



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

VIRTUELLE VERLOCKUNGEN: DIE ANZIEHUNGSKRAFT SOZIALER MEDIEN

Ausgabe 20: Oktober 2025



DER FORSCHUNGSMONITOR DER
LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW.
**WISSENSCHAFTLICHE ERKENNTNISSE
ZUM DIGITALEN WANDEL.**

Realisiert von:

Dr. Valerie Hase & Philipp Knöpfle (M.Sc.),
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung,
Ludwig-Maximilians-Universität München

VIRTUELLE VERLOCKUNGEN: DIE ANZIEHUNGSKRAFT SOZIALER MEDIEN

Kaum ein Lebensbereich bleibt heute unberührt von digitalen Plattformen. Soziale Medien wie Facebook, Instagram oder TikTok sind für viele Menschen, insbesondere Jugendliche, ein fester Bestandteil ihres Alltags. Gleichzeitig wächst die Sorge, dass Plattformen negative Auswirkungen auf individuelles Wohlbefinden haben. In Australien wurde vor diesem Hintergrund sogar ein Verbot sozialer Medien für unter 16-Jährige beschlossen.¹ Auch in Deutschland wird zunehmend über Wege diskutiert, um verantwortungsvoll mit digitalen Plattformen umzugehen.² Regulierungsbehörden wie die Europäische Kommission arbeiten im Rahmen des Digital Services Act (DSA) an entsprechenden Regulierungen.³

Fest steht: Soziale Medien sind nicht zufällig populär. Ihre Ausgestaltung folgt der Aufmerksamkeitsökonomie: Tech-Unternehmen nutzen → **Plattform-Design**, etwa Benachrichtigungen oder algorithmisch kuratierte Inhalte, um → **Aufmerksamkeitsmechanismen** zu bedienen. Ziel ist es, die Aufmerksamkeit von Nutzenden möglichst lange zu binden. Einzelne Designelemente – darunter sogenannte → **Dark Patterns** oder digitales „Anstupsen“ (→ **Digital Nudging**) – können jedoch auch problematisches Nutzungsverhalten fördern.⁴

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

Plattform-Design: Gestaltungselemente digitaler Plattformen – wie Pop-Up Benachrichtigungen oder algorithmisch kuratierte Feeds –, welche die Zeit erhöhen sollen, die Nutzende auf Plattformen verbringen.

Aufmerksamkeitsmechanismen: Psychologische Prozesse, durch die solche Designs die Aufmerksamkeit Nutzender binden, z. B. durch Belohnungserwartung, Neugier oder soziale Reize.

Dennoch wäre es zu einfach, allein digitalen Plattformen die Verantwortung für eine gesunde oder problematische Nutzung digitaler Angebote zuzuschreiben. Diese Effekte hängen stark von individuellen und sozialen Faktoren ab: Wer zum Beispiel bereits unter Stress oder Einsamkeit leidet, ist anfälliger für exzessive oder als belastend empfundene Nutzung. Auch Alter, Geschlecht und persönliche Medienkompetenz spielen eine große Rolle.

Die Auswirkungen sozialer Medien auf individuelles Wohlbefinden sind komplex und schwierig zu erforschen. Während aktive Nutzung (z. B. das Teilen von Inhalten oder persönliche Kommunikation) auch positive Effekte wie soziale Unterstützung mit sich bringen kann, wird eine rein passive Nutzung häufiger mit negativen Gefühlen, wie sozialem Vergleich, Angst oder Unzufriedenheit, assoziiert. Zudem sind manche Gruppen – z. B. Kinder und Jugendliche – oft stärker von Social-Media-Effekten betroffen. Klar ist aber auch: Die meisten Social-Media-Effekte sind moderat bis gering. Eine pauschale Abwertung sozialer Medien greift daher zu kurz – entsprechend wird ein Verbot sozialer Medien in der Forschung kritisch gesehen.⁵

Statt genereller Verbote braucht es differenzierte Lösungen: etwa altersgerechte Medienkompetenz, Transparenz über Plattformmechanismen und eine bewusste Nutzung, auch durch Auszeiten in Form von → **Digital Detox**. Nur so lassen sich die Potenziale sozialer Medien nutzen, ohne ihre Risiken aus dem Blick zu verlieren.

1 Tagesschau.de (2024). [Kein Social Media unter 16 Jahren](#).

2 Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (2024). [Debatte um Social-Media-Verbot](#).

3 European Commission (2025). [Commission Publishes Draft Guidelines on Protection of Minors Online under the DSA](#).

4 Verbraucherzentrale (2024). [Dark Patterns: So wollen Websites und Apps Sie manipulieren](#).

5 Goodyear et al. (2025). [Approaches to Children's Smartphone and Social Media Use Must Go Beyond Bans](#).

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

Dark Patterns: Designstrategien z. B. digitaler Plattformen, um bestimmte Handlungen oder Entscheidungen von Nutzenden wahrscheinlicher zu machen – teils mittels nicht-transparenter oder manipulativer Strategien (z. B. versteckte Werbung).

Digital Nudging: Gestaltung z. B. sozialer Medien, die Entscheidungen oder Verhaltensweisen von Nutzenden in eine bestimmte Richtung lenken soll.

Digital Detox: Geplante Unterbrechung oder Reduktion der eigenen Mediennutzung mit dem Ziel, das individuelle Wohlbefinden zu erhöhen.

Die dritte Ausgabe des Forschungsmonitors 2025 (fyi 20) untersucht daher, wie sich die Nutzung sozialer Medien auf individuelles Wohlbefinden auswirken kann, welche Faktoren dabei eine Rolle spielen und welche Strategien Nutzende im Umgang mit digitalen Plattformen entwickeln.

Das sagt die Forschung: Soziale Medien zielen darauf ab, unsere Aufmerksamkeit zu binden – mit positiven wie negativen Effekten für Nutzende.

