Bevölkerung im Notfall richtig zu reagieren. |
| never | You don't provide information about how to interpret epidemic risk communication. 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 wie man Risikokommunikation bei Epidemien richtig deutet. Es kann hilfreich sein, dies zu tun, denn es hilft der Bevölkerung im Notfall richtig zu reagieren. |
| I don't know | You don't know if your organisation provides information about how to interpret epidemic risk communications. This information can be helpful in order to enable your audience to act in case of emergency. | | Sie wissen nicht, ob Ihre Organisation Informationen darüber zur Verfügung stellt, wie man Risikokommunikation bei Epidemien richtig deutet. Das kann aber hilfreich sein, denn es hilft der Bevölkerung im Notfall richtig zu reagieren. |
| c) Infectious disease control measures and policies | | c) Maßnahmen und Richtlinien zur Kontrolle von Infektionskrankheiten | |
| regularly | You provide information about infectious disease control measures and policies regularly. | | Sie stellen regelmäßig Informationen über Maßnahmen und Richtlinien zur Kontrolle von Infektionskrankheiten zur Verfügung. Das ist wichtig, um die Bevölkerung über neue Entwicklungen und Möglichkeiten der Vorsorge |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | That is great in order to keep your audience up-to-date on new developments and on possibilities to prepare. | | auf dem Laufenden zu halten. |
| from time to time | You provide information about infectious disease control measures and policies from time to time. It can be relevant to do it on a regular basis in order to keep your audience up-to-date on new developments and on possibilities to prepare. | | Sie stellen gelegentlich Informationen über Maßnahmen und Richtlinien zur Kontrolle von Infektionskrankheiten zur Verfügung. Das ist wichtig, um die Bevölkerung über neue Entwicklungen und Möglichkeiten der Vorsorge auf dem Laufenden zu halten. |
| never | You don't provide information about infectious disease control measures and policies. It can be relevant to do it on a regular basis in order to keep your audience up-to-date on new developments and on possibilities to prepare. | | Sie stellen keine Informationen über Maßnahmen und Richtlinien zur Kontrolle von Infektionskrankheiten zur Verfügung. Es kann wichtig sein, dies regelmäßig zu tun, um die Bevölkerung über neue Entwicklungen und Möglichkeiten der Vorsorge auf dem Laufenden zu halten |
| I don't know | Find out if your organisation provides information about infectious disease control measures and policies. It can be relevant to do it on a regular basis in order to keep your audience up-to-date on new developments and on possibilities to prepare. | | Machen Sie sich vertraut, ob ihre Organisation Informationen über Maßnahmen und Richtlinien zur Kontrolle von Infektionskrankheiten zur Verfügung stellt. Es kann wichtig sein, dies regelmäßig zu tun, um die Bevölkerung über neue Entwicklungen und Möglichkeiten der Vorsorge auf dem Laufenden zu halten. |
| d) Information about keeping individuals/families healthy during an epidemic | | d) Informationen wie Einzelpersonen/Familien während einer Epidemie gesund bleiben können | |
| regularly | You provide information about keeping individuals/families healthy during an epidemic regularly. That is relevant in order to raise people's capacities to act during an emergency. | | Sie stellen regelmäßig Informationen zur Verfügung, wie Einzelpersonen bzw. Familien während einer Epidemie gesund bleiben können. Das ist wichtig, um die Handlungsfähigkeiten der Menschen während einer solchen Notsituation zu erhöhen. |
| from time to time | You provide information about keeping individuals/families healthy during an epidemic from time to time. That is relevant in order to raise people's capacities to act during an emergency. | | Von Zeit zu Zeit stellen Sie Informationen zur Verfügung, wie Einzelpersonen bzw. Familien während einer Epidemie gesund bleiben können. Das ist wichtig, um die Handlungsfähigkeiten der Menschen während einer solchen Notsituation zu erhöhen. |
| never | You don't provide information about keeping individuals/families healthy during an epidemic. It can be relevant in order to raise people's capacities to act during an emergency. | | Sie stellen keine Informationen zur Verfügung, wie Einzelpersonen bzw. Familien während einer Epidemie gesund bleiben können. Das wäre aber wichtig, um die Handlungsfähigkeiten der Menschen während einer solchen Notsituation zu erhöhen. |
| I don't know | You don't know if your organisation provides information about keeping individuals/families healthy during an epidemic. It can be relevant in order to raise people's capacities to act during an emergency. | | Sie wissen nicht ob Ihre Organisation Informationen zur Verfügung stellt, wie Einzelpersonen bzw. Familien während einer Epidemie gesund bleiben können. Das wäre aber wichtig, um die Handlungsfähigkeiten der Menschen während einer solchen Notsituation zu erhöhen. |
| e) Preparation of epidemic emergency plans for families, small businesses or farms | | e) Erstellung von Epidemie-Notfallplänen für die Familie oder ein (landwirtschaftliches) Unternehmen | |
| regularly | You provide information about preparation of epidemic emergency plans for families, small businesses or farms regularly. This is great as emergency plans can be an important step to get prepared. | | Sie stellen regelmäßig Informationen über die Erstellung von Epidemie-Notfallplänen für die Familie oder ein (landwirtschaftliches) Unternehmen zur Verfügung. Das ist großartig, da Notfallpläne ein wichtiger Bestandteil der Vorsorge sind. |
| from time to time | You provide information about preparation of | | Sie stellen gelegentlich Informationen über die Erstellung von Epidemie-Notfallplänen für die Familie oder ein |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | epidemic emergency plans for families, small businesses or farms from time to time. This is of importance as emergency plans can be an important step to get prepared. | | (landwirtschaftliches) Unternehmen zur Verfügung. Das ist wichtig, da Notfallpläne ein wichtiger Bestandteil der Vorsorge sind. |
| never | You don't provide information about preparation of epidemic emergency plans for families, small businesses or farms. This would be of importance as emergency plans can be an important step to get prepared. | | Sie stellen keine Informationen über die Erstellung von Epidemie-Notfallplänen für die Familie oder ein (landwirtschaftliches) Unternehmen zur Verfügung. Das wäre aber wichtig, da Notfallpläne ein wichtiger Bestandteil der Vorsorge sind. |
