

Das Thema Hochwasser in der Öffentlichkeitsarbeit



Anregungen für die Kommunikation in Trocken- und Hochwasserzeiten

www.hochwasserbw.de

**Leitfaden für Pressestellen
und Kommunikationsverantwortliche in Kommunen und Behörden**



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR UMWELT, KLIMA UND ENERGIEWIRTSCHAFT



Begriffsabgrenzung

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bzw. Medienarbeit sind eng verbundene Bezeichnungen, die letztlich im normalen Sprachgebrauch eine identische Bedeutung haben. Aus diesem Grund haben wir bei der Erstellung dieses Leitfadens von einer genauen Abgrenzung der Begrifflichkeiten abgesehen. Die Öffentlichkeitsarbeit einer Kommune bezieht sich auf alle Handlungen, die dazu beitragen, das Ansehen der Kommune zu stärken und ihre Interessen zu wahren und auszubauen. Das betrifft sowohl die Trockenzeiten, als auch Krisen bzw. Hochwasserfälle.

Gender-Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch auf Angehörige beider Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

1. Einführung.....	2	3. Bewährung: Öffentlichkeitsarbeit im Hochwasserfall.....	10
Rechte und Pflichten	2	Krisensitzung, Rollenklärung.....	10
Belastungsprobe	2	Vorbereitung	11
Herausforderung Soziale Medien	2	Zusammentragen von Informationen.....	11
Ziel	2	Informationen zur aktuellen Hochwasserlage.....	11
Umfassende Information –		Aufbereitung der Informationen und Vorbereitung	
Grundlage für professionelles Handeln.....	2	des Kommunikationsflusses.....	12
Hilfe zur Selbsthilfe	2	Informationen veröffentlichen.....	12
Entscheidend: Die Kommunikation vor dem Ernstfall	3	Medienvorbereitung und -betreuung	13
Gute Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unterstützt		Vorbereitung	13
das Krisenmanagement.....	3	Betreuung	13
Verwaltungsvorschrift Stabsarbeit.....	3	Checkliste „im Hochwasserfall“	13
2. Vorbereitung: Öffentlichkeitsarbeit in Trockenzeiten	4	4. Nachbearbeitung: Öffentlichkeitsarbeit	
Informationen zentral sammeln und aufbereiten.....	4	nach dem Hochwasser	14
Arbeitsteilung ist das A und O: Wer macht was		Checkliste „nach dem Hochwasser“	15
für die Pressearbeit im Hochwasserereignis?.....	4	5. Kommunikationsmittel – Tipps und Beispiele	16
Zuständigkeiten	4	Die Pressemitteilung	16
Vorbereitung der Pressestelle	5	Der Pressetermin (Pressekonferenz).....	16
Bestandsaufnahme zum Thema Hochwasserrisiko.....	5	Internetseite (der Kommune)	17
Hochwassergefahrenkarten.....	6	Soziale Medien	17
Das Thema Hochwassergefahr wird in der Öffentlichkeit		Hörfunk und Fernsehen	18
kommuniziert.....	6	Anlegen eines Kontos am Beispiel des Sozialen Mediums	
Internet.....	6	Twitter.....	18
Pressearbeit	7	Glossar	19
Einsatz von Sozialen Medien	8		
Gelungene Medienarbeit in Köln	9		
Training vor Eintritt der Krise	9		
Checkliste „in Trockenzeiten“	9		

1. Einführung

🦘 Unterschiedliche Arten von Katastrophen erfordern individuelle Maßnahmen und machen eine abgestimmte Pressearbeit notwendig. Als Teil des Hochwasserteams kann die Pressestelle einen aktiven Beitrag zur Schadensbekämpfung und -minimierung leisten – nicht nur auf kommunikativer Ebene.

RECHTE UND PFLICHTEN

Die Einbettung der Pressestelle in interne Strukturen, z.B. über eine Stabstelle Pressearbeit oder einen Pressesprecher, garantiert einen reibungslosen Ablauf im Krisenfall.

BELASTUNGSPROBE

Ein Hochwasser ist eine enorme Belastung, da hier die ganze Kommune bis hin zum eigenen Rathaus betroffen sein kann.

Hochwasserereignisse können jedoch mit Hilfe von so genannten Hochwassergefahrenkarten eingeschätzt und entsprechend Vorsorge getroffen werden. Wichtig ist eine abgestimmte Krisenkommunikation. Sie stellt sicher, dass sowohl Betroffene als auch Mitwirkende geschützt werden und die Öffentlichkeit über die Medien informiert wird. In einer kompetenten Öffentlichkeitsarbeit als Teil des Krisenmanagements steckt die große Chance, die Schäden möglichst gering zu halten.

HERAUSFORDERUNG SOZIALE MEDIEN

Die Medienlandschaft wird zunehmend von Sozialen Medien, wie z.B. Twitter, Facebook, Instagram, YouTube und WhatsApp, dominiert. Ereignisse wer-

den hierbei in Ton und Bild praktisch in Echtzeit unkoordiniert und ungefiltert verbreitet. Sie können so eine Eigendynamik entwickeln, die die Arbeit des Krisenstabes von Kommunen und Behörden im Hochwasserfall bedeutend behindern.

ZIEL

Dieser Leitfaden bietet Medienschaffenden geeignete Maßnahmen zur Vorbereitung auf den Krisenfall und im Umgang mit dem Krisenfall.

UMFASSENDE INFORMATION – GRUNDLAGE FÜR PROFESSIONELLES HANDELN

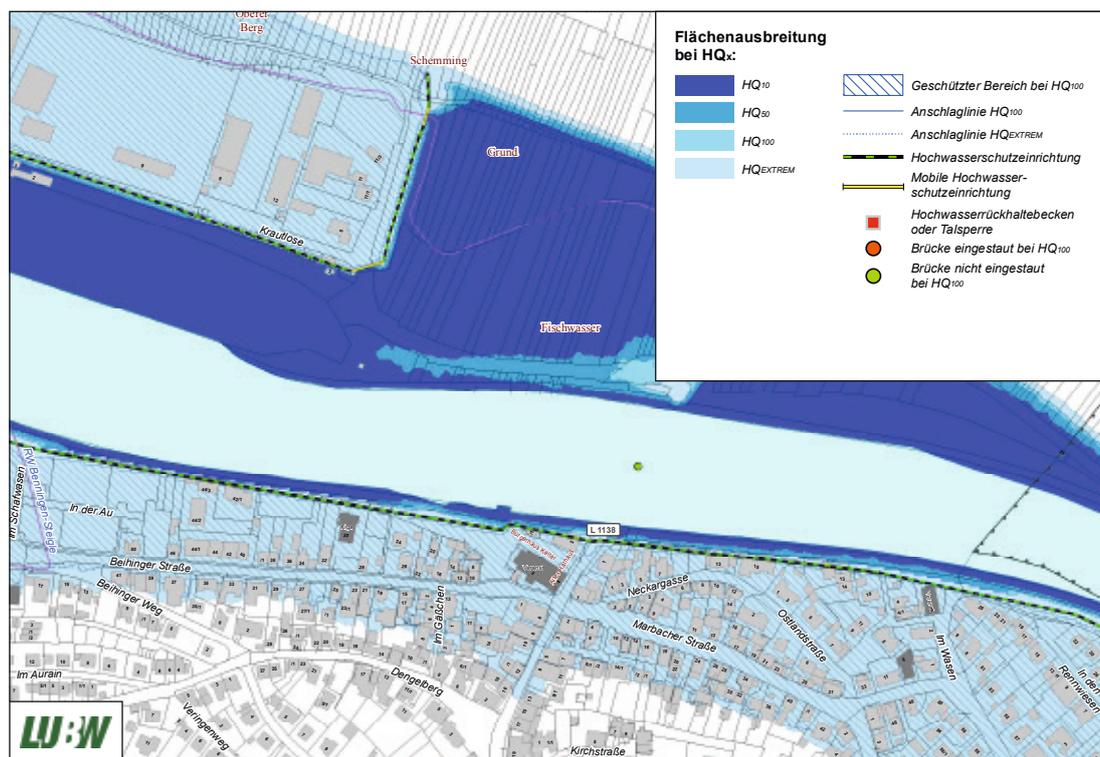
Etwa 90 Prozent der Städte und Gemeinden in Baden-Württemberg sind potenziell von Hochwasser betroffen. Das Land Baden-Württemberg hat in einem Gemeinschaftsprojekt mit Kommunen in den vergangenen Jahren vielfältige Risikoinformationen in Form von Hochwassergefahren- und -risikokarten sowie Maßnahmenpläne erarbeitet. Diese sollen die Kommunen befähigen, durch gezielte Vorsorge die Schäden im Hochwasserfall so niedrig wie möglich zu halten und im Ernstfall professionell zu handeln.

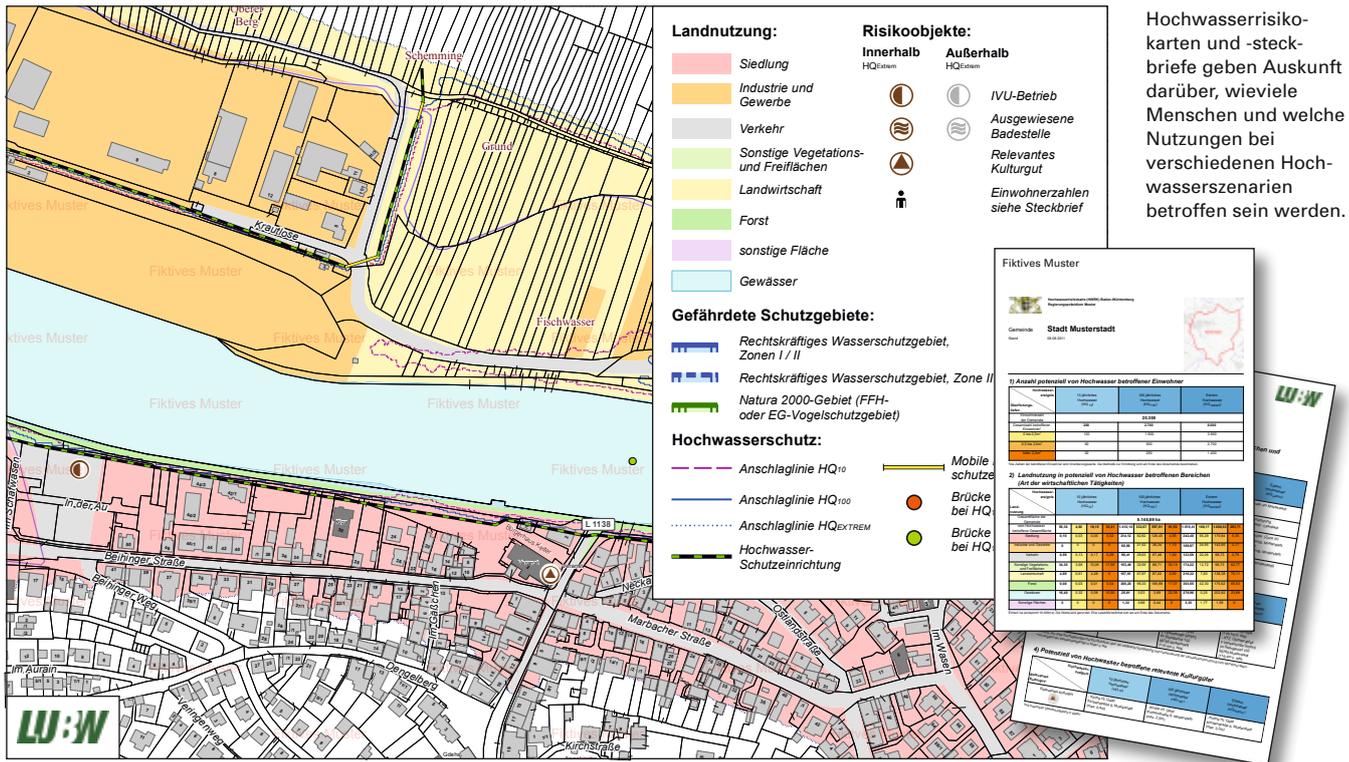
Weiterführende Informationen finden Sie unter www.hochwasserbw.de.

