

Ostfalia Hochschule für angewandte
Wissenschaften, Fachhochschule
Braunschweig / Wolfenbüttel
Karl-Scharfenberg-Fakultät, Salzgitter
Studiengang Medienkommunikation



Wintersemester 2021/22

Bachelorarbeit zur Erlangung des Grades „Bachelor of Arts“

Erstprüferin: Frau Prof. Dr. Denise Sommer

Zweitprüferin: Frau Viktoria Karoline Heyer



Hinweis auf besondere Schreibweise

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Bachelorarbeit überwiegend die männliche Schreibweise bei Personenbezeichnungen sowie personenbezogenen Hauptwörtern verwendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die vorrangige Verwendung der männlichen Form geschlechtsunabhängig verstanden werden soll und keinesfalls eine Benachteiligung der anderen Geschlechter impliziert. Somit sind beispielsweise bei der Nennung von Befragten männliche, weibliche und nicht binäre Personen gemeint.

Abstract

In der heutigen Gesellschaft nehmen digitale Medien in vielen Bereichen des Alltags eine wichtige Rolle ein. Diese Entwicklung bietet unter anderem die Möglichkeit zur Optimierung und Vereinfachung von Kommunikationsprozessen, ist jedoch auch mit verschiedenen Risiken verbunden. Die vorliegende Bachelorarbeit setzt sich vor dem Hintergrund einer zunehmenden digitalen Mediennutzung mit den Gefahren eines problematischen Konsums virtueller Inhalte auseinander. Hierfür werden die grundlegenden Merkmale, Ursachen und gesundheitlichen Auswirkungen einer Mediensucht analysiert. Weiterhin wird das Konzept „Digital Detox“ als Möglichkeit, einen bewussteren Umgang mit digitalen Medien zu erlernen, in den Fokus gerückt. Im Mittelpunkt der Untersuchung steht dabei die Generation Z, da sie als besonders anfällig für eine exzessive Nutzung digitaler Medien gilt und folglich eine gute Grundlage bietet, um die Effektivität eines Digital Detox zu hinterfragen. Darüber hinaus ist die Altersgruppe sehr aktiv auf Social-Media unterwegs, sodass schwerpunktmäßig die Auswirkungen einer zeitweisen Unterbindung dieser Netzwerke untersucht werden kann.

Die der Bachelorarbeit zugrunde liegende, zentrale Forschungsfrage lautet: Welche Auswirkungen hat ein zeitweiser Digital Detox im Alltag für die Zielgruppe der Generation Z mit Schwerpunkt auf der Social-Media-Nutzung? Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurden acht Angehörige der Generation Z sowie zwei Experten, welche unterschiedliche Digital Detox Workshops durchführen, in qualitativen Leitfadeninterviews befragt.

Die Auswertung der Interviews ergibt, dass das Konzept viele positive Auswirkungen auf das individuelle Wohlbefinden der Teilnehmer haben kann und dazu beiträgt, ein besseres Bewusstsein über das individuelle Mediennutzungsverhalten zu entwickeln. Jedoch gehen mit einem Digital Detox auch negative Folgen, wie beispielsweise ein Informations- oder Kontaktverlust einher. Ebenfalls zeigt sich, dass es nach einem erfolgreichen Abschluss der Maßnahme zu einem Rückfall in vorherige Verhaltensmuster kommen kann. In zukünftigen empirischen Untersuchungen sollten die gewonnenen Erkenntnisse anhand von größeren Stichproben nachgewiesen und manifestiert werden. Des Weiteren sollten Zusammenhänge zwischen individuellen Nutzungsmotiven von Social-Media und Hindernissen bei der Durchführung eines Digital Detox detaillierter untersucht werden.

Stichwörter: Sucht – Mediensucht – Internetabhängigkeit – Social-Media-Sucht – Mediennutzungsforschung – Digital Detox – Generation Z – qualitative Leitfadeninterviews

Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1 Zielsetzung der Arbeit	2
1.2 Aufbau und Struktur der Arbeit.....	3
2. Betrachtung des Suchtbegriffs	4
2.1 Definition und Einordnung der Sucht	4
2.2 Ursachen einer Abhängigkeitserkrankung.....	8
2.2.1 Biochemische Grundlagen	8
2.2.2 Weitere Einflussfaktoren.....	10
2.3 Auswirkungen einer Sucht.....	12
3. Einordnung der Mediensucht	13
3.1 Definition internetbasierten Suchtverhaltens.....	14
3.1.1 Formen der internetbasierten Abhängigkeit.....	15
3.1.2 Diagnostik der internetbasierten Abhängigkeit.....	16
3.2 Erklärungsansätze für eine Mediensucht	17
3.2.1 Digitale Medien im Alltag und ihre Nutzungsmotive	18
3.2.2 Mediennutzungsverhalten und -motive der Generation Z.....	20
3.3 Auswirkungen einer Mediensucht	21
3.4 Behandlungsmöglichkeiten einer Mediensucht	22
4. Das Konzept Digital Detox	24
4.1 Definition und Beweggründe für Digital Detox	24
4.2 Funktionsweise und Formen von Digital Detox	25
4.3 Bisherige Forschungserkenntnisse	26
5. Methodik	28
5.1 Begründung der Forschungsmethode	28
5.2 Vorgehen beim Leitfadeninterview	30
5.3 Aufbau der Leitfäden.....	32
5.3.1 Leitfaden für Mitglieder der Generation Z.....	32
5.3.2 Leitfaden für Workshopleiter von Digital Detox Seminaren	34
5.4 Auswahl und Rekrutierung der Zielgruppe	35
5.5 Vorgehen bei der Auswertung.....	37
6. Empirische Auswertung und Interpretation	38
6.1 Auswertung des Social-Media-Nutzungsverhaltens.....	39
6.1.1 Social-Media-Aktivitäten	39

6.1.2 Nutzungsmotive und -situationen.....	41
6.1.3 Stellenwert und emotionale Wahrnehmung von Social-Media.....	44
6.2 Auswertung der Diagnose einer möglichen Mediensucht	46
6.2.1 Kriterien zur Einstufung einer problematischen Social-Media-Nutzung	46
6.2.2 Einstufung und Folgen der eigenen Social-Media-Nutzung	48
6.3 Wirksamkeit des Konzepts Digital Detox	50
6.3.1 Motive zur Durchführung eines Digital Detox.....	51
6.3.2 Hindernisse und Schwierigkeiten bei einem Digital Detox	52
6.3.3 Auswirkungen eines Digital Detox	54
7. Aufstellung von Hypothesen	57
8. Fazit und Reflektion	59
8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	59
8.2 Selbstreflexion und Kritik	61
8.3 Ausblick in weitere Forschung	63
Literatur	65
Anhang.....	72
Eidesstaatliche Erklärung	92

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Einordnung des Suchtbegriffs in internationale Klassifikationssysteme	7
Abbildung 2: Das Suchtdreieck.....	10
Abbildung 3: Nutzungsmotive digitaler Medien	19
Abbildung 4: Phasen des Leitfadeninterviews	30
Abbildung 5: Ausgewählte Interviewpartner	37
Abbildung 6: Häufigste Accounts auf Social-Media-Plattformen.....	39
Abbildung 7: Aktiv genutzte Social-Media-Plattformen.....	40
Abbildung 8: Nutzungsmotive der befragten Teilnehmer der Generation Z.....	42
Abbildung 9: Angebrachte und unangebrachte Situationen zur Social-Media-Nutzung	43
Abbildung 10: Kriterien einer problematischen Social-Media-Nutzung.....	47
Abbildung 11: Negative Folgen der Social-Media-Nutzung.....	50
Abbildung 12: Schwierigkeiten bei einem Digital Detox	53
Abbildung 13: Effekte durch einen Digital Detox.....	56

1. Einleitung

Nach langjähriger internationaler Entwicklungsarbeit soll nun die elfte Auflage der „International Classification of Diseases“ (kurz: ICD) am ersten Januar 2022 in Kraft treten (vgl. Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte, 2021). Die ICD stellt eines der gängigsten, weltweit anerkannten Klassifikationssysteme für medizinische Diagnosen dar (vgl. Haasen et al., 2010, S. 267) und ermöglicht der therapeutischen Praxis „systematic recording, reporting, analysis, interpretation and comparison of mortality and morbidity data“ (WHO, 2019, S. 1). Insbesondere für das Gesundheitswesen bildet die ICD einen zentralen Dreh- und Angelpunkt und ist folglich unverzichtbar für die Dokumentation und Kommunikation medizinischer Inhalte (vgl. Sievers, 2021, S. 2). Im Gegensatz zur Vorgängerversion zeichne sich die ICD-11 unter anderem durch einen erleichterten Zugang, eine intelligent unterstützte Code-Suche sowie eine einfachere Pflege und Erweiterung des Kataloges aus (vgl. ebd.). Weiterhin beinhaltet die ICD-11 aber auch neue, inhaltliche Kategorien: So wurde erstmals die „Gaming Disorder“ (dt.: Computerspielstörung) als offizielles Störungsbild aufgenommen und den Verhaltenssuchten bzw. substanzungebundenen Abhängigkeitserkrankungen zugeordnet (vgl. Müller & Wölfling, 2021, S. 209). Auch die „Gambling Disorder“ (dt.: Pathologisches Glücksspiel) findet sich in der Neuauflage unter den eigenständigen Störungen durch süchtiges Verhalten wieder (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 93). Da die ICD nicht nur als Grundlage für die Diagnostik, sondern auch für die Abrechnung medizinischer Behandlungen dient (vgl. Müller & Wölfling, 2021, S. 209), bildet diese Einordnung einen wichtigen Wendepunkt für die Praxis: Betroffene einer Gaming oder Gambling Disorder haben nicht nur einen leichteren Zugang zu Behandlungsmethoden, sondern können diese auch über ihre Krankenkasse abrechnen.

Es bleibt jedoch weiterhin die Frage offen, wie andere Formen der Sucht im Klassifikationssystem einzuordnen sind: So bemängeln beispielsweise Arnhold & Hoppe (2020, S. 27), dass sich in der Praxis auch „Internetsucht [...], Arbeitssucht, Kaufsucht und Sportsucht im klinischen Alltag als behandlungsrelevante Störungsbilder [...]“ erweisen, sich aber nicht in der offiziellen diagnostischen Forschung wiederfinden.

Vor dem aktuellen Hintergrund einer steigenden digitalen Mediennutzung (vgl. Beisch & Schäfer, 2020, S. 462) sollte gerade die Internet- bzw. Mediensucht nicht außer Acht gelassen werden. Ein exzessiver Medienkonsum kann bei den Betroffenen beispielsweise zu eingeschränkter Leistungsfähigkeit, sozialen Konflikten und psychischen Problemen, bis hin zu Depressionen und Suizid-Gedanken führen (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 91). Weiterhin gehen mit einem pathologischen Mediengebrauch ein Mangel an Selbstachtung und

Selbstvertrauen sowie eine schlechte emotionale Verfassung einher (vgl. Petersen et al., 2017, S. 75). Kennzeichnend für diesen problematischen Gebrauch sei für die Betroffenen insbesondere ein Kontrollverlust über die geplanten Nutzungszeiten sowie der Drang zur kontinuierlichen Steigerung der Nutzungsintensität (vgl. Rehbein & Zenses, 2013, S. 126). Infolge der Corona-Krise werden darüber hinaus soziale Kontakte zunehmend in die Medienwelt verschoben, wodurch eine steigende Mediennutzung ebenfalls begünstigt wird (vgl. Zank, 2020, S. 215).

Ein Teil der Betroffenen wird sich der negativen Folgen ihres exzessiven Medienkonsums mit der Zeit bewusst. Um der übermäßigen Nutzung entgegenzuwirken oder ihrer Entstehung vorzubeugen, greifen sie immer häufiger auf die Methode „Digital Detox“ zurück (vgl. Welledits et al., 2020, S. 22). Unter dieser Maßnahme ist ein zeitweiser Verzicht auf die Nutzung digitaler Medien zu verstehen (vgl. Schonert-Hirz, 2017, S. 800). Den Umfang dieser Auszeit können die Durchführenden selbstständig bestimmen. Entscheidend für ein besseres Wohlbefinden sei nämlich nicht die Dauer des Medienverzichts, sondern vielmehr eine bewusste Durchführung (vgl. Welledits et al., 2020, S. 26). Die zeitweise Abstinenz soll unter anderem als Möglichkeit aufgefasst werden, Stress zu reduzieren und sich wieder auf soziale Interaktionen im realen Leben zu fokussieren (vgl. ebd., S. 33).

1.1 Zielsetzung der Arbeit

Die vorliegende Bachelorarbeit soll sich vor dem Hintergrund einer zunehmenden digitalen Mediennutzung mit den wesentlichen Grundlagen einer „Mediensucht“ auseinandersetzen. Dabei wird auch die Schwierigkeit der einheitlichen Definitionsgrundlage thematisiert, da sich aktuell im öffentlichen Diskurs divergierende Begriffe zur Bezeichnung des Phänomens wiederfinden: „Das Spektrum reicht von allgemeinen Bezeichnungen wie Medien- oder Internetsucht bis hin zu sehr spezifischen Bezeichnungen wie der Onlinespielsucht oder Googlesucht“ (Evers-Wölk & Opielka, 2019, S. 8). Neben einer Erläuterung der grundlegenden Merkmale, werden weiterhin die Ursachen und gesundheitlichen Auswirkungen auf den Menschen in den Fokus gestellt: Nur so können wichtige Anhaltspunkte für erste Präventionsmaßnahmen sowie ein Bewusstsein für negative Folgen im privaten sowie öffentlichen Leben geschaffen werden. Als mögliche Gegenmaßnahme zum exzessiven Medienkonsum wird das erwähnte Konzept „Digital Detox“ im Detail erläutert. Die Methode erfährt in der Öffentlichkeit aktuell einen starken Zuspruch: So zeigt beispielsweise die Postbank Digitalstudie 2021, dass fast jeder Dritte der unter 40-Jährigen, seine Internetnutzung durch einen Digital Detox in Zukunft einschränken wolle. Dabei würden vor allem die sozialen Netzwerke ins Visier fallen. „Fast die Hälfte der unter 40-

Jährigen und ein Drittel der über 40-Jährigen wollen sich in Zukunft seltener auf ihren Social-Media-Accounts einloggen“ (ebd.).

Um die genauen Auswirkungen eines zeitweisen digitalen Medienverzichts herauszustellen, sollen in der vorliegenden Arbeit schwerpunktmäßig Mitglieder der Generation Z mit Hilfe von qualitativen Leitfadenterviews befragt werden. Sie gelten als besonders anfällig für eine exzessive oder problematische Nutzung von digitalen Medien (vgl. Hillemacher & Rumpf, 2019, S. 16) und bieten folglich eine gute Grundlage, um die Effektivität eines Digital Detox zu überprüfen. Da sie zudem meist Mitglied eines oder mehrerer sozialer Netzwerke sind und viel Zeit auf digitalen Plattformen wie Facebook, Instagram, Twitter und TikTok verbringen (vgl. Yadav & Rai, 2017, S. 111), können bei der Befragung insbesondere die Auswirkungen eines zeitweisen Social-Media-Verzichts untersucht werden. Dafür ist es unerheblich, ob die Befragten bereits die Methode Digital Detox angewandt haben, da auch Unterschiede zwischen Anwendern und Nichtanwendern untersucht werden können. Um weiterhin ein besseres Verständnis für die Auswirkungen eines zeitweisen Digital Detox zu erhalten, werden zusätzlich Experten befragt, welche die Anwendung der Methode und die Durchführung von Maßnahmen bei Mitgliedern der Generation Z unterstützend begleitet haben. Dadurch wird unter Hinzunahme der Metaperspektive ein ganzheitliches Bild erzeugt.

Die zentrale Forschungsfrage, die der Arbeit zugrunde liegt, lautet demzufolge: „Welche Auswirkungen hat ein zeitweiser Digital Detox im Alltag für die Zielgruppe der Generation Z mit Schwerpunkt auf der Social-Media-Nutzung?“

1.2 Aufbau und Struktur der Arbeit

Die vorliegende Bachelorarbeit teilt sich in mehrere Schwerpunkte auf: Nach der Einleitung, welche die wesentliche Problematik sowie Relevanz des Themas skizziert und einen Einblick in das konkrete Forschungsziel gibt, folgt die Aufarbeitung des theoretischen Hintergrunds. Im Kapitel 2 wird dabei zunächst der zentrale Begriff „Sucht“ erläutert. Dies schließt sowohl die Definition, die Entstehung als auch die verschiedenen Merkmale sowie Auswirkungen einer Sucht mit ein. Hierauf aufbauend fokussiert sich das Kapitel 3 auf die Medien- bzw. Internetsucht und stellt die besonderen Spezifika dieser digitalen Suchtform heraus. Dabei wird auch auf den Stellenwert der digitalen Medien in der Gesellschaft eingegangen, um ein Bewusstsein für ihre allgegenwärtige Präsenz zu schaffen. Im Hinblick auf die Forschungsfrage wird außerdem das Mediennutzungsverhalten der Generation Z erörtert, um herauszufinden, welchen Einfluss die digitalen Medien auf ihren Alltag ausüben. Zusätzlich werden verschiedene Behandlungsmöglichkeiten einer bestehenden Mediensucht skizziert,

um anschließend im Kapitel 4 die Trendbewegung Digital Detox in Form einer Selbsthilfemaßnahme zur möglichen Vermeidung oder Abmilderung einer Mediensucht zu erläutern. Dabei wird sowohl die Funktionsweise der Maßnahme anhand verschiedener Beispiele als auch der bisherige Forschungsstand dargestellt. Im Kapitel 5 folgt schließlich der methodische Schwerpunkt der Arbeit. Hier wird zum einen die Wahl der qualitativen Befragung mithilfe von Leitfadeninterviews begründet. Zum anderen werden auch die gewählte Zielgruppe, dessen Rekrutierung sowie das Layout der Leitfäden thematisiert und erläutert. Die aus der Befragung gewonnenen Ergebnisse werden im Kapitel 6 anschließend präsentiert und unter Rückblick zur Theorie interpretiert. Im Kapitel 7 folgt eine Aufstellung von Hypothesen, welche Grundlage für zukünftige empirische Forschungen sein können. Ein abschließendes Fazit im Kapitel 8 fasst die wesentlichen Erkenntnisse der Arbeit im Hinblick auf die Forschungsfrage zusammen. Hier findet auch eine selbstreflektierende Bewertung des ganzheitlichen Vorgehens sowie ein Ausblick auf weiterführende Forschungsmöglichkeiten statt.

2. Betrachtung des Suchtbegriffs

Egal ob sie im Rausch orientierungslos durch die Gegend laufen oder nicht mehr zurechnungsfähig in einer Ecke liegen: Drogensüchtige, die dem klassischen Klischee entsprechen, sind auffällig und stechen aus der Masse hervor (vgl. Bergmann & Hüther, 2013, S. 41). Dies hängt unter anderem mit der Gewöhnung des Stoffwechsels an die regelmäßige und überhöhte Zufuhr von Substanzen, wie z.B. Alkohol oder Psychopharmaka zusammen (vgl. Voigtel, 2015, S. 11). Weitere negative Auswirkungen, wie z.B. ein erhöhtes Stressempfinden können aber auch durch schädliche Verhaltensmuster, wie häufiges Glücksspiel hervorgerufen werden (vgl. Arnhold & Hoppe, 2020, S. 11). Um darzustellen, wie es zu derart physischen sowie psychischen Folgen kommen kann, werden im folgenden Kapitel der Begriff, die Entstehung und die Auswirkungen einer Sucht ausführlich erläutert.

2.1 Definition und Einordnung der Sucht

Der Ausdruck „Sucht“ leitet sich von dem altdeutschen Wort „siech“ ab, welches im 16. Jahrhundert als Bezeichnung für jede körperliche Krankheit, die nicht durch Unfälle oder Verletzungen entstanden ist, verwendet wurde (vgl. Tretter, 2017, S. 2). In der germanischen Vorzeit beschrieb das „Siechtum“ darüber hinaus einen Zustand, bei dem die Lebenskraft kranker Menschen von bösen Geistern ausgesaugt werden würde (vgl. Wulff, 1997, S. 5). Folglich fasste der Suchtbegriff einst abstrakte und nicht seh- oder greifbare Krankheiten zusammen.

Im 19. Jahrhundert hingegen bezeichnete der Suchtbegriff Personen, welche sich durch eine monotone Verhaltensweise auszeichneten und ihr Denken und Handeln nahezu krankhaft auf ein Ziel versteiften. Zu dieser Zeit wurde auch erstmals die „Trunksucht“ von Medizinern untersucht und als Krankheit diagnostiziert. Im weiteren Verlauf setzte sich der Suchtbegriff als Fachterminus für Substanzabhängigkeiten durch. (vgl. Haasen et al., 2010, S. 267)

Mittlerweile ist das Phänomen der Suchterkrankung weitergehender erforscht, sodass unterschiedliche Merkmale sowie Charakteristika herausgestellt werden können, welche im Folgenden näher erläutert werden:

Grundlegend wird zwischen stoffgebundenen und stoffungebundenen Süchten unterschieden, wobei letztere auch als Verhaltenssüchte bezeichnet werden (vgl. Tretter, 2017, S. 10). Während die stoffgebundenen Süchte als Abhängigkeit zu psychoaktiven Substanzen wie beispielsweise Alkohol oder Medikamenten zu verstehen sind (vgl. Haasen & Koch, 2010, S. 265), ist es bei Verhaltenssüchten schwieriger, eine klare Definition zu finden. So können grundsätzlich normale, unproblematische und gesellschaftlich akzeptierte Verhaltensweisen bzw. Aktivitäten Gegenstand einer Verhaltenssucht werden (vgl. Arnhold & Hoppe, 2020, S. 15). Entscheidend für die Entwicklung hin zu einer negativen Abhängigkeit muss diese betrachtete Verhaltensweise jedoch so viel Zeit in Anspruch nehmen, dass soziale oder berufliche Interessen eines Menschen verdrängt werden und dadurch Probleme im Hinblick auf die finanzielle oder familiäre Situation der Betroffenen entstehen (vgl. ebd., S. 36). Beispiele einer Verhaltenssucht bilden unter anderem die Spiel-, Kauf- oder Sexsucht (vgl. Haasen & Koch, 2010, S. 265).

In der Forschung wurde der Suchtbegriff eine lange Zeit nur auf substanzbezogene Süchte beschränkt (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 91). Inzwischen ist jedoch durch verschiedene Untersuchungen bestätigt worden, dass Menschen, die an Verhaltenssüchten leiden, zu den stoffgebundenen Süchten vergleichbare Beeinträchtigungen in ihrem Alltag aufweisen (vgl. Arnhold & Hoppe, 2020, S. 11). Der einzige wesentliche Unterschied bestehe darin, dass bei den Verhaltenssüchten keine Substanzen von außen zugeführt bzw. eingenommen werden (vgl. Haasen et al., 2010, S. 268).

Als zentrales Merkmal beider Suchtarten lässt sich eine intensive Bindung einer Person gegenüber einem Objekt oder einem Verhalten festmachen (vgl. Tretter, 2017, S. 18), welche in Ausmaß sowie Intensität nicht mehr kontrolliert werden kann und von einem Handlungsdrang geprägt ist, dem Substanzkonsum oder der Aktivität trotz negativer

Konsequenzen immer weiter nachzugehen (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 91). Dieser Drang wird in der Fachliteratur auch als „Craving“ bezeichnet und dient unter anderem der Vermeidung unangenehmer Emotionen und Entzugssymptomen bei den Betroffenen (vgl. Brand & Laier, 2013, S. 148). Die negativen Konsequenzen einer Sucht können sich dabei in einer Veränderung des Verhaltens, Erlebens, der Lebensgewohnheiten und der Persönlichkeit widerspiegeln (vgl. Haasen & Koch, 2010, S. 256). Das eigenständige Erkennen dieser teils weitreichenden Auswirkungen ist für die Betroffenen oftmals schwer und wird bei Konfrontationen häufig abgewehrt (vgl. Tretter, 2017, S. 18).

Die Weltgesundheitsorganisation (kurz: WHO) definierte den Begriff der Sucht erstmals im Jahr 1957 (vgl. Niekrens, 2016, S. 33). Sucht sei hierbei als „state of periodic or chronic intoxication produced by the repeated consumption of a drug natural or synthetic“ (WHO, 1957, S. 9), zu klassifizieren. Diese erste Definition der WHO schloss folglich nur die bereits erläuterte Art der stoffgebundenen Süchte mit ein. 1964 wurde der Ausdruck „Sucht“ durch den Begriff der „Abhängigkeit“ ersetzt, da ersteres auch Namensbestandteil anderer Krankheitsbilder, wie z.B. der Gelbsucht ist und damit eine Mehrdeutigkeit vermieden wird (vgl. Schmidt & Rist, 2006, S. 298). Seitdem werden verschiedene Formen der Abhängigkeit in der ICD, die von der WHO offiziell herausgebracht wird, unterschieden. So lassen sich in der aktuellen Ausgabe der ICD-10 die Begriffe „Missbrauch“ bzw. „schädlicher Gebrauch“ als bedenkliches, und „Abhängigkeit“ als schweres Suchtproblem voneinander abgrenzen (vgl. Tretter, 2017, S. 6).

Ein „Missbrauch“ oder „schädlicher Gebrauch“ sei der Definition nach durch einen Substanzkonsum zu unpassenden Gelegenheiten bis hin zum Rausch, zur Besserung einer gestörten seelischen Befindlichkeit und einen langfristig übermäßigen Konsum gekennzeichnet (vgl. ebd., S. 6f.).

Kennzeichnend für den Begriff der „Abhängigkeit“ sei hingegen das Verlangen nach dem Suchtmittel sowie eine eingeschränkte Kontrolle über das Suchtverhalten, welches trotz negativer Konsequenzen fortgesetzt werde (vgl. Haasen et al., 2010, S. 267). Die Bezeichnung findet sich auch in der vierten Revision der „Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders“ (kurz: DSM) der American Psychiatric Association (kurz: APA) wieder, einem weiteren einflussreichen Klassifikationssystem für medizinische Diagnosen. In der DSM-4 wird dabei übergreifend die Begrifflichkeit „Substance-Related-Disorders“ (vgl. APA, 1994, S. 175ff.) verwendet, während in der ICD-10 konkret der Ausdruck „Abhängigkeitssyndrom“ zum Tragen kommt (vgl. Bundesinstitut für Arzneimittel und

Medikamente, 2021). Auch hier ist in beiden Versionen im Sprachgebrauch folglich nur von stoffgebundenen Süchten die Rede.

Die Verhaltenssüchte bzw. stoffungebundenen Süchte wurden erst 2013 mit der Einführung des Kapitels „Substance-Related and Addictive Disorders“ in der DSM-5 als offizielle Störung anerkannt und in die Diagnostik der APA aufgenommen (vgl. APA, 2013, S. 1). Als Grund für diese späte Einordnung gilt die immer noch anhaltende Unsicherheit der Wissenschaftler über die genaue Einordnung der „Addictive-Disorders“. Bis heute sei nicht abschließend geklärt, wie sich Verhaltenssüchte von Zwangsstörungen, Essstörungen, Impulskontrollstörungen oder Tics hinreichend abgrenzen lassen (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 91). Eine weitere Unsicherheit spiegelt sich bei der empirischen Forschungslage wider, da die Erkenntnisse zu den substanzgebundenen Süchten durch eine deutlich höhere Dichte an Studien und Forschungsergebnissen untermauert sind als die stoffungebundenen Abhängigkeitserkrankungen (vgl. Müller et al., 2018, S. 5ff.).

Mit der Neuauflage der ICD-11 ab dem ersten Januar 2022 sollen die Verhaltenssüchte nun ebenfalls eine formale Relevanz erhalten. So wurden, wie bereits in Kapitel 1 geschildert, die „Gaming Disorder“ sowie die „Gambling Disorder“ als erste stoffungebundene Süchte klassifiziert.

Die vorliegende Tabelle (vgl. Abb. 1) stellt die terminierte Entwicklung der Forschung im Hinblick auf die Aufnahme und Akzeptanz der substanzungebundenen Süchte in die Klassifikationssysteme der WHO und der APA dar. Zusätzlich sind die allgemeinen Kriterien zur Diagnose einer Sucht bzw. Abhängigkeit aufgelistet, wobei je nach Klassifikationssystem eine unterschiedliche Anzahl an Merkmalen erfüllt sein muss.

Einordnung des Suchtbegriffs in internationale Klassifikationssysteme				
	ICD-10 (1993)	DSM-4 (1994)	DSM-5 (2013)	ICD-11 (2022)
Oberbegriff der stoffgebundenen Süchte	„Mental and behavioural disorders due to psychoactive substance use“	„Substance-Related-Disorders“	„ Substance-Related and Addictive Disorders “	„Disorders due to substance use“
Oberbegriff der stoffungebundenen Süchte	nicht vorhanden → Einordnung unter Impulskontrollstörungen	nicht vorhanden	„ Substance-Related and Addictive Disorders “	„Disorders due to addictive behaviours“

Allgemeine Kriterien für eine Sucht bzw. Abhängigkeit	1. anhaltender Konsumwunsch 2. langzeitiger Substanzkonsum in immer größer werdenden Mengen 3. Entzugssymptome 4. Toleranzentwicklung 5. Einschränkung anderer Aktivitäten 6. Konsum trotz erkennbarer schädlicher Folgen	1. unwiderstehlicher Zwang (Craving) 2. verminderte Kontrollfähigkeit 3. Toleranzentwicklung 4. Entzugssymptome 5. zunehmende Vernachlässigung anderer Aktivitäten 6. Konsum trotz schädlicher Folgen	1. Vernachlässigung von Verpflichtungen 2. Konsum trotz körperlicher Gefährdungen 3. Konsum trotz sozialer Probleme 4. Toleranzentwicklung 5. Entzugssymptome 6. Konsum in immer größeren Mengen 7. Kontrollverlust 8. hoher Zeitaufwand für Beschaffung und Konsum 9. Einschränkung von wichtigen Aktivitäten 10. Konsum trotz schädlicher Folgen 11. starkes Verlangen	1. Beeinträchtigte Kontrolle über den Konsum 2. Toleranzentwicklung, Entzugerscheinungen sowie wiederholter Konsum 3. Konsum wird fortschreitend zur Priorität im Leben
--	--	--	--	---

Abb. 1: Einordnung des Suchtbegriffs in internationale Klassifikationssysteme

Quelle: eigene Darstellung orientiert an WHO & APA

Die Betrachtung der Klassifikationssysteme ist gerade deshalb so wichtig, weil sie sowohl für Forscher als auch für Mediziner ein einheitliches Vokabular bereitstellen, wodurch eindeutige medizinische Diagnosen erst möglich gemacht werden können.

2.2 Ursachen einer Abhängigkeitserkrankung

Das Gefühl des Ungenügens ist einer der wesentlichen Auslöser, die zur Entstehung und Aufrechterhaltung einer Sucht beitragen (vgl. Bergmann & Hüther, 2013, S. 80). Egal ob es sich um den Alkoholiker handelt, der zur Flasche greift oder um den Glücksspieler, der ins Casino geht: Beide verfolgen das Ziel mit ihrem Konsum bzw. ihrem Verhalten etwas Unlustminderndes zu relativieren oder etwas Lustvolles zu stärken. Auf Basis ihrer gesammelten Erfahrungen und erlebten Gefühle wird schließlich dem Substanzgebrauch bzw. der Aktivität weniger oder intensiver nachgegangen (vgl. Arnhold & Hoppe, 2020, S. 42f.), was im Einzelfall zu einer starken Abhängigkeit sowie damit einhergehenden negativen Beeinträchtigungen im Leben führen kann.

Welche biochemischen Prozesse dabei genau im Gehirn ablaufen und welche weiteren Einflussfaktoren zur Entstehung einer Sucht beitragen, soll im Folgenden näher skizziert werden.

2.2.1 Biochemische Grundlagen

Bei einem Blick in die klinisch-biologische Suchtforschung fällt auf, dass es sehr vielfältige Ansätze gibt, um die Entwicklung einer Abhängigkeitserkrankung zu erklären. Sie bewegen sich auf unterschiedlichen Analyseebenen, angefangen von molekularen

Stoffzusammensetzungen bis hin zu kognitiven Neurowissenschaften (vgl. Yalachkov et al., 2012, S. 1). Ein gemeinsamer definitiver Ausgangspunkt der Ansätze bildet jedoch das Vorhandensein eines menschlichen Bedürfnisses (vgl. Weber, 2011, S. 87).

Bedürfnisse entstehen in der Regel aus einem Mangel erleben und bilden die Grundlage menschlichen Handelns, um diesen Mangel auszugleichen (vgl. Bardmann, 2019, S. 250). Bezieht man sich auf die vorangegangenen Fälle aus Kapitel 2.2 soll durch das Konsumieren von Alkohol z.B. das Bedürfnis nach Entspannung oder durch das ausgeübte Glücksspiel im Casino das Bedürfnis nach Risikoerleben befriedigt werden. Bei der jeweiligen Tätigkeit wird das sogenannte „Belohnungssystem“ im Gehirn mit den Ankerpunkten Nucleus accumbens, Amygdala und Hippocampus stimuliert, was zur Ausschüttung des Neurotransmitters Dopamin führt (vgl. Arnhold & Hoppe, 2020, S. 41). Diese Ausschüttung trägt wiederum dazu bei, dass der Mensch in eine positive Stimmung versetzt wird und Gefühle wie Freude oder Euphorie entstehen (vgl. ebd.). Der Botenstoff Dopamin wird allerdings nicht nur bei einem bestimmten Substanz-Konsum oder einer ausgeübten Verhaltensweise aktiviert. Durch Konditionierungsprozesse kann es allein schon durch die Vorfriede auf eine künftige Handlung oder bei der Konfrontation mit bestimmten Stimuli, wie beispielsweise dem Anblick einer Bar, zu einer erhöhten Ausschüttung von Dopamin kommen (vgl. Bruhn, 2014, S. 928). In Konsequenz führen die positiv erlebten Gefühle zu einem „Reizlernen“ bzw. einer erneuten Annäherung an Handlungen, die genau diese Gefühle wieder auslösen sollen (vgl. Kaczynski, 2014, S. 179). Mit der Zeit gewöhnt sich das Belohnungssystem jedoch an den regelmäßigen Kreislauf aus Bedürfnis und Bedürfnisbefriedigung. Um der Toleranz entgegenzuwirken, sind folglich immer höhere „Dosen“ für denselben positiven Effekt notwendig (vgl. Arnhold & Hoppe, 2020, S. 42), sodass ein unkontrollierter Wunsch nach dem jeweiligen Suchtmittel entsteht. Aus der anfänglichen Motivation der Entspannung beim Alkoholkonsum oder dem Risikoerleben beim Glücksspiel wird folglich ein Zwang: Ohne das Zuführen des individuellen Suchtmittels bzw. bei einer zeitweisen Abstinenz zeigt der Betroffene oft negative körperliche Reaktionen wie Antriebslosigkeit, Ängstlichkeit oder Unruhezustände (vgl. Weber, 2011, S. 87).

