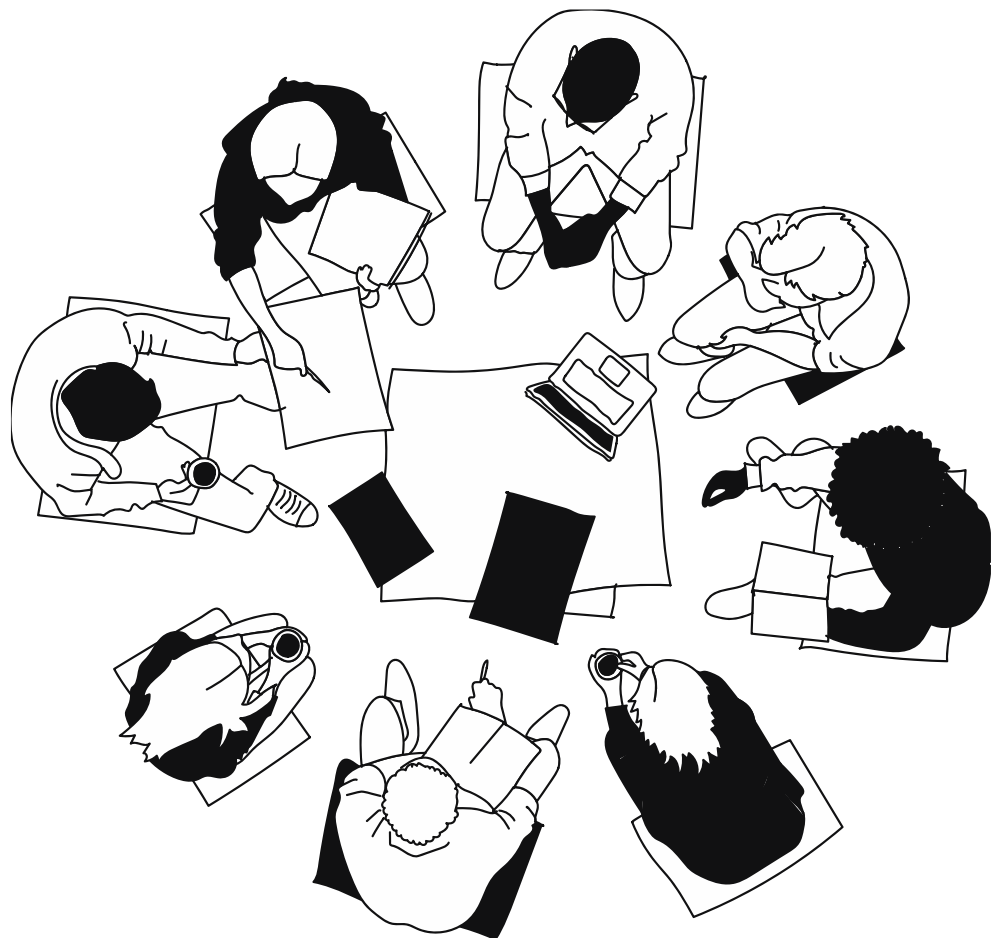


„MALUmat – wissen, was passiert“

Empfehlungspaper zum Beteiligungsprojekt



Sahand Shahgholi
Annabelle Müller
Carolin Holtkamp

In Auftrag gegeben vom
Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe

Zebralog GmbH
Oranienburger Straße 87/89
10178 Berlin

Zebralog GmbH Niederlassung Bonn
Adenauerallee 15
53111 Bonn

www.zebralog.de
info@zebralog.de

Inhalt

1	Hintergrund und Kontext	3
2	Empfehlungen zur Erhöhung der Warneffektivität	5
3	Empfehlungen für zukünftige Partizipationsvorhaben	8

