

# DKKV

---

Wie öffentlich-rechtliche und soziale Medien  
bei der Warnung vor dem Hochwasser 2021  
versagt haben und was wir daraus lernen müssen!

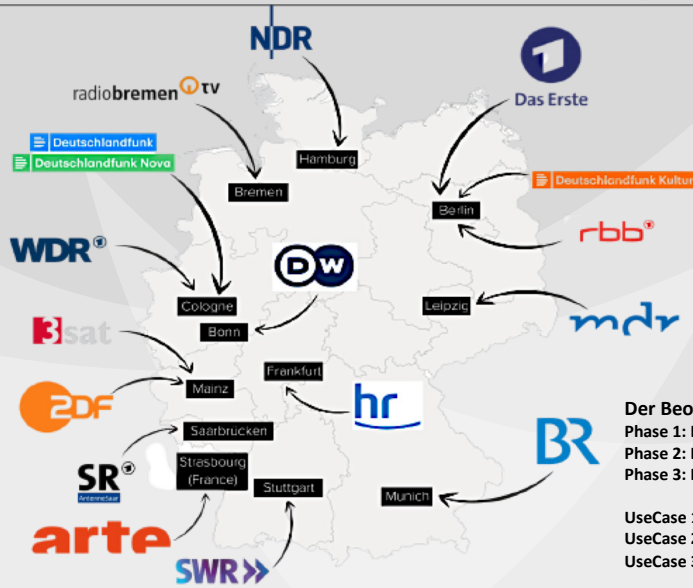
## Medienanalyse HOWAS

---

### Vorbemerkungen

- Dank für die Möglichkeit, erste Ergebnisse zu präsentieren
- Vortragstitel bewusst ein wenig *provokativ* zugespitzt
- Dabei liegt der Akzent hier auf der *Entwicklungsphase* des Extremereignisses, d.h. auf dem *Zeitraum, in dem WARNUNGEN sinnvoll, möglich und nötig sind*

# Öffentliche und soziale Medien in Krisen- und Katastrophenlagen

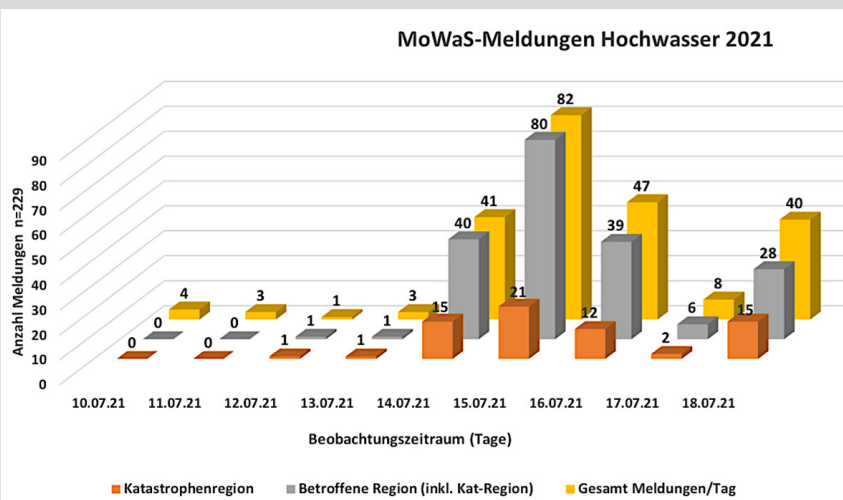


Der Beobachtungszeitraum für das 2021-er Extremereignis  
 Phase 1: Entwicklungsphase (10.-12.07.2021)  
 Phase 2: Ereignis- bzw. Chaosphase (13.-15.07.2021)  
 Phase 3: Beginnende Bewältigungsphase (ab 16.07.2021)

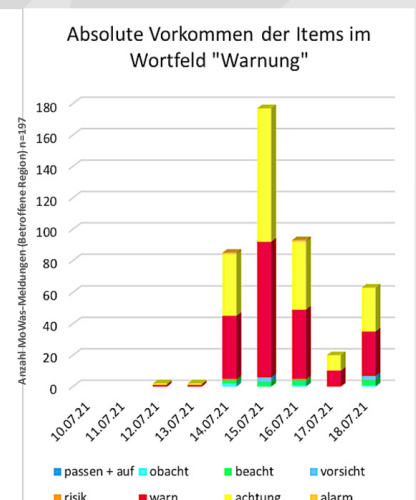
UseCase 1: Fokusregion Stolberg (zzgl. Städteregion Aachen)  
 UseCase 2: Fokusregion Erfstadt (zzgl. Rhein-Erf-Kreis)  
 UseCase 3: Fokusregion Bad Neuenahr-Ahrweiler (Kreis Ahrweiler)