Generell sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass das menschliche Belohnungssystem bei jedem Individuum unterschiedlich angesprochen wird und damit teils unterschiedliche biochemische Prozesse im Gehirn ablaufen. So beeinflussen beispielsweise „genetische und epigenetische Prozesse, prä-, peri- und postnatale psychische und physische Einflüsse sowie Stress“ (Arnhold & Hoppe, 2020, S. 43) die Aktivierung des Belohnungssystems. Folglich kann für manche Personen ein erhöhtes Risiko einer Suchtentwicklung bestehen.

Insgesamt tragen mehrere neuronale Systeme im Laufe der Abhängigkeit zur Initiierung des Konsums bei bzw. werden von regelmäßiger Einnahme der Substanz pathologisch verändert (vgl. Yalachkov et al., 2012, S. 1).

2.2.2 Weitere Einflussfaktoren

Bei der Entstehung und Aufrechterhaltung einer Sucht spielen neben biochemischen Prozessen auch andere Faktoren wie beispielsweise Alter, Geschlecht, Persönlichkeitsmerkmale oder Umweltfaktoren eine Rolle (vgl. Welledits et al., 2020, S. 9). Weiterhin nehmen die aktuelle Situation sowie die emotionale Stabilität des Betroffenen Einfluss auf die Häufigkeit und Intensität eines erneuten Verlangens nach dem Suchtmittel (vgl. Birbaumer & Schmidt, 2013, S. 647). Ebenfalls üben die Merkmale und die Wirkungsform des Suchtmittels selbst einen individuellen Einfluss auf den Menschen aus (vgl. Tretter, 2017, S. 52). Das Zusammenspiel zwischen den Bezugsgrößen Mensch, Umwelt und Suchtmittel findet sich in der Literatur häufig als „Suchtdreieck“ wieder:

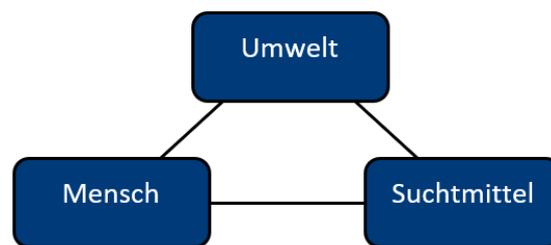


Abb. 2: Das Suchtdreieck

Quelle: eigene Darstellung orientiert an Kielholz & Ladewig, 1972, S. 23

Um ein umfangreiches Gesamtbild zu schaffen, sollen im Folgenden individuelle sowie soziokulturelle Faktoren skizziert werden, die zur Bildung einer Abhängigkeitserkrankung beitragen. Dadurch wird gleichzeitig ein grober Einblick in Erklärungsansätze auf der Mikro-, Meso- und Makroebene geliefert. Das für die Forschungsarbeit zugrunde liegende „Suchtmittel“ wird in den Kapiteln 3.1 und 3.2 näher erläutert.

Auf der Mikroebene kommen die individuellen Faktoren, die in der Person selbst liegen, zum Tragen. Dies sind zum einen bereits genannte Elemente, wie Geschlecht oder Alter, zum anderen aber auch genetische Veranlagungen. So wird in der Suchtforschung bestätigt, dass bei manchen Menschen aufgrund einer gentechnischen Prädisposition eine verringerte Empfindlichkeit gegenüber Substanzen, wie beispielsweise Alkohol vorliegt (vgl. Franke, 2003, S. 161f.). Speziell im jungen Alter, bedingt durch pubertäre Einflüsse, haben Menschen

darüber hinaus ein Verlangen, sich von ihrem originären Umfeld abzugrenzen und unabhängig zu werden (vgl. Brisch, 2019, S. 122). Zu diesem Prozess gehöre auch das Austesten von Möglichkeiten, welche über die gewohnten Grenzen hinaus gehen. In diesem Zuge komme es oft zum ersten Kontakt mit verschiedenen Suchtmitteln oder dem Aneignen und Wiederholen problematischer Verhaltensweisen, welche in eine Abhängigkeit münden können (vgl. ebd.). Des Weiteren zeigt sich eine Korrelation zwischen individuellen Persönlichkeitsstörungen und Abhängigkeitserkrankungen. Dieses parallele Auftreten mehrerer Störungen wird auch als Komorbidität bezeichnet (vgl. Petersen et al., 2017, S. 59). Studien zufolge lassen sich bei Suchtkranken beispielsweise Erkrankungen wie Schizophrenie, Paranoia oder das Borderline-Syndrom wiederfinden (vgl. Hasin et al., 2011, S. 1160). Diese Übereinstimmung zeigt die Bedeutung „of these personality disorders in understanding the course of SUD [substance - use - disorder]“ (ebd., S. 1158).

Neben den individuellen soziodemografischen, genetischen und persönlichen Merkmalen des Betroffenen, nimmt auf der Mesoebene das unmittelbare Umfeld eine wichtige Position ein. Dazu zählen insbesondere die Familie, Freunde und Bekannte, welche als Bezugspersonen für die Entstehung von Suchtproblematiken verantwortlich sein können. Hier wird auch von dem Phänomen der Co-Abhängigkeit gesprochen: Jeder Mensch, der Bezug zu einem Suchtkranken, beispielsweise innerhalb der Familie hat, leide unter der Gefahr, hierdurch ebenfalls abhängig zu werden (vgl. Flassbeck, 2011, S. 32). Darüber hinaus agiere das direkte Umfeld als Verstärker bzw. Stabilisierer einer bestehenden Abhängigkeitserkrankung und stelle damit einen Risikofaktor dar (vgl. Tretter, 2017, S. 147). Umgekehrt wirken stabile Familienverhältnisse, zufriedenstellende Arbeits- und Wohnbedingungen und eine solide Freizeitgestaltung als Schutzfaktoren, die der Entstehung einer Abhängigkeitsproblematik vorbeugen können (vgl. ebd., S. 57).

Auf der Makroebene lassen sich hingegen gesellschaftliche, politische und rechtliche Einflussfaktoren einordnen. Hierunter fallen Themen, wie beispielsweise Inklusion oder soziale Teilhabe: Durch weitreichende Teilhabemöglichkeiten am gesellschaftlichen Zusammenleben wird der Entstehung von Suchterkrankungen vorgebeugt, da in der Gemeinschaft Werte wie Geborgenheit und Sicherheit gegeben sind. Ohne Teilhabemöglichkeiten bestünde die Gefahr, dass der Mensch versucht, diese Geborgenheit und weitere positive Gefühle durch den Konsum von Substanzen oder das Flüchten in schädliche Verhaltensmuster zu erreichen (vgl. Liel, 2019, S. 71). Auch die Qualität der Drogenpolitik, welche beispielsweise in Form von Sanktionen und Beratungsangeboten Einfluss nimmt, kann eine Abhängigkeit je nach Ausgestaltung positiv oder negativ

beeinflussen (vgl. Schmidt & Hurrelmann, 2000, S. 19). Es sei jedoch zu bedenken, dass solche übergeordneten Faktoren einen eher schwächeren Einfluss auf die Entstehung einer Sucht ausüben als solche der Mikro- und Mesoebene. Sie erschweren oder erleichtern lediglich den Zugang zu Abhängigkeitsentwicklungen als sogenannte weiche Wirkgrößen (vgl. Tretter, 2017, S. 153).

Die Entwicklung einer Sucht lässt sich zusammenfassend als mehrdimensionales Geschehen beschreiben, welches sowohl individuelle, soziale als auch gesellschaftliche Faktoren mit einbezieht (vgl. Mücken, 2012, S. 234). Eine erfolgreiche Therapie und Prävention baut demzufolge auf verschiedenen Bereichen und Ebenen des Betroffenen und seiner Umwelt auf.

2.3 Auswirkungen einer Sucht

So vielfältig wie die Ursachen einer Abhängigkeitserkrankung sind, äußern sich auch ihre Folgen. Grundsätzlich wirkt sich eine Sucht sowohl auf das psychische als auch auf das physische Befinden des Betroffenen aus. In psychischer Hinsicht kommt es aufgrund eines Kontrollverlustes zu einem zwanghaften Verlangen dem schädlichen Verhalten oder Konsum immer häufiger oder intensiver nachzugehen (siehe Kapitel 2.1). Kann diesem sogenannten Craving nicht nachgegeben werden, treten Symptome wie z.B. Unwohlsein, Nervosität, Aggressivität oder Stimmungsschwankungen auf (vgl. Lindenmeyer, 2013, S. 22). Ebenfalls können sich Kopf- und Gliederschmerzen, Haltungsschäden oder Schlafstörungen im Alltag entwickeln (vgl. Müller & Wölfling, 2021, S. 211). Auf physischer Seite kommt es insbesondere bei stoffgebundenen Süchten zu Entzugserscheinungen, wie beispielsweise Übelkeit, Zittern oder Schweißausbrüchen (vgl. Bachmann & El-Akhras, 2014, S. 16). Weitere körperliche Schädigungen zeigen sich in Veränderungen des Herzkreislaufsystems durch vermehrtes Herzrasen oder Unruheerscheinungen und Konzentrationsstörungen (vgl. Graw, 2015, S. 699).

Neben diesen körperlichen und geistigen Beeinträchtigungen sind auch negative Folgen im sozialen Umfeld zu erkennen. Dazu zählen beispielsweise partnerschaftliche Probleme, Vernachlässigungen von Freunden oder eine eingeschränkte Leistungsfähigkeit im Beruf, welche mit einer Kündigung und damit finanziellen Belastungen einhergehen kann (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 91). Im Hinblick auf das persönliche und familiäre Umfeld besteht auch die in Kapitel 2.2.2 bereits beschriebene Gefahr der Co-Abhängigkeit für die Kontakt- und Bezugspersonen von Suchterkrankten. Aufgrund der vollständigen Konzentration auf das Suchtmittel zerbricht im Verlaufe der Abhängigkeit oft das soziale Gefüge. Folglich lassen

sich Vereinsamungstendenzen bzw. ein Rückzug aus dem Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis feststellen (vgl. Steinbüchel et al., 2018, S. 454).

Im schlimmsten Fall kann eine Sucht für den Tod des Betroffenen verantwortlich sein. Aus einem Bericht des Schweizer Bundesamtes für Gesundheit (BAG) geht beispielsweise hervor, dass im Jahr 2015 jeder siebte von ca. 67.500 Todesfällen in der Schweiz auf den Konsum von Nikotin zurückzuführen ist (vgl. BAG, 2015, S. 36). Für 1.600 weitere Todesfälle konnte ein Alkoholmissbrauch als Ursache festgestellt werden (vgl. ebd.). Durch andere Drogen seien ebenfalls ca. 120 Personen verstorben.

Um die vielfältigen und weitreichenden, persönlichen sowie gesellschaftlichen Gefahren süchtigen Verhaltens so gering wie möglich zu halten, sind von Seiten des Staates verschiedene Maßnahmen nötig. Zum einen gilt es Präventionsarbeit zu leisten, um den Konsum zu verhindern. Zum anderen müssen bestehende Suchtproblematiken behandelt und schließlich abgemildert werden.

3. Einordnung der Mediensucht

Bei Betrachtung der aktuellen Mediennutzung in Deutschland sind neue Entwicklungen und Veränderungen spürbar: Die ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie zeigt, dass die tägliche Nutzungsdauer des Internets in der Bevölkerung ab 14 Jahren von 13 Minuten im Jahr 2000 auf 190 Minuten im Jahr 2020 angestiegen ist (vgl. Egger et al., 2021, S. 288). Für diese hohen Nutzungszeiten dürfte zum einen die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Veränderungen im Alltag und der Freizeitgestaltung verantwortlich sein (vgl. ebd.). Zum anderen wird die Nutzung von digitalen Medien zunehmend als unverzichtbar wahrgenommen, „um den Alltag zu bewältigen, an der Gesellschaft teilzuhaben und verschiedene Rollen wahrnehmen zu können [...]“ (Süss, 2016, S. 43). Eine exzessive Mediennutzung kann jedoch auch suchtartig entgleisen und dem Betroffenen einen selbstbestimmten und ausgewogenen Umgang mit Medien erschweren (vgl. Rehbein & Zenses, 2013, S. 125). In der Forschung finden sich für dieses Phänomen unterschiedliche Begriffe wie beispielsweise Mediensucht, Internetsucht, pathologischer Internetgebrauch oder Medienabhängigkeit wieder (vgl. Evers-Wölk & Opielka, 2019, S. 41).

Die vorliegenden Kapitel setzen sich mit der Problematik dieses internetbasierten Suchtverhaltens auseinander und geben einen Einblick in die verschiedenen Arten der Abhängigkeit, wie beispielsweise der Social-Media-Sucht, sowie in die derzeitige Diagnostik. Weiterhin werden vor dem Hintergrund einer zunehmenden digitalen

Mediennutzung die vielfältigen Ursachen und Auswirkungen der Suchtform skizziert. Im Hinblick auf die Forschungsfrage wird außerdem auf das Mediennutzungsverhalten der Generation Z sowie ihre Motive zur Nutzung im Detail eingegangen.

3.1 Definition internetbasierten Suchtverhaltens

Die sprachliche Problematik einer eindeutigen Bezeichnung für internetbasiertes Suchtverhalten findet sich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene wieder (vgl. Petersen et al., 2017, S. 10). In der internationalen Forschung ist der Begriff „internet addiction“ derweilen der gebräuchlichste (vgl. ebd.). Historisch betrachtet, wurde dieser Ausdruck 1995 erstmalig von dem Psychiater Dr. Ivan Goldberg als scherzhafte Scheindiagnose erfunden (vgl. Dalal & Basu, 2016, S. 6). In Anlehnung an die diagnostischen substanzgebundenen Suchtkriterien der zu dieser Zeit geltenden DSM-4, publizierte er eine Liste mit Symptomen einer möglichen Internetsucht. Daraufhin erhielt er unerwartet viele Nachrichten „with people narrating their tales of woe of ‚remaining caught in the Net‘ and seeking help for their condition“ (ebd.). Seither haben viele Forscher das Phänomen aufgegriffen und wissenschaftlich untersucht. Als eine der bedeutendsten Forscherinnen der Internetabhängigkeit gilt dabei die amerikanische Psychologin Kimberly Young (vgl. Vukicevic & te Wildt, 2012, S. 101). Sie definiert die Abhängigkeit als ein nicht einheitlich beschriebenes, sondern ein in seinen Anwendungsbereichen diverses Phänomen, dessen wesentliches Kriterium für ein Abhängigkeitspotenzial in der Möglichkeit zur interaktiven Nutzung zu liegen scheine (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 20). Zur Erfassung der Internetabhängigkeit entwickelte sie einen Fragebogen, bestehend aus acht diagnostischen Kriterien, wie beispielsweise „feeling restless, moody, depressed, or irritable when attempting to cut down or stop Internet use“, „using the Internet as a way of escaping from problems or of relieving a dysphoric mood“ oder „staying online longer than originally intended“ (vgl. Net Addiction, 2021). Treffen mindestens fünf dieser Kriterien auf einen zu, sei von einer Internetabhängigkeit auszugehen (vgl. ebd.).

Die Betroffenen können bei einer Internetabhängigkeit sowohl ein süchtiges Verhalten zu den Objekten, wie beispielsweise dem Smartphone entwickeln, als auch zu den Inhalten bzw. Erfahrungen, die sie mit ihnen sammeln (vgl. Tretter, 2017, S. 13). Daher lassen sich einerseits deutliche Gemeinsamkeiten mit den klassischen, stoffgebundenen Suchterkrankungen wiederfinden, wie z.B. dem Kontrollverlust über den eigenen Konsum oder der zunehmenden Vernachlässigung anderer Lebensbereiche (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 19). Andererseits lässt sich die Internetabhängigkeit den Verhaltenssüchten zuordnen, da der Gebrauch des Internets vornehmlich als normales Nutzungsmuster

anzusehen ist, welches jedoch bei exzessivem Konsum in ein problematisches Verhältnis münden kann. In der wissenschaftlichen Literatur wird das Phänomen am häufigsten als Verhaltenssucht eingestuft (vgl. Evers-Wölk & Opielka, 2019, S. 9).

Während man epidemiologisch etwa fünf Prozent exzessive Nutzer des Internets schätzt, vermuten andere Autoren sogar eine Suchtgefährdung bei 10 bis 40 Prozent (vgl. Tretter, 2017, S. 32), wobei die Gruppe der Betroffenen insgesamt oft recht jung sei (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 12).

Kennzeichnend für eine problematische Internetabhängigkeit seien vor allem eine massive (gedankliche) Einengung auf die Mediennutzung sowie eine verminderte Kontrollfähigkeit bezüglich der Dauer und Intensität der Aktivität (vgl. Scholz, 2014, S. 43). Betroffene würden oftmals das Zeitgefühl verlieren und mehr Zeit als gewollt vor dem internetfähigen Objekt verbringen (vgl. Petersen et al., 2017, S. 74). Weiterhin ist, wie bei anderen Verhaltenssuchten, eine Toleranzentwicklung zu erkennen, welche mit einer kontinuierlichen Steigerung der Nutzungsintensität und einer Fortsetzung des Verhaltens trotz negativer sozialer sowie leistungsbezogener Konsequenzen einhergeht (vgl. Rehbein & Zenses, 2013, S. 126). Insgesamt lässt sich aber nicht nur die zeitintensive Art der Mediennutzung als problematisch einordnen: „Auch die Inhalte der Mediennutzung können als problematisch bewertet werden, wenn Angebote genutzt oder präferiert werden, die als entwicklungsbeeinträchtigend oder -gefährdend gelten“ (ebd., S. 125). Als Beispiel hierfür sind sexuelle oder gewaltverherrlichende Inhalte zu nennen.

3.1.1 Formen der internetbasierten Abhängigkeit

Alle pathologischen Nutzungsformen des Internets unter einem Begriff wie der „internet addiction“ zusammenzufassen, erscheint grundsätzlich sinnvoll, da das Internet als zentraler Dreh- und Angelpunkt internetbasierter Suchtformen gilt (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 24). Aufgrund der Unterschiedlichkeit separater Ausprägungen greift ein einzelner Begriff allerdings oft zu kurz, um die verschiedenen Ursachen der Mediennutzung oder Auswirkungen auf den Betroffenen zu erläutern (vgl. ebd.). Aus diesem Grund skizziert das vorliegende Kapitel verschiedene Arten der Internetsucht. Im Hinblick auf die Forschungsfrage wird dabei schwerpunktmäßig auf die Social-Media-Sucht eingegangen.

Zu den sozialen Medien gehören vor allem Netzwerke wie Facebook oder Instagram, aber auch Messenger-Dienste wie WhatsApp sowie unterschiedliche digitale Foren und Blogs (vgl. Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V. & Fachverband Medienabhängigkeit e.V.,

2020, S. 2). Sie bieten eine permanente Möglichkeit, mit anderen Menschen interaktiv in Kontakt zu treten und sich virtuell über alltägliche Aktivitäten auszutauschen (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 95). Wie bei anderen Verhaltensstörungen entsteht die Social-Media-Sucht ebenfalls durch einen „excessive use“, der in diesem Fall die o. g. sozialen Plattformen beinhaltet (vgl. Wegmann & Brand, 2016, S. 2). Weiterhin finden sich charakteristische Merkmale wie eine „diminished control over the use of social networks, increasing priority given to the use of social networks, and continuation of using social networks despite experiencing negative consequences“ (Brand et al., 2019, S. 5) wieder. Zusätzlich gehen mit einer Social-Media-Abhängigkeit oftmals ein niedriges Selbstwertgefühl, eine mangelnde Lebenszufriedenheit und Schlafstörungen einher (vgl. El-Khoury et al., 2021, S. 1).

Betroffene einer internetbasierten Sucht benennen Social-Media-Plattformen häufig als problematischste Form der Onlineangebote (vgl. Petersen et al., 2017, S. 60). Als weitere Formen internetbezogenen Suchverhaltens lassen sich u.a. die Kaufsucht, die Glücksspielsucht oder die Spielabhängigkeit beobachten. Kaufsucht beinhaltet dabei den wiederholten Erwerb verschiedenster Waren, ohne dass diese einen direkten Nutzen für den Käufer haben (vgl. Wölfling et al., 2011, S. 1). Bei der Glücksspielsucht steht hingegen die Erwartung hoher Gewinne verbunden mit intensiver Anspannung und einem Verlustrisiko im Vordergrund (vgl. Voigtel, 2015, S. 89). Die Computerspielsucht zeichnet sich wiederum durch eine verstärkte Hinwendung zum virtuellen Erleben sowie einer Abkehr von beruflichen, schulischen oder privaten Verpflichtungen aus (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 93).

3.1.2 Diagnostik der internetbasierten Abhängigkeit

Während Verhaltensstörungen wie die Gambling Disorder (dt.: Pathologisches Glücksspiel) mittlerweile einen Einklang in die internationale Diagnostik der DSM-5 und ICD-11 gefunden haben, lässt sich ein übergeordneter Begriff einer Internet- oder Mediensucht nicht als eigenständiges Abhängigkeitssyndrom wiederfinden. Da das Feld der internetbasierten Suchtformen jedoch sehr breit gefächert ist, können den Klassifikationssystemen zumindest einige Arten der internetbasierten Süchte entnommen werden. Dies zeigt sich beispielsweise durch die Aufnahme der Gaming Disorder (dt.: Computerspielstörung) in die ICD-11, welche sich sowohl auf online-, als auch auf offlinebasierte digitale Spiele bezieht (vgl. El-Khoury et al., 2021, S. 1). Die Unterscheidung zwischen Online- und Offlineinhalten erscheint dabei insbesondere durch die fortschreitende Digitalisierung traditioneller Prozesse und Suchtformen zeitgemäß (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 94). In der DSM-5 wurde die Gaming Disorder bislang nur im Anhang als Forschungsdiagnose aufgenommen und muss noch durch

weitere empirische Studien belegt werden (vgl. Müller & Wölfling, 2021, S. 209). Da die Computerspielstörung aber insgesamt als wohl am besten untersuchter Teilbereich des internetbasierten Suchtverhaltens gilt (vgl. Petersen et al., 2017, S. 11), sollen im Folgenden die einzelnen Kriterien aufgelistet werden, welche für die Diagnose vorliegen müssen. Hierdurch lassen sich abstrakte Rahmenbedingungen für eine allgemeine Internetsucht ableiten:

1. „impaired control over gaming (e.g., onset, frequency, intensity, duration, termination, context);
2. increasing priority given to gaming to the extent that gaming takes precedence over other life interests and daily activities; and
3. continuation or escalation of gaming despite the occurrence of negative consequences. The behaviour pattern is of sufficient severity to result in significant impairment in personal, family, social, educational, occupational or other important areas of functioning“ (WHO, 2021).

Die Kriterien legen nahe, dass das Spielen einen immer größeren Zeitanteil im Leben der Süchtigen einnimmt und Betroffene eine anhaltende Beeinträchtigung der Lebensführung sowie eine Verminderung des psychosozialen Funktionsniveaus verspüren (vgl. Müller & Wölfling, 2021, S. 211). Diese Verhaltensmuster könnten folglich auf andere internetbasierte Aktivitäten, wie der Nutzung von Social-Media-Plattformen übertragen werden, welche aktuell noch nicht in den Manualen der WHO und der APA aufgenommen sind.

3.2 Erklärungsansätze für eine Mediensucht

Für die Entstehung einer Internetabhängigkeit gibt es mehrere plausible Ansätze, welche jedoch oftmals nicht ausreichend empirisch belegt sind (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 26). Ein häufig herangezogener Erklärungsversuch ist das sogenannte „InPRIS-Modell“ (Integratives Prozessmodell der Internetsucht) von Müller und Wölfling. Dieses berücksichtigt verschiedene, individuelle Faktoren, welche auf die Persönlichkeit und die Erfahrungen Betroffener zurückzuführen sind (vgl. Müller & Wölfling, 2021, S. 215). Ausgrenzungserfahrungen, wie z.B. Mobbing würden in Kombination mit mangelnden Bewältigungsmethoden eine Flucht in die Medienwelt begünstigen. Gerade in onlinebasierten Computerspielen sei es möglich, den fehlenden Zuspruch aus dem eigenen Leben durch Online-Communitys zu ersetzen. Derartige positive Erfahrungen würden zu einer immer stärkeren Bindung an die virtuelle Welt führen und gleichzeitig für eine Ablehnung analoger Kontexte sorgen (vgl. ebd.).

Einen vergleichbaren Ansatz zur Erklärung der Ursachen einer Medienabhängigkeit verfolgt das I-PACE-Modell (Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution). Dieses setzt ebenso ein Zusammenwirken spezifischer Internetinhalte mit den Persönlichkeitsmerkmalen der Betroffenen als Ursache für einen exzessiven Medienkonsum voraus (vgl. Brand et al., 2019, S. 2). Aspekte hierbei sind unter anderem eine subjektive Erwartungshaltung an die Effekte des Internets oder neurobiologische Faktoren (vgl. Müller et al., 2018, S. 41). Konkret sollen bestimmte Trigger im Zusammenhang mit einer dysfunktionalen Kontrollfähigkeit zu einem wiederholt exzessiven Konsum führen (vgl. ebd.).

Weiterhin lassen sich viele Gemeinsamkeiten mit den Erklärungsansätzen aus Kapitel 2.2 wiederfinden: So spielen beispielsweise die Befriedigung von Bedürfnissen oder das Ansprechen des Belohnungssystems auch für die Mediensucht eine wichtige Rolle (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 11). Außerdem nehmen persönliche Merkmale sowie Umweltfaktoren einen Einfluss auf die Entstehung einer Internetabhängigkeit (vgl. ebd., S. 30).

Da auch die Eigenschaften der Droge selbst entscheidend für die Entwicklung einer Abhängigkeit sein können, wird im Folgenden auf das Internet bzw. digitale Medien, deren Bedeutsamkeit für die Gesellschaft sowie vorherrschende Nutzungsmotive eingegangen. Dadurch wird verdeutlicht, warum Menschen im Alltag überhaupt zu digitalen Medien greifen und damit den Freiraum für eine mögliche Abhängigkeit eröffnen.

3.2.1 Digitale Medien im Alltag und ihre Nutzungsmotive

„Das Netzmedium Internet hat sich zum kommunikativen Dreh- und Angelpunkt in unseren Lebenswelten entwickelt“ (Schill & Pöttinger, 2016, S. 195). Ein Alltag ohne die Verwendung dieses Mediums ist heute nur noch schwer vorstellbar (vgl. Arnhold & Hoppe, 2020, S. 235). Unabhängig, ob es für den Gewinn von Informationen oder zum Eintauchen in virtuelle Welten genutzt wird, das Internet und seine vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten sind mittlerweile fester Bestandteil des beruflichen sowie privaten Alltags (vgl. Brand & Laier, 2013, S. 143). Durch die Einführung des Internets und der damit einhergehenden Digitalisierung haben sich neue Interaktions- und Unterhaltungsmöglichkeiten für die alltägliche, zwischenmenschliche Kommunikation etabliert (vgl. ebd.). Diese Entwicklung sorgt unter anderem dafür, dass der Austausch weniger persönlich und zunehmend über das Smartphone bzw. digitale Alternativen stattfindet (vgl. Brüggemann et al., 2016, S. 9). Mithilfe von dauerhaft verfügbaren Angeboten wie z.B. Social-Media oder Onlinespielen entwickelten sich darüber hinaus virtuelle Massenphänomene, an denen tagtäglich Millionen von Menschen partizipieren (vgl. Rehbein & Zenses, 2013, S. 125).

Durch die fortschreitende Omnipräsenz des Internets werden Menschen zunehmend im jüngeren Alter an das Medium herangeführt (vgl. Siller, 2016, S. 146). So nutzen laut der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA, 2020) bereits ca. 15 Prozent der 6- bis 7-Jährigen täglich das Internet und von den 8- bis 9-Jährigen etwa 25 Prozent. Aus einer DAK-Längsschnittstudie, welche 824 Kinder und Jugendliche im Alter von 10 bis 18 Jahren untersucht hat, geht weiterhin hervor, dass 75 Prozent soziale Medien täglich nutzen (vgl. DAK, 2020, S. 6). Demgegenüber würden gerade einmal fünf Prozent auf diese Medien über einen längeren Zeitraum nicht zugreifen. Insbesondere während des Corona-Lockdowns konnte bei den Kindern und Jugendlichen ein höherer Nutzungsumfang der Medien verzeichnet werden (vgl. ebd., S. 74). Sowohl die Dauer als auch die Intensität der Nutzung würden insgesamt mit zunehmendem Alter ansteigen (vgl. BZgA, 2020).

Die Motive zur Nutzung von digitalen Medienangeboten sind vielfältig. Häufige Beweggründe stellen die Aufrechterhaltung von Kontakten, die Bekämpfung von Langeweile und die Gewinnung von Informationen dar (vgl. DAK, 2020, S. 66). Auch die Angst, etwas zu verpassen, nimmt eine zentrale Rolle bei der Nutzung von digitalen Medien ein (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 95). In der Wissenschaft ist diese Angst unter dem Begriff „FOMO“ (Fear of missing out) bekannt und geht unter anderem mit der Befürchtung einher, zu wenig Informationen aus dem Freundeskreis zu erhalten und dementsprechend von der Außenwelt abgeschnitten zu sein (vgl. Wampfler, 2018, S. 113). Weitere häufige Nutzungsmotive lassen sich der unteren Darstellung (vgl. Abb. 3) entnehmen.

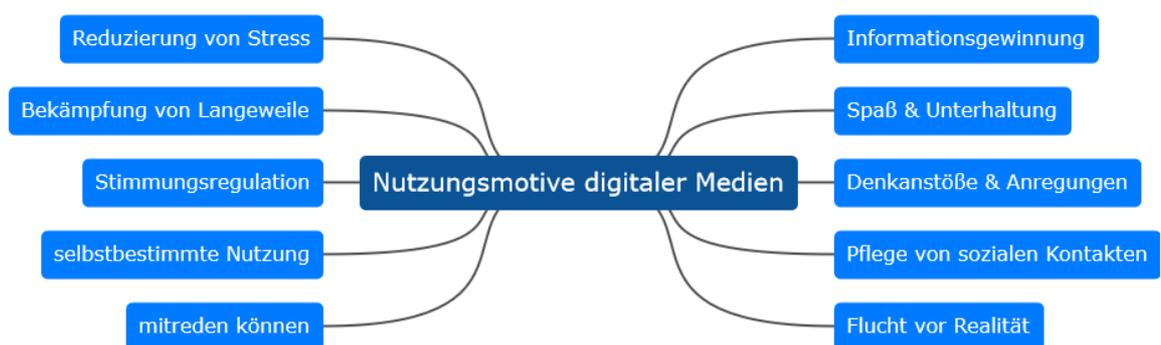


Abb. 3: Nutzungsmotive digitaler Medien

Quelle: eigene Darstellung orientiert an Breunig et al., 2020 & DAK, 2020

Im Hinblick auf die Social-Media-Nutzung, als Teilbereich der digitalen Medien, lassen sich insbesondere Motive zur Informationsbeschaffung und zum Austausch mit Freunden wiederfinden (vgl. Schill & Pöttinger, 2016, S. 195). Soziale Netzwerke eröffnen zudem die

Möglichkeit, sich selbst zu präsentieren, sich auszuprobieren und mit der eigenen Identität zu experimentieren (vgl. Jukschat et al., 2012, S. 27).

3.2.2 Mediennutzungsverhalten und -motive der Generation Z

Kaum eine andere Generation ist näher mit digitalen Medien vertraut als die Generation Z. Die Angehörigen dieser Kohorte werden auch als „Digital Natives“ bezeichnet, die schon von klein auf mit digitalen Geräten wie Smartphones oder Computern aufgewachsen sind und sie als Bestandteil ihres alltäglichen Lebens ansehen (vgl. Kring & Hurrelmann, 2019, S. 15). Weitere Synonyme zur Bezeichnung dieser Generationsgruppe sind „Generation Internet“ oder „iGeneration“ (vgl. Klaffke, 2014, S. 69). Ein genaues Geburtsjahr zur Festlegung der Generationsausprägung lässt sich bis heute nicht eindeutig bestimmen. Je nach Autor liegt dieses zwischen 1990 und 1995 (vgl. Eilers, 2019, S. 115). In der aktuellen ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie wird der Generation Z im Vergleich das Geburtsjahr 2000 zugeordnet (vgl. Egger et al., 2021, S. 272). Neben der fortschreitenden Mediatisierung seien die Mitglieder der Generation Z vor allem durch den demographischen Wandel, der Globalisierung und der Multikulturalisierung der Gesellschaft geprägt (vgl. Scholz, 2014).

Aufgrund der Allgegenwärtigkeit des Smartphones sowie anderer vernetzter Geräte ist insbesondere eine hohe Internetnutzung bzw. „Always-On“-Tendenz kennzeichnend für die Altersgruppe (vgl. ebd., S. 288). „Fast alles wird über digitale Kanäle recherchiert und genau analysiert [...]“ (Kring & Hurrelmann, 2019, S. 16). Laut der ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie weist die Generation Z sogar insgesamt die höchste Brutto-Mediennutzungsdauer aller Alterskohorten auf (vgl. Egger et al., 2021, S. 272). Die digitalen Medien werden von der Generation Z dabei zum Großteil zur Informationsgewinnung sowie zu Unterhaltungszwecken genutzt (vgl. Feierabend et al., 2016, S. 123). Weitere beispielhafte Nutzungsmotive sind die Ablenkung vom Alltag oder die freiwillige Weiterbildung im Rahmen des beruflichen Kontextes (vgl. Scholz, 2014, S. 42). Außerdem nutzen die Mitglieder häufig soziale Netzwerke, um ihr Kommunikationsbedürfnis ausleben zu können und mit anderen in Austausch zu treten bzw. ihre Freundschaften aufrechtzuerhalten (vgl. BRAVO-Mediennutzungsstudie, 2018). Für den Konsum von Bewegtbildinhalten wird ebenfalls zunehmend auf das Internet zurückgegriffen, „wobei neben Streamingdiensten mit einem Anteil von 41 Prozent auch YouTube und Social-Media-Plattformen einen sehr hohen Stellenwert haben“ (Egger et al., 201, S. 275).

