

## Posten, Liken, Scrollen – brauchen soziale Medien eine kürzere digitale Leine?

Matthias Kullas



Source: DALL-E via ChatGPT

**Weltweit nutzen rund vier Milliarden Menschen soziale Medien. Im Durchschnitt verbringen sie zwei Stunden und dreiundzwanzig Minuten pro Tag auf den entsprechenden Plattformen. Das wirft die Frage auf, welche Folgen eine intensive Nutzung sozialer Medien für die Nutzer hat. Befürchtet werden etwa negative Folgen für die psychische Gesundheit oder schlechtere schulische, akademische und berufliche Leistungen. Daher wird auch der Ruf nach einer strengeren Regulierung lauter. Sie soll einer intensiven Nutzung und den damit möglicherweise einhergehenden negativen Folgen entgegenwirken. Dieser ceplnput beantwortet die Frage, ob die Nutzung sozialer Medien tatsächlich negative Folgen für die Nutzer hat und wie regulatorisch damit umgegangen sollte. Die Haupteckdaten sind folgende:**

- ▶ Es gibt zahlreiche Studien, die die Auswirkungen sozialer Medien auf die psychische Gesundheit der Nutzer untersuchen. Die Ergebnisse sind uneinheitlich. Die Mehrheit der Studien kommt zum Schluss, dass sich die Nutzung sozialer Medien nur in wenigen Fällen negativ auf die psychische Gesundheit der Nutzer auswirkt.
- ▶ Eine intensive Nutzung sozialer Medien führt häufig zu schlechteren schulischen, akademischen und beruflichen Leistungen.
- ▶ Rund ein Drittel der Social-Media-Nutzer möchte weniger Zeit mit sozialen Medien verbringen, hat aber Schwierigkeiten, dies umzusetzen. Ein Grund hierfür ist, dass Social-Media-Plattformen so gestaltet sind, dass Nutzer möglichst oft auf eine Plattform zurückkehren und sich dann möglichst lang darauf aufhalten.
- ▶ Um diese Probleme zu lösen, schlägt dieser Input zum einen eine Stärkung der Medienkompetenz der Nutzer vor. Dies kann in Form von Warnhinweisen geschehen, die beim Installieren, Öffnen oder intensiven Nutzen sozialer Medien erscheinen. Zum anderen sollten bestimmte Gestaltungselemente eingeschränkt werden. So sollten Push-Benachrichtigungen, endloses Scrollen & Streamen sowie Lesebestätigungen standardmäßig deaktiviert sein und das automatische Fragen nach einer Aktivierung dieser Gestaltungselemente verboten werden. Überlegenswert ist zudem auch das Verbot suchterzeugender Algorithmen.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung und Definition</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Mögliche Argumente für eine strengere Regulierung sozialer Medien</b> .....	<b>7</b>
2.1	Auswirkungen auf die psychische Gesundheit.....	8
2.1.1	Empirische Evidenz.....	8
2.1.1.1	Depressionen.....	8
2.1.1.2	Auswirkungen auf den Schlaf.....	9
2.1.1.3	Auswirkungen auf das eigene Körperbild.....	10
2.1.1.4	Auswirkungen auf die Lebenszufriedenheit, das allgemeine Wohlbefinden und das Stressempfinden.....	10
2.1.1.5	Produktmarktfallen.....	11
2.1.2	Auswirkungen auf die psychische Gesundheit – ein Argument für strengere Regulierung?.....	12
2.2	Auswirkungen auf Arbeits- und Studienleistungen.....	13
2.2.1	Empirische Evidenz.....	13
2.2.2	Auswirkungen auf Arbeits- und Studienleistungen – ein Argument für strengere Regulierung?.....	14
2.3	Selbstkontrollprobleme.....	15
2.3.1	Empirische Evidenz.....	15
2.3.2	Selbstkontrollprobleme – ein Argument für strengere Regulierung?.....	17
	<b>Zwischenfazit</b> .....	<b>17</b>
<b>3</b>	<b>Ursachen für Selbstkontrollprobleme</b> .....	<b>18</b>
3.1	Fear of Missing Out.....	18
3.2	Gestaltungselemente von Social-Media-Plattformen.....	19
3.2.1	Push-Benachrichtigungen.....	20
3.2.2	Endloses Scrollen & Streamen.....	21
3.2.3	Likes, Views und Lesebestätigungen.....	21
3.2.4	Investitionen der Nutzer in eine Plattform.....	22
<b>4</b>	<b>Politische Handlungsempfehlungen</b> .....	<b>23</b>
4.1	Bessere Durchsetzung der bestehenden Regulierungen – insbesondere zum Jugendschutz und zum Schutz anderer vulnerabler Gruppen.....	23
4.2	Erhöhung der digitalen Mündigkeit der Bevölkerung.....	24
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>26</b>

