



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 terrorism –

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

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

	<p>the intended audience and that they are likely to trust the information that you provide them. Without trust, the information that you wish to communicate is unlikely to be successfully received. If people feel that their values aren't being represented, that the organisation is hiding information, or the organisation has neglected their responsibilities, this situation can result in a lack of trust. If you would like to find out more about how to improve trust, please complete the "resolving conflicts and building trust" communications aim in the self-assessment, if you haven't already done so. Also, if you are interested in gaining feedback from the general public in regards to their level of trust in organisations in your sector, please complete the General Public's Self-assessment in your community.</p>		<p>Organisation ihrer Verantwortung nicht gerecht wird, kann dies zu einem Vertrauensverlust führen. Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, was für eine vertrauensvolle Kommunikationsarbeit wichtig ist, sollten Sie das Kommunikationsziel "Gemeinsame Konfliktlösung und Aufbau von Vertrauen" der Selbsteinschätzung auswählen – falls Sie es nicht bereits gemacht haben. Wenn Sie darüber hinaus Interesse haben, Rückmeldungen von der Bevölkerung über deren Vertrauen in Ihre Organisation zu erhalten, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Region/Stadt durchführen lassen.</p>
c) I don't know	<p>You have answered "I don't know" to 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 the risk of terrorism?		Stellen Sie Ihrer Gemeinde/Stadt/Region Informationen über das Risiko von Terrorismus zur Verfügung?	
a) Yes, regularly	<p>You provide information about the risk of terrorism 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 Terrorrisiko in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung. Über mögliche Risiken informiert zu werden, ist für die Bevölkerung ein wichtiger Schritt, um sich besser vorbereiten zu können.</p>
b) Yes, from time to time	<p>You provide information about the risk of</p>	b) Ja, gelegentlich.	<p>Sie stellen Informationen über das Terrorrisiko in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region gelegentlich zur Verfügung. Es</p>

		terrorism to your community/city/region from time to time. It can be beneficial to do this on a regular basis, because having information about potential risks is the first step to get prepared.			kann hilfreich sein dies regelmäßig zu tun, denn über mögliche Risiken informiert zu werden, ist für die Bevölkerung ein wichtiger Schritt, um sich besser vorbereiten zu können.
c) No		You don't provide information about the risk of terrorism to your community/city/region. Here is space for improvement! Providing detailed information about the potential or experienced risks of terrorism 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 Terrorrisiko in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung. Hier gibt es noch Verbesserungspotential! Detaillierte Informationen über mögliche oder vergangene Terrorereignisse 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 Terrorrisiko gibt, wird sie sich vorbereiten.
d) I don't know		You should inform yourself about whether your organisation provides information about the risk of terrorism with your community/city/region. Providing detailed information about the potential or experienced risks of terrorism 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 das Terrorrisiko in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region zur Verfügung stellt. Detaillierte Informationen über mögliche oder vergangene Terrorereignisse 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	Simple and graphical material? 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	Simple and graphical material? 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	Simple and graphical material? 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	Simple language? 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	Simple language? You are not using a simple language in order to raise risk awareness. It is		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

		important to use simple language which avoids technical terms and is quickly comprehensible. Research has shown that careful communication of information is really important. By avoiding technical language and making sure that your information is limited to a couple of main points, or messages, which are repeated often, can help to reinforce your message and make it memorable.			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	Simple language? 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	Vivid stories? Great, you use vivid examples and stories that communicate on a personal level in order to raise risk awareness. Personal accounts of experiences with terrorism-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.	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 Terrorismus 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	Vivid stories? 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 with terrorism-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.		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 Terrorismus 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 with terrorism-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.		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 Terrorismus 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		

<p>a) Website b) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes) c) Television</p>	<p>To raise risk awareness you use mass media.</p> <p>Strengths of mass media are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Can reach large audiences • Can be memorable and credible for a lot of people • Can provide information quickly • 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>a) Website b) Publikationen in lokalen/regionalen Zeitungen (inkl. Amtsblättern) c) Fernsehen</p>	<p>Sie nutzen Massenmedien, um das Risikobewusstsein zu steigern.</p> <p>Vorteile von Massenmedien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie können eine große Zielgruppe erreichen. • Sie können lange und glaubwürdig im Gedächtnis bleiben. • Sie können Informationen schnell verbreiten. • Eine gute Beziehung zu Medienvertretern kann zu einer besser informierten und lösungsorientierten Bevölkerung führen. <p>Schwächen der Massenmedien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medien kontrollieren selbst den Inhalt und den Zeitpunkt der Verbreitung, deshalb sollte nicht auf sie als einziger Informationsträger vertraut werden. • Ein kleiner Anteil falscher Berichterstattung kann viel Vertrauen und Glaubwürdigkeit zerstören. Eine enge Absprache und Zusammenarbeit mit den Medien ist deshalb sehr wichtig.
<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>	<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.

	<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. 		<ul style="list-style-type: none"> • Informationen können sehr schnell verbreitet werden. • Es ist ein günstiges Mittel, um die Zielgruppe mit einzubeziehen. • Es kann unterhaltend sein. Während Sirenen und SMS-Dienste besser für Warnungen geeignet sind, können E-Mails, Online-Kurse, Websites, Videos und Audio-Aufnahmen gut das Risikobewusstsein stärken. <p>Schwächen technologiebasierter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppen oder Regionen ohne Zugang zu diesen Kommunikationsmitteln (z.B. Internet, Netzabdeckung) können nicht erreicht werden und erhalten keine Information.
Social media		Soziale Medien	
g) Twitter h) Facebook i) Other	<p>To raise risk awareness you use social media.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Because people choose to engage in a conversation on social media, their interest is already high and that willingness may translate into a change in behaviour • Information can be quickly posted and up-dated • Feedback is instant and easy to track over time. • Little technical knowledge is required to use social media and set up an account • Is able to distribute large amounts of information, which audience members can tailor to their own needs (e.g. allows people to see large amounts of data and develop their own interpretation of risk) • Is a cost-effective way of involving audience members • Can be entertaining <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Due to the expectations of users of social media, information must always be kept up-to-date or someone must always be available to 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 zurückzuerfolgen. • 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	

