

# BBK-PROJEKT #SOSMAP

Soziale Medien als ergänzende  
Quelle für psychosoziale  
Lagebilder

FRANCESCA MÜLLER

22.01.2025 - PanReflex Webinar

**Fachgebiet Bevölkerungsschutz,  
Katastrophenhilfe und Objektsicherheit**

**Bergische Universität Wuppertal**

# INHALT

- ▶ **Forschungshintergrund:** Projekt #sosmap
- ▶ **Soziale Medien:** im Alltag sowie in Krisen- und Katastrophensituationen
- ▶ **Psychosoziales Lagebild des digitalen Raumes**





**FORSCHUNGSHINTERGRUND:**

PROJEKT #SOSMAP

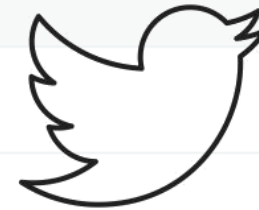
[#Wuppertal](#) [#Hochwasser](#) [#Hochwassergefahr](#) [#Hochwasserschutz](#) Für alle die gerade Beistand brauchen!!! Schaut bitte auf eure Nachbar\*innen und helft den Menchen die Hilfe brauchen.  
[twitter.com/chrisnorm161/s...](https://twitter.com/chrisnorm161/s...)

[Translate Tweet](#)

You're unable to view this Tweet because this account owner limits who can view their Tweets. [Learn more](#)

2:28 AM · Jul 15, 2021 · Twitter Web App

5 Retweets 10 Likes



n der  
uppertal.



Können wir grade mal eine Familien vom Sprengmeister denken? Die armen sitzen mir vorstellen, das geht auf Ehefrauen/Männern vorbe

[#goebombe](#)

[Translate Tweet](#)

6:23 PM · Jan 30, 2021 · Twitter Web App

4 Retweets 34 Likes



Wenn irgendjemand Hilfe braucht, bitte melden!

[#wuppertal](#) [#schwebebahn](#) [#Hochwasser](#) [#nrw](#) [#hochwasser2021](#)

Bearbeitet · 60 Wo.





# #sosmap.info



Gefördert durch:



Bundesamt  
für Bevölkerungsschutz  
und Katastrophenhilfe

## # PROJEKTKOORDINATION

Bergische Universität Wuppertal, Fachgebiet für Bevölkerungsschutz, Katastrophenhilfe und Objektsicherheit



**BERGISCHE  
UNIVERSITÄT  
WUPPERTAL**



## # UNTERAUFTRAGNEHMER

Universität Greifswald  
Institut für Psychologie

UNIVERSITÄT GREIFSWALD  
Wissen lockt. Seit 1456



## # KOOPERATIONSPARTNER

Hochschule des Bundes  
für öffentliche Verwaltung



Hochschule des Bundes  
für öffentliche  
Verwaltung

## # GEFÖRDERT DURCH



Bundesamt  
für Bevölkerungsschutz  
und Katastrophenhilfe

## # ASSOZIIERTE PARTNER\*INNEN

### Virtual Operations Support Teams (VOST)

- Bundesanstalt Technisches Hilfswerk, Referat Inland, Virtual Operations Support Team (VOST THW)
- Berufsfeuerwehr Hamburg, Virtual Operations Support Team (VOSThh)
- Ministerium des Inneren, für Digitalisierung und Kommunen Baden-Württemberg, Referat 65 – Krisenmanagement, Virtual Operations Support Team (VOSTbw)

### Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben (BOS)

- Polizei Berlin Polizeipräsidium, PPr Stab II Kommunikation (PolB)
- Deutsche Hochschule der Polizei (DHPol), Fachgebiet II.2 Polizeiliches Krisenmanagement
- Institut der Feuerwehr Nordrhein-Westfalen (IdF)

### Psychosoziale Notfallversorgung (PSNV)

- Deutsches Rotes Kreuz Landesverband Nordrhein e.V. (DRK), Abteilung Nationale Hilfsgesellschaft
- Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. (JUH)
- Landeszentralstelle Psychosoziale Notfallversorgung Mecklenburg-Vorpommern (LZ PSNV M-V)

### Staatliche Akteure

- Ministerium für Inneres und Europa Mecklenburg-Vorpommern, Abteilung 4: Polizei; Brand- und Katastrophenschutz (M M-V)

### Weitere Akteure

- Institut für Visualisierung und Interaktive Systeme (VIS), Abteilung Grafisch-Interaktive Systeme, Universität Stuttgart

# FORSCHUNGSHINTERGRUND: #SOSMAP

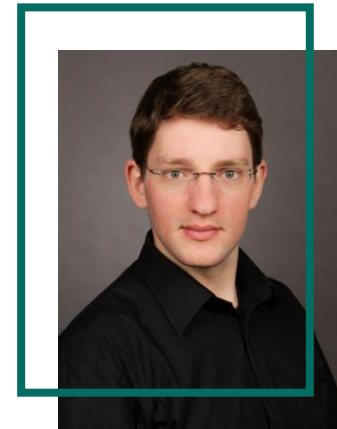
Nicht die Organisationen, sondern die Personen



Francesca Müller,  
M.Sc.