Studie 1: Verführt zum Verweilen – die Psychologie hinter Plattform-Designs

Plattformen nutzen komplexe Gestaltungsmuster, um unsere Aufmerksamkeit möglichst lange zu halten.

Studie 2: Posten hilft, Scrollen schadet? Aktive vs. passive Nutzung sozialer Medien

Aktive Social-Media-Nutzung ist tendenziell mit besserem psychischem Wohlbefinden verbunden, während passive Nutzung häufiger mit psychischen Belastungen einhergeht.

Studie 3: Bewusst online: Welche digitalen Aktivitäten uns gut tun – und welche nicht

Wie digitale Medien für das eigene Wohlbefinden gesehen werden, kommt ganz darauf an, was Nutzende dort tun. Während z. B. Musikkonsum oder Gaming positive Effekte haben, gilt für Social-Media-Nutzung das Gegenteil.

Studie 4: Zwischen Likes und Leerlauf: Wie Social Media Kinder und Jugendliche begleitet

Der Einfluss von Social Media auf die psychische Gesundheit Jugendlicher variiert je nach Alter, Geschlecht und genutzter Plattform, weshalb zielgruppenspezifische Schutzmaßnahmen erforderlich sind.

Studie 5: Vernetzung oder Belastung? Die vielschichtige Rolle von Social Media bei Jugendlichen

Der Einfluss von Social-Media-Nutzung auf die mentale Gesundheit von Jugendlichen ist eher uneindeutig. Unterschiede je nach Messmethoden und individuellen Faktoren führen dazu, dass sich bisher keine klaren kausalen Zusammenhänge finden lassen.

Studie 6: Digitale Auszeiten als Weg zu mehr Wohlbefinden

Digitales Wohlbefinden wird überwiegend als bewusster und ausgewogener Umgang mit digitalen Medien verstanden, wobei Nutzende je nach Altersgruppe unterschiedliche Strategien zur Begrenzung ihrer Nutzung anwenden können.

Studie 7: Disconnect mit Plan? Digitale Belastungen erkennen und gezielt begegnen

Belastungen durch digitale Mediennutzung lassen sich durch gezielte Strategien reduzieren, wobei der Erfolg dieser von individuellen und situativen Faktoren abhängt.

INHALTSVERZEICHNIS

I. NEUE VERÖFFENTLICHUNGEN	05
Studie 1: Verführt zum Verweilen – die Psychologie hinter Plattform-Designs	05
Studie 2: Posten hilft, Scrollen schadet? Aktive vs. passive Nutzung sozialer Medien	06
Studie 3: Bewusst online: Welche digitalen Aktivitäten uns gut tun – und welche nicht	07
Studie 4: Zwischen Likes und Leerlauf: Wie Social Media Kinder und Jugendliche begleitet	08
Studie 5: Vernetzung oder Belastung? Die vielschichtige Rolle von Social Media bei Jugendlichen	09
Studie 6: Digitale Auszeiten als Weg zu mehr Wohlbefinden	10
Studie 7: Disconnect mit Plan? Digitale Belastungen erkennen und gezielt begegnen	11
II. WAS SAGT DIE FORSCHUNG?	12
INTERVIEW MIT PROF. DR. ADRIAN MEIER	
III. FAZIT UND AUSBLICK	14
IV. FORSCHUNGSPROJEKTE	15

I. NEUE VERÖFFENTLICHUNGEN

STUDIE 1: VERFÜHRT ZUM VERWEILEN – DIE PSYCHOLOGIE HINTER PLATTFORM-DESIGNS

Monge Roffarello, A., Lukoff, K., & de Russis, L. (2023). Defining and Identifying Attention Capture Deceptive Designs in Digital Interfaces. In *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 194, 1–19. <https://doi.org/10.1145/3544548.3580729>



Zentrale Fragestellung

Welche Designs setzen digitale Plattformen ein, um Nutzende anzusprechen und ihre Verweildauer auf sozialen Medien zu verlängern?

Methode

Monge Roffarello et al. führen eine systematische Literaturrecherche von $N = 43$ Fachartikeln durch, um Designs zu identifizieren, mit denen diese digitale Plattformen Aufmerksamkeit online binden.

Ergebnisse

Die Studie entwickelt eine Typologie von elf Designs digitaler Plattformen, die gezielt Aufmerksamkeit binden und potenziell schädlich für Nutzende sein können. Nicht jedes dieser Muster ist *per se* problematisch, kann es aber in bestimmten Anwendungsbereichen werden.

Mustername	Beschreibung
Endloses Scrollen	Während Nutzende scrollen, wird kontinuierlich neuer Inhalt nachgeladen.
Casino-Reload	Beim Herunterziehen der Seite auf dem Smartphone wird diese neu geladen, mit neuem, potenziell ansprechendem Inhalt.
Endloses Autoplay	Nach dem Ende eines Videos wird automatisch ein neues Video gestartet. Eine Abschaltoption fehlt oder ist versteckt.
Getarnte Werbung und Empfehlungen	Werbung und Empfehlungen (z. B. gesponserte Beiträge) erscheinen als gewöhnlicher Inhalt im Feed.
Rückhol-Benachrichtigungen	Plattformen senden gezielt Benachrichtigungen, um die Aufmerksamkeit der Nutzenden zurückzugewinnen und eine neue Sitzung zu starten.
Aufmerksamkeitsfalle („Roach Motel“)	Die Registrierung und Nutzung ist einfach, aber Logout oder Kontolöschung sind bewusst kompliziert gestaltet.
Zeitverschleierung	Gestaltungsmuster, die das Zeitgefühl dämpfen, z. B. Ausblenden der Uhrzeit.

Abbildung 1. Aufmerksamkeitsbindende Designs. Grafik basierend auf Monge Roffarello et al. (2025), S. 8.