Jedoch nimmt nicht nur die individuelle Interaktion mit dem Internet bzw. den digitalen Medien für die Generation Z einen wichtigen Stellenwert im Alltag ein, sondern es spielen

weiterhin Offline-Berührungspunkte eine besondere Rolle. Im Hinblick auf das private Umfeld üben z.B. die Eltern einen hohen Einfluss auf die Mitglieder der Generation Z aus (vgl. Kring & Hurrelmann, 2019, S. 18). Dieser Einfluss kann sowohl positiv, als auch negativ ausfallen. Zum einen können sie im Rahmen einer Vorbildfunktion einen gesunden Umgang mit Social-Media vorleben (vgl. ebd., S. 20). Zum anderen können die Eltern ihre Kinder durch eine übermäßige Schutzfunktion von den virtuellen Welten abschotten und damit wertvolle Lernerfahrungen verhindern (vgl. BZgA, 2020). Zudem lässt sich beobachten, dass die Wahrscheinlichkeit eines abhängigen Internetverhaltens steigt, wenn die Eltern oder andere Bezugspersonen ebenfalls einen Großteil ihrer Freizeit im Internet verbringen und dafür andere Aktivitäten vernachlässigen (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 30).

3.3 Auswirkungen einer Mediensucht

Die Nutzung digitaler Medien kann den Alltag erheblich bereichern und Wünsche nach Information, Kommunikation sowie Unterhaltung orts- und zeitunabhängig erfüllen (vgl. Kapitel 3.2.1). Eine exzessive Mediennutzung geht jedoch auch mit der Gefahr einher, sich in den virtuellen Welten des Internets zu verlieren (vgl. Möller & Hornemann, 2015, S. 269) und stellt die Betroffenen vor neue Herausforderungen und Belastungen. Diese Beeinträchtigungen stimmen größtenteils mit den Folgen einer herkömmlichen Sucht, welche im Kapitel 2.3 beschrieben wurden, überein. Beispielhaft sind hier der Kontrollverlust (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 95) oder die Co-Abhängigkeit für die Kontakt- und Bezugspersonen des Betroffenen zu nennen (vgl. Scholz, 2014, S. 58). Aufgrund der Spezifika des Internets und seiner Ausgestaltungsformen ergeben sich weitere, auffallende Auswirkungen.

Insbesondere bei den Mitgliedern der Generation Z zeigen sich beispielsweise Störungen in der Merkfähigkeit und Konzentration oder Schwierigkeiten beim Lesen eines Textes (vgl. Klaffke, 2014, S. 77). „Viele sind schnell abgelenkt und durch die permanenten virtuellen Umgangsformen in den Netzwerken nicht mehr gewohnt, sich in realen sozialen Situationen angemessen zu verhalten [...]“ (Kring & Hurrelmann, 2019, S. 131). Die dauerhafte Verfüg- und Erreichbarkeit über Messenger-Dienste wie WhatsApp oder soziale Netzwerke entfaltet zusätzlich den Drang, die eingehenden Mitteilungen und Anfragen ständig zu überwachen, um möglichst zeitnah reagieren zu können (vgl. Scholz, 2014, S. 47). Dies kann für die Betroffenen als Stress und emotionale Belastung im Alltag erlebt werden, was zudem mit einem Produktivitätsverlust im beruflichen oder akademischen Rahmen einhergeht (vgl. Welledits et al., 2020, S. 16). Folglich komme es im Zuge des internetbasierten Suchtverhaltens häufig zu einem Leistungsabfall (vgl. Petersen et al., 2017, S. 59). Neben der

Vernachlässigung beruflicher oder akademischer Pflichten werden zunehmend familiäre oder private Verbindlichkeiten hintenangestellt. Dies führt beispielsweise zu Beziehungskonflikten (vgl. ebd., S. 75) oder einer Täuschung nahestehender Personen hinsichtlich des Umfangs der eigenen Mediennutzung (vgl. DAK, 2020, S. 77). Der Internetkonsum wird weiterhin privaten Hobbys und der Pflege von persönlichen Beziehungen vorgezogen, sodass die Gefahr einer sozialen Isolation bestehe (vgl. Müller & Wölfling, 2021, S. 211).

Eine zeitlich exzessive Mediennutzung birgt darüber hinaus gesundheitliche Risiken, wie z.B. Bewegungsmangel, Fehlhaltungen oder eine unregelmäßige bzw. ungesunde Ernährung (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 18). Vor dem Hintergrund eines verschobenen Tag-Nacht-Rhythmus ist gerade Schlafmangel ein häufiges gesundheitliches Defizit (vgl. Scholz, 2014, S. 44). Hiermit geht auch eine Art Realitätsverlust einher. Betroffene können oft nicht mehr sagen, wieviel Zeit sie im Internet verbringen und verlieren dadurch nicht nur ihre Selbstkontrolle, sondern auch einen Teil ihrer Selbstreflexion, nämlich die Selbstbeobachtung (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 27). Weiterhin findet sich bei einer internetbasierten Abhängigkeit eine Komorbidität mit psychischen Störungen, wie beispielsweise Depressionen, Entwicklungsstörungen oder Phobien wieder (vgl. Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V. & Fachverband Medienabhängigkeit e.V., 2020, S. 3).

Wenn die Mediennutzung unterbunden wird, zeigen sich, analog zu den herkömmlichen Süchten, bei den Betroffenen Entzugserscheinungen, wie z.B. Unruhe, starke Wut und Widerstand (vgl. DAK, 2020, S. 77). Weitere Anzeichen stellen eine starke Gereiztheit, hohe Anspannung, Herzrasen sowie Zittern dar (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 18). Spätestens bei diesen Auffälligkeiten oder anderen wahrgenommenen Einschränkungen in der alltäglichen Funktionsfähigkeit des Betroffenen, sei eine Behandlung der Internetabhängigkeit notwendig (vgl. ebd.).

3.4 Behandlungsmöglichkeiten einer Mediensucht

In der psychotherapeutischen Praxis wurde der Behandlungsbedarf einer internetbasierten Abhängigkeit schon lange erkannt (vgl. Arnhold & Hoppe, 2020, S. 11). Aufgrund der jedoch fehlenden, einheitlichen Diagnostik zeigten sich bisher Schwierigkeiten bei der Kostenübernahme bzw. Probleme bei den Abrechnungen mit den Krankenkassen, sowie Unsicherheiten über die Zuständigkeiten einzelner Beratungs- und Behandlungsstellen (vgl. Petersen et al., 2017, S. 69).

Mit der Aufnahme der Verhaltenssuchte in die ICD-11 (bzw. DSM-5) wird Therapeuten erstmals die Möglichkeit gegeben, einzelne Formen der Mediensucht, wie beispielsweise die „Gaming Disorder“, einem offiziellen Störungsbild zuzuordnen und Betroffenen eine angemessene Behandlung anzubieten. Damit wurde dem lange geäußerten „klare[n] Wunsch nach einer geeigneten Diagnose für Internetbasiertes Suchtverhalten [...]“ (ebd., S. 65) zumindest zu einem Teil gerecht.

Inzwischen finden Betroffene einer Internetabhängigkeit vielerorts ambulante sowie stationäre Angebote für einen bewussteren Umgang mit digitalen Medien (vgl. z.B. Fachverband Medienabhängigkeit e.V., 2021). Nach wie vor ist zu bedenken, dass eine wirksame Behandlung aber eine Vielzahl von Interventionen in verschiedenen Bereichen und Ebenen des kranken Menschen und seiner Umwelt erfordert (vgl. Tretter, 2017, S. 191). Allein der Prozess des Beziehungsaufbaus zwischen dem Betroffenen und Therapeuten stellt eine langwierige Phase dar, sodass ein positives Erfolgserlebnis mit sehr viel Geduld verbunden ist (vgl. Voigtel, 2015, S. 133). „Es ist wesentlich, Vertrauen bei den Patienten aufzubauen, Verständnis für ihr Verhalten zu zeigen und ihnen das Gefühl zu vermitteln, ernst genommen zu werden“ (Petersen et al., 2017, S. 62). Im Behandlungsprozess selbst könne es jedoch immer wieder zu Rückfällen kommen (vgl. Voigtel, 2015, S. 133). Ebenfalls ist zu bedenken, dass sich einige Menschen ihrer digitalen Abhängigkeit unter Umständen aufgrund von verzerrten Erinnerungen oder einer getäuschten zeitlichen Wahrnehmung (vgl. Kapitel 3.3) gar nicht erst bewusst sind und Hilfsangebote entsprechend nicht berücksichtigen (vgl. Welledits et al., 2020, S. 31). Hier zeigt sich also weiterhin ein notwendiger Bedarf an Präventionsarbeit für eine frühzeitige Erkennung sowie Behandlung der Abhängigkeit.

Da der Kontakt mit Medien schon oft im Grundschulalter beginnt (vgl. Mücken, 2012, S. 235), sollten bereits zu diesem Zeitpunkt erste Präventionsmaßnahmen ansetzen. Neben einer Stärkung von allgemeinen Schutzfaktoren (vgl. Kapitel 2.2.2) besteht das Ziel darin, ein Bewusstsein für das eigene Mediennutzungsverhalten zu fördern und für Risiken sowie Gefahren digitaler Medien zu sensibilisieren (vgl. Mücken, 2012, S. 240). In der Praxis bieten vor allem Selbstbeobachtungsprotokolle eine gute Möglichkeit, um die Mediennutzung regelmäßig zu überprüfen (vgl. Moll & Thomasius, 2019, S. 38). Durch Hinzunahme einer Bezugsperson kann zudem der häufig verzerrten Selbstwahrnehmung entgegengewirkt werden (vgl. ebd.). Besonders für gehemmte oder unsichere Betroffene einer Internetabhängigkeit würden sich zudem niederschwellige Versorgungsangebote, wie etwa Telefonhotlines oder Online-Angebote anbieten und den Zugang ins Hilfesystem erleichtern (vgl. Petersen et al., 2017, S. 101).

Allgemeines Ziel der vielfältigen Hilfsangebote sollte keine vollständige Abstinenz des Internets sein, sondern vielmehr eine bewusste Nutzung und schrittweise Reduzierung (vgl. Arnhold & Hoppe, 2020, S. 235). Das Internet ist inzwischen fester Bestandteil des Alltags (vgl. Kapitel 3.2.1) und kann bei entsprechender Medienkompetenz, insbesondere für Jugendliche, als Orientierungshilfe dienen: „Die Anerkennung im virtuellen Raum, das gefahrlose Testen von Rollen und Identitäten und die Abgrenzung von der Erwachsenenwelt bieten eine Reihe von interessanten, fördernden Möglichkeiten“ (Scholz, 2014, S. 47).

4. Das Konzept Digital Detox

Eine weitere Maßnahme, einen bewussteren Umgang mit digitalen Medien zu erlernen und damit einem problematischen Nutzungsverhalten entgegenzuwirken oder diesem vorzubeugen, bildet das Konzept „Digital Detox“ (dt.: digitale Entgiftung). Aus der Postbank Digitalstudie 2021 geht hervor, dass dieses Prinzip sogar zunehmend an Bedeutung gewinnt und insbesondere die jungen Bundesbürger und Bundesbürgerinnen in Zukunft einen Digital Detox planen. Im Folgenden sollen deshalb der Begriff, die Beweggründe, die Funktionsweise sowie die Auswirkungen der digitalen Entgiftung näher erläutert werden.

4.1 Definition und Beweggründe für Digital Detox

Während die klassische Fastenzeit vor Ostern den Menschen traditionell dazu diene, Körper und Geist zu reinigen sowie Entspannung zu finden (vgl. Postbank Digitalstudie, 2021), geht es beim Konzept „Digital Detox“ bzw. dem „Digitalen Fasten“, um ähnliche, gesundheitsfördernde Ziele. Statt den Konsum von ungesundem Essen oder Alkohol zu unterlassen, liegt der Fokus hierbei auf dem zeitweisen Verzicht von digitalen Endgeräten und Angeboten (vgl. Bitkom-Studie, 2020). Zentraler Gedanke ist es, vorbeugend oder intervenierend, mithilfe von unterbliebener Nutzung, einem exzessiven Konsum entgegenzutreten (vgl. El-Khoury et al., 2021, S. 2). Durch die teilweise Reduktion der im Internet aufgewandten Zeit sollen die negativen Konsequenzen einer Sucht verhindert oder abgemildert werden und so z.B. zu einer Verbesserung kognitiver Fähigkeiten beitragen (vgl. Welledits et al., 2020, S. 25).

In diesem Zusammenhang ist die Dauer des temporären Verzichts nicht entscheidend, um unter die Definition eines Digital Detox zu fallen. In der Literatur findet sich hierfür nämlich keine einheitliche Regelung wieder. Die digitale Auszeit kann folglich eine Stunde, einen Tag oder einen ganzen Monat andauern. Statt einem genau festgelegten Zeitraum, sei vielmehr die bewusste Durchführung der Abstinenz für ein positives Wohlbefinden bedeutsam (vgl. ebd.).

Wenngleich viele Behandlungsmöglichkeiten im Rahmen einer ambulanten oder stationären Therapie angeboten werden (vgl. Kapitel 3.4), stellt Digital Detox hingegen eine freiwillige Selbsthilfemaßnahme dar (vgl. Syvertsen, 2020, S. 75). Die Durchführenden bzw. Betroffenen sind sich folglich einer problematischen Mediennutzung oft bewusst und wollen diese aus eigenem Antrieb kurieren (vgl. Welledits et al., 2020, S. 28). Laut einer Pilotstudie von El-Khoury et al. (2021, S. 4f.) glaubt der überwiegende Teil der befragten Nutzer, die sich freiwillig für einen Digital Detox entschieden haben, insbesondere mit den sozialen Medien zu viel Zeit zu verbringen. „A similar correlation was found between being told by others that you spend too much time on social media and your own beliefs” (ebd., S. 5). Weitere Antriebsgründe der ständigen Omnipräsenz auf Social-Media oder anderen digitalen Plattformen entgegenzuwirken, sei der „oppressive impact on personal identity and social life” (Bauwens et al., 2019, S. 422). Zudem erhoffen sich die Betroffenen, durch den Verzicht auf ihre digitalen Endgeräte und Inhalte, mehr Zeit mit sozialen Kontakten im realen Alltag zur Verfügung zu haben (vgl. van Velthoven et al., 2018, S. 2).

4.2 Funktionsweise und Formen von Digital Detox

Zur Umsetzung einer zeitweisen digitalen Abwesenheit gibt es verschiedene Möglichkeiten und Konzepte, welche individuellen Lebensverhältnissen und Beweggründen der Nutzer gerecht werden. Diese reichen von sogenannten „Detox-Apps”, welche durch verschiedene Funktionen beispielsweise aktiv auf die aktuelle Mediennutzung hinweisen, über Workshops bis hin zu sogenannten „Real-World-Holidays” (vgl. Özdemir & Goktas, 2021, S. 22).

Den praktischen Ursprung findet Digital Detox im Jahre 2013, als in Kalifornien Wochenendcamps mit dem Ziel einer digitalen Abkopplung durchgeführt wurden, welche an ein Zeltlager erinnern (vgl. Welledits et al., 2020, S. 21). Die Teilnehmer solcher Camps werden durch Aktivitäten miteinander oder in der Natur, in Kombination mit meist schlechtem Internetempfang auf ihren eigenen Willen hin angeleitet, ihr Smartphone oder andere digitale Geräte nicht zu nutzen (vgl. Kasriel-Alexander, 2017, S. 21). Derartige Veranstaltungen nehmen meist mehrere Tage oder Wochen in Anspruch und stellen eine ideale Möglichkeit zur Durchführung eines Digital Detox dar (vgl. Marton & Ernszt, 2020, S. 308). Trotzdem können nicht alle Menschen, die ihre Mediennutzung reduzieren wollen, diese Zeit aufbringen.

In diesem Fall können Bücher oder Webseiten, mit praktischen Tipps und Anleitungen zur schrittweisen Reduzierung eines problematischen Nutzungsverhalten, sinnvoll sein (vgl. Syvertsen, 2020, S. 75). Ein bekanntes Beispiel hierfür ist die von Dr. Kimberly Young im

Jahr 1995 entwickelte Webseite „Net Addiction“, welche gleichzeitig „the first evidenced-based Digital Detox™ recovery program“ (Net Addiction, 2021) darstellt. Als Beispiele für Bücher lassen sich das Praxishandbuch „Digital Detox: Wie Sie entspannt mit Handy & Co. leben“ von Daniela Otto oder der Guide „Off: Your Digital Detox for a better Life“ von Tanya Goodin aufzählen.

Eine weitere, im Alltag nützliche Hilfe stellen Apps mit Funktionen wie „self-monitoring“ oder „communication avoidance“ dar (vgl. Hesselberth, 2018, S. 2000). Van Velthoven et al. (2018, S. 5ff.) haben insgesamt 21 dieser Apps hinsichtlich ihrer Ziele und Features untersucht. Häufig verfügen sie über Funktionen wie das Blocken anderer Apps, Stummschaltung von Benachrichtigungen, Zugriffsmöglichkeiten für Eltern, Analyse und Begrenzung von Nutzungszeiten sowie automatische Erinnerungen für Internet- bzw. Handypausen (vgl. ebd.). Als Beispiele sind hier die Apps „Blacklist“, „AppDetox“ oder „Offtime“ zu nennen. Alternativ bieten auch Softwarehersteller wie Android auf den neueren Smartphones einen vorinstallierten Konzentrationsmodus an, welcher einerseits die Nutzung bestimmter Apps verhindert und andererseits die konzentrierte Zeit misst (vgl. Samsung Deutschland, 2021).

Ebenfalls werden verschiedene Workshops zur Reduzierung der Online-Zeit und einem besseren, digitalen Stressmanagement angeboten. Ziel hierbei ist, die soziale Interaktion in der echten Welt zu fördern und die Abhängigkeit von der Technologie zu überwinden (vgl. Skivko et al., 2019, S. 64). Eine Übersicht über aktuelle Seminare bietet beispielsweise die Internetseite „www.thedigitaldetox.de“.

4.3 Bisherige Forschungserkenntnisse

Aus der Theorie ergibt sich, dass Digital Detox eine wirksame Methode darstellen kann, um den Alltag unabhängig von Einflüssen des Internets zu gestalten. Allerdings fällt die Umsetzung den Durchführenden nicht immer leicht. Aus einer Studie des Bitkom-Forschungsinstituts im Jahr 2020 geht in diesem Zusammenhang hervor, dass jeder Vierte bei dem Versuch gescheitert sei, zeitweise auf das Smartphone und digitale Medien zu verzichten. Der Gedanke, 24 Stunden oder länger nicht auf das Internet zugreifen zu können, löst bei einigen Personen negative Emotionen bzw. die Angst vor Einsamkeit und Langeweile aus (vgl. Welledits et al., 2020, S. 22). Des Weiteren kommt hier der FOMO-Effekt (vgl. Kap. 3.2.1) zum Tragen, denn die Angst etwas zu verpassen, geht mit der Erwartung eines Digital Detox einher. Laut einer b4p-Trendstudie verbinden 14 Prozent der jungen Menschen

das Gefühl, etwas im Internet oder in den sozialen Netzwerken nicht mitzubekommen mit emotionalem Stress.

Aber auch Menschen, die ihren Medienkonsum mit Hilfe einer digitalen Entgiftung bereits stark reduzieren konnten, erlebten Rückfälle bzw. einen Jo-Jo-Effekt (vgl. Illy, 2021, S. 145). Dieses Problem könnte sich durch die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Einschränkungen der persönlichen Begegnung verstärkt haben. Die Deutschen verbrachten hier durchschnittlich 65 Wochenstunden online (vgl. Postbank Digitalstudie, 2021), um den Austausch mit ihren Freunden und Bekannten aufrechtzuerhalten und einer sozialen Isolation entgegenzuwirken.

Es gibt aber auch durchaus Beispiele, welche die positiven Seiten eines erfolgreichen Digital Detox zeigen. Laut einer Studie aus dem aktuellen Jahr zeigen die Teilnehmer während der Maßnahme beispielsweise eine Stressreduktion sowie eine Verbesserung der Schlaf- und Lebensqualität (vgl. El-Khoury et al., 2021, S. 5). Sie kehrten erst wieder zur Social-Media-Nutzung zurück, nachdem sie einen Erfolg verspürt haben und glaubten, einen besseren Umgang mit den Plattformen erlernt zu haben (vgl. ebd.). Weiterhin zeigen sich positive Auswirkungen hinsichtlich der Produktivität, da die fehlende Ablenkung durch die digitalen Medien zu einer besseren Konzentration auf anstehende Aufgaben und Verpflichtungen beiträgt (vgl. Postbank Digitalstudie, 2021). Viele nehmen außerdem ihre Umgebung neu wahr und suchen nach alternativen Methoden, ihre Freizeit mit analogen Beschäftigungen oder Aktivitäten zu gestalten (vgl. ebd.).

Aufgrund der unterschiedlichen Ergebnisse zur Wirkungsweise einer digitalen Auszeit zeigt sich die Notwendigkeit von weiteren empirischen Untersuchungen „to understand under which circumstances digital detox is helpful and for whom“ (Radtke et al., 2021, S. 20). Gerade im Hinblick auf die unterschiedlichen Zielgruppen sollte vermehrt nach einem Zusammenhang zwischen individuellen Merkmalen, wie beispielsweise dem Alter oder der Sozialisation der jeweiligen Personen und der Wirksamkeit eines Digital Detox geforscht werden. Auch greifen viele Studien bzw. Experimente nur auf die Ergebnisse einer 24-stündigen Unterbindung digitaler Medien zurück (vgl. Wilcockson et al., 2020, S. 3). Hier wären unterschiedliche Varianten über kürzere, längere oder regelmäßige Unterbrechungen der Mediennutzung wünschenswert.

5. Methodik

Um herauszufinden, welche Auswirkungen ein zeitweiser Digital Detox im Alltag für die Zielgruppe der Generation Z mit Schwerpunkt auf der Social-Media-Nutzung hat, wurden qualitative Leitfadeninterviews durchgeführt. Im Folgenden wird die Wahl dieser Forschungsmethode begründet und das konkrete Vorgehen mit seinen theoretischen Anforderungen erläutert. Weiterhin werden der Aufbau der zugrunde liegenden Leitfäden und die Auswahl sowie Rekrutierung der befragten Teilnehmer präsentiert. Anschließend wird das Verfahren der Interviewauswertung skizziert, um die dargestellten Ergebnisse im Kapitel 6 besser nachvollziehen zu können.

5.1 Begründung der Forschungsmethode

Für die Beantwortung der Forschungsfrage wurde sich im Rahmen der empirischen Sozialforschung für einen qualitativen Ansatz entschieden. Hierbei steht das Individuum mit seinen spezifischen Motivationen, Wert- und Normenkonstitutionen, Routinen sowie Sinnkonstruktionen im Mittelpunkt (vgl. Misoch, 2019, S. 25). Folglich geht es unter anderem darum, zu verstehen, warum Menschen auf eine bestimmte Art und Weise handeln und welche Auswirkungen dieses Handeln für das soziale Umfeld hat (vgl. Froschauer & Lueger, 2020, S. 15). Da es unterschiedliche Motivationen für die Durchführung eines Digital Detox gibt (vgl. Kapitel 4.1) und die konkreten Maßnahmen laut bisherigen Studien einen individuellen Einfluss auf die Teilnehmer sowie deren Umfeld ausüben (vgl. Kapitel 4.3), bietet dieser Ansatz einen guten Ausgangspunkt zur Beantwortung der Forschungsfrage. Weiterhin können einzelne Mediennutzungsmotive besser nachvollzogen werden, die zur Entstehung einer möglichen, problematischen Internetabhängigkeit beitragen. Im Vergleich zur quantitativen Forschung wird der Mensch nicht als reines Untersuchungsobjekt, sondern als aktiv handelnder und kompetenter Interaktionspartner gesehen (vgl. Lamnek, 2010, S. 13f). Diese Offenheit und Nähe zum Individuum (vgl. ebd., S. 132) ist für die vorliegende Bachelorarbeit von besonderer Bedeutung, da es sich sowohl bei dem Themenkomplex Sucht bzw. Mediensucht als auch bei der Entscheidung für einen Digital Detox um eine sehr persönliche Angelegenheit handelt. Durch einen qualitativen Ansatz können außerdem die Relevanzsysteme des Betroffenen besser zu Wort kommen (vgl. Kruse, 2015, S. 240). Ein quantitativer Ansatz würde hingegen das soziale Feld in seiner Vielfalt einschränken, dieses nur sehr ausschnittsweise erfassen und komplexe Hintergrundstrukturen verzerrt darstellen (vgl. Lamnek, 2010, S. 4).

Als konkrete Methode im Rahmen der qualitativen Forschung wurde das leitfadengestützte Interview ausgewählt. Diese besondere Form des Interviews zeichnet sich dadurch aus, dass

der Gesprächsverlauf mittels eines Leitfadens strukturiert ist und dem Interviewer während des Informationsaustausches als roter Faden bzw. Gedächtnisstütze dient (vgl. Froschauer & Lueger, 2020, S. 88). Dabei umfasst der Leitfaden die wichtigsten Themenblöcke und Fragestellungen, welche aus der zugrunde liegenden Forschungsfrage sowie theoretischen Vorüberlegungen abgeleitet werden (vgl. Loosen, 2015, S. 144). Die Reihenfolge dieser vorab definierten Themenbereiche und Fragen ist jedoch nicht festgelegt, sodass das Gespräch nicht zwingend einer antizipierten Chronologie folgen muss (vgl. ebd.) und sich im Verlauf des Interviews auch unvorhergesehene, vertiefende Fragen außerhalb des Leitfadens ergeben können (vgl. Froschauer & Lueger, 2020, S. 88). Es handelt sich bei der Interviewform entsprechend um eine semi-strukturierte Erhebungsform zur Ermittlung verbaler Daten (vgl. Misoch, 2019, S. 65). Generell sollten die Fragen bei einem Leitfadeninterview möglichst offen formuliert sein, damit die befragte Person genügend Freiraum hat, um von den eigenen Gefühlen, Erfahrungen oder Selbsterlebten zu erzählen (vgl. Kruse, 2015, S. 148), welche für die vorliegende Forschungsfrage im Mittelpunkt stehen.

Ein entscheidender Vorteil dieser Interviewform gegenüber anderen qualitativen Befragungen, wie beispielsweise dem narrativen Interview, besteht darin, sicherzustellen, dass auch wirklich alle interessierenden Aspekte der Thematik angesprochen werden (vgl. Marotzki, 2011, S. 114). Durch die Verzahnung von Strukturierung und Offenheit (vgl. Kruse, 2015, S. 224) existiert weiterhin der Vorteil einer besseren Vergleichbarkeit der Interviews, da sich alle befragten Personen zu denselben Themen äußern müssen (vgl. Noh, 2017, S. 17). So können beispielsweise ähnliche Auswirkungen eines Digital Detox auf den Alltag der Zielgruppe der Generation Z ausgemacht werden. Der Leitfaden bietet dem Forschenden außerdem eine starke Orientierungssicherheit, sodass das Gespräch auch für Unerfahrene leicht durchzuführen ist. Im Vergleich zu standardisierten Interviews sind die Breite und Tiefe der Antworten nicht beschränkt (vgl. Lamnek, 2010, S. 307), sodass gehaltvollere Erkenntnisse über „subjektive Innenwelten, Biografien, Erfahrungen, Gedanken, Emotionen aber auch über soziale Dynamiken und Strukturen [...]“ (Misoch, 2019, S. 279) gewonnen werden können. Der Forschende erfährt mehr Details und bekommt ein ganzheitliches Bild sowie besseres Verständnis der Lebenswelt des Betroffenen (vgl. Lamnek, 2010, S. 311).

Das Leitfadeninterview wird in der Regel als Einzelgespräch durchgeführt (vgl. Froschauer & Lueger, 2020, S. 46). Dieses besondere Setting bietet im Vergleich zu Gruppendiskussionen den Vorteil, dass der Erwartungsdruck seitens des sozialen Umfelds

reduziert und die persönliche Meinung des Interviewten in das Zentrum gerückt wird (vgl. ebd., S. 69). Im Hinblick auf die vorliegende Forschungsfrage kann der Betroffene frei von seinem Mediennutzungsverhalten sowie seinen möglichen Erfahrungen eines Digital Detox berichten, ohne sich vor anderen Personen dafür rechtfertigen zu müssen. Durch einen vorher durchgeführten Pretest (vgl. Häder, 2019, S. 278) kann ebenfalls überprüft werden, ob individuelle Fragen angepasst werden müssen, damit sich der Befragte durch den Interviewer nicht unter Druck gesetzt fühlt. Zudem ermöglicht die persönliche Interviewsituation direkte Rückfragen, sodass Unannehmlichkeiten vermieden und zusätzliche Hintergrundinformationen gewonnen werden können.

5.2 Vorgehen beim Leitfadeninterview

Um ein Leitfadeninterview erfolgreich durchzuführen, sind verschiedene Arbeitsschritte notwendig. Froschauer und Lueger (2020, S. 74ff.) unterscheiden beispielsweise sechs Phasen: die Interviewplanung, die Kontaktaufnahme, der Gesprächseinstieg, die Erzähl- und Nachfragephase, der Gesprächsabschluss und die Dokumentation (vgl. Abb. 4). In der vorliegenden Bachelorarbeit wurde sich weitgehend an diesem Konzept orientiert, da es wichtige, detaillierte Anhaltspunkte für die Konstruktion der Methode liefert.

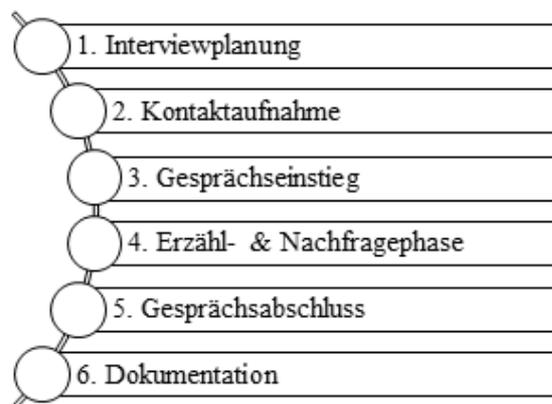


Abb. 4: Phasen des Leitfadeninterviews

Quelle: eigene Darstellung orientiert an Froschauer & Lueger, 2020, S. 74ff.

Im ersten Schritt geht es um die Sammlung aller wichtigen Informationen, welche zur Vorbereitung des Interviewleitfadens, als wesentliches Kernelement des Leitfadeninterviews (vgl. ebd. S. 88), und der Auswahl der Zielgruppe erforderlich sind. Als Grundlage hierfür dienen die aufgestellte Forschungsfrage sowie die theoretischen Vorüberlegungen aus den Themenblöcken Sucht bzw. Mediensucht (vgl. Kapitel 2 & 3) und Digital Detox (vgl. Kapitel 4). Sie bilden zum einen die Basis für die Formulierung der Fragen und den Aufbau der Leitfäden, welche im Kapitel 5.3 näher erläutert werden. Zum anderen liefern sie wichtige

Hinweise für die Eingrenzung der befragten Zielgruppe, dessen konkrete Auswahlkriterien im Kapitel 5.4 beschrieben werden. Weiterhin müssen in der Planungsphase Modalitäten, wie die Aufzeichnung, der Ort und die Terminierung des Gesprächs geklärt werden. Hierbei wurde sich vorgenommen, die Interviews im Zeitraum vom 15.11.2021 bis zum 03.12.2021 via Skype durchzuführen. Die Plattform Skype wurde ausgewählt, weil sie dem Befragten Rückzugsmöglichkeiten in eine angenehme Privatsphäre und dem Forschenden eine einfache, parallele Aufzeichnung des Gesprächs ermöglicht (vgl. Misoch, 2019, S. 178). Allerdings muss hierbei beachtet werden, dass es ungeplant zu technischen Problemen, wie beispielsweise Verbindungsschwierigkeiten kommen kann (vgl. ebd.). Für das individuelle Gespräch wurde keine maximale Länge festgelegt, damit die Relevanzsysteme des Interviewpartners besser zu Wort kommen und möglichst viele Erkenntnisse zum Thema gesammelt werden können. Für die Entwicklung der Leitfäden wurde zudem ein Pretest mit einer unbeteiligten Person durchgeführt, um einzelne Items hinsichtlich Zielführung und Verständlichkeit anzupassen.

In der zweiten Phase wurden die ausgewählten Interviewpartner kontaktiert. Dies erfolgte einerseits per E-Mail. Andererseits wurden Personen gezielt über Social-Media-Plattformen angeschrieben, um sie augenblicklich beim Konsum digitaler Inhalte abzufangen. In der Anfrage wurde den Gesprächspartnern das Ziel und der Forschungshintergrund der Bachelorarbeit erläutert und alle wichtigen Informationen zur Durchführung des Interviews, wie beispielsweise dem angesetzten zeitlichen Rahmen, mitgeteilt. Ebenfalls erfolgten Infos zur Aufzeichnung, Datenspeicherung sowie Anonymisierung des Interviews, wofür weiterhin eine Einverständniserklärung erstellt wurde (vgl. Anhang A).