Prof. Dr.-Ing.  
Frank Fiedrich



Jun.-Prof.  
Dr. Samuel  
Tomczyk



Prof. Dr.  
Lars Tutt



## **SOZIALE MEDIEN:**

IM ALLTAG SOWIE IN KRISEN- UND  
KATASTROPHENSITUATIONEN





**NOTE:** SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES SHOWN HERE ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. SEE THE IMPORTANT NOTES AT THE START OF THIS REPORT FOR DETAILS.

TOTAL  
POPULATION



we  
are  
social

**83.28**  
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

**-0.04%**  
**-37 THOUSAND**

URBANISATION

**77.9%**

CELLULAR MOBILE  
CONNECTIONS



Meltwater

**121.0**  
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

**+2.8%**  
**+3.3 MILLION**

TOTAL vs. POPULATION

**145.2%**

INDIVIDUALS USING  
THE INTERNET



Meltwater

**77.70**  
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

**+0.2%**  
**+165 THOUSAND**

TOTAL vs. POPULATION

**93.3%**

SOCIAL MEDIA  
USER IDENTITIES



Meltwater

**67.80**  
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

**-4.4%**  
**-3.1 MILLION**

TOTAL vs. POPULATION

**81.4%**

JAN  
2024

# DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES



GERMANY

TIME SPENT USING  
THE INTERNET



GW.I.

5H 22M

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
+3.1% (+9 MINS)

TIME SPENT WATCHING TELEVISION  
(BROADCAST AND STREAMING)



3H 23M

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-4.2% (-8 MINS)

TIME SPENT USING  
SOCIAL MEDIA



GW.I.

1H 39M

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-2.2% (-2 MINS)

TIME SPENT READING PRESS MEDIA  
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



1H 14M

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-25.3% (-24 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO  
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 15M

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-6.2% (-4 MINS)

TIME SPENT LISTENING  
TO BROADCAST RADIO



GW.I.

1H 25M

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-6.2% (-5 MINS)

TIME SPENT LISTENING  
TO PODCASTS



0H 36M

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-21.1% (-9 MINS)

TIME SPENT USING  
A GAMES CONSOLE



0H 49M

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
-4.8% (-2 MINS)

25

SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com). NOTES: PEOPLE MAY CONSUME DIFFERENT MEDIA CONCURRENTLY. TELEVISION INCLUDES BOTH LINEAR (BROADCAST AND CABLE) TELEVISION AND CONTENT DELIVERED VIA STREAMING AND VIDEO-ON-DEMAND SERVICES. PRESS INCLUDES BOTH ONLINE AND PHYSICAL PRINT MEDIA. BROADCAST RADIO DOES NOT INCLUDE INTERNET RADIO. COMPARABILITY: METHODOLOGY CHANGES. SEE [NOTES ON DATA](#).