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

<p>q) Posters and displays r) Direct advertising s) Videos t) Others</p>	<p>risk.</p> <p>Strengths are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Can bring simple risk messages to life with stunning clarity” • Avoid large amounts of text • Communicate to a wide range of audiences • Can be easily translated to other languages than other information materials • Visual messages can be memorable • Is seen as being particularly effective for raising awareness <p>Limitations are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • May be culturally specific • Carries limited information and therefore cannot address as many questions that audiences may have about a risk as other methods • Can lose their impact if overused • Cannot be used as a standalone method • Can take time to produce • Requires technical knowledge to ensure that the intended message is produced (e.g. graphic designer) 	<p>q) Poster, Displays 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>Reaching out to different groups? 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>Reaching out to different groups? You don't reach out different groups in your community/city/region. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be</p>	<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>

	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.		leben.
c) I don't know	Reaching out to different groups? 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	Habits and needs of your audience? 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	Habits and needs of your audience? 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	Habits and needs of your audience? Understanding the needs and interests of the intended audience is an important aspect of the	c) Ich weiß nicht	Für eine gute Risikokommunikationsstrategie ist es wichtig, die Bedürfnisse und Interessen Ihrer Zielgruppen zu verstehen. Für das Entwickeln einer Risikokommunikationsstrategie ist es relevant, Gewohnheiten und Bedürfnisse verschiedener Bevölkerungsgruppen zu kennen (z.B. beziehen manche Menschen ihre

	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.		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	Key message? 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	Key message? 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	Key message? 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	Collecting feedback? 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	Collecting feedback? 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	Collecting feedback? You should inform yourself about whether your organisation collects feedback on your communication practices. In doing so you are able to ensure that you	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.

	understand how your communication activities are received by your audience.		
If yes: Are you using the feedback to improve your communication practices?		Wenn ja, nutzen Sie das Feedback, um Ihre Kommunikationspraxis zu verbessern?	
a) yes	Using feedback? 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	Using feedback? 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	Using feedback? 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 terrorism?		Stellen Sie Informationen über das Terrorrisiko 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 a terrorist attack. 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 Terroranschläge 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 a terrorist attack. 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 Terroranschläge 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 prepare themselves. Members of the general public are not always aware of what they can do to prepare themselves for the event of a terrorist attack. Therefore, risk communication which aims to strengthen capacities to act is of great importance.	c) Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region darüber zur Verfügung stellt, wie sich Bewohner vorbereiten können. Teile der Bevölkerung sind sich nicht immer darüber bewusst, was sie tun können, um sich auf Terroranschläge vorzubereiten. Deshalb ist Risikokommunikation, mit dem Ziel die Handlungsfähigkeiten zu steigern, sehr wichtig.
How regularly do you provide information about the risk of terrorism?		Wie oft informiert ihre Organisation Ihre Gemeinde/Stadt/Region über folgende Sachverhalte, um die Handlungsfähigkeit zu steigern?	
a) Preventing terrorism		a) Terrorismus vorbeugen (z.B. wachsam sein	

(e.g., vigilance and reporting suspicious activities or packages, security measures to protect electronic items from cyber-terrorism)		und verdächtige Aktivitäten oder Gegenstände melden, Sicherheitsmaßnahmen um elektronische Geräte vor Cyberterrorismus zu schützen)	
regularly	You provide information about how to prevent the risk of terrorism regularly. This can be relevant as having information about what to do is an important step to get prepared.	Regelmäßig	Sie stellen regelmäßig Informationen darüber zur Verfügung, wie man Terrorrisiken vorbeugen kann. Das kann wichtig sein, denn zu wissen, was man tun kann, ist der erste Schritt um sich vorzubereiten.
from time to time	You provide information about the risk of terrorism to your community/city/region from time to time. It can be beneficial to do this on a regular basis, because having information about potential risks is the first step to get prepared.	Gelegentlich	Sie stellen gelegentlich Informationen darüber zur Verfügung, wie man Terrorrisiken vorbeugen kann. Das kann wichtig sein, denn zu wissen, was man tun kann, ist der erste Schritt um sich vorzubereiten.
never	You don't provide information about the risk of terrorism to your community/city/region. Here is space for improvement! Providing detailed information about the potential or experienced risks of terrorism 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.	Nie	Sie stellen keine Informationen darüber zur Verfügung, wie man Terrorrisiken vorbeugen kann. Das kann wichtig sein, denn zu wissen, was man tun kann, ist der erste Schritt um sich vorzubereiten.
I don't know	You don't know whether your organisation provides information about the risk of terrorism to your community/city/region. You should inform yourself as it can be beneficial to do this on a regular basis, because having information about potential risks is the first step to get prepared.	Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen zur Verfügung stellt, wie man Terrorrisiken vorbeugen kann. Das kann wichtig sein, denn zu wissen, was man tun kann, ist der erste Schritt um sich vorzubereiten.
b) Avoiding certain activities to reduce the risk of terrorism (e.g., avoiding travelling to certain countries)		b) Bestimmte Aktivitäten meiden um Terrorrisiko zu reduzieren (z.B. Reisen in gefährdete Länder vermeiden)	
regularly	You provide information about avoiding activities to reduce the risk of terrorism regularly. This can be relevant as providing information about how to avoid certain activities can be an important step to get prepared.	Regelmäßig	Sehr gut, Sie stellen regelmäßig Informationen über das Vermeiden bestimmter Aktivitäten zur Reduzierung des Terrorrisikos zur Verfügung. Das ist relevant, denn Informationen darüber, wie man sich vorbereiten kann, ist ein wichtiger Schritt in Richtung Vorsorge.
from time to time	You provide information about avoiding activities to reduce the risk of terrorism to your community/city/region from time to time. Providing such information can be relevant as providing information about how to avoid certain activities can be an important step to get prepared.	Gelegentlich	Sie stellen gelegentlich Informationen über das Vermeiden bestimmter Aktivitäten zur Reduzierung des Terrorrisikos zur Verfügung. Das ist relevant, denn Informationen darüber, wie man sich vorbereiten kann, ist ein wichtiger Schritt in Richtung Vorsorge.
never	You don't provide information about avoiding activities to reduce the risk of terrorism to your	Nie	Sie stellen keine Informationen über das Vermeiden bestimmter Aktivitäten zur Reduzierung des Terrorrisikos zur Verfügung. Das ist relevant, denn Informationen darüber, wie man sich vorbereiten kann, ist ein wichtiger

