

# QR-Codes als digitale Helfer am Einsatzort?

Wissenschaftliche Begleitung der „Gaffen tötet!“-Intervention der Johanniter-Unfall-Hilfe



Seit dem 01.01.2021 ist Gaffen gemäß § 201a StGB eine Straftat, die mit bis zu zwei Jahren Haft bestraft werden kann.

## Hintergrund und Forschungsziel

Behinderungen von Einsatzkräften durch ‚Gaffende‘, welche zudem noch filmen oder fotografieren, können moralisch und einsatzbezogen eine Störung darstellen.<sup>1,2</sup> Unfälle im Straßenverkehr ziehen gleichsam automatisch Blicke der Vorbeifahrenden auf sich.<sup>3</sup> Durch den bystander effect können Menschen, durch soziale Ansteckung, Angst selber beobachtet zu werden und Verantwortungsdiffusion, leicht zu passiven Zuschauenden werden.<sup>4,5</sup> Dieser Effekt bekommt durch Mobiltelefone mit Kamera eine neue Dynamik.<sup>5</sup> Zum 1.1.2021 wurde § 201a StGB „Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs und von Persönlichkeitsrechten durch Bildaufnahmen“ verschärft.<sup>6</sup> Bezüglich Ursachen von und Interventionen gegen ‚Gaffen‘ gibt es bereits einige theoretische Ansätze.<sup>1,2,7,8</sup> Es fehlt bisher jedoch eine empirisch gesicherte Basis, die das eigentliche Ausmaß des Problems beschreibt sowie Interventionen und Gesetzgebung qualifiziert.



Unfallstelle  
freihalten



Rettungskräfte  
nicht behindern



Keine Fotos  
oder Videos!

## Was ist die Idee hinter der „Gaffen tötet!“-Kampagne?

Durch Erfassen des QR-Codes in der Kamera-App des Mobiltelefons erscheint auf dem Display automatisch der Vorschlag zum Öffnen der „Gaffen tötet!“-Seite. Dort folgen weitere Informationen und Hinweise zum Verhalten am Einsatzort. Durch diese Funktion und die auffälligen QRC-Muster auf Einsatzfahrzeugen soll bei Zuschauenden ein größeres Bewusstsein für die Problematik ‚Gaffen‘ geschaffen und Verhaltensänderungen am Einsatzort erwirkt werden.

## Welche Fragen werden durch die Studie verfolgt?

Bewirkt der Einsatz des QRC-Musters eine messbare Veränderung hinsichtlich:

- der Einstellung der Gesamtbevölkerung zum Thema ‚Schaulust/Zuschauen am Einsatzort‘?
- der Häufigkeit von (störenden) Zuschauenden an Einsatzorten?
- der von Einsatzkräften wahrgenommenen Störungen durch Zuschauende?

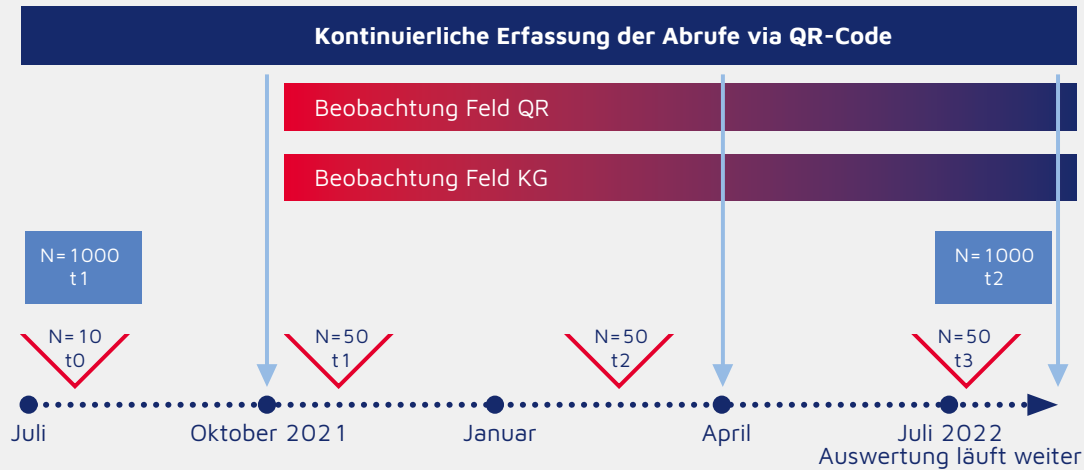
akkon  
HOCHSCHULE FÜR  
HUMANWISSENSCHAFTEN

# Methoden und Zeitplan

## Wie gehen wir dabei vor?

Im Rahmen der Studie werden über 12 Monate hinweg Daten erhoben (s. Abb. 1). Der Forschungsansatz nutzt einen ‚Mix‘ aus verschiedenen Methoden, um Daten zu gewinnen. Daraus ergeben sich vier Teilprojekte (s. Abb. 2), aus denen am Ende ein Gesamtbild entsteht.