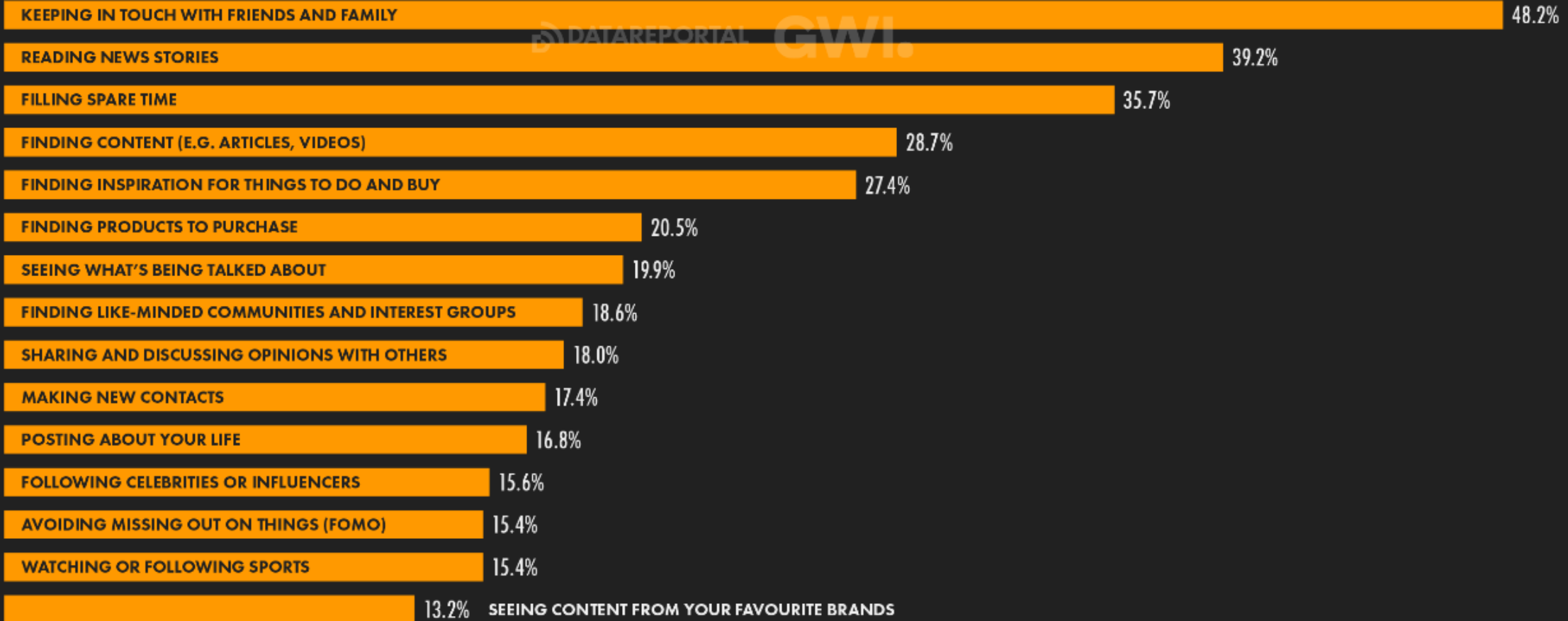
we  
are  
social

Meltwater

JAN  
2024

# MAIN REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



58

SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com). NOTE: FIGURES REPRESENT THE SHARE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO REPORT USING AT LEAST ONE SOCIAL MEDIA OR MESSENGER PLATFORM IN THE PAST MONTH. COMPARABILITY: METHODOLOGY CHANGES. SEE [NOTES ON DATA](#).

we  
are  
social

Meltwater

# SOZIALE MEDIEN IN KRISEN UND KATASTROPHEN

## Grundlagen



# SOZIALE MEDIEN IN KRISEN UND KATASTROPHEN

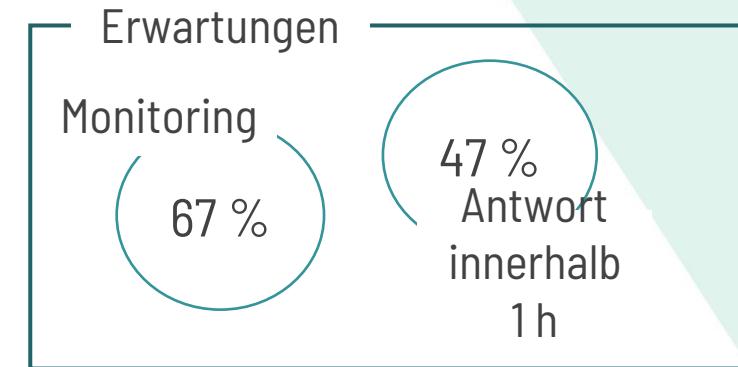
## Erkenntnisse des Forschungsprojekts #sosmap

### Hilfsorganisationen oder Organisationen mit Sicherheitsaufgaben sollten ...

... psychische Belastungen der Zivilbevölkerung bei Entscheidungen berücksichtigen.

91,4 %

88,5 % soziale Medien beobachten, um Unterstützungsangebote (bspw. Übermittlung eines Hinweises zu Beratungsstellen) zu machen.



mind. mittelstarkes Bedürfnis, sich in einer aktuell auftretenden seelisch bzw. psychisch belastenden Situation über soziale Medien öffentlich mitzuteilen