Limitationen

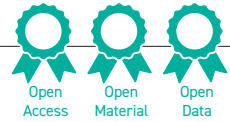
Eine zentrale Limitation der Studie ist der Fokus auf Publikationen aus technischen Fächern. Damit bleiben interdisziplinäre Perspektiven, insbesondere aus den Sozial- oder Designwissenschaften, unberücksichtigt, was die Breite der Typologie einschränkt.

Implikationen für die Praxis

Medienregulierung sollte Transparenz über manipulative Designs digitaler Plattformen einfordern und deren Einsatz sanktionieren. Regulierungsansätze könnten zudem Designs fördern, die den Schutz der Nutzenden in den Vordergrund stellen – etwa durch die Unterstützung einer gesunden und selbstbestimmten Nutzung.

STUDIE 2: POSTEN HILFT, SCROLLEN SCHADET? AKTIVE VS. PASSIVE NUTZUNG SOZIALER MEDIEN

Godard, R., & Holtzman, S. (2024). Are Active and Passive Social Media Use related to Mental Health, Wellbeing, and Social Support Outcomes? A Meta-Analysis of 141 Studies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(1), zmad055. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmad055>



Zentrale Fragestellung

Hat aktive vs. passive Social-Media-Nutzung von Menschen unterschiedliche Effekte auf mentales Wohlbefinden?

Methode

Die Studie untersucht anhand einer Meta-Analyse von $N = 141$ Studien Unterschiede zwischen aktiver und passiver Social-Media-Nutzung. Dabei werden Daten aus bereits durchgeführten Studien erneut analysiert.

Ergebnisse

Die Art der Social-Media-Nutzung wirkt sich nur teils unterschiedlich aus: Aktive Nutzung (z. B. Beiträge erstellen, kommentieren) steht stärker mit mentalem Wohlbefinden in Verbindung, während passive Nutzung (nur konsumieren, ohne selbst aktiv zu sein) häufiger mit negativen Gefühlen wie sozialer Angst oder depressiven Symptomen verknüpft wird. Jugendliche und junge Erwachsene sind dabei häufig stärker von negativen Effekten passiver Nutzung betroffen. Insgesamt fallen die Effekte aber eher gering aus. Zudem kritisieren Godard et al. die künstliche Trennung zwischen „aktiver“ und „passiver“ Nutzung, da beide positive wie negative Effekte haben können.

Limitationen

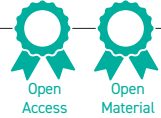
Die Mehrheit der hier erneut analysierten Studien basieren auf einmaligen Befragungen. Auf Grundlage dieser Daten lässt sich nicht eindeutig feststellen, ob die Art der Nutzung das mentale Wohlbefinden beeinflusst – oder ob umgekehrt das bestehende mentale Wohlbefinden die bevorzugte Nutzungsweise bestimmt. Kurz: Es können keine Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge belegt werden.

Implikationen für die Praxis

Aktive und passive Nutzung lassen sich nicht immer klar voneinander abgrenzen, da Nutzungsverhalten oft fließend ist und Menschen je nach Situation sowohl aktiv interagieren als auch passiv konsumieren. Für Forschung wie Praxis bedeutet dies, dass eine differenziertere Betrachtung der Nutzung von Social Media erforderlich ist – unterschiedliche Nutzung hat unterschiedliche Effekte.

STUDIE 3: BEWUSST ONLINE: WELCHE DIGITALEN AKTIVITÄTEN UNS GUT TUN – UND WELCHE NICHT

Dienlin, T., Smahel, D., & Oben, A. (2025). Global Analysis of Perceived Social Media Effects on Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 28(8), 588–593. <https://dx.doi.org/10.1177/21522715251359204>



Zentrale Fragestellung

Wie nehmen Nutzende die Effekte sozialer Medien auf ihr Wohlbefinden wahr?

Methode

Die Studie befragt $N = 2,3$ Millionen Nutzenden weltweit, welche Aktivitäten aus ihrer Perspektive ihr Wohlbefinden beeinflussen. Dabei wurden Teilnehmende über eine Smartphone-App zwischen 2020 und 2023 wiederholt befragt.

Ergebnisse

Nutzende berichten, dass digitale Aktivitäten sowohl positive als auch negative Effekte auf ihr Wohlbefinden haben – es kommt darauf an, wofür Menschen digitale Medien nutzen. Beispielsweise berichten Teilnehmende, dass sie Gaming oder den Konsum von Musik oder Filmen mit positiven Effekten auf ihr Wohlbefinden verbinden. Dagegen wird die Nutzung sozialer Medien eher negativ wahrgenommen. Auch in Deutschland zeigt sich ein leichter negativer wahrgenommener Social-Media-Effekt. Allerdings gibt es globale Unterschiede: Während z. B. Nutzende in Russland einen positiven Effekt sozialer Medien berichten, denken Nutzende in Skandinavien, den USA, oder UK, dass soziale Medien ihr Wohlbefinden verringern.

Limitationen

Die Studie beruht auf Nutzenden einer spezifischen Smartphone-App – und ist damit nicht repräsentativ. Zudem werden viele der abgefragten Aktivitäten (z. B. Konsum von Filmen) nicht per se mit Fokus auf digitale Medien abgefragt, sondern könnten z. B. auch offline geschehen.

Implikationen für die Praxis

Digitale Medien sind nicht per se schädlich. Die Studie zeigt, dass manche Aktivitäten (z. B. Musik- oder Filmkonsum) positive Effekte haben, während andere (z. B. soziale Medien) tendenziell als negativer wahrgenommen werden. Regulierungen und Angebote zum bewussten Umgang mit digitalen Medien müssen daher auch zwischen unterschiedlichen Aktivitäten unterscheiden. Beispielsweise könnten solche Maßnahmen stärker darauf abzielen, Aktivitäten mit potenziell positiven Effekten stärker zu fördern – und z. B. Social-Media-Nutzung zu reduzieren.