| I don't know | Make yourself familiar whether your organisation provides information about preparation of epidemic emergency plans for families, small businesses or farms. This would be of importance as emergency plans can be an important step to get prepared. | | Informieren Sie sich, ob Ihre Organisation Informationen über die Erstellung von Epidemie-Notfallplänen für die Familie oder ein (landwirtschaftliches) Unternehmen zur Verfügung stellt. Das wäre wichtig, da Notfallpläne ein wichtiger Bestandteil der Vorsorge sind. |
| f) Emergency kits: Appropriate behaviour in case of emergency (e.g. store important documents, emergency supplies, medicines, phone numbers ready, evacuation procedures) | | f) Notfallkoffer: Richtiges Verhalten im Notfall (z.B. Aufbewahrung von Dokumenten, Medikamenten, wichtigen Telefonnummern, Vorgehen im Evakuierungsfall) | |
| regularly | You provide information about Emergency kits: Appropriate behaviour in case of emergency (e.g. store important documents, emergency supplies, medicines, phone numbers ready, evacuation procedures) regularly. That is very good, because appropriate behaviour in case of emergency can save lives. | | Sie informieren regelmäßig über das Vorhalten eines Notfallkoffers (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Evakuierungsanweisungen) und angemessenes Verhalten im Notfall. Das ist wichtig, denn damit stellen Sie hilfreiche Informationen zur Verfügung, wie man sich im Notfall richtig verhält. Dies kann Leben retten. |
| from time to time | You provide information about Emergency kits: Appropriate behaviour in case of emergency (e.g. store important documents, emergency supplies, medicines, phone numbers ready, evacuation procedures) from time to time. It is important, because appropriate behaviour in case of emergency can save lives. | | Sie informieren gelegentlich über das Vorhalten eines Notfallkoffers (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Evakuierungsanweisungen) und angemessenes Verhalten im Notfall. Das ist wichtig, denn damit stellen Sie hilfreiche Informationen zur Verfügung, wie man sich im Notfall richtig verhält. Dies kann Leben retten. |
| never | You don't provide information about Emergency kits: Appropriate behaviour in case of emergency (e.g. store important documents, emergency supplies, medicines, phone numbers ready, evacuation procedures). It is important, because appropriate behaviour in case of emergency can save lives. | | Sie stellen keine Informationen über das Vorhalten eines Notfallkoffers (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Evakuierungsanweisungen) und angemessenes Verhalten im Notfall zur Verfügung. Das wäre aber wichtig, denn damit stellen Sie hilfreiche Informationen zur Verfügung, wie man sich im Notfall richtig verhält. Dies kann Leben retten. |
| I don't know | Find out if your organisation provides information about Emergency kits: Appropriate behaviour in case of emergency (e.g. store important documents, emergency supplies, medicines, phone numbers ready, evacuation procedures). It is important, because appropriate behaviour in case of emergency can | | Informieren Sie sich, ob Ihre Organisation Informationen über das Vorhalten eines Notfallkoffers (z.B. wichtige Dokumente, Medikamente, Telefonnummern, Evakuierungsanweisungen) und angemessenes Verhalten im Notfall zur Verfügung stellt. Dies könnte von Bedeutung sein, um hilfreiche Vorschläge zu machen, wie sich die Bevölkerung im Notfall. Dies kann Leben retten. |

| | | | | |
|---|--------|--|---|---|
| | | save lives. | | |
| g) Insurance against epidemic-related damages | | | g) Versicherung gegen krankheitsbedingte Schäden | |
| regularly | | You provide information about insurances against epidemic-related damages regularly. That is great as insurances are one step in order to raise people's resilience. | | Sie stellen regelmäßig Informationen darüber zur Verfügung, wie man sich gegenüber krankheitsbedingten Schäden versichern kann. Das ist wichtig, denn Versicherungen können betroffenen Haushalten helfen, Schäden schneller und einfacher zu beseitigen und rasch zum normalen Alltag zurückzukehren. |
| from time to time | | You provide information about insurances against epidemic-related damages from time to time. This information is important as insurances are one step in order to raise people's resilience. | | Sie stellen von Zeit zu Zeit Informationen darüber zur Verfügung, wie man sich gegenüber krankheitsbedingten Schäden versichern kann. Das ist wichtig, denn Versicherungen können betroffenen Haushalten helfen, Schäden schneller und einfacher zu beseitigen und rasch zum normalen Alltag zurückzukehren. |
| never | | You don't provide information about insurances against epidemic-related damages. This information is important as insurances are one step in order to raise people's resilience. | | Sie stellen keine Informationen darüber zur Verfügung, wie man sich gegenüber krankheitsbedingten Schäden versichern kann. Das kann eine wichtige Information sein, denn Versicherungen können betroffenen Haushalten helfen, Schäden schneller und einfacher zu beseitigen und rasch zum normalen Alltag zurückzukehren. |
| I don't know | | You don't know whether your organisation provides information about insurances against epidemic-related damages. This information is important as insurances are one step in order to raise people's resilience. | | Machen Sie sich vertraut, ob ihre Organisation Informationen darüber zur Verfügung stellt, wie man sich gegenüber krankheitsbedingten Schäden versichern kann. Das kann eine wichtige Information sein, denn Versicherungen können betroffenen Haushalten helfen, Schäden schneller und einfacher zu beseitigen und rasch zum normalen Alltag zurückzukehren. |
| h) Financial aid for recovery after epidemics | | | h) Finanzielle Hilfe für den Erholungsprozess nach einer Epidemie | |
| regularly | | You provide information about financial aid for recovery after epidemics regularly. That is helpful because it is an important part of recovery after an emergency. | | Sie stellen Informationen über mögliche finanzielle Hilfe für die Zeit nach einer Epidemie zur Verfügung. Das ist sehr gut, denn dies ist ein wichtiger Teil des Erholungsprozesses nach einem Notfall. |
| from time to time | | You provide information about financial aid for recovery after epidemics from time to time. That is helpful because it is an important part of recovery after an emergency. | | Ab und zu stellen Sie Informationen über mögliche finanzielle Hilfe für die Zeit nach einer Epidemie zur Verfügung. Das ist sehr gut, denn dies ist ein wichtiger Teil des Erholungsprozesses nach einem Notfall. |