Nach der erfolgreichen Rekrutierung wurde das Gespräch am jeweils vereinbarten Termin per Skype durchgeführt. Der Ablauf lässt sich dabei in drei übergeordnete Phasen aufteilen: den Gesprächseinstieg, die Erzähl- und Nachfragephase sowie den Gesprächsabschluss. Im Gesprächseinstieg wurde das Thema sowie das verfolgte Ziel der Bachelorarbeit wiederholt, um den Befragten die Erwartungen und den Sinn des Interviews zurück ins Gedächtnis zu rufen. Außerdem wurden abschließende Formalitäten geklärt. In der Erzähl- und Nachfragephase wurden die vorbereiteten Fragen aus dem Leitfaden an den Interviewpartner gestellt. Abhängig vom Gesprächsinhalt wurden zusätzliche Fragen gestellt, um weitere Informationen zu erhalten, die für die Beantwortung der Forschungsfrage von Bedeutung sind. Hierbei wurde besonders auf eine vertrauensvolle Atmosphäre geachtet, „um den alltäglichen Bedeutungshorizont des Befragten in der Erhebungssituation zu aktualisieren“ (Lamnek, 2010, S. 323). Bei Unklarheiten wurden gegebenenfalls nachgefragt. Zum Schluss

wurde sich beim jeweiligen Interviewpartner erkundigt, ob es offene Rückfragen gibt sowie sich für die Teilnahmebereitschaft bedankt.

In der letzten Phase erfolgte die manuelle Transkription bzw. Dokumentation des Interviews. Hierfür wurden eigene Regeln festgelegt, welche die Anonymität des Interviewpartners sowie einen einfachen Lesefluss des Gesprächs sicherstellen sollen (vgl. Anhang D). Die konkreten Transkripte lassen sich dem Anhang E entnehmen.

5.3 Aufbau der Leitfäden

In den folgenden Kapiteln wird die Entwicklung und der Aufbau der zentralen Interviewleitfäden beschrieben. Dabei wurde ein Leitfaden für Mitglieder der Generation Z konzipiert, welche schwerpunktmäßig für die Erläuterung der Auswirkungen eines zeitweisen digitalen Medienverzichts befragt werden. Ein zweiter Leitfaden bezieht sich auf Workshopleiter, die verschiedene Menschen bei einem Digital Detox begleitet haben und die möglichen Veränderungen bei den Teilnehmern aus einer übergeordneten Perspektive beschreiben können.

5.3.1 Leitfaden für Mitglieder der Generation Z

Der Leitfaden für die erste Zielgruppe lässt sich in drei Themenblöcke einteilen (vgl. Anhang B). Dabei besteht jeder Themenkomplex aus ungefähr sechs bis neun Fragen. Vor Beginn des Interviews findet eine allgemeine Einführung statt, wobei der Forschungshintergrund sowie das Ziel der Bachelorarbeit wiedergegeben werden. Weiterhin werden die Teilnehmer mithilfe einer Eisbrecherfrage gebeten, sich kurz vorzustellen. Diese dient dazu, die Atmosphäre aufzulockern und dem Interviewpartner den Einstieg in die Befragung zu erleichtern.

Im ersten inhaltlichen Themenblock wird das individuelle Mediennutzungsverhalten der Teilnehmer untersucht. Dabei liegt der Schwerpunkt der Untersuchung auf Social-Media-Plattformen und blendet andere Formen der Mediennutzung, wie beispielsweise das Computerspielen aus. Dadurch können sich die Teilnehmer besser auf einen bestimmten Aspekt ihres Medienkonsums konzentrieren und sind nicht durch die Menge der vielfältigen digitalen Nutzungsangebote überfordert. Die Interviewpartner werden unter anderem gefragt, auf welchen Social-Media-Plattformen sie zurzeit aktiv sind und zu welchem Zweck sie diese nutzen. Außerdem sollen sie Situationen schildern, in denen eine Social-Media-Nutzung aus ihrer Sicht unangebracht erscheint. Weiterhin werden sie um eine Einschätzung gebeten, wieviel Zeit sie täglich auf den jeweiligen Netzwerken verbringen. Bei einer Nutzung der Plattform Instagram wird diese Selbsteinschätzung anhand der Trackingfunktion zusätzlich

überprüft, da sich bei einem problematischen Mediennutzungsverhalten Selbsteinschätzung und Realität oftmals voneinander unterscheiden können (vgl. Kapitel 3.3). Gleichzeitig dient dieses interaktive Gesprächselement zur Auflockerung der Interviewsituation.

Der zweite Themenblock fokussiert sich auf die Ermittlung eines problematischen Suchtverhaltens. Die hier enthaltenen Fragen orientieren sich zum einen an den Kriterien der ICD-11 sowie DSM-5 für die Diagnose einer Computerspielabhängigkeit (vgl. Kapitel 3.1.2). So wird beispielsweise bei der Frage „Hast Du manchmal das Gefühl mehr Zeit mit Social-Media zu verbringen als Du ursprünglich geplant hast?“ der Kontrollverlust, welcher auf eine problematische Mediennutzung hindeutet, angesprochen. Zum anderen wurden bereits empirisch angewandte Instrumente, wie die Social Media Disorder Scale (SMDS) von van den Eijnden et al. (2016) oder der Fragebogen von Kimberly Young (1998, S. 31ff.) zur Erfassung einer Internetabhängigkeit herangezogen. Ersteres bietet z.B. den Vorteil, Fragen zum Nutzungsverhalten heranziehen zu können, die sich speziell auf Social-Media fokussieren. Auch einzelne Items der deutschen Version des „Test of Mobile Phone Dependence Brief (TMD Brief-G)“, wie z.B. die Frage bezüglich der Gefühlslage bei einer unterbundenen Social-Media-Nutzung (vgl. Volkmer et al., 2021), spiegeln sich im Themenblock wider. Es wurde insgesamt darauf geachtet, das Nutzungsverhalten der Teilnehmer weder positiv noch negativ zu werten, sondern lediglich anhand von allgemeingültigen Kriterien einzuordnen. Diese Diagnose kann zur Erstellung eines Vorher-Nachher-Bildes zur Gefühlslage und dem Nutzungsverhalten in Bezug auf einen Digital Detox genutzt werden. Insbesondere bei Teilnehmern, welche bereits einen Digital Detox durchgeführt haben, können hier Veränderungen festgestellt werden.

Der letzte Themenblock greift das Konzept Digital Detox im Detail auf. Da jedoch nicht davon ausgegangen werden kann, dass alle Teilnehmer einen Digital Detox durchgeführt haben, gibt es hier zwei verschiedene Szenarien. Probanden, welche ihre Mediennutzung durch diese Methode bereits angepasst haben, werden gebeten zu schildern, wie sich dieser Prozess für sie gestaltete und welche Veränderungen sich ergeben haben. Teilnehmer, welche die Methode bisher nicht in Betracht gezogen haben, sollen sich dies hypothetisch vorstellen und mögliche Hindernisse bzw. theoretische Erfolge und Veränderungswünsche beschreiben. Ziel dieses Gedankenexperiments ist es herauszufinden, ob zumindest eine Unzufriedenheit mit dem aktuellen Nutzungsverhalten vorliegt und ein Bedürfnis nach Optimierung besteht.

Nach den drei Themenblöcken wird sich nach offenen Rückfragen sowie fehlenden Aspekten erkundigt und sich für die Teilnahmebereitschaft zum Gespräch bedankt.

5.3.2 Leitfaden für Workshopleiter von Digital Detox Seminaren

Der Leitfaden zur Befragung der Experten ist in vier Themenblöcke unterteilt (vgl. Anhang C). Diese beinhalten jeweils drei bis fünf Fragen. Vor Interviewbeginn wird sich für die Teilnahme zum Gespräch bedankt und dessen Ziel sowie Forschungshintergrund erneut erläutert. Wie bei den Teilnehmern der Generation Z wird mithilfe einer Eisbrecherfrage um eine kurze Vorstellung der Person gebeten, die zur Entstehung einer entspannten Atmosphäre beitragen soll.

Der erste Themenblock untersucht die Haltung der Experten zum Thema Digital Detox sowie zur Bedeutsamkeit einer bewussten Mediennutzung. Sie sollen ihre eigene Motivation zur Begleitung und Durchführung ihrer Workshops darstellen und positive Aspekte eines Lebens mit bewusster Mediennutzung beleuchten.

Der zweite Themenblock beschäftigt sich mit dem genauen Aufbau und Ablauf der Workshops. Die Fragen zielen dabei konkret auf die Modalitäten, die Zielsetzung sowie Inhalte der Seminare ab. So wird u.a. gefragt, ob die Workshops teilweise in der freien Natur stattfinden, um z. B. durch schlechten Internetempfang einer exzessiven Mediennutzung vorbeugen zu können (vgl. Kapitel 4.2).

Im dritten Fragenkomplex werden Informationen zu den Teilnehmern der Workshops gesammelt. Diese zielen u.a. darauf ab, ob und wie häufig Teilnehmer der Generation Z vertreten sind. Des Weiteren sollen die Motive der Teilnehmer ergründet sowie erste Fortschritte während der Workshops eruiert werden.

Im vierten Themenblock werden anschließend die Ergebnisse der Workshops reflektiert. Hierbei soll herausgefunden werden, ob es bei den Teilnehmern zu Veränderungen in ihrem Mediennutzungsverhalten gekommen ist und wie erfolgreich die Methode des Digital Detox insgesamt bewertet werden kann. Hierbei sollen auch konkrete Beispiele bzw. Situationen genannt werden, in denen sich diese Verbesserungen im Alltag widerspiegeln. Weiterhin werden konkrete Verbesserungen bzw. Mediennutzungsveränderungen aus den Interviews mit der Generation Z genannt und mit den Experten reflektiert. Außerdem soll erfragt werden, ob Digital Detox Maßnahmen ausreichend sind, um einen bewussteren Umgang mit Social-Media oder anderen digitalen Medienangeboten zu erlernen oder weitere Hilfsmittel notwendig sind.

Zum Abschluss wird sich wie bei den Teilnehmern der Generation Z nach offenen Rückfragen sowie fehlenden Aspekten erkundigt und sich für die Teilnahmebereitschaft zum Gespräch bedankt.

5.4 Auswahl und Rekrutierung der Zielgruppe

Für die Leitfadeninterviews wurden insgesamt acht Teilnehmer aus der Generation Z sowie zwei Experten, welche das Thema Digital Detox in Workshops behandeln, herangezogen. Die Anzahl der Befragten aus der Generation Z überwiegt gegenüber den Experten bewusst, da die vorliegende Bachelorarbeit die Auswirkungen eines Digital Detox auf deren Alltag hin untersucht und tiefgreifende Veränderungen ihrer Gefühlswelt sowie ihrer Wahrnehmungen im Fokus stehen. Die Workshopleiter agieren hingegen in einer Expertenfunktion und können die Ergebnisse und Auswirkungen eines Digital Detox nur aus einer beobachtenden Perspektive beurteilen.

Wie im Kapitel 3.2.2 bereits erläutert wurde, lässt sich ein genaues Geburtsjahr zur Festlegung der Generation Z bis heute nicht eindeutig bestimmen und erstreckt sich je nach Definition über die Jahrgänge 1995 bis 2010. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass die Mitglieder zum Untersuchungszeitpunkt elf bis maximal 26 Jahre alt sind. Für die bewusst ausgewählte Stichprobe wurde sich auf die erwachsenen, folglich über 18-jährigen Mitglieder beschränkt, da ein Zugriff auf Jugendliche oftmals nur unter Zustimmung der Eltern möglich und damit erschwerter ist. Zudem befinden sich Jugendliche häufig noch in einem geistigen oder körperlichen Entwicklungsstadium und werden in ihrem Alltag stark durch die Schule sowie ihre Eltern beeinflusst (vgl. Scholz, 2014, S. 94ff.).

Neben dem Alter als Hauptkriterium sollten die Interviewten ein Studium bzw. eine Ausbildung begonnen oder abgeschlossen haben. Dem Zusammenspiel aus Erwachsenenalter und Ausbildungssituation wird die geistige Reife unterstellt, sich einerseits sinnvoll mit den Themen Mediensucht und Digital Detox auseinandersetzen zu können und sich andererseits vernünftig selbst reflektieren zu können. In Deutschland ergibt sich unter Beachtung dieser Kriterien eine Gesamtpopulation von circa 8,02 Millionen Menschen (vgl. Destatis, 2021).

Ein weiteres Auswahlkriterium für die Teilnehmer der Generation Z stellt das Vorhandensein mindestens eines Social-Media-Accounts dar. Dessen Nutzung kann einerseits aktiv sein oder andererseits aus diversen Gründen bewusst vermieden werden, sodass auch das vergangene Mediennutzungsverhalten und die jeweiligen Motive untersucht werden können.

Um mögliche Verzerrungen durch eine eher „weiblich“ oder „männlich“ geprägte Betrachtung auf die Thematik zu vermeiden, wurde weiterhin auf eine gleichmäßige Verteilung der Geschlechter geachtet. Insgesamt handelt es sich bei der Auswahl der Teilnehmer aus der Generation Z um eine systematische bzw. bewusste Stichprobenziehung, die sich vor allem an soziodemografischen Merkmalen orientiert.

Die Rekrutierung dieser Zielgruppe erfolgte zum einen innerhalb des Familien- und Freundeskreises über die direkte persönliche Ansprache oder unter Hinzunahme von Social-Media. Zum anderen wurde das Schneeballprinzip verwendet, um die Zugangswege zu der gewünschten Zielgruppe über den Bekanntenkreis hinaus auszuweiten. Bei diesem Prinzip wird der vorab ausgewählte Interviewpartner darum gebeten, weitere Personen zu nennen oder anzusprechen, die seiner Ansicht nach ebenfalls für die Studie relevant sein könnten (vgl. Misoch, 2019, S. 207). Hierbei muss jedoch darauf geachtet werden, dass die Heterogenität der Stichprobe nicht gefährdet wird, da eine homogene Auswahl die Ergebnisse verzerren könnte (vgl. Kruse, 2015, S. 251).

Für die Auswahl der Experten spielten sowohl die aktive Auseinandersetzung mit dem Thema Digital Detox, als auch das Vorhandensein eines entsprechenden Kursangebots eine Rolle. Dabei sind die Gestaltung und die Dauer der Seminare nebensächlich, da unterschiedliche Angebote ein weiter differenzierteres Spektrum an Ergebnissen liefern können. Die Kurse sollten sich lediglich auch an Mitglieder der Generation Z richten oder diese zumindest nicht ausschließen, damit Rückschlüsse auf das Verhalten der Zielgruppe möglich sind. Insgesamt handelt es sich hier ebenfalls um eine systematische bzw. bewusste Stichprobenziehung.

Die Rekrutierung der Experten erfolgte ausschließlich per E-Mail. Hierfür wurde zum einen auf den Internetseiten verschiedener Agenturen und zum anderen auf Homepages von selbstständigen Kursleitern nach passenden Ansprechpartnern recherchiert. In der ersten Kontaktaufnahme wurden die Experten gefragt, ob die Kurse auch von Mitgliedern der Generation Z wahrgenommen bzw. genutzt werden. Hierbei zeigte sich jedoch die Schwierigkeit, dass die angebotenen Kurse meistens auf Unternehmen zugeschnitten waren und sich somit eher an ältere Teilnehmer ausrichteten. Nach einer positiven Resonanz und Teilnahmebereitschaft erfolgte anschließend das Interview.

Eine Übersicht der ausgewählten Interviewpartner lässt sich der Abbildung 5 entnehmen.

Generation Z		Experten
Person 1 = männlich, 24	Person 2 = weiblich, 21	Person 1 = selbstständige Präventologin & Fachkraft für Gesundheitsmanagement
Person 3 = weiblich, 21	Person 4 = männlich, 22	
Person 5 = weiblich, 25	Person 6 = männlich, 24	Person 2 = Diplom-Psychologin & selbstständige Praxisinhaberin
Person 7 = weiblich, 22	Person 8 = männlich, 21	

Abb. 5: Ausgewählte Interviewpartner

Quelle: Eigene Darstellung

5.5 Vorgehen bei der Auswertung

Für die Auswertung des transkribierten Datenmaterials wurde sich an der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2018, S. 97ff) orientiert. Diese Methode eignet sich zur systematischen Aufarbeitung und Interpretation der qualitativen Inhalte und wird im Rahmen wissenschaftlicher Projekte bzw. Forschungsarbeiten sehr häufig angewandt (vgl. Mayring & Fenzl, 2019, S. 633f.). Das Vorgehen nach Kuckartz bietet unter anderem den Vorteil, sowohl Mehrdeutigkeiten, als auch subjektive Interpretationen erfassen zu können (vgl. Niederberger & Drejack, 2020, S. 4). Weiterhin wird der konkrete Ablauf als dynamischer Zirkel dargestellt (vgl. Kuckartz, 2018, S. 100), wodurch ein Hin- und Herbewegen zwischen den einzelnen Phasen ermöglicht wird und der Prozess einen strukturierenden, aber auch sehr offenen Charakter aufweist. Durch die deduktiv-induktive Kategorienbildung (vgl. ebd., S. 97) kann zudem das theoretische Vorwissen berücksichtigt werden und gleichzeitig Flexibilität geboten werden, um mögliche differenzierende Verhältnisse im Erhebungsmaterial gegenüber der Theorie mit einzuschließen.

Im ersten Schritt werden wichtige Textpassagen sowie Besonderheiten des Interviewmaterials untersucht, markiert und in Notizen stichpunktartig festgehalten. Anschließend erfolgt die Kategorienbildung in mehreren Stufen, zunächst auf deduktiver Art für die sogenannten Hauptkategorien und später auf induktiver Weise für die Subkategorien. Die Bildung der deduktiven Oberthemen erfolgt anhand der erstellten Leitfäden sowie dem theoretischen, im Vorfeld erarbeiteten Wissen. Dabei ergeben sich beispielsweise die Hauptkategorien „Social-Media-Aktivität“ und „Nutzungsmotive von Social-Media“. Anhand der Hauptkategorien wird das gesamte Material das erste Mal codiert. Die sich ergebenden Textpassagen werden anschließend den jeweiligen Rubriken zugeordnet. Im nächsten Schritt werden die ausgewählten Textstellen erneut analysiert und induktive Subkategorien gebildet. So ergeben sich beispielsweise für die Hauptkategorie „Nutzungsmotive von Social-Media“ die Subkategorien „Unterhaltung“, „(Berufliches) Networking“ und „Informationsgewinnung und Inspiration“. Hierauf folgt ein erneutes

Codieren des Materials sowie eine erneute Zuordnung der einzelnen Textpassagen mit dem vollständigen System aus Haupt- und Subkategorien. Zum Abschluss werden einzelne Ergebnisse zur vereinfachten Darstellung sowie zu Vergleichszwecken als Abbildungen oder Tabellen visualisiert. (vgl. Kuckartz, 2018, S. 101ff.)

Für die Gewährleistung der Qualität wurde sich im Rahmen der qualitativen Konzeption sowie Auswertung an verschiedenen Gütekriterien orientiert. Die klassischen Gütekriterien quantitativer Sozialforschung, wie beispielsweise Reliabilität oder Objektivität sind für die qualitative Forschung nicht direkt anwendbar (vgl. Misoch, 2019, S. 245). Dies hängt zum einen mit den methodologischen Grundannahmen und zum anderen mit den erkenntnistheoretischen Ansätzen der Kriterien zusammen, da die qualitative Forschung im Gegensatz zur quantitativen Forschung ergebnisoffener und weniger voreingenommen ist (vgl. Kruse, 2015, S. 128). Daher mussten neue Gütekriterien, wie z.B. Neutralität, Transparenz, Regelgeleitetheit und intersubjektive Nachvollziehbarkeit entwickelt und definiert werden (vgl. Misoch, 2019, S. 248). Durch diese können einerseits die subjektiven Gedanken der interviewten Personen eingehend untersucht und andererseits der Forschungsprozess nachvollziehbar dokumentiert werden. Im Hinblick auf die vorliegende Bachelorarbeit findet vor allem die Orientierung an festen Auswertungsregeln durch die wiederholte Bildung von Kategorien und Unterkategorien Anwendung. Weiterhin soll die umfassende Dokumentation der Konzeption, Erhebung und Auswertung Transparenz sowie intersubjektive Nachvollziehbarkeit garantieren. Dies spiegelt sich beispielsweise in der ausführlichen Beschreibung der Auswahl der Stichproben und der Erstellung der Leitfäden wider.

6. Empirische Auswertung und Interpretation

Im Folgenden werden die Ergebnisse aus den Leitfadeninterviews präsentiert und analysiert. Die Auswertung orientiert sich dabei grundlegend an den drei Themenblöcken „Untersuchung der Social-Media-Nutzung“, „Diagnose einer möglichen Mediensucht“ und „Digital Detox“, welche die Struktur des Leitfadens für die Generation Z bilden (vgl. Kapitel 5.3.1) sowie dem entwickelten Kategoriensystem (vgl. Anhang F). Die Analyse betrachtet dabei die Einzelfälle auf einer zusammenfassenden Ebene, welche die für die Forschungsfrage relevanten Aspekte der jeweiligen Interviews herausgreift und gemeinsam interpretiert. Der Fokus liegt auf den Aussagen der Teilnehmer aus der Generation Z. Die Ergebnisse der Experteninterviews werden ergänzend und prüfend bzw. bestätigend herangezogen. Zudem werden die gewonnenen Erkenntnisse mit der Theorie verknüpft und interpretiert.

6.1 Auswertung des Social-Media-Nutzungsverhaltens

Zuerst wird deskriptiv analysiert, auf welchen Social-Media-Plattformen die Interviewpartner angemeldet sind, welche sie davon aktiv nutzen und wie viel Zeit sie durchschnittlich mit Social-Media an einem Tag verbringen. Weiterhin werden die konkreten Nutzungsmotive sowie Situationen untersucht, in denen sie eine Social-Media-Nutzung für angebracht oder unangebracht empfinden. Anschließend werden der persönliche Stellenwert von Social-Media sowie die Emotionen der Interviewpartner während der alltäglichen Nutzung und bei fehlendem Zugriff auf Social-Media betrachtet.

6.1.1 Social-Media-Aktivitäten

Insgesamt listen die Interviewpartner auf, dass sie auf den Social-Media-Plattformen Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, Reddit, Pinterest, LinkedIn, Xing, WhatsApp, Signal, iMessage und Telegram angemeldet sind. Am häufigsten werden dabei die Anwendungen WhatsApp, Facebook, Instagram, Snapchat sowie Pinterest genannt (vgl. Abb. 6).

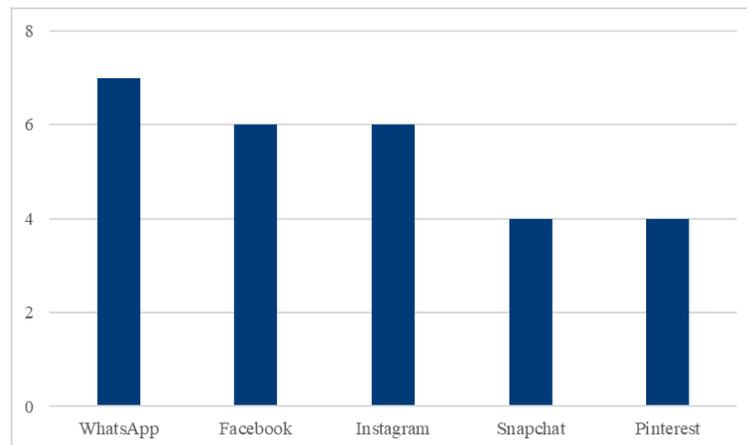


Abb. 6: Häufigste Accounts auf Social-Media-Plattformen

Quelle: eigene Darstellung

Die Plattformen, die am häufigsten genannt werden, stellen gleichzeitig die am aktiv genutzten Social-Media-Anwendungen dar. Auffällig hierbei ist, dass zwar viele der Teilnehmer auf Facebook angemeldet sind, die Plattform an sich aber eher wenig genutzt wird: „Facebook [nutze ich] nicht wirklich aktiv, da einfach nur ab und zu mal durchscrollen [...]“ (B4, Z. 41f.). So lassen sich von den sechs angemeldeten Teilnehmern aus der Generation Z nur drei aktive Nutzer auf dieser Plattform wiederfinden (vgl. Abb. 7). Ebenfalls auffällig ist die besonders hohe Nutzung der Anwendungen Instagram und WhatsApp: „WhatsApp benutze ich auch täglich, sehr aktiv, eigentlich ist das meine einzige Messenger-App, die ich so wirklich benutze“ (B3, Z. 35f.).

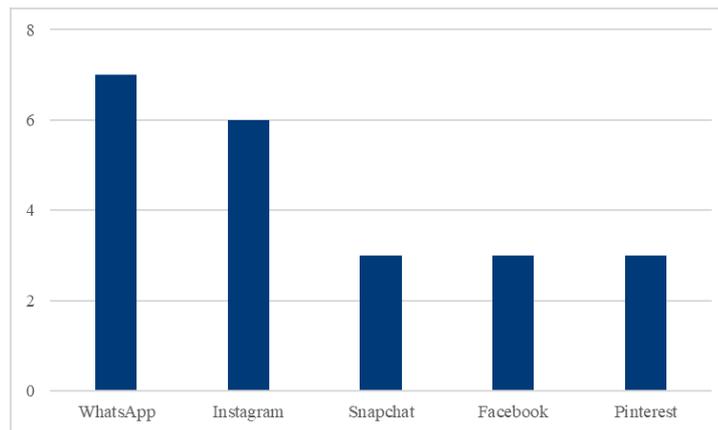


Abb. 7: Aktiv genutzte Social-Media-Plattformen

Quelle: eigene Darstellung

Hinsichtlich der Nutzungsart können insgesamt drei Formen unterschieden werden. Zum einen gibt es die reinen User, welche lediglich die Inhalte der Plattformen konsumieren, zum anderen die Content-Creator, welche regelmäßig eigene Inhalte auf Social-Media hochladen sowie eine Mischform aus den beiden Extrema. Die Art der Nutzung hängt dabei auch von der jeweiligen Social-Media-Anwendung ab: WhatsApp wird beispielsweise nicht als Plattform zum reinen Konsum angesehen, sondern als Plattform, die einen aktiven Austausch erfordert (vgl. B2, Z. 63f.). Lediglich einer der acht Teilnehmer stuft sich hierbei als Content-Creator ein und meint: „[...] ich sehe es halt immer so ein bisschen als kleinen Nebenjob, den ich da mache beziehungsweise ein Hobby, was ich ausübe“ (B1, Z. 255f.). Ein weiterer Interviewpartner erzählt, dass er relativ häufig Fotos auf Instagram hochlädt (vgl. B6, Z. 54 ff.), aber diese Plattform auch zum passiven Konsum nutzt (vgl. ebd., Z. 51ff.) und kann somit als Mischform eingeordnet werden. Auch wenn die anderen sechs Befragten zwar teilweise Inhalte erstellen, sind sie aufgrund der geringen Häufigkeit eher als User einzustufen: „[...] also ich war eine Zeit lang mal aktiver und da habe ich schon so, ich würde mal behaupten, alle zwei Monate, vielleicht auch jeden Monat, mal ein Bild gepostet, aber das war es dann auch“ (B2, Z. 64ff.).

In Bezug auf die Dauer der alltäglichen Social-Media-Nutzung variiert die Einschätzung der Befragten deutlich voneinander. Das Maximum weißt B3 (Z. 99) mit über sechs Stunden auf. „Ähm. Zwei Stunden?“ (B7, Z. 66), wird hingegen als geringste Nutzungsdauer geschätzt. Die Interviewpartner weisen jedoch darauf hin, dass sich die Nutzungsdauer zum einen von der jeweiligen Plattform unterscheiden kann: „Instagram variiert so zwischen einer und zwei Stunden manchmal. Und WhatsApp. Gut, da geht man immer nur so schnell drauf und verlässt die Seite wieder, aber da würde ich auch sagen, komme ich so auf eine Stunde am Tag“ (B2, Z. 106ff.). Einen weiteren Einflussfaktor kann zum anderen die jeweilige

Tagesplanung bilden: „Einfach, weil ich an dem Tag vielleicht auch ausgelastet bin und es auf der Arbeit keinen Leerlauf gibt [...]. Auf der anderen Seite kann es aber auch Tage geben, wo auf der Arbeit einfach nichts los ist und man sich mit irgendetwas beschäftigen muss [...]“ (B4, Z. 138ff.).

Bei der Plattform Instagram schätzen die aktiven User durchschnittlich eine tägliche Nutzungsdauer von eineinhalb Stunden ein. Da sich in der Theorie Selbsteinschätzung und Realität bei einem problematischen Nutzungsverhalten oftmals voneinander unterscheiden können (vgl. Kapitel 3.3), sollten die Teilnehmer diese Einschätzung zusätzlich mit der integrierten Trackingfunktion überprüfen. Auffällig hierbei ist, dass sich alle Nutzer höher eingeschätzt haben und tatsächlich eher unter einer Stunde auf Instagram verbracht haben. Drei der sechs Nutzer sind über dieses Ergebnis auch erstaunt: „Anscheinend kommt mir die Zeit länger vor als sie tatsächlich ist. Hätte ich nicht gedacht, das hat mich jetzt überrascht“ (B3, Z. 122ff.). Jedoch kann die falsch geschätzte Nutzungsdauer nicht als vollständiges Indiz eines problematischen Nutzungsverhalten gewertet werden, da Instagram nur den Durchschnitt der jeweils aktuellen Woche des Nutzers zeigt und es noch auf weitere Faktoren, wie z.B. dem Umfeld oder die konkrete Nutzungsart ankommt. So sagt ein Teilnehmer hierzu auch: „Also, ich meine der Durchschnitt ist ja so eine Art statistische Lüge“ (B4, Z. 174f.).

6.1.2 Nutzungsmotive und -situationen

Bei den Interviewpartnern lassen sich zahlreiche Nutzungsmotive für die Inanspruchnahme von Social-Media wiederfinden (vgl. Abb. 8). Dabei gebe es für die Teilnehmer „je nach Plattform [...] unterschiedliche Funktionen“ (B3, Z. 54). Messenger-Dienste wie WhatsApp oder iMessage werden von den Befragten hauptsächlich zur Kommunikation bzw. den Austausch mit Freunden, Bekannten und der Familie genutzt, „also einfach nur, um zu chatten und auch zu telefonieren“ (B5, Z. 58f.). Dabei betonen einige Teilnehmer den Vorteil, dass ein schnellerer und einfacher Austausch mit Menschen aus dem Ausland (vgl. B4, Z. 51ff.) bzw. Menschen, die nicht am selben Standort leben, ermöglicht wird: „Und dementsprechend nutze ich das dafür schon ganz gerne, weil man sich halt austauschen kann mit besten Freunden aus der Heimat zum Beispiel“ (B1, Z. 90f.). Weiterhin wird der Vorteil genannt, dass die Anwendungen kostenlos sind und damit „halt wesentlich praktischer als zum Beispiel SMS“ (B2, Z. 46). Die Messenger-Dienste werden ebenfalls zur Organisation des Alltags genutzt: „[...] so Treffen organisiert man ja darüber und auch Unikram und all sowas [...]“ (B7, Z. 43f.). Die Businessportale LinkedIn und Xing werden hingegen verwendet, „um ein bisschen auf Business-Ebene dann mich mit Arbeitskollegen zu connecten“ (B5, Z. 40f.) und sich ein berufliches Netzwerk aufzubauen. Die übrigen

Plattformen, wie beispielsweise Snapchat oder Instagram, werden von den Befragten „zum Großteil halt eigentlich zur Unterhaltung“ (B8, Z. 37) genutzt und als „Entertainment-Medium“ (ebd., Z. 232) eingestuft. Ein weiterer Aspekt hierbei ist die Entspannung oder „[...] Ablenkung, wenn mein Gehirn einfach mal ein bisschen Abschalten muss, wenn ich genug von der Uni habe“ (B2, Z. 58ff.). Außerdem findet sich bei den Teilnehmern das Nutzungsmotiv der Informationsgewinnung wieder: „Manchmal kommt das auch vor, dass ich mich tatsächlich über das Weltgeschehen informiere, vor allem in Bezug auf Corona, was so in meiner Gegend abgeht [...]“ (B3, Z. 67ff.). Von der Plattform Pinterest lassen sich die Teilnehmer zudem inspirieren wie beispielsweise „von verschiedenen Rezepten oder Einrichtungen“ (B5, Z. 44f.). Aus Sicht der Content-Creator stellt die Präsentation von Hobbys verbunden mit dem Aufbau von Reichweite ein weiteres Nutzungsmotiv dar: „Also nicht, [...] um mich selber berieseln zu lassen, sondern um andere zu berieseln eigentlich“ (B1, Z. 40f.). Ein Interviewpartner benutzt zudem Social-Media aus Scham, „wenn man irgendwie alleine irgendwo war und dann nicht so wie ein komischer Heini wirken wollte“ (B5, Z. 72f.).

