

Press release**Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW)****Sabine Elbert**

12/02/2020

<http://idw-online.de/en/news759135>Transfer of Science or Research
Economics / business administration, Environment / ecology, Politics, Social studies
transregional, national**ZEW**Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung GmbH**Aufklärungskampagnen tragen kaum zum Hochwasserschutz bei**

Bedingt durch den Klimawandel treten Naturkatastrophen wie Hochwasser häufiger auf. Daher haben verschiedene Landesregierungen zusammen mit der Versicherungswirtschaft groß angelegte Aufklärungskampagnen initiiert. Haushalte sollen so stärker für das Thema sensibilisiert werden und sich gegen Hochwasserschäden absichern. Dass diese Kampagnen bisher kaum den privaten Hochwasserschutz oder das Versicherungsverhalten beeinflussen, belegt eine Studie unter der Leitung von Dr. Daniel Osberghaus, Wissenschaftler im ZEW-Forschungsbereich „Umwelt- und Ressourcenökonomik“.

Kampagnen zeigen keinen Effekt auf das Verhalten der Haushalte

Die Wissenschaftler führten zwei unabhängige Analysen durch. Zuerst untersuchten sie, ob Aufklärungskampagnen einen Einfluss auf die Verbreitung von Bewältigungsstrategien auf Haushaltsebene haben. Bewältigungsstrategien sind etwa private Schutzmaßnahmen oder Versicherungen gegen Elementarschäden. „Die Kampagnen zeigten letztlich keine Wirkung auf das Vorsorgeverhalten der Haushalte. Sie trafen nicht vermehrt private Hochwasservorsorge oder zeichneten Versicherungen gegen Elementarschäden“, erläutert Osberghaus. Selbst unter Einbezug von Faktoren wie Wohneigentum, Einkommen oder Überschwemmungsrisiko zeigten sich keine signifikanten Effekte.

Auch langfristige Wirkungen auf Bundeslandebene bleiben aus

Als weiteren Schritt analysierten die Wissenschaftler Daten von Versicherern zu Hochwasserschäden und Versicherungsdurchdringung auf Ebene der Bundesländer. „Auch langfristig zeigten die Aufklärungskampagnen keine signifikanten Effekte. Damit haben diese Kampagnen in Deutschland nur eine begrenzte Wirksamkeit hinsichtlich des tatsächlichen Hochwasserschutzes oder der Bewältigungsstrategien der Haushalte“, fasst der ZEW-Ökonom zusammen. Als mögliche Alternative zu den bisher wenig wirksamen Aufklärungskampagnen kämen laut Osberghaus beispielsweise gezielte finanzielle Anreizprogramme, etwa für die Hochwasservorsorge von bedürftigen Haushalten in Risikogebieten, in Frage.

Zur Methode

Die Studie setzt sich aus zwei unabhängigen, empirischen Analysen zusammen. Zuerst verglichen die Wissenschaftler Daten aus den Bundesländern Brandenburg, Rheinland-Pfalz und dem Saarland mit den restlichen Bundesländern. Dafür befragten sie über 6.700 Haushalte im Jahr vor und im Jahr nach dem Start der Kampagne 2013. In einer zweiten Untersuchung erfolgte ein Abgleich mit Daten zu Hochwasserschäden und Versicherungsdurchdringung in den sechzehn Bundesländern zwischen 2002 und 2018.

contact for scientific information:

Für Rückfragen zum Inhalt

Dr. Daniel Osberghaus

Wissenschaftler im ZEW-Forschungsbereich "Umwelt- und Ressourcenökonomik, Umweltmanagement"

+49 (0)621 1235-205

daniel.osberghaus@zew.de

Original publication:

Download der Studie:

<https://www.zew.de/publikationen/the-effectiveness-of-a-large-scale-flood-risk-awareness-campaign-evidence-from-two-panel-data-sets>