	community/city/region. Here is space for improvement! Providing such information can be relevant as providing information about how to avoid certain activities can be an important step to get prepared.		Schritt in Richtung Vorsorge.
I don't know	You don't know whether your organisation provides information about certain activities to reduce the risk of terrorism to your community/city/region. You should inform yourself as it can be beneficial to do this on a regular basis, because having information about potential risks is the first step to get prepared.	Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen über das Vermeiden bestimmter Aktivitäten zur Reduzierung des Terrorrisikos zur Verfügung. Das ist relevant, denn Informationen darüber, wie man sich vorbereiten kann, ist ein wichtiger Schritt in Richtung Vorsorge.
c) Preparation of an individual/family emergency plan including how to respond to a terrorist attack		c) Erstellung von individuellen Notfallplänen bzw. Notfallpläne für die Familie (z.B. Verhalten bei einem Terroranschlag)	
regularly	You provide information on how to prepare an individual/family emergency plan regularly. This can be relevant as such a plan can be an important step to get prepared.	Regelmäßig	Sie stellen regelmäßig Informationen darüber zur Verfügung, wie ein individueller und/oder Familien-Notfallplan vorbereitet werden kann.
from time to time	You provide information about how to prepare an individual/family emergency plan from time to time. Providing such information can be relevant as such a plan can be an important step to get prepared.	Gelegentlich	Sie stellen gelegentlich Informationen darüber zur Verfügung, wie ein individueller und/oder Familien-Notfallplan vorbereitet werden kann.
never	You don't provide information about preparing an individual/family emergency plan from time to time. Providing such information can be relevant as such a plan can be an important step to get prepared.	Nie	Sie stellen keine Informationen darüber zur Verfügung, wie ein individueller und/oder Familien-Notfallplan vorbereitet werden kann.
I don't know	You seem to not know whether your organisation provides information about preparing an individual/family emergency plan. Providing such information can be relevant as such a plan can be an important step to get prepared.	Ich weiß nicht	Machen Sie sich damit vertraut, ob ihre Organisation Informationen darüber zur Verfügung stellt, wie ein individueller und/oder Familien-Notfallplan vorbereitet werden kann.
d) Preparation of an emergency kit including medical supplies and copies of important documents		d) Notfalkoffer (z.B. Aufbewahrung von Medikamenten, Kopien wichtiger Dokumente)	
regularly	You provide information on how to prepare an emergency kit on a regular basis. This is great, as such a kit can be an important step to get prepared.	Regelmäßig	Sie stellen regelmäßig Informationen darüber zur Verfügung, wie ein Notfalkoffer vorbereitet werden kann.
from time to time	You provide information on how to prepare an emergency kit from time to time. This is a good basis, as providing such information can be an important step to get prepared.	Gelegentlich	Sie stellen gelegentlich Informationen darüber zur Verfügung, wie ein Notfalkoffer vorbereitet werden kann.
never	You seem to not provide information on how to	Nie	Sie stellen nie Informationen darüber zur Verfügung, wie ein Notfalkoffer vorbereitet werden kann. Dies

		prepare an emergency kit. There is room for improvement, as such a kit can be an important step to get prepared.			könnten hilfreiche Informationen zur Risikovorsorge sein.
I don't know		You seem to not know whether your organisation provides information on how to prepare an emergency kit. Providing such information can be relevant as such a kit can be an important step to get prepared.	Ich weiß nicht		Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation Informationen darüber zur Verfügung stellt, wie ein Notfallkoffer vorbereitet werden kann. Dies könnten hilfreiche Informationen zur Risikovorsorge sein.
e) Information about local emergency plans covering terrorism			e) Information über lokale Notfallpläne für terroristische Vorfälle		
regularly		You provide information about local emergency plans covering terrorism on a regular basis. This is great, as such a plan can be an important step to get prepared.	Regelmäßig		Sie informieren regelmäßig über lokale Notfallpläne für terroristische Vorfälle.
from time to time		You provide information about local emergency plans covering terrorism from time to time. This is a good basis, as such a plan can be an important step to get prepared.	Gelegentlich		Sie informieren gelegentlich über lokale Notfallpläne für terroristische Vorfälle.
never		You seem to not provide information about local emergency plans covering terrorism. There is space for improvement, as such a plan can be an important step to get prepared.	Nie		Sie informieren nie über lokale Notfallpläne für terroristische Vorfälle. Dies könnten wichtige Informationen für die Bevölkerung sein, da es der erste Schritt zur Vorbereitung sein kann.
I don't know		You seem to not know whether your organisation provides information about local emergency plans covering terrorism. You should familiarise yourself, as such a plan can be an important step to get prepared.	Ich weiß nicht		Informieren Sie sich, ob Ihre Organisation Informationen über lokale Notfallpläne für terroristische Vorfälle. Dies könnten wichtige Informationen für die Bevölkerung sein, da es der erste Schritt zur Vorbereitung sein kann.
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	Simple and graphical material? In order to enhance the capacity to act you use simple, graphical and factual materials. Simple graphical representations of the information that you want to communicate can help to create a memorable communication.	a) einfache, graphische und sachliche Materialien	<i>Wenn ja</i>	Um das Risikobewusstsein zu steigern, nutzen Sie einfache, graphische und sachliche Materialien. Diese Mittel können helfen, damit das Kommunizierte besser im Gedächtnis bleibt.
	if no	Simple and graphical material? You are not using simple, graphical and factual materials in order to enhance 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	Simple and graphical material? 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	Simple language? 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	Simple language? 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	Simple language? 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	Vivid examples? 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 terrorism-related hazards can help the intended audience to empathise with the person communicating. Such communication can also help to ensure that the message being communicated is memorable.	d) Anschauliche und reale Bilder, Beispiele und Geschichten, die auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind	<i>Wenn ja</i>	Großartig, Sie verwenden lebendige Beispiele und Geschichten, welche auf einer persönlichen Ebene erfahrbar sind. Persönliche Berichte von Erfahrungen mit Terrorismus 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	Vivid examples? It seems you are not yet using vivid examples. this might be relevant for you as personal accounts of experiences with terrorism-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 Terrorismus 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 examples? 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		<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 Terrorismus 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