STUDIE 4: ZWISCHEN LIKES UND LEERLAUF: WIE SOCIAL MEDIA KINDER UND JUGENDLICHE BEGLEITET

Sala, A., Porcaro, L., & Gómez, E. (2024). Social Media Use and Adolescents' Mental Health and Well-being: An Umbrella Review. *Computers in Human Behavior Reports*, 14, 100404.
<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100404>



Zentrale Fragestellung

Was wissen wir über den Einfluss von Social Media auf Kinder und Jugendliche und wie kann Forschung dazu verbessert werden?

Methode

Die Studie analysiert $N = 24$ Reviews zu Social-Media-Nutzung und mentaler Gesundheit von Kindern und Jugendlichen, d. h. die Studie fasst bestehende Literaturübersichten zusammen.

Ergebnisse

Soziale Medien haben unterschiedliche Effekte auf Kinder bzw. oder und Jugendliche: Ihre Wirkung hängt von intervenierenden Faktoren wie individuellen Eigenschaften (z. B. Alter, Geschlecht), Nutzungsverhalten (z. B. Dauer) und der Plattform (z. B. Design) ab. Beispielsweise sind junge und weibliche Nutzende häufig stärker von negativen Social-Media-Effekten betroffen. Viele Studien berücksichtigten diese Unterschiede nicht ausreichend. Zudem können viele keine kausalen Schlüsse treffen.

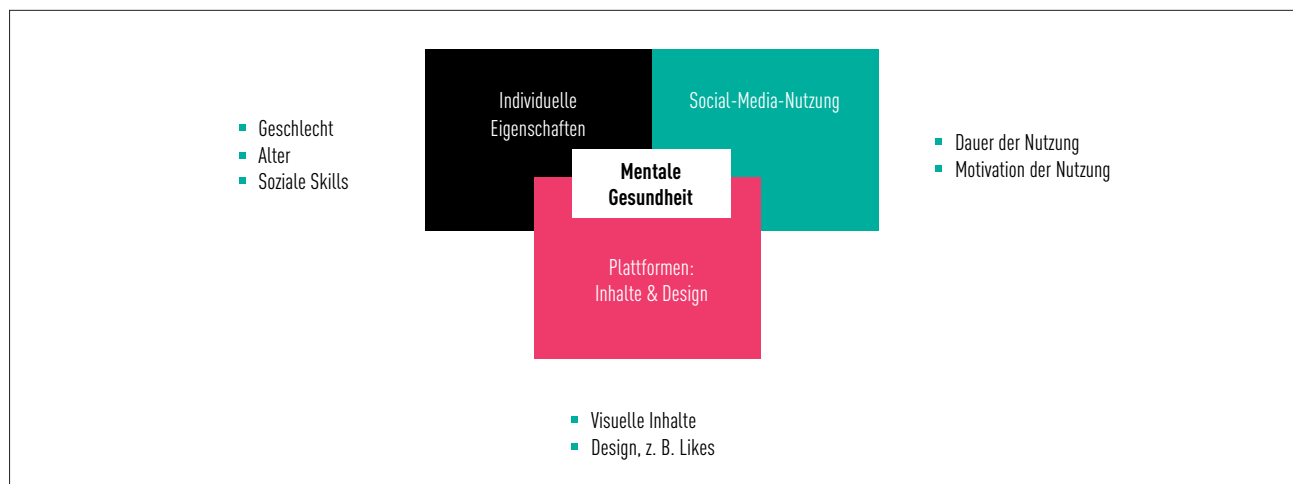


Abbildung 2. Intervenierende Faktoren. Grafik basierend auf Sala et al. (2024), S. 6.

Limitationen

Die Studie kann aufgrund der gewählten Methode keine Aussagen z. B. zu durchschnittlichen Effekten über Studien hinweg treffen. Zudem werden teils sehr unterschiedliche Messungen und Methoden miteinander verglichen.

Implikationen für die Praxis

Die Verantwortung für einen gesunden Umgang mit digitalen Plattformen liegt nicht nur bei den Nutzenden selbst, sondern auch bei den Betreibern von Plattformen. Zudem könnten Hilfsprogramme im Bereich mentaler Gesundheit stärker auf sozialen Medien präsent sein, um junge Nutzende zu erreichen, und auch Eltern entsprechende Schulungen nutzen.

STUDIE 5: VERNETZUNG ODER BELASTUNG? DIE VIELSCHICHTIGE ROLLE VON SOCIAL MEDIA BEI JUGENDLICHEN

Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). Social Media Use and Its Impact on Adolescent Mental Health: An Umbrella Review of the Evidence. *Current Opinion in Psychology*, 44, 58–68.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017>



Zentrale Fragestellung

Wie wirkt sich die Nutzung von Social Media auf die mentale Gesundheit von Jugendlichen aus?

Methode

Die Studie analysiert $N = 25$ wissenschaftliche Übersichtsarbeiten aus den Jahren 2019 bis 2021 zum Zusammenhang zwischen Social Media und der mentalen Gesundheit von Jugendlichen.

Ergebnisse

Die Studie zeigt auf, dass Begriffe wie „mentale Gesundheit“ oder „individuelles Wohlbefinden“ uneinheitlich definiert und gemessen werden. Zudem fällt der Zusammenhang zwischen Social-Media-Nutzung und negativen Auswirkungen auf Jugendliche, etwa auf die mentale Gesundheit, meist schwach oder uneinheitlich aus. Das liegt auch daran, dass die Effekte von Social Media für bestimmte Jugendliche positiv, für andere aber negativ sind. Daher können viele Studien keine einheitlichen Effekte oder Ursache-Wirkungs-Beziehungen nachweisen.