1 Hintergrund und Kontext

Im Rahmen des Bund-Länder-Projekts „Warnung der Bevölkerung“ wird seit 2016 untersucht, wie Menschen in Deutschland in Notfällen besser informiert und gewarnt werden können. Dafür müssen die warnenden Behörden die Warnbedarfe und Ressourcen verschiedener soziokultureller Gruppen kennen. Der Forschungsbericht „Interkulturelle Kompetenz im Bevölkerungsschutz“ schlussfolgerte, dass eine potenzielle Erhöhung der Warneffektivität unter anderem mit einem Ausbau interkultureller Kompetenzen von Helfenden und Warnenden einhergeht.¹ Die Städte Mannheim und Ludwigshafen sind Projektpartner im Teilprojekt „Lokales Warnkonzept“. Gemeinsam mit ihnen hat das Bund-Länder-Projekt deshalb von Herbst 2021 bis Frühjahr 2022 ein pilothaftes Beteiligungsprojekt durchgeführt – mit dem Titel **„MALUmat – wissen, was passiert“**². Im Fokus des Projekts stand die Frage, welche Informationsbedarfe die türkischsprachige Bevölkerung hat. Die türkischsprachige Bevölkerung wurde exemplarisch ausgewählt, da sie sowohl in Mannheim als auch in Ludwigshafen die größte der vielen verschiedenen und heterogenen Communities mit Migrationsgeschichte sind. Außerdem sollte eine interkulturelle Verständigung zwischen lokal warnenden Behörden und der vor Ort ansässigen türkischsprachigen Bevölkerung erzielt werden.

Aufgrund der pandemischen Lage und den aus ihr hervorgehenden Kontaktbeschränkungen kamen im Rahmen des Beteiligungsprojektes vorwiegend digitale Formate zum Einsatz. Zentrale Bestandteile waren ein digitaler Workshop mit Vertreter*innen aus lokalen Vereinen und Initiativen sowie ein dreiwöchiger Online-Dialog auf der eigens dafür eingerichteten Dialogplattform unter www.malumat.de. Beim Online-Dialog wurde die türkischsprachige Bevölkerung in Mannheim und Ludwigshafen dazu aufgerufen, Beiträge und Kommentare abzugeben. Zur Erläuterung des Themas und zur Aktivierung der Zielgruppen wurden außerdem zahlreiche „Info-Pakete“ an lokale Organisationen versandt.

In allen Formaten wurden im Wesentlichen folgende Leitfragen an die türkischsprachige Bevölkerung gerichtet:

¹ Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (2019): Interkulturelle Kompetenz im Bevölkerungsschutz [online]. URL:https://www.bbk.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Mediathek/Publikationen/FiB/FiB-20-interkulturelle-kompetenz-im-bevs.pdf?__blob=publicationFile&v=8 (Abruf: 01.10.2021).

² Der gewählte Titel „MALUmat“ ist ein Wortspiel bestehend aus dem türkischen Begriff „malumat“, der so viel bedeutet wie „Informationen einholen“, und einer Hervorhebung der Kürzel der Städte Mannheim (MA) und Ludwigshafen am Rhein (LU).

- **Wenn wir Sie vor einer Gefahr warnen wollen: Auf welchem Weg erfahren Sie am schnellsten davon?**
- **Eine Warnung soll eine Hilfe sein, damit Sie sich gut schützen können. Was ist dafür für Sie wichtig?**

Das vorliegende Empfehlungspapier fasst die Ergebnisse des Beteiligungsprojekts zusammen und formuliert im ersten Teil Handlungsempfehlungen im Hinblick auf die Erhöhung der Warneffektivität vor Ort. Dabei werden neben der Warnung selbst auch die Warnvorbereitungskommunikation sowie die Entwarnung berücksichtigt. Im zweiten Teil werden Empfehlungen für zukünftige Beteiligungsvorhaben im Kontext von Warnung und Bevölkerungsschutz dargestellt. Diese basieren auf den Erkenntnissen aus dem bereits durchgeführten, pilothaften Beteiligungsprozess „MALUmat – wissen, was passiert“.

2 Empfehlungen zur Erhöhung der Warneffektivität

Welche Wünsche haben die Teilnehmenden aus der türkischsprachigen Bevölkerung in Bezug auf Warnung? Wie könnte die Warneffektivität in Zukunft weiter erhöht werden?

Empfehlung 1: Wissen bereits im Vorfeld verbreiten

In der Wahrnehmung der Teilnehmenden erfährt das Thema „Warnung“ wenig Aufmerksamkeit im öffentlichen Diskurs. Deshalb sollte es eine **bundesweite, ständige Informationskampagne** geben, die über den Warntag hinausgeht. Diese könnte zu einer kontinuierlichen Aufklärung über das Thema „Warnung“ beitragen. Dies umfasst neben der Darstellung der Relevanz („Warum soll ich mich damit auseinandersetzen?“), dass Information niedrigschwellig bereitgestellt werden: Was bedeuten die Sirenen? Wo kann ich mich weitergehen informieren? Wie verhalte ich mich, wenn ich Sirenen höre? Wann wird entwarnt?