**Abb. 1 Zeitplan der Datenerhebung**



### 1. Fragebogen zur Einstellung zu „Gaffen“ in der Bevölkerung (Prä/Post)

- n= 1.032 nach einem systematischen Zufallsverfahren ausgewählte Personen ab 18 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland vom 5. bis zum 10. August 2021 mittels forsa.omninet befragt (Prä)
- Inhalte: u.a. die Einstellung zu ‚Schaulust‘, Bekanntheit der QR-Code-Kampagne, eigene Schaulust sowie Konsequenzen von ‚Gaffen‘
- Post-Befragung im Sommer 2022

### 2. QR-Code Metadaten

- Aufrufe der Webseite werden statistisch analysiert
- Ziel: Häufigkeit/Nutzung QR-Code in Bezug zu Einsätzen

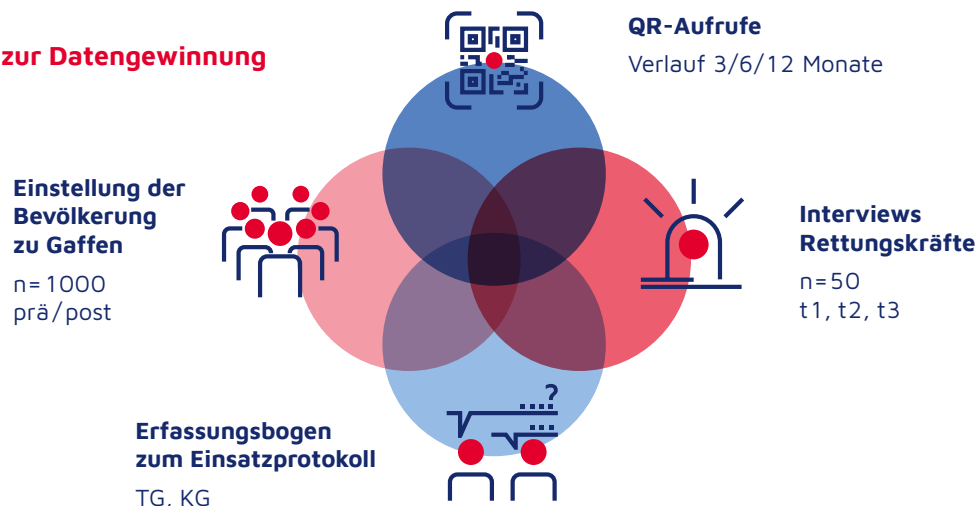
### 3. Expert\*innen-Interviews mit Einsatzkräften die QR Code nutzen

- Interviews an drei Messzeitpunkten
- Erfassung von möglichen Veränderungen der Wahrnehmung in Bezug auf die Problematik ‚Gaffen‘ und Erfahrungen mit dem QRC-Muster
- Pretest mit n= 10 Rettungskräften im Juli/August 2021

### 4. Erfassungsbogen zum Einsatzprotokoll

- Einsatzkräfte protokollieren digital Einsätze mit Zuschauenden
- Erfassung der Anzahl und Art der erlebten Störungen.
- Testgruppe (mit QR-C) und Kontrollgruppe (ohne QR-C) inkludiert

**Abb. 2 Teilprojekte zur Datengewinnung**



# Erste Ergebnisse

## 1. Befragung der Bevölkerung

Im August 2021 geben bereits 22% der Bevölkerung an, von der Kampagne erfahren zu haben (s. Abb. 3a). Der größte Anteil dieser Gruppe (44%) gibt an, im Internet oder in sozialen Medien von der Kampagne erfahren zu haben, 28% im Fernsehen und 26% in Printmedien. Insgesamt 96% der Befragten geben an, ‚Schaulust am Einsatzort‘ als „sehr problematisch“ oder aber „eher problematisch“ einzuschätzen (s. Abb. 3b). Auch 55% der Personen, die einräumen, selbst bereits bei mindestens einem Rettungseinsatz zugehört zu haben, geben an, eine solche oder ähnliche Schaulust als „sehr problematisch“ (37% als „eher“ problematisch) zu bewerten. Insgesamt 68% der Befragten schätzen die QR-Code-Kampagne als „eher“ oder „sehr hilfreich“ ein, um ‚Gaffen‘ zu reduzieren (s. Abb.3c).