| never | | You don't provide information about financial aid for recovery after epidemics from time to time. That would be helpful because it is an important part of recovery after an emergency. | | Sie stellen keine Informationen über finanzielle Hilfe für die Zeit nach einer Epidemie zur Verfügung. Das wäre aber wichtig, denn dies ist ein wichtiger Teil des Erholungsprozesses nach einem Notfall. |
| I don't know | | Check if your organisation provides information about financial aid for recovery after epidemics from time to time. That would be helpful because it is an important part of recovery after an emergency. | | Sie wissen nicht, ob Ihre Organisation Informationen über finanzielle Hilfe für die Zeit nach einer Epidemie zur Verfügung stellt. Finden Sie es heraus, denn dies ist ein wichtiger Teil des Erholungsprozesses nach einem Notfall. |
| 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 | 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. |

| | | | | | |
|--|----------|---|--|------------------------|---|
| | | create a memorable communication. | | | |
| | 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 language | if yes | Very good, you use a simple language in order 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. | b) einfache Sprache | <i>Wenn ja</i> | 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. |
| | 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 epidemic-related hazards can help the intended audience to empathise | c) Anschauliche und reale Bilder, Beispiele und Geschichten, die auf einer | <i>Wenn ja</i> | Großartig, Sie verwenden lebendige Beispiele und Geschichten, welche auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind. Persönliche Berichte von Erfahrungen mit Epidemien 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. |

| | | | | | |
|---|----------|---|--|------------------------|--|
| | | with the person communicating. Such communication can also help to ensure that the message being communicated is memorable. | persönlichen Ebene erfahrbar sind | | |
| | if no | It seems you are not yet using vivid examples. this might be relevant for you as personal accounts of experiences with epidemic-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 Epidemien 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 enhance the capacity to act. Personal accounts of experiences with epidemic-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 weiß nicht</i> | 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 Epidemien 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. |
| 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 should focus on the risks of inaction but place more emphasis on the audiences ability to act and the benefits of doing so. | 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. |
| Do you communicate your roles and responsibility for managing the risk of epidemics to the general public? | | Verdeutlichen Sie gegenüber der Allgemeinheit die Rolle und Verantwortlichkeiten Ihrer Organisation in Bezug auf Epidemien? | |
| 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 the event of an epidemic. Such information can help to build trust. | a) Ja | Sehr gut, sie kommunizieren bereits transparent, welche Rolle Ihre Organisation im Risikomanagement von Epidemien 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 Fall einer Epidemie 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 the event of an epidemic. Such information can help to build trust. | b) Nein | Sie sollten darüber nachdenken, zu kommunizieren, welche Rolle Ihre Organisation im Risikomanagement von Epidemien 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 Fall einer Epidemie 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 the event of an epidemic. Such information can help to build trust. | c) Ich weiß nicht | Sie sollten darüber nachdenken, zu kommunizieren, welche Rolle Ihre Organisation im Risikomanagement von Epidemien 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 Fall einer Epidemie 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 epidemics? | | Kommunizieren Sie die Verantwortlichkeiten und Rechte der Öffentlichkeit in Bezug auf Epidemien? | |
| a) Yes | Great. In addition to communicating the roles and responsibilities of your organisation, it is also important to communicate the roles and | | 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 Vorsorge für Epidemien aktiv wird, muss sie wissen, welchen Beitrag sie leisten kann. Eine klare Kommunikation der Erwartungen an |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | 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. | | 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 Vorsorge aktiv auseinandersetzt und entsprechend handelt. |
| b) No | Risk communication efforts should aim at encouraging the public to become involved in the management of an epidemic 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. | | Risikokommunikation sollte darauf abzielen, die Bevölkerung in das Management einer Epidemie 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 Vorsorge für Epidemien 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 Vorsorge 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. | | Risikokommunikation sollte darauf abzielen, die Bevölkerung in das Management einer Epidemie 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 Vorsorge für Epidemien 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 Vorsorge aktiv auseinandersetzt und entsprechend handelt. |
| Do you actively involve members of the general public in discussions about how to prepare for epidemics? | | Beziehen Sie Bürger aktiv in Diskussionen über eine Verbesserung der Vorsorge für Epidemien ein? | |
| a) yes | Great! You involve members of the general public in discussions about how to prepare. Current research argues that involving the | 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 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | 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. | | 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. |
| 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 Epidemien noch Verbesserungspotential gibt. 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 affect 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 Epidemien mit einbezieht. 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 your 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 | 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: |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | <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 credibility • Time consuming and costly (stakeholder participation is seen to be particularly effective if it is long-term) | | <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). |