Empfehlung 2: Vertrauen stärken

Damit herausgegebene Warnungen ernstgenommen und Handlungsempfehlungen umgesetzt werden, ist es wichtig, dass ein **Vertrauensverhältnis zwischen den warnenden Behörden und allen Bevölkerungsgruppen** besteht. Dieses Verhältnis könnte gestärkt werden, indem eine warnende Behörde Interesse an einem langfristigen, regelmäßigen, und ernsthaften Austausch mit verschiedenen Zielgruppen signalisiert (z.B. durch den Aufbau eines Multiplikator*innennetzwerks). Unvoreingenommener Dialog kann außerdem bereits in Schulen und anderen Bildungseinrichtungen durchgeführt werden. Darüber hinaus ist hervorzuheben, dass auch das (fehlende) Vertrauen in andere Behörden die Beziehung zu den warnenden Behörden beeinflusst.

Empfehlung 3: Multiplikator*innen einbeziehen

Beim durchgeführten Beteiligungsprojekt konnte die türkischsprachige Bevölkerung durch formelle Kontaktaufnahme allein (z.B. per E-Mail, Webseite oder Infomaterialien) nicht im gewünschten Maße erreicht werden. Deshalb könnten Informationen zusätzlich auch über informellere Kanäle verbreitet werden. Bei der Informationsweitergabe spielen im Alltag der Teilnehmenden persönliche Gespräche und Gruppen in sozialen Medien und Messenger-Diensten eine wichtige Rolle. Da **Multiplikator*innen aus den türkischsprachigen Communitys Zugang zu solchen informellen Netzwerken** haben, könnten sie bei der Weitergabe von

Informationen (z.B. Bekanntmachung von Warnmitteln) einbezogen werden. Für die Zusammenarbeit mit Multiplikator*innen sind in der Regel keine türkischen Sprachkenntnisse erforderlich.

Empfehlung 4: Warnmeldungen erstellen

Warnmeldungen sollten prägnant und leicht verständlich sein. Neben Informationen zur Warnsituation (Wen betrifft die Warnung? Ist dies ein Übungs- oder Ernstfall?), sollten diese auch konkrete Handlungsempfehlungen enthalten sowie Anlaufstellen benennen, bei denen weitergehende Informationen zu finden sind.

Empfehlung 5: Mehrsprachigkeit ausbauen

Warnungen und Warnhinweise sowie weitergehende (Warn-)Informationen sollten im besten Falle **mehrsprachig** formuliert werden. Dies umfasst nicht nur die Warnung selbst, sondern auch die Warnvorbereitungskommunikation, Entwarnung sowie Informationsangebote während der Warnung. Mehrsprachigkeit ist vor allem für das Erreichen der älteren türkischsprachigen Bevölkerung wichtig.

Empfehlung 6: Entwarnen

Entwarnungen sind für die Teilnehmenden wichtig. Dabei sollten Informationen zur Verfügung gestellt werden, welche die **Warnung erklären und einordnen** (z.B. Warum wurde welche Gefahrenstufe gewählt?): Diese Aufklärung über die Warnung kann wiederum dazu beitragen, das Vertrauen in zukünftige Warnungen zu stärken. Dazu gehört eine **konsequente Entwarnung, auch im Probefall**.

Empfehlung 7: Über Probealarms informieren

Auch im Fall eines Probealarms wünschen sich die Teilnehmenden, dass darüber informiert wird. Wenn beispielsweise ein Probealarm der Sirenen stattfindet, sollten Informationen über den Zweck des Alarms möglichst schnell verfügbar sein, unter anderem auf der Webseite der Stadt und in den Warn-Apps.