## Analyse der Informations- und Warnangebote

### MoWas (quantitativ)

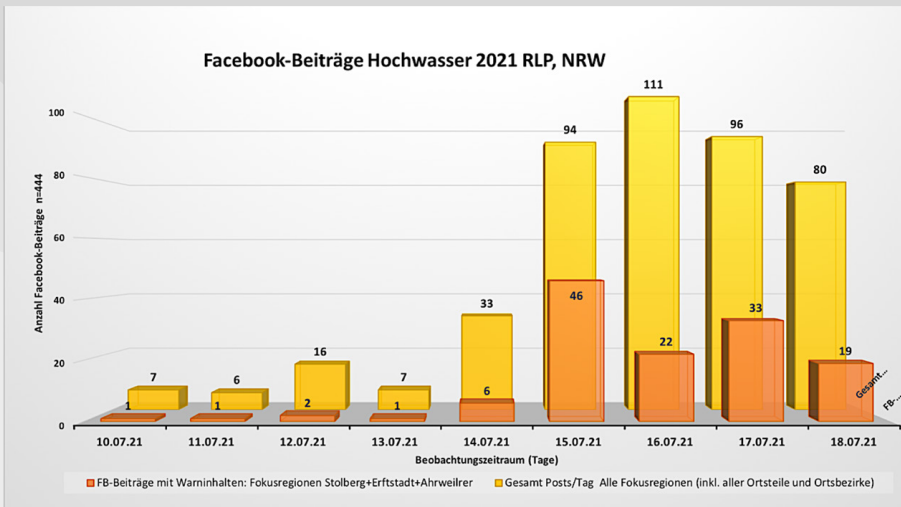


### MoWas (qualitativ)

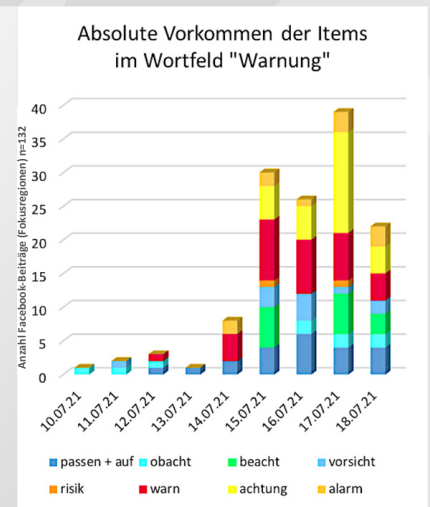


# Analyse der Informations- und Warnangebote

## Facebook (quantitativ)

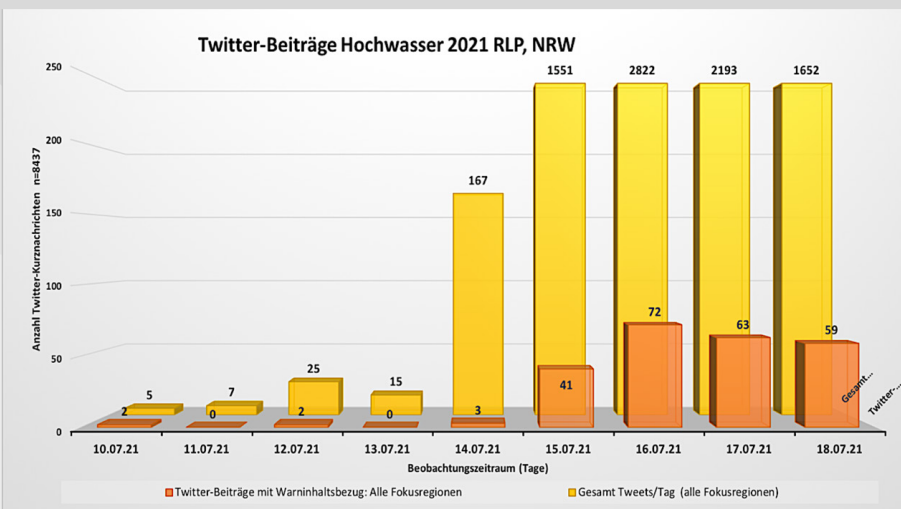


## Facebook (qualitativ)

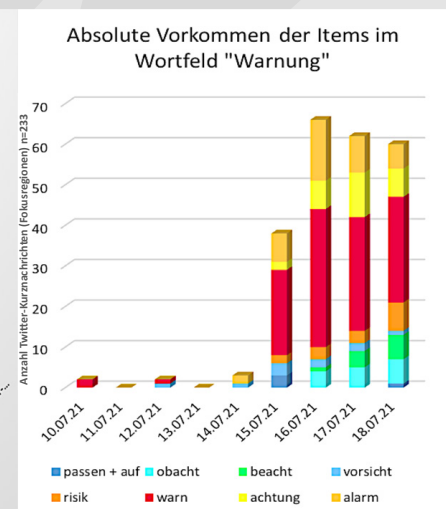


# Analyse der Informations- und Warnangebote

## Twitter (quantitativ)

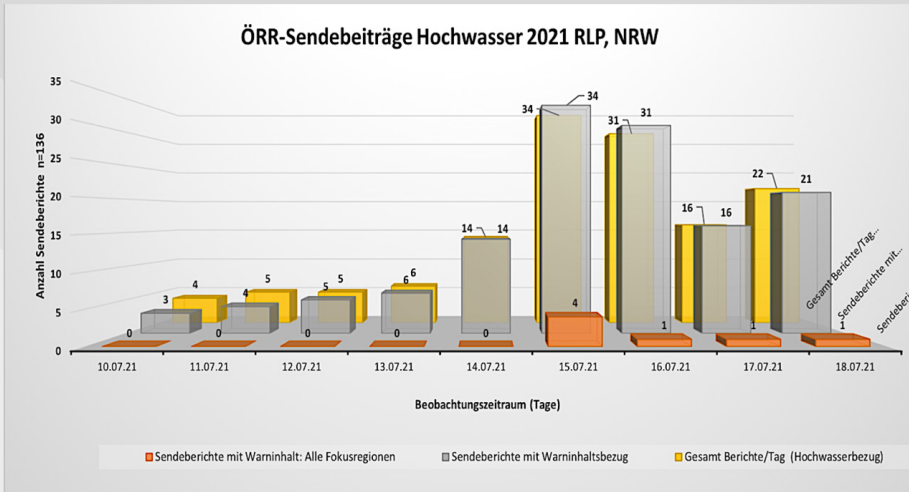


## Twitter (qualitativ)

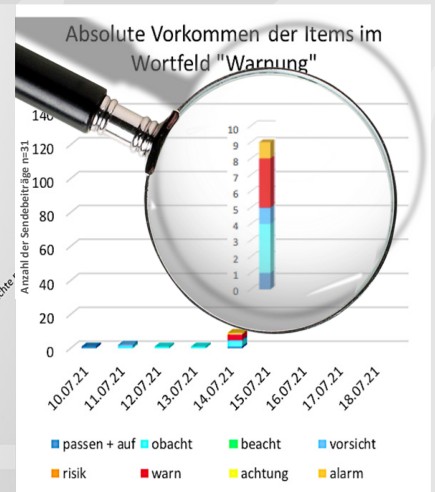


# Analyse der Informations- und Warnangebote

## ÖRR / TV (quantitativ)

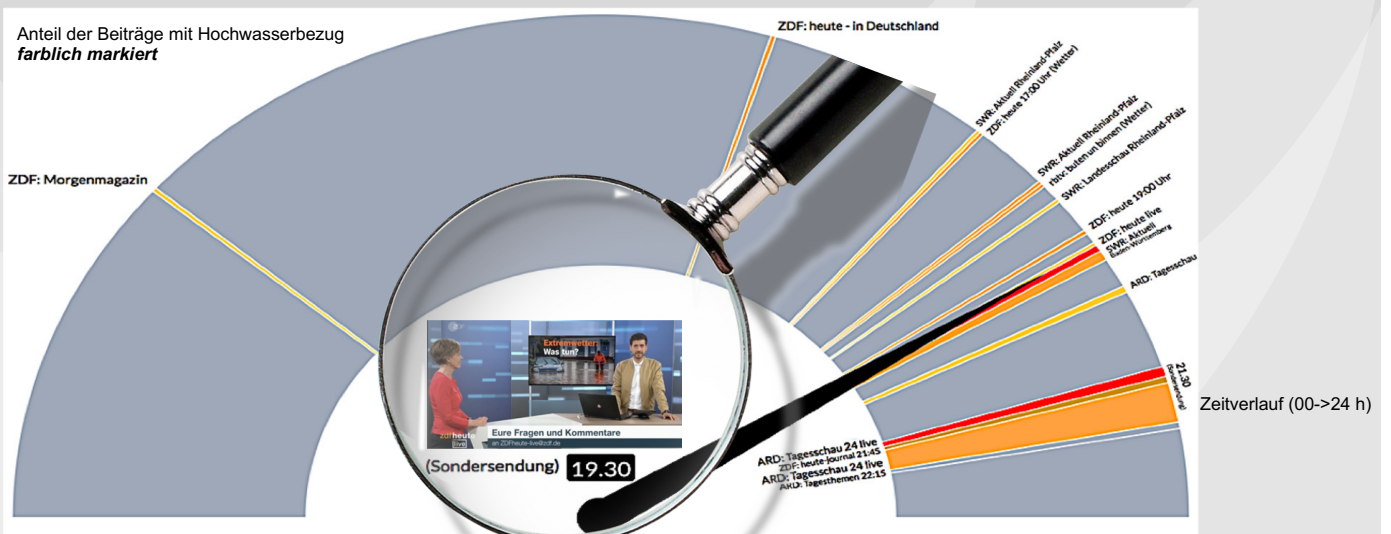


## ÖRR / TV (qualitativ)



# Analyse der Informations- und Warnangebote

## ÖRR / TV: Hochwasser-Berichterstattung vom 14.07.2021



# Analyse der Informations- und Warnangebote

Abb: 19:00 Uhr ZDF heute vom 13.07.2021

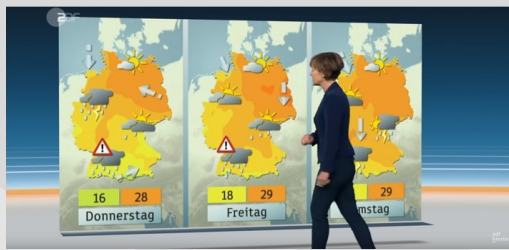


Abb: 20:00 Uhr ARD Tagesschau vom 13.07.2021