	to act. Personal accounts of experiences with terrorism-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.			bleiben.
Do you communicate your roles and responsibility for managing the risk of terrorism to the general public?		Verdeutlichen Sie gegenüber der Allgemeinheit die Rolle und Verantwortlichkeiten Ihrer Organisation in Bezug auf Terrorismus?		
a) yes	Roles and responsibility? 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 a terrorist attack. Such information can help to build trust.	a) ja		Sehr gut, sie kommunizieren bereits transparent, welche Rolle Ihre Organisation in Bezug auf Terrorismus 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 eines Terroranschlags 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	Roles and responsibility? 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 a terrorist attack. Such information can help to build trust.	b) Nein		Sie sollten darüber nachdenken, zu kommunizieren, welche Rolle Ihre Organisation in Bezug auf Terrorismus 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 eines Terroranschlags 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	Roles and responsibility? 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 a terrorist attack. Such information can help to build trust.	c) Ich weiß nicht		Sie sollten darüber nachdenken, zu kommunizieren, welche Rolle Ihre Organisation in Bezug auf Terrorismus 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 eines Terroranschlags 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.
d) No, we are we are legally not allowed to share this information with the public	You are legally not allowed to share this information with the public.	d) Nein – uns ist es rechtlich untersagt, diese Informationen mit der Öffentlichkeit zu teilen		Sie dürfen diese Informationen nicht an die Öffentlichkeit weitergeben.
Do you communicate the responsibilities and rights of the general public with regards to terrorism?		Kommunizieren Sie die Verantwortlichkeiten und Rechte der Öffentlichkeit in Bezug auf Terrorismus?		
a) yes	Responsibilities and rights? Great. In addition to communicating the roles and responsibilities of your organisation, it is also important to communicate the roles and responsibilities of the general public. The general public needs to take action to prepare themselves but they may	a) Ja		Sehr gut, Sie kommunizieren die Rechte und Pflichten der Bevölkerung. Ebenso wichtig ist, dass Sie Ihre Rolle bzw. die Rolle Ihrer Organisation verdeutlichen. Damit die Bevölkerung im Bereich der Vorsorge vor Terrorismus 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 der Gefahr aktiv auseinandersetzt und

	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.		entsprechend handelt.
b) No	Responsibilities and rights? Risk communication efforts should aim at encouraging the public to become involved in the management of a terrorist attack. 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.	b) Nein	Risikokommunikation sollte darauf abzielen, die Bevölkerung in die Vorsorge von Terrorgefahren 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 vor Terrorismus 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 der Gefahr aktiv auseinandersetzt und entsprechend handelt.
c) I don't know	Responsibilities and rights? 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.	c) Ich weiß nicht	Risikokommunikation sollte darauf abzielen, die Bevölkerung in die Vorsorge 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 vor Terrorismus 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 einer Gefahr auseinandersetzt und entsprechend handelt.
Do you actively involve members of the general public in discussions ...?		Beziehen Sie Bürger aktiv in Diskussionen über eine Verbesserung der Terrorismusvorsorge ein?	
a) yes	Involvement of the general public? Great! You involve members of the general public in discussions about how to prepare. Current research argues that involving the general public in discussion and decisions that effect	a) Ja	Großartig! Sie beziehen die Bevölkerung in die Diskussion mit ein, wie man sich vorbereiten sollte. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass das Einbeziehen der Bevölkerung in Diskussionen und Entscheidungen, die sie betreffen, zu einer Vielzahl an Vorteilen führen kann. Es kann Wissen über verschiedene Arten der Vorbereitung steigern, es kann klar machen, dass das eigene Handeln Erfolg haben und jede/r Einzelne etwas ausrichten kann. Außerdem werden Entscheidungen, die in Beteiligungsprozessen gefällt

	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.		werden, langfristig besser akzeptiert.
b) No	Involvement of the public? 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 Terrorismus 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	Involvement of the public? You should inform yourself about whether your organisation involves members of the public in discussion about how to prepare. Current research argues that involving the general public in discussion and decisions that effect them can bring about a wide range of benefits including the development of responsibility, knowledge about what types of preparedness activities they can take, belief that personal preparedness measures can have a positive effect and the belief that they are able to undertake such measures can positively influence whether members of the general public take such measures.	c) Ich weiß nicht	Informieren Sie sich, ob Ihre Organisation die Bevölkerung in Diskussionen über die Vorbereitung auf Terrorismus 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 you communications aim of enhancing capacities?		Wie gut passen Ihre verwendeten Risikokommunikationsmethoden zu Ihrem Ziel Handlungsfähigkeiten zu steigern?	
Stakeholder participation		Bürgerbeteiligung	
a) Role-playing b) Simulations (e.g. emergency exercise)	To enhance the capacity to act 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) Automatic Voice h) Phone Notification System 	<p>To enhance the capacity to act 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 	<ul style="list-style-type: none"> g) SMS h) Automatische Anrufsysteme 	<p>Um Handlungsfähigkeiten zu steigern, verwenden Sie technologiebasierte Kommunikation.</p> <p>Vorteile von technologiebasierter Kommunikation sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenn sie einmal entwickelt sind, können sie meist leicht aktualisiert und verbessert werden. • Informationen können sehr schnell verbreitet werden. • Es ist ein günstiges Mittel, um die Zielgruppe mit einzubeziehen. • Es kann unterhaltend sein. Während Sirenen und SMS-Dienste besser für Warnungen geeignet sind, können E-Mails, Online-Kurse, Websites, Videos und Audio-Aufnahmen gut das Risikobewusstsein stärken.