Limitationen

Die Studie nutzt keine klare bzw. transparente Methode, um relevante Studien systematisch zu identifizieren. Daher bleibt etwas unklar, inwiefern relevante Studien vollständig identifiziert wurden.

Implikationen für die Praxis

Der Einfluss von Social Media auf die psychische Gesundheit von Jugendlichen variiert je nach individueller Situation. Präventive Maßnahmen und Unterstützungsangebote sollten daher differenziert gestaltet und auf die jeweiligen Bedürfnisse abgestimmt sein, anstatt pauschale Empfehlungen zu geben. Auch Eltern, Schulen und Fachkräfte benötigen fundierte Informationen, um Jugendliche gezielt begleiten und unterstützen zu können.

STUDIE 6: DIGITALE AUSZEITEN ALS WEG ZU MEHR WOHLBEFINDEN

Nguyen, M. H., Büchi, M., & Geber, S. (2024). Everyday Disconnection Experiences: Exploring People's Understanding of Digital Well-Being and Management of Digital Media Use. *New Media & Society*, 26(6), 3657–3678. <https://doi.org/10.1177/14614448221105428>



Zentrale Fragestellung

Wie nehmen Menschen ihr digitales Wohlbefinden wahr, warum möchten sie ihre Mediennutzung einschränken und welche Strategien nutzen sie dafür im Alltag?

Methode

Die Studie basiert auf einer Befragung von $N = 1.163$ Internetnutzenden in der Schweiz zum Thema digitale Medien und digitalen Auszeiten.

Ergebnisse

Digitales Wohlbefinden wird von Nutzenden als ausgewogener und bewusster Umgang mit digitalen Medien verstanden – also Nutzung, die im Alltag nicht als übermäßig oder belastend empfunden wird. Digitale Medien werden vor allem für soziale Interaktion geschätzt. Gleichzeitig versuchen viele Menschen, durch gezielte Pausen oder Einschränkungen einen Ausgleich zu schaffen, etwa indem sie Geräte bewusst weglegen oder Apps zur Einschränkung von Nutzungszeiten nutzen. Zentrale Motive für eine bewusste Reduktion sind das eigene Wohlbefinden, der Wunsch nach geringerer Ablenkung sowie Datenschutzbedenken. Ältere Personen orientieren sich dabei häufiger an festen Regeln wie medienfreien Zeiten, während Jüngere eher technische Hilfsmittel wie Filter oder Benachrichtigungseinstellungen nutzen. Unterschiede nach Geschlecht oder Bildungsniveau finden die Autorinnen und Autoren nicht.

Limitationen

Die Studie wurde in der Schweiz durchgeführt, weshalb Ergebnisse nur begrenzt auf andere Länder übertragbar sind. Zudem könnten weitere individuelle Eigenschaften die unterschiedliche Nutzung digitaler Medien bzw. Strategien zur Reduktion dieser erklären.

Implikationen für die Praxis

Das Alter scheint maßgeblich sowohl die Nutzung digitaler Medien als auch die Häufigkeit digitaler Auszeiten zu beeinflussen. Jüngere Personen greifen häufiger auf technische Hilfsmittel zurück, um ihre Mediennutzung zu reduzieren, während sich ältere Menschen eigene Regeln setzen. Dies legt nahe, dass Medienkompetenzförderung an unterschiedliche Altersgruppen angepasst werden sollte. Zudem zeigt die Studie, dass Sorgen um negative Effekte digitaler Medien weit verbreitet sind. Künftige Forschung sollte daher untersuchen, wie soziale Normen und das Gefühl von Selbstverantwortung erfolgreiche digitale Auszeiten beeinflussen können.

STUDIE 7: DISCONNECT MIT PLAN? DIGITALE BELASTUNGEN ERKENNEN UND GEZIELT BEGEGNEN

Vanden Abeele, M. M., Vandebosch, H., Koster, E. H., De Leyn, T., van Gaeveren, K., de Segovia Vicente, D., ... & Baillien, E. (2024). Why, How, When, and for Whom Does Digital Disconnection Work? A Process-based Framework of Digital Disconnection. *Communication Theory*, 34(1), 3–17. <https://doi.org/10.1093/ct/qtad016>



Zentrale Fragestellung

Inwiefern erleben Nutzende digitale Plattformen als belastend und welche Maßnahmen können sie für digitale Auszeiten nutzen?

Methode

Literaturübersicht, d. h. keine empirische Methode.

Ergebnisse

Nutzende nehmen digitale Medien aus vier Gründen als belastend wahr: Zeitverlust, ständige Ablenkung, verschwimmende Grenzen zwischen Rollen (z. B. privaten vs. beruflichen Kontexte) und Belastung durch negative Inhalte. Um diesen Problemen entgegenzuwirken, sind gezielte Auszeiten und Beschränkungen auf unterschiedlichen Ebenen (z. B. Gerät, Plattform, Inhalte) wirksam, besonders wenn diese auf die wahrgenommene Belastung abgestimmt sind. Beispielsweise kann der ständigen Ablenkung durch digitale Medien entgegengewirkt werden, indem Nutzende App-Benachrichtigungen ausstellen oder ihre Geräte auf Graustufen stellen. So kann die Nutzung von Plattformen weniger spannend werden. Dabei hängt der Erfolg solcher Maßnahmen von individuellen Faktoren wie z. B. Selbstkontrolle ab.

Limitationen

Die Studie konzentriert sich vor allem auf die negativen Folgen digitaler Medien, vernachlässigt aber mögliche positive Effekte. Zudem ist der Forschungsstand bisher sehr uneinheitlich: Unterschiedliche Zielgruppen, Maßnahmen und Ergebnisse erschweren es, verlässliche Aussagen über die Wirksamkeit digitaler Auszeiten zu treffen.