HILFE ZUR SELBSTHILFE

Für eine gute Schadensvorsorge ist eine klare Informationsstrategie unersetzlich. Die Kommunen sind dazu verpflichtet, Bürgerinnen und Bürger über Gefahren, Risiken und Pflichten in Sachen Hochwasser und Vorsorge aufzuklären. Sowohl gut informierte Bürgerinnen und Bürger als auch Wirt-

Hochwassergefahrenkarten vom Typ Überflutungsflächen/-häufigkeiten informieren, welche Gebiete – statistisch gesehen – alle 10, 50, 100 Jahre sowie bei Extremereignissen überflutet sein werden.





schaftsunternehmen, die sich selbst effektiv schützen, können den Schaden eines Hochwassers erheblich minimieren. Der Staat kann diese Herausforderungen nicht alleine stemmen und ist auf die Mithilfe der Bürger angewiesen. „Hilfe zur Selbsthilfe“ lautet hier das Motto.

ENTSCHEIDEND: DIE KOMMUNIKATION VOR DEM ERNSTFALL

Der Grundgedanke ist, Hochwasserrisiken vor dem Ernstfall und damit vorsorglich und vor allem ausreichend innerhalb der Kommune zu kommunizieren.

Von Seiten der kommunalen Amtsspitze ist es wichtig, die Öffentlichkeitsarbeit der Pressestellen zum Thema Hochwasserschutz zu priorisieren. Dies kann beispielsweise im Rahmen des Hochwasserrisikomanagements erfolgen. Details und Informationen zum Thema Hochwasserrisiko dürfen den Bürgern nicht „nur“ zur Verfügung stehen. Die Kommune sollte die Bevölkerung nachdrücklich dazu anregen, diese auch aktiv zu nutzen.

GUTE PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UNTERSTÜTZT DAS KRISENMANAGEMENT

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, in Vorbereitung auf und im Hochwasserfall selbst, ist Teil des Risiko- bzw. Krisenmanagements. Durch effektive Kommunikation unterstützt sie die Arbeit des Krisenmanagements und stärkt so das Ansehen der Kommune nachhaltig.

Verwaltungsvorschrift Stabsarbeit

Bei drohenden und bereits eingetretenen außergewöhnlichen Krisen ist die Verwaltungsvorschrift der Landesregierung und der Ministerien zur Bildung von Stäben bei außergewöhnlichen Ereignissen und Katastrophen (VwV Stabsarbeit) anzuwenden. Die VwV sieht die Einrichtung eines Verwaltungsstabs vor – ein fester Bestandteil ist dabei der Verwaltungsstabsbereich Vb 3 Bevölkerungsinformation und Medienarbeit (BuMA). Der Vb 3 ist mit mindestens einer Person zu besetzen, welche die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Information der vom Ereignis Betroffenen koordiniert (siehe VwV Stabsarbeit).

www.landesrecht-bw.de

Negative Pressemitteilungen hingegen können die Stimmung zusätzlich anheizen – sowohl bei den Betroffenen als auch bei den Medien. Um nicht selbst ins Kreuzfeuer der Kritik zu geraten, sollten Kommunikationsverantwortliche die Lage stets sachlich analysieren und Besonnenheit bewahren.

■ Eine passive und verzögerte Kommunikation von Seiten der Kommune ermöglicht Medien und Sozialen Netzwerken ihre eigene, womöglich stark verzerrte Version der Lage zu veröffentlichen.

2. Vorbereitung: Öffentlichkeitsarbeit in Trockenzeiten



Winfried Abicht, Bürgermeister der Großen Kreisstadt Mühlacker: „Erst das Hochwasser selbst, mit seinen immensen Schäden, rüttelte meine Stadt wach. Dankenswerterweise hat sich seitdem viel getan bezüglich Hochwassergefahrenvorsorge.“

☛ Nach Hochwasserereignissen hört man von Verantwortlichen in Kommunen und von Bürgern immer wieder die Aussage: „Hätten wir das gewusst, dann hätten wir uns vorbereitet.“ Heute liegen präzise Informationen zur Gefahrenlage vor. Um nach einem Hochwasserfall Fragen, wie z.B. „Habt ihr uns ausreichend informiert?“ zu vermeiden, sollten die Kommunen ihrer Auskunftspflicht nachkommen. Die Bevölkerung sollte mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln dazu angeregt werden, sich über diese Thematik ein Bild zu verschaffen.

Kommunen, die bereits Erfahrung mit Hochwasserereignissen gesammelt haben, verfügen in der Regel über gut vorbereitete Pressestellen. Andere Kommunen wiederum, denen diese Erfahrung bisher erspart geblieben ist, haben in ihrer Planung möglicherweise andere Prioritäten. Aber auch hier sollte es möglich sein, Mitarbeiter mit dem Thema Hochwasserrisiken zu betrauen und Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung umzusetzen.

INFORMATIONEN ZENTRAL SAMMELN UND AUFBEREITEN

Hochwasserrisikomanagement ist eine Querschnittsaufgabe, die innerhalb einer Kommune an einer zentralen Stelle zu bündeln ist. Ob und zu welchen Teilen die Ausführung dann beispielsweise von Tiefbau, Hochbau, Ordnungsamt, Ortspolizeibehörde oder Feuerwehr übernommen wird, ist lokal abzu-

Zuständigkeiten



- Die Gefahrenabwehr ist Aufgabe der Kommune – ganz gleich, wie groß diese ist. Die Gemeinde als Rechtspersönlichkeit stellt im Krisenfall die Ortspolizeibehörde dar. Das Ordnungsamt ist das ausführende Organ.
- Für Evakuierungsfragen und -entscheidungen ist nur die Ortspolizeibehörde zuständig, d. h. der Bürgermeister.
- Die Ortspolizeibehörde ist auch für die Kommunikation mit der Pressestelle verantwortlich.

stimmen. Die Pressestelle hat die Aufgabe, alle Informationen über den aktuellen Stand für die Presse und Öffentlichkeit zu sammeln und aufzuarbeiten.

Die Pressestelle ist Ansprechpartnerin für die Medien. In kleineren Kommunen können diese Rolle evtl. auch die Ortspolizeibehörde oder die Feuerwehr übernehmen. Innerhalb der Kommune ist ein Verantwortlicher zu benennen, der dieser Aufgabe gewachsen ist. In Stresssituationen, z. B. im Hochwasserfall, sollte er in der Lage sein, Ruhe zu bewahren und besonnen zu agieren. Sind eine klare Zuordnung von Verantwortlichkeiten und ein kompetenter Ansprechpartner gewährleistet, wird die Kommune von Presse und Öffentlichkeit als gut organisiert und strukturiert wahrgenommen.

ARBEITSTEILUNG IST DAS A UND O: WER MACHT WAS FÜR DIE PRESSEARBEIT IM HOCHWASSEREREIGNIS?

Einige Kommunen haben nur einen einzigen Presseverantwortlichen. Falls die Abteilung größer ist, ist ein Hochwasserpressteam zu formen. Dieses kann sich auf die lokalen und regionalen Medien konzentrieren, wie etwa Tages- und Wochenzeitungen, Radiosender, lokale TV-Anstalten, Onlinemagazine,





Gemeinde- und Anzeigenblätter. Empfehlenswert ist außerdem, sich von Beginn an mit den Sozialen Medien auseinanderzusetzen.

I In Trockenzeiten ist es die Aufgabe des Presseteams, Neuigkeiten und Entwicklungen zum Thema Hochwasser und Hochwasserservorsorge zu sammeln und zu kommunizieren (Presse, Soziale Medien, Internet, ...).

VORBEREITUNG DER PRESSESTELLE

Bestandteil einer möglichst guten Vorbereitung der Pressestelle ist die Pflege des Presseverteilers:

- Namen, Adressen, (Mobil-)Telefon- und Faxnummern sowie E-Mail-Adressen von Journalisten der Tages- und Wochenzeitungen, Radiosender, lokalen TV-Anstalten, Onlinemagazine, Gemeinde- und Anzeigenblätter sammeln.
- Kontakt mit den Medien aufnehmen und die jeweils zuständigen Redakteure und Journalisten kennenlernen. Ein persönlicher Umgang wird später die Zusammenarbeit erleichtern.
- E-Mail-Verteiler mit relevanten Medienkontakten erstellen. Bei Neuigkeiten, die alle Medien gleichermaßen miteinbeziehen sollen, kann auf diese Weise wertvolle Zeit gespart werden.

Zudem sind folgende Maßnahmen zu berücksichtigen:

- Eine Übersicht der für die Hochwasserrisikoversorge verantwortlichen Kontakte innerhalb der Kommune erstellen.
- Kontakt mit den Hochwasserverantwortlichen der Kommune aufnehmen. Eine gute Zusammenarbeit ist möglich, wenn ein fortwährender Dialog aufrechterhalten werden kann.
- Eine stetige Erreichbarkeit der Presseverantwortlichen per Handy gewährleisten.

I Presseverantwortliche der Kommunen bilden die Schnittstelle zwischen Hochwasserrisikomanagement und Medien. Je besser die Vorbereitung, desto eher sind die benötigten Informationen verfügbar und können entsprechend rasch weitergeleitet werden.

BESTANDSAUFNAHME ZUM THEMA HOCHWASSERRISIKO

Der Kommunikationsverantwortliche einer Kommune kann zur Bestandsaufnahme der Gefahrenlage und den damit verbundenen Hochwasserrisiken folgende Informationsquellen heranziehen:

- www.hochwasserbw.de
Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg
- www.hvz.baden-wuerttemberg.de
Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg

Das Internet ist eine wichtige Informationsquelle rund ums Thema Hochwasserrisikomanagement. Auch die verschiedenen Überflutungsszenarien sind dort in Form von Hochwassergefahrenkarten online abrufbar.



- www.hochwasserzentralen.de
Länderübergreifendes Hochwasserportal
- www.kliwa.de
Kooperation von Baden-Württemberg, Bayern und dem Deutschen Wetterdienst zum Thema Klimaveränderung und Wasserwirtschaft
- www.bbk.bund.de
Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe

Auf folgende Punkte sollten Antworten und Hinweise vorbereitet werden:

- Wie sieht es mit der Hochwassergefahr / dem Hochwasserrisiko in meiner Kommune aus?
- Ist mein/e Haus / Anwesen / Unternehmen / kommunale Einrichtung (Kindergarten, Schule, Krankenhaus etc.) / Kulturstätte in irgendeiner Weise gefährdet?
- Was kann ich vorbereitend tun, um den Schaden gering zu halten?
- Wo erhalte ich weitere Informationen (Telefonkontakt, Internet, Broschüren etc.)?
- Wie ist das Hochwasserrisiko- und Krisenmanagement in meiner Kommune organisiert?

■ **Beim Presseverantwortlichen sollten alle Informationen zusammenlaufen. Als Kontakt-, Schnitt- und Anlaufstelle zwischen Behörde und Bürgern sollte dieser in der Lage sein, dem besorgten Bürger Auskunft zu geben, wo er die benötigten Informationen erhalten kann.**

HOCHWASSERGEFAHRENKARTEN

Hochwassergefahrenkarten (HWGK, siehe Erklärung im Kapitel „Hochwasser und Öffentlichkeit – Hintergrund“) zeigen der Kommune und den Bürgern in graphischer Darstellung, ob sich ihr Eigentum in einer Hochwassergefahrenzone befindet und wie hoch die statistische Wahrscheinlichkeit eines Hochwasserereignisses ist.

Es hat sich gezeigt, dass HWGK, zusammen mit Hochwasserrisikokarten (HWRK), die bedeutendsten Werkzeuge in der Hochwassergefahrenkommunikation darstellen. Ein routinierter und sicherer Umgang mit HWGK und ein grundlegendes Verständnis der daraus resultierenden Prognosen und Konsequenzen für die Bevölkerung sind daher unabdingbar.

■ **Hochwassergefahrenkarten können im Internet eingesehen werden unter:**
www.hochwasserbw.de → **Gefahrenkarte**

DAS THEMA HOCHWASSERGEFAHR WIRD IN DER ÖFFENTLICHKEIT KOMMUNIZIERT

Internet

Hat die Kommune eine eigene Internetseite, ist es empfehlenswert, einen Bereich Hochwasserrisiko einzurichten. Dort sollten Interessierte alle relevanten Informationen erhalten, die sie unter Kapitel 3 „Bewährung: Öffentlichkeitsarbeit im Hochwasserfall“ und Kapitel 4 „Nachbetrachtung: Öffentlich-

keitsarbeit nach dem Hochwasser“ zusammengetragen haben.