	<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>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	
i) Twitter j) Facebook k) Other	<p>To enhance the capacity to act 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 	i) Twitter j) Facebook k) Andere	<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	
l) Website m) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes) n) Television	<p>To enhance the capacity to act you use mass media.</p> <p>Strengths of mass media are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Can reach large audiences 	j) Website k) Publikation in lokalen/regionalen Zeitungen/Zeitschriften (inkl. Amtsblätter) l) Fernsehen	<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.

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 		<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 enhance the capacity to act 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 enhance the capacity to act 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 	<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.

	<p>than other information materials</p> <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.
How well do you know your audience?		Wie gut kennen Sie Ihre Zielgruppe? Wie gut erreichen Sie sie?	
a) yes	<p>Reaching out? Very good, you reach different groups with your communication. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be obtained by conducting a midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can be collected through census data.</p>	a) Ja	<p>Sehr gut, Sie erreichen verschiedene Gruppen mit Ihrer Kommunikation. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.</p>
b) No	<p>Reaching out? You don't reach out different groups in your community/city/region. It is important to identify different groups and their communication needs (e.g. language needs) as every group is likely to be different and therefore, one type of risk communication is not likely to suit all. This information can be obtained by conducting a midline audience analysis. This analysis includes information about socio-economic status, demographics, and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can be collected through census data.</p>	b) nein	<p>Leider erreichen Sie mit Ihrer Kommunikation nicht verschiedene Bevölkerungsgruppen Ihrer Gemeinde/Stadt/Region. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse enthält sozio-ökonomische, demographische und kulturelle Informationen (u.a. Alter, Geschlecht oder Beruf). Diese Daten können zum Beispiel aus Zensus-Daten abgeleitet werden. Sie können helfen zu verstehen, wo welche Gruppen in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben.</p>
c) I don't know	<p>Reaching out? 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</p>	c) Ich weiß nicht	<p>In Ihrer Gemeinde/Stadt/Region leben verschiedene Bevölkerungsgruppen. Es ist wichtig, verschiedene Zielgruppen zu identifizieren und zu kennen. Denn jede Gruppe hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse (z.B. je nach Alter, Muttersprache, etc.). Eine Risikokommunikation muss deshalb immer an die verschiedenen Gruppen angepasst werden, um sicherzustellen, dass die gewünschte Wirkung entsteht. Eine Zielgruppenanalyse kann helfen, verschiedene Gruppen zu identifizieren. Solch eine Analyse</p>

	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.		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 – Nehmen Sie diese Unterschiede in Ihre Risikokommunikation auf?	
a) yes	Different communication needs? 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	Different communication needs? 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 dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
c) I don't know	Different communication needs? 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 providing information about preparedness actions		Beachten Sie psychologische Faktoren (Risikowahrnehmung oder Motivation) wenn Sie Informationen über Handlungsmöglichkeiten zur Verfügung stellen?	
a) yes	Risk perception? Excellent, you take psychological factors into account when providing information about preparedness actions. In order to be able to address any	a) Ja	Sehr gut, Sie beachten psychologische Faktoren in Ihrer Kommunikation mit der Bevölkerung. Psychologische Faktoren können zum Beispiel unterschiedliche Wahrnehmungen des Terrorrisikos 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,

	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.		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	Risk perception? 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 Terrorrisikos 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	Risk perception? 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 Terrorrisikos 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 communications strategy. The key message is the number one thing that you want your audience to remember or to do. Use a clear and	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?

	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) 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	Collecting feedback? 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	Collecting feedback? 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	Collecting feedback? 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	Using feedback? 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	Using feedback? 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	Using feedback? 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 such 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 such 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	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 zusammenarbeiten. 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.

	ensure that the general public is able to make informed and confident decisions in regards to what they can do.		
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 größtmögliche Zeit zur Vorbereitung und Reaktion hatte.
No	Warning timely? 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-assessment related to these communication aims, please return to the self-assessment to answer the questions related to these aims.	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.
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	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

	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.		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 taken 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 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 taken in order to take action in the event of a hazard. If you would like to receive some tips in regards to	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 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.

	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.		
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 do 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 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-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 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	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.
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	Ja	Sie haben Ihre Zielgruppe mit der Warnung nicht erreicht. Um das in der Zukunft zu verbessern, sollten Sie

	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.		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	Reaching out? 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	Reaching out? 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 you 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: <ul style="list-style-type: none"> Groups or regions without access to technology-assisted communication will not be reached and hence receive no communication. 	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.
Social media		Soziale Medien	
d) Twitter e) Facebook f) Other	For warning you use use social media. Strenghts are: <ul style="list-style-type: none"> Because people choose to engage in a conversation on social media, their interest is already high and that willingness may translate 	d) Twitter e) Facebook f) Andere	Für Warnungen nutzen Sie soziale Medien. Vorteile sozialer Medien sind: <ul style="list-style-type: none"> Menschen, die sich entschlossen haben, in sozialen Medien aktiv zu werden, haben ein generelles Interesse daran. Dieses Interesse lässt sich möglicherweise auch in eine Änderung des Verhaltens ummünzen.