Empfehlung 8: Lokale Warnmittel nutzen

Häufig **genutzte Informationskanäle** beinhalten soziale Medien und Messenger-Dienste (inklusive lokaler Gruppen), lokale Radioprogramme (inklusive Internetauftritt) und Zeitungen – diese sollten im Warnfall mehrsprachig und ausreichend bespielt werden. Besonders hervorzuheben ist die **große Reichweite des Radiosenders „Radyo Metropol FM“** innerhalb

der türkischsprachigen Communitys. Er ist als Warnmultiplikator an das Modulare Warnsystem „MoWaS“ angeschlossen und könnte in Zukunft gezielt bei der Warnvorbereitungskommunikation eingebunden werden.

Empfehlung 9: Hörbarkeit von Sirenen sicherstellen

Einige Teilnehmende kritisierten, dass Sirensignale an manchen Orten nicht gut hörbar sind. Deshalb könnte der technische Ausbau des Sirennetzes geprüft werden. Zusätzlich könnten verschiedene kleinräumige Einflussfaktoren auf die Hörbarkeit von Sirenen (z.B. Schallisolierung, Umgebungslautstärke, etc.) verstärkt an die Bevölkerung kommuniziert werden.

3 Empfehlungen für zukünftige Partizipationsvorhaben

Welche Schlüsse können nun für zukünftige Partizipationsvorhaben dieser Art gezogen werden? Wie lassen sich Erreichtes wiederholen, Fehler vermeiden und Gelerntes berücksichtigen?

Empfehlung 1: Begegnung vor Ort

Um mit verschiedenen Bevölkerungsgruppen in Kontakt zu kommen und Austausch und Informationsvermittlung zum Thema „Warnung“ anzustoßen, sollte ein Partizipationsverfahren im Bereich „Warnung“ Methoden beinhalten, bei denen die Zielgruppen von den warnenden Behörden aktiv vor Ort aufgesucht werden (z.B. auf öffentlichen Plätzen, in Schulen oder Kindergärten). **Ergänzend** können Online-Formate angeboten werden (z.B. Online-Dialog oder Informations-Webseite). Um eine Verbindung und gegenseitiges Verständnis zwischen den Zielgruppen und den Feuerwehren zu erreichen, braucht es Formate, die viel Raum für per-



Abbildung 1: Löschfahrzeug mit Info-Banner zum Projekt MALUmat an einem öffentlichen Ort (z.B. einem Marktplatz oder Park). So könnte durch ein Einsatzfahrzeug die Aufmerksamkeit von „stillen“ Zielgruppen gewonnen und die Kontaktaufnahme initiiert werden. (Quelle: BBK)

sönliche Begegnungen bieten und nicht ausschließlich Multiplikator*innen aus den Zielgruppen einbeziehen. Erst durch die Einbeziehung unterschiedlicher Perspektiven und Impulse, können Wissen sowie Akzeptanz erzeugt und damit die Warneffektivität nachhaltig optimiert werden.

Durch ein aktives Mitwirken oder gar eigenständiges Initiieren von Dialogformaten mit Begegnungen vor Ort, können die Feuerwehren gegenseitiges Vertrauen zwischen Bevölkerung und Behörden stärken und Demokratie leben. Durch Zuhören, Erklären und Schaffen einer gemeinsamen Wissensbasis zum Thema „Warnung“ kann sich eine Dialogkultur auf Augenhöhe entwickeln. Ein so aufgebautes Vertrauensverhältnis spielt auch im Warnfall eine wichtige Rolle.

Empfehlung 2: Einbindung von Multiplikator*innen in den gesamten Prozess

Damit die Beteiligung „stiller“ Gruppen gelingen kann, gilt es, schon während der Planungsphase ein tragfähiges Multiplikator*innen-Netzwerk aufzubauen. Diese Multiplikator*innen (z.B. Vorstandsmitglieder von Vereinen oder Verbänden mit Bezug zu den Zielgruppen, bei den Zielgruppen bekannte Radio- oder Fernsehmoderator*innen, etc.) sollten gezielt als Akteur*innen in Konzeption, Organisation und Moderation einbezogen und sichtbar gemacht werden.

