

Analyse sozialer Medien durch Virtual Operations Support Teams (VOST) Lagebewusstsein für die Entscheidungsfindung

1. HINTERGRUND

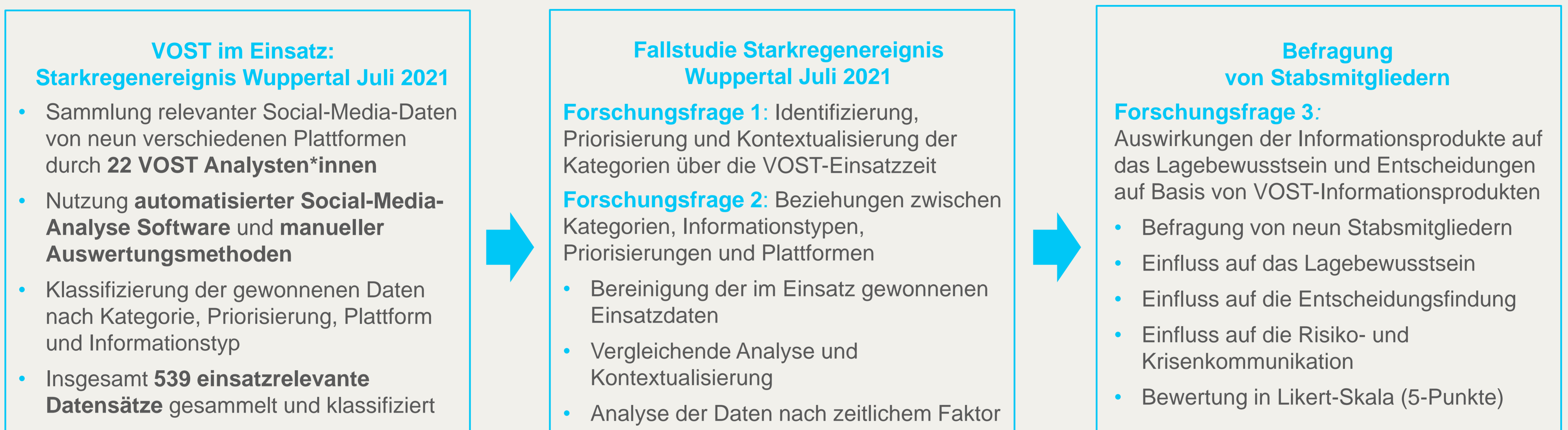
- Vermehrte Nutzung von **sozialen Medien** durch Augenzeugen*innen und Betroffene: Kommunikation von **Lageinformationen** und **Vernetzung**
- *Information Overload*: **relevante und zeitkritische Informationen** können von Stäben **nicht systematisch ausgewertet** und in ein **Lagebild integriert** werden
- **VOST** analysieren soziale Medien und **erstellen Informationsprodukte**, die in die **Entscheidungsfindung** von **Stäben** einfließen können
- **Informationsprodukte** können zum **Lagebewusstsein** und zu **Entscheidungen** beitragen
- **VOST** der Bundesanstalt Technisches Hilfswerk (VOST THW) war in den Stab der **Feuerwehr Wuppertal** beim **Starkregenereignis** im Juli 2021 integriert

2. FORSCHUNGSFRAGE

WIE KANN DIE INTEGRATION VON SOCIAL-MEDIA-ANALYSEN DURCH VIRTUAL OPERATIONS SUPPORT TEAMS IN STÄBEN DAS LAGEBEWUSSTSEIN UND DIE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG EFFEKTIV UNTERSTÜTZEN?

1. Systematische Untersuchung der Daten und Informationsprodukte, die von digital Freiwilligen des VOST während des Starkregenereignisses 2021 in Wuppertal generiert wurden.
2. Befragung von Entscheidern aus einem Stab über den Einfluss und die Auswirkungen von VOST-Informationsprodukten auf das Lagebewusstsein und die daraus resultierten Entscheidungen.

3. METHODEN



4. ERGEBNISSE

Ergebnisse der Fallstudie

- Insgesamt 23 unterschiedliche Informationskategorien
- Verteilung von über 50 Prozent auf fünf Kategorien
- Höchste Priorität: Posts der Kategorien *Gefahren, Falschinformationen, Gerüchte, Hilfeersuche* und *Schäden*
- Anteile der Kategorien variieren im Verlauf des Einsatzes: Spontanes Engagement nimmt stark zu
- Vier verschiedene Formate der Informationen: Video, Bild, Text und GIF
- Höhere Priorisierung von Videos und Bildern
- Twitter macht den größten Anteil aus (56 %)

Klassifizierung in Kategorien

Kategorie	Anteil
Spontanes Engagement	11.94%
Pegel des Flusses	10.26%
Warnung	10.26%
Überflutete Straßen	10.07%
Stromausfall	9.33%
Diskussion	7.09%
Berichte von/ über Einsatzkräfte(n)	5.60%
Psychosoziale Bedürfnisse	5.60%
Gefahren	5.41%
Relevante Hochwasserinformationen	5.41%
Falschinformationen	4.10%
Sirenen	3.92%
Andere	11.01%

Ergebnisse der Befragung von Stabsmitgliedern

Lagebewusstsein	M*
Die Informationen vom VOST tragen zu einem erweiterten Lagebewusstsein bei.	4.78
Die Priorisierung der Informationen durch VOST-Mitglieder hilft mir, ein besseres Bewusstsein der aktuellen Lage zu erhalten.	4.67
Entscheidungsfindung	
Die Informationen vom VOST haben dazu beigetragen, dass eine präzisere Risiko- und Krisenkommunikation durchgeführt werden konnte.	4.56
Die Informationen vom VOST haben zur Handlungssicherheit bei Entscheidungen beigetragen.	4.44

*Erläuterung Mittelwert (M): Der errechnete Mittelwert wurde wie folgt kategorisiert (5-1): *stimme stark zu* = 5; *stimme zu* = 4; *stimmte teilweise zu* = 3; *stimme nicht zu* = 2; *stimme überhaupt nicht zu* = 1

5. FAZIT

- Feingliedrige **Klassifizierung** der Social-Media-Daten in **an die Einsatzschwerpunkte** angepassten Kategorien
- Kategorien mit der im Durchschnitt am höchsten bewerteten Priorität sind anteilig eher gering
- Mit dem **Fortschreiten der Lage erhöht** sich die **Anzahl der Posts** zum **spontanen Engagement** stark und dominiert letztlich
- Insgesamt starke **Zustimmung zu positivem Einfluss der VOST Informationsprodukte auf das Lagebewusstsein** im Stab während der Einsatzbewältigung
- **VOST Informationen unterstützen die Entscheidungsfindung** auf verschiedenen Ebenen und geben den Entscheider*innen **Vertrauen in ihr eigenes Handeln**
- VOST Informationen tragen dazu bei, eine **bedarfszentrierte Risiko- und Krisenkommunikation** zu gewährleisten
- Auswertung sozialer Medien und die Integration in die Entscheidungsfindung sind in dynamischen Einsatzlagen von großer Bedeutung
- Einsatz von disloziert-tätigen VOST stellt eine Chance für den Bevölkerungsschutz dar