46,1 %

**Mitteilungsbedürfnis**

# SOZIALE MEDIEN IN KRISEN UND KATASTROPHEN

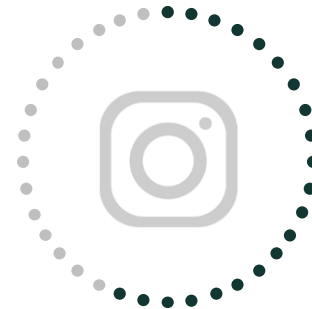
## Nutzung Sozialer Medien in Notfällen



1 WhatsApp



2 Youtube



3 Instagram

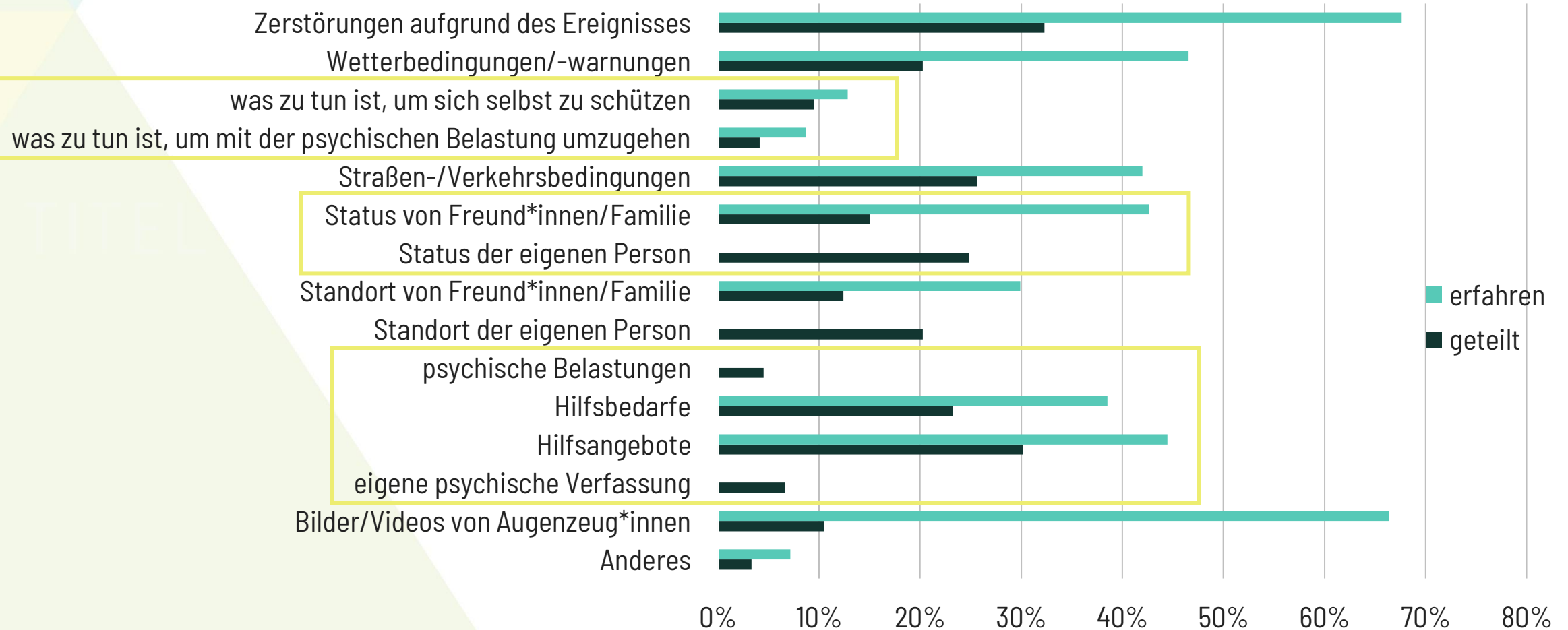


4 Facebook



# SOZIALE MEDIEN IN KRISEN UND KATASTROPHEN

## Nutzung durch die Bevölkerung in der Flutkatastrophe 2021



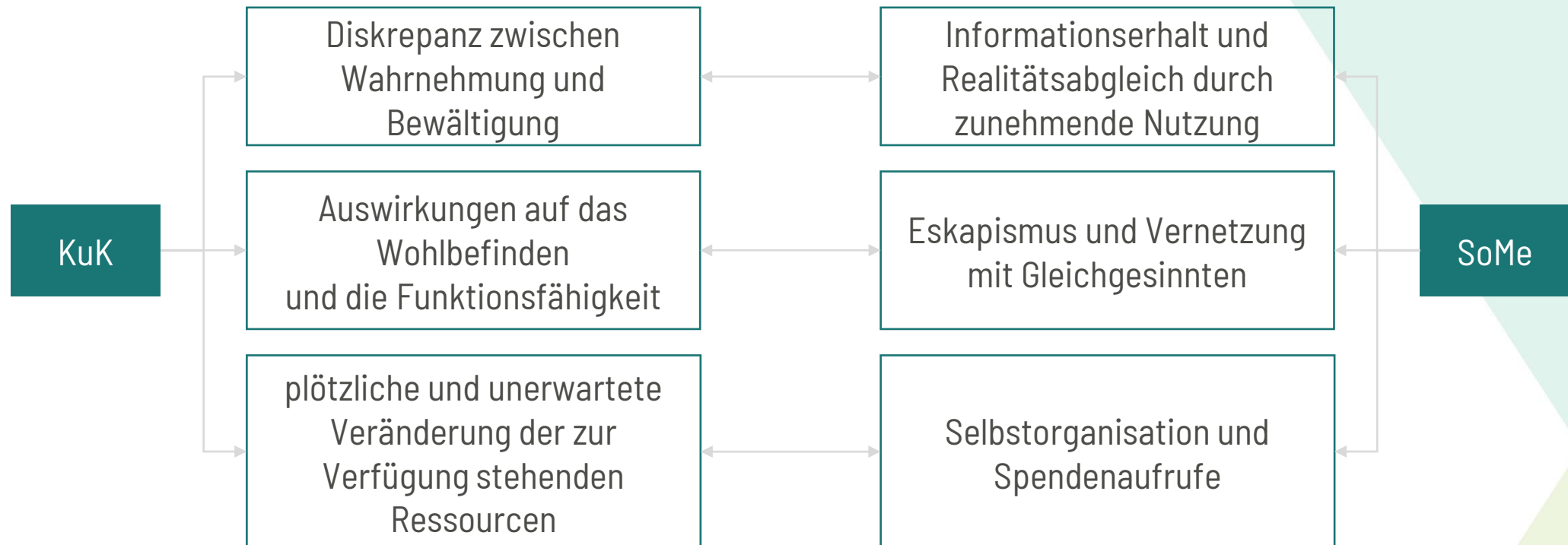


# PSYCHOSOZIALES LAGEBILD DES DIGITALEN RAUMES



# SOZIALE MEDIEN IN KRISEN UND KATASTROPHEN

## Nutzung Sozialer Medien durch die Bevölkerung



# PSYCHOSOZIALES LAGEBILD DES DIGITALEN RAUMES

## Begrifflichkeiten: Psychosoziales Lagebild

„Psychosoziale Aspekte des