Ein **Netzwerk aus Multiplikator*innen**, die den Beteiligungsgegenstand „zu ihrer Sache machen“ und die Beteiligung aktiv mitgestalten, erhöht die Authentizität und ermöglicht eine stärkere Identifikation der Zielgruppen mit dem Projekt. Dadurch können erfolgreicher Menschen aus den Zielgruppen als Teilnehmende gewonnen werden. Multiplikator*innen, haben mehr Möglichkeiten, auch auf informellen Wegen Informationen weiterzugeben und die Zielgruppen dadurch besser zu erreichen. Deshalb ist es wichtig, genau solche Multiplikator*innen so früh wie möglich zu finden, sie vom jeweiligen Beteiligungsprojekt zu überzeugen, sie in ihrer Rolle als Vermittler*innen anzusprechen und aktiv mit ihnen zusammenzuarbeiten.

Um das Interesse der Multiplikator*innen an einem aktiven Engagement für das Projekt zu wecken, bietet es sich an, eine „Spurgruppe“ ins Leben zu rufen. Diese besteht aus den Projektverantwortlichen, Vertreter*innen aus Politik (Migrationsbeirat), Verwaltung (Integrationsbeauftragte), Vereinen und Initiativen mit Bezug zur türkischsprachigen Bevölkerung sowie erste interessierte türkischsprachige Bürger*innen und Bürger. Insgesamt hat eine Spurgruppe etwas 15-20 Mitglieder. Die Spurgruppe tagt in regelmäßigen Abständen um den Beteiligungsprozess als kritische Beratung zu begleiten und frühzeitig auf blinde Flecken und Stolperfallen aufmerksam machen. Zeitgleich fungieren die Mitglieder der Spurgruppe als Multiplikator*innen in ihre Communities hinein und können weitere Multiplikator*innen für den Beteiligungsprozess identifizieren und aktivieren.

Empfehlung 3: Beteiligungsgegenstand anschaulich darstellen

Die Zielgruppen können vor allem dann gut aktiviert werden, wenn es im Rahmen der Beteiligung gelingt, persönliche Betroffenheit zu erzeugen. Um das zu erreichen, sollte der Beteiligungsgegenstand klar, verständlich und visuell dargestellt werden. Insbesondere die Präsentation eines Schadensszenarios ist zu empfehlen, um dadurch einen Kontext zum persönlichen Erleben der (potenziellen) Betroffenen herzustellen. Ebenso ist zu empfehlen, das Projektteam personell stärker mit (persönlichem) Bezug zu den Zielgruppen und einem Verständnis für ihre Perspektive, aufzustellen.

Als Hilfsmittel ist vor allem die Produktion eines Videos zu empfehlen. Visualisierungen wie Videos werden – im Vergleich zu Texten – häufig als niedrigschwelliges Informationsmedium wahrgenommen und haben deshalb eine wesentlich größere Reichweite. Anders als Texte können Bilder intuitiv – auch sprachübergreifend – verstanden und innerhalb weniger Sekunden wahrgenommen werden. Mithilfe dieses Videos könnte gemeinsam diskutiert werden, wie die gezeigten Personen oder die eigene Community effektiv vor den Auswirkungen des Beispielszenarios gewarnt werden könnten.

Das Videos sollte ein Schadensereignis zeigen, mit dem verschiedene Personen in Alltagssituationen (z.B. Bauarbeiter*in mit Kopfhörern oder Elternteil mit Kind auf dem Spielplatz) konfrontiert sind. Es sollte darauf geachtet werden, dass die abgebildeten Personen die Vielfalt unserer Gesellschaft widerspiegeln, damit sich möglichst viele Personen damit identifizieren können. Mit Hilfe des Szenarios soll eine emotionale Betroffenheit erzeugt werden. Die grundlegende Botschaft des Videos sollte folgendes beinhalten: „Für die warnenden Behörden ist es hilfreich, Wissen über die verschiedenen Bevölkerungsgruppen in einem Warngelände zu haben, z.B. bezüglich Mediennutzung, Informationsweitergabe, Vernetzung untereinander, ob Warnungen und Handlungsempfehlungen verstanden werden, ob Handlungsempfehlungen akzeptiert und umsetzbar sind usw. Dadurch können die warnenden Behörden, die ihnen zur Verfügung stehen Warnmittel noch effektiver nutzen. Das Alltagswissen verschiedenen Bevölkerungsgruppen (z.B. Verbreitung von Informationen oder Nutzung von Medien) ist somit für die Feuerwehren von großer Relevanz und alle Individuen innerhalb der Zielgruppen können durch ihre Beteiligung dazu beitragen, die Warnung und somit die Sicherheit ihrer Communitys zu verbessern.“