	<p>into a change in behaviour</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 		<ul style="list-style-type: none"> • 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) Fotos 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 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 	g) Fotos h) Poster, Displays i) Werbung j) Videos k) Andere	<p>Zum Warnen 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.

	the intended message is produced (e.g. graphic designer)		
Mass media		Massenmedien	
k) Website l) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes) m) Television or Radio	For warning you use mass media. Strengths of mass media are: <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 Limitations are: <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 	l) Website m) Publikationen in lokalen/regionalen Zeitung (incl. Amtsblättern) n) Fernsehen	Sie nutzen Massenmedien zum Warnen. Vorteile von Massenmedien sind: <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. Schwächen der Massenmedien sind: <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	
n) Brochures, Leaflets, etc. o) Motvies, Podcast	For warning you use information material. Strengths are: <ul style="list-style-type: none"> • Can include large amounts of information • Can be expanded or condensed to meet the audiences needs • Are one of the most inexpensive forms of communication to produce (both time and resource costs are relatively low – of course this depends on the scale of the activity) • May be more comfortable for some users to use than other methods of communication (e.g. social media and stakeholder participation) Limitations are: <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 	o) Broschüren, Flyer etc. p) Filme, Podcasts	Sie nutzen Informationsmaterialien zum Warnen. Vorteile von Informationsmaterialien sind: <ul style="list-style-type: none"> • Sie können viele Informationen beinhalten. • Sie können an die Bedürfnisse der Zielgruppe entsprechend angepasst werden. • Sie sind eine günstige Form der Kommunikation in der Herstellung (sowohl zeitliche als auch finanzielle Kosten sind relativ gering – das hängt natürlich von der Vorbereitung ab). • Sie können für manche Zielgruppen bequemer sein als andere Kommunikationsmethoden (z.B. soziale Medien oder Bürgerbeteiligung). Schwächen von Informationsmaterialien sind: <ul style="list-style-type: none"> • Einige Informationsmaterialien können für manche Nutzer schwer verständlich sein (z.B. sind die Verwendung von technischer Sprache und die Länge von Informationsmaterialien wichtige Aspekte, weshalb ein Vorlauf mit Testlesern empfohlen wird). • Es dauert in der Regel länger Informationsmaterialien zu erstellen als andere Kommunikationsmethoden in der Vorbereitung benötigen.
Face-to-face		Persönliche Kommunikation	

communication			
j) Public meetings/hearings k) Public workshops l) Round table discussion	For warning you use face-to-face communication. Strengths 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)	Persönliche Kommunikation q) Öffentliche Veranstaltungen/ Anhörungen r) Öffentliche Workshops s) Runder Tisch	Zum Warnen nutzen Sie persönliche Kommunikation. Vorteile direkter Kommunikation sind: • 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. Schwächen direkter Kommunikation sind: • Es kann leicht etwas missverstanden werden. • Die Zielgruppe kann leicht überfordert oder ablehnend werden. • Auf mündliche Vorträge allein können sich die Zuhörer später nicht so leicht und sicher beziehen. • Effektivität kann bei großen Gruppen beschränkt sein (z.B. im städtischen Umfeld).
Stakeholder participation		Bürgerbeteiligung	
n) Role-playing o) Simulations (e.g. emergency exercise) u) Others	For warning you use stakeholder participation. Strengths 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)	t) Rollenspiele u) Simulationen (z.B. Katastrophenübung) v) Andere	Zum Warnen beteiligen Sie die Bürger. Vorteile von Bürgerbeteiligung sind: • Es können persönlich Beziehungen und Vertrauen aufgebaut werden. • Entscheidungen, die durch Bürgerbeteiligung getroffen wurden, werden eher akzeptiert. • Sie können verschiedene Zielgruppen ansprechen. • Sie kann in Konfliktsituationen hilfreich sein. Schwächen der Bürgerbeteiligung sind: • Wenn Bürgerbeteiligung mit einem falschen Ziel als Methode genutzt wird (z.B. indem man die Bevölkerung keine Beteiligung an den grundlegenden Fragen gewährt) kann das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Organisation beschädigt werden. • Sie dauern sehr lange und sind kostenintensiv (Bürgerbeteiligung wird als besonders effektiv bei langfristigen Projekten gesehen). • Um im Notfall zu warnen, ist Bürgerbeteiligung kein angemessenes Kommunikationsmittel.
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	a) Ja	Sehr gut, Sie erreichen verschiedene Gruppen mit Ihrer Kommunikation. Es ist wichtig, verschiedene

	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.		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	Reaching out? 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 communication. In case you are interested, this information can be received by conducting the TACTIC General Public's Self-Assessment.	a) Ja	Großartig, Sie nehmen verschiedene Kommunikationsgewohnheiten und -bedürfnisse der Bevölkerung in Ihrer Risikokommunikation auf. Es ist wichtig, dass Sie die verschiedenen Bedürfnisse und Gewohnheiten (z.B. beziehen manche Menschen ihre Informationen bevorzugt über E-Mail, andere über Zeitung oder Fernsehen) der unterschiedlichen Gruppen kennen, damit Sie entsprechende Methoden und Informationen für Ihre Risikokommunikation auswählen können. Wenn Sie interessiert sind, können Sie solche Informationen aus dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
b) No	Understanding the needs and interests of the intended audience is an important aspect of the development of a communications strategy. To receive adequate information for each group, a baseline audience analysis can help. This	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.

	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.		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: 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) 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?
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	a) ja	Sehr gut, Sie sammeln aktiv Feedback. Indem Sie das machen, können Sie sicherstellen, dass ihre Kommunikation richtig bei der Bevölkerung ankommt.