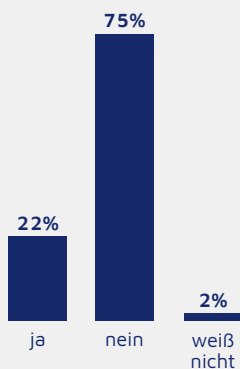
## 2. Erste Eindrücke und Tendenzen aus den Pretest-Interviews

Aus den Interviews mit Einsatzkräften ergibt sich bisher ebenfalls eine tendenziell positive Bewertung der „Gaffen tötet!“-Kampagne. Im Pretest (n= 10) zeigen sich erste Muster in den Antworten der Befragten: So berichten die meisten Einsatzkräfte über Gefühle von Unverständnis und Wut in Bezug auf Störende. Neben der räumlichen Behinderung, kommt für die Einsatzkräfte so eine zusätzliche Beanspruchung durch die kognitive und affektive Bewältigung der Konfliktsituation hinzu. (s. Abb.4).

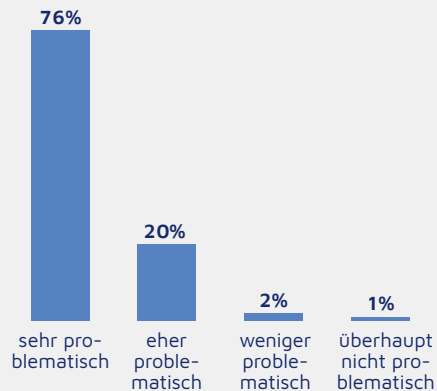
**Abb 3. Befragung der Bevölkerung**

Erste Ergebnisse zur Bekanntheit der Kampagne **A**, der Problemrelevanz **B** sowie der Einschätzung der Wirksamkeit der Kampagne **C** aus der repräsentativen Bevölkerungs Befragung im August 2021.

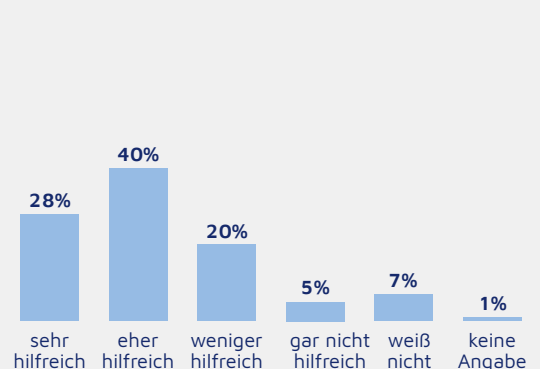
**A** Ist Ihnen die JUH-Kampagne „Gaffen tötet“ bekannt?



**B** Für wie problematisch halten Sie Schaulust?



**C** Wie hilfreich wird die Kampagne eingeschätzt?



**Abb 4. Erste Eindrücke und Tendenzen aus den Pretest-Interviews**

Gerade wenn es Sachen sind, die uns behindern: **Unverständnis** darüber, mit Sicherheit auch so ein Stückchen weit **Frustration**, weil natürlich bei jeder Einsatzkraft auch das Ziel ist, so gut wie möglich zu helfen. [...] **Schwierig nachzuvollziehen**, was dann in den Leuten [die sich beim Zuschauen selbst in Gefahr begeben] halt eben gerade vorgeht.

Der **Stress** ist ein bisschen weniger [in einer Privatwohnung mit einem Angehörigen], als wenn einem jetzt dreißig Leute **auf die Finger gucken**.

**Unverständnis** dafür, dass sie [die Zuschauenden] so dreist sind, teilweise **Wut**, wenn man drauf aufmerksam macht, dass sie doch jetzt bitte gehen möchten und dann das nicht tun oder dann laut werden, sich mit einem anlegen ... Man wird schon [...] wütend dabei und **frustriert**, weil man **das nicht verstehen kann**, was bei solchen Menschen im Kopf vorgeht, warum die das da jetzt machen.

Man ist **genervt**. Man wird **aggressiv**. ... Man ist tatsächlich manchmal auch **enttäuscht**, dass es keinen Anstand mehr gibt. [...] Man ist **angespannter**, man hat mehr **Angst**, Fehler zu machen. Man arbeitet **weniger intuitiv**, so wie man es gelernt hat und **verliert** dadurch noch mehr **Zeit**, weil man nicht einfach macht, sondern mehr überlegt, was man da macht [...].