Die Internetseite und die darin enthaltenen Informationen sind regelmäßig zu warten. Lageberichte sind laufend zu aktualisieren. Nichts ist schlimmer als eine veraltete Information. Hinweise auf Lageberichte auf den Internetseiten können auch in der Presse veröffentlicht werden. Informationen, die auf den Webseiten von Kommunen publiziert werden, gelten als verlässliche Datenquelle und wirken Falschmeldungen entgegen. Unerlässlich sind Antworten und Hinweise zu folgenden Themen:

- Informationen über Hochwassergefahren- und -risikokarten.
- Vorbereitung der Bevölkerung auf ein Hochwasserereignis.
- Besonderheiten, die im Hochwasserfall zu beachten sind, wie z.B. sichere Parkmöglichkeiten für Fahrzeuge.
- Links zu weiterführenden Informationen.
- Telefonnummern, Videotextseiten und andere Quellen.

Pressearbeit

In Trockenzeiten brauchen Medien einen sogenannten Aufhänger für die Berichterstattung. Anderenfalls ist nicht zu erwarten, dass über Hochwassergefahren berichtet wird. Hier gilt es, Anlässe zu schaffen bzw. zu definieren, um das Thema Hochwasserrisiko und -vorsorge kontinuierlich zu adressieren, z. B.:

- Die Gemeinderatssitzung, bei der die Themen Hochwasserrisikomanagement und Hochwassergefahrenkarten präsentiert werden.

Tipp www.service-bw.de



Das Service-Angebot des Landes Baden-Württemberg steht auf den Internetseiten www.service-bw.de zur Nutzung bereit.

Hier können frei zugängliche Informationen rund ums Thema Hochwasser gefunden und auf die lokale Webseite übernommen werden. Insbesondere kleinere Kommunen mit begrenzten Ressourcen erhalten auf diese Weise Hilfestellung bei der Vernetzung Ihres Internetauftritts.



- Umsetzung der Maßnahmen des Krisenmanagements in der Kommune – diese im Maßnahmenbericht für Ihre Kommune benennen.
- Aktuelle bauliche Maßnahmen zum Hochwasserrisikomanagement, etwa der Bau eines Rückhaltebeckens.
- Der Jahrestag eines lokalen Hochwasserereignisses.
- Ein Hochwasserfall in einer anderen Kommune in Baden-Württemberg (alternativ: Deutschland), welches als Anlass genommen wird, auch in der lokalen Kommune das Bewusstsein und das latente Risiko durch Hochwasser zu thematisieren.
- Lokale Aktionen zum Weltwassertag, der jedes Jahr am 22. März stattfindet.

Um die Presse auch in Trockenzeiten für das Thema Hochwasser zu interessieren, können konkrete Anlässe wie z.B. der Bau eines Hochwasserrückhaltebeckens oder der Jahrestag eines lokalen Hochwasserereignisses genutzt werden.





Es kann beispielsweise auch eine Artikelserie in den lokalen Medien angestoßen werden – inkl. Rahmeninformationen, Interviews und Berichten von Ereignissen. (Wir verweisen auf die „Artikelserie zur Hochwasservorsorge für die Gemeindeblätter in Baden-Württemberg“, die über die WBW Fortbildungsgesellschaft mbH www.wbw-fortbildung.de bezogen werden kann.)

Gut lassen sich auch Veranstaltungsformate und -reihen nutzen, die in der Kommune bereits stattfinden, um die Themen Hochwasser und Vorsorge auf vielfältige Weise zu kommunizieren. Gegebenenfalls können dazu Kooperationen mit ortsansässigen Unternehmen oder Verbänden (z.B. IHK, Architektenkammer) eingegangen werden. Lokale Medien haben damit immer wieder aktuelle Anlässe zur Berichterstattung.

Auch mit Hilfe einer Ausstellung im Rathaus oder Bürgerzentrum können Bürger und Wirtschaft für das Thema Hochwasserrisiko sensibilisiert und gleichzeitig die Presse auf dieses Thema aufmerksam gemacht werden.

Einsatz von Sozialen Medien



Im Vorfeld eines Hochwassers sollten Überlegungen dazu stattfinden, ob und in welcher Weise der Einsatz von Sozialen Medien möglich bzw. sinnvoll ist. Die Verbreitung von Informationen über diese Kanäle wird in jedem Fall erfolgen! Die Bevölkerung tauscht sich aus, informiert sich, gibt Informationen weiter und organisiert Hilfe. Die Kommunalverwaltung hat die Chance, aktiv an dieser Art der Informationsgestaltung mitzuwirken. Zum einen, um Willkür vorzubeugen. Zum anderen, um gezielt und in Echtzeit die für die Kommune wichtigen Informationen, Hinweise, Appelle und die Lenkung von Menschenströmen unter die Bürger zu streuen.

Die Handhabung von Twitter, Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Google Maps etc. erfordert spezielle Fähigkeiten. Ratsam wäre es, einen IT-, oder besser noch einen Soziale-Medien-kompetenten Mitarbeiter mit der Administration und der Handhabung zu beauftragen. Je nach Größe der Kommune und Schwere des Hochwasserfalls sind auch die benötigten Hard- und Softwareressourcen nicht zu unterschätzen. Ist eine Katastrophe oder Krise erst einmal publik, kann es sein, dass plötzlich eine große Anzahl von Internetnutzern gleichzeitig auf die Soziale-Medien- oder Internetseiten der Kommune zugreifen möchte. Dies kann im Extremfall den Absturz der Seite zur Folge haben oder andere Schwierigkeiten verursachen. Gerade in der Krisensituation wäre ein solcher Fall tragisch und sogar imageschädigend. Der IT-Administrator der Kommune sollte hierfür vorbereitet sein, um die notwendige Unterstützung zu geben.



Beim Jahrhunderthochwasser in Passau 2013 hatte der Krisenstab das Problem, dass laufend neue Facebook-Mitteilungen auftauchten, irgendwo sei ein neuer Damm gebrochen. Der Krisenstab hat hier zum Teil Dämme brechen lassen *wollen*, sah sich jedoch mit Facebook-Aktivistengruppen konfrontiert, die ihrerseits versuchten, die besagten Dämme zu schützen.



Gelungene Medienarbeit in Köln

Als Beispiel für eine gelungene Medienarbeit können die beiden großen Hochwasserereignisse in Köln im Dezember 1993 und Januar 1995 herangezogen werden. Trotz höherer Wasserstände 1995 konnte der Schaden von rund 60 Mio. Euro 1993 auf rund 30 Mio. Euro 1995 reduziert werden. Dies war nicht auf neue Hochwasserschutzmaßnahmen, sondern einzig auf die gute Vorbereitung der Kommune und der Bürger zurückzuführen.



- 1 Die Bevölkerung hat die Aufgabe, sich selbst zu schützen (siehe §5 WHG Wasserhaushaltsgesetz). Die Kommune kann jedoch in Zusammenarbeit mit den Medien einen wichtigen Beitrag dazu leisten. Die Medien unterstützen hierbei die Kommunen, da sie die Bürger besser erreichen können als die Kommune selbst.
- 1 Kontinuierliche proaktive Pressearbeit in Trockenzeiten hat die größte Aussicht auf Erfolg. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf neue Mitbürger, die erst kürzlich in die Kommune umgezogen sind. Diese hatten gegebenenfalls noch keine Gelegenheit, Informationen über das Thema Hochwassergefahren zu erhalten.
- 1 Es empfiehlt sich, gemeinsam mit benachbarten Kommunen die wesentlichen Maßnahmen zu erarbeiten, um ressourcenschonend zu agieren und gegenseitig von Erfahrungen und Fachwissen zu profitieren.

Training vor Eintritt der Krise



Es ist wichtig, sich mit Krisenmanagement vor dem Eintritt einer Krise zu beschäftigen, Abläufe und Situationen zu simulieren und zu trainieren. Das ersetzt zwar nicht die Anpassung des Krisenmanagements an die Umstände einer realen Krisenlage, hilft aber, sich in der Krise rasch auf die Grundsätze zu besinnen.

Die Akademie für Krisenmanagement, Notfallplanung und Katastrophenschutz (AKNZ), eine Einrichtung des Bundesamtes für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe, schult seit langem und erfolgreich Krisenstäbe in Bad Neuenahr-Ahrweiler.

(Siehe Leitfaden „Medienkommunikation in Krisensituationen“ / Beiträge des Deutschen Städtetags zur Stadtpolitik (Band 96); ISBN: 978-3-88082-250-4)

Weitere Informationen unter
www.staedtetag.de, www.bbk.bund.de

Checkliste „in Trockenzeiten“

(Für Kommunen ohne eigene Pressestelle)

- Um das Thema Hochwasser zu priorisieren, wurden Kontakte im Gemeinderat und in anderen kommunalen Organisationen geknüpft.
- Die Presseabteilung für das Hochwasserereignis wurde so organisiert, dass jegliche Hochwasserkommunikation über den Tisch der Presseabteilung geht.
- Für die Pressearbeit wurde ein souveräner und belastbarer, hauptverantwortlicher Ansprechpartner bestimmt.
- Die Hochwasserverantwortlichen der Kommune informieren den Presseverantwortlichen unaufgefordert über alle Warnungen und Entwicklungen.
- Die Kontaktdaten von Journalisten der für die Kommune relevanten Tages- und Wochenzeitungen, Radiosendern, lokalen TV-Anstalten, Onlinemagazinen, Gemeinde- und Anzeigenblättern liegen vor und sind auf einem aktuellen Stand.
- Medienvertreter sind persönlich bekannt.
- Ein E-Mail-Verteiler mit den Medienkontakten für eine effizientere Kommunikation wurde erstellt.
- Es ist sichergestellt, dass im Krisenfall der Presseverantwortliche jederzeit für die Medienvertreter erreichbar ist. Die technischen Ressourcen stehen hierfür zur Verfügung. (z.B. Computer, Mobiltelefon, etc.).
- Über das Thema Hochwassergefahren wurde ausführlich informiert. Alle verfügbaren Quellen wurden hierfür genutzt (z. B. Hochwasserverantwortliche der Kommune, Ministerien, Landesanstalten, Hochwasserportale, Hochwassergefahren- und -risikokarten etc.).
- Für die Mitbürger ist die Kommunalverwaltung der erste Anlaufpunkt. Die Vorbereitung ist in einer Weise erfolgt, dass Fragen jeglicher Natur zum Hochwasserthema beantwortet werden können. Alternativ ist die Pressestelle in der Lage, der Bevölkerung zu sagen, wo sie die entsprechenden Informationen erhält.
- Hochwasserinformationen wurden ausführlich und kontinuierlich auf allen verfügbaren Kanälen veröffentlicht (Internet, Print-, Rundfunk- und Fernsehmedien).

3. Bewährung: Öffentlichkeitsarbeit im Hochwasserfall



 Es ist soweit, der Ernstfall ist eingetreten. Das Hochwasser ist da. Die ersten Stunden sind entscheidend: Ist die Pressestelle gut aufgestellt und wickelt sie die Krisenkommunikation souverän ab, erhält sie einen Vertrauensvorschuss.

Eine klare Rollenverteilung sowie eine enge Zusammenarbeit zwischen Pressesprecher und Krisenstab sind für eine gute Krisenkommunikation entscheidend.