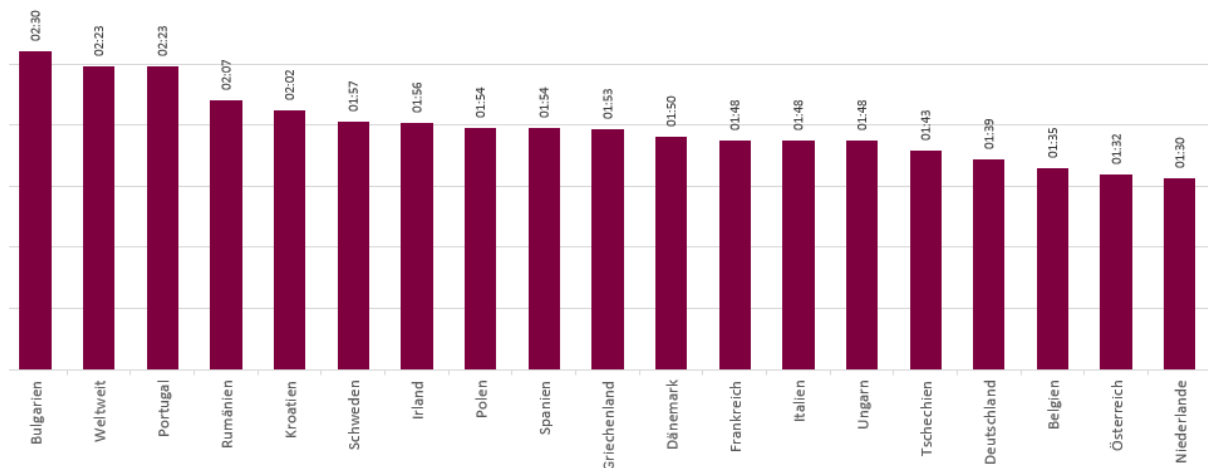
## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Zeit, die Internetnutzer (16 bis 64 Jahren) pro am Tag auf Social-Media-Plattformen verbringen (hh:mm) .....	4
Abb. 2: Zeit, die Internetnutzer pro am Tag auf Social-Media-Plattformen verbringen (hh:mm) nach Alter und Geschlecht .....	5
Abb. 3: Gründe für die Nutzung von Social-Media-Plattformen durch 16- bis 64-jährige.....	5
Abb. 4: Gestaltungselemente von Social-Media-Plattformen, die zu einer erhöhten Nutzung der Plattform beitragen können .....	23

## 1 Einleitung und Definition

Die Nutzung sozialer Medien<sup>1</sup> hat in den vergangenen 20 Jahren rasant zugenommen. Weltweit nutzen rund vier Mrd. Menschen soziale Medien.<sup>2</sup> Im Durchschnitt verbringen sie zwei Stunden und dreiundzwanzig Minuten pro Tag auf Social-Media-Plattformen (siehe Abbildung 1).<sup>3</sup> Der Begriff soziale Medien bzw. social Media umfasst dabei soziale Netzwerke (z.B. Facebook), Video-Portale (z.B. YouTube) und Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp).

**Abb. 1: Zeit, die Internetnutzer (16 bis 64 Jahren) pro am Tag auf Social-Media-Plattformen verbringen (hh:mm)**



Quelle: We are social (2024): Digital 2024 Global Overview Report, online unter: <https://wearesocial.com/de/blog/2024/01/digital-2024/>.

Die intensive Nutzung sozialer Medien zeigt sich auch daran, dass sich unter den weltweit fünf meistbesuchten Websites vier Social-Media-Plattformen befinden.<sup>4</sup>

Nicht alle Menschen nutzen soziale Medien im gleichen Umfang. Im Durchschnitt nutzen Frauen soziale Medien mehr als Männer und jüngere Menschen mehr als ältere (siehe Abbildung 2).

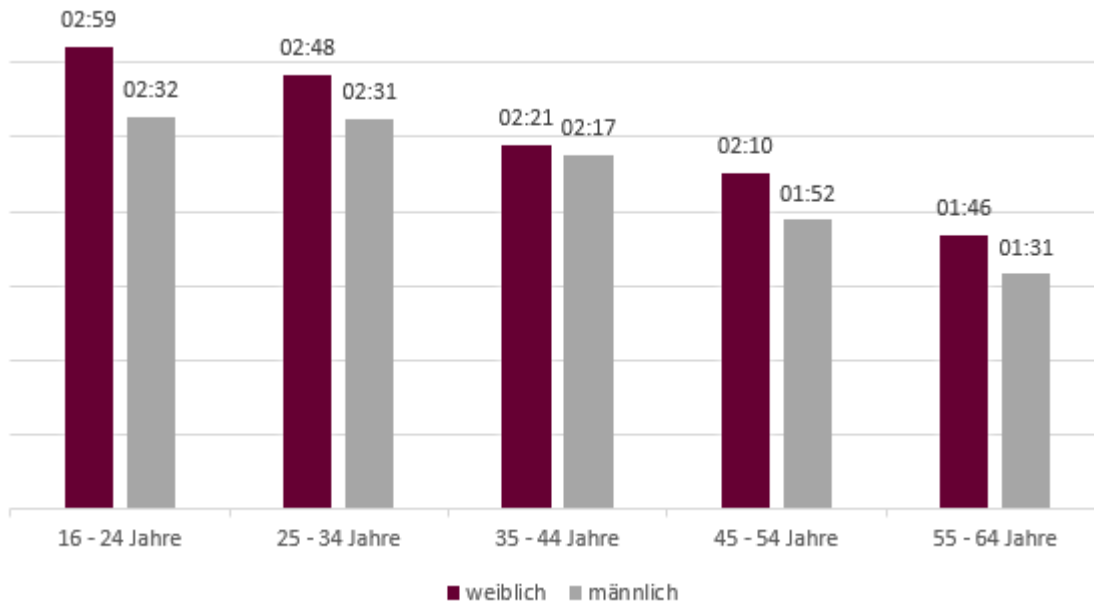
<sup>1</sup> Die Begriffe „soziale Medien“ und „Social Media“ werden in diesem Input synonym verwendet.

<sup>2</sup> Allcott, A. et al. (2022), Digital Addiction, NBER Working Paper 28936, online unter: <http://www.nber.org/papers/w28936>.

<sup>3</sup> Diese und die folgenden Zahlen stammen von We are social (2024): Digital 2024 Global Overview Report, online unter: <https://wearesocial.com/de/blog/2024/01/digital-2024/>.

<sup>4</sup> Die Untersuchung bezieht sich auf den Zeitraum zwischen Dezember 2022 und November 2023. Die fünf meistbesuchten Webseiten sind Google.com, YouTube.com, Facebook.com, Instagram.com sowie Twitter.com.