Implikationen für die Praxis

Die Studie zeigt, dass Maßnahmen zur digitalen Entkopplung gezielter wirken, wenn sie auf die Art der empfundenen Belastung abgestimmt sind, etwa technische Begrenzungen bei Zeitverlust oder inhaltliche Filter bei problematischen Inhalten. Gleichzeitig betont sie auch, dass solche Maßnahmen nicht pauschal wirksam sind: Digitale Auszeiten erfordern flexible Ansätze, die technologische Lösungen mit individuellen Bedürfnissen kombinieren.

II. WAS SAGT DIE FORSCHUNG? INTERVIEW MIT PROF. DR. ADRIAN MEIER



„Soziale Medien haben negative wie positive Folgen für die mentale Gesundheit – Pauschale Regulierung im Blindflug ignoriert die komplexen Befunde der Wissenschaft“

Adrian Meier ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Seine Forschung konzentriert sich auf Mediennutzungs- und Wirkungsforschung, Medienpsychologie und interpersonale Kommunikation, insbesondere zu den Auswirkungen digitaler Kommunikation auf Wohlbefinden, Gesundheit und Selbstregulation.

Inwiefern beeinflussen soziale Medien unsere zwischenmenschliche Kommunikation, z. B. Nähe, Empathie oder Konflikte?

Die Frage ist zu groß, um sie in Kürze zu beantworten. Das Zusammenspiel von Eigenheiten zwischenmenschlicher Kommunikation und dem Design sozialer Medien ist komplex und füllt ganze Bücher (Hall, 2020). Insgesamt zeigt sich aber – vielleicht für manche überraschend – dass Social-Media-Nutzung nicht primär die Zeit verdrängt, die wir mit zwischenmenschlicher Kommunikation von Angesicht zu Angesicht (face-to-face) verbringen. Stattdessen verdrängt sie wohl vor allem die Zeit, die vorher mit klassischen Medienangeboten (bspw. TV, Bücher, andere Onlinemedien) verbracht wurde (Hall & Liu, 2022).

Was wissen wir aus der Wirkungsforschung über die langfristigen Effekte intensiver Social-Media-Nutzung – gerade bei jungen Menschen?

Bisher wissen wir fast nichts über langfristige Effekte. Die weit überwiegende Zahl der Studien ist querschnittlich, also zu einem Messzeitpunkt durchgeführt (Meier & Reinecke, 2021). Die längsschnittlichen Studien gehen häufig nur über wenige Monate oder Jahre und zeichnen ein sehr gemischtes Bild, es lässt sich kein langfristig negativer oder positiver Effekt finden. Bspw. konnten Schemer et al. (2021) anhand der Daten einer großen Panel-Studie mit Familien in Deutschland (pairfam) keine substanziellen längsschnittlichen Effekte von Social-Media-Nutzung auf Lebenszufriedenheit oder Depressivität feststellen. Beachtlich an der Studie ist, dass sie über 9 Jahre lief und somit eine der bisher längsten Betrachtungen bietet. Allerdings gibt es gute Gründe, davon auszugehen, dass gerade junge Menschen in bestimmten Lebensphasen besonders vulnerabel für negative Wirkungen von Social Media sind (Orben et al., 2024). Ob diese Erfahrungen langfristigen Schaden anrichten oder sich junge Menschen von negativen Erlebnissen auf Social Media wieder erholen, wissen wir noch nicht.

Welche positiven oder negativen Effekte können soziale Medien auf das psychische Wohlbefinden haben?

Die Effekte sind sehr vielseitig. In einem aktuellen Überblick mit Kolleginnen und Kollegen der Universität Cambridge (Orben et al., 2024) haben wir allein neun mögliche Wirkmechanismen identifiziert, die erklären können, wie Social Media negative Folgen für die mentale Gesundheit Jugendlicher haben könnten, darunter etwa Veränderungen des Selbstbilds, sozialer Vergleich, digitaler Stress, Anregung zu riskantem Verhalten oder sozialer Ausschluss. Es gibt jedoch eine Vielzahl weiterer, auch drastischerer möglicher Risiken sozialer Medien, etwa Cybermobbing oder Verschlechterung des Schlafs. Gleichzeitig hat die Forschung auch positive Seiten identifiziert, etwa soziale Unterstützung und ein Gefühl von Zugehörigkeit zu einer bestimmten (Online-)Community, was für die jugendliche Identitätsentwicklung sehr wichtig ist. Ob negative oder positive Seiten überwiegen, unterscheidet sich stark zwischen Nutzenden. So findet bspw. eine niederländische Studie einen ähnlich hohen Anteil an Jugendlichen, die überwiegend negative Folgen erleben und solcher, die überwiegend positive Folgen berichten. Für die meisten schien Social Media jedoch keine nennenswerten Folgen für das mentale Wohlbefinden zu haben (Beyens et al., 2021).

Wie können Nutzerinnen und Nutzer eine ausgewogene Nutzung sozialer Medien im Alltag fördern? Sollte man sich z. B. bewusst Social-Media-Auszeiten nehmen?

Es ist nach wie vor unklar, welche Aspekte des Nutzungsverhaltens für die von manchen Nutzenden erlebten negativen Folgen verantwortlich sind. Ob negative Folgen also bspw. vorwiegend von bestimmten Inhalten, Design-Elementen oder Nutzungsweisen ausgehen – oder von einer komplexen Kombination dieser Faktoren, die auch noch von Person zu Person unterschiedlich ausfällt (bspw. abhängig von Lebensphase, Persönlichkeit, Geschlecht). Entsprechend gibt es auch keine verlässliche, evidenzgestützte und allgemeingültige Empfehlung zur gesunden Social-Media-Nutzung.