| 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) SMS h) 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 | <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 |

| | | | |
|---|--|---|--|
| | <p>members</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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>stärken.</p> <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</p> <p>j) Facebook</p> <p>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</p> <p>j) Facebook</p> <p>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</p> <p>m) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes)</p> <p>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 | <p>j) Website</p> <p>k) Publikation in lokalen/regionalen Zeitungen/Zeitschriften (inkl. Amtsblätter)</p> <p>l) 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. |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | <p>people</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 | | <ul style="list-style-type: none"> • 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 | Informationsmaterialien |
| <p>o) Brochures, Leaflets, etc. 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) 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 r) Posters and displays s) Direct advertising t) Videos 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 | <p>q) Fotos r) Poster, Displays s) Werbung t) Videos 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. |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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>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. |
| <p>How well do you know your audience?</p> | | <p>Wie gut kennen Sie Ihre Zielgruppe? Wie gut erreichen Sie sie?</p> | |
| <p>a) yes</p> | <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> | <p>a) Ja</p> | <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> |
| <p>b) No</p> | <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> | <p>b) nein</p> | <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> |
| <p>c) I don't know</p> | <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</p> | <p>c) Ich weiß nicht</p> | <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).</p> |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | 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. | | 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 – 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 der 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 die passenden 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 der 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 die passenden 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 der 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 | a) Ja | Sehr gut, Sie beachten psychologische Faktoren in Ihrer Kommunikation mit der Bevölkerung. Psychologische Faktoren können zum Beispiel unterschiedliche Wahrnehmungen des Risikos von Epidemien 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 |

| | | | |
|-----------------------------------|--|------------------------------------|---|
| | 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. | | 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 in Ihrer Kommunikation mit der Bevölkerung nicht beachtet. Psychologische Faktoren können zum Beispiel unterschiedliche Wahrnehmungen des Risikos von Epidemien 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 Risikos von Epidemien 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 3 - Warning | | Ziel 3 Warnung im Notfall | |
| Good aspects of past warnings? | | Qualitätsfaktoren von Warnungen | |
| a) The warning was very precise (e.g. time and location) | | a) Die Warnung war sehr präzise (z.B. Ort und Zeitpunkt) | |
| Yes | Your warning was very precise. Providing the general public with specific information about the hazard, including time and locations, can help to save lives. Failing to provide precise information can lead to distrust and potentially chaos in regards to disaster response. | Ja | Sie haben angegeben, dass Ihre vergangenen Warnungen sehr präzise waren. Weiter so! Wenn man die Bevölkerung exakt über die Gefahr, den Ort und Zeitpunkt des Eintreffens informiert, kann das Leben retten. Unpräzise Warnungen hingegen können zu Misstrauen und möglicherweise zu Chaos während der Bewältigung führen. |
| No | Your warning wasn't precise. This means that you are likely to be aware of the issues that can arise when such information is not accurate. Trust can be undermined and difficulties in managing evacuations are likely to have taken place. This is why providing the general public with specific information about the hazard, including time and locations, can help to save lives. | Nein | Sie haben angegeben, dass Ihre vergangenen Warnungen zu unpräzise waren. Hier ist Verbesserungspotential! Wenn man die Bevölkerung exakt über die Gefahr, den Ort und Zeitpunkt des Eintreffens informiert, kann das Leben retten. Unpräzise Warnungen hingegen können zu Misstrauen und möglicherweise zu Chaos während der Bewältigung führen. |
| I don't know | You should inform yourself about whether your organisation's warnings included precise information in the past. Knowing how to properly warn people can save lives and reduce damage during the event. Ensure that warnings are accurate and provide as much information about location and time as well as about the likelihood of the event. | Ich weiß nicht | Sie sollten sich informieren, ob die Warnungen Ihrer Organisation in der Vergangenheit präzise genug waren. Wenn man die Bevölkerung exakt über die Gefahr, den Ort und Zeitpunkt des Eintreffens informiert, kann das Leben retten. Unpräzise Warnungen hingegen können zu Misstrauen und möglicherweise zu Chaos während der Bewältigung führen. |
| b) The warning provided no contradictory information | | b) Die Warnung hat keine widersprüchlichen Informationen enthalten. | |
| Yes | Very good, the warning didn't provide contradictory information. This is important as unclear information can lead to confusion and distrust. Working together with media sources and other organisations in the case of emergency in order to ensure that warning messages are consistent and not in contradiction to each other is really important and helpful. | Ja | Sehr gut, Ihre Warnungen enthielten keine widersprüchlichen Informationen. Das ist wichtig, da unsichere Informationen zu Irritationen und Misstrauen führen können. Um sicherzustellen, dass Warnungen konsistent und nicht widersprüchlich verbreitet werden, sollten Sie mit verschiedenen Medien und Organisationen zusammenarbeiten. |

| | | | |