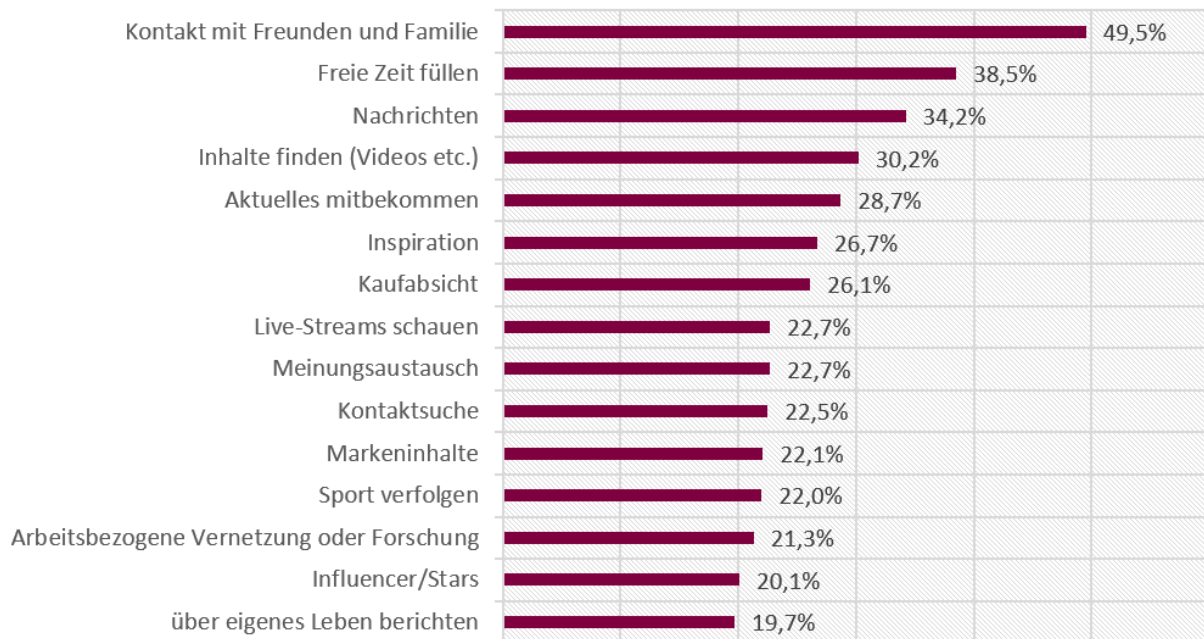
**Abb. 2: Zeit, die Internetnutzer pro am Tag auf Social-Media-Plattformen verbringen (hh:mm) nach Alter und Geschlecht**



Quelle: We are social (2024): Digital 2024 Global Overview Report, online unter: <https://wearesocial.com/de/blog/2024/01/digital-2024/>.

Die Gründe, weshalb Menschen soziale Medien nutzen, sind vielfältig. Die meisten Nutzer möchten mit Freunden und Familie in Kontakt bleiben, freie Zeit füllen und/oder Nachrichten verfolgen (siehe Abbildung 3).

**Abb. 3: Gründe für die Nutzung von Social-Media-Plattformen durch 16- bis 64-jährige**



Quelle: We are social (2024): Digital 2024 Global Overview Report, online unter: <https://wearesocial.com/de/blog/2024/01/digital-2024/>.

Die intensive Nutzung sozialer Medien wirft zahlreiche Fragen auf, wobei zwei Themenkomplexe die aktuelle Diskussion dominieren: Der erste Themenkomplex beschäftigt sich mit der Frage, ob und ggf. welche negativen Folgen die Nutzung sozialer Medien für die Nutzer hat. Bei dieser Frage stehen insbesondere die Auswirkungen auf die psychische Gesundheit sowie auf die schulischen und beruflichen Leistungen der Social-Media-Nutzer im Focus. Der zweite Themenkomplex untersucht, ob und ggf. wie soziale Medien die politische Meinung der Nutzer beeinflussen und mithin die öffentliche Sicherheit sowie demokratische Entscheidungen. Hier wird insbesondere untersucht, ob soziale Medien zu einer Radikalisierung der Nutzer und mithin der Gesellschaft führen und so die Demokratie gefährden.

Dieser ceplnput beschäftigt sich ausschließlich mit dem ersten Themenkomplex, da dieser jüngst stärker in den Fokus der EU-Politik gerückt ist. So hat die Europäische Kommission Untersuchungen gegen zwei Anbieter großer Social-Media-Plattformen – TikTok und Meta (Facebook und Instagram) – eingeleitet. Die Untersuchungen gegen TikTok zielen u.a. darauf ab, die Einhaltung von Jugendschutzmaßnahmen sicherzustellen. Ein besonderes Augenmerk der Untersuchungen liegt zudem auf dem Risikomanagement in Bezug auf suchterzeugender Gestaltung. Ein solches Risikomanagement ist nach dem Gesetz über digitale Dienste notwendig, „um potenziellen Risiken für das Grundrecht auf körperliches und geistiges Wohlbefinden und Kinderrechtsverletzungen entgegenzuwirken“<sup>5</sup>. Die Untersuchungen haben dazu geführt, dass TikTok das Programm „TikTok Lite Rewards“ dauerhaft aus der EU zurückziehen wird.<sup>6</sup> Auch bei der Untersuchung gegen Meta steht der Schutz Minderjähriger im Fokus, da die Kommission auch in diesem Fall befürchtet, dass Facebook und Instagram bei Kindern Suchtverhalten auslösen können. Das Gesetz über digitale Dienste verpflichtet Meta jedoch zu einer Bewertung und ggf. Minderung des Suchtrisikos.<sup>7</sup>