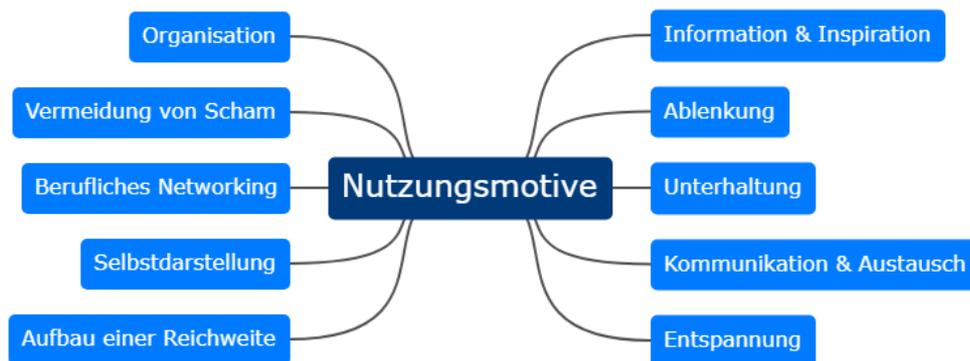


Abb. 8: Nutzungsmotive der befragten Teilnehmer der Generation Z

Quelle: eigene Darstellung

Die Interviewpartner verbringen vor allem Zeit auf Social-Media, wenn ihnen langweilig ist bzw. sie gerade Leerlaufzeiten haben, „[...] also in dem Sinne, dass ich gerade irgendwie, beispielsweise entspannt bin oder sowas, im Bett liege und nichts anderes zu tun habe [...]“ (B4, Z. 86f.). Diese Umstände werden von den Befragten auch als angebrachte Nutzungssituation eingestuft: „[...] und so Langeweile haben, ist ja auch mal ok und [...] finde ich auch gut, weil da halt so, ja, kreative Ideen auch entstehen [...]“ (B8, Z. 228f.). Ein Interviewpartner nutzt Social-Media zudem als alltägliche Routine und empfindet diese Situation als angemessen: „Also ich habe tatsächlich in meiner Morgenroutine immer ein bisschen Platz drin, so zwanzig Minuten würde ich sagen, einfach um zum Beispiel dann wirklich alle Nachrichten zu beantworten oder einfach mal auf Instagram irgendwelche

Storys anzugucken” (B2, Z. 74ff.). Eine routinierte Nutzung zur gleichen Tageszeit, beobachtete auch einer der Experten (vgl. B9, Z. 380). Bei gesellschaftlichen Aktivitäten mit einem positiven Kontext, wie beispielsweise einem Kinobesuch, sind sich die Befragten einig, dass eine Social-Media-Nutzung hingegen unangebracht sei: „Da gehört sich das dem Anstand nach quasi [nicht], dann konzentriert man sich auf die Sache [...]” (B4, Z. 130f.). Auch innerhalb von Gesprächen bzw. in sozialen Situationen sei die Nutzung von Social-Media unangebracht: „[...] ich finde, wenn da jemand am Handy ist, zeigt das eine gewisse Unhöflichkeit” (B7, Z. 60f.). Ebenfalls unpassend sei der Gebrauch bei gesellschaftlichen Anlässen mit einem negativen Kontext, wie beispielsweise einer Beerdigung: „Also da fände ich es sehr unangebracht, wenn man dann irgendwie, keine Ahnung, in der Kirche am Handy ist” (B1, Z. 56f.). Im Arbeits- und Unikontext sind sich die Befragten genauso einig, dass eine Social-Media-Nutzung unangebracht sei: „Ja, wo ich es unangebracht fände, ist auf jeden Fall, wenn du auf der Arbeit bist” (B6, Z. 70). Jedoch ist auffällig, dass viele in diesem Kontext Social-Media trotzdem benutzen, „wenn man sich auf der Arbeit irgendwie nicht mehr richtig konzentrieren kann, dann würde man ja auch das Handy kurz in die Hand nehmen und gucken, wer hat mir geschrieben, vielleicht kurz antworten” (B5, Z. 68ff.), „oder gerade so in den Online-Vorlesungen oder so, dann verleitet das natürlich schon, da irgendwie darauf rumzugucken [...]” (B6, Z. 211f.). Ein Interviewpartner empfindet des Weiteren die Nutzung von Social-Media bei privaten Freizeitaktivitäten, „wenn man halt irgendwie, weiß ich nicht, beim Sport ist” (B8, Z. 51) als unpassend, da man sich in diesem Fall auf die Ausübung der Aktivität konzentrieren sollte. Die aufgelisteten Situationen der Befragten lassen sich der Abbildung 9 entnehmen.

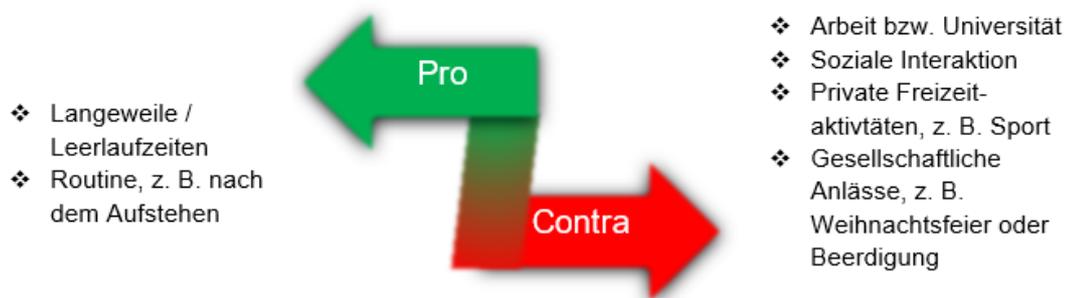


Abb. 9: Angebrachte und unangebrachte Situationen zur Social-Media-Nutzung

Quelle: eigene Darstellung

Die genannten Nutzungsmotive und -situationen von Social-Media decken sich ihrer Bedeutung nach größtenteils mit den Motiven und Situationen aus der Theorie in den Kapiteln 3.2.1 und 3.2.2. Lediglich die Stimmungsregulation und die selbstbestimmte Nutzung wurden von den Teilnehmern nicht direkt aufgeführt.

6.1.3 Stellenwert und emotionale Wahrnehmung von Social-Media

Bezüglich des persönlichen Stellenwertes von Social-Media differenzieren sich die Meinungen der Interviewpartner. Für die Mehrheit der Befragten nimmt Social-Media im Alltag einen mittleren bis hohen Stellenwert ein, da es für sie „[...] digital gesehen, die einzige Möglichkeit ist, Kontakt mit Freunden, Familie und so weiter aufrechtzuerhalten [...]“ (B7, Z.80f.). Eine Befragte betont hierbei die besondere Bedeutung von Social-Media während der Corona-Zeit, da es „quasi das einzige Mittel [darstellt], mit dem ich mich mit der Außenwelt verbinden konnte, ohne mich dem Risiko auszusetzen, mich zu infizieren [...]“ (B3, Z. 131f.). Auch ein Experte bestätigt die Nützlichkeit des Mittels in dieser besonderen Zeit, „um weiter in Kontakt zu bleiben, arbeiten zu können, sich ablenken zu können, so Freizeit auch darüber gestalten zu können“ (B10, Z. 276f.). In der Theorie (vgl. Kapitel 3.2.2) wird Social-Media aufgrund seiner Allgegenwärtigkeit ebenfalls eine hohe Bedeutung für die Generation Z im Alltag zugeschrieben. Zwei der Teilnehmer ordnen Social-Media allerdings einen eher geringen, persönlichen Stellenwert ein und ziehen z.B. lieber eine reale Konversation vor: „Gar nicht mal so einen hohen Stellenwert, weil ich eher ein Fan bin von direkter Kommunikation. Also ich versuche vieles Face-to-Face zu klären [...]“ (B1, Z. 86ff.). Die theoretische Annahme, dass Offline-Berührungspunkte weiterhin einen wichtigen Stellenwert im Alltag für die Generation Z spielen (vgl. Kapitel 3.2.2), findet sich somit auch in den vorliegenden Aussagen wieder.

Insgesamt fällt auf, dass sich die Bedeutung und Relevanz für die Befragten je nach Social-Media-Plattform unterscheidet. Der Plattform WhatsApp wird von den meisten ein hoher Stellenwert zugeschrieben: „Also ohne WhatsApp geht halt echt gar nicht, also da könnte ich auch nicht einen Tag oder so ohne, weil [...] man sich nicht mehr irgendwie absprechen kann“ (B8, Z. 136ff.). Plattformen wie Facebook, Pinterest oder LinkedIn wird hingegen ein niedriger Stellenwert zugeordnet: „die braucht man jetzt nicht eigentlich lebensnotwendig, sondern die sind eher so eine Art Zeitvertreib und um vielleicht ein bisschen an seiner beruflichen Laufbahn zu arbeiten oder sich inspirieren zu lassen“ (B5, Z. 106ff.). Allerdings sei das Anschauen von Storys oder Posts auf der Plattform Instagram aus Sicht eines Interviewpartners eine gute Möglichkeit, bei einem persönlichen Austausch mit Freunden „direkt so zwei, drei Themen [parat zu haben], worüber du auf jeden Fall sprechen willst mit denen“ (B6, Z. 138f.).

Hinsichtlich der gesellschaftlichen Bedeutung sind sich alle Interviewpartner einig, dass Social-Media einen hohen Stellenwert einnimmt: „Ich würde sagen, das spielt eine große Rolle in der heutigen oder in unserer Gesellschaft“ (B7, Z. 224f.). B4 (Z. 113f.) nimmt auch

wahr, dass „die Gesellschaft sich halt so ein bisschen in die Richtung entwickelt, dass es nicht mehr [...] so negativ konnotiert ist, dass man halt mit dem Handy am Tisch sitzt oder sowas.“ Auch die Experten beobachten die zunehmende Präsenz von Social-Media im Alltag und das Vordringen der digitalen Inhalte in verschiedene Lebensbereiche: „Und das hat einfach zugenommen und das ist stärker geworden und ist präsenter geworden und all das, was wir digital machen können, ist ja einfach gigantisch, crazy, cool, irgendwie auch, aber auch damit absolut präsent“ (B10, Z. 68ff.).

Bezüglich der emotionalen Wahrnehmung von Social-Media wurden zwei Konstellationen untersucht. Zum einen die Gefühle, welche durch die bewusste Nutzung ausgelöst werden und zum anderen die Gedanken bei einem fehlenden Zugriff auf das digitale Medium. Bei einer bewussten Social-Media-Nutzung, wie beispielsweise dem Austausch mit Freunden, beschreiben die Interviewpartner zunächst positive Gefühle: „Während der Nutzung bin ich meistens euphorisch, weil, ich schreibe ja dann bewusst und gerne mit den Leuten, mit denen ich da schreibe“ (B1, Z.116f.). Allerdings „ersetzt [es] nicht so hundert Prozent menschlichen Kontakt“ (B2, Z.173f.) und es können in bestimmten Situationen auch negative Gefühle ausgelöst werden. „[...] ich fühle mich teilweise schon ein bisschen verarscht oder zurückgewiesen, wenn ich sehe, dass auf WhatsApp Leute meine Nachricht gelesen haben [...] vielleicht dann schon vor ein, zwei Tagen und dann trotzdem noch nicht geantwortet haben“ (B2, Z. 185ff.). Weiterhin sagt ein Interviewpartner, dass es darauf ankomme, wie lange man Social-Media genutzt habe, da man „[sich] ein bisschen [...] schlecht fühlt, wenn man ganz ganz lange nur am Handy war“ (B5, Z.141).

Bei einem fehlenden Zugriff auf Social-Media kommt es für die Befragten zum Teil auf den konkreten Hinderungsgrund oder der Dauer des Verzichts an. Im Allgemeinen sind sich die Teilnehmer jedoch einig, dass der Einstieg in eine Phase ohne Social-Media ungewohnt sei: „Es wäre, glaub ich, am Anfang ein bisschen merkwürdig, weil es schon Gewohnheit ist, dass man ab und zu auf Instagram unterwegs ist oder bei TikTok sich lustige Videos anguckt, es gehört zum Alltag dazu, deshalb ist es erstmal ungewohnt, wenn es wegfällt“ (B3, Z. 142ff.). Mit der Zeit würden sich die Befragten aber an den Umstand gewöhnen: „Aber ich glaube nach so ein paar Stunden oder vielleicht auch nach einem Tag erst, fände ich das wahrscheinlich voll geil, weil man einfach mal nicht auf sein Handy gucken muss“ (B1, 99ff.). Diese beschriebene Gefühlslage spiegelt sich zum Teil auch in der Theorie (vgl. Kapitel 3.2.2) wider, da die Generation Z an einer „Always-On“-Tendenz im Alltag gewohnt ist. „Wenn man halt beschäftigt ist und irgendwie einen Wochenendausflug macht“ (B7, Z.109f.), nehmen die Interviewpartner einen fehlenden Zugriff auf Social-Media als einfacher

wahr und sagen, dass es ihnen wahrscheinlich nicht groß auffallen würde (vgl. B2, Z. 162). In Situationen, in denen Langeweile aufkommt, fällt es vielen Befragten allerdings schwerer, da sie Social-Media als einen idealen Zeitvertreiber betrachten (vgl. B5, Z. 129): „[...] dann müsste ich mir halt aktiv wirklich andere Beschäftigungen suchen, die dann wirklich gar nichts mit dem Internet zu tun haben [...]“ (B2, Z. 166f.).

Weiterhin erscheinen den Befragten einige Plattformen wichtiger als andere „[...] also ohne WhatsApp würde echt gar nichts gehen. So auf Snapchat und ja TikTok könnte ich wahrscheinlich noch ein bisschen länger verzichten, ja.“ (B8, Z. 143f.). Somit kommt es bei einem fehlenden Zugriff auf Social-Media auch auf die konkrete Anwendung an.

6.2 Auswertung der Diagnose einer möglichen Mediensucht

In den nächsten Kapiteln wird analysiert, unter welchen Kriterien bzw. Umständen die Interviewpartner die Nutzung von Social-Media als problematisch oder bedenklich einstufen würden. Dabei wird auch untersucht, wie die Befragten ihr eigenes Nutzungsverhalten reflektieren und welche möglichen negativen Konsequenzen die Social-Media-Nutzung bereits für sie hatte. Anhand der geschilderten Folgen soll anschließend das Nutzungsverhalten der Interviewpartner unter Hinzunahme der Theorie bewertet und eingestuft werden.

6.2.1 Kriterien zur Einstufung einer problematischen Social-Media-Nutzung

Insgesamt listen die Interviewpartner vielfältige Kriterien zur Einstufung einer problematischen Social-Media-Nutzung auf (vgl. Abb. 10). Besonders häufig wird dabei die Vernachlässigung von Pflichten im Alltag genannt: „[...] alles, was so viel Zeit und Raum einnimmt, dass du deine Freunde und die Arbeit und andere wichtige Dinge, wie zum Beispiel Studium, vernachlässigst“ (B1, Z. 175f.). Der Drang, ständig nach seinem Smartphone zu greifen und Zeit auf Social-Media zu verbringen, wird von den Befragten ebenfalls als bedenklich eingestuft: „Also, wo ich quasi morgens schon aufstehe und das erste, was ich tue, ist, ich greife nach dem Handy und schicke einen Snap los, weil ich die Flammen erhalten will oder ich gucke auf Instagram, was XY gepostet hat oder sowas“ (B4, Z. 278ff.). Dieser „[...] auferlegte Zwang, schnell zu antworten und dadurch halt immer wieder Social-Media zu checken, um auch wieder nichts zu verpassen“, wird von B5 (Z. 219ff.) sogar konkret als eine Form der Sucht eingestuft. Neben dem Drang, der in der Theorie auch als Craving bezeichnet wird (vgl. Kapitel 2.1), sei für die Interviewpartner ein Kontrollverlust über die eigene Social-Media-Nutzung als besorgniserregend einzustufen, wenn man sich „wirklich überhaupt nicht mehr auf was anderes konzentrieren kann und dann zum Beispiel immer zum

Handy greift“ (B2, Z. 258f.). Nach B3 (Z. 262ff.) habe diese Kontrolllosigkeit die finale Endstufe erreicht, „wenn man ohne externe Hilfe nicht mehr davon loskommt [...]“. Als zusätzlichen negativen Gesichtspunkt listet die Person das Auftreten von Entzugserscheinungen auf, „wenn man diesen Zugriff auf einmal nicht mehr hat, dass man irgendwie [...] nervös wird“ (ebd., Z. 258ff.). Ein weiteres problematisches Anzeichen sei der Moment, „wenn sich die Person dann zurückzieht, lieber mit dem Handy [...] als mit Freunden was macht oder sich gehen lässt oder ständig schlechte Laune hat [...]“ (B5, Z. 202ff.). Ebenfalls sei ein problematischer Aspekt, wenn der Betroffene nicht mehr richtig zwischen der Realität und der Social-Media-Welt differenzieren kann und sich zu stark mit anderen Menschen vergleicht (vgl. B7, Z. 232ff.). Auch ein Experte stuft es als bedenkliches Nutzungsverhalten ein, wenn die Betroffenen nicht mehr unterscheiden können zwischen, „was ist denn gutes, wissenschaftliches fundiertes Wissen und was ist [...] Propaganda?“ (B9, Z. 120ff.). Die aufgelisteten Kriterien der Interviewpartner decken sich zum Großteil mit den Kriterien, welche für die Diagnose einer Computerspielstörung, als Teilbereich des internetbasierten Suchtverhaltens, vorliegen müssen (vgl. Kapitel 3.1.2).



Abb. 10: Kriterien einer problematischen Social-Media-Nutzung

Quelle: eigene Darstellung

Als weiteren problematischen Punkt nennen die Interviewpartner die zu starke Beeinflussung durch toxische Trends oder Inhalte, „[...] also, wenn man zum Beispiel irgendwelche Influencer als Vorbild nimmt, die super schlank sind [...] und dann zum Beispiel auch sagt ‚Ok, ich muss jetzt ganz krass abnehmen‘“ (B2, Z. 261 ff.). Ein Interviewpartner findet zudem das Alter, mit dem man sich auf Social-Media bewegen kann, bedrohlich: „Das kann halt nicht kontrolliert werden, ab welchem Alter du dich da anmelden kannst“ (B6, Z. 251 ff.) und befürchtet, es könne durch die Unwissenheit im jungen Alter leicht zu Online-Mobbing-Problemen kommen (vgl. ebd.).

Eine konkrete Anzahl an Stunden zu nennen, ab der eine Social-Media-Nutzung als problematisch eingestuft werden kann, fällt den Befragten eher schwer (vgl. B5, Z. 190). Drei Interviewpartner schätzen eine Intensität ab circa vier Stunden als bedenklich ein, besonders wenn „man [...] kein Social-Media-Manager [ist], sondern Privatperson, die normal arbeitet“ (B8, Z. 247ff.). Eine andere Person stuft eine Social-Media-Nutzung, die „über ein Drittel des Tages hinausgeht“ (B2, Z. 268f.) als problematisch ein. Weiterhin wird von B8 (Z. 258f.) eine Implementierung im Tagesablauf bzw. Alltag als besorgniserregend bezeichnet, „wenn das erste, was du machst, auf Social-Media zu gehen und das letzte, was du machst [...]“. Die theoretische Annahme, dass ein exzessiver Medienkonsum bei den Betroffenen im schlimmsten Fall bis hin zu Depressionen oder Suizid führen kann (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 91), wurde von den Interviewpartnern nicht explizit genannt.

6.2.2 Einstufung und Folgen der eigenen Social-Media-Nutzung

Im Hinblick auf die zuvor herausgearbeiteten Kriterien empfindet der Großteil der Interviewpartner sein derzeitiges Social-Media-Nutzungsverhalten als unbedenklich: „Nein, wirklich problematisch würde ich mein eigenes nicht einstufen“ (B5, Z. 208). Lediglich einer der Interviewpartner ist sich unsicher, ob sein früheres Verhalten auf der Plattform Snapchat als problematische Nutzung einzustufen war (vgl. B4, Z. 68f.). B1 meint weiterhin, dass sein Nutzungsverhalten tagesform abhängig sei und stuft es wie folgt ein: „Manchmal übertreibe ich es vielleicht ein bisschen, manchmal ist es ganz ok. Aber alles in allem würde ich sagen, ist es bei mir noch unbedenklich“ (B1, Z. 196ff.).

Trotzdessen fällt auf, dass alle Interviewpartner ihren Social-Media-Konsum schon einmal hinterfragt haben, z.B. wenn sie ihre aktuelle Nutzungszeit als zu hoch empfunden haben: „Ich habe es hinterfragt, wenn ich gemerkt habe, dass ich am Ende eines Tages so wenig für, in meinem Fall jetzt die Uni geschafft habe, aber nichts anderes gemacht habe [...]“ (B7, Z. 181ff.) oder wenn man „einfach minuten- oder stundenlang gefühlt dadurch scrollt und man aber keinen richtigen Mehrwert davon hat“ (B4, Z. 270f.). Des Weiteren bemerken sie teilweise eine Nutzung in für sie unpassenden Momenten „[...] auf der Arbeit zum Beispiel. Wenn ich mir halt so denke ‚Muss ich jetzt wirklich dauerhaft auf das Handy gucken‘ [...]“ (B1, Z. 160f.).

Diese Eindrücke werden teilweise auch durch das familiäre oder freundschaftliche Umfeld der Befragten vertreten, sodass ein paar bereits auf ihre Social-Media-Nutzung angesprochen wurden: „Da wird dann schon einmal angesprochen, dass ich vielleicht etwas exzessiver Social-Media nutze als der Otto Normalverbraucher vielleicht oder als meine Freunde“ (B3,

Z. 225ff.). Die Rückmeldungen sind jedoch nicht immer negativ, sondern auch in einem positiven oder humorvollen Sinne: „Also, wenn ich halt irgendwas poste, dann ist natürlich halt immer so [...], [Name], der kleine Influencer', so nach dem Motto“ (B8, Z. 228f.). Die Befragten fassen die Reaktionen des Umfelds zum einen neutral auf: „Das ist die Sichtweise dieses Menschen und ich akzeptiere das, aber ich ändere dadurch nichts an meinem Nutzungsverhalten“ (B3, Z. 233f.). Zum anderen fühlen sie „sich halt schon immer so ein bisschen erappt“ (B5, Z. 173) oder es ist ihnen „schon ein bisschen unangenehm, weil ich dann das Gefühl habe, dass ich mich für irgendetwas rechtfertigen müsste“ (B2, Z. 230f.). Manche Angehörige haben mit der Zeit auch Verständnis für das Verhalten des Interviewpartners entwickelt: „[...] also irgendwann haben dann auch meine Eltern verstanden, dass es auch ein Job sein kann beziehungsweise man dafür was tun muss, wenn man das Ziel hat, Leute zu erreichen“ (B1, Z. 155f.).

Das theoretische Phänomen einer Co-Abhängigkeit für die Kontakt- und Bezugspersonen (vgl. Kapitel 3.3), lässt sich bei den Angehörigen der Interviewpartner nicht direkt festmachen. Ein Experte betont jedoch die Vorbildfunktion der Eltern sowie deren Einfluss auf das spätere Nutzungsverhalten: „Ich kann nicht hingehen und selbst digital nur noch unterwegs sein und sage dann zu meinen Kindern ‚Ne, das ist gar nicht gut für euch‘, das glauben sie mir ja gar nicht“ (B9, Z. 92ff.).

Trotz des relativ bewussten Umgangs mit Social-Media haben die Befragten auch negative Aspekte bzw. Einflüsse ihres Nutzungsverhaltens bemerkt (vgl. Abb. 11). So hat B1 (Z. 141f.) beispielsweise schon einmal eine Veränderung seines Schlafrhythmus festgestellt: „Ich glaube, da hat es schon das ein oder andere Mal schon dazu geführt, dass ich [...] zu spät ins Bett gegangen bin“ (B1, Z. 139ff.). Weiterhin treten bei den Befragten zum Teil psychische Probleme wie Stress, Stimmungsschwankungen oder Konzentrationsprobleme auf: „[...] ich habe gemerkt, dass meine Konzentrationsfähigkeit ein bisschen abgenommen hat in letzter Zeit [...]“ (B3, Z. 196f.). Nur einer von den Interviewpartnern hat durch die Eigenschaft der ständigen Erreichbarkeit über Social-Media auch negative Konsequenzen im universitären Kontext erlebt bzw. Pflichten vernachlässigt: „[...] wenn dann Leute sagen ‚Hey, wir treffen uns mit so und so vielen Leuten da und da‘ und man müsste eigentlich in die Uni [...], dass man sich dann denkt ‚Ach, ich treffe mich mal doch mit denen‘“ (B7, Z. 162ff.). Ein Experte nennt zudem das Auftreten von physischen Problemen: „Die Menschen sind allgemein nur noch drin, [...] sie bewegen sich zu wenig, die Augen leiden. [...]. Also viele haben schon in jungen Jahren Rückenschmerzen“ (B9, Z.99ff.). Die genannten psychischen sowie physischen Einschränkungen der Interviewpartner finden sich auch in den theoretischen

Annahmen über die Folgen eines problematischen Mediennutzungsverhaltens wieder (vgl. Kapitel 3.3).

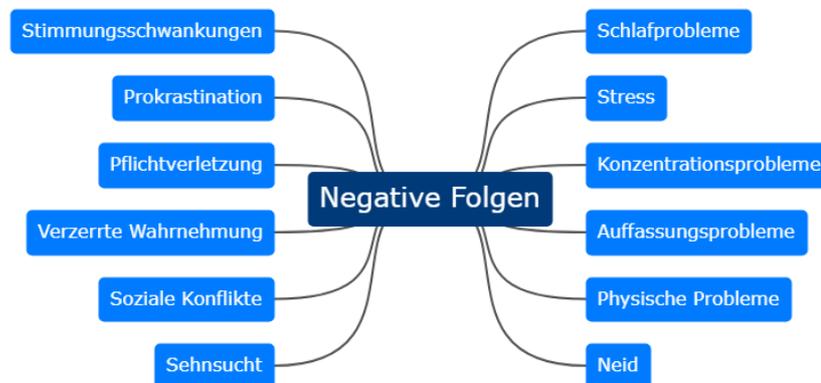


Abb. 11: Negative Folgen der Social-Media-Nutzung

Quelle: eigene Darstellung

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Befragten zwar durchaus negative Auswirkungen ihres Social-Media-Konsums spüren, diese aber nicht als lebensbeeinträchtigend wahrnehmen. Ein Kontrollverlust über das eigene Nutzungsverhalten liegt lediglich partiell vor und wirkt sich nicht negativ auf die Verfassung oder den Alltag der Interviewpartner aus. Auf Grundlage der ICD-10 bzw. ICD-11 kann keinem der acht Teilnehmer aus der Generation Z direkt ein internetbasiertes Suchtverhalten zugeschrieben werden. Hierfür müssten zum einen mehrere Kriterien über einen längeren Zeitraum vorliegen, welche für die Betroffenen zugleich mit einschneidenden Veränderungen in ihrem Leben einhergehen (vgl. Kapitel 2.1 und 3.1.2). Zum anderen müssten für eine stichhaltige Diagnose zusätzliche Faktoren wie die persönlichen Merkmale des Interviewten oder die Beeinflussung durch das Umfeld mit einbezogen werden (vgl. Kapitel 2.2.2). Neben qualitativen Interviews wären zudem weiteren Untersuchungsarten, wie z.B. Beobachtungen für eine aussagekräftige Bewertung notwendig.

6.3 Wirksamkeit des Konzepts Digital Detox

Abschließend wird die Wirksamkeit des Konzepts Digital Detox aus Sicht der Interviewpartner analysiert. Dabei wird zum einen untersucht, ob die Befragten schon einmal einen Digital Detox durchgeführt haben und wie sich dieser gestaltet hat. Zum anderen werden die Motive bzw. Beweggründe sowie die damit verbundenen Hindernisse erfasst. Da nicht davon ausgegangen werden kann, dass alle Interviewpartner einen Digital Detox durchgeführt haben, wird zum Teil auf deren hypothetischen Angaben zurückgegriffen und diese im Gesamtkontext interpretiert.

6.3.1 Motive zur Durchführung eines Digital Detox

Insgesamt haben vier der acht Teilnehmer aus der Generation Z einen bewussten Digital Detox durchgeführt. Die eine Hälfte hat dabei ihr Endgerät für einen selbst definierten Zeitraum beiseite gelegt „[...] und mir quasi geschworen, dass ich nicht darauf zurückgreife“ (B3, Z. 282f.). Die andere Hälfte hat sich bewusst dazu entschieden, eine Auswahl an Apps für eine bestimmte Zeitspanne zu entfernen: „[...] ,wenn ich gemerkt habe, ich war zu viel darauf, habe ich Apps deinstalliert für ein bis, ich glaube das höchste waren fünf Monate“ (B7, Z. 252f.). Von dieser zweiten Hälfte hat einer zusätzlich die Benachrichtigungen seines Smartphones deaktiviert, „bedeutet, ich sehe nicht, wenn man mir schreibt, also ich muss dann aktiv auf die App gehen“ (ebd., Z. 119f.). Außerdem hat diese Person eine Zeit lang versucht, einen Alarm bei der Social-Media-Anwendung Instagram einzurichten, „dass man nur eine halbe Stunde dran ist“ (ebd., Z. 254). Zwei andere Interviewpartner behaupten hingegen, nur unbeabsichtigt einen Digital Detox durchgeführt zu haben: „Also direkt noch nicht. Ich habe es vielleicht unterbewusst mal gemacht [...]“ (B4, Z. 308). Die zwei übrigen Befragten haben keinen Digital Detox umgesetzt, da sie bislang keinen Grund bzw. keine Notwendigkeit für eine Verhaltensänderung gesehen haben: „Also ich komme meiner Arbeit nach, ich habe soziale Kontakte, ich gehe raus, ich vernachlässige jetzt nicht mein Leben [...]“ (B8, Z. 282ff.). Unabhängig dieser Aussagen mussten drei der Befragten aufgrund von fehlendem Internet schon einmal gezwungenermaßen einen Digital Detox durchführen, z.B. „[...] zwei Wochen im Urlaub, das war mehr oder weniger unfreiwillig dann Digital Detox“ (B2, Z. 284f.).

Für die Realisierung eines Digital Detox nennen die Interviewpartner verschiedene Beweggründe. Besonders oft wird dabei der Bedarf zur Verbesserung der eigenen Produktivität genannt, wenn „[...] ich merke, das Handy lenkt mich wieder viel zu schnell ab und ich komme nicht in den Fluss rein, etwas zu machen“ (B1, Z. 205ff.). Wenn eine Klausuren- oder Prüfungsphase ansteht, entscheiden sich einige der Befragten ebenfalls bewusst für einen Digital Detox, damit sie sich besser auf ihre Prüfungen konzentrieren können (vgl. B3, Z. 281). Auch ein Experte bestätigt, dass gerade Studierenden ihre Social-Media-Nutzung in solchen Phasen auffällt, „in denen sie eigentlich ihr Verhalten auf was anderes fokussieren wollen und wenn das nicht gelingt, dann zwickt es halt am meisten“ (B10, Z. 231f.). Ein Interviewpartner legt zudem bewusst das Handy bei sozialen Interaktionen beiseite, zum Beispiel „[...] ,wenn ich bei meinen Eltern zu Hause bin“ (B2, Z. 292) und bezeichnet dies als „Mini Detox im Alltag“ (ebd., Z. 295). Eine weitere Motivation zur Durchführung eines Digital Detox stellt für einige Teilnehmer das Bewusstsein eines problematischen Nutzungsverhaltens bzw. ein aktives Gegenwirken dar „damit ich eben nicht

in diesen ganzen Situationen, in denen man sich irgendwie unwohl fühlt und es halt eben so als Lückenfüller nutzt, anfängt, so rumzuscrollen” (B5, Z. 221ff.). Diese Erkenntnis findet sich auch bei den beiden Experten wieder: „Die eine sagte ‚Ich will das gar nicht, ich ertappe mich immer wieder, dass ich gucke, habe ich eine neue Nachricht, habe ich eine neue Info [...]?’“ (B10, Z. 320 ff.). Ein Experte bezeichnet dies sogar als Hauptmotivation der Teilnehmer seines Digital Detox Angebots (vgl. B9, Z. 148).

Die gewonnenen Erkenntnisse decken sich zum Großteil mit den bereits theoretischen Annahmen. So zeigt sich beispielsweise auch hier, dass für die Durchführung eines Digital Detox verschiedene, selbst definierte Zeitspannen möglich sind (vgl. Kapitel 4.1). Ebenfalls finden sich unterschiedliche Anwendungsarten, wie beispielsweise der Gebrauch von Apps zum Tracken der eigenen Social-Media-Zeit, bei den Befragten wieder (vgl. Kapitel 4.2). Des Weiteren bildet für einige der Befragten das Bewusstsein einer problematischen Mediennutzung ein Beweggrund zur Realisierung eines Digital Detox. Dies zeigte sich unter anderem bereits in der beschriebenen Pilotstudie von El-Khoury et al. (2021, S. 4f.). Lediglich das theoretische Motiv, dass sich die Teilnehmer durch den Verzicht auf ihre digitalen Endgeräte und Inhalte, mehr Zeit mit sozialen Kontakten im realen Alltag erhoffen, wird von den Befragten nicht explizit aufgeführt (vgl. Kapitel 4.1). Im Hinblick auf das konkrete Angebot der Experten zeigen sich weitere Gemeinsamkeiten mit den theoretischen Vorkenntnissen zur möglichen Durchführung eines Digital Detox: Experte B9 (Z. 93f.) bietet für die Teilnehmer beispielsweise eine Art Minitagebuch mit verschiedenen Fragen an, „um sozusagen zu reflektieren und sich was zu notieren [...]“. Im Kapitel 3.4 wurden im Vergleich hierzu Selbstbeobachtungsprotokolle beschrieben, um die Mediennutzung regelmäßig zu überprüfen. Experte B10 (Z. 190ff.) beschreibt hingegen Aktivitäten in der Natur, bei denen das Handy verschlossen in einem Raum bleiben soll. Dies deckt sich zum Teil mit der beschriebenen Aktivität von Wochenend-Camps, bei denen die Teilnehmer angeleitet werden, ihr Smartphone oder andere digitale Geräte nicht zu nutzen (vgl. Kapitel 4.2).

6.3.2 Hindernisse und Schwierigkeiten bei einem Digital Detox

Sowohl die Interviewpartner, die bereits einen Digital Detox durchgeführt haben, als auch die Befragten, die diesen bislang nur unbewusst oder gar nicht in Erwägung gezogen haben, zählen verschiedene Hindernisse bzw. Schwierigkeiten auf, die sie bei der Realisierung des Konzepts entweder selbst erlebt haben oder sich potenziell vorstellen können (vgl. Abb. 12).



Abb. 12: Schwierigkeiten bei einem Digital Detox

Quelle: eigene Darstellung

Dazu zähle insbesondere die Angst vor einem gesellschaftlichen Ausschluss bzw. einer fehlenden Teilhabemöglichkeit: „[...] ,dass man dann halt nicht so sieht, was die anderen machen und auch so nicht mit denen in Kontakt treten kann, wie man es sonst gewohnt ist“ (B1, Z. 217f.). Weiterhin „[...] könnte es auch sein, dass man sich vielleicht nicht mehr so über das Weltgeschehen informiert oder [...] nicht so weiß, was gerade in der Welt los ist“ (B3, Z. 322ff.).