|--------------------------------|---|--------------------------------------|---|
| No | You stated that the warning provided contradictory information. This is a problem because unclear information can lead to confusion and distrust. Working together with media sources and other organisations in the case of emergency in order to ensure that warning messages are consistent and not in contradiction to each other is really important and helpful. By ensuring that all communicating organisations agree on the key message that is being communicated during the hazard, you can ensure that the general public is able to make informed and confident decisions in regards to what they can do. | Nein | Sie haben angegeben, dass Warnungen widersprüchliche Angaben enthalten haben. Das ist ein Problem, da unsichere Informationen zu Irritationen und Misstrauen führen können. Um sicherzustellen, dass Warnungen konsistent und nicht widersprüchlich verbreitet werden, sollten Sie mit verschiedenen Medien und Organisationen zusammen arbeiten. Indem sich alle kommunizierenden Organisationen auf klare Kernbotschaften einigen, kann gewährleistet werden, dass die Bevölkerung sachlich richtige und sichere Entscheidungen darüber trifft, wie sie mit der Gefahr im Notfall umgehen kann. |
| I don't know | The communication of contradictory information during a hazard can lead to confusion and distrust. Working together with media sources and other organisations in the case of emergency in order to ensure that warning messages are consistent and not in contradiction to each other is really important and helpful. By ensuring that all communicating organisations agree on the key message that is being communicated during the hazard, you can ensure that the general public is able to make informed and confident decisions in regards to what they can do. | Ich weiß nicht | Widersprüchliche Warnungen im Notfall führen zu Irritationen und Misstrauen. Vergewissern Sie sich, ob Ihre Organisation mit verschiedenen Medien und Organisationen zusammenarbeitet, um sicherzustellen, dass die Warnungen konsistent und nicht widersprüchlich verbreitet werden. Indem sich alle kommunizierenden Organisationen auf klare Kernbotschaften einigen, kann gewährleistet werden, dass die Bevölkerung sachlich richtige und sichere Entscheidungen darüber trifft, wie sie mit der Gefahr im Notfall umgehen kann. |
| c) The warning was very timely | | c) Die Warnung erfolgte rechtzeitig. | |
| Yes | Great! The warning was very timely. This means that the general public should have had the most amount of time possible to respond during a hazard event. | Ja | Großartig! Die Warnung erfolgte rechtzeitig. Das bedeutet, dass die Bevölkerung die meiste mögliche Zeit zur Vorbereitung und Reaktion hatte. |
| No | The problem when a warning comes too late is that the general public does not have enough time to act and is therefore put in danger. It is acknowledged that it is not always possible to warn people in a timely manner. Therefore, it is also important to raise risk awareness and strengthen capacities to act. By doing so it is possible to inform the general public of how to pick up on early signs of a potential hazard and that if they see these signs should not wait for a warning. By strengthening capacities to act it is possible to inform the general public of the concrete actions that they can take in case of a hazard. If you would like to receive some tips in regards to raising risk awareness or strengthening capacities to act and you have not already completed the questions in the self- | Nein | Das Problem einer verspäteten Warnung ist, dass wichtige Reaktionszeit verloren geht und die Bevölkerung somit noch höherer Gefahr ausgesetzt ist. Deshalb ist es ebenfalls notwendig, das Risikobewusstsein und die Handlungsfähigkeiten zu steigern. Indem man das tut, kann man die Bevölkerung darüber informieren, wie man Anzeichen einer möglichen Gefahr erkennt und dass man beim Erkennen dieser Anzeichen nicht auf eine Warnung warten sollte. Wenn man die Handlungsfähigkeiten steigert, kann man die Bevölkerung über Möglichkeiten informieren, welche sie im Falle einer Gefahr ergreifen können. Wenn Sie Hinweise erhalten möchten, wie Sie das Risikobewusstsein oder die Handlungsfähigkeiten steigern können, können Sie die entsprechenden Selbsteinschätzungen für diese Ziele beantworten. |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | assessment related to these communication aims, please return to the self-assessment to answer the questions related to these aims. | | |
| I don't know | The problem when a warning comes too late is that the general public does not have enough time to act and is therefore put in danger. It is acknowledged that it is not always possible to warn people in a timely manner. Therefore, it is also important to raise risk awareness and strengthen capacities to act. By doing so it is possible to inform the general public of how to pick up on early signs of a potential hazard and that if they see these signs that they should not wait for a warning. By strengthening capacities to act it is possible to inform the general public of the concrete actions that they can taken in case of a hazard. If you would like to receive some tips in regards to raising risk awareness or strengthening capacities to act and you have not already completed the questions in the self-assessment related to these communication aims, please return to the self-assessment to answer the questions related to these aims. | Ich weiß nicht | Das Problem einer verspäteten Warnung ist, dass wichtige Reaktionszeit verloren geht und die Bevölkerung somit noch höherer Gefahr ausgesetzt ist. Deshalb ist es ebenfalls notwendig, das Risikobewusstsein und die Handlungsfähigkeiten zu steigern. Indem man das tut, kann man die Bevölkerung darüber informieren, wie man Anzeichen einer möglichen Gefahr erkennt und dass man beim Erkennen dieser Anzeichen nicht auf eine Warnung warten sollte. Wenn man die Handlungsfähigkeiten steigert, kann man die Bevölkerung über Möglichkeiten informieren, welche sie im Falle einer Gefahr ergreifen können. Wenn Sie Hinweise erhalten möchten, wie Sie das Risikobewusstsein oder die Handlungsfähigkeiten steigern können, können Sie die entsprechenden Selbsteinschätzungen für diese Ziele beantworten. |
| d) People have received too many false warnings in the past and therefore did not trust our last warning | | d) Die Bevölkerung hat in der Vergangenheit zu viele falsche Warnungen erhalten und deswegen unsere letzte Warnung nicht ernst genommen | |