Das Europäische Parlament hat sich ebenfalls mit dem Thema suchterzeugende Gestaltung befasst. In einer EntschlieÙung hat es die Notwendigkeit neuer EU-Vorschriften betont, um das Problem der suchterzeugenden Gestaltung von digitalen Dienstleistungen zu verringern. Die EntschlieÙung bezieht sich nicht ausschließlich auf Social-Media-Plattformen, sondern auch auf andere digitale Dienstleistungen, wie Online-Spiele, Streaming-Dienste für Filme, Serien oder Musik, Online-Marktplätze und Online-Shops. In der EntschlieÙung weist das Europäische Parlament auf die Gefahr hin, dass digitale Dienste möglicherweise darauf ausgelegt sind, die Nutzer so lange wie möglich auf der Plattform zu halten, damit möglichst viele Daten erhoben werden können und die Nutzer dort möglichst viel Zeit verbringen und Geld ausgeben“<sup>8</sup>. Das Europäische Parlament weist zudem darauf hin, dass jedes vierte Kind und jeder vierte Jugendliche eine „problematische“ oder „dysfunktionale“ Smartphone-Nutzung aufweist, d.h. Verhaltensmuster, die einer Sucht ähneln. Es befürchtet ferner, dass die Zunahme der psychischen Probleme bei Jugendlichen mit der übermäßigen Nutzung sozialer Medien

---

<sup>5</sup> Europäische Kommission (2024a), Kommission leitet förmliches Verfahren gegen TikTok im Rahmen des Gesetzes über digitale Dienste ein, Pressemitteilung vom 19. Februar 2024, online unter: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/IP\\_24\\_926](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/IP_24_926).

<sup>6</sup> Europäische Kommission (2024b), Gesetz über digitale Dienste: „TikTok Lite Rewards“ wird dauerhaft aus der EU zurückgezogen, Pressemitteilung vom 5. August 2024, online unter: [https://germany.representation.ec.europa.eu/news/gesetz-uber-digitale-dienste-tiktok-lite-rewards-wird-dauerhaft-aus-der-eu-zuruckgezogen-2024-08-05\\_de](https://germany.representation.ec.europa.eu/news/gesetz-uber-digitale-dienste-tiktok-lite-rewards-wird-dauerhaft-aus-der-eu-zuruckgezogen-2024-08-05_de).

<sup>7</sup> Europäische Kommission (2024c), Kommission leitet im Rahmen des Gesetzes über digitale Dienste förmliches Verfahren gegen Meta im Zusammenhang mit dem Schutz Minderjähriger auf Facebook und Instagram ein, Pressemitteilung vom 16. Mai 2024, online unter: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip\\_24\\_2664](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_24_2664).

<sup>8</sup> Europäisches Parlament (2023), EntschlieÙung des Europäischen Parlaments vom 12. Dezember 2023 zur suchterzeugenden Gestaltung von Online-Diensten und zum Verbraucherschutz im EU-Binnenmarkt, online unter: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0459\\_DE.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0459_DE.html).

zusammenhängt und erwähnt Forschungsergebnisse, die darauf hindeuten, dass der durch soziale Medien ausgeübte Druck einer der fünf Hauptgründe psychischer Probleme bei Kindern ist.

Dieser ceplInput untersucht die Frage, ob Social-Media-Plattformen über das bereits bestehende Maß hinaus reguliert werden sollten, um Schäden für die Nutzer abzuwenden. Aus der obigen Darstellung ergibt sich, dass diese Frage von großer gesellschaftlicher Relevanz ist. Denn mit Milliarden von Nutzern haben Social-Media-Plattformen einen enormen Einfluss auf das Leben der Nutzer. Als Grund für eine strengere Regulierung werden u.a. negative Auswirkungen einer Social-Media-Nutzung auf die psychische Gesundheit angeführt. Zudem wird befürchtet, dass die Nutzung sozialer Medien zu geringeren schulischen und beruflichen Leistungen führt.

In Kapitel 2 wird untersucht, ob diese Sorgen berechtigt sind und als Argument für eine strengere Regulierung von Social-Media-Plattformen herangezogen werden können. Dafür werden die Ergebnisse zahlreicher empirischer Studien verglichen und ausgewertet. In Kapitel 3 werden Gestaltungselemente von Social-Media-Plattformen dargestellt, die dazu führen können, dass Nutzer häufig auf eine Plattform zurückkehren und dann viel Zeit auf dieser Plattform verbringen. In Kapitel 4 werden schließlich politische Handlungsempfehlungen entwickelt, um die in Kapitel 2 identifizierten Probleme einer Social-Media-Nutzung zu verringern.

Der Begriff Social Media wird in diesem Input definiert als

*„internetbasierte Kanäle und Plattformen, die es Nutzern erlauben, bedarfsbezogen zu interagieren, sich selektiv selbst zu präsentieren und nutzergenerierte Inhalte zu erstellen. Dies kann entweder in Echtzeit oder asynchron sowohl mit großen Gruppen als auch kleinen Gruppen oder Individuen geschehen.“<sup>9</sup>*

Diese Definition umfasst soziale Netzwerke (z.B. Instagram, Facebook und LinkedIn), Messenger-Dienste (z.B. Whatsapp, Signal und Discord) und Video-Portale (z.B. Youtube, TikTok und Twitch).

## 2 Mögliche Argumente für eine strengere Regulierung sozialer Medien

In der öffentlichen Diskussion wird vielfach eine strengere Regulierung sozialer Medien gefordert. Die Begründungen hierfür sind vielfältig. Die drei gängigsten Begründungen sind:

1. Die Nutzung sozialer Medien habe negative Auswirkungen auf die psychische Gesundheit der Nutzer.
2. Die Nutzung sozialer Medien habe negative Auswirkungen auf die schulischen, akademischen und beruflichen Leistungen der Nutzer.
3. Soziale Medien würden eine „Art“ Sucht erzeugen.