	are received by your audience.		
b) No	Until now you did not collect feedback on your communication strategy. 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 your risk communication efforts is a great way to improve future risk communication efforts.	a) Ja	Großartig! Das Erhalten und Auswerten des Feedbacks Ihrer Zielgruppe ist ein guter Weg, Ihre zukünftigen Anstrengungen in der Risikokommunikation zu verbessern.
b) No	Here is space for improvement! You have already collected feedback on your communication practices. Now take the next step and use it for the improvement of your communication strategy.	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 terrorist threats in your community/city/region		Sind Ihnen Konflikte zwischen Ihrer Organisation und der allgemeinen Bevölkerung bezüglich des Risikomanagements von Terrorismus in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region bekannt?	
a) Yes	Conflicts have the potential of creating mistrust. If your organisation is aware of them, it is able to take initiative measures to deal with the conflicts and (re)build trust. Without trust, it is unlikely that your risk communication will be successful.	a) Ja	Konflikte können Misstrauen schaffen. Wenn Ihre Organisation sich Konflikten bewusst ist, dann können Sie Maßnahmen ergreifen, um diese Konflikte zu behandeln und Vertrauen (wieder)aufzubauen. Ohne Vertrauen ist es unwahrscheinlich, dass die Risikokommunikation erfolgreich sein wird.
b) No	Conflicts have the potential of creating mistrust. If your organisation is aware of them, it is able to initiate measures to deal with the conflicts and (re)build trust. Without trust, it is unlikely that your risk communication will be successful.	b) Nein	Konflikte können Misstrauen schaffen. Wenn Ihre Organisation sich Konflikten bewusst ist, dann können Sie Maßnahmen ergreifen, um diese Konflikte zu behandeln und Vertrauen (wieder)aufzubauen. Ohne Vertrauen ist es unwahrscheinlich, dass die Risikokommunikation erfolgreich sein wird.
c) I don't know	Conflicts have the potential of creating mistrust. If your organisation is aware of them, it is able to take messages to deal with the conflicts and (re)build trust. Without trust, it is unlikely that your risk communication will be successful.	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 substanziellen und prozessualen Konflikten unterscheiden. Substanzielle Konflikte entstehen durch Unstimmigkeiten in der Entscheidungsfindung, wenn etwa kein Einverständnis über bestimmte Lösungen oder Alternativen herrscht. Prozessuale Konflikte entstehen aus Unstimmigkeiten in der Frage, wie ein Entscheidungsprozess stattfindet. Jeder Typ von Konflikten erfordert einen anderen Ansatz der Risikokommunikation. Wenn der Konflikt substanziell ist, werden Methoden empfohlen, die das Risikobewusstsein steigern. Wenn der Konflikt prozessual ist, sollten inklusive Methoden verwendet werden, bei denen möglichst viele involvierte Gruppen beteiligt werden.
b) No	So far, you didn't take efforts to understand what the actual source of the conflict is. There is a difference between substantive and procedural conflict. Substantive conflict refers to a breakdown in the decision-making process when a conflict arises due to a disagreement over solutions and alternatives. Procedural conflict refers to a disagreement in the way that the decision-making procedure has been organised. Each type of conflict requires a different approach to risk communication. If the conflict is substantive, methods related to raising risk awareness are suggested, whilst if the conflict is procedural, methods related to inclusive methods are suggested.	b) Nein	Bis jetzt haben Sie nicht versucht, den eigentlichen Grund für die Konflikte zu verstehen. Man kann zwischen substanziellen und prozessualen Konflikten unterscheiden. Substanzielle Konflikte entstehen durch Unstimmigkeiten in der Entscheidungsfindung, wenn etwa kein Einverständnis über bestimmte Lösungen oder Alternativen herrscht. Prozessuale Konflikte entstehen aus Unstimmigkeiten in der Frage, wie ein Entscheidungsprozess stattfindet. Jeder Typ von Konflikten erfordert einen anderen Ansatz der Risikokommunikation. Wenn der Konflikt substanziell ist, werden Methoden empfohlen, die das Risikobewusstsein steigern. Wenn der Konflikt prozessual ist, sollten inklusive Methoden verwendet werden, bei denen möglichst viele involvierte Gruppen beteiligt werden.
c) I don't know	You should inform yourself about whether your organisation has taken efforts to understand what the actual source of the conflict is. There is a difference between substantive and procedural conflict. Substantive conflict refers to a breakdown in the decision-making process when a conflict arises due to a disagreement over solutions and alternatives. Procedural conflict refers to a disagreement in the way that the decision-making procedure has been organised. Each type of conflict requires a different approach to risk communication. If the conflict is substantive, methods related to raising risk awareness are suggested, whilst if the conflict is procedural, methods related to inclusive methods are suggested.	c) Ich weiß nicht	Informieren Sie sich, ob Ihre Organisation Anstrengungen unternommen hat, die eigentlichen Gründe für den Konflikt zu verstehen. Man kann zwischen substanziellen und prozessualen Konflikten unterscheiden. Substanzielle Konflikte entstehen durch Unstimmigkeiten in der Entscheidungsfindung, wenn etwa kein Einverständnis über bestimmte Lösungen oder Alternativen herrscht. Prozessuale Konflikte entstehen aus Unstimmigkeiten in der Frage, wie ein Entscheidungsprozess stattfindet. Jeder Typ von Konflikten erfordert einen anderen Ansatz der Risikokommunikation. Wenn der Konflikt substanziell ist, werden Methoden empfohlen, die das Risikobewusstsein steigern. Wenn der Konflikt prozessual ist, sollten inklusive Methoden verwendet werden, bei denen möglichst viele involvierte Gruppen beteiligt werden.
In order to solve the conflict, did you involve members of the general public from the beginning of the decision-making process?		Um die Konflikte zu lösen, haben Sie die Bevölkerung von Beginn an in den Entscheidungsfindungsprozess mit einbezogen?	
a) Yes	Great! You have involved members of the public from the beginning of the decision-making	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

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

	communication is successfully received.		
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	For solving conflicts, you use stakeholder	a) Rollenspiele	Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, beteiligen Sie die Bürger.

<p>b) Simulations (e.g. emergency exercise)</p>	<p>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 • Time consuming and costly (stakeholder participation is seen to be particularly effective if it is long-term) 	<p>b) Simulationen (z.B. Katastrophenübung)</p>	<p>Vorteile von Bürgerbeteiligung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es können persönlich Beziehungen und Vertrauen aufgebaut werden. • Entscheidungen, die durch Bürgerbeteiligung getroffen wurden, werden eher akzeptiert. • Sie können verschiedene Zielgruppen ansprechen. • Sie kann in Konfliktsituationen hilfreich sein. <p>Schwächen der Bürgerbeteiligung sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenn Bürgerbeteiligung mit einem falschen Ziel als Methode genutzt wird (z.B. indem man die Bevölkerung keine Beteiligung an den grundlegenden Fragen gewährt) kann das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Organisation beschädigt werden. • Sie dauern sehr lange und sind kostenintensiv (Bürgerbeteiligung wird als besonders effektiv bei langfristigen Projekten gesehen).
<p>Face-to-face communication</p>		<p>Persönliche Kommunikation</p>	
<p>c) Public meetings/hearings d) Public workshops e) ound table discussion f) Theatre plays</p>	<p>For solving conflicts, 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>c) Öffentliche Veranstaltungen/ Anhörungen d) Öffentliche Workshops e) Runder Tisch f) Theatervorführungen</p>	<p>Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, 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).
<p>Social media</p>		<p>Soziale Medien</p>	
<p>g) Twitter h) Facebook</p>	<p>For solving conflicts you use social media.</p>	<p>g) Twitter h) Facebook</p>	<p>Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, nutzen Sie soziale Medien.</p>

i) Other	<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 	i) Andere	<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 zurückzuerfolgen. • 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.
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) 	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.