KRISENSITZUNG, ROLLENKLÄRUNG

Für eine schnelle und zuverlässige Öffentlichkeitsarbeit im Hochwasserfall braucht es die fachübergreifende Kommunikation mit den richtigen Ansprech-

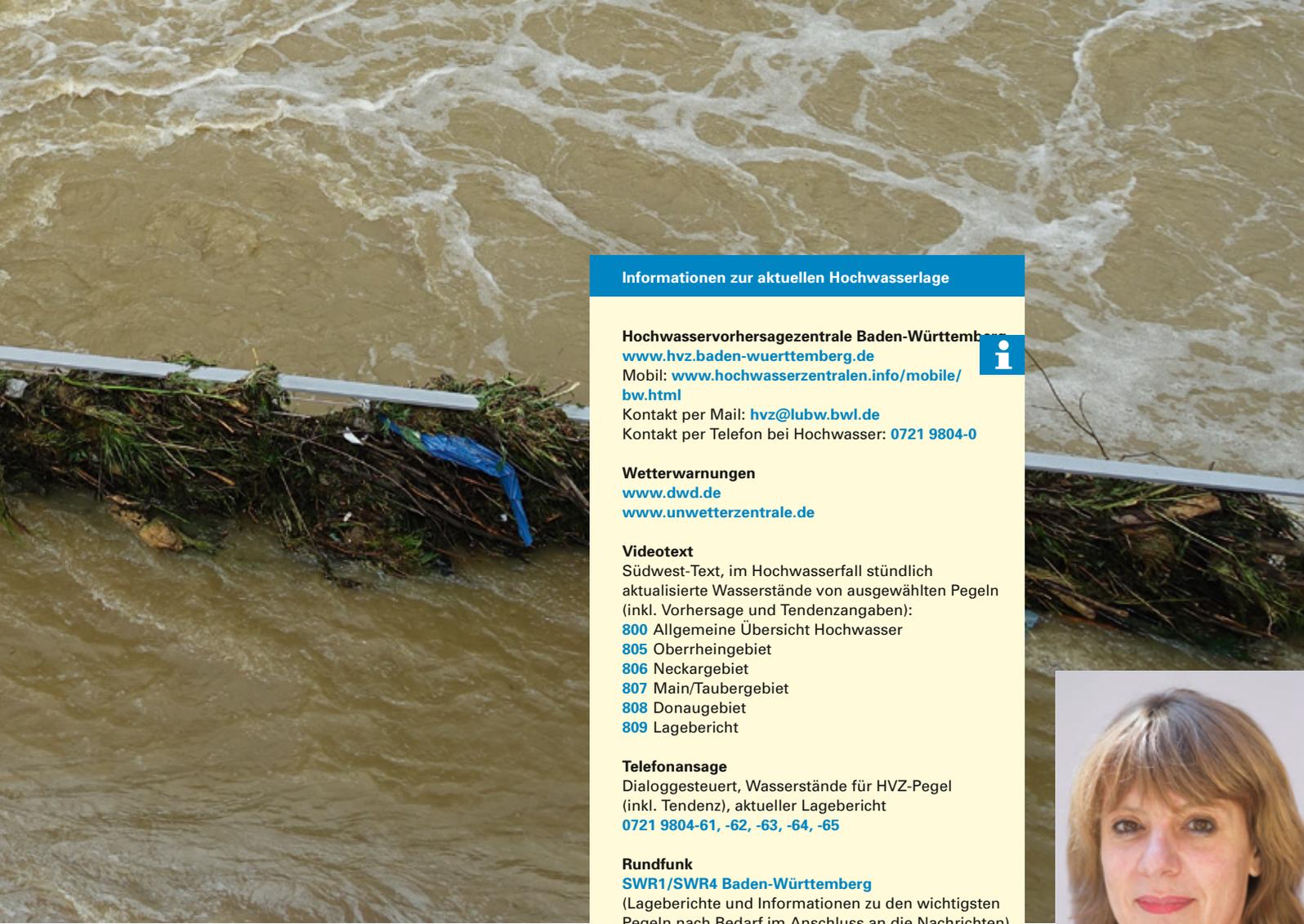
partnern. Deshalb ist als erster Schritt eine Krisensitzung einzuberufen, an der alle Verantwortlichen des Krisenmanagements teilnehmen.

Falls die Rollenverteilung noch nicht erfolgt sein sollte (siehe Kapitel „Vorbereitung: Öffentlichkeitsarbeit in Trockenzeiten“), sind die einzelnen Verantwortlichkeiten innerhalb von Krisenmanagement und Pressestelle klar zu definieren. Auf folgende Fragen sollten Antworten und Hinweise vorbereitet werden:

- Wer sind meine Informationsgeber innerhalb der eigenen Verwaltung?
- Auf welchen Kanälen kann ich diese sicher und jederzeit erreichen? Eine Übersicht der Kontaktdaten der wichtigsten Ansprechpartner führen und auf dem neuesten Stand halten.
- Mit wem in benachbarten / übergeordneten / nachgeordneten Behörden habe ich meine Arbeit zu koordinieren?
- Wie ist die eigene Erreichbarkeit gewährleistet für Informationsgeber und andere Beteiligte?

! Im Hochwasserfall steht eine Person der Presse und Öffentlichkeit Rede und Antwort. Diese Person sollte eng mit dem Krisenstab zusammenarbeiten, damit sie stets über einen umfassenden und aktuellen Informationsstand verfügt.





Informationen zur aktuellen Hochwasserlage

Hochwasservorhersagezentrale Baden-Württemberg

www.hvz.baden-wuerttemberg.de

Mobil: www.hochwasserzentralen.info/mobile/bw.html

Kontakt per Mail: hvz@lubw.bwl.de

Kontakt per Telefon bei Hochwasser: **0721 9804-0**

Wetterwarnungen

www.dwd.de

www.unwetterzentrale.de

Videotext

Südwest-Text, im Hochwasserfall stündlich aktualisierte Wasserstände von ausgewählten Pegeln (inkl. Vorhersage und Tendenzangaben):

800 Allgemeine Übersicht Hochwasser

805 Oberrheingebiet

806 Neckargebiet

807 Main/Taubergebiet

808 Donaugebiet

809 Lagebericht

Telefonansage

Dialoggesteuert, Wasserstände für HVZ-Pegel

(inkl. Tendenz), aktueller Lagebericht

0721 9804-61, -62, -63, -64, -65

Rundfunk

SWR1/SWR4 Baden-Württemberg

(Lageberichte und Informationen zu den wichtigsten Pegeln nach Bedarf im Anschluss an die Nachrichten)

Hochwasserinformation für Bodenseeanlieger

Bodenseelagebericht, aktuelle Bodenseewasserstände und Wasserstandsvorhersagen

www.bodensee-hochwasser.info



VORBEREITUNG

Eine Kurzinformation für die Medien sollte nach der ersten Krisensitzung veröffentlicht werden. Diese Vorabinformation darf durchaus kurz sein, z.B. mit folgenden Inhalten:

- Die Krisensitzung wurde einberufen.
- Das Krisenmanagement befasst sich mit den aktuellen Entwicklungen und Problemen.
- In Kürze gibt es detailliertere Informationen.

In der Vorbereitungsphase ist sicherzustellen, dass die eigene Pressestelleninfrastruktur nicht durch das Hochwasser gefährdet ist. Im Gegensatz zu anderen, oft räumlich beschränkten Katastrophenarten, kann ein Hochwasser unter Umständen die komplette Kommune betreffen.

Der Presseverantwortliche hat für sich und das Pressteam einen Zeitplan vorzubereiten, z.B. für geplante Pressemitteilungen. Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Je detaillierter die Aufgaben beschrieben sind, desto besser werden sich alle Beteiligten daran orientieren können.

Was die Bildberichterstattung betrifft, so sollte sichergestellt werden, dass der eigene Pressefotograf durchgehend seine Arbeit machen kann – frei nach dem Motto: „Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte.“

ZUSAMMENTRAGEN VON INFORMATIONEN

Sind die Rollen geklärt (siehe Absatz „Krisensitzung, Rollenklärung“) und die Vorbereitungsphase in großen Zügen abgeschlossen (siehe Absatz „Vorbereitung“), so gilt es, wichtige Fachinformationen zu recherchieren, den aktuellsten Stand zu verifizieren und bereitzustellen:

- Wie ist der aktuelle Hochwasserstand an welchem Fluss in der Kommune? Ab wann und in welchen Gebieten genau ist mit Hochwasser zu rechnen?
- Welche Szenarien sind denkbar (erwartete Schwere des Hochwassers)? Welche davon sind für die Öffentlichkeitsarbeit relevant?
- Welche neuralgischen Punkte sind bereits betroffen bzw. werden als nächstes betroffen sein (Krankenhäuser, Kindergärten, Bildungseinrichtungen, wichtige Verkehrswege)?
- Wo und wie können Bürger sich informieren bzw. Hochwasserprognosen einsehen?
- Wie soll sich die Bevölkerung bei drohendem Hochwasser verhalten? Gefahren sind beispielsweise:

Edith Lamersdorf, Leiterin des Presse- und Öffentlichkeitsreferats der Stadt Freiburg im Breisgau: „Aus meiner Erfahrung kann ich sagen, dass es eine reine Krisenkommunikation nicht gibt. Kommunikation sollte im Idealfall immer und in jeder Situation reell, schnell, wahrheitsgemäß, realistisch, transparent und verlässlich sein. Die öffentliche Hand steht ohnehin in der Verantwortung für eine wahrheitsgemäße Information. Im Krisenfall gelten die gleichen Maßstäbe, nur noch geballter und verstärkt.“

- Eingesperrt sein in Untergeschossen
- Stromschlag (in Untergeschossen, wenn Wasser bis zu den Steckdosen reicht)
- Ertrinken
- Durch Strömung mitgerissen werden (auch für gute Schwimmer gefährlich)
- Was kann der Bürger noch tun, um den Schaden für sein Eigentum zu minimieren (z.B. Öl- und Gastanks gegen Aufschwimmen sichern, Fahrzeuge in ungefährdeten Bereichen parken etc.)?
- Wo kann sich die Bevölkerung über den Hochwasserschutz und/oder die Vorbereitungen der Kommune auf Hochwasserlagen informieren?
- Welche Ansprechpartner gibt es zu folgenden Fragebereichen:
 - Bauliche Schutzmaßnahmen an Gebäuden
 - Organisatorische Schutzmaßnahmen für öffentliche Einrichtungen und Betriebe
 - Von welcher Seite ist Unterstützung für die Bevölkerung zu erwarten?
- vermitteln, dass der Ernst der Lage erkannt und wirklich alles getan wird, die Situation in den Griff zu bekommen und den Schaden so gering wie möglich zu halten
- die Hauptverantwortlichen der Kommune informieren. Neben dem Krisenstab ist auch der höchste Entscheidungsträger der Behörde zu nennen, der letztlich die Verantwortung für seine Kommune trägt, z.B. der Bürgermeister
- Wording und Vorlagen für die Kommunikation bestimmen

! Die Presseabteilung der Kommune sollte die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Hochwasserfall steuern und die zum Teil auf Sensationen fokussierten Medien zurückhalten.

INFORMATIONEN VERÖFFENTLICHEN

Wie wichtig eine gründliche Vorbereitung ist, zeigt sich an den möglichen Auswirkungen einer schlechten Vorbereitung. Eine solche könnte dazu führen, dass nicht(s) kommuniziert werden kann. Für eine Pressestelle wäre eine solche Situation fatal. Denn nichts ist schlimmer als keine Information. Sind die Vorbereitungen abgeschlossen, so sind folgende Punkte zu beachten:

- Informationen prüfen, bevor sie veröffentlicht werden.
- Erste Informationen so rasch wie möglich veröffentlichen.
- Auf jeder Presseaussendung *einen* Ansprechpartner mit Kontaktdaten anführen.
- Prüfen, ob es in der jeweiligen Situation besser ist, schriftliche Pressemitteilungen zu veröffentlichen oder Pressekonferenzen in kürzeren Abständen mit mündlichen Informationen durchzuführen (z.B. wenn die Ereignisse eine hohe Dynamik haben und sich die Lage damit stetig verändert).
- Soziale Medien verbreiten Informationen und Gerüchte in hohem Tempo. Diese Informationen müssen geprüft werden. Falsche Informationen sollten von der Pressestelle richtig gestellt werden. Nur sachlich richtige Mitteilungen werden an die Medien weitergegeben. Eigene Seiten in den Sozialen Medien müssen laufend moderiert werden.
- Die vielfältige Medienlandschaft nutzen, um gezielt Informationen zu veröffentlichen.
- Presseinformationen regelmäßig publizieren. So wird sichergestellt, dass Medien Pressestellen als verlässliche Informationsquelle erkennen.
- Pressekonferenzen ankündigen, genaue Uhrzeit/Ort können nachgereicht werden.
- Wegbeschreibungen zum Ort von Pressekonferenzen bereitstellen.
- Bei Pressegesprächen klare und kurze Statements geben. Authentische und der Situation angemessene Formulierungen vornehmen.



Mit Hilfe von Pressekonferenzen und regelmäßigen Pressemitteilungen lassen sich sachlich richtige Informationen darstellen und verbreiten. So kann auch möglichen Gerüchten in den Sozialen Medien entgegengewirkt werden.