Abb. zu IMR: Screenshots TWC-Wettervorhersage („potential water impact“) vom 12.09.2019 ([https://www.youtube.com/watch?v=q01vSb\\_B1o0](https://www.youtube.com/watch?v=q01vSb_B1o0))

# Leistungen der Medien in der Katastrophenbewältigung

## Social Media und ÖRR

- **Facebook-Gruppen / Twitter / Freiwillige Helfer** zur Koordination von Hilfsleistungen
  - Lokale, regionale und überregionale Gruppen
  - Gruppengröße bis 66.250 Mitglieder
  - Organisation von Spenden, Börsen für Werkzeuge, Maschinen, Manpower, Unterkünfte u.v.m.
  - Austausch über Eindrücke, Lageberichte und Erlebtes / gemeinsame Anteilnahme, Solidarität
  - Bereitstellung relevanter Informationen, z.B. Kontaktdaten von Hilfsstellen
  - Netzwerkübergreifende Hashtags z.B. #füreuchgemeinsamstark, #fluthilfe
  
- **Öffentlich-Rechtlicher Rundfunk**
  - Breite Berichterstattung ab 14.07.2021, Sonderformate
  - Reportagen, Magazinbeiträge
  - Spendenveranstaltungen
  - Talkformate
  - Wiederkehrende Berichte zum Stand des Wiederaufbaus



# Medien in der Hochwasserkatastrophe 2021

## Was wir lernen müssen ...

1. **Warnfenster vor Ereignis-Eintritt** müssen proaktiv genutzt werden
2. Warnungen können nur rechtzeitig vor Ereignis-Eintritt ihren Zweck erfüllen (Reaktionsmöglichkeiten der Warnadressaten in Warnstrategie einplanen; **probalistische, responsive Warnungen frühestmgl.**)
3. Warnungen allein reichen nicht (**Information, Warnung, Alarmierung**)
4. Warnmittel / Warnmedien müssen instruktiver / informativer werden, um **Mobilisierungswirkungen** zu erzielen (Beispiel USA)
5. **ÖRR** hat alle Voraussetzungen, um Warnungen nachhaltig zu verbessern
6. **Social Media** sollten Formate und Leistungen für Information und Warnung entwickeln, also sich nicht nur um Response, sondern auch um **Preparedness** bemühen

Fragen?



Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit !



**Institut für Medienforschung**  
Universität Siegen / iSchool  
Kohlbettstr. 15/17  
Unteres Schloss  
57068 Siegen

**Prof. Dr. Gebhard Rusch**  
US-G 005  
rusch@ifm.uni-siegen.de



**Dipl.-Medienwirt Sascha Skudelny**  
US-G 006  
skudelny@ifm.uni-siegen.de