## Diskussion und Ausblick

### Was lässt sich bisher aus den Daten erkennen?

Es scheint ein Problembewusstsein der Allgemeinbevölkerung hinsichtlich ‚Gaffens‘ zu bestehen, da die Mehrheit dies als sehr problematisch einschätzt. Weiterhin ist die QR-Code-Intervention der JUH bereits vor dem Start der folierten Einsatzfahrzeuge knapp unter einem Viertel der Bevölkerung bekannt und wird von der großen Mehrheit als hilfreich eingeschätzt, um störende Verhaltensweisen am Einsatzort zukünftig zu reduzieren. Eine große Herausforderung bei der Befragung zu moralisch und rechtlich heiklen Themen ist die Tendenz zur ‚sozialen Erwünschtheit‘ der Antworten. Das festgestellte Problembewusstsein allein sagt noch nichts über tatsächliches Verhalten an Einsatzorten aus. Einsatzkräfte berichten in den Interviews über Schwierigkeiten in Bezug auf die störungsfreie Ausübung ihrer Arbeit. Hohe Frustrationslevel entstehen u.a. durch Mangel an Verständnis der jeweiligen Belange und Beweggründe der Zuschauenden.

### Was sind die nächsten Schritte?

- Interviews mit den Einsatzkräften, die in den Pilotteams mit dem QR-Code im Einsatz sind
- systematische Felderhebung von Häufigkeiten des ‚Gaffens‘ sowie den spezifischen Qualitäten der Störungen mittels digitaler Kurz-Fragebögen

Die wissenschaftliche Begleitung stellt damit erstmalig eine systematische Erhebung von Quantität und Qualität des störenden Zuschauens an Einsatzorten an. Zugleich wird die Wirksamkeit des QR-Codes evaluiert.

## Gaffen tötet! QR-Code rettet Leben



### Herausgeber:

Akkon Hochschule für Humanwissenschaften  
Colditzstraße 34-36  
12099 Berlin  
Tel +49 30 8092332 - 337  
www.akkon-hochschule.de

### Studienbegleitung:

Dr. Daniela Knuth, Denis C. Martin und  
Prof. Dr. Marisa Przyrembel

- <sup>1</sup> Karutz, H. (2018). Zuschauer an der Einsatzstelle: Eine differenzierte Betrachtung. *Notfallmedizin up2date*, 13(01), 95–111. <https://doi.org/10.1055/s-0043-121458>
- <sup>2</sup> Karutz, H. (2021). Zuschauendes Verhalten an Unglücksorten – ein aktuelles Phänomen? *retten!*, 10(03), 208–216. <https://doi.org/10.1055/a-1257-7920>
- <sup>3</sup> Colon, N. P., Rupp, M. A., & Mouloua, M. (2013). Temporary Barriers to Reduce the Effects of Rubbernecking. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 57(1), 1810–1814. <https://doi.org/10.1177/1541931213571405>
- <sup>4</sup> Latane, B., & Darley, J. M. (1968). Group inhibition of bystander intervention in emergencies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10(3), 215–221. <https://doi.org/10.1037/h0026570>
- <sup>5</sup> Andersson, L., & Sundin, E. (2021). Mobile bystanders and rubbernecks, disaster tourists, and helpers. Towards a theoretical framework for critically studying action possibilities at accident sites. *Mobile Media & Communication*, 205015792098482. <https://doi.org/10.1177/2050157920984828>
- <sup>6</sup> Entwurf eines ... Gesetzes zur Änderung des Strafgesetzbuches – Verbesserung des Persönlichkeitsschutzes bei Bildaufnahmen, Drucksache 19/17795, Deutscher Bundestag, 19. Wahlperiode (2020). <https://dserver.bundestag.de/btd/19/177/1917795.pdf>
- <sup>7</sup> Gasch, B., & Lasogga, F. (2011). Zuschauer. In F. Lasogga & B. Gasch (Hrsg.), *Nofallpsychologie* (2. Aufl., S. 357–631). Springer.
- <sup>8</sup> Gasch, U., & Weber, L. (2017). Gaffen 4.0—Schneller auf Youtube als im Rettungswagen! Kriminalpsychologische Annäherung an den hässlichen kleinen Bruder der Neugier. *Kriminalistik*, 71(10), 571–577.