AUFBEREITUNG DER INFORMATIONEN UND VORBEREITUNG DES KOMMUNIKATIONSFLUSSES

Im Gegensatz zu nahezu allen anderen Medien, die verschiedenartige Interessen verfolgen, repräsentiert die Presseabteilung den Blickwinkel der Kommune. Eine ihrer Hauptaufgaben wird sein, dafür Sorge zu tragen, dass sich die Stimmungslage nicht verschärft.

Generell ist zu empfehlen, dass die Kommunikation offen und offensiv erfolgt. Das bedeutet zum einen, dass Informationen möglichst nicht geschönt veröffentlicht oder Aspekte ausgeklammert werden. Zum anderen sollte die Presseabteilung der Kommune als zentrale Kommunikationsstelle Vorreiter in der Berichterstattung sein. Die Presseabteilung sollte sicherstellen, dass alles, was Kommunikation betrifft, über den Tisch der Pressestelle läuft. Auch ist die zentrale Botschaft der Presseinformation zu definieren, nachdem alle gesammelten Informationen aufbereitet wurden. Die Botschaft sollte

- sachlich informieren
- die Bevölkerung beruhigen
- Empathie zeigen
- mitteilen, wo Hilfe angeboten wird

- Sicherstellen, dass zu den Presseterminen auch kompetente und verantwortliche Ansprechpartner für die Medien zur Verfügung stehen, z.B. Ortspolizeivorsteher, Einsatzleiter der Feuerwehr, Zuständiger des Wasserwirtschaftsamts, Landrat als Vorsitzender des Katastrophenstabes etc.
- Interpretationen und Bewertungen vermeiden.

! Aufgabe für Kommunikationsverantwortliche, den Krisenstab oder die Pressestelle ist es, schnell und vor allem wahrheitsgemäß zu kommunizieren, auch wenn – aus Mangel an Informationen – die Mitteilung lediglich „Wir wissen zur Zeit noch nicht mehr, wir arbeiten aber daran“ heißt.

! Um die Bevölkerung mit den neuesten Informationen zu versorgen, sollte in jedem Fall die Webseite der Kommune genutzt und auch Soziale Medien in Betracht gezogen werden. Dabei ist sicherzustellen, dass der Server, auf dem die Internetseite liegt, dem Ansturm von Nutzern standhalten kann.

! In Extremsituationen sollte an die Mitmenschen appelliert werden, mitzuhelfen.

MEDIENVORBEREITUNG UND -BETREUUNG

Vorbereitung

Gute Vorbereitung ist das A und O der Krisenkommunikation. In dieser Phase werden die Strukturen geschaffen, wie die Öffentlichkeit informiert, bei welchem Hochwasserstand sie wohin geschickt und wie sie bestmöglich betreut werden soll.

Sehr wichtig für die Vorbereitung ist, dass die Pressestelle für die Medien erreichbar ist, ihre Fragen beantwortet und ihnen gestattet, Bilder zu machen. Hierbei sollte Sensibilität walten und keine Menschen in Not abgelenkt werden. Zur Vorbereitung gehören auch folgende Punkte:

- Einen Raum für Pressekonferenzen im Krisenfall bestimmen.
- Bei einem längeren Krisenfall mindestens einmal täglich zur gleichen Uhrzeit zum Pressegespräch laden, um die aktuelle Situation darzustellen und Gerüchten gegenzusteuern.
- Technische Voraussetzungen schaffen: Laptop, Projektor, Laserpointer, Internetzugang, Mikrofone und die Möglichkeit für die Medien, sich den Mikrofonen zuzuschalten.
- Einen technischen Ansprechpartner mit Mobiltelefon für den Raum benennen.
- Die Teilnehmerliste festlegen und Sprachregelungen abstimmen.
- Einen Moderator bestimmen.
- Namensschilder vorbereiten.

Betreuung

Es ist Aufgabe des Presseteams, die Medienvertreter zu betreuen. Allerdings geht die Betreuung nicht so weit, dass Wünschen entsprochen wird, die zu einem spezifischen Zeitpunkt nicht machbar sind oder gar die Arbeit des Krisenstabes gefährden. Eine zielgerichtete Betreuung erfordert die Berücksichtigung folgender Aspekte:

- Journalisten benötigen aussagekräftige Bilder mit Informationsgehalt und deshalb Zugang zu den Orten des Geschehens.
- Durch die Berichterstattung dürfen keine Hilfsmaßnahmen behindert werden.
- Ein kompetenter Ansprechpartner begleitet die Medien.
- Interviewpartner aus Politik, Verwaltung, Feuerwehr oder Polizei werden vorab über das Eintreffen der Presse informiert.

Checkliste „im Hochwasserfall“

- Die Schlüsselpunkte der Checkliste „in Trockenzeiten“ sind abgearbeitet.
- Das Presseteam und der Presseverantwortliche sind einsatzbereit.
- Die Pressestelle ist vor Auswirkungen des Hochwassers gesichert.
- Zur akuten kommunalen Hochwasserkrise wurde umfangreiches Informationsmaterial gesammelt.
- Der Presseverantwortliche nimmt an der Krisensitzung des Krisenstabes teil.
- Nach der Krisensitzung ist die erste Presseveröffentlichung vorbereitet.
- Pressekonferenzen wurden angekündigt. Die genaue Uhrzeit und der Standort werden gegebenenfalls nachgereicht.
- Es wurde skizziert, bei welchem Hochwasserstand die Presse wohin geschickt werden soll.
- Wegbeschreibungen zum Standort der Pressekonferenzen liegen bereit.
- Eine gute Zusammenarbeit mit den Journalisten ist gewährleistet.
- Die Medien werden vor Ort betreut und haben die Möglichkeit, Bilder zu machen.
- Es wurde dafür gesorgt, dass der Presseverantwortliche jederzeit für die Medien erreichbar ist und deren Fragen beantwortet.
- Für die Pressegespräche wurden klare, kurze Statements formuliert, welche die Situation authentisch und angemessen wiedergeben.
- Es ist sichergestellt, dass zu den Presseterminen auch kompetente und verantwortliche Ansprechpartner für die Medien zur Verfügung stehen (z.B. Ortspolizeivorsteher, Einsatzleiter der Feuerwehr, das Wasserwirtschaftsamts, Landrat als Vorsitzender des Katastrophenstabes etc.).
- Die Berichterstattung erfolgt proaktiv, ausführlich, regelmäßig, kontinuierlich, empathisch, wertneutral und konstruktiv.
- Alle Informationen wurden vor Veröffentlichung geprüft.
- Für die Veröffentlichung wurden alle verfügbaren Kanäle in effektiver Weise eingesetzt – insbesondere Online-Medien.

4. Nachbearbeitung: Öffentlichkeitsarbeit nach dem Hochwasser



✂ Ist das Hochwasser vorbei, hat man die Möglichkeit, den gesamten Verlauf der Hochwasserkommunikation zu analysieren, Schwachpunkte aufzuzeigen und sich somit besser für das nächste Hochwasser zu wappnen.

Damit die Pressestelle eine Analysegrundlage hat, ist eine umfangreiche Dokumentation der gesamten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Hochwasserfall erforderlich. Je effektiver die Dokumentation, desto mehr Informationen liegen zur Analyse vor und desto einfacher werden die daraus zu definierenden Schritte sein. Diese Aufgaben sind zudem in der Nachbearbeitungsphase zu erledigen:

- Den Verlauf der Kommunikation analysieren.
- Neben den obligatorischen Fehlern und Pannen gerade diejenigen Aktionen und Situationen hervorheben, die gut gelaufen sind.
- Eine Umfrage durchführen: Wie hat das Krisenmanagement die Kommunikation gesehen? Was ist anderen Beteiligten aufgefallen?
- Den Krisenkommunikationsplan auf Aktualität prüfen.
- Die persönlichen Stärken und Schwächen des Presseteams unter die Lupe nehmen: Wie könnten die Fähigkeiten der Einzelnen für die Zukunft besser zugeordnet werden?

Nach einem Hochwasserereignis müssen nicht nur Straßen auf mögliche Schäden untersucht werden, auch die Medienkommunikation sollte einer kritischen Prüfung unterzogen werden.





- Beiträge während der Pressearbeit im Hochwasserfall analysieren, ob sich der eine oder andere als Sofortmaßnahme zur Fehlervermeidung geeignet hat.
- Gewonnene Erkenntnisse und notwendige Verbesserungsmaßnahmen als To-do-Liste aufbereiten, die konsequent abgearbeitet werden kann.
- Ideen erarbeiten, zu welchem Zeitpunkt oder Anlass die Thematik Hochwassergefahr kurz-, mittel- und langfristig wieder in den Medien auftauchen könnte.

Grundsätzlich ist hervorzuheben, dass eine transparente Kommunikation das Ansehen der Kommunalverwaltung innerhalb der Kommune stärken und Vertrauen schaffen sollte.

- Bei der Medienkommunikation nach Hochwasserfällen, Bürgeraktionen etc. ist zu empfehlen, dass die Verwaltungsleitung der Kommune die Öffentlichkeit zum einen darüber informiert, was in Bezug auf das zurückliegende Hochwasserereignis gut und was nicht gut lief. Für die negativen Punkte sind sogleich Änderungs- und Verbesserungsmaßnahmen vorzustellen, die bereits unternommen wurden oder noch unternommen werden.

Checkliste „nach dem Hochwasser“

- Die Krisenkommunikation wurde dokumentiert.
- Der Verlauf wurde analysiert und Positives bzw. Negatives extrahiert.
- Eine Umfrage unter den anderen Beteiligten wurde durchgeführt. (Wie bewerten diese die Pressearbeit?)
- Aus den Analyseergebnissen heraus wurden Maßnahmen definiert.
- Eine To-do-Liste aller durchzuführenden Verbesserungsmaßnahmen wurde erstellt und konsequent abgearbeitet.
- Kurz-, mittel- und langfristige Aktionen zur Hochwasserthematik sind geplant.

5. Kommunikationsmittel – Tipps und Beispiele

✎ Unterschiedliche Kommunikationsmittel erfordern eine unterschiedliche Herangehensweise und bieten verschiedene Vor- und Nachteile. Die hier aufgeführten Tipps, Informationen und Beispiele sind insbesondere für kleinere Kommunen als Hilfestellung gedacht, die über keine selbstständige Presseabteilung verfügen.

DIE PRESSEMITTEILUNG

Die Pressemitteilung ist eines der am häufigsten eingesetzten Kommunikationsmittel. Sie ist so aufzubauen, dass am Anfang die wichtigen und am

Ende die weniger wichtigen Nachrichten stehen. Als Orientierung können folgende Punkte herangezogen werden:

- Überschrift
- Erklärende Unterzeile, falls die Überschrift nicht genau formuliert werden konnte.
- Wer? Was? Wann? Wo? (Hauptinformationen)
- Klare und einfache Sprache
- Hintergrundmaterial, welches die Hauptinformationen belegt und unterstützt.
- Quellenangabe
- Am Ende der Pressemitteilung auf weiterführende Informationen wie z.B. die Homepage der Kommune verweisen.

Gemeinde Musterhausen Presseinformation



Hochwasserrisiken richtig managen

Ausstellung zum Thema Hochwasservorsorge vom 5. Mai bis 5. Juli 2015 in Musterhausen

Hochwasserereignisse können Schäden in Milliardenhöhe verursachen, Existenzen und Werte vernichten sowie Infrastrukturen zerstören. Durch den Klimawandel werden extreme Hochwasserereignisse in Zukunft sogar deutlich zunehmen – auch in Baden-Württemberg. Umso wichtiger ist es, die Bevölkerung rechtzeitig und umfassend über potenzielle Hochwassergefahren und -risiken zu informieren und Möglichkeiten zur Eigenvorsorge aufzuzeigen, um Schäden zu minimieren.

Die Gemeinde Musterhausen informiert vom 5. Mai bis 5. Juli 2015 im Bürgerzentrum, Musterstraße 10 mit einer Ausstellung rund um das Thema Hochwasserrisikovorvorsorge.

