

Alles auf einen Blick:

Ansprache von Risikogruppen zu Hitze und Gesundheit

„Alles auf einen Blick“ fasst das **Wichtigste aus dem Kommunikationskonzept** zur Ansprache von Risikogruppen im gesundheitlichen Hitzeschutz zusammen. Ergänzend zum **Kommunikationskonzept** gibt es **Kommunikationsleitfäden** für fünf exemplarisch ausgewählte Risikogruppen sowie Checklisten für die Entwicklung und Umsetzung von Kommunikationskonzepten.

Hitze stellt eine große klimawandelbedingte Gesundheitsgefährdung für Menschen in Deutschland dar. **Risikogruppen** sind aufgrund der Kombination verschiedener Risikofaktoren besonders gefährdet – hierzu zählen auch Menschen, die ihr eigenes Risiko unterschätzen. Daher ist es wichtig, diese Personen entsprechend aufzuklären und zu sensibilisieren.

Risikokommunikation ist von entscheidender Bedeutung, um die **Hitzekompetenz** der Bevölkerung zu stärken. **Multiplikatorinnen und Multiplikatoren** spielen eine zentrale Rolle bei der Erreichung von Risikogruppen in ihren **Lebenswelten**. Für eine wirkungsvolle Risikokommunikation bedarf es Planung und Vorbereitung. Im Bereich der Risikokommunikation allgemein liegen bereits Wissen und Erfahrung vor, auf das auch im Kontext von Hitze und Gesundheit zurückgegriffen werden kann.

Die Basis für wirkungsvolle Risikokommunikation ist **Vertrauen**, das von Anfang an durch **Transparenz** und **angemessenes Timing** gestärkt wird.

Wie plane ich eine Kommunikationsstrategie?

1. Ziele formulieren

Risikokommunikation soll die **Hitzekompetenz** der Bevölkerung stärken, indem sie ...

- Bewusstsein für Hitzrisiken erhöht
- Risikowahrnehmung von Risikogruppen schärft
- Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sensibilisiert
- Über schützendes Verhalten aufklärt und dieses fördert
- Vorbereitung und Maßnahmen während Hitzewellen fördert

2. Zielgruppen identifizieren

Die Kommunikationsstrategie sollte auf die Zielgruppen zugeschnitten sein, damit diese auch tatsächlich erreicht werden und sich angesprochen fühlen. Zu den Zielgruppen gehören:

1

Allgemeinbevölkerung

2

Risikogruppen

3

Multiplikatoren und Multiplikatorinnen

Die hitzespezifischen Risikogruppen und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sind im lokalen Kontext zu identifizieren. Die eigene **Risikowahrnehmung** und das **Angesprochenfühlen** durch Kommunikationsmaßnahmen sind entscheidend für die Handlungsbereitschaft. Daher sollen auch diejenigen erreicht werden, die noch nicht wissen, dass sie zu einer Risikogruppe gehören.

3. Geeignete Kommunikationskanäle auswählen

Kommunikationskanäle sind auf die Ziele der Kommunikationsstrategie, die Bedürfnisse und das Nutzungsverhalten der Zielgruppen abzustimmen. Die Risikokommunikation sollte in den **Lebenswelten** der Risikogruppen erfolgen. Dabei können **bestehende Zugangswege** genutzt und kombiniert werden.



- Sensibilisierung & Akzeptanz
- Warnung



- Risikowahrnehmung
- Handlungsbereitschaft

Die **persönliche Ansprache** ist der wirkungsvollste und erfolgversprechendste Weg, um Risikogruppen zu erreichen und ein hitzeangepasstes Verhalten zu bewirken. Informationsmaterialien wirken unterstützend.

4. Botschaften auf die Zielgruppen ausrichten

Es ist wichtig, die relevanten Inhalte zielgruppenspezifisch auszuwählen und **verständlich, konsistent und handlungsorientiert** zu vermitteln.

Die Kommunikationsstrategie inklusiv und partizipativ zu gestalten, steigert die Akzeptanz, Verständlichkeit und unterstützt die Vermittlung der Botschaften. Das bedeutet u. a. auf **einfache Sprache, Mehrsprachigkeit** und eine **bildgestützte und kultursensible Aufbereitung** zu achten.



- Allgemein formulierte Botschaften



- Maßgeschneiderte Empfehlungen

5. Zeitliche Planung festlegen

Aufklärung, Information und Kommunikation verteilt sich idealerweise über das ganze Jahr. Auslöser für die Risikokommunikation bei akuter Hitze sind die [Hitzewarnungen des Deutschen Wetterdienstes](#) ↗.

Bei Vorhaben, die gemeinsam mit verschiedenen Akteurinnen und Akteuren bzw. mit Netzwerken umgesetzt werden sollen, kann die Vorlaufzeit für die Planung durchaus ein Jahr betragen.

Informationsübersättigung kann zu einer Abwehrhaltung führen. Deshalb ist es wichtig, Zeitpunkte und Inhalte mit Bedacht auszuwählen.

	Vor dem Sommer	Im Sommer	Ganzjährig
Was?	Aufklärung über Risiken und Schutzmöglichkeiten	Verbreitung von Hitzewarnungen	Stärkung der Hitzekompetenz
An wen?	<ul style="list-style-type: none">• Allgemeinbevölkerung• Risikogruppen	<ul style="list-style-type: none">• Allgemeinbevölkerung• Risikogruppen• Multiplikatorinnen & Multiplikatoren	<ul style="list-style-type: none">• Allgemeinbevölkerung• Risikogruppen• Multiplikatorinnen & Multiplikatoren
Was?	Sensibilisierung und Vorbereitung	Erinnerung an Risiken und Schutzmöglichkeiten	
An wen?	<ul style="list-style-type: none">• Multiplikatorinnen & Multiplikatoren	<ul style="list-style-type: none">• Allgemeinbevölkerung• Risikogruppen	

6. Umsetzung und Erfolg evaluieren

Durch eine **Prozess- und Ergebnisevaluierung** können die Wirksamkeit und Optimierungspotenziale einer Kommunikationsstrategie bewertet werden. Entsprechende **regelmäßige Anpassungen** berücksichtigen Erfahrungen, neue Entwicklungen und Erkenntnisse, z. B. zum Informationsverhalten oder zu Risikogruppen.

Es ist wichtig, die Evaluierung **von Beginn an** mitzuplanen, damit die entsprechenden Daten über den Sommer erhoben werden können.

Alle Materialien zum Download

<https://hitzeservice.de/kommunikationskonzept/> ↗

Stand Mai 2024



Herausgeber:

Bundesministerium für Gesundheit
Referat 622 „Umweltbezogener Gesundheitsschutz,
Klima und Gesundheit“, 11055 Berlin
www.bundesgesundheitsministerium.de