Dem Großteil der Beteiligten würde ein Digital Detox deutlich leichter fallen, wenn sie wüssten, „[...] ,dass ich nichts verpassen würde, also nichts, was irgendwie wichtig wäre“ (B2, Z. 323f.). Auch ein Experte schildert, dass die Betroffenen „[...] immer auf der Suche nach irgendeinem neuen Kick [...]“ (B9, Z. 402) seien. Dieser geschilderte FOMO-Effekt findet sich auch in den theoretischen Annahmen wieder und bildet zugleich ein gängiges Mediennutzungsmotiv, um im Freundes- oder Familienkreis mitreden zu können (vgl. Kapitel 3.2.1). Als weitere Schwierigkeit wird von den Befragten in diesem Zusammenhang auch „[...] ganz klar die Erreichbarkeit [...]“ (B2, Z. 299) genannt. So wird damit einhergehend z.B. befürchtet, „[...] dass irgendwie dann Leute auf mich sauer sein könnten, wenn ich dann über Tage oder vielleicht sogar Wochen nicht antworte“ (ebd., Z. 308f.). Ein Interviewpartner, der bereits schon einen Digital Detox durchgeführt hat, bestätigt zum Teil diese Befürchtung und behauptet, dass es am Anfang schwierig gewesen war, „[...] mit allen Leuten in Kontakt zu bleiben [...]“ (B7, Z. 281). Ebenfalls sei das in Kontakttreten mit neuen Menschen ohne aktive Social-Media-Nutzung aus dessen Sicht schwieriger (vgl. ebd., Z. 286ff.). Darüber hinaus stelle auch „[...] so ein bisschen die Alltäglichkeit der Nutzung dieser Apps [...]“ (B4, Z. 314) eine Hürde für die Kontaktfindung dar. Die fehlende Erreichbarkeit spielt weiterhin im Uni- oder Arbeitskontext eine wichtige Rolle: „Also ich würde es jetzt nicht über mehrere Tage schaffen, weil [...] ich nutze [das Handy] auch auf der Arbeit und

muss erreichbar bleiben irgendwie” (B1, Z. 203f.). B2 (Z. 302f.) fühlt sich in diesem Kontext z.B. auf ihre WhatsApp-Gruppen angewiesen, „[...] damit ich keine Abgabefristen und sowas verpasse.”

Für die Befragten komme es zudem auf die Dauer oder die Art des Digital Detox an: „Wenn es eine etwas längere Zeitspanne ist, jetzt für eine Woche oder zwei oder sogar länger, dann stelle ich mir das ein bisschen schwierig vor” (B3, Z. 307ff.). Auf Messenger-Dienste zu verzichten sei dabei für viele problematischer als auf andere Social-Media-Plattformen, „[...] weil da kommen halt so viele Informationen rein, die halt wirklich auf dich dann bestimmt sind [...]” (B6, Z. 297f.). Zwei Interviewpartner betonen jedoch, dass es durch die Funktionsweise einiger Netzwerke trotzdem schwierig sein kann, aus seinem bestehenden Konsum rauszukommen, „[...] weil der Algorithmus ja so gut passt mittlerweile” (B7, Z. 230). An dieser Stelle schildert auch ein Experte die Schwierigkeit, eine Verhaltensänderung dauerhaft zu etablieren und die Social-Media-Nutzung nachhaltig anzupassen (vgl. B9, Z. 206ff.). Hierfür sei es wichtig, dass die Konsumenten einen positiven Mehrwert spüren (vgl. ebd., Z. 220f.).

Wie im Kapitel 6.1.2 geschildert, wird die Nutzung von Social-Media und das Konsumieren der angebotenen Inhalte von einigen Interviewpartnern als Beschäftigung zur Vertreibung von Langeweile angesehen. Wenn man jedoch „[...] nichts anderes zur Hand hat [...]” (B4, Z. 220) sei es schwierig, sich während einer langweiligen Phase auf andere Art und Weise zu beschäftigen. Eine mangelnde Kreativität für Alternativbeschäftigungen stellt daher auch ein Hindernis für einen Digital Detox dar. Ansonsten würde es „[...] tatsächlich gar nicht auffallen, ob das Handy jetzt funktioniert oder nicht” (ebd., Z. 218f.).

Aus Sicht der Content-Creator geht ein zeitweiser Social-Media-Verzicht zudem mit einem möglichen Verlust der Reichweite oder Bekanntheit einher. Dementsprechend „[...] muss man halt gucken, inwiefern man das vereinbart kriegt, mit dem was man macht” (B1, Z. 250). Für sie hat die Social-Media-Nutzung neben dem Freizeitaspekt auch noch einen wirtschaftlichen Hintergrund.

6.3.3 Auswirkungen eines Digital Detox

Bezüglich der Auswirkungen eines Digital Detox lässt sich bei den Teilnehmern ein gemischtes Bild mit positiven und negativen Effekten wiederfinden (vgl. Abb. 13).

Während des zeitweisen Verzichts auf Social-Media können die Befragten beispielsweise eine Steigerung ihrer Produktivität und Konzentrationsfähigkeit feststellen: „Ich würde sagen, es fällt mir dann leichter, mich zu konzentrieren [...]“ (B3, Z. 296) und „[...] dass ich praktisch irgendwie viel produktive Sachen schaffe“ (B6, Z. 282f.). Weiterhin führen die Teilnehmer an, statt dem gewohnten Social-Media-Konsum alternativen Beschäftigungen nachzugehen, welche zum Teil auch als sinnvoller oder „gesünder“ (B2, Z. 316) angesehen werden: „[...] also ein Buch lesen oder rausgehen oder was mit Freunden unternehmen [...]“ (B3, Z. 335f.). Diesen Eindruck teilen ebenfalls die Experten: „[...] also, was viele berichtet haben, ist, dass sie auch hier so [...] zwischenmenschliche Kontakte dadurch gewonnen haben, weil einfach dieses Parallele, ach mal schnell irgendwie alle fünf Minuten auf das Handy gucken, weg war [...]“ (B9, Z. 248ff.).

Des Weiteren entwickeln die Interviewpartner ein stärkeres Bewusstsein für ihre individuelle Social-Media-Nutzung und meinen beispielsweise „[...] dass ich sie erfolgreich ändern konnte, vorwiegend, weil ich am Anfang gemerkt habe, wie oft ich zum Handy gegriffen habe [...]“ (B7, Z. 266f.). Ebenfalls wurde einigen Teilnehmern bewusst, „[...] dass ich nicht auf Social-Media angewiesen bin, also dass ich es eigentlich nicht brauche“ (B3, Z. 297f.). Auch die Experten nehmen bei den Teilnehmern ihrer Workshops diesen Erkenntnisgewinn sowie ein Anpassen des Social-Media-Konsums wahr: „[...] die meisten [haben] festgestellt ‚Krass, ich habe da was reduziert, von dem ich vorher dachte, da komm ich nie von los und ich habe diese Reduzierung als absolut wohltuend erlebt‘ [...] und irgendwann am Ende der Woche haben die meisten tatsächlich erlebt, dass sie es gar nicht mehr so brauchten, wie sie vorher den Eindruck hatten [...]“ (B10, Z. 160ff.). Nach dem Digital Detox „[...] haben sich manche natürlich auch wieder bewusst dafür entschieden, also es ist sozusagen nicht bei der Reduzierung jetzt dauerhaft geblieben [...]“ (ebd., Z. 203f.).

Die Interviewpartner berichten zum Teil auch von einer Verbesserung ihrer emotionalen Stabilität bzw. einer Steigerung ihres Wohlbefindens: „[...] dass es mir besser geht, dass ich nicht die ganzen perfekten Leben von den anderen Leuten sehe, wo man sich ja manchmal dann so schlecht fühlt [...]“ (B5, Z. 229f.). Diesen Eindruck teilt ebenfalls ein Experte: „Man hat einfach gemerkt, dass die ruhiger waren oder sie haben auch gesagt ‚Ach ja, hat uns sehr gutgetan, war super, wir fühlen uns tiefenentspannt‘“ (B9, Z. 509ff.). Weiterhin nimmt B9 (Z. 524ff.) durch die Schilderung eines Teilnehmers eine verbesserte Schlafqualität wahr.

Mit dem Verzicht auf Social-Media als Kommunikationsmedium kann weiterhin eine grundlegende und nachhaltige Änderung der Kommunikationsgewohnheiten sowie des

Sozialverhaltens erzielt werden: „Ich glaube dadurch, also ich würde schon sagen mein Umgang ist gesünder geworden, vorwiegend weil ich gezielteren Kontakt zu anderen Leuten jetzt habe [...]“ (B7, Z. 275 ff.).

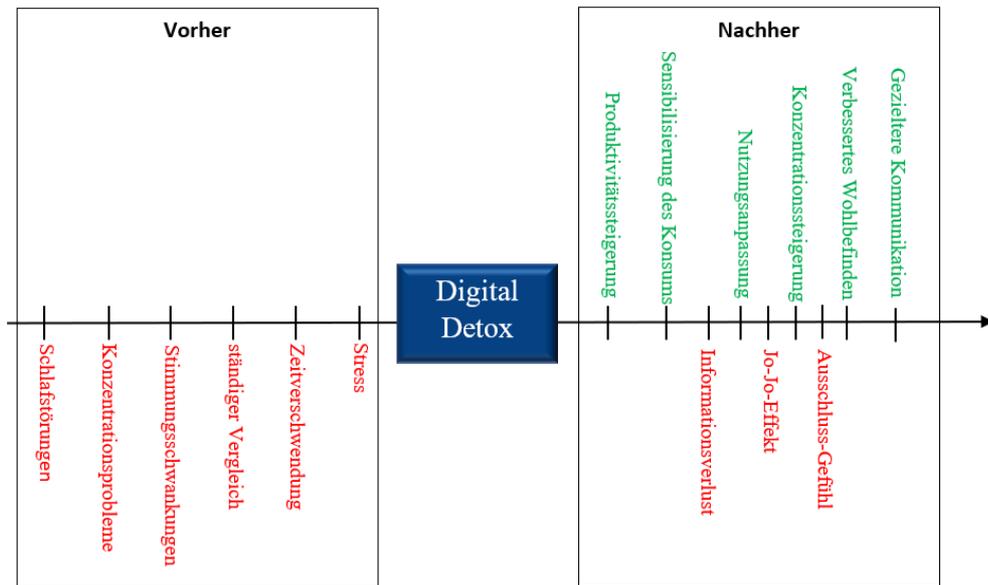


Abbildung 13: Effekte durch einen Digital Detox

Quelle: eigene Darstellung

Neben den dargestellten positiven Aspekten eines Digital Detox spüren die Befragten aber auch negative Folgen. B5 (Z.233ff.) resümiert hierzu, „[...] dass mir schon noch so ein bisschen der Austausch fehlt [...] und ich kriege jetzt schon halt auch einfach weniger mit.“ Dieser Informationsverlust sei gerade zu Beginn des Digital Detox am größten, da die Art der Kommunikation sowie die Informationsgewinnung noch umgestellt werden müssen und die Durchführenden auf die Mithilfe ihrer Kontakte angewiesen sind (vgl. B7, Z. 295ff.).

Mehrere Interviewpartner prognostizieren bei einem zeitweisen Social-Media-Verzicht einen Jo-Jo-Effekt und glauben „[...] nicht unbedingt, dass es mein Nutzungsverhalten ändern würde. Ich denke, wenn diese Zeit des Detox vorbei wäre, wäre mein Nutzungsverhalten genauso wie vorher“ (B3, Z. 336ff.). Besonders im Falle einer ernsthaften Sucht hält B8 (Z. 306f.) einen befristeten Verzicht auf Social-Media für unwirksam und erklärt, „[...] wenn man nur, sage ich mal, bestimmte drei Monate darauf verzichtet, glaube ich, wird man ganz schnell wieder an dem Punkt sein, wo man vorher auch war.“ Dieser Kritik schließen sich teilweise auch die Experten an und berichten von Klienten, die „[...] verschiedenes ausprobiert haben über ein, zwei Wochen, das hat auch funktioniert und dann sind die wieder in das alte Verhaltensmuster zurückgefallen“ (B9, Z. 433f.).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die positiven Auswirkungen des Digital Detox laut den Interviewpartnern überwiegen und sich mit den dargestellten Nutzungsmotiven bzw. gewünschten Zielvorstellungen decken (vgl. Kapitel 6.3.1). Der Digital Detox wird zum Großteil als eine positive Methode bewertet, „um so schrittweise den Konsum halt ein bisschen runterzuregeln“ (B4, Z. 363). Weiterhin gibt es aber durchaus negative Auswirkungen, sodass es laut den Teilnehmern beispielsweise zu einem unerwünschten Jo-Jo-Effekt kommen kann. Ein Experte betont des Weiteren, dass es für eine erfolgreiche Anpassung des Social-Media-Konsums, einer freiwilligen Intention bedarf: „[...] das ist irgendwie kontraproduktiv, wenn man Menschen versucht zu irgendetwas zu zwingen“ (B9, Z. 544f.). Ebenso macht der Experte deutlich, dass man „ja nie alle über einen Kamm scheren“ (B9, Z. 512) kann und einige Individuen mehr Unterstützung für die Durchführung eines Digital Detox benötigen als andere. Ein Teilnehmer kann sich außerdem durchaus vorstellen, nochmal einen Digital Detox durchzuführen und überlegt sich beispielsweise, „[...] ob ich nochmal eine weitere App von meinem Handy runterkicke“ (B7, Z. 327f.) und damit seinen Social-Media-Konsum weiter einzuschränken.

7. Aufstellung von Hypothesen

Mithilfe der theoretischen Erkenntnisse sowie der Ergebnisse aus den Leitfadeninterviews sollen im Folgenden Hypothesen hergeleitet und erläutert werden. Diese können als Grundlage für weitergehende quantitative Forschungen mit einer größeren Stichprobe dienen. Der Schwerpunkt hierbei liegt auf den Themenkomplex Digital Detox, da dieser zugleich Untersuchungsbasis der zentralen Forschungsfrage ist.

Aus der Theorie ergibt sich die Annahme, dass sich die Durchführenden eines Digital Detox häufig eines problematischen Mediennutzungsverhaltens bewusst sind und dieses aus einem freiwilligen Antrieb kurieren wollen (vgl. Welledits et al., 2020, S. 28). In den Leitfadeninterviews lässt sich diese Erkenntnis ebenfalls wiederfinden: B5 und B7 haben beispielsweise gemerkt, dass sich die Social-Media-Nutzung teils negativ auf ihre emotionale Stabilität auswirkte oder sie von Verpflichtungen in ihrem Alltag ablenkte. B4 und B8 sehen hingegen keinen Anlass für die Durchführung eines Digital Detox, weil sie ihr Social-Media-Nutzungsverhalten als unproblematisch einstufen. Daraus lässt sich folgende Hypothese schlussfolgern:

H1: Personen, die sich der Problematik bzw. der negativen Folgen ihres Social-Media-Nutzungsverhaltens bewusst sind, sind eher dazu geneigt, einen Digital Detox durchzuführen.

Ein Digital Detox kann laut der Theorie verschiedene positive Auswirkungen für die Durchführenden haben. Nach Welledits et al. (2020, S. 25) äußert sich dies beispielsweise durch eine Verbesserung der kognitiven Leistungsfähigkeit. Die Interviewpartner schilderten unter anderem für die Prüfungsvorbereitung bewusst auf Social-Media zu verzichten, um sich besser auf die zu lernenden Inhalte konzentrieren zu können und spiegeln diese These damit wider. In Bezug auf die Konzentrationsfähigkeit lässt sich folgende Hypothese ableiten:

H2: Ein erfolgreicher Digital Detox führt bei den beteiligten Personen zu einer wahrgenommenen Verbesserung der Konzentrationsfähigkeit verbunden mit einer höheren wahrgenommenen Produktivität.

Der Gedanke für einen längeren Zeitraum auf digitale Medien zu verzichten bzw. einen Digital Detox durchzuführen, führt laut der Theorie zu der Angst, wichtige Informationen zu verpassen (vgl. Müller & Stark, 2020, S. 95). Dieser sogenannte FOMO-Effekt (vgl. Wampfler, 2018, S. 113) wird von den Interviewpartnern ebenfalls als eine Hürde für die Durchführung eines Digital Detox empfunden. Hieraus bildet sich folgende Hypothese:

H3: Der FOMO-Effekt stellt für die Generation Z ein Hindernis bei der Durchführung eines Digital Detox dar.

Aus der Theorie ergibt sich darüber hinaus die Annahme, dass die Durchführenden eines Digital Detox Rückfälle bzw. einen Jo-Jo-Effekt erleben können (vgl. Illy, 2021, S. 145). Dieser These schließt sich auch ein Teil der Interviewpartner aus der Generation Z an bzw. prognostiziert die beschriebenen Effekte. Weiterhin berichtet einer der interviewten Experten von Teilnehmern aus seinen Workshops, welche nach einem kurzzeitigen Digital Detox in ihr altes Nutzungsverhalten zurückgefallen sind. Aus diesen Erkenntnissen lässt sich folgende Hypothese ableiten:

H4: Ein Digital Detox eignet sich nicht für eine nachhaltige Änderung der Mediennutzungsgewohnheiten, sondern führt zu einem Jo-Jo-Effekt.

Wie der Theorie zu entnehmen ist, gibt es für den Konsum von Social-Media verschiedene Nutzungsmotive, wie beispielsweise die Pflege von sozialen Kontakten, Informationsgewinnung oder Unterhaltung (vgl. Kapitel 3.2.1). Aus den Leitfadeninterviews lassen sich ebenfalls unterschiedliche Nutzungsgründe ableiten, wie z. B. die Organisation des Alltags oder die Selbstdarstellung auf Social-Media. Die Interviewpartner machen je nach Funktion der einzelnen Social-Media-Plattformen und den damit verbundenen Hintergründen zur Nutzung differenzierte Angaben in Bezug auf die Verzichtbarkeit verschiedener

Plattformen. Aus dieser Kombination von Nutzungsmotiven und Funktionen der Social-Media-Plattformen ergibt sich folgende Hypothese:

H5: Die Nutzungsmotive der Konsumierenden und die Art der Social-Media-Plattform beeinflussen die Durchführbarkeit eines Digital Detox.

Die Erkenntnisse aus den Leitfadeninterviews lassen darüber hinaus Raum für weitere Hypothesen. Die Interviewpartner berichten beispielsweise, dass ihnen ein bewusster Social-Media-Verzicht leichter fallen würde, wenn sie genügend alternative Beschäftigungen zur Verfügung haben. Auch ein Experte wendet dieses Verfahren an und gibt seinen Probanden verschiedene Beschäftigungsideen oder führt diese mit ihnen durch. Damit lässt sich folgende Hypothese aufstellen:

H6: Für einen erfolgreichen Digital Detox ist es hilfreich, den Teilnehmern alternative Beschäftigungsmöglichkeiten vorzustellen bzw. näherzubringen.

Zwei der Teilnehmer geben in den Interviews an, Social-Media nicht nur für den Konsum von Inhalten zu nutzen, sondern diese auch selbst zu produzieren. Einer von ihnen stellt dabei die Annahme auf, auf bestimmte Social-Media-Plattformen zu verzichten, wenn er diese nicht als Nebenbeschäftigung betrachtet. Aufgrund dieser Aussage lässt sich folgende Hypothese aufstellen:

H7: Content-Creatoren fällt es deutlich schwerer einen Digital Detox durchzuführen, als normalen Usern.

8. Fazit und Reflektion

Die vorliegende Bachelorarbeit hat sich mit der zentralen Forschungsfrage auseinandergesetzt, welche Auswirkungen ein zeitweiser Digital Detox im Alltag für die Zielgruppe der Generation Z mit Schwerpunkt auf der Social-Media-Nutzung hat. Hierfür wurden qualitative Leitfadeninterviews mit Teilnehmern aus der Generation Z sowie Experten, welche unterschiedliche Digital Detox Workshops für diese anbieten, durchgeführt. Im Folgenden werden die wichtigsten Erkenntnisse bzw. Ergebnisse zur Beantwortung der Fragestellung präsentiert. Zudem wird das methodische Vorgehen der Arbeit kritisch reflektiert und ein Ausblick in weitere Forschung gegeben.

8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass ein Digital Detox verschiedene Auswirkungen auf den Alltag der Generation Z sowie deren psychische Gesundheit haben kann. Anhand der

theoretischen Erkenntnisse und der Aussagen der Interviewpartner können diese Effekte sowohl positiv, als auch negativ konnotiert werden.

Während des zeitweisen Verzichts auf soziale Medien nehmen die Teilnehmer als positive Auswirkung eine Steigerung ihrer Produktivität und Konzentrationsfähigkeit wahr. Diese äußert sich unter anderem durch eine höhere Lerneffizienz in der Prüfungsvorbereitung oder gesteigerte Auffassungsgabe während der Vorlesungszeiten. Durch einen Digital Detox schaffen die Beteiligten es weiterhin, alternativen Beschäftigungen im Alltag nachzugehen, welche sie im Gegensatz zur Social-Media-Nutzung oft als gesünder bzw. sinnvoller erachten. Die neu gewonnene Freizeit wird beispielsweise genutzt, um soziale Kontakte in der realen Welt zu pflegen oder analogen Aktivitäten wie dem Lesen von Büchern nachzugehen. Des Weiteren berichten einige Teilnehmer von einer Verbesserung ihrer emotionalen Stabilität bzw. einer Steigerung ihres Wohlbefindens. Dies hängt unter anderem mit einer geringeren Beeinflussung durch die Fremddarstellung anderer Menschen sowie einem fehlenden Vergleich mit deren teils irrational abgebildeten Leben auf Social-Media zusammen. An dieser Stelle ist auch die toxische Einflussnahme durch Trendbewegungen zu nennen, die beispielsweise die Anpassung des menschlichen Körpers betreffen. Weiterhin kann durch einen Digital Detox eine grundlegende und nachhaltige Änderung der Kommunikationsgewohnheiten sowie des Sozialverhaltens erzielt werden. So kann durch analoge und persönliche Interaktionsmöglichkeiten ein gezielterer und intensiverer Kontakt mit anderen Menschen erfolgen. Der Erfolg dieser Kommunikation hängt jedoch auch von der Mitwirkung des persönlichen Umfelds ab.

Als negative Auswirkung eines zeitweisen Digital Detox lässt sich bei den Teilnehmern ein Informationsverlust feststellen. Da für die Generation Z der Prozess der Informationsgewinnung zum Großteil digital stattfindet (vgl. Kapitel 3.2.2) und gleichzeitig ein aktives Nutzungsmotiv für Social-Media darstellt, ist es ohne die virtuelle Unterstützung zunächst schwierig, neue Informationen über die persönliche Umgebung oder die Welt zu erschließen. Als Digital Natives nehmen die digitalen Endgeräte für sie weiterhin eine wichtige Rolle für die Unterhaltung und Kommunikation mit anderen Menschen ein. Durch die Unterbindung der Nutzung verspüren sie zumindest teilweise bzw. für einen gewissen Zeitraum einen gesellschaftlichen Ausschluss. Ein Digital Detox kann nach der Aussage eines Experten zudem zu einem Jo-Jo-Effekt führen. Dies bedeutet, dass sich eine gewünschte Verhaltensänderung nicht dauerhaft etabliert, sondern die Teilnehmer stattdessen wieder in ihr altes Verhaltensmuster zurückfallen. Tritt ein solcher Rückfall ein, kann der

Digital Detox als erfolglos eingestuft werden. Weitere wichtige Erkenntnisse der Arbeit wurden bereits in Form möglicher Hypothesen festgehalten (vgl. Kapitel 7).

Im Allgemeinen entwickeln die Teilnehmer eines Digital Detox ein stärkeres Bewusstsein sowie eine höhere Sensibilisierung für ihre individuelle Social-Media-Nutzung. Vielen Beteiligten wurde demnach klar, dass sie nicht auf Social-Media angewiesen sind, sondern sich auch gut mit Alternativen in ihrem Alltag beschäftigen können. Aufgrund von Selbstreflexion und dem damit verbundenen Wunsch nach einer Verhaltensänderung konnten einige Interviewpartner mithilfe eines Digital Detox ihren Social-Media-Konsum dauerhaft anpassen.

Ob ein Digital Detox allerdings eine hilfreiche Methode zur Bekämpfung einer internetbasierten Abhängigkeit bzw. Mediensucht darstellt, kann anhand der aus Theorie und Forschung gewonnenen Erkenntnisse nicht eindeutig geschlossen werden. Einerseits konnte bei keinem der Teilnehmer ein problematisches Mediennutzungsverhalten diagnostiziert werden, andererseits stellen einige Interviewpartner die Wirksamkeit eines Digital Detox aufgrund eines möglichen Jo-Jo-Effekts infrage. Insgesamt zeigen sich durch einen Digital Detox jedoch viele positive Auswirkungen auf das individuelle Wohlbefinden der Menschen und das Konzept kann dazu beitragen, einen bewussteren Umgang mit den digitalen Medien zu erlernen.

8.2 Selbstreflexion und Kritik

Die vorliegenden Erkenntnisse aus den qualitativen Leitfadeninterviews sind durch die Aussagen einer kleinen, bewusst ausgewählten Stichprobe sowie einer subjektiven Interpretation des Forschenden geprägt. Dabei muss beachtet werden, dass es sich sowohl bei den Aussagen der Teilnehmer als auch bei der Wertung des Forschenden um individuelle Wahrnehmungen und Ansichten handelt, welche nicht deckungsgleich auf die gesamte Generation Z übertragen werden können. Die Subjektivität des Forschenden muss auch bei der Erstellung der Leitfäden sowie der Entwicklung des Kategoriensystems berücksichtigt werden. Mit den gewonnenen Erkenntnissen lassen sich aber zumindest erste Vorstellungen und Ansätze über die Auswirkungen eines zeitweisen Digital Detox im Alltag der Generation Z entnehmen. Für ein repräsentatives Forschungsergebnis müssten jedoch weitere empirische Untersuchungen, wie z.B. quantitative Befragungen mit einer größeren Stichprobe durchgeführt werden, die zudem mehr Objektivität gewährleisten.

Bei der konkreten Auswahl der Interviewpartner muss kritisiert werden, dass die Teilnehmer aus der Generation Z überwiegend aus dem Familien- und Freundeskreis rekrutiert wurden. Dadurch könnten ihre Antworten durch einen Social Bias bzw. dem Wunsch nach sozialer Erwünschtheit, positiv verzerrt sein. Bei dem verwendeten Schneeballprinzip besteht ebenfalls eine Gefahr der Verzerrung, da die Heterogenität der Stichprobe aufgrund ihrer zum Teil ähnlichen gesellschaftlichen Lokalisation gefährdet wird.

Im Allgemeinen sind mit einem Leitfadeninterview verschiedene Anforderungen an die Interviewsituation verbunden, um möglichst gute und wahrheitsgetreue Ergebnisse zu erzielen. Darunter fällt beispielsweise eine gute Beziehung bzw. Gesprächsatmosphäre zwischen dem Interviewer und dem Befragten. Diese positive Atmosphäre wurde seitens des Forschenden in den Interviews der vorliegenden Bachelorarbeit wahrgenommen und ist in den Transkripten durch die häufige Verwendung des Einschubs „(lacht)“ gekennzeichnet (vgl. Anhang E). Durch die recht offene Charakteristik des Leitfadeninterviews sowie die lockere Gesprächssituation kann es bei den Befragten jedoch vermehrt zu ausschweifenden und somit nicht zielführenden Antworten kommen. Diese irrelevanten Gesprächsinhalte wurden in der vorliegenden Arbeit zwar schriftlich dokumentiert, aber nicht für die Interpretation weiterverwertet. Weiterhin kann es durch die Aufzeichnung der Interviews und der intensiven Schilderung persönlicher Erfahrungen zu einem intrinsischen oder extrinsischen Druckgefühl seitens der Interviewten und folglich zu verzerrten Antworten kommen. Dieser Umstand ist bei der Interpretation ebenfalls zu berücksichtigen. Außerdem sind die Ergebnisse durch teilweise vom Leitfaden abweichende Nachfragen und individuelle Interaktionen zwischen den Gesprächspartnern nicht ganzheitlich vergleichbar.

Zudem stellte sich bei der Durchführung der Interviews heraus, dass einige Items des Leitfadens zu geschlossen formuliert sind und die gewünschten Informationen nicht ohne Nachfragen akquiriert werden konnten. Weiterhin gestalteten sich manche Antworten auf unterschiedliche Fragen sehr deckungsgleich, sodass bei der Konstruktion der betroffenen Items auf eine größere Differenzierung hätte geachtet werden müssen. Außerdem ist bei der Entwicklung des Kategoriensystems zu beachten, dass teils weitergehende Informationen und Erkenntnisse zum Zweck der Verständlichkeit und Übersichtlichkeit unter vereinfachenden Oberbegriffen subsumiert wurden. Hierdurch können wichtige Aspekte der einzelnen Interviews verloren gehen oder eine nur geringe Beachtung finden.

Insgesamt wurde viel Wert darauf gelegt, die Konzeption der Forschungsinstrumente sowie die Darstellung der Ergebnisse möglichst nachvollziehbar und transparent zu gestalten.

Durch die stichhaltige Dokumentation und Überprüfbarkeit können die gewonnenen Erkenntnisse auch für zukünftige Forschungszwecke aufgegriffen werden.

8.3 Ausblick in weitere Forschung

Die vorliegende Bachelorarbeit hat gezeigt, dass ein Digital Detox vielfältige Auswirkungen auf den Alltag sowie die Gesundheit der Generation Z haben kann. Darüber hinaus ermöglicht das Konzept eine zeitweise oder dauerhafte Veränderung des individuellen Mediennutzungsverhaltens. Die gewonnenen Erkenntnisse müssen jedoch durch weitere empirische Untersuchungen ergänzt und ausdifferenziert werden.

Hierfür bieten sich sowohl quantitative Untersuchungen mit größeren Stichproben als auch weiterführende qualitative Forschungen an. Quantitative Methoden ermöglichen es beispielsweise, die Ergebnisse der Bachelorarbeit mithilfe von statistisch auswertbaren Zahlen nachzuweisen und stellen dabei einen hohen Grad an Objektivität und Vergleichbarkeit her. Weiterhin lassen sich die herausgefundenen Auswirkungen eines Digital Detox durch Korrelationen bestätigen oder widerlegen. Zudem können Zusammenhänge zwischen Nutzungsmotiven von Social-Media und Hindernissen bei der Durchführung eines Digital Detox untersucht werden. Weitergehende qualitative Untersuchungen könnten dahingehend optimiert werden, das persönliche Umfeld der Probanden, wie z. B. die Eltern mit einzubeziehen. Nach den theoretischen Erkenntnissen übt insbesondere das unmittelbare Umfeld einen großen Einfluss auf das Nutzungsverhalten der Generation Z aus, indem es beispielsweise einen gesunden Umgang mit Social-Media vorlebt (vgl. Kapitel 3.2.2). Für ein besseres Verständnis des individuellen Mediennutzungsverhaltens ist folglich ein detailliertes Bild über die Meinung und Beziehung zu digitalen Medien aus dem Umfeld wichtig. Weiterhin wäre eine Betrachtung zusätzlicher Faktoren, wie beispielsweise die soziale Lage oder der Bildungsstatus von Bedeutung. Auf qualitativer Ebene ließen sich auch Beobachtungen durchführen, welche mögliche Veränderungen bei den Probanden während oder nach der Durchführung eines Digital Detox analysieren.

Zur Ermittlung der realen Nutzungszeit sollte außerdem ein längerfristiges und nachvollziehbares Trackingsystem angewandt werden, welches nicht auf persönlichen Schätzungen oder einem wenig aussagekräftigen Wochendurchschnitt einzelner Social-Media-Plattformen basiert. Die Interviewpartner machten des Weiteren deutlich, dass ihnen ein zeitweiser Verzicht auf Messenger-Dienste deutlich schwerer fallen würde als auf andere

Social-Media-Plattformen: In zukünftigen Forschungen könnte daher die Wirksamkeit eines Digital Detox in Bezug auf verschiedene Plattformarten genauer untersucht werden.

Die theoretischen sowie empirischen Erkenntnisse der Bachelorarbeit weisen auch auf einen erhöhten Präventionsbedarf hinsichtlich eines gesunden Umgangs mit digitalen Medien hin. Insbesondere vor dem Hintergrund einer zunehmenden digitalen Mediennutzung sollte ein stärkeres, gesellschaftliches Bewusstsein für die potenzielle Gefahr einer Internet- bzw. Mediensucht entwickelt werden. Damit kann gleichzeitig eine frühere Erkennung und Behandlung des Problems ermöglicht werden. Die digitalen Medien haben sich flächendeckend im Alltag etabliert und durchdringen nahezu alle Lebensbereiche. Umso wichtiger ist es, die Nutzer auf Chancen und Risiken digitaler Medien hinzuweisen und ihnen eine gute Medienkompetenz zu vermitteln.

Insgesamt bleibt abzuwarten, ob sich mit der Aufnahme der Gaming Disorder in die ICD-11 auch zukünftig weitere Formen internetbasierten Suchtverhaltens in die offizielle Diagnostik der WHO oder der APA etablieren. Diese Einführung würde einen Ausgangspunkt für die Entwicklung effektiverer Behandlungsmethoden, Therapiemöglichkeiten und Präventionsmaßnahmen bieten.