Eine Social-Media-Auszeit (sog. „Digital Detox“) ist ein durchaus beliebter und weit verbreiteter Ansatz. Wenn Nutzende merken, dass ihnen etwas an ihrer Social-Media-Nutzung nicht gefällt, kann ein vorübergehender Verzicht oder eine Reduktion individuell durchaus sinnvoll sein, allein um ungewünschte Gewohnheiten zu durchbrechen und das eigene Verhalten zu reflektieren. Tatsächlich zeigen existierende Social Media Detox-Experimente jedoch keine einheitliche oder ausreichend starke Verbesserung der mentalen Gesundheit, die Studienlage ist unklar (vgl. die Meta-Analysen von [Burnell et al., 2025](#) und [Lemahieu et al., 2025](#)). Solche Detox-Experimente sind jedoch methodisch in ihrer Aussagekraft stark eingeschränkt ([Vanden Abeele et al., 2025](#)).

Was sind für Forschende Schwierigkeiten bei der Erforschung sozialer Medien, z. B. im Hinblick auf mentale Gesundheit oder Wohlbefinden?

Die größte Herausforderung ist der Zugang zu belastbaren Daten. Menschen sind nicht gut darin, sich genau an ihre Mediennutzung zu erinnern, bspw. den Umfang, Zeitpunkt oder die Häufigkeit der Social-Media-Nutzung am Smartphone, geschweige denn einzelne gesehene Inhalte. Daher sind Befragungsangaben zur Social-Media-Nutzung oft fehlerbehaftet. Die Forschung behilft sich mit diversen Alternativen, vor allem Methoden der digitalen Verhaltensbeobachtung. Das kann man sich in etwa so vorstellen wie die digitalen Spurdaten, die in „Screentime“- oder „Digital Well-Being“-Anwendungen von Smartphones verwendet werden, etwa wie lange ich in der letzten Woche Instagram verwendet habe. Jedoch können auch solche Daten Verzerrungen beinhalten. Zudem sind sie recht oberflächlich und verraten uns nichts über rezipierte Inhalte. Der wichtigste nächste Schritt ist es daher, Studien unter Einbindung der Daten von Social-Media-Plattformen durchzuführen. Dies sollte nach dem Digital Services Act (DSA) in der EU bald möglich sein, aber diese Forschung findet gerade erst statt und die Plattformen legen der unabhängigen Wissenschaft hier regelmäßig Steine in den Weg, etwa indem sie versuchen, solchen Datenzugang zu verhindern oder indem die Daten unvollständig sind.

Inwiefern können Regulierungsbehörden dazu beitragen, eine gesunde Social-Media-Nutzung zu fördern?

Grundsätzlich würde ich hinterfragen, ob staatliche Stellen vorgeben sollten, was eine „gesunde Nutzung“ ausmacht, insbesondere solange die empirische Forschung darauf keine belastbare Antwort geben kann. Um zumindest evidenzbasierte Empfehlungen geben zu können, ist es zunächst wichtig, den Datenzugang und die regelmäßige unabhängige Überprüfung von Plattform-Risiken auf Basis des DSAs sicherzustellen. Die EU ist hier global an der Spitze bei der Regulierung von Plattformen, aber diese Errungenschaft sehe ich bedroht. Die Technologiekonzerne versuchen derzeit, den DSA über politischen Druck und Lobbyarbeit aufzuweichen. Dem muss entschieden entgegen getreten werden, um die Folgen von Social Media für die mentale Gesundheit für junge Menschen belastbarer einschätzen und Gegenmaßnahmen entwickeln zu können. Regulierung im Blindflug halte ich jedoch für wenig zielführend.

Bereits jetzt gäbe es für Plattformen aber schon die Möglichkeit, Nutzenden mehr Autonomie zur Gestaltung ihrer Social-Media-Nutzung zu geben. So sollten Nutzende bspw. auf einfache Weise darüber entscheiden können, welche Inhalte sie angezeigt bekommen möchten und welche nicht. Auch mehr Transparenz über die Funktionsweise der Algorithmen und die Möglichkeit, selbst über die algorithmische Kuratierung von Inhalten entscheiden zu können, halte ich für sinnvoll. Inwieweit das Design der Plattformen so reguliert werden kann, dass sich die mentale Gesundheit der Nutzenden tatsächlich verbessert oder zumindest nicht in Gefahr gerät, untersuchen wir derzeit in einem Forschungsprojekt mit Partnern in fünf europäischen Ländern (PROMISE: <https://chanse.org/promise/>). Hier ist also noch viel zu tun.

III. FAZIT UND AUSBLICK

Fazit: Was wissen wir aus der aktuellen Forschung (noch) nicht?

Trotz zahlreicher Studien zu digitalen Plattformen und deren Einfluss auf das Wohlbefinden von Nutzenden bestehen erhebliche Forschungslücken: So zeigt sich, dass das Design digitaler Plattformen Nutzende dazu verleitet, diese mehr zu nutzen (*Studie 1*) – solche Wirkungen aber kontextabhängig sind. Die Effekte sozialer Medien auf mentale Gesundheit und individuelles Wohlbefinden unterscheiden sich je nach Nutzenden, Plattform oder Art der Nutzung. Solche Effekte sind häufig sehr schwach, teils gar widersprüchlich – auch aufgrund einer unzureichenden Datenlage, etwa bzgl. kausaler Effekte (*Studie 2–5*). Tendenziell zeigt sich jedoch, dass gerade Kinder und junge Erwachsene vulnerabler für negative Social-Media-Effekten sind (*Studie 2, 4*). Gleiches gilt für weibliche Nutzende, etwa im Hinblick auf die eigene Selbstwahrnehmung (*Studie 4*). Darüber hinaus variieren Effekte weltweit – wobei Social-Media-Nutzende in Deutschland eher negative Effekte auf ihr Wohlbefinden erwarten (*Studie 3*).