| Yes | False warnings happen but they can lead to various problems such as mistrust. It is important to communicate the reasons for the false warning as well as inform the general public of how to pick up on early signs of a potential hazard and that if they see these signs that they should not wait for a warning. By raising awareness and strengthening capacities to act it is possible to inform the general public of the concrete actions that they can take in order to take action in the event of a hazard. If you would like to receive some tips in regards to raising risk awareness or strengthening capacities to act and you have not already completed the questions in the self-assessment related to these communication aims, please return to the self-assessment to answer the questions related to these aims. | Ja | Fehlalarme passieren, aber sie können viele Probleme verursachen, etwa Misstrauen stiften. Es ist wichtig, die Gründe für die Fehlalarme an die Bevölkerung zu kommunizieren. Darüber hinaus sollte in der Bevölkerung ein Verständnis dafür vorhanden sein, wie man Anzeichen einer möglichen Gefahr erkennt und dass man beim Erkennen dieser Anzeichen nicht auf eine Warnung warten sollte. Deshalb ist es ebenfalls notwendig, das Risikobewusstsein und die Handlungsfähigkeiten zu steigern. Wenn Sie Hinweise erhalten möchten, wie Sie das Risikobewusstsein oder die Handlungsfähigkeiten steigern können, können Sie die entsprechenden Selbsteinschätzungen für diese Ziele beantworten. |
| No | Great, this means that you are likely to have effectively warned the general public in the past. However, false warnings happen. In order to know how to deal with this situation if it | Nein | Sehr gut. Das bedeutet, dass sie wahrscheinlich in der Vergangenheit die Bevölkerung effizient gewarnt haben. Wie auch immer, Fehlalarme passieren, aber sie können viele Probleme verursachen, etwa Misstrauen stiften. Es ist wichtig, die Gründe für die Fehlalarme an die Bevölkerung zu kommunizieren. Darüber hinaus sollte in der Bevölkerung ein Verständnis dafür vorhanden sein, wie man Anzeichen einer möglichen Gefahr erkennt |

| | | | |
|---|---|--|--|
| | occurs the following tips could come in handy. It is important to communicate the reasons for the false warning as well as inform the general public of how to pick up on early signs of a potential hazard and that if they see these signs that they should not wait for a warning. By raising awareness and strengthening capacities to act it is possible to inform the general public of the concrete actions that they can take in order to take action in the event of a hazard. If you would like to receive some tips in regards to raising risk awareness or strengthening capacities to act and you have not already completed the questions in the self-assessment related to these communication aims, please return to the self-assessment to answer the questions related to these aims. | | und dass man beim Erkennen dieser Anzeichen nicht auf eine Warnung warten sollte. Deshalb ist es ebenfalls notwendig, das Risikobewusstsein und die Handlungsfähigkeiten zu steigern. Wenn Sie Hinweise erhalten möchten, wie Sie das Risikobewusstsein oder die Handlungsfähigkeiten steigern können, können Sie die entsprechenden Selbsteinschätzungen für diese Ziele beantworten. |
| I don't know | False warnings happen but they can lead to various problems such as mistrust. It is important to communicate the reasons for the false warning as well as to inform the general public of how to pick up on early signs of a potential hazard that they don not have to wait for a warning. By raising awareness and strengthening capacities to act it is possible to inform the general public of the concrete actions that they can taken in case of a hazard. If you would like to receive some tips in regards to raising risk awareness or strengthening capacities to act and you have not already completed the questions in the self-assessment related to these communication aims, please return to the self-assessment to answer the questions related to these aims. | Ich weiß nicht | Fehlalarme passieren, aber sie können viele Probleme verursachen, etwa Misstrauen stiften. Es ist wichtig, die Gründe für die Fehlalarme an die Bevölkerung zu kommunizieren. Darüber hinaus sollte in der Bevölkerung ein Verständnis dafür vorhanden sein, wie man Anzeichen einer möglichen Gefahr erkennt und dass man beim Erkennen dieser Anzeichen nicht auf eine Warnung warten sollte. Deshalb ist es ebenfalls notwendig, das Risikobewusstsein und die Handlungsfähigkeiten zu steigern. Wenn Sie Hinweise erhalten möchten, wie Sie das Risikobewusstsein oder die Handlungsfähigkeiten steigern können, können Sie die entsprechenden Selbsteinschätzungen für diese Ziele beantworten. |
| e) We have used multiple channels to reach out to the general public in the event of an emergency | | e) Wir haben verschiedene Kanäle genutzt, um die allgemeine Öffentlichkeit im Notfall zu erreichen | |
| Yes | You said you use multiple channels to disseminate your warning messages. This is great. Such an approach helps to ensure that you have reached a range of audience groups. | Ja | Sie haben angegeben, dass Sie verschiedene Kanäle zur Verbreitung der Warnungen nutzen. Das ist großartig. Dieser Ansatz hilft Ihnen sicherzustellen, dass Sie eine Vielzahl an Zielgruppen erreichen werden. |
| No | You said you use only one or very few channels to disseminate your warning. However, warning should be disseminated through different channels as people have different habits and usually require confirmation of the original emergency communication through several communication channels before taking action. | Nein | Sie haben angegeben, dass Sie nur einen oder wenige Verbreitungswege für die Warnungen nutzen. Warnungen sollten über verschiedene Kanäle verbreitet werden, da Menschen verschiedene Gewohnheiten und unterschiedliches Vertrauen in Informationsquellen haben und normalerweise eine Bestätigung der Notfallnachricht durch andere Kanäle erwarten. |
| I don't know | Warning should be disseminated through | Ich weiß nicht | Warnungen sollten über verschiedene Kanäle verbreitet werden, da Menschen verschiedene Gewohnheiten |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | different channels as people have different habits and usually require confirmation of the original emergency communication through several communication channels before taking action. | | und unterschiedliches Vertrauen in Informationsquellen haben und normalerweise eine Bestätigung der Notfallnachricht durch andere Kanäle erwarten. |
| f) We did not reach our audience since our communication channels were insufficient | | f) Wir haben unsere Zielgruppe nicht erreicht, da unsere Kommunikationskanäle ungenügend waren | |