Literatur

- APA. (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders. Fourth edition.* Washington D.C.: American Psychiatric Association.
- APA. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders. Fifth edition.* Arlington: American Psychiatric Association.
- Arnhold, J., Hoppe, H. (2020). *Verhaltenssüchte erfolgreich behandeln. Ein schematherapeutisches Praxisbuch.* Paderborn: Junfermann Verlag.
- b4p-Trendstudie. (2021). *Digital Detox: Wie die Deutschen abschalten.* Abgerufen am 28.11.2021, von <https://gik.media/b4p-trendstudie-zu-digital-detox-wie-die-deutschen-abschalten/>
- Bachmann, M., El-Akhras, A. (2014). *Glücksspielfrei. Ein Therapiemanual bei Spielsucht.* Berlin-Heidelberg: Springer Medizin.
- BAG. (2015). *Nationale Strategie Sucht. 2017-2024.* Bern: BAG.
- Bardmann, M., (2019). *Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre.* Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH.
- Bauwens, J., Bjorn, G., Verstrynge, T. (2019). Unplug Your Life: Digital Detox Through a Kierkegaardian Lens. In: *Kierkegaard Studies Yearbook*, 17, S. 415-436.
- Beisch, N., Schäfer, C. (2020). Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020. Internetnutzung mit großer Dynamik: Medien, Kommunikation, Social Media. In: *Media Perspektiven*, 9, S. 462-481.
- Bergmann, W., & Hüther, G. (2013). *Computersüchtig? Kinder im Sog der modernen Medien.* Weinheim: Beltz Verlag.
- Birbaumer, N., Schmidt, R. (2013). *Biologische Psychologie.* Berlin-Heidelberg: Springer Medizin.
- Bitkom-Studie 2020. (2020). *Digital Detox: nicht ohne mein Smartphone.* Abgerufen am 28.11.2021, von <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Digital-Detox-nicht-ohne-mein-Smartphone>
- Brand, M., & Laier, C. (2013). Neuropsychologie der pathologischen Internetnutzung. In: *Sucht*, 3, S. 143-152.
- Brand, M., Wegmann, E., Stark, R., Müller, A., Wölfling, K., Robbins, T., Potenza, M. (2019). The Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model for addictive behaviors: Update, generalization to addictive behaviors beyond internet-use disorders, and specification of the process character of addictive behaviors. In: *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 104, S. 1-10.
- BRAVO-Mediennutzungsstudie 2018. (2018). *Na, Bravo: Mediennutzungsstudie über die Generation Z. Trends und Innovationen.* Abgerufen am 28.11.2021, von <https://weischer.media/de/de/trends-und-innovationen/blickwinkel/na-bravo-mediennutzungsstudie-ueber-die-generation-z/>

- Breunig, C., Handel, M., Kessler, B. (2020). Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie. Massenkommunikation 2020: Nutzungsmotive und Leistungsbewertungen der Medien. In: *Media Perspektiven*, 12, S. 602-625.
- Brisch, K. (2019). *Pubertät. Bindungspsychotherapie - Bindungsbasierte Beratung und Psychotherapie*. Stuttgart: Klett-Cotta Verlag.
- Bruhn, C. (2014). Das Belohnungssystem des Gehirns. Immer für eine Überraschung gut. In: *Deutsche Medizinische Wochenschrift*, 18, S. 928-929.
- Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (2021). *ICD-11. 11. Revision der ICD der WHO*. Abgerufen am 27.11.2021, von: <https://www.dimdi.de/dynamic/de/klassifikationen/icd/icd-11/>
- BZgA. (2020.) *Computer & Internet – für Kinder geeignet?* Abgerufen am 28.11.2021, von <https://www.kindergesundheit-info.de/themen/medien/medienarten/computer-internet/>
- DAK. (2020). *Mediensucht 2020 – Gaming und Social Media in Zeiten von Corona. DAK-Längsschnittstudie: Befragung von Kindern, Jugendlichen (12 – 17 Jahre) und deren Eltern*. Hamburg: DAK-Gesundheit.
- Dalal, P., Basu, D. (2016). Twenty years of Internet addiction ... Qua Vadis? In: *Indian Journal of Psychiatry*, 1, S. 6-8.
- Destatis. (2021). *Bevölkerungspyramide*, Abgerufen am 28.11.2021, von <https://service.destatis.de/bevoelkerungspyramide/>
- Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V. & Fachverband Medienabhängigkeit e. V. (2020). *Ergebnisse der gemeinsamen Arbeitsgruppe „Problematisches Computerspielen und Computerspielstörung (Gaming Disorder)“*. Bestandsaufnahme und Positionierung in den Bereichen Prävention und Frühintervention, Beratung, Behandlung und Rehabilitation sowie Forschung. Bonn: Bundesvereinigung Prävention und Gesundheitsförderung e.V. (BVPg).
- Egger, A., Gattringer, K., Kupferschmitt, T. (2021). Kohortenanalysen auf Basis der ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie. Generationenprofile der Mediennutzung im digitalen Umbruch. In: *Media Perspektiven*, 5, S. 270-291.
- Eilers, S. (2019). Generation Z in Deutschland. In: Scholz, C., Grotefend, L. (2019). *Generation Z im Vier-Länder-Vergleich. Ein empirischer Vergleich von Deutschland, den Niederlanden, Österreich und Schweiz*. Augsburg: Rainer Hampp Verlag, S. 57-118.
- El-Khoury, J., Haidar, R., Kanj, R., Ali, L., Majari, G. (2021). Characteristics of social media ‘detoxification’ in university students. In: *Libyan Journal of Medicine*, 1, S. 1-7.
- Evers-Wölk, M., Opielka, M. (2019). *Neue elektronische Medien und Suchtverhalten. Forschungsbefunde und politische Handlungsoptionen zur Mediensucht bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen*. Baden-Baden: Nomos.
- Fachverband Medienabhängigkeit. (2021). *Adressliste*, Abgerufen am 28.11.2021, von <https://www.fv-medienabhaengigkeit.de/hilfe-finden/adressliste/>

- Feierabend, S., Plankenhorn, T., Rathgeb, T. (2016). *JIM-Studie 2016: Jugend, Information (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12-19-Jähriger*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.
- Flassbeck, J. (2011). *Co-Abhängigkeit: Diagnose und Therapie für Angehörige von Suchtkranken*. Stuttgart: Klett-Cotta Verlag.
- Franke, P. (2003). Genetik von Suchterkrankungen. In: *Psychoneuro*, 4, S. 161-164.
- Froschauer, U., Lueger, M. (2020). *Das qualitative Interview*. Wien: Facultas.
- Graw, J. (2015). *Genetik*. Berlin-Heidelberg: Springer Spektrum.
- Haasen, C., Koch, U. (2010). Die Volkskrankheit Sucht – Konzepte und Behandlungsansätze im Wandel. In: *Bundesgesundheitsblatt*, 53, S. 265-266.
- Haasen, C., Kutzer, A., Schäfer, I. (2010). Was verstehen wir unter Sucht? In: *Bundesgesundheitsblatt*, 53, S. 267-270.
- Häder, A. (2019). *Empirische Sozialforschung. Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH.
- Hasin, D., Fenton, M., Skodol, A. (2011). Personality Disorders and the 3-Year Course of Alcohol, Drug and Nicotine Use Disorders. In: *Archives of Geneneral Psychiatry*, 11, S. 1158-1167.
- Hesselberth, P. (2018). Discourses on disconnectivity and the right to disconnect. In: *New media & society*, 5, S. 1994-2000.
- Hillemacher, T., Rumpf, H. (2019). Epidemiologie. In: Soyka, M., Batra, A., Heinz, A., Moggi, F., Walter, M. (Hrsg.) (2019) *Suchtmedizin*. München: Elsevier GmbH Deutschland, S. 13-22.
- Illy, D. (2021). Suchttherapeutisch zentrierte Inhalte. In: Illy, D. (Hrsg.) (2021). *Praxishandbuch Videospiel- und Internetabhängigkeit. Ätiologie, Diagnostik und Therapie*. München: Elsevier GmbH Deutschland, S. 139-146.
- Jukschat, N., Zenses., E., Rehbein, F., Möble, T. (2012). Epidemiologische Daten zur Medien- und Computernutzung bei Kindern und Jugendlichen. In: Möller, C. (Hrsg.) (2015). *Internet- und Computersucht. Ein Praxishandbuch für Therapeuten, Pädagogen und Eltern*. Stuttgart: Kohlhammer, S. 21-30.
- Kaczynski, A. (2014). Vertiefung: Das Bedürfnis nach Lustgewinn und Unlustvermeidung. In: Reinhardt, R. (Hrsg.) (2014). *Neuroleadership*. Berlin: De Gruyter, S. 179-192.
- Kasriel-Alexander, D. (2017). *Top 10 Global Consumer Trends for 2017*. London: Euromonitor international.
- Kielholz, P., Ladewig, D. (1972). *Die Drogenabhängigkeit des modernen Menschen*. Berlin: Lehmanns.
- Klaffke, M. (2014). Millennials und Generation Z – Charakteristika der nachrückenden Arbeitnehmer-Generationen. In: Klaffke, M. (Hrsg.). *Generationen-Management. Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 9-199.

- Kring, W., Hurrelmann, K. (2019). *Die Generation Z erfolgreich gewinnen, führen, binden*. Herne: Kiehl.
- Kruse, J. (2015). *Qualitative Interviewforschung. Ein integrativer Ansatz*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Lamnek, S. (2010). *Qualitative Sozialforschung*. Weinheim: Beltz Verlag.
- Liel, K. (2019). Theorie und Praxis der bio-psycho-sozialen Modells: Rolle und Beitrag der Sozialen Arbeit. In: Rummel, C., Gaßmann, R. (Hrsg.) (2019). *Sucht: bio-psycho-sozial. Die ganzheitliche Sicht auf Suchtfragen - Perspektiven aus Sozialer Arbeit, Psychologie und Medizin*. Stuttgart: Kohlhammer, S. 69-79.
- Lindenmeyer, J. (2013). Warum werden Menschen süchtig? Psychologische Erklärungsmodelle. In: Badura, B., Ducki A., Schröder, H., Klose, J., Meyer, M. (Hrsg.) (2013). *Fehlzeiten-Report 2013*. Berlin-Heidelberg: Springer Medizin, S. 21-26.
- Loosen, W. (2015). Das Leitfadeninterview – eine unterschätzte Methode. In: Averbek-Lietz, S., Meyen, M. (Hrsg.) (2015). *Handbuch nicht-standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH.
- Marotzki, W. (2011). Leitfadeninterview. In: Bohnsack, R., Marotzki, W., Meuser, M. (Hrsg.) (2011). *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung*. Stuttgart: Verlag Barbara Budrich Opladen & Farmington Hills, S. 114.
- Marton, Z., Ernst, I. (2020). Omnipresent Social Media: Is Travelling Imaginable without Smart Devices? In: *Managing Global Transitions*, 4, S. 301-321.
- Mayring, P., Fenzl, T. (2019). Qualitative Inhaltsanalyse. In: Bauer, N., Blasius, J. (Hrsg.) (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH, S. 633-648.
- Misoch, S. (2019). *Qualitative Interviews*. Berlin: De Gruyter.
- Moll, B., Thomasius, R. (2019). *Kognitiv-verhaltenstherapeutisches Gruppenprogramm für Jugendliche mit abhängigen Computer- oder Internetgebrauch*. Göttingen: Hogrefe
- Möller, C., Hornemann, E. (2015). Entwicklungsfördernde Elemente – Überlegungen aus psychologisch-ärztlicher und pädagogischer Sicht und konkrete Anregungen bei Mediensucht. In: Möller, C. (Hrsg.) (2015). *Internet- und Computersucht. Ein Praxishandbuch für Therapeuten, Pädagogen und Eltern*. Stuttgart: Kohlhammer, S. 264-278.
- Mücken, D. (2012). Prävention der Medien- und Computersucht. In: Möller, C. (Hrsg.) (2015). *Internet- und Computersucht. Ein Praxishandbuch für Therapeuten, Pädagogen und Eltern*. Stuttgart: Kohlhammer, S. 233-241.
- Müller, A., Stark, R. (2020). Verhaltenssuchte. Definition, Klassifikation und Erscheinungsformen. In: *Psychotherapeut 2021*, 66, S. 91-96.

- Müller, A., Wölfling, K., Müller, K. (2018). *Verhaltenssüchte. Pathologisches Kaufen, Spielsucht und Internetsucht*. Göttingen: Hogrefe.
- Müller, K., Wölfling, K., (2021). Störung durch Computerspielen als neue Variante einer Verhaltenssucht. In: Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V. (Hrsg.) (2021). *DHS Jahrbuch Sucht 2021*. Lengerich: Pabst Science Publishers, S. 209-219.
- Net Addiction. (2021). *A Growing Epidemic*. Abgerufen am 27.11.2021, von <http://netaddiction.com/>
- Niederberger, M., Dreier, S. (2020). Die qualitative Inhaltsanalyse in den Gesundheitswissenschaften. Ergebnisse eines systematischen Reviews einschlägiger Fachzeitschriften. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*, 1, Artikelnr. 15
- Niekrens, S. (2016). *Sucht im Alter. Möglichkeiten der Intervention aus sozialarbeiterischer Perspektive*. Freiburg: Centaurus Verlag & Media KG.
- Noh, A. (2017). *Interview und Dokumentarische Methode. Anleitungen für die Forschungspraxis*. Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH.
- Özdemir, M., Goktas, L. (2021). Research trends on digital detox holiday. A bibliometric analysis, 2012-2020. In: *Tourism & Management Studies*, 3, S. 21-35.
- Petersen, K., Hanke, S., Bieber, L., Mühleck, A., Batra, A. (2017). *Angebote bei internetbasiertem Suchtverhalten in Deutschland*. Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Postbank Digitalstudie. (2021). *Digitalstudie 2021 – Digital Detox als neuer Trend?* Abgerufen am 28.11.2021, von <https://www.postbank.de/themenwelten/innovationen/digitalstudie-2021-digital-detox-als-neuer-trend.html>
- Radtke, T., Apel, T., Schenkel, K., Keller, J., von Lindern, E. (2021). *Digital detox: An effective solution in the smartphone era? A systematic literature review*. In: *Mobile Media & Communication*. Abgerufen am 28.11.2021, von <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20501579211028647>
- Rehbein, F., Zenses, E. (2013). Excessive Screen Media Usage and Media Addiction. In: *SUCHT*, 59, S. 125-127.
- Samsung Deutschland. (2021). *Digital Detox: Bewusst offline gehen*. Abgerufen am 28.11.2021, von <https://www.samsung.com/de/support/mobile-devices/digitales-wohlbefinden-so-funktioniert-der-digital-detox/>
- Schill, W., Pöttinger, I. (2016). Hörkultur im digitalen Zeitalter - eine medienpädagogische Perspektive. In: Brüggemann, M., Knaus, T., Meister, D. (Hrsg.) (2016). *Kommunikationskulturen in digitalen Welten. Konzepte und Strategien der Medienpädagogik und Medienbildung*. München: kopaed, S. 193-209.
- Schmidt, B., Hurrelmann, K. (2000). Grundlagen einer präventiven Sucht- und Drogenpolitik. In: Schmidt, B., Hurrelmann, K. (Hrsg.) (2000). *Präventive Sucht und Drogenpolitik. Ein Handbuch*. Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH, S. 13-23.

- Schmidt, L., Rist, F. (2006). Sucht und Folgestörungen. In: Förstl, H., Hautzinger, M., Roth, G. (Hrsg.) (2006). *Neurobiologie psychischer Störungen*. Berlin-Heidelberg: Springer Medizin, S. 297-342.
- Scholz, C. (2014). *Generation Y und Gen-Z*. Abgerufen am 29.11.2021, von: <https://die-generation-z.de/generation-y-und-gen-z>
- Scholz, C., Grotefend, L. (2019). *Generation Z im Vier-Länder-Vergleich. Ein empirischer Vergleich von Deutschland, den Niederlanden, Österreich und Schweiz*. Augsburg: Rainer Hampp Verlag.
- Scholz, D. (2014). *Systemische Interventionen bei Internetabhängigkeit*. Heidelberg: Carl-Auer-Verlag.
- Schonert-Hirz, S. (2017). Digitale Balance statt Digital Detox. Stressmanagement in Zeiten zunehmender Digitalisierung. In: *ASU Zeitschrift für medizinische Prävention*, 52, S. 796-800.
- Sievers, C. (2021). *ICD-11: Mehr als nur ein Update*. Abgerufen am 27.11.2021, von: <https://www.bifg.de/media/dl/ePaper/bifg-epaper-icd-11.pdf>
- Siller, F. (2016). YOUCitizen. Kindheit und Freiheit im Netz. In: Brüggemann, M., Knaus, T., Meister, D. (Hrsg.) (2016). *Kommunikationskulturen in digitalen Welten. Konzepte und Strategien der Medienpädagogik und Medienbildung*. München: kopaed. S. 143-154.
- Skivko, S., Korneeva, E., Kolmykova, M. (2019). Digital Minimalism as a Leading Limitation of Media Communications in the Heyday of Digital Culture. In: *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 6, S. 61-67.
- Steinbüchel, A., Herpertz, S., Külpmann, I., Kehyayan, A., Hirche, J., te Wildt, B. (2018). Internetabhängigkeit, Suizidalität und selbstverletzendes Verhalten. Ein systematisches Review. In: *Psychotherapie Psychosomatik Medizinische Psychologie*, 68, S. 451-456.
- Süss, D. (2016). Digitale Medien als Lebens-, Genuss-, und Suchtmittel für Jugendliche. In: Brüggemann, M., Knaus, T., Meister, D. (Hrsg.) (2016). *Kommunikationskulturen in digitalen Welten. Konzepte und Strategien der Medienpädagogik und Medienbildung*. München: kopaed S. 43-53.
- Syvetsen, T. (2020). *Digital Detox: The Politics of Disconnecting*. Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Tretter, F. (2017). *Sucht. Gehirn. Gesellschaft*. Berlin: Medizinisch Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft.
- Van den Eijnden, R., Lemmens, J., Valkenburg, P. (2016). The Social Media Disorder Scale. In: *Computers in Human Behavior*, 61, S. 478-487.
- Van Velthoven, M., Powll, J., Powell, G. (2018). Problematic smartphone use: Digital approaches to an emerging public health problem. In: *Digital Health*, 4, S. 1-9.
- Voigtel, R. (2015). *Sucht*. Gießen: Psychosozial Verlag.

- Volkmer, S. Chóliz, M., Lerner, E. (2021). *Deutsche Version des Test of Mobile Phone Dependence Brief (TMD Brief-G)*. Abgerufen am 28.11.2021, von <https://zis.gesis.org/DoiId/zis302>
- Vukicevic, A., te Wildt, B. (2012). Diagnostik der Internet- und Computerspielabhängigkeit. In: Möller, C. (Hrsg.) (2015). *Internet- und Computersucht. Ein Praxishandbuch für Therapeuten, Pädagogen und Eltern*. Stuttgart: Kohlhammer. S. 109-125.
- Wampfler, P. (2018). *Generation Social Media. Wie digitale Kommunikation Leben, Beziehungen und Lernen Jugendlicher verändert*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Weber, K. (2011). *Sucht*. Hamburg: Argument Verlag.
- Wegmann, E., Brand, M. (2016). Internet-Communication Disorder: It's a Matter of Social Aspects, Coping, and Internet-Use Expectancies. In: *Frontiers in Psychology*, 7, S. 1-13.
- Welledits, V., Schmidkonz, C., Kraft, P. (2020). *Digital Detox im Arbeitsleben. Methoden und Empfehlungen für einen gesunden Einsatz von Technologien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- WHO. (1957). *Expert Committee on Addiction-Producing Drugs. Seventh Report*. Abgerufen am 27.11.2021, von http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/40371/WHO_TRS_116.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- WHO. (2010). *ICD-10 Version: 2010*. Abgerufen am 29.11.2021, von <https://icd.who.int/browse10/2010/en>
- WHO. (2019). *ICD-11 Implementation or Transition Guide*. Genf: WHO-Verlag.
- WHO. (2021). *ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics (Version: 05/2021)*. Abgerufen am 29.11.2021, von <https://icd.who.int/browse11/l-m/en>
- Wilcockson, T., Osborne, A., Ellis, D. (2020). Digital detox: The effect of smartphone abstinence on mood, anxiety, and craving. In: *Addictive Behaviors*, 104, Artikelnr. 1062652.
- Wölfling, K., Müller, W., Beutel, M. (2011). Internetsucht. In: *Psychotherapie im Dialog*, 2, S. 132-136.
- Wulff, E. (1997). *Thesen zur Sucht*. In: *Sozialpsychiatrische Informationen*, 27, S. 5-8.
- Yadav, G., Rai, J. (2017). The Generation Z and their Social Media Usage: A Review and a Research Outline. In: *Global Journal of Enterprise Information System*, 9, S. 110-116.
- Yalachkov, Y., Kaiser, J., Roeper, J., Naumer, J. (2012). Neurobiologische und kognitive Grundlagen der Sucht. In: *Zeitschrift für Psychiatrie, Psychologie und Psychotherapie*, 3, S. 1-8.
- Young, S. (1998). *Caught in the Net. How to recognize the Signs of Internet Addiction and a Winning Strategy for Recovery*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Zank, S. (2020). Ältere Menschen. In: Bering R., Eichenberg, C. (Hrsg.) (2020). *Die Psyche in Zeiten der Corona-Krise: Herausforderungen und Lösungsansätze für Psychotherapeuten und soziale Helfer*. Stuttgart: Klett-Cotta Verlag, S. 214-224.

Anhang

- A. Einverständniserklärung zur Erhebung und Verarbeitung von Interviewdaten
- B. Leitfaden für Teilnehmer der Generation Z
- C. Leitfaden für Experten bzw. Workshopleiter von Digital Detox
- D. Regeln für die Transkription
- E. Transkripte
- F. Kategoriensystem zur Auswertung

A. Einverständniserklärung zur Erhebung und Verarbeitung von Interviewdaten



Forschungsprojekt: Bachelorarbeit zum Thema „Aus der Sucht in die Flucht:

Digital Detox als bewusster Ausweg aus der Mediensucht“

Fachhochschule: Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften (Salzgitter)

Interviewerin: Sara Paruschkewitz

Interviewdatum: [Datum]

Ich, [Name], erkläre mich hiermit einverstanden, im Rahmen des genannten Forschungsprojektes an einem Interview teilzunehmen. Ich wurde über das Ziel und den Verlauf des Forschungsprojekts informiert.

Ich bin damit einverstanden, dass das Interview aufgezeichnet und zum Zwecke der Datenanalyse vom Interviewer in Schriftform gebracht wird. Für die weitere wissenschaftliche Auswertung des Interviewtextes werden alle Angaben zu meiner Person anonymisiert. Mir wird außerdem versichert, dass das Interview in wissenschaftlichen Veröffentlichungen nur in Ausschnitten zitiert wird, um gegenüber Dritten sicherzustellen, dass der in dem Interview mit meinen Erzählungen entstehende Gesamtzusammenhang von Ereignissen mich nicht als Person erkennbar macht.

Der Speicherung der personenbezogenen Daten zu Dokumentationszwecken kann durch die interviewte Person jederzeit widersprochen werden. Die Teilnahme an dem Gespräch erfolgt freiwillig. Das Gespräch kann zu jedem Zeitpunkt abgebrochen werden. Das Einverständnis zur Aufzeichnung und Weiterverwendung der Daten kann jederzeit widerrufen werden.

Unterschrift

Datum, Ort

(für die Einverständniserklärung wurde sich u.a. an Kruse, 2015, S. 274f. orientiert)

B. Leitfaden für Mitglieder der Generation Z

Einführung

- für die Bereitschaft zum Gespräch bedanken
- Forschungshintergrund & Ziel der Bachelorarbeit wiedergeben
- um eine kurze Vorstellung der Person bitten (z.B. Alter, Beruf/Tätigkeit, aktuelle Lebenssituation)

Themenblock 1: Untersuchung der Social-Media-Nutzung

- Auf welchen Social-Media-Plattformen bist Du angemeldet und welche davon nutzt Du aktiv? (*falls aktuell keine aktive Nutzung vorliegt, werden den Probanden die folgenden Fragen bezogen auf ihr vergangenes Social-Media-Verhalten gestellt*)
- Wofür nutzt Du diese Plattformen? (z.B. zum Austausch mit Freunden, zur Vertreibung von Langeweile, zur Informationsgewinnung, ...)
- In welchen bestimmten Situationen nutzt Du Social-Media? (z.B. in Leerlaufzeiten, auf der Arbeit, zur Flucht vor negativen Emotionen, ...)
- Gibt es Situationen, in denen Du Social-Media bewusst nicht nutzt oder es unangebracht fändest? (z.B. beim Essen mit der Familie, bei sozialen Treffen in der Realität, auf Ausflügen, ...)
- Wie viel Zeit verbringst Du mit den jeweiligen Social-Media-Plattformen durchschnittlich an einem Tag?
 - o *Zur Überprüfung der Selbsteinschätzung, wird der Teilnehmer hier bei einer Nutzung der Social-Media-Plattform Instagram, um einen kurzen Blick in die Funktion „Deine Aktivität“ gebeten*

Themenblock 2: Diagnose einer möglichen „Mediensucht“

- Welchen Stellenwert räumst Du persönlich Social-Media in Deinem Alltag ein? (*ggf. Nachfrage: Welche Vorteile siehst Du in einer Social-Media-Nutzung?*)
- Nehmen wir mal an, Du hättest für eine bestimmte Zeit keinen Zugang zu Social-Media, z.B. bei einem Wochenendausflug: Wie würdest Du Dich damit fühlen? (*Nachfrage bei negativen Gefühlen: Weshalb löst diese Situation negative Gefühle bei Dir aus? Macht es einen Unterschied, was der Hinderungsgrund ist?*)
- Greifen wir mal zurück auf Situationen, in denen Du Social-Media bewusst konsumierst (*Situation aus Themenblock 1 nennen*): Wie würdest Du deine Gefühle und Gedanken während bzw. nach der Nutzung beschreiben?
- Welche negativen Konsequenzen hatte Deine Social-Media-Nutzung bereits für dich? (z.B. *Schlafprobleme, schlechte Noten, Vernachlässigung von Pflichten*)
 - o Hast Du manchmal das Gefühl, mehr Zeit mit Social-Media zu verbringen als Du ursprünglich geplant hast? (*Nachfrage bei Ja: Würdest Du diese Situationen bitte schildern*)
- Wurdest Du schon mal von anderen auf Deine Social-Media-Nutzung angesprochen und warum?
- Gibt es Momente, in denen Du Deine eigene Social-Media-Nutzung hinterfragst? (*ggf. nach konkreten Beispielen fragen*)

Themenblock 3: Digital Detox

- Ab welcher regelmäßigen Intensität bzw. bei welchen Gesichtspunkten würdest Du die Nutzung von Social-Media als bedenklich oder problematisch einstufen?
 - o Wie schätzt Du unter diesem Gesichtspunkt Deine eigene Social-Media-Nutzung ein?
- Hast Du schon einmal daran gedacht oder sogar versucht, Deine Social-Media-Nutzung durch einen „Digital Detox“ zu ändern?

Antwort „Ja“	Antwort „Nein“
Konntest du Deine Social-Media-Nutzung erfolgreich anpassen und wenn ja, wie genau zeigt sich diese Veränderung? (z.B. bezogen auf Gefühlswelt)	Was hat Dich bisher daran gehindert, die Nutzung zu ändern bzw. was denkst Du, würde Dich bei einem Versuch hindern?
Welche Hindernisse bzw. Schwierigkeiten hattest Du bei diesem Versuch?	Glaubst Du, Deine momentane Social-Media-Nutzung könnte sich durch einen Digital Detox verbessern, also bspw. sinnvoller gestaltet sein?
Wie bewertest Du rückblickend Deine Social-Media-Nutzung vor dem Digital Detox?	Unter welchen Gesichtspunkten würdest Du einen Digital Detox durchführen wollen?

Abschluss

- für die Beantwortung der Fragen und die aufgebrauchte Zeit bedanken
- nach offenen Rückfragen erkundigen
- nach fehlenden Aspekten erkundigen („Gibt es noch etwas, was Du zu dem Thema unbedingt erzählen möchtest bzw. Dir gefehlt hat?)

C. Leitfaden für Experten bzw. Workshopleiter von Digital Detox

Einführung

- für die Bereitschaft zum Gespräch bedanken
- Forschungshintergrund & Ziel der Bachelorarbeit wiedergeben
- um eine kurze Vorstellung der Person bitten (z.B. Alter, Beruf/Tätigkeit, beruflicher Werdegang)

Themenblock 1: Eigene Motivation und Ansichten zum Thema

- Wie würden Sie Digital Detox definieren?
- Aus welchen Gründen organisieren Sie Digital Detox-Workshops? (z.B. vor dem Hintergrund einer zunehmenden digitalen Mediennutzung)
- Warum ist es wichtig, einen bewussten Umgang mit dem Internet zu erlernen?

Themenblock 2: Aufbau der Digital Detox Workshops

- Wie laufen die Workshops konkret ab? (*Struktur, Inhalte, Methoden*)
- Welches Ziel verfolgen Ihre Workshops? (z.B. *Selbstreflexion über Mediennutzungsverhalten, Alternativen zur Mediennutzung erlernen*)
- Werden die Workshops an mehreren Orten durchgeführt? (*Tagungsräume, Natur, draußen - drinnen*)

Themenblock 3: Informationen über Teilnehmer

- Welche Altersspanne und Lebenslage weisen die Teilnehmer (überwiegend) vor?
- Bitte denken Sie bei den Antworten auf die folgenden Fragen speziell an erwachsene Teilnehmer der Generation Z:
 - o Aus welchen Gründen bzw. Motivationen nehmen die Teilnehmer am Workshop teil?
 - o Gab es Teilnehmer, die einen Workshop mehrmals besuchten oder vorher alternative Wege zur Reduzierung ihrer Mediennutzung ausprobiert haben? (*ggf. nach konkreten Beispielen fragen*)
 - o Haben Sie bei manchen Teilnehmern schon im Laufe des Kurses positive Veränderungen bemerkt? (*ggf. nach konkreten Beispielen fragen*)

Themenblock 4: Ergebnisse aus den Workshops

- Haben Sie bei den Teilnehmern nach Abschluss des Kurses eine Verbesserung hinsichtlich ihrer digitalen Mediennutzung festgestellt? (*ggf. nach konkreten Beispielen fragen*)
- Was berichten die Teilnehmer selbst an individuellen Verbesserungen und mitgenommenen Erkenntnissen?
 - o *hier konkrete Beispiele aus den Interviews mit der Generation Z nennen und mit dem Experten gemeinsam reflektieren*
- Gab es auch Teilnehmer, die aufgrund der unterbliebenen Mediennutzung einen Workshop abgebrochen haben? (*ggf. nach konkreten Beispielen fragen*)
- Glauben Sie, diese Workshops sind für alle Teilnehmer sinnvoll bzw. ausreichend oder brauchen einige Teilnehmer mehr Hilfe? (*z.B. in Form einer ambulanten Behandlung*)

Abschluss

- für die Beantwortung der Fragen und die aufgebrauchte Zeit bedanken
- nach offenen Rückfragen erkundigen
- nach fehlenden Aspekten erkundigen („Gibt es noch etwas, was Sie zu dem Thema unbedingt erzählen möchten bzw. Ihnen gefehlt hat?“)

D. Regeln für die Transkription

Für die Transkription wurde sich an folgenden, selbst definierten Vorschriften orientiert:

1. Personenbezogene Daten, die Rückschluss auf den Interviewpartner liefern, werden durch eckige Klammern anonymisiert, z.B. [Name], [Wohnort]
2. Es wird grundsätzlich wortwörtlich transkribiert. Grammatikalische, umgangssprachliche Ausdrücke wie „*ich hab*“ für „*ich habe*“ oder „*ich glaub*“ für „*ich glaube*“ werden angepasst sowie einzelne Phrasen, sofern der Lesefluss dadurch deutlich gestört ist
3. Jeder Sprechbeitrag wird als eigener Absatz transkribiert. Der Interviewer wird mit dem Kürzel „I“ gekennzeichnet, die interviewte Person mit dem Kürzel „B“ sowie einer eindeutig zugeordneten Nummer, z.B. „B4“
4. Verzögerungslaute wie „*Ähm*“ oder „*Äh*“ werden nur zur Kennzeichnung längerer Denkpausen seitens des Interviewten aufgegriffen
5. Einfügen von (*lacht*), um einen Lacher bzw. die positive Stimmung des Interviewpartners zu kennzeichnen
6. Fiktive Gespräche des Interviewten werden in Anführungszeichen dargestellt, z.B. „*Boah [Name], du bist viel zu viel am Handy, mach doch mal weniger.*“
7. Längere Denkpausen des Interviewten werden mittels (*Pause*) gekennzeichnet
8. Mimiken und Gestiken des Interviewten werden nicht textlich übernommen, da für die Auswertung nur das gesprochene Wort relevant ist
9. Vorhandene Dialekte und Eigenbegriffe werden ins Hochdeutsch übersetzt
10. Zustimmungende Lautäußerungen des Interviewers, wie z.B. „Mhm“, werden nicht mittranskribiert
11. Technische Störungen oder Unterbrechungen werden mittels [Technische Unterbrechung] gekennzeichnet.

E. Transkripte

Die Transkripte der Leitfadeninterviews können bei Bedarf zugänglich gemacht werden.