Ausführlich erläutert werden dabei die verschiedenen Hochwassergefahren und -risikokarten, die es jedem Bürger erstmals erlauben, die Überflutungsgefahr bei verschiedenen Hochwasserszenarien für sein Wohngebiet oder seine Arbeitsstätte richtig einzuschätzen. Informiert wird auch über das kürzlich in Kraft getretene Wassergesetz in Baden-Württemberg, das z.B. hundertjährige Überflutungsflächen als Überschwemmungsgebiete festsetzt und dort die Nutzung drastisch einschränkt. Darüber hinaus wird gezeigt, welche technischen Möglichkeiten es gibt, ein bestehendes Gebäude gegen eindringendes Hochwasser zu schützen. Wer einen Neubau plant, erhält Tipps zum hochwasserangepassten Bauen. Begleitet wird die Ausstellung von zahlreichen Vorträgen von Experten, Workshops und praktischen Vorführungen. Der Besuch der Ausstellung und die Teilnahme an den Vorträgen und Workshops ist für die Bürgerinnen und Bürger kostenfrei.

Das ausführliche Begleitprogramm finden Sie unter:
www.musterhausen.de/hw-ausstellung

Pressekontakt:
Ansprechpartner, Organisation, Adresse
Telefon-/Faxnummer, E-Mail-Adresse, Internetseite

Beispiel für Struktur und Aufbau einer professionellen Pressemitteilung.

Hinweis

Vorab klären, ob im akuten Hochwasserereignis Pressemitteilungen oder z.B. häufigere Pressekonferenzen als Kommunikationsmittel geeigneter sind. Dies kann von Fall zu Fall unterschiedlich sinnvoll und effektiv sein.

DER PRESSETERMIN (PRESSEKONFERENZ)

Bei häufig wechselnden Situationen – wie z.B. im Hochwasserfall – können wichtige Neuigkeiten unter Umständen nicht mit Pressemitteilungen abgedeckt werden. In diesem Fall sollten die Medien zu einem Pressetermin eingeladen werden. In Extremsituationen kann es passieren, dass mehrere Pressekonferenzen pro Tag abzuhalten sind:

- Den Pressetermin planen und die genaue Uhrzeit definieren.
- Teilnehmende Personen festlegen.
- Einen aussagekräftigen Ort für den Termin auswählen. Dieser sollte auch Fotografen und Fernsightteams aufschlussreich und angemessen erscheinen.
- Die Medienvertreter zum Pressetermin einladen. Je nach zeitlicher Dringlichkeit kann die Einladung auf unterschiedlichen Wegen erfolgen (z.B. Fax, E-Mail, Telefon etc.). In jedem Falle sollte die Einladung alle notwendigen Informationen enthalten (Was? Wann? Wo? Thema? Kontaktdaten?). Die Eingeladenen werden darum gebeten, ihr Kommen zu bestätigen. So kann Planungssicherheit gewährleistet werden.
- Die Zugänglichkeit des Einsatzorts sicherstellen.
- Für eine konstruktive Arbeitsatmosphäre sorgen.
- Eine straff durchgeplante Agenda für die Pressekonferenz erstellen. Im Idealfall sollten 30–45 Minuten nicht überschritten werden. Im äußersten Extremfall darf der Termin auch bis zu einer Stunde dauern. Eine Agenda sollte folgende Punkte umfassen:
 - Begrüßung der Medienvertreter und Vorstellung der beteiligten Personen (Krisenstab – ca. drei Personen sollten im Normalfall ausreichen).
 - Der Krisenstab gibt nacheinander sein Statement ab (möglichst nicht nur vom Blatt ablesen, sondern frei sprechen).
 - Fragen der Medienvertreter beantworten.

- Interviews durch Fernseh- und Radioanstalten organisieren. Auch hier ist eine gute Organisation zwingend erforderlich. Wo findet das Interview statt? Wer ist der Interviewer? Wer ist der Interviewte? Zeitlicher Rahmen des Interviews – insbesondere bei akuten Hochwasserfällen ist mit knappen Ressourcen zu rechnen.
- Falls möglich, Pressematerial mit zusätzlichen Informationen zum akuten Hochwasserereignis austeilern. Informationen sollten aktuell und möglichst ausführlich sein. Das Pressematerial kann u. a. Bilder, Grafiken, Statistiken, Broschüren und vorliegende Kompaktinformationen enthalten.

INTERNETSEITE DER KOMMUNE

Die Webseite ist das Aushängeschild einer Kommune im Internet. Man könnte sogar sagen, die Internetseite der Kommune ist die einzige verlässliche Quellengrundlage. Jeder Internetnutzer kann mittels PC, Laptop, Tablet oder Smartphone von überall auf diese Webseite zugreifen. Deshalb sollte der Konzeption, Gestaltung und ständigen inhaltlichen Aktualisierung der Seite besonders viel Aufmerksamkeit geschenkt werden.

Außerordentlich wichtig ist darüber hinaus eine unmissverständliche, eingängige Webadresse (Domain-Name), die eine Assoziation zur Kommune ermöglicht (z. B. www.stuttgart.de, www.karlsruhe.de, www.aidlingen.de etc.).

Für den professionellen Auftritt einer Kommune empfehlen wir jedoch, sich an eine dafür spezialisierte Webdesign-Agentur zu wenden.

Es ist ratsam, die kommunale Webseite in regelmäßigen Abständen von unabhängigen Nutzern auf folgende Punkte testen zu lassen:

- Ist der Internetauftritt benutzerfreundlich, klar und logisch?
- Wird die Kommune gut repräsentiert?
- Lassen sich Informationen einfach abrufen?
- Herrscht eine gesunde Balance zwischen Textinhalten und Bildern/Grafiken?
- Sind Links zu weiterführenden Informationen, Kontaktdaten o.ä. hinterlegt?
- Gibt es einen Pressebereich, in dem Medienexperten Informationsmaterial (Presstexte, Bilder etc.) einsehen und downloaden können?

Die Webseite muss regelmäßig aktualisiert werden. Insbesondere im Hochwasserfall werden Betroffene und Interessierte zuerst den Internetauftritt der Kommune besuchen, um sich dort mit Informationen zu versorgen.

SOZIALE MEDIEN

Mit Hilfe der Sozialen Medien ist es möglich, Informationen auf eine verhältnismäßig einfache Weise mit der Bevölkerung zu teilen. Hat eine Organisation ein Benutzerkonto bei einem der



Die Webseite ist das Aushängeschild einer Kommune und für viele Internetnutzer die erste Anlaufstelle bei der Suche nach aktuellen Informationen zu lokalen Hochwasserereignissen.

bekanntesten Portale (z. B. Twitter, Facebook, WhatsApp, Google Maps, Google+ etc.), so kann sie aufkommende Neuigkeiten sofort posten (veröffentlichen). Veröffentlichungen müssen jedoch zuerst auf der eigenen Webseite publik gemacht werden. Soziale-Medien-Portale sind nicht nur für den Informationsaustausch gut. In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass sich die Bevölkerung auf diese Weise auch zu Interessengemeinschaften zusammenschließen kann, um gemeinsam Unternehmungen zu planen und zu organisieren.

Beim Hochwasser 2013 in Halle an der Saale wollte ein junges Paar nach dessen Eintreten nicht untätig warten. Um sich gegen die kommende Katastrophe zu stemmen, beschlossen die beiden, sich vorab zu koordinieren. Hierzu definierten sie auf Google Maps eine eigene Karte des bedrohten Stadtteils. Dort markierten sie zuerst Gefährdungsbereiche und Anlaufstellen für Betroffene. Diese Infokarte verschickten sie dann an alle Bekannten. Überrascht stellten sie am darauffolgenden Tag fest, dass ihre Karte über 240.000 Aufrufe hatte. Daraufhin erweiterten sie die Karte fortlaufend. Die Bevölkerung konnte hier in Erfahrung bringen, wo Aktionen geplant wurden, und vor allem wo Hilfe und Unterstützung am ehesten benötigt wurde. Nach dem Solidaritätsprinzip halfen die Bürger einander und erreichten, dass der Schaden in Grenzen gehalten wurde.

Die Kommunikation in und mit Sozialen Medien stellt die Kommune vor spezielle Herausforderungen. Empfehlenswert ist es, sich weit vor dem Hochwasserfall mit dieser Thematik auseinanderzusetzen. Insbesondere gilt es zu beachten, dass der Einsatz von Sozialen Medien während eines Hochwassers zeitintensiv ist und evtl. auch finanzielle Ressourcen dabei eine Rolle spielen. Es bedarf einer umfassenden Überlegung, ob diese Art der Kommunikation für die einzelne Kommune in Frage kommt.

Im Rahmen dieses Leitfadens soll nicht ausschließlich auf einen bestimmten Anbieter verwie-

sen werden. Was heute „in“ und gut ist, kann in ein paar Monaten schon wieder veraltet sein. Eine Kommune mag aus unterschiedlichen Gründen eine Affinität für eine oder mehrere bestimmte Plattformen haben. Das bedeutet allerdings nicht automatisch, dass dies auch für andere Kommunen die effektivste Lösung darstellt. Folgende Gesichtspunkte sind im Zuge der Entscheidungsfindung in Betracht zu ziehen:

- Die unterschiedlichen Anbieter im Hinblick auf die Anforderungen der Kommune testen.
- Meinungen und Erfahrungswerte von anderen Kommunen einholen.

Anlegen eines Kontos am Beispiel von Twitter



- Gehen Sie auf www.twitter.com und melden Sie sich für ein kostenloses Konto an. Hierzu wird Ihr Name, E-Mail-Adresse und ein Passwort benötigt.
- Lernen Sie Twitter kennen bzw. machen Sie sich mit den Eigenheiten von Twitter vertraut.
 - Tweet ist die Bezeichnung für eine einzelne Twitter-Meldung von maximal 140 Zeichen. Ein Tweet kann normalen Text, externe Links oder auch Nutzernamen enthalten.
 - Unter Retweet oder RT versteht man die Weiterverbreitung eines bereits bestehenden Tweets eines anderen Nutzers. Die Quelle wird dabei automatisch genannt, sodass alle Follower den Tweet sehen können.
- Um Ihren Followern (engl. Anhänger = diejenigen Internetnutzer, die auf Ihre Twitter-Seite zugreifen und wissen wollen, was es bei Ihnen Neues gibt) spezifische Nachrichten mitzuteilen, geben Sie Ihre Nachricht auf „Was ist los“ ein und klicken auf die Schaltfläche „Tweet“. Beachten Sie, dass Tweets auf 140 Zeichen beschränkt sind. Die verbleibende Anzahl der Zeichen kann jedoch bei Bedarf mit angezeigt werden.
- Sie haben die Möglichkeit, sog. Hashtags (Doppelkreuz „#“) vor einem Wort zu platzieren. Dies ermöglicht dem Nutzer, weitere Informationen und Twitter-Dialoge zu einem Stichwort einzusehen (z.B. „#Hochwasser“ leitet Sie durch Anklicken auf eine Liste von Tweets zum Thema Hochwasser).
- Sammeln Sie Follower – je mehr Anhänger Sie haben, desto mehr Menschen erreichen Sie mit Ihren Tweets.
- Prüfen Sie die Antworten Ihrer Follower. Wenn Sie „@Mentions“ eingeben, sehen Sie auf einen Blick alle Antworten auf Ihre Tweet-Nachricht. So können Sie sofort sehen, wie Ihr Tweet bei den Nutzern ankommt und können entsprechend gegensteuern, falls notwendig.
- Richten Sie Ihr Twitter-Profil ein:
 - Laden Sie ein aussagekräftiges Bild hoch (Corporate Identity!).
 - Fügen Sie Name, Ort und Ihre Webadresse hinzu (somit verlinken Sie Twitter mit Ihrem Internetauftritt – und entsprechend kann auf der Webseite der Kommune ein Link auf Twitter gesetzt werden).
 - Hinterlegen Sie so viele Hintergrundinformationen wie Sie können und möchten.
 - Prüfen Sie die Twitter Medien- und Privatsphäreinstellungen.
 - Ändern Sie Ihr Passwort aus Sicherheitsgründen periodisch und wählen Sie ein Passwort aus, welches den aktuellen Sicherheitsanforderungen entspricht.

Tipps:

- Versuchen Sie, nur einen Tweet zu verwenden, um Ihren Standpunkt zu kommunizieren.
- Twitter kann auch als sog. App (application – engl. Anwendung) auf Smartphones geladen werden.

Hinweis:

- Exzessives Tweeting (≥100 Tweets pro Stunde bzw. ≥1.000 Tweets pro Tag) führt dazu, dass Sie als Twitter-Nutzer vorübergehend vom Tweeten ausgeschlossen werden. Sie können dann zwar Ihr Profil einsehen, jedoch nicht aktiv tweeten.