Lagebildes umfassen alle Informationen zum (potenziellen) Verhalten der direkt und indirekt Betroffenen sowie zu deren psychosozialen Bedürfnissen und Hilfebedarfen.“

„Zum psychosozialen Lagebild gehört auch eine Einschätzung der Selbsthilfefähigkeit der Bevölkerung.“

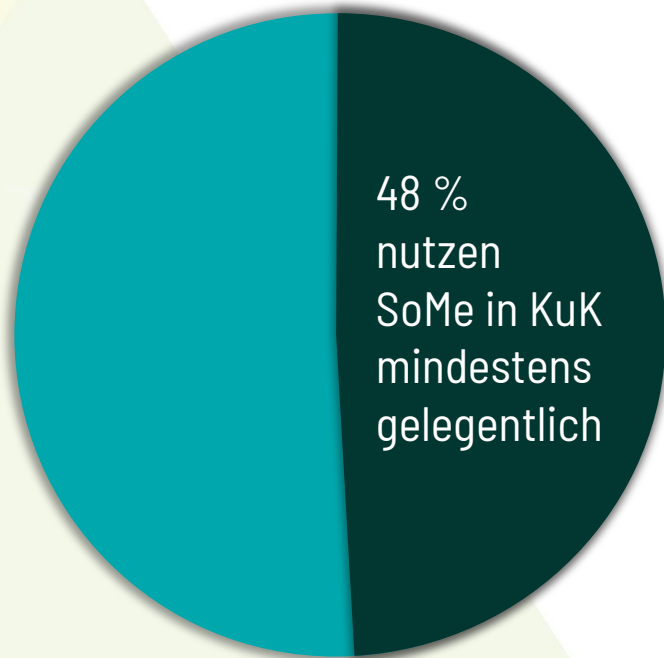
# PSYCHOSOZIALES LAGEBILD DES DIGITALEN RAUMES

## Begrifflichkeiten: Verbindung der Themenkomplexe

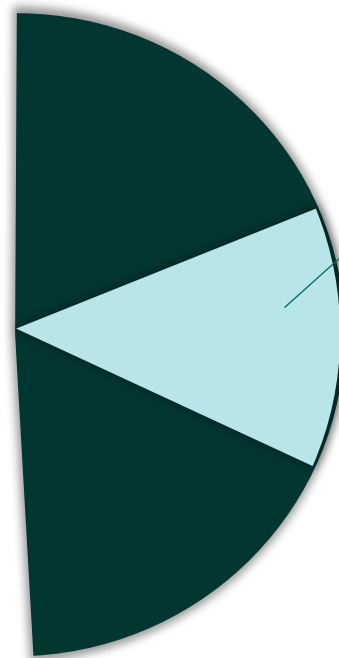
Übersichtliche **Darstellung** von Informationen zum (potenziellen) **Verhalten der direkt und indirekt Betroffenen** sowie zu deren **psychosozialen Bedürfnissen, Hilfebedarfen und Ressourcen** aus dem **digitalen Sozialraum**