	to take into account, therefore a pre-test is suggested) <ul style="list-style-type: none"> The process to develop information material is typically more lengthy than other types of method 		
Visualisation of risk		Visualisierung des Risikos	
l) Photos m) Posters and displays n) Direct advertising o) Videos	For solving conflicts you use visualisation of risk. Strenghts are: <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 Limitations are: <ul style="list-style-type: none"> May be culturally specific Carries limited information and therefore cannot address as many questions that audiences may have about a risk as other methods Can lose their impact if overused Cannot be used as a standalone method Can take time to produce Requires technical knowledge to ensure that the intended message is produced (e.g. graphic designer) 	l) Fotos m) Poster, Displays n) Werbung o) Videos	Um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen, visualisieren Sie das Risiko. Stärken der Visualisierung sind: <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. Schwächen der Visualisierung sind: <ul style="list-style-type: none"> Sie können regional- und kulturspezifisch sein. Es kann nur eine begrenzte Zahl von Informationen übertragen werden und es können deshalb nicht so viele Fragen beantwortet werden, wie es andere Methoden ermöglichen. Die Aussagekraft kann bei zu häufiger Verwendung verloren gehen. Sollte immer in Kombination mit anderen Methoden verwendet werden. Für gute Visualisierungen von Sachverhalten braucht es meist eine lange Vorbereitungszeit. Oftmals wird technisches Wissen (z.B. Graphikdesigner) benötigt, um sicher zu stellen, dass die gewünschte Aussage richtig ankommt.
Mass media		Massenmedien	
p) Website q) Publication in local/regional newspapers (incl. official gazettes) emergency exercise) t) Television/Radio	For solving confclits you use mass media. Strenghts of mass media are: <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 Limitations are: <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 	p) Website q) Publikation in lokalen/regionalen Zeitungen/Zeitschriften (inkl. Amtsblätter) r) Fernsehen oder Radio	Sie nutzen Massenmedien, um Konflikte zu lösen und Vertrauen aufzubauen. Vorteile von Massenmedien sind: <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. Schwächen der Massenmedien sind: <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.

	<ul style="list-style-type: none"> • A small amount of negative coverage can destroy trust and credibility 		
Technology-assisted communication		Technologiebasierte Kommunikation	
d) SMS t) Automatic Voice/Phone Notification System u) Others	<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. 	s) SMS t) Automatische Anrufsysteme u) Andere	<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 your audience?		Wie gut kennen Sie Ihre Zielgruppe? Wie gut erreichen Sie sie?	
a) Yes	Reaching out? 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	Reaching out? 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,	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.

	and cultural information such as age, gender, and occupation. This information can be collected through census data.		
c) I don't know	Reaching out? 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	Different communication needs? 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 dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
b) No	Different communication needs? 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 dem TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung erhalten.
c) I don't know	Different communication needs? 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-	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.

	Assessment.		
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	Risk perception? 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 Terrorrisikos sein oder Motivationen zu vorzubereiten oder eben nicht. Um diese berücksichtigen zu können, müssen sie selbstverständlich bekannt sein. Wenn Sie an der Risikowahrnehmung der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region interessiert sind, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung durchführen lassen. Auf Grundlage der Ergebnisse können mögliche psychologische Hemmnisse ausgemacht werden, darüber hinaus erhalten Sie Hinweise wie man mit ihnen umgehen kann.
b) No	Risk perception? So far you don't take psychological factors into account when providing information about preparedness actions. In order to be able to address any potential barriers to your organisation's risk communication, it is important to understand the in risk perception of your intended audience. If you are interested in finding out more about the risk perceptions of the general public in your community, please conduct TACTIC's General Public's Self-Assessment. Based on the results of this assessment, your organisation is able to identify potential psychological barriers as well as receive tips in regards to how to overcome them.	b) nein	Bis jetzt haben Sie psychologische Faktoren nicht beachtet, wenn mit der Bevölkerung kommunizieren. Um mögliche Hemmnisse Ihrer Risikokommunikationsstrategie zu beheben, sollten Sie die Risikowahrnehmung Ihrer Zielgruppe kennen. Wenn Sie an der Risikowahrnehmung der Bevölkerung in Ihrer Gemeinde/Stadt/Region interessiert sind, können Sie den TACTIC Vorsorge-Check für die Bevölkerung durchführen lassen. Auf Grundlage der Ergebnisse können mögliche psychologische Hemmnisse ausgemacht werden, darüber hinaus erhalten Sie Hinweise wie man sie umgehen kann.
c) I don't know	Risk perception? 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? Who should be involved in solving conflicts?	c) Ich weiß nicht	Sie sollten sich informieren, ob Ihre Organisation eine Kernbotschaft definiert hat. Es ist ein entscheidender Schritt für das Entwickeln einer Kommunikationsstrategie. Die Kernbotschaft ist das Wichtigste, das Sie Ihrer Zielgruppe vermitteln wollen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kernbotschaft klar, prägnant und konsistent ist. Fragen Sie sich: Warum kommuniziere ich das Risiko? Wen versuche ich zu erreichen? Was versuche ich zu verändern?
Collecting and using feedback?		Sammeln Sie Rückmeldungen und verwenden Sie dieses?	
a) Yes	Collecting feedback? 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	Collecting feedback? 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	Collecting feedback: 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	Using feedback? 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	Using feedback? Here is space for improvement! You have already collected feedback on your communication practices.	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.

	Now take the next step and use it for the improvement of your communication strategy.		
c) I don't know	Using feedback? 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.