- Wie konform sind die Portale in Bezug auf Zielgruppe, Ziele, Ansehen und Strategie der Kommune?
- Über welche Plattform ist es am besten möglich, zielgenau Informationen zu Hochwasser zu veröffentlichen?

Ist nach ausführlichen Rechercheaktivitäten die Entscheidung für eine oder mehrere Plattformen gefallen, so warten weitere Aufgaben auf das Pressteam:

- Bei der Nutzung von Sozialen Medien die rechtlichen Rahmenbedingungen zwingend beachten (Urheber- und Persönlichkeitsrechte, Haftung für veröffentlichte Inhalte, Privatsphäre, Datenschutz, Nutzungsbedingungen und AGBs des Anbieters etc.).
- Das Soziale-Medien-Team zusammenstellen und in einer Weise sensibilisieren, die die Brisanz von entsprechenden Nachrichtenveröffentlichungen deutlich macht.
- Für eine laufende Moderation und Beobachtung sorgen.
- Ein aussagekräftiges Profil auf der ausgewählten Plattform erstellen und dabei den Installationsanweisungen und der -anleitung des Anbieters folgen.
- Inhalte, Themen, Formulierungen und Häufigkeit von Veröffentlichungen vorab planen.
- Es ist mit vielen Rückmeldungen und Antworten im Hochwasserereignis zu rechnen.

Beispielhaft bringen wir Ihnen das Soziale Medium Twitter näher (siehe Infokasten).

Weitere Informationen erhalten Sie auf den Internetseiten von Twitter (www.twitter.com) oder z.B. auf <http://de.wikihow.com>, einer Webseite, die spezialisiert ist, Vorgänge zu erklären.

HÖRFUNK UND FERNSEHEN

TV-Anstalten und Radiosender sind vor allem an Interviews und Statements im Originalton interessiert. Das Besondere am Hörfunk bzw. Fernsehen ist, dass nicht Leser, sondern Hörer und Zuschauer die Zielgruppen darstellen. Es gilt, noch kürzere und dennoch verständliche Sätze zu formulieren, da Zuhörer und Zuschauer das Gehörte nicht noch einmal nachlesen können.

Im Rahmen von Pressekonferenzen erhalten diese Medien die Möglichkeit, Beteiligte zu befragen. Im Hochwasserereignis wird es jedoch zudem Medienanstalten geben, die Schlüsselpersonen auch außerhalb der Pressekonferenzen interviewen wollen. In einem Vorgespräch sollte geklärt werden,





worum es im Interview gehen soll. So kann sich der Interviewte auf das Interview vorbereiten:

- Beim Interview auf eine entspannte und natürliche Haltung achten.
- Sich kurz, einfach und damit für jeden verständlich ausdrücken.
- Auf ein ansprechendes äußeres Erscheinungsbild achten. Dies ist insbesondere beim Fernsehinterview sehr wichtig.
- Für eine ruhige Atmosphäre beim Radio- bzw. eine entsprechende Kulisse beim TV-Interview sorgen.

TV-Anstalten und Radiosender sind besonders an Interviews und Statemenets von Betroffenen und Beteiligten interessiert.

Hinweis

Nicht jedes Kommunikationsmittel ist für jede Kommune gleich gut geeignet – insbesondere in Bezug auf ein Hochwasserereignis. Es ist vorab zu besprechen und zu bestimmen, welche Ressourcen innerhalb der Kommune für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung stehen und auf welche Weise diese Ressourcen am effektivsten einzusetzen sind. Schlussendlich entscheidet der professionelle Einsatz von Kommunikationsmitteln darüber, wie erfolgreich die Krisenkommunikation bewältigt wird.

Alarm- und Einsatzplan bei Hochwasser

In einem Alarmplan sind Hochwasserszenarien derart durchgeplant und zusammengefasst, dass sie alarmmäßig abgerufen und nach Plan ohne weiteren Handlungsbedarf seitens der Einsatzleitung ablaufen können (Auslöseschwelle, Szenario, Krisenstab, usw.). In den Einsatzplänen sind die taktischen Entscheidungen (Strategie) der Einsatzleitung und ihre Umsetzung in Einsatzbefehle (Maßnahmen und Handlungsanweisungen) vorbereitet. Da beides fest miteinander verknüpft ist, spricht man von einem Alarm- und Einsatzplan.

Aufbau und Struktur von Alarm- und Einsatzplänen sind durch notwendige Informationen vorgegeben. Art und vor allem Umfang der Planungen hängen jedoch stark von der Struktur und der Größe der jeweiligen Kommune ab. Diese Orientierungshilfe hat den Anspruch, einen Standard für kommunale Alarm- und Einsatzplanungen zu schaffen.

Grundsätzlich finden sich in jedem Alarm- und Einsatzplan die Informationen: Wer macht was zu welchem Zeitpunkt? Die meisten Pläne beinhalten neben der Dokumentation der möglichen Szenarien Karten, Telefonlisten der verantwortlichen Personen und Listen der notwendigen Maßnahmen in Abhängigkeit vom jeweiligen Messwert oder einem anderen Auslöser. Zusätzliche Informationen können Hilfsmittel, Bedienungsanleitungen von Maschinen, vorbereitete Informationsblätter oder Durchsagen usw. sein.

Alarm- und Einsatzpläne für den Hochwasserfall müssen grundsätzlich eigenverantwortlich in jeder Kommune erstellt werden.

FLIWAS

FLIWAS ist das webbasierte Hochwasser-managementsystem für Baden-Württemberg. Mit FLIWAS wird Mitarbeitern im Hochwasserschutz ein Werkzeug an die Hand gegeben, mit dem im Hochwasserfall der hohe Informations- und Kommunikationsbedarf schnell gedeckt werden kann. Alle relevanten Informationen, die zur schnellen Lagebeurteilung benötigt werden, werden an einer Stelle gebündelt. Hochwasseralarm- und -einsatzpläne können mithilfe von FLIWAS automatisiert, vernetzt und aktualisiert werden. Dank zentraler Datenerhaltung und Webtechnologie ist FLIWAS räumlich unabhängig und kann auf jedem PC mit Internetzugang genutzt werden.

Geschützte Bereiche HQ₁₀₀

Diejenigen Flächen, die bei einem HQ₁₀₀ durch eine Hochwasserschutzanlage geschützt werden. Dies bedeutet: Ohne Hochwasserschutzanlage wären die markierten Bereiche überflutet. Diese Flächen dienen insbesondere als Information für die Gefahrenabwehr.

Gewässernachbarschaften

Im Rahmen der Gewässernachbarschaften kommen sowohl die kommunalen Entscheidungsträger als auch das Unterhaltungspersonal zum gemeinsamen Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer zusammen. Durch die Vermittlung praktischer Methoden und Vorgehensweisen zum Erhalt und zur Entwicklung naturnaher Gewässer und die Anleitung zu kostensparenden Gewässerunterhaltungsmaßnahmen wird gezeigt, wie Gewässerpflege und Gewässerentwicklung trotz knapper finanzieller und personeller Ressourcen im Sinne der Europäischen Wasserrahmenrichtlinie erfolgen können.

Gewässerschau

Eine Gewässerschau ist die Besichtigung eines Flusses, Baches oder Sees und dient dazu, Mängel und Gefahren festzustellen und deren Behebung einzuleiten. Nach § 32 Abs. 6 WG (Wasserrecht in Baden-Württemberg) ist der Träger der Unterhaltungslast (z.B. Kommune, Land) gesetzlich verpflichtet, mindestens alle 5 Jahre eine Gewässerschau durchzuführen. Die Ergebnisse sind zu dokumentieren und der Unteren Verwaltungsbehörde (UVB) vorzulegen.

Hochwasserpartnerschaften

Hochwasserpartnerschaften sind ein Zusammenschluss von Kommunen, Fachverwaltungen und Institutionen innerhalb eines Gewässereinzugsgebietes. Im regelmäßigen Erfahrungsaustausch wird über aktuelle Themen aus dem Bereich Hochwasservorsorge informiert. Neben der reinen Information spielt die Weitergabe von Erfahrungen im Bereich des vorsorgenden Hochwasserschutzes sowie der Aufbau eines Netzwerkes zwischen den Kommunen eine wichtige Rolle.

Hochwasser-Schutzeinrichtung/-anlage

Z.B. Damm, Deich, Hochwasser- und Regenrückhaltebecken, mobile (flexible) HW-Schutzeinrichtung usw.

HQ₁₀, HQ₅₀, HQ₁₀₀

Überflutete Fläche für Hochwasser, das statistisch alle 10, 50 oder 100 Jahre auftritt.

HQ_{extrem}

Ausbreitung des Hochwassers bis zu einem extremen Hochwasserstand, der durch ungewöhnliche Niederschlags- und Abflussereignisse, aber auch durch Rückstau von blockierten Brückendurchlässen oder durch Versagen von Schutzeinrichtungen hervorgerufen werden kann.

HVZ Hochwasservorhersagezentrale

Im Hochwasserfall bietet die Hochwasservorhersagezentrale (HVZ) Informationen zur Hochwassersituation an den Flüssen des Landes und am Bodensee an. Sie liefert aktuelle

- Wasserstände,
 - Abflussdaten,
 - Vorhersagen und
 - Lageberichte über den Hochwasserverlauf.
- Die HVZ bündelt Informationen und macht sie zugänglich für die
- zuständigen Verwaltungsstellen
 - Bevölkerung und
 - Medien.

Die Daten werden im Routinebetrieb täglich, im Hochwasserfall bis zu halbstündlich aktualisiert und über Internet, Videotext, Rundfunk und eine automatische Telefonansage veröffentlicht.

Die kontinuierliche, tägliche Modellierung der Wasserstände ist die Grundlage der Hoch-, Mittel- und Niedrigwasservorhersagen für rund 100 Pegel an den Flüssen Rhein, Neckar, Donau und Main sowie ihren wichtigsten Zuflüssen. Die länderübergreifende Vorhersage für den Bodensee erfolgt in Kooperation mit dem schweizerischen Bundesamt für Umwelt und dem Amt der Vorarlberger Landesregierung.

Zusätzlich berechnet die HVZ Hochwasserfrühwarnkarten für kleine Einzugsgebiete mit einer Fläche von unter 200 km². Für Stadt- und Landkreise werden Warnungen in vier verschiedenen Stufen erstellt: geringe, mäßige, mittlere und hohe Hochwassergefährdung. Die Frühwarnkarten werden alle drei Stunden aktualisiert und beziehen sich jeweils auf die Hochwassergefahr der nächsten beiden

Tage. Die Verlässlichkeit der Hochwasserfrühwarnung hängt wesentlich von der Güte der Niederschlagsvorhersagen ab und nimmt für den zweiten Tag der Frühwarnung ab.

HWGK Hochwassergefahrenkarte(n)

In den Gefahrenkarten werden diejenigen Gebiete erfasst (Fläche und Tiefe), die bei bestimmten Hochwasserereignissen (HQ₁₀, HQ₅₀, HQ₁₀₀, HQ_{extrem}, Geschützte Bereiche HQ₁₀₀) überflutet werden.

HWRK Hochwasserrisikokarten

HWRK stellen auf Basis der HWGK die Betroffenheit der potenziell vom Hochwasser betroffenen Schutzgüter (Menschliche Gesundheit, Umwelt, Kultur und wirtschaftliche Tätigkeiten) in Form von betroffenen Einwohnern, Landnutzungen sowie den betroffenen Risikoobjekten (u.a. Wasserschutzgebiete, Kulturgüter, Badestellen) dar.

HWRSt Hochwasserrisikosteckbrief

Hochwasserrisikokarten (HWRK) werden durch Hochwasserrisikosteckbriefe für jede Gemeinde ergänzt. Die in den Karten dargestellten Informationen sind im HWRSt tabellarisch aufgearbeitet und dokumentiert.

LUBW Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg

Die LUBW ist das Kompetenzzentrum des Landes Baden-Württemberg in Fragen des Umwelt- und Naturschutzes, des technischen Arbeitsschutzes, des Strahlenschutzes und der Produktsicherheit. Als unabhängige Landes-einrichtung berät sie Politik und Verwaltung in Baden-Württemberg in einer Vielzahl fachlicher Themen, wie Klimawandel und Anpassung, Windkraft und Artenschutz oder Hochwasser- und Niedrigwasservorhersage. Zur Erfüllung dieser vielfältigen Aufgaben erfasst sie Daten mit umfangreichen landesweiten Messnetzen und Kartierungen. Diese Daten sind eine solide Basis um die Entwicklung der Umweltqualität in Baden-Württemberg zu bewerten.