Die Forschung zu digitalen Auszeiten als Strategie zur Regulierung individuellen Wohlbefindens, etwa aufgrund wahrgenommener negativer Effekte, ist ebenfalls noch uneinheitlich (*Studie 5–6*). Spannend ist auch hier, dass Strategien für einen besseren Social-Media-Umgang individuell sind – beispielsweise nutzen junge Menschen eher technische Funktionen von z. B. Apps, um ihre Nutzung zu reduzieren.

Klar ist daher: Nicht nur Nutzende, sondern auch Plattformen und Medienregulierungen sollten einen verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien fördern und fördern. Ob pauschale Maßnahmen, etwa ein Verbot sozialer Medien, helfen, ist daher mindestens fraglich.

Ausblick

Auf Basis dieser Forschungsdesiderate – welche Aspekte könnte die Forschung, aber auch die Medienpraxis zukünftig adressieren?

Ausblick 1: Kontextsensitive Interventionen für Mediennutzung und digitale Auszeiten

Forschung und Praxis sollten gemeinsam Strategien entwickeln, die individuelle und situative Bedingungen der Mediennutzung stärker berücksichtigen. Gerade das Alter der Nutzenden scheint z. B. eine wichtige Rolle zu spielen. Dabei ist es wichtig, nicht allein auf Medienreduktionsstrategien zu setzen, sondern Kompetenzen zu vermitteln, die einen bewussten und gesundheitsförderlichen Umgang mit digitalen Medien ermöglichen. Dies umfasst personalisierte Empfehlungen z. B. für verantwortungsvolle Nutzung und digitale Auszeiten.

Ausblick 2: Regulierung manipulativer Designs auf Plattformen

Die Verantwortung für einen „gesunden“ Umgang mit digitalen Plattformen liegt auch bei den Betreibern dieser Plattformen. Manipulative Designs, die problematische Nutzung fördern, müssen identifiziert und sanktioniert werden. Entsprechende Regulierungsbemühungen gibt es aktuell, etwa auf Basis des DSAs: Beispielsweise hat TikTok zuletzt ein Reward-Programm eingestellt, mit dem Nutzende z. B. für den häufigen Konsum von Inhalten mit teils finanziellen Boni belohnt wurden.⁶

⁶ Spiegel (2024). [TikTok zieht umstrittenes Bonusprogramm zurück](#).

IV. FORSCHUNGSPROJEKTE

Online-Informationsnutzung von Senior:innen

Zentrale Fragestellung: **Wie informieren sich ältere Menschen über soziale Medien und Messenger und wie navigieren sie dabei zwischen Nutzen und Risiken?**

Das Forschungsprojekt untersucht, wie ältere Menschen soziale Medien und Messenger wie Facebook oder WhatsApp zur Informationssuche nutzen. Im Mittelpunkt dieser Forschung stehen Erfahrungen, Einschätzungen und der Umgang mit digitalen Informationsangeboten. Ziel ist es, besser zu verstehen, welche Rolle diese Plattformen im Alltag von Senior:innen spielen.

Projektteam: Ludwig-Maximilians-Universität München (Prof. Anna-Sophie Kümpel, Luise Anter, Martin Fischer)

PROMISE: Promoting Well-Being in Preteens, Adolescents, and Young Adults – Towards Improved Social Media Policies

Zentrale Fragestellung: **Wie können soziale Medien so gestaltet und reguliert werden, dass sie das Wohlbefinden von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen besser schützen und fördern?**

Das Projekt untersucht länderübergreifend, wie soziale Medien das Wohlbefinden von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen beeinflussen und wie man diesem Einfluss mit wirksamen politischen Maßnahmen begegnen kann. Ziel ist es, bestehende und geplante Regulierungen zu analysieren, gemeinsam mit jungen Menschen weiterzuentwickeln und in der Praxis zu testen. Dabei wird erforscht, welche Strategien für unterschiedliche Altersgruppen besonders hilfreich sind. Am Ende sollen konkrete, evidenzbasierte Empfehlungen entstehen, um soziale Medien gesünder und sicherer für junge Menschen zu gestalten.

Projektteam: Universität Zürich (Prof. Tobias Dienlin), Universität Tartu (Prof. Veronika Kalmus), Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (Prof. Adrian Meier), University of Cambridge (Dr. Amy Orben), University of Navarra (Prof. Charo Sadaba)

Impressum

Herausgeberin:

Landesanstalt für Medien NRW

Zollhof 2

40221 Düsseldorf

Tel: 0211 / 77 00 7- 0

E-Mail: info@medienanstalt-nrw.de

Direktor: Dr. Tobias Schmid

Projektleitung:

Dr. Meike Isenberg

(Leitung Intermediäre und Forschung)

Sabrina Nennstiel

(Leitung Kommunikation)

Realisierung:

Dr. Valerie Hase

Institut für Kommunikationswissenschaft
und Medienforschung (IfKW)

Ludwig-Maximilians-Universität München

Akademiestr. 7

80799 München

Projektleitung:

Dr. Valerie Hase

(IfKW LMU München)

Autor und Redaktion:

Philipp Knöpfle (M.Sc.)

Gestaltung:

Merten Durth (DISEGNO kommunikation)

Herausgegeben:

Oktober 2025

„FYI – der Forschungsmonitor der Landesanstalt für Medien NRW“ wird durch das Team von Dr. Valerie Hase vom Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München erarbeitet.

Ziel dieses Forschungsmonitors ist es, aktuelle Entwicklungen im Themenfeld digitale Informationsintermediäre und öffentliche Meinungsbildung so aufzubereiten, dass das Monitoring einen Überblick über neue wissenschaftliche Publikationen, den Stand aktueller Forschungsprojekte und kommende relevante Veranstaltungen im Themenfeld verschafft.

Philipp Knöpfle und Dr. Valerie Hase sind wissenschaftliche Mitarbeitende am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München. Sie arbeiten hier u. a. an Forschungsprojekten zu Forschungsethik, Open Science, digitalem Journalismus sowie automatisierten Methoden.