| Yes | You did not reach your audience. In order to improve this in the future you could work together with a range of different organisations. That could help you to disseminate your warning in the case of an emergency. It might increase the number of recipients and the speed of sharing the message. | Ja | Sie haben Ihre Zielgruppe mit der Warnung nicht erreicht. Um das in der Zukunft zu verbessern, sollten Sie dafür mit einer Reihe von verschiedenen Organisationen zusammenarbeiten. Das kann die Verbreitung von Warnungen im Notfall unterstützen. So könnten sich die Zahl der Gewarnten und die Geschwindigkeit der Verbreitung erhöhen. |
| No | Great, this means that the dissemination of your message was successful. Such an approach helps to ensure that you have reached a range of audience groups. | Nein | Großartig. Das bedeutet, dass die Verbreitung der Nachrichten erfolgreich war. Dieser Ansatz hilft Ihnen sicherzustellen, dass Sie eine Vielzahl von Zielgruppen erreichen werden. |
| I don't know | Warnings should be disseminated through different channels as people have different habits and usually require confirmation of the original emergency communication through several communication channels before taking action. | Ich weiß nicht | Sollten Sie Ihre Zielgruppe mit der Warnung nicht erreicht haben, sollten Sie dafür in Zukunft mit einer Reihe von verschiedenen Organisationen zusammenarbeiten. Das kann die Verbreitung von Warnungen im Notfall unterstützen. So könnten sich die Zahl der Gewarnten und die Geschwindigkeit der Verbreitung erhöhen. |
| g) | Other | g) Sonstiges | |
| How well do your methods of risk communication suit your communications aim of warning? | | | |
| Technology-assisted communication | | Technologiebasierte Kommunikation | |
| a) SMS b) Automatic Voice/Phone Notification System c) Sirens | For warning you use technology-assisted communication. Strengths are: <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. Limitations are: | a) SMS b) Automatisierte Sprach/Anruf-Benachrichtigungssysteme c) Sirenen | Für Ihre Warnungen verwenden Sie technologiebasierte Kommunikationsmittel. Vorteile von technologiebasierter Kommunikation sind: <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. Schwächen technologiebasierter Kommunikation sind: <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. |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Groups or regions without access to technology-assisted communication will not be reached and hence receive no communication. | | |
| Social media | | Soziale Medien | |
| d) Twitter e) Facebook f) Other | <p>For warning 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) | d) Twitter e) Facebook f) Andere | Für Warnungen nutzen Sie soziale Medien. <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 schaffen möglicherweise Verwirrung; das Risiko von Falschinformationen besteht. |
| Visualisation of risk | | Visualisierung des Risikos | |
| g) Photos h) Posters and displays i) Direct advertising j) Videos | <p>For warning 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 | g) Fotos h) Poster, Displays i) Werbung j) Videos k) Andere | Zum Warnen visualisieren Sie das Risiko. <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. |

| | | | |
|--|---|--|---|
| | <p>audiences may have about a risk as other methods</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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"> • 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>k) Website l) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes) m) Television or Radio</p> | <p>For warning 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 | <p>l) Website m) Publikationen in lokalen/regionalen Zeitung (incl. Amtsblättern) n) Fernsehen</p> | <p>Sie nutzen Massenmedien zum Warnen.</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 | |
| <p>n) Brochures, Leaflets, etc. o) Movies, Podcast</p> | <p>For warning 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 | <p>o) Broschüren, Flyer etc. p) Filme, Podcasts</p> | <p>Sie nutzen Informationsmaterialien zum Warnen.</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. |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | <p>suggested)</p> <ul style="list-style-type: none"> • The process to develop information material is typically more lengthy than other types of method | | |
| Face-to-face communication | | Persönliche Kommunikation | |
| <p>j) Public meetings/hearings k) Public workshops l) Round table discussion</p> | <p>For warning 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>Persönliche Kommunikation</p> <p>q) Öffentliche Veranstaltungen/ Anhörungen r) Öffentliche Workshops s) Runder Tisch</p> | <p>Zum Warnen 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 bereit hält. • 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 o) Simulations (e.g. emergency exercise) u) Others</p> | <p>For warning you use To enhance the capacity to act 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 credibility | <p>t) Rollenspiele u) Simulationen (z.B. Katastrophenübung) v) Andere</p> | <p>Zum Warnen 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). • Um im Notfall zu warnen, ist Bürgerbeteiligung kein angemessenes Kommunikationsmittel. |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Time consuming and costly (stakeholder participation is seen to be particularly effective if it is long-term) | | |
| How well do you know your audience? | | Wie gut kennen Sie Ihre Zielgruppe? Wie gut erreichen Sie sie? | |
| a) Yes | 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. | a) Ja | 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. |
| 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 be collected through census data. | c) 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. |
| d) 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. | b) 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 | 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 |

| | | | |
|-----------------------------------|---|--------------------------------------|--|
| | communication. In case you are interested, this information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment. | | 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. | d) 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 | 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? | c) 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? |
| d) 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: | b) 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? |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | 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? | | |
| Are you actively collecting feedback on your communication practices related to the aim of warning | | Sammeln Sie Rückmeldungen und verwenden Sie diese? | |