Pflicht zur Eigenvorsorge

Gemäß Wasserhaushaltsgesetz (§ 5 Abs. 2 WHG) ist jede Person dazu verpflichtet, Maßnahmen zur Eigenvorsorge für den Fall eines Hochwassers zu treffen. Hochwasser kann Flussanlieger treffen oder durch ein Starkregenereignis verursacht werden. Auch bei Bestehen von technischen Hochwasserschutzmaßnahmen ist Eigenvorsorge wichtig. Es besteht immer die Gefahr, dass Hochwasser vordringt, da technische Bauwerke nicht für Extremereignisse ausgelegt sind. Überflutungen können durch einen Dammbbruch, Verklausungen und letztlich durch menschliches Versagen auftreten. Insbesondere Starkregen verursacht Überflutungen weitab von Gewässern. Rund die Hälfte aller Hochwasserschäden geht auf Starkregen zurück.

Besonders Grundstücke am Hang, in einer Mulde oder im Tal sind durch abströmendes bzw. sich ansammelndes Oberflächenwasser gefährdet. Überschwemmungen drohen ebenfalls durch Rückstau der Kanalisation. Das Wasser fließt nur langsam ab und kann Straßen überfluten.

Schutzgüter

Im Zentrum der Betrachtung der Risiken durch Hochwasser stehen vier „Schutzgüter“. Die für diese Schutzgüter bestehende Betroffenheit durch Hochwasser wird in den Hochwasserrisikokarten (HWRK) aufgezeigt. Mit folgenden Angaben werden die Auswirkungen näher beziffert:

1. Schutzgut Menschliche Gesundheit:
 - Anzahl der potenziell betroffenen Einwohner
2. Schutzgut Umwelt:
 - Angaben zu Anlagen bzw. zu Betrieben, die bei einer Überflutung unbeabsichtigte Umweltverschmutzungen verursachen können
 - Angaben zu potenziell betroffenen Schutzgebieten
 - Angaben zu EU-Badestellen
3. Schutzgut Kulturerbe:
 - Die von den relevanten Überflutungsszenarien betroffenen Kulturgüter von besonderer Bedeutung
4. Schutzgut Wirtschaftliche Tätigkeiten:
 - Art der wirtschaftlichen Tätigkeit auf den betroffenen Flächen inkl. Flächengröße

Starkregen

Von Starkregen spricht man bei großen Niederschlagsmengen pro Zeiteinheit. Starkregen kann zu schnell ansteigenden Wasserständen und (bzw. oder) zu Überschwemmungen führen, häufig einhergehend mit Bodenerosion. Der Deutsche Wetterdienst (DWD) warnt deswegen vor Starkregen in zwei Stufen:

1. Regenmengen ≥ 10 mm/1 Std. oder ≥ 20 mm/6 Std. (Markante Wetterwarnung)
2. Regenmengen ≥ 25 mm/1 Std. oder ≥ 35 mm / 6 Std. (Unwetterwarnung).

Für die Dimensionierung von z.B. Stadtentwässerungsnetzen und Rückhaltebecken werden statistische Auswertungen zu Starkniederschlagsereignissen genutzt. Deswegen gelten für diese Nutzer abweichende Schwellenwerte, die auf den jeweiligen Anwendungsbereich abgestimmt werden.

Ursachen für Hochwasser

- Räumlich ausgedehnte, langanhaltende Niederschläge, oft in Verbindung mit Schneeschmelze
- Kurze Starkregen, in deren Folge in kurzer Zeit große Wassermassen in Bach- und Flussläufen zusammenlaufen
- Überflutungen durch wild abfließendes Wasser, Hangwasser oder Überlastung des Kanalnetzes bei lokalen Starkregen
- Schneller Anstieg des Wasserstands bei Bächen und Flüssen mit kleinen Einzugsgebieten

UVB Untere Verwaltungsbehörde(n)

Nach § 15 LVG (Landesverwaltungsgesetz) sind das in Baden-Württemberg

1. in den Landkreisen die Landratsämter sowie die Großen Kreisstädte und die Verwaltungsgemeinschaften,
 2. in den Stadtkreisen die Gemeinden.
- Die Aufgaben der unteren Verwaltungsbehörden werden in den Stadtkreisen und Großen Kreisstädten vom Bürgermeister, in den Verwaltungsgemeinschaften vom Verbandsvorsitzenden oder vom Bürgermeister der Gemeinde erledigt.

UWB Untere Wasserbehörde

Die untere Wasserbehörde ist zuständig für alle oberirdischen Gewässer und Grundwasser. Die Aufgaben umfassen u. a.:

- Erteilung von Genehmigungen und wasserrechtlichen Erlaubnissen nach Durchführung von förmlichen Verfahren, Planfeststellungsverfahren und Plangenehmigungsverfahren u.a. für
 - Wasserbauliche Maßnahmen in und an Gewässern einschließlich z.B. der Stauanlagen für Fischteiche, Regenrückhaltebecken und Sandfänge

- Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen, z. B. Heizöl- und Dieseltanks
- Gefahrenabwehr bei Unfällen mit wassergefährdenden Stoffen
- Deichaufsicht an den Binnendeichen
- Stellungnahmen zu Bauanträgen, Bauleitplänen u. ä.
- Überwachung von Auflagen in Genehmigungen von Wasserentnahmen, Abwasserbehandlungsanlagen, Einleitungen jeglicher Art und der Umgang mit wassergefährdenden Stoffen
- Verfolgung von Verstößen gegen gesetzliche Bestimmungen

Verdolung

Als Dole (Duden: überdeckter Abzugsgraben) bezeichnet man einen Durchlass zur Durchführung kleiner Wasserläufe oder Wege durch Dämme von Eisenbahnstrecken oder Straßen. Die Verdolung eines Fließgewässers wird durchgeführt, um z.B. Wasser- und Bachbettverschmutzungen, sowie den immer wieder auftretenden Überschwemmungen entgegenzuwirken.

Verklausung

Verstopfung von Engstellen (z. B. Brückenbauwerke), verursacht durch unsachgemäße Lagerung von Material in Ufernähe, das während eines Hochwassers mitgerissen wird.



Impressum

Herausgeber	Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg Kernerplatz 9, 70182 Stuttgart, Tel. 0711 126-0, www.um.baden-wuerttemberg.de
Redaktion	Markus Moser, Regierungspräsidium Stuttgart Thorsten Kowalke, WBW Fortbildungsgesellschaft mbH
Autorinnen/Autoren	Tomislav Olujic, VS Consulting Team GmbH Markus Moser, Regierungspräsidium Stuttgart Iris Berghold, Proesler Kommunikation GmbH
Bildnachweis	Titelseite, Jürgen Gerhardt (Schwäbisch Gmünd Hochwasser 2016) Umschlaginnenseite, Jürgen Gerhardt (Schwäbisch Gmünd Hochwasser 2016) Seite 4 oben, Jürgen Gerhardt (Neckar bei Reutlingen-Oferdingen) Seite 4 unten, Stadt Mühlacker Seite 6, DR/ www.fotolia.de Seite 7 oben, Samsung Seite 7 unten, Jürgen Gerhardt (Hochwasserrückhaltebecken an der Rems) Seite 8 oben, Jürgen Gerhardt (Hochwasserausstellung im Landratsamt Karlsruhe 2014) Seite 8 unten, Marco Kaschuba (Hochwasser in Passau 2013) Seite 8 unten links, Hewlett-Packard und Apple Seite 9, Stadtentwässerungsbetriebe Köln, AöR (Köln Hochwasser 1995) Seite 10, Jürgen Gerhardt (Schwäbisch Gmünd Hochwasser 2016) Seite 12, Jürgen Gerhardt (Schwäbisch Gmünd Hochwasser 2016) Seite 14, Jürgen Gerhardt (Schwäbisch Gmünd Hochwasser 2016) Seite 17, blackonix1/www.fotolia.de Umschlaginnenseite, Jürgen Gerhardt (Schwäbisch Gmünd Hochwasser 2016)
Fachliche Koordination	Markus Moser, Regierungspräsidium Stuttgart HWRM KOMM
Gestaltung	xxdesignpartner.de
Druck	LASERLINE, Berlin
Auflage	1.500, Januar 2017

Kommunikationsprodukte zur Vorbereitung auf – und für den Hochwasserfall

Für die Erarbeitung der Themen und Inhalte Ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Hochwasserfall empfehlen wir die Lektüre der Kommunikationsprodukte rund um das Thema Hochwasser, insbesondere:

- Leitlinie „Strategie zur Minderung von Hochwasserrisiken in Baden-Württemberg“
- Kompaktinformation „Kommunikationsprodukte rund ums Thema Hochwasser“
- Kompaktinformation „Hochwassergefahrenkarten“
- Kompaktinformation „Hochwasserrisikomanagementplanung“
- Kompaktinformation „Hochwasserrisikokarten und Steckbriefe“
- Kompaktinformation „Hochwasserrisikobewertungskarten und verbale Risikobeschreibung“
- Kompaktinformation „Maßnahmenkatalog Hochwasserrisikomanagement“
- Kompaktinformation „Gewässerschauen – mehr als eine Pflichtaufgabe“
- Kompaktinformation „Pflicht und Möglichkeiten der Eigenvorsorge für den Hochwasserfall“
- Informationsblatt „Was tun, wenn Hochwasser droht?“
- Kompaktinformation „Die Hochwasservorhersagezentrale der LUBW“
- Informationsblatt „Dokumentation von Hochwasserereignissen und Setzen von Hochwassermarken“

Eine Übersicht der geplanten Themen und Inhalte kann der Kompaktinformation „Kommunikationsprodukte rund ums Thema Hochwasser“ entnommen werden. Weitere Kommunikationsprodukte sind derzeit in Arbeit und werden bis Ende 2017 sukzessive bereitgestellt.

Alle Kommunikationsprodukte stehen zum Download bereit unter:
www.hochwasserbw.de → [Unser Service](#) → [Publikationen](#)

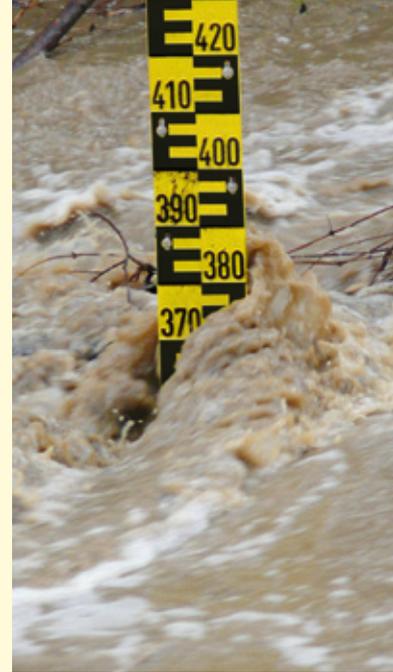
Weiterführende Informationen

Hochwasserrisikomanagement in Baden-Württemberg

Zentrales Internetportal zur Hochwasserstrategie des Landes Baden-Württemberg. Links zu Kartendiensten und Publikationen des Landes zum Thema Hochwasser. Interner Bereich mit allen Hochwassergefahrenkarten, Vorgehenskonzept Hochwasserrisikomanagement und den Internetauftritten der Regierungspräsidien.
www.hochwasserbw.de

WBW Fortbildungsgesellschaft mbH

Vielfältige Informationen und Publikationen zu Gewässernachbarschaften, Betrieb von Hochwasserrückhaltebecken, Gewässerpädagogik, Hochwasserpartnerschaften, mit internem Bereich für Kommunen.
www.wbw-fortbildung.de



Ansprechpartner

Regierungspräsidium Stuttgart

Referat 53.2, Hr. Moser, Tel. 0711 904-15318, markus.moser@rps.bwl.de

WBW Fortbildungsgesellschaft für Gewässerentwicklung

Hr. Kowalke, Tel. 0721 824 489-20, info@wbw-fortbildung.de

Zentrale Servicestelle HWRM Kommunikation

VS Consulting Team, Fr. Renner, Tel. 07071 40710-0, hwrn.komm@vscteam.de