F. Kategoriensystem zur Auswertung

OK = Oberkategorie

SK = Subkategorie

Kategorie	Definition	Beispiel aus Interview
OK 1: Social-Media-Aktivität	Die Kategorie „Social-Media-Aktivität“ untersucht das Nutzungsverhalten des Interviewpartners hinsichtlich der konkret verwendeten Social-Media-Plattformen, der Art der Social-Media-Nutzung sowie der aufgebrauchten Zeit.	
SK 1.1: Bestimmung der Social-Media-Plattformen	Hier wird dargestellt, auf welchen Social-Media-Plattformen der Interviewpartner angemeldet ist und ob er diese aktiv oder nicht aktiv nutzt.	„Angemeldet [auf] Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, TikTok, ja. Und aktiv nutze ich Instagram, Snapchat und TikTok. Ja, Facebook und Twitter eigentlich gar nicht“ (B8, Z. 34f.)
SK 1.2: Art der Social-Media-Nutzung	Hier wird dargestellt, ob der Interviewpartner die Social-Media-Plattformen als reiner Konsument, Creator oder in einer Mischform nutzt.	„TikTok ist auf jeden Fall Platz eins bei mir, wird sehr häufig genutzt, aber nur passiv, also ich konsumiere da nur, ich stelle da nichts hoch oder so“ (B3, Z. 38ff.)
SK 1.3: Verbrachte Zeit auf Social-Media	Hier wird dargestellt, wie viel Zeit der Interviewpartner auf Social-Media verbringt. Dabei gibt der Interviewpartner eine Selbsteinschätzung ab. Bei einer Nutzung der Plattform Instagram wird die geschätzte Zeit mit der integrierten Trackingfunktion zusätzlich überprüft und in Vergleich gesetzt. Dabei wird auch die Reaktion des Interviewpartners untersucht.	„Ich würde sagen, Instagram variiert so zwischen einer und zwei Stunden manchmal“ (B2, Z. 106f.) „Oh wow, [stimmt] sogar genau mit dem überein, was ich gesagt habe. [...] Also ist durchschnittlich, würde ich sagen, sogar noch eher weniger, als das was ich angegeben hatte“ (B2, Z. 119ff.)
OK 2: Nutzungsmotive von Social-Media	Die Kategorie „Nutzungsmotive von Social-Media“ untersucht die individuellen Gründe zum Zweck der Social-Media-Nutzung.	
SK 2.1: Kommunikation und Austausch	Der Interviewpartner nutzt Social-Media, um sich mit Freunden, der Familie oder Bekannten auszutauschen.	„Ausschließlich zum Kontakt mit anderen. Ähm, ja. Also ausschließlich zum Kontakt“ (B7, Z. 40)
SK 2.2: Unterhaltung	Der Interviewpartner nutzt Social-Media, um sich zu unterhalten und sich z.B. lustige Videos anzusehen.	„Ja, also zum Großteil halt eigentlich zur Unterhaltung, also ja“ (B8, Z. 37)

SK 2.3: Ablenkung und Entspannung	Der Interviewpartner nutzt Social-Media als Entspannung und als Möglichkeit, sich vom Alltag abzulenken.	„Oder halt teilweise auch zur Ablenkung, wenn mein Gehirn einfach mal ein bisschen Abschalten muss, wenn ich genug von der Uni habe“ (B2, Z. 58f.)
SK 2.4: Informationsgewinnung und Inspiration	Der Interviewpartner nutzt Social-Media, um sich über Aktuelles in der Welt oder seiner Umwelt zu informieren sowie um neue Ideen zu finden und sich inspirieren zu lassen.	„Ansonsten nutze ich Instagram aber auch zur Inspiration. Also ich finde es zum Beispiel ganz schön, mir dann zum Beispiel Einrichtungsideen anzuschauen oder Bastelideen oder Kochtipps oder sowas in die Richtung“ (B2, Z. 55ff.)
SK 2.5: Selbstdarstellung und Aufbau einer Reichweite	Der Interviewpartner nutzt Social-Media, um sich selbst und seine Hobbys zu präsentieren sowie Reichweite und Bekanntheit aufzubauen.	„[...] also wie gesagt ich fotografiere ganz gerne und wenn ich dann irgendwie coole Fotos gemacht habe und die ich auch bearbeitet habe, dann landen die üblicherweise eigentlich auch auf Instagram“ (B6, Z. 54ff.)
SK 2.6: (Berufliches) Networking	Der Interviewpartner nutzt Social-Media, um sich mit anderen Menschen (zur Verbesserung der eigenen Karrierelaufbahn) zu vernetzen.	„Also LinkedIn nutze ich eigentlich so, um ein bisschen auf Business-Ebene dann mich mit Arbeitskollegen zu connecten [...]“ (B5, Z. 40f.)
SK 2.7: Vermeidung von Scham	Der Interviewpartner nutzt Social-Media, um Scham oder unangenehme Situationen zu vermeiden.	„[...] wenn man irgendwie alleine irgendwo war und dann nicht so wie ein komischer Heini wirken wollte, da hat man halt auch immer sein Handy rausgeholt und irgendwas darauf gemacht, Instagram gescrollt oder so“ (B5, Z. 72ff.)
SK 2.8: Organisation	Der Interviewpartner nutzt Social-Media, um seinen Alltag zu organisieren.	„Ich habe wenig Gruppen, in denen ich bin, aber so Treffen organisiert man ja darüber und auch Unikram und all sowas [...]“ (B7, Z. 42ff.)
OK 3: Situationen für oder gegen eine Social-Media-Nutzung	Die Kategorie „Situationen für oder gegen eine Social-Media-Nutzung“ untersucht Momente im Alltag, in denen der Interviewpartner eine Social-Media-Nutzung für gut oder für unangebracht empfindet.	
SK 3.1: Langeweile bzw. Leerlaufzeiten	Der Interviewpartner nutzt oder unterlässt Social-Media in Momenten, wenn er sich langweilt oder keine andere Beschäftigung hat.	„Ja, dass eigentlich immer so, wenn man Langeweile hat, also, wenn man eigentlich nichts zu tun hat, wenn man irgendwie, weiß ich nicht, morgens im Bett liegt noch, abends im Bett liegt, zu Hause ist, in der Mittagspause, ja“ (B8, Z. 43ff.)

SK 3.2: Gesellschaftliche Aktivitäten mit positivem Kontext	Der Interviewpartner nutzt oder unterlässt Social-Media bei Aktivitäten, die einen positiven Anlass haben, wie z.B. eine Familienfeier oder ein Kinobesuch.	„Im Kino zum Beispiel bin ich auch immer noch so ein Kandidat, der es da absolut gar nicht nutzt. Ja und dann halt zu Feierlichkeiten, also wie jetzt zum Beispiel an Weihnachten oder so würde ich es eigentlich auch nicht wirklich nutzen“ (B5, Z. 83ff.)
SK 3.3: Gesellschaftliche Aktivitäten mit negativem Kontext	Der Interviewpartner nutzt oder unterlässt Social-Media bei Aktivitäten, die einen negativen Hintergrund haben, z.B. eine Trauerfeier.	„Aber ich sage mal, wo ich es jetzt nicht machen würde, also garantiert nicht machen würde, wäre bei einer Beerdigung [...]“ (B1, Z. 54f.)
SK 3.4: Private Freizeitaktivitäten	Der Interviewpartner nutzt oder unterlässt Social-Media bei privaten Freizeitaktivitäten, wie z.B. Sport.	„[...] oder wenn man halt irgendwie, weiß ich nicht, beim Sport ist oder so [dann nicht]“ (B8, 51f.)
SK 3.5: Arbeits- bzw. Universitätskontext	Der Interviewpartner nutzt oder unterlässt Social-Media während der Arbeitszeit oder bei Univorlesungen.	„Während der Arbeit ist es, ja, mehr oder weniger unangebracht, also ich glaube so streng ist da jetzt zwar niemand, aber es ist ja nicht angebracht“ (B5, Z. 79ff.)
SK 3.6: Soziale Interaktion	Der Interviewpartner nutzt oder unterlässt Social-Media, während er mit anderen Menschen bzw. Freunden und Bekannten interagiert und in Kontakt tritt.	„Also grundsätzlich, wenn ich mit jemanden von Angesicht zu Angesicht rede oder sowas. Dann würde ich erwarten, dass mein Gegenüber, das halt nicht macht, weil er mit mir gerade redet und dann natürlich abgelenkt wirkt [...]“ (B4, Z. 104ff.)
SK 3.7: Routine	Der Interviewpartner nutzt oder unterlässt Social-Media in Routinesituationen während des normalen Tagesablaufs.	„Also ich habe tatsächlich in meiner Morgenroutine immer ein bisschen Platz drin, so zwanzig Minuten würde ich sagen, einfach um zum Beispiel dann wirklich alle Nachrichten zu beantworten oder einfach mal auf Instagram irgendwelche Storys anzugucken“ (B2, Z. 74ff.)
OK 4: Bedeutung und Beurteilung der Social-Media- Nutzung	Die Kategorie „Bedeutung und Beurteilung der Social-Media-Nutzung“ untersucht den persönlichen sowie gesellschaftlichen Stellenwert von Social-Media aus der Sicht des Interviewpartners sowie dessen Gefühlslage bei der Nutzung oder Unterbindung von Social-Media. Zudem wird das eigene Nutzungsverhalten aus der persönlichen Perspektive sowie aus der Perspektive des Umfelds reflektiert.	

<p>SK 4.1: Beurteilung des Stellenwerts von Social-Media im Alltag</p>	<p>Hier wird dargestellt, welchen persönlichen Stellenwert Social-Media für den Interviewpartner hat.</p>	<p>„Ich würde ihm einen hohen einteilen, weil ich ähm, weil es für mich digital gesehen, die einzige Möglichkeit ist, Kontakt mit Freunden, Familie und so weiter aufrechtzuerhalten [...]“ (B7, Z. 80ff.)</p>
<p>SK 4.2: Beurteilung des Stellenwerts von Social-Media in der Gesellschaft</p>	<p>Hier wird dargestellt, welchen gesellschaftlichen Stellenwert Social-Media für den Interviewpartner hat.</p>	<p>„Also ich glaube einfach, dass man selbst, aber auch die Gesellschaft sich halt so ein bisschen in die Richtung entwickelt, dass es nicht mehr, nicht mehr so negativ konnotiert ist, dass man halt mit dem Handy am Tisch sitzt oder sowas“ (B4, Z. 113ff.)</p>
<p>SK 4.3: Gefühlslage ohne Social-Media-Nutzung</p>	<p>Hier wird dargestellt, wie sich der Interviewpartner bei einer Unterbindung von Social-Media fühlt. Dabei wird beispielhaft die Situation eines Wochenendausflugs herangezogen sowie die Vorstellung einer langweiligen Situation.</p>	<p>„Also ich glaube am Anfang fände ich es irgendwie schockierend und würde mich wahrscheinlich so ein bisschen vielleicht gelangweilt fühlen. Aber ich glaube nach so ein paar Stunden oder vielleicht auch nach einem Tag erst, fände ich das wahrscheinlich voll geil [...]“ (B1, Z. 98ff.)</p>
<p>SK 4.4: Gefühlslage bei Social-Media-Nutzung</p>	<p>Hier wird dargestellt, wie sich der Interviewpartner während der bewussten Nutzung von Social-Media fühlt, z.B. zum Austausch mit Freunden.</p>	<p>„Ich denke auf jeden Fall nicht schlecht, weil das wäre mir dann aufgefallen, wenn ich mich irgendwie schlecht dabei gefühlt hätte. Das Einzige, was mich ein bisschen schlecht fühlen lässt, ist, wenn ich jemandem schreibe und sehr lange keine Antwort bekomme“ (B3, Z. 175ff.)</p>
<p>SK 4.5: Gedanken und Bewertung der eigenen Social-Media-Nutzung</p>	<p>Hier wird dargestellt, wie der Interviewpartner sein eigenes Social-Media-Nutzungsverhalten reflektiert.</p>	<p>„[...] eigentlich weiß ich, wann Schluss ist und wann genug ist und ich kann auch, ich meine, wenn ich arbeiten bin, bin ich jetzt eigentlich den ganzen Tag nicht am Handy und das macht mir auch keine Probleme, also ich vermisse es nicht“ (B3, Z. 269ff.)</p>
<p>SK 4.6: Bewertung der Social-Media-Nutzung aus dem Umfeld</p>	<p>Hier wird dargestellt, wie das Umfeld die Social-Media-Nutzung des Interviewpartners bewertet und wie der Interviewpartner, sich dabei fühlt.</p>	<p>„Also, ich glaube schon, so auch unerschwinglich, zum Beispiel bei meinen Freunden oder so. Da wird dann schon einmal angesprochen, dass ich vielleicht etwas exzessiver Social-Media nutze als der Otto Normalverbraucher vielleicht oder als meine Freunde“ (B3, Z. 224ff.)</p>

OK 5: Negative Aspekte der persönlichen Social-Media-Nutzung	Die Kategorie „Negative Aspekte der persönlichen Social-Media-Nutzung“ untersucht, welche individuellen negativen Aspekte und Konsequenzen die Social-Media-Nutzung bereits für den Interviewpartner hatte.	
SK 5.1: Schlafprobleme	Die Nutzung von Social-Media führt zu Schlafproblemen.	„Wenn man dann so denkt ‚Ach guck mal das Video kannst du dir auch noch angucken und das ist auch ein schöner Beitrag und hier kannst du noch was lernen‘. Ich glaube, da hat es schon das ein oder andere Mal schon dazu geführt, dass ich schon zu spät ins Bett gegangen bin“ (B1, Z. 139ff.)
SK 5.2: Stress	Die Nutzung von Social-Media führt zu Stresssituationen und einem Druckgefühl.	„[...]“, dass ich mich halt manchmal mal gestresst fühle von der Menge an Nachrichten, die dann halt reinkommt oder wo ich das Gefühl habe, ich müsste die jetzt bearbeiten und dass das wie nochmal so eine eigene extra Aufgabe für sich ist“ (B2, Z. 210ff.)
SK 5.3: Konzentrationsprobleme und Auffassungsprobleme	Die Nutzung von Social-Media führt zur Abnahme der Konzentrationsfähigkeit und der Auffassungsgabe.	„Aber ich glaube, ich habe gemerkt, dass meine Konzentrationsfähigkeit ein bisschen abgenommen hat in letzter Zeit [...]“ (B3, Z. 196f.)
SK 5.4: Prokrastination und Pflichtverletzung	Die Nutzung von Social-Media führt zur Vernachlässigung von Pflichten und dem Aufschieben von Fristen.	„Ich habe es hinterfragt, wenn ich gemerkt habe, dass ich am Ende eines Tages so wenig für, in meinem Fall jetzt die Uni geschafft habe, aber nichts anderes gemacht habe, also ich habe wenig Sport gemacht, mich nicht mit Freunden getroffen, sondern ich war den großen Teil des Tages am Handy [...]“ (B7, Z. 181ff.)
SK 5.5: Familiäre bzw. persönliche Konflikte	Die Nutzung von Social-Media führt zu Konflikten innerhalb des Familien- oder Bekanntenkreises.	„Ja, dass es ab und zu vielleicht mal, wenn ich am Handy war und beispielsweise meine Mutter besucht habe oder sowas und sie aber gerade etwas von mir wollte oder sowas, dass das dann quasi so ein bisschen zu Konflikten geführt hat, dadurch, weil eben die Erwartungshaltung ist ‚Ich rede mit dir, also tu das Handy weg‘“ (B4, Z. 253ff.)

SK 5.6: Irrationale Einstufung des eigenen Lebens, Neid und Sehnsucht	Die Nutzung von Social-Media führt durch den Vergleich mit anderen Menschen zu einem irrationalen Realitätsverständnis in Bezug auf das eigene Leben.	„[...] mit Instagram als eine Plattform, die sehr auf Vergleichen basiert ähm, würde ich sagen, teilweise so eine Unbeholfenheit, dass man irgendwie gesehen hat, alle machen was Krasses, sie sind alle voll gut mit ihrem Studium und reisen viel und wie auch immer [...]“ (B7, Z. 132ff.)
SK 5.7: Physische Probleme	Die Nutzung von Social-Media führt zu körperlichen Beschwerden.	„Die Menschen sind allgemein nur noch drin, viel zu viel in der Wohnung, sie bewegen sich zu wenig, die Augen leiden, sie sitzen nur noch und wenn sie vor dem PC stehen. [...]. Also viele haben schon in jungen Jahren Rückenschmerzen“ (B9, Z. 99ff.)
SK 5.8: Stimmungsschwankungen	Die Nutzung von Social-Media führt zu unkontrollierten Gefühlsänderungen.	„[...] ich hatte das sowohl in der Uni als auch auf der Arbeit schon, dass man dann vielleicht manchmal Nachrichten bekommen hat, die einen eventuell nicht so positiv gestimmt haben und dann hat man halt über die nachgedacht und konnte sich dann in der Uni oder bei der Arbeit nicht mehr darauf konzentrieren, war raus, mit den Gedanken woanders“ (B7, Z. 157ff.)
OK 6: Einstufung einer problematischen Social-Media-Nutzung	Die Kategorie „Einstufung einer problematischen Social-Media-Nutzung“ untersucht, unter welchen Umständen der Interviewpartner die Nutzung von Social-Media als problematisch oder bedenklich einstufen würde.	
SK 6.1: Vernachlässigung von Pflichten	Bei einer problematischen Nutzung von Social-Media werden Pflichten im Alltag oder im Arbeits- und Unikontext vernachlässigt.	„[...] , wenn es halt negative Auswirkungen hat wie schlechte Noten, schlechte Arbeit, all sowas“ (B5, Z. 198f.)
SK 6.2: Drang (Craving) und Kontrollverlust	Bei einer problematischen Nutzung von Social-Media verspüren Konsumenten ein Verlangen nach stetiger sowie intensiverer Nutzung und es kommt es zu einem Kontrollverlust über die eigene Nutzungsintensität und Häufigkeit.	„Und ganz krass ist es, glaub ich, wenn man wirklich oft darauf angesprochen wird und ohne fremde Hilfe, ohne externe Hilfe nicht mehr davon loskommt, würde ich sagen. Und wenn man sich nicht mehr bewusst dazu entscheiden kann, jetzt auch mal aufzuhören“ (B3, Z. 261ff.)

<p>SK 6.3: Beeinflussung durch toxische Trends und Inhalte</p>	<p>Bei einer problematischen Nutzung von Social-Media werden Konsumenten durch toxische Trends und moralisch bedenkliche Inhalte negativ beeinflusst.</p>	<p>„[...] also, wenn man zum Beispiel irgendwelche Influencer als Vorbild nimmt, die super schlank sind und man selbst hat einfach eine andere Körperform und dann zum Beispiel auch sagt ‚Ok, ich muss jetzt ganz krass abnehmen‘ und sich davon psychisch so sehr beeinflussen lässt. Ich glaube dann ist die Nutzung auf jeden Fall bedenklich“ (B2, Z. 261ff.)</p>
<p>SK 6.4: Erreichen einer bestimmten Nutzungsdauer</p>	<p>Bei einer problematischen Nutzung von Social-Media liegt eine bestimmte Nutzungsdauer vor.</p>	<p>„[...] ich glaube, wenn Menschen mir so erzählen, dass sie durchschnittlich fünf, sechs Stunden am Handy sind, da denke ich, also ich finde das ist schon auf eine Sucht zurückzugreifen [...]“ (B7, Z. 211ff.)</p>
<p>SK 6.5: Entzugserscheinungen</p>	<p>Bei einer problematischen Nutzung von Social-Media führt eine Unterbrechung der Nutzung zu Entzugserscheinungen.</p>	<p>„Ich glaube auch, ein Gesichtspunkt ist, wenn man richtige Entzugserscheinungen hat, wenn man diesen Zugriff auf einmal nicht mehr hat, dass man irgendwie, keine Ahnung, nervös wird und man sich denkt ‚Oh mein Gott, ich verpasse so viel, ich muss jetzt wieder auf Social-Media sein‘, das ist dann schon ein bisschen bedenklich“ (B3, Z. 258ff.)</p>
<p>SK 6.6: Rückzug aus der Gesellschaft</p>	<p>Bei einer problematischen Nutzung von Social-Media ziehen sich die Konsumenten bewusst oder unbewusst aus der Gesellschaft zurück und fokussieren sich zunehmend auf digitale Inhalte.</p>	<p>„[...] wenn sich die Person dann zurückzieht, lieber mit dem Handy was macht als mit Freunden was macht oder sich gehen lässt oder ständig schlechte Laune hat oder sowas“ (B5, Z. 203f.)</p>
<p>SK 6.7: Realitätsverlust</p>	<p>Bei einer problematischen Nutzung von Social-Media haben die Konsumenten ein verzerrtes Realitätsempfinden.</p>	<p>„Also das finde ich, in dem Moment, wo man das nicht mehr so richtig differenzieren kann, also dass es so ist so, alle reisen ja, alle schaffen ja so viel und man sieht gar nicht, also man vergleicht sein Inneres mit dem Schein des Äußeren bei jemand anderem. In dem Moment, wo man das glaub ich nicht mehr differenzieren kann, in dem Moment wird es ungesund, meiner Meinung nach, ja“ (B7, Z. 232ff.)</p>
<p>SK 6.8: Implementierung im Tagesablauf bzw. Alltag</p>	<p>Bei einer problematischen Nutzung von Social-Media wird diese routinemäßig in den Alltag integriert.</p>	<p>„Ja, wenn das erste, was du machst, auf Social-Media zu gehen und das letzte, was du machst [...]“ (B8, Z. 258f.)</p>

SK 6.9: Alter der Social-Media-Nutzung	Der Interviewpartner stuft die Nutzung von Social-Media ab einem gewissen Alter als problematisch ein.	„[...] das andere, was ich bedenklich finde, ist das Alter, ab dem man sich da so bewegen darf oder kann“ (B6, Z. 249ff.)
OK 7: Durchführung und Art eines Digital Detox	Die Kategorie „Durchführung und Art eines Digital Detox“ untersucht, ob der Interviewpartner einen Digital Detox durchgeführt hat und wie sich dieser gestaltet hat.	
SK 7.1: abgeschlossener Digital Detox	Ein Digital Detox wurde abgeschlossen.	„Ja, den radikalen Digital Detox (<i>lacht</i>), den ich damals eingeleitet habe, wo ich einfach alles deinstalliert habe, den auf jeden Fall“ (B5, Z. 217f.)
SK 7.2: abgebrochener Digital Detox	Ein angefangener Digital Detox wurde abgebrochen.	„Aber es gab auch welche, die gesagt haben ‚War zu schwer oder so, oder ich habe es nicht jeden Tag gepackt oder nur an ausgewählten Tagen mal‘, [...]“ (B10, Z. 180ff.)
SK 7.3: keine Durchführung	Bisher wurde kein Digital Detox bewusst durchgeführt.	„Also direkt noch nicht. Ich habe es vielleicht unterbewusst mal gemacht, also, dass man einfach kein Verlangen danach hatte oder sowas, die Sachen zu nutzen [...]“ (B4, Z. 308ff.)
OK 8: Motive für die Durchführung eines Digital Detox	Die Kategorie „Motive für die Durchführung eines Digital Detox“ untersucht die Motive und Gründe, welche von dem Interviewpartner für die Durchführung eines Digital Detox genannt werden.	
SK 8.1: Erreichen von Produktivität	Der Interviewpartner will einen Digital Detox durchführen, da die Social-Media-Nutzung ihm zu viel von anderen bzw. wichtigeren Sachen ablenkt und die Produktivität damit negativ beeinflusst.	„Also ich glaube schon, dass es helfen kann, produktiver zu sein, wenn man es für eine Zeit ausstellt“ (B1, Z. 228f.)
SK 8.2: Prüfungsvorbereitung	Der Interviewpartner will einen Digital Detox durchführen, um sich besser auf Prüfungen vorbereiten zu können.	„Ähm, ja, tatsächlich, wenn ich mich wirklich auf was Wichtiges konzentrieren musste und zum Beispiel vor der Klausurenphase für die Uni lernen musste oder so. Dann habe ich mein Handy auch einfach zur Seite gelegt und mir quasi geschworen, dass ich nicht darauf zurückgreife und mich jetzt einfach auf meine Sachen konzentriere, die im Moment wichtiger sind“ (B3, Z. 280ff.)

<p>SK 8.3: Bewusstsein einer Sucht oder eines problematischen Nutzungsverhaltens</p>	<p>Der Interviewpartner will einen Digital Detox durchführen, da er bei sich selbst ein problematisches Mediennutzungsverhalten festgestellt hat.</p>	<p>„Hauptmotivation war meist, dass es irgendeine Form von Verhalten gab, was der oder diejenige vorher schon an sich selber beobachtet hat, die er nicht gut fand und eigentlich schon längst mal ändern wollte und dafür so ein bisschen mal so einen Anstoß brauchte oder eine andere Form mal des Versuchens brauchte“ (B10, Z. 146ff.)</p>
<p>SK 8.4: Kritische Haltung gegenüber Social-Media</p>	<p>Der Interviewpartner will einen Digital Detox durchführen, da er die Nutzung von Social-Media allgemein als kritisch und bedenklich einstuft.</p>	<p>„Auf der anderen Seite ein Grund, um es durchzu- (<i>Pause</i>) oder um tatsächlich ein bisschen auf den Konsum zu achten und es zu regulieren, ähm, ist eben bei mir dieser der Gedanke, dass man dadurch halt wirklich keinen Mehrwert hat. [...]. Ich nutze es nur, um mir belanglose Videos anzugucken und, ja. Je mehr ich darüber rede, desto mehr merke ich halt auch, was für ein Quatsch das eigentlich ist“ (B4, Z. 315ff.)</p>
<p>OK 9: Hindernisse bzw. Schwierigkeiten bei der Durchführung eines Digital Detox</p>	<p>Die Kategorie „Hindernisse bzw. Schwierigkeiten bei der Durchführung eines Digital Detox“ untersucht die Gründe, welche dem Interviewpartner an der Durchführung eines Digital Detox hindern oder diesen erschweren.</p>	
<p>SK 9.1: Arbeits- und Unikontext</p>	<p>Bei der Durchführung eines Digital Detox wird der Interviewpartner durch die Arbeit oder das Studium gehindert.</p>	<p>„Also ich würde es jetzt nicht über mehrere Tage schaffen, weil wie gesagt ich nutze es auch auf der Arbeit und muss erreichbar bleiben irgendwie“ (B1, Z. 204f.)</p>
<p>SK 9.2: Erhöhung der eigenen Bekanntheit bzw. wirtschaftliche Gründe</p>	<p>Bei der Durchführung eines Digital Detox wird der Interviewpartner durch den Wunsch zur Erhöhung der eigenen Reichweite und Bekanntheit in der Gesellschaft gehindert.</p>	<p>„Und ich glaube, wenn das nicht da wäre beziehungsweise, wenn ich nicht mein Hobby hätte wie die Musik und keine Band hätte, die ich über Social-Media befeuere, dann wäre ich wahrscheinlich auch schon längst zum Beispiel aus Facebook rausgegangen“ (B1, Z. 235ff.)</p>
<p>SK 9.3: Dauer und Art der Durchführung</p>	<p>Bei der Durchführung eines Digital Detox wird der Interviewpartner durch die Länge oder die Art des Verzichts gehindert.</p>	<p>„Ich denke, das kommt darauf an, für welche Zeitspanne man das probiert. Wenn es eine etwas längere Zeitspanne ist, jetzt für eine Woche oder zwei oder sogar länger, dann stelle ich mir das ein bisschen schwierig vor [...]“ (B3, Z.307ff.)</p>

<p>SK 9.4: Gesellschaftlicher Ausschluss bzw. fehlende Teilhabemöglichkeit und Erreichbarkeit</p>	<p>Bei der Durchführung eines Digital Detox wird der Interviewpartner voraussichtlich aufgrund einer mangelnden Partizipationsmöglichkeit am gesellschaftlichen Leben sowie eingeschränkter Erreichbarkeit gehindert.</p>	<p>„Im Alltag allerdings schon, also ich glaube, jetzt so ohne Weiteres auf das Handy beispielsweise zu verzichten, wäre bestimmt möglich, aber ich glaube, man würde sich selbst halt irgendwie so fühlen, als ob man was falsch macht, weil man halt beispielsweise einfach nicht erreichbar ist oder so“ (B4, Z. 227ff.)</p>
<p>SK 9.5: Verlust von Kontakten oder schwieriger Aufbau mit neuen Kontakten</p>	<p>Bei der Durchführung eines Digital Detox wird der Interviewpartner durch einen erwarteten Verlust von Kontakten in Verbindung mit einem erschwerten Kontaktaufbau ohne Social-Media gehindert.</p>	<p>„[...] , aber es ist oft erstmal so ein Irritationsmoment, wenn ich so Nummern austausche, das hatte ich jetzt schon öfters, das, wenn man dann sagt „Ja ok, wir schreiben“ und sie schreibt dir später, dass dann tatsächlich erst drei Tage später eine Nachricht kommt, weil es dann so ist „Ah, ich habe erstmal nicht verstanden, warum ich dich nicht auf WhatsApp finde“ und dann bin ich so „Ach ja“. Also ich glaube so dieses in Kontakt treten mit Leuten hat teilweise jetzt Hindernisse bekommen [...]“ (B7, Z.287ff.)</p>
<p>SK 9.6: Vorhandensein von alternativen Aktivitäten</p>	<p>Bei der Durchführung eines Digital Detox wird der Interviewpartner durch einen subjektiven Mangel an Handlungs- und Freizeitalternativen gehindert.</p>	<p>„Also wenn man irgendeine andere Beschäftigung hat, die halt längerfristig ist als nur fünf Minuten, dann wird das, glaub ich, tatsächlich gar nicht auffallen, ob das Handy jetzt funktioniert oder nicht, einfach, weil man beschäftigt ist. Das Problem ist halt dieser Moment, wenn man Langeweile entwickelt und halt nichts anderes zur Hand hat oder sowas“ (B4, Z. 217ff.)</p>
<p>SK 9.7: Aufbau und Funktionsweise der Social-Media Plattformen</p>	<p>Bei der Durchführung eines Digital Detox wird der Interviewpartner durch die Funktionsweise der Social-Media-Plattformen selbst gehindert.</p>	<p>„Also, dass man quasi so eine Art Belohnungssystem entwickelt hat, um die Nutzer jeden Tag irgendwie zumindest einmal in die App zu bewegen und wenn man einmal da ist, dann verweilt man ja auch [...]“ (B4, Z. 71ff.)</p>
<p>SK 9.8: Alltäglichkeit der Social-Media-Plattformen</p>	<p>Bei der Durchführung eines Digital Detox wird der Interviewpartner durch die allgegenwärtige Verfügbarkeit von Social-Media sowie der gesellschaftlichen anerkannten Haltung zu Social-Media gehindert.</p>	<p>„Also ich würde fast momentan sagen, dass so die, wirklich die Gesellschaft gerade einfach insgesamt viel mehr im digitalen und fast kritischen medialen Verhalten drinsteckt“ (B10, Z. 264ff.)</p>

SK 9.9: Informationsverlust	Bei der Durchführung eines Digital Detox wird der Interviewpartner durch einen subjektiv erwarteten Informationsverlust gehindert.	„Sonst könnte es auch sein, dass man sich vielleicht nicht mehr so über das Weltgeschehen informiert oder ein bisschen nicht so weiß, was gerade in der Welt los ist“ (B3, Z. 322ff.)
SK 9.10: Nachhaltigkeit von Verhaltensänderungen	Bei der Durchführung eines Digital Detox wird der Interviewpartner durch die Schwierigkeit, eine Verhaltensänderung langfristig zu etablieren, gehindert.	„[...] das hat auch funktioniert und dann sind die wieder in das alte Verhaltensmuster zurückgefallen“ (B9, Z. 433f.)
OK 10: Auswirkungen eines Digital Detox	Die Kategorie „Auswirkungen eines Digital Detox“ untersucht, welche positiven und negativen Folgen der Digital Detox bereits für den Interviewpartner hatte oder vorstellbar sind.	
SK 10.1: Produktivitätssteigerung und Konzentrationssteigerung	Ein Digital Detox kann dazu führen, seine Produktivität und Konzentration im Alltag zu steigern.	„Also man steigert ja in dem Moment, wo man das gerade nicht benutzt, steigert man ja echt extrem seine Produktivität“ (B6, Z. 166f.)
SK 10.2: Ausüben alternativer Aktivitäten	Ein Digital Detox kann dazu führen, wieder anderen (analogen) Tätigkeiten nachzukommen oder andere Hobbys auszuüben.	„[...] dann würde ich in dieser Zeit natürlich auch andere Sachen machen, also ein Buch lesen oder rausgehen [...] oder was mit Freunden unternehmen“ (B3, Z. 334ff.)
SK 10.3: Bewusstseinsentwicklung über das eigene Mediennutzungsverhalten, einhergehend mit dessen Anpassung	Ein Digital Detox kann dazu führen, dass man sein eigenes Nutzungsverhalten besser reflektiert und ein Bewusstsein sowie eine Sensibilisierung in Bezug auf die Gefahren von Social-Media entwickelt. Ebenfalls wird das individuelle Mediennutzungsverhalten angepasst.	„Also auf jeden Fall ein Erkenntnisgewinn, da haben wir auch die Rückmeldung zu bekommen. Danach haben sich manche natürlich auch wieder bewusst dafür entschieden, also es ist sozusagen nicht bei der Reduzierung jetzt dauerhaft geblieben, aber das war ja auch gar nicht der Anspruch [...]“ (B10, Z. 202ff.)
SK 10.4: Emotionale Stabilität und Steigerung des Wohlbefindens	Ein Digital Detox kann dazu führen, dass eine emotionale Stabilität sowie ein besseres Wohlbefinden erreicht wird und eine geringere Beeinflussung durch die mediale Welt erfolgt.	„[...] ich würde auch sagen, dass es mir besser geht, dass ich nicht die ganzen perfekten Leben von den anderen Leuten sehe, wo man sich ja manchmal dann so schlecht fühlt [...]“ (B5, Z. 228ff.)
SK 10.5: Änderung des Kommunikations- und Sozialverhaltens	Ein Digital Detox kann dazu führen, dass eine grundlegende und nachhaltige Änderung der Kommunikationsgewohnheiten sowie des Sozialverhaltens außerhalb der medialen Welt eintritt.	„Ich glaube dadurch, also ich würde schon sagen mein Umgang ist gesünder geworden, vorwiegend weil ich gezielteren Kontakt zu anderen Leuten jetzt habe und weniger Zeit am Handy bin“ (B7, Z. 275 ff.)

<p>SK 10.6: Informations- und Kommunikationsverlust</p>	<p>Ein Digital Detox kann dazu führen, dass man mit einem Informations- und Kommunikationsverlust konfrontiert ist.</p>	<p>„Aber auch unter der Berücksichtigung, dass mir schon noch so ein bisschen der Austausch fehlt, also es gibt ja auch positive Seiten an den ganzen Social-Media-Plattformen und ich kriege jetzt schon halt auch einfach weniger mit“ (B5, Z. 233ff.)</p>
<p>SK 10.7: Jo-Jo-Effekt</p>	<p>Ein Digital Detox kann dazu führen, dass man eine kurzfristige positive Änderung des Nutzungsverhaltens erlebt und danach in sein altes Verhaltensmuster zurückfällt.</p>	<p>„Aber ich kann mir auch durchaus vorstellen, dass es dann am Ende so einen Jo-Jo-Effekt gibt“ (B6, Z. 284f.)</p>
<p>SK 10.8: Allgemeine Beurteilung eines Digital Detox</p>	<p>Hier wird untersucht, ob ein Digital Detox für den Interviewpartner einen positiven oder negativen Eindruck hinterlässt und eventuell ein erneuter Digital Detox in Betracht gezogen wird.</p>	<p>„Also ich überlege zum Beispiel, ob ich Snapchat behalte, also, um es jetzt mal allgemeiner zu machen, ich überlege, ob ich nochmal eine weitere App von meinem Handy runterkicke. Ich überlege, mir wieder mehr anzugewöhnen, wenn ich zum Beispiel Uni mache, mein Handy in einen anderen Raum zu legen oder dass ich, das habe ich eine Zeit lang gemacht, mittlerweile gar nicht mehr, dass, wenn ich mich mit Freundinnen treffe, dass ich mein Handy zu Hause lasse“ (B7, Z. 326ff.)</p>

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig, ohne fremde Hilfe, ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen angefertigt und alle Formulierungen, die wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Quellen entnommen wurden, kenntlich gemacht habe.

S. Paruschkewitz
Sara Paruschkewitz