Im Folgenden werden diese drei Begründungen auf ihre empirische Evidenz hin überprüft. Daran anknüpfend wird untersucht, ob die Begründungen tatsächlich als Argument für eine strengere Regulierung von Social-Media-Plattformen herangezogen werden können.

---

<sup>9</sup> Sindermann, C. et al. (2024), Vulnerabilitätsraum: Soziale Medien, online unter: [https://www.researchgate.net/publication/349570284\\_Kapitel\\_5\\_Vulnerabilitatsraum\\_Soziale\\_Medien](https://www.researchgate.net/publication/349570284_Kapitel_5_Vulnerabilitatsraum_Soziale_Medien).

## 2.1 Auswirkungen auf die psychische Gesundheit

### 2.1.1 Empirische Evidenz

Da zahlreiche Menschen, vor allem Jugendliche und junge Erwachsene, viel Zeit auf Social-Media-Plattformen verbringen, werden gegenwärtig mögliche negative Auswirkungen einer intensiven Social-Media-Nutzung auf die psychische Gesundheit diskutiert. Dieses Kapitel stellt die wichtigsten Forschungsergebnisse hierzu dar. Einige wenige der im Folgenden dargestellten Forschungsergebnisse haben nicht die Auswirkungen einer Social-Media-Nutzung untersucht, sondern einer Smartphone-Nutzung. Sie werden hier dennoch aufgeführt, da die möglichen negativen Auswirkungen einer Smartphone-Nutzung weitgehend identisch mit den Auswirkungen einer Social-Media-Nutzung sind. Dies ist nicht verwunderlich, da ein Großteil der Smartphone-Nutzung sozialen Medien zugeschrieben werden kann.<sup>10</sup>

#### 2.1.1.1 Depressionen

Braghieri et al. (2022) nutzen die gestaffelte Einführung von Facebook an US-Colleges Mitte der 2000er Jahre und Umfragedaten über die psychische Gesundheit von College-Studenten, die in den Jahren rund um die Expansion von Facebook erhoben wurden, um die Auswirkungen von Social Media auf die Nutzer zu untersuchen.<sup>11</sup> Die gestaffelte Einführung ermöglicht es, einen kausalen Zusammenhang zwischen der Nutzung sozialer Medien und der Entwicklung der psychischen Gesundheit von Nutzern zu untersuchen. Die Autoren kommen zum Schluss, dass die Einführung von Facebook an einem College einen negativen Einfluss auf die psychische Gesundheit der Studenten hat. Die Verschlechterung der psychischen Gesundheit entspricht etwa 22 Prozent des Effekts, den der Verlust des Arbeitsplatzes auf die psychische Gesundheit hat. Außerdem stellen sie fest, dass die Studenten nach der Einführung von Facebook mit größerer Wahrscheinlichkeit angaben, dass sich ihre schlechte psychische Gesundheit negativ auf ihre akademischen Leistungen auswirke. Die Autoren zeigen zudem, dass die negativen Auswirkungen von Facebook auf die psychische Gesundheit mit der Dauer der Nutzung der Plattform zunehmen.<sup>12</sup> Als Ursache vermuten sie, dass Facebook zu ungünstigen sozialen Vergleichen anregt. Schließlich zeigen die Autoren, dass die Einführung von Facebook den Anteil der Studenten, die unter Depressionen leiden, von 25 Prozent auf 27 Prozent hat ansteigen lassen.

Auch Lambert et al. (2022)<sup>13</sup> zeigen, dass Social-Media-Nutzung zu einer Zunahme von Depressionen führen kann. Die Autoren haben hierfür Probanden für eine Woche auf soziale Medien verzichten lassen. In der Folge nahmen Depressionen und Ängste der Probanden ab. De Hessele und Montag (2024) kommen zu dem Ergebnis, dass eine Smartphone-Nutzung positiv (aber nicht signifikant) mit dem

---

<sup>10</sup> Marino C. et al. (2021), The overlap between problematic smartphone use and problematic social media use: a systematic review, in: *Current Addict Report* 8(4); Montag, C. et al. (2021a), Investigating links between fear of COVID-19, neuroticism, social networks use disorder, and smartphone use disorder tendencies, in: *Frontiers in Psychology* 2(12); Montag, C. et al. (2021b), How to overcome taxonomical problems in the study of Internet use disorders and what to do with "smartphone addiction"?, in: *Journal of Behavioral Addictions* 9(4); Sha, P. et al. (2019), Linking internet communication and smartphone use disorder by taking a closer look at the facebook and whatsapp applications, in: *Addictive Behaviors Reports* 1(9) sowie Rozgonjuk, D. et al. (2020a), Associations between symptoms of problematic smartphone, Facebook, WhatsApp, and Instagram use: an item-level exploratory graph analysis perspective, in: *Journal of Behavioral Addictions* 9(3).

<sup>11</sup> Braghieri, L. et al. (2022), Social Media and Mental Health, in: *American Economic Review* 112(11), <https://doi.org/10.1257/aer.20211218>.

<sup>12</sup> Aufgrund der Datenverfügbarkeit konnte diese Aussage nur in der kurzen- und mittleren Frist untersucht werden.

<sup>13</sup> Lambert, J. et al. (2022), Taking a one-week break from social media improves well-being, depression, and anxiety: a randomized controlled trial, in: *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 25(5).