| 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. | c) 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. |
| d) 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. | b) 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 communication strategy. | c) 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. |
| d) 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. | b) 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 epidemic in your community/city/region? | | Sind Ihnen Konflikte zwischen Ihrer Organisation und der allgemeinen Bevölkerung bezüglich des Risikomanagements von Epidemien 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 | 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 |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | 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. | | 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. | c) 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 substantiellen und prozessualen Konflikten unterscheiden. Substantielle 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 substantiell 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 substantiellen und prozessualen Konflikten unterscheiden. Substantielle 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 substantiell 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 | c) Ich weiß nicht | Informieren Sie sich, ob Ihre Organisation Anstrengungen unternommen hat, die eigentlichen Gründe für den |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | 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. | | 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 | 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. |

| | | | |
|------------------------------------|---|--|---|
| | success. | | |
| 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 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. | c) Ich weiß nicht | Sie wissen nicht, ob Ihre Organisation einen externen Moderator bisher eingeschaltet hat. Um sicherzustellen, 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. |
| 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. 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: <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) | a) Rollenspiele b) Simulationen (z.B. Katastrophenübung) | Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, 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 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) Round table discussion f) Theatre plays | For solving conflicts, you use face-to-face communication. Strengths are: <ul style="list-style-type: none"> • Has an identifiable human representative of an organisation/credible person presenting the risk information, thus, personalising it | 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: <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 |

| | | | |
|---------------------------------------|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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>wertvoll und effektiv sein (z.B. in kleinen Gemeinden).</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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). |
| Social media | | Soziale Medien | |
| g) Twitter h) Facebook i) Other | <p>For solving conflicts 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 | g) Twitter h) Facebook i) Andere | <p>Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, 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 schaffen möglicherweise Verwirrung; das Risiko von Falschinformationen besteht. |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Conflicting views may cause confusion; risk of misinformation | | |
| Information materials | | Informationsmaterialien | |
| j) Brochures, Leaflets, etc. k) Movies, Podcasts | <p>For solving conflicts 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 method | j) Broschüren, Faltblätter, etc. k) Filme, Podcasts | <p>Sie nutzen Informationsmaterialien, um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen.</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 | |
| 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 | 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. |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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) | | |
| Mass media | | Massenmedien | |
| <p>p) Website</p> <p>q) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes)</p> <p>emergency exercise)</p> <p>t) Television/Radio</p> | <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 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>p) Website</p> <p>q) Publikation in lokalen/regionalen Zeitungen/Zeitschriften (inkl. Amtsblätter)</p> <p>r) Fernsehen oder Radio</p> | <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 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:</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. |
| How well do you know | | Wie gut kennen Sie Ihre Zielgruppe? Wie gut | |

| | | | |
|--|---|---|--|
| your audience? | | erreichen Sie sie? | |
| a) Yes | 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. | a) ja | 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. |
| 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 be collected through census data. | 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 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 | 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, |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | 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. | | 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 die passenden 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 die passenden 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 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 Risikos von Epidemien 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 die 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 | 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. |

| | | | |
|-----------------------------------|--|------------------------------------|--|
| | 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) 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 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. |
| 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? | 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? |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | Who should be involved in solving conflicts? | | |
| 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 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 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. |