Im Anschluss an das Video soll den Zielgruppen Gelegenheit gegeben werden, Fragen an die Feuerwehr zum Beteiligungsgegenstand/Szenario zu richten. Bei Veranstaltungsreihen kann das Video als Wiedererkennungsmerkmal dienen. Während das Video bei einem Online-Dialog direkt im Dialogformat platziert werden kann, kann es im Rahmen aufsuchender Beteiligung auf einem mobilen Bildschirm gezeigt werden. Auch im Rahmen von Öffentlichkeitsarbeit kann das Video genutzt werden, um auf das Thema „Warnung“ und „Bevölkerungsschutz“ aufmerksam zu machen.

Empfehlung 4: Informationsmaterialien bereitstellen

Um Wissen zum Thema „Warnung“ in „stillen“ Bevölkerungsgruppen zu schaffen, sollten Informationsmaterialien erarbeitet werden. Dabei ist es auch hier wichtig, die Informationen gut aufzubereiten und zu visualisieren, um eine potenzielle Betroffenheit zu vermitteln. Die Informationen sollten sowohl für die türkischsprachige Bevölkerungsgruppe selbst als auch für Multiplikator*innen verständlich dargestellt werden. Die Informationsmaterialien könnten u.a. folgende Fragen beantworten:

- Wie funktioniert Warnung?
- Welche Warnmittel gibt es?
- Welche Handlungsempfehlung sind mit Warnmitteln verknüpft?
- Wo werden Informationen veröffentlicht?
- Woher weiß ich, wenn eine Warnung wieder vorbei ist?

Als Informationsmedien eignen sich sowohl Printmedien wie Broschüren, als auch niederschwellige Videos oder Internetseiten.

Empfehlung 5: Auswahl der Zielgruppen transparent kommunizieren

Die Gründe für die Auswahl der Zielgruppe sollten transparent und proaktiv kommuniziert werden. Insbesondere wenn einzelne Bevölkerungsgruppen direkt angesprochen werden, sollte von Anfang an sehr transparent kommuniziert werden, warum gerade diese Gruppe ausgewählt wurde und andere nicht, sowie in welchem Rahmen dieses geschieht (z.B. als Teil einer Serie von Beteiligungsprojekten). Dabei sollte deutlich werden, dass es um einen Erkenntnisgewinn bei den warnenden Behörden geht, damit diese gezielt die Bedarfe und Ressourcen bestimmter Bevölkerungsgruppen identifizieren und künftig besser berücksichtigen können. Die gewonnenen Erkenntnisse können dabei - soweit möglich - auch auf andere Zielgruppen übertragen werden und hierdurch dabei helfen, die Warnung für die **gesamte Bevölkerung** zu verbessern.

Empfehlung 6: Ergebnisse und ihre Weiterverarbeitung transparent kommunizieren

Motivation zur Beteiligung besteht vor allem dann, wenn von Beginn an klar kommuniziert wird, wie und von wem die Ergebnisse nach der Beteiligung veröffentlicht werden, weiter genutzt werden und in welcher Weise sie in ggf. nachgelagerte **Entscheidungsprozesse einfließen**. Die Benennung konkreter Mitgestaltungsmöglichkeiten (z.B. Ideensammlung zur Überarbeitung der Brandschutzbedarfspläne zur Erstellung oder Überarbeitung eines Warnkonzepts) erhöht Motivation und Teilnahmebereitschaft der Zielgruppen. Die Motivation zur Beteiligung kann auch dadurch erzielt werden, dass Beiträge oder Rückmeldungen in einer

besonderen Weise wertgeschätzt werden, beispielsweise im Rahmen eines **Ideenwettbewerbs** oder der **Einladung zu Terminen mit Entscheider*innen**.

Empfehlung 7: Öffentlichkeitsarbeit

Schließlich steht und fällt eine erfolgreiche Beteiligung neben einer zielgruppengerechten Ausgestaltung auch mit einer ausreichenden Öffentlichkeitsarbeit. Hierbei ist es essenziell, dass genügend Ressourcen für die Erstellung von Werbematerialien sowie der Durchführung und Initiierung von Maßnahmen zur Aktivierung der Zielgruppen zur Verfügung gestellt werden.