# ERKENNTNISSE AUS DEN BEFRAGUNGEN

## SoMe-Nutzung in der Katastrophe

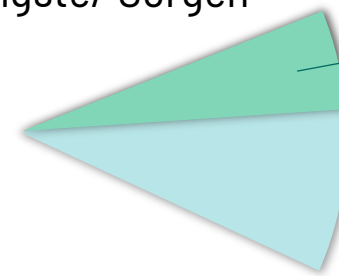


100% → 48%



48% → 12,7%

26,5 % teilen  
Ängste/ Sorgen

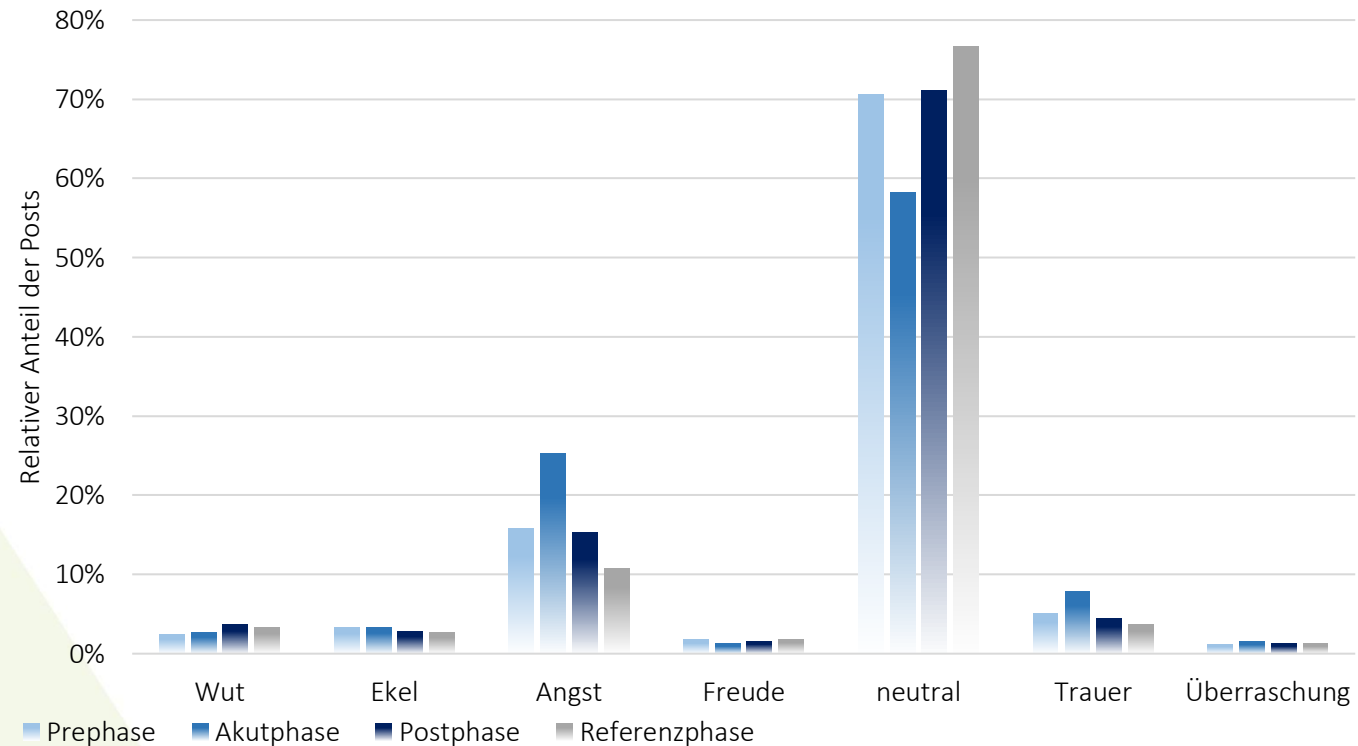


12,7% → 4,5 %

35 % nutzen öffentlich  
zugängliche Kanäle  
oder Gruppen

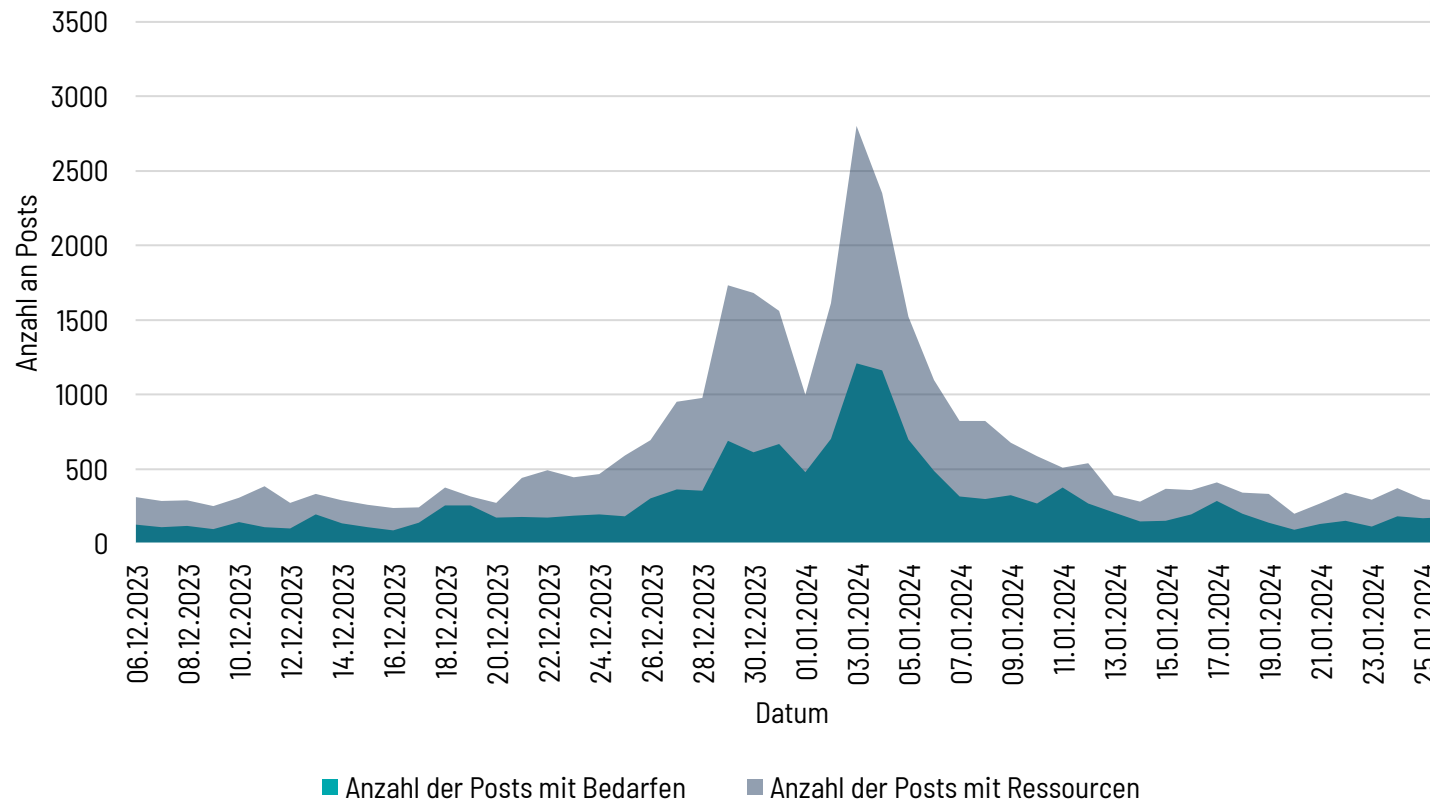
# ERKENNTNISSE AUS DER DATENANALYSE

## Emotionsentwicklung Weihnachtshochwasser



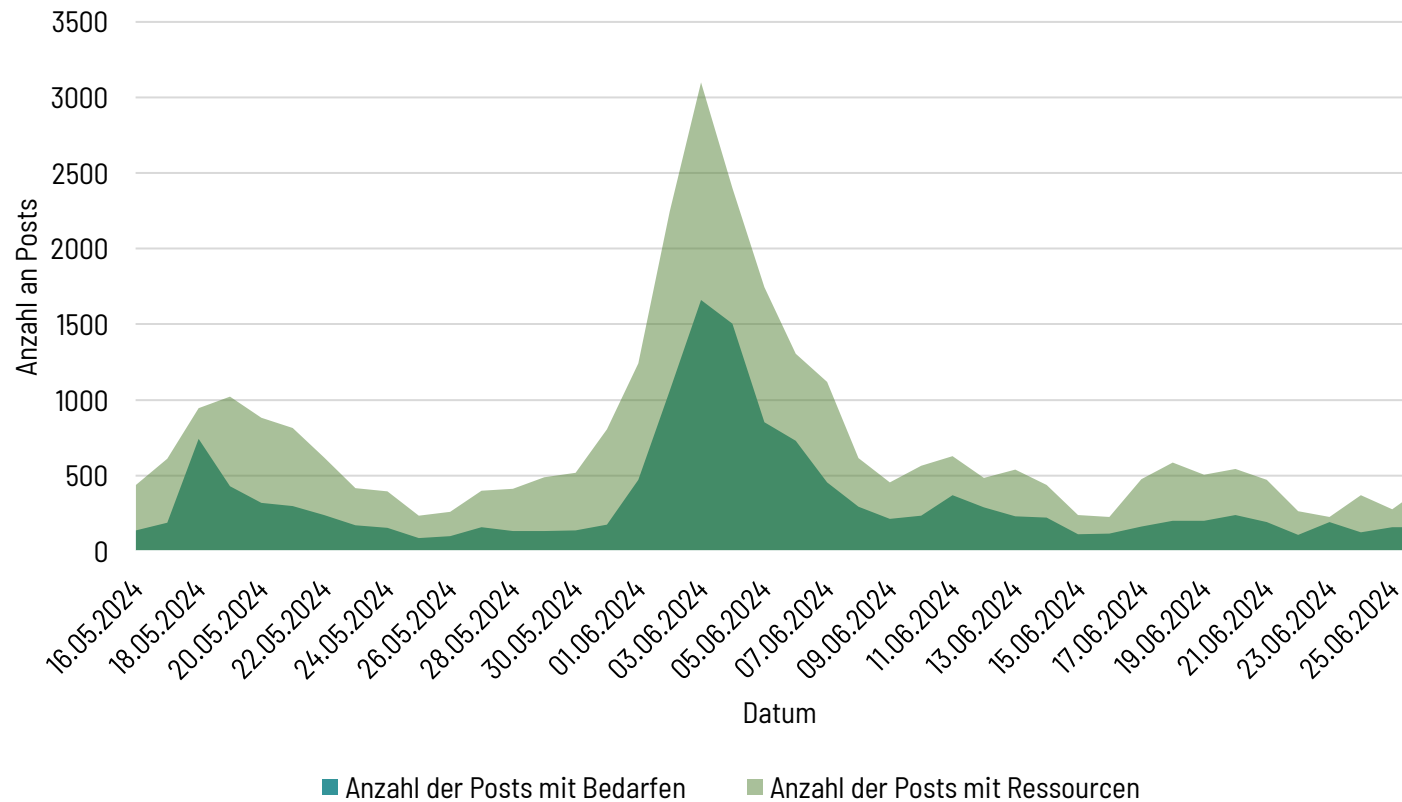