Schweregrad von Depressionen zusammenhängt.<sup>14</sup> Twenge et al. (2020) zeigen, dass die exzessive Nutzung digitaler Medien mit einer Zunahme von psychischen Gesundheitsproblemen wie Depressionen korreliert. Sie weisen zudem darauf hin, dass eine intensive Nutzung sozialer Medien die Wahrscheinlichkeit depressiver Symptome bei Jugendlichen vorhersagen kann, allerdings nicht so gut wie das Geschlecht.<sup>15</sup>

Hancock et al. (2022) kommen in einer Meta-Analyse zu dem Ergebnis, dass es einen kleinen positiven Zusammenhang zwischen Depressionen und der Nutzung sozialer Medien gibt.<sup>16</sup> Schemer et al. (2021) kommen in einer Studie, die einen Zeitraum von neun Jahren abdeckt, zu dem Ergebnis, dass kein Zusammenhang zwischen Social-Media-Nutzung und Depressionen besteht.<sup>17</sup>

### 2.1.1.2 Auswirkungen auf den Schlaf

Schlafstörungen und Depressionen sind eng miteinander verbunden, da Schlaf ein Schutzfaktor gegen Depressionen ist.<sup>18</sup> Es ist daher wenig überraschend, dass es zahlreiche Studien gibt, die den Zusammenhang zwischen Social-Media-Nutzung und Schlafstörungen untersuchen. Ratdke et al. (2020)<sup>19</sup> zeigen, dass eine signifikante Verringerung der Smartphone-Nutzung die Schlafqualität verbessert. Sie können so einen kausalen Zusammenhang zwischen Smartphone-Nutzung und Schlafstörungen herstellen. An dieser Stelle sei nochmals daran erinnert, dass die Überschneidungen zwischen einer Smartphone-Nutzung und einer Social-Media-Nutzung groß sind, so dass die zuvor genannten Ergebnisse auch für letztere gelten. Sohn et al. (2024) kommen in einer Meta-Untersuchung zur Smartphone-Nutzung bei Kindern und Jugendlichen zu dem Ergebnis, dass eins von vier Kindern bzw. Jugendlichen eine problematische Smartphone-Nutzung ausweist. Sie zeigen zudem, dass eine problematische Smartphone-Nutzung mit einer erhöhten Wahrscheinlichkeit mit einer schlechteren Schlafqualität, mit einer erhöhten Wahrscheinlichkeit von Depressionen, einer erhöhten Angst sowie einem höherem Stressempfinden verbunden ist.<sup>20</sup> Rod et al. (2018) haben die Smartphone-Nutzung von Jugendlichen über vier Wochen untersucht. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass bei 41 Prozent der Jugendlichen der Schlaf an mindestens einem Werktag durch das Smartphone unterbrochen wird. Die Jugendlichen mit häufigen Unterbrechungen schlafen im Durchschnitt 48 Minuten kürzer als die restlichen Jugendlichen. Zudem haben sie einen höheren Body-Mass-Index.<sup>21</sup> Hussain und Starcevic (2020) zeigen in einer Meta-

---

<sup>14</sup> De Hesselde, L. und C. Montag (2024), Effects of a 14-day social media abstinence on mental health and well-being: results from an experimental study, in: BMC Psychology.

<sup>15</sup> Twenge, J.M. et al. (2020), Considering All of the Data on Digital-Media Use and Depressive Symptoms: Response to Ophir, Lipshits-Brazilier, and Rosenberg; in: Clinical Psychological Science 8(2).

<sup>16</sup> Hancock, J. et al. (2022), Psychological Well-Being and Social Media Use: A Meta-Analysis of Associations between Social Media Use and Depression, Anxiety, Loneliness, Eudaimonic, Hedonic and Social Well-Being, online unter: <https://ssrn.com/abstract=4053961>.

<sup>17</sup> Schemer, C. et al. (2021), The Impact of Internet and Social Media Use on Well-Being: A Longitudinal Analysis of Adolescents Across Nine Years, in: Journal of Computer-Mediated Communication 26 (2021).

<sup>18</sup> Twenge, J.M. et al. (2020), Considering All of the Data on Digital-Media Use and Depressive Symptoms: Response to Ophir, Lipshits-Brazilier, and Rosenberg; in: Clinical Psychological Science 8(2).

<sup>19</sup> Radtke, T. et al. (2022), Digital detox: An effective solution in the smartphone era? A systematic literature review. Mobile Media and Communication 10(2).

<sup>20</sup> Sohn, S.Y. et al. (2019), Prevalence of problematic smartphone usage and associated mental health outcomes among children and young people: a systematic review, meta-analysis and GRADE of the evidence, in: BMC Psychiatry 19(1).

<sup>21</sup> Rod, N.H. et al. (2018) Overnight smartphone use: Eine neue Herausforderung für die öffentliche Gesundheit? Ein neues Studiendesign basierend auf hochauflösenden Smartphone-Daten, in: PLOS One 13(10).

Untersuchung ebenfalls einen Zusammenhang zwischen problematischer Social-Media-Nutzung und geringerer Schlafqualität.<sup>22</sup>

### 2.1.1.3 Auswirkungen auf das eigene Körperbild

De Hesselde und Montag (2024) kommen in einer Studie mit 14-tägigen Smartphone-Abstinenz zu dem Ergebnis, dass sich die Smartphone-Nutzung negativ (aber nicht signifikant) auf das eigene Körperbild auswirkt.<sup>23</sup> So verringere sich etwa die Körperschemastörung bei Verzicht auf soziale Medien. Die Autoren weisen jedoch darauf hin, dass die gemessenen Effekte gering sind. Sie führen dies darauf zurück, dass soziale Vergleiche nicht nur über soziale Medien stattfinden, sondern auch über Fernsehen und reale Interaktionen. Rozgonjuk et al. (2023) untersuchen den Zusammenhang zwischen Smartphone- und Instagram-Nutzung und Körperunzufriedenheit. Sie zeigen, dass eine intensivere Smartphone-Nutzung mit einer größeren Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper einhergeht. Die Instagram-Nutzung korreliert jedoch nur gering (und nicht signifikant) mit der eigenen Körperzufriedenheit. Ähnlich zur Studie von De Hesselde und Montag (2024) kommen die Autoren zu dem Schluss, dass die Nutzung von Instagram nicht der Hauptgrund für Probleme mit dem eigenen Körper ist.<sup>24</sup>

### 2.1.1.4 Auswirkungen auf die Lebenszufriedenheit, das allgemeine Wohlbefinden und das Stressempfinden

Fernandez et al. (2020) untersuchten in einer Meta-Untersuchung die Auswirkungen einer Social-Media-Abstinenz. Sie fanden heraus, dass sich folgende Symptome einstellen:<sup>25</sup>

- nach zwei Tagen ein Gefühl des Rückzugs,
- nach sieben Tagen Langeweile,
- nach 14 Tagen Verlangen sowie Zeitverzerrung (als die Probanden die Zeit schätzen mussten, die sie zum Ausfüllen der Umfrage benötigten),
- nach 99 Tagen ein sozialer Druck zur Nutzung sozialer Medien.

Zudem zeigen die Autoren, dass eine Social-Media-Abstinenz die Lebenszufriedenheit und das allgemeine Wohlbefinden erhöht sowie gefühlten Stress reduziert.

Radtke et al. (2022) kommen in einer Meta-Untersuchung hingegen zu dem Schluss, dass die Auswirkungen von digital Detox auf die Lebenszufriedenheit unklar sind.<sup>26</sup> So fanden zwei Studien keinen Effekt einer Social-Media-Abstinenz, während zwei Studien sogar eine Abnahme der Lebenszufriedenheit beobachteten. Im Gegensatz dazu fanden vier Studien einen Anstieg der Lebenszufriedenheit nach einer Social-Media-Abstinenz. Nur wenig klarer sind Studienergebnisse zum subjektiven Wohlbefinden. Hier kommen zwei Studien zu dem Ergebnis, dass eine Smartphone-Abstinenz das Wohlbefinden erhöht. Eine Studie fand hingegen keinen Zusammenhang zwischen Smartphone-Abstinenz und Wohlbefinden. Bei den Auswirkungen von digital Detox auf Stress fanden zwei Studien keinen Effekt,

---

<sup>22</sup> Hussain, Z. und V. Starcevic (2020), Problematic social networking site use: a brief review of recent research methods and the way forward, in: *Current Opinion in Psychology*, 36.

<sup>23</sup> De Hesselde, L. und C. Montag (2024), Effects of a 14-day social media abstinence on mental health and well-being: results from an experimental study, in: *BMC Psychology*, 12.

<sup>24</sup> Rozgonjuk, D. et al. (2023), Smartphone and Instagram use, body dissatisfaction, and eating disorders: investigating the associations using self-report and tracked data, in: *Journal of Eating Disorders* 11(1).

<sup>25</sup> Fernandez, D.P. et al. (2020), Short-term abstinence effects across potential behavioral addictions: A systematic review, in: *Clinical Psychology Review*.

<sup>26</sup> Radtke, T. et al. (2022), Digital detox: An effective solution in the smartphone era? A systematic literature review, in: *Mobile Media & Communication* 10(2).

während drei Studien einen signifikanten Rückgang des wahrgenommenen Stresses, des Cortisolspiegels und der Hautleitfähigkeitsrate zeigen.

Orben (2019), Schemer et al. (2021) und Hancock et al. (2022) kommen in einer Meta-Untersuchung zu dem Ergebnis, dass es keinen Zusammenhang zwischen allgemeinem Wohlbefinden und der Nutzung sozialer Medien gibt.<sup>27</sup>

### 2.1.1.5 Produktmarktfallen

Bursztyn et al. (2023) zeigen anhand eines Versuchs, dass ein großer Teil der TikTok- und Instagram-Nutzer es vorziehen würde, wenn es diese Social-Media-Plattformen nicht geben würde.<sup>28</sup> Dass diese Plattformen dennoch genutzt werden, erklären die Autoren mit negativen externen Effekten, die Plattformnutzer auf die Nichtnutzer ausüben. Konkret schreiben sie, dass die Nichtnutzung sozialer Medien zu einer sozialen Ausgrenzung der Nichtnutzer führt. Je größer eine Plattform ist, desto höher werden die Kosten für die Nichtnutzer der Plattform. Dies kann dazu führen, dass Nichtnutzer sich nur deshalb zur Nutzung einer Plattform entscheiden, weil sie die negativen Effekte der Nichtnutzung (etwa die soziale Ausgrenzung) vermeiden möchten. Die Existenz und Nutzung der Plattform wirken für sie dennoch insgesamt negativ. Die Autoren sprechen in diesem Fall von Produktmarktfallen, da einige Verbraucher – in diesem Fall Social-Media-Nutzer – es vorziehen würden, wenn es das Produkt nicht gäbe. Diese Verbraucher ziehen zwar einen negativen Nutzen aus dem Konsum des Gutes, aber ihr Nutzen wäre noch negativer, wenn sie das Produkt gar nicht konsumieren würden. In einem Versuch fanden die Autoren heraus, dass Tiktok- und Instagram-Nutzer im Durchschnitt \$59 bzw. \$47 bekommen müssen, um ihr Tiktok- und Instagram-Profil für vier Wochen zu deaktivieren. Dies änderte sich als den Studenten gesagt wurde, dass die Möglichkeit besteht, dass nicht nur sie selbst, sondern auch zwei Drittel ihrer Kommilitonen Tiktok und Instagram für vier Wochen deaktivieren. In diesem Fall waren die Studenten bereit \$28 bzw. \$10 zu zahlen. Insgesamt waren 64 Prozent der Tiktok- und 48 Prozent der Instagram-Nutzer bereit, Geld für eine Deaktivierung im großen Stil zu zahlen. Die Autoren schlussfolgern, dass 64 Prozent bzw. 48 Prozent der Tiktok- bzw. Instagram-Nutzer einen negativen Nutzen aus dem Konsum der jeweiligen Social-Media-Plattform ziehen. Studenten, die weder Tiktok noch Instagram nutzen, haben sogar eine Zahlungsbereitschaft von \$67 bzw. \$39, damit andere Studenten ihre Profile deaktivieren. Zudem gaben die meisten befragten Tiktok- und Instagram-Nutzer an, lieber in einer Welt ohne diese Social-Media-Plattformen leben zu wollen. Als Grund, weshalb sie diese Plattformen dennoch nutzen, nannten die meisten Studenten die Angst, etwas zu verpassen<sup>29</sup>. Die Autoren kommen zu dem Schluss, dass sich ein Großteil der Social-Media-Nutzer in einer „Social-Media-Falle“ befinden, d.h. sie würden lieber auf soziale Medien verzichten, können diesen Verzicht jedoch nicht koordinieren. Die Autoren können so zudem erklären, weshalb Menschen soziale Medien nutzen, obwohl sie negative Auswirkungen davon haben.