# ERKENNTNISSE AUS DER DATENANALYSE

## Bedarfe und Ressourcen in den Sozialen Medien (Weihnachtshochwasser)



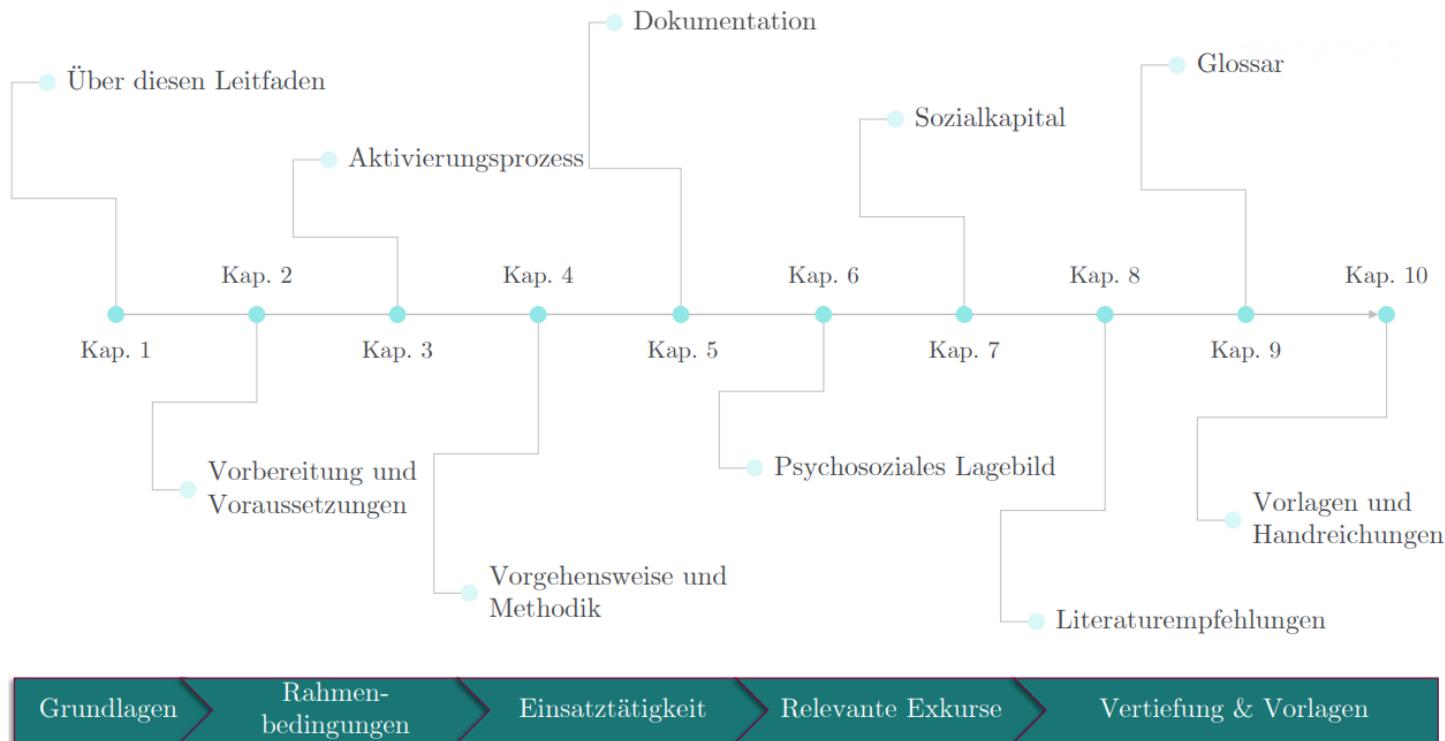
# ERKENNTNISSE AUS DER DATENANALYSE

## Bedarfe und Ressourcen in den Sozialen Medien (Juni-Hochwasser)



# VIRTUAL OPERATIONS SUPPORT TEAMS

## VOST Methodenhandbuch







# #sosmap.info



Gefördert durch:



Bundesamt  
für Bevölkerungsschutz  
und Katastrophenhilfe



„If men define situations as real, they are real in  
their consequences.“

- Thomas & Thomas 1928:572; Thomas-Theorem -

**VIELEN DANK**  
FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT.

*Besuchen Sie unser  
Fachgebiet gerne auch  
auf LinkedIn*



**BuK**

framueller@uni-wuppertal.de  
Fachgebiet Bevölkerungsschutz,  
Katastrophenhilfe und Objektsicherheit (BuK)  
www.buk.uni-wuppertal.de



**BERGISCHE  
UNIVERSITÄT  
WUPPERTAL**