---

<sup>27</sup> Orben, A. (2020), Teenagers, screens and social media: a narrative review of reviews and key studies, in: *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology* 55; Schemer, C. et al. (2021), The Impact of Internet and Social Media Use on Well-Being: A Longitudinal Analysis of Adolescents Across Nine Years, in: *Journal of Computer-Mediated Communication* 26 sowie Hancock, J. et al. (2022), Psychological Well-Being and Social Media Use: A Meta-Analysis of Associations between Social Media Use and Depression, Anxiety, Loneliness, Eudaimonic, Hedonic and Social Well-Being, online unter: <https://ssrn.com/abstract=4053961>.

<sup>28</sup> Bursztyn, L. et al. (2023), When Product Markets become collective Traps: The Case of Social Media, NBER Working Paper 31771, online unter: <http://www.nber.org/papers/w31771>.

<sup>29</sup> Siehe hierzu Kapitel 3.1.

### 2.1.2 Auswirkungen auf die psychische Gesundheit – ein Argument für strengere Regulierung?

Das Argument Produktmarktfallen als Rechtfertigung für eine strengere Regulierung sozialer Medien, ist aus zwei Gründen problematisch. Erstens existiert bisher erst eine Studie, die sich mit dieser Thematik beschäftigt. Angesichts der zahlreichen Unterschiede in den Studien zur psychischen Gesundheit, sollte auf Basis einer Studie keine Entscheidung für eine strengere Regulierung getroffen werden. Zweitens wäre die Existenz einer Produktmarktfalle grundsätzlich kein Grund für eine Regulierung. Denn wenn man dieses Argument als Regulierungsgrund akzeptieren würde, müsste man zahlreiche weitere Märkte darauf hin untersuchen, ob sie eine Produktmarktfalle darstellen. So zeigen Bursztyn et al. (2023), dass auch andere Märkte „Produktmarktfallen“ darstellen könnten, insbesondere Luxusgüter. Konkret zeigen sie, dass 44 Prozent der Befragten, die Luxusmarken kaufen (z. B. Gucci, Versace, Rolex), lieber in einer Welt leben würden, in der es keine dieser Marken gäbe. Unter den Befragten, die solche Marken nicht besitzen, sind es 69 Prozent, die lieber in einer Welt ohne sie leben würden. Zudem zeigen die Autoren, dass es 91 Prozent der iPhone-Besitzer vorziehen würden, wenn Apple nur jedes zweite Jahr ein neues iPhone herausbringen würde. Bei den Befragten, die kein iPhone besitzen, war dieser Anteil mit 94 Prozent noch größer. Bereits diese beiden Beispiele zeigen, dass die Akzeptanz des Arguments „Produktmarktfallen“ zu einem sehr weitgehenden Eingriff in die unternehmerische Freiheit und Konsumentensouveränität führen könnte. Tatsächlich wäre kaum ein Markt vor Regulierung sicher. Denn negative psychologische externe Effekte des Konsums eines Gutes auf Nichtnutzer, die die Autoren als Grund für Produktmarktfallen anführen, sind quasi omnipräsent. Letztlich könnte mit diesem Argument auch gesundes Essen in einer Kantine verboten werden, nämlich dann, wenn der Verzehr eines Salates durch einen Kantinenbesucher dazu führt, dass andere Kantinenbesucher ein schlechtes Gewissen bekommen, weil sie selbst Fast-Food essen.

Die anderen, d.h. die in den Unterkapiteln 2.1.1.1 bis 2.1.1.4 dargestellten, Auswirkungen auf die psychische Gesundheit der Nutzer müssen differenzierter betrachtet werden. Es zeigt sich, dass es zwar Hinweise darauf gibt, dass Social-Media-Nutzung die psychische Gesundheit beeinträchtigen kann, insbesondere kann sie zu einer Zunahme von Depressionen und zu einer schlechteren Schlafqualität führen. Das Ausmaß dieser negativen Effekte ist jedoch geringer als oft angenommen. Hinzu kommt, dass die Studienergebnisse nicht eindeutig sind: Auf der einen Seite gibt es Studien, die – zumeist geringe – negative Effekte einer Social-Media-Nutzung auf die psychische Gesundheit herausfinden. Auf der anderen Seite gibt es Studien, die keine negativen Effekte einer Social-Media-Nutzung finden. Ein Problem ist zudem, dass viele Studien Korrelationen untersuchen, die keine Aussage über die Ursache erlauben. Bei Studien, die einen kausalen Zusammenhang belegen, etwa Abstinenzstudien, sind die betrachteten Zeiträume oft kurz. Nur wenige Studien untersuchen einen längeren Zeitraum, so wie die Studie von Braghieri et al. (2022)<sup>30</sup> oder Schemer et al. (2021)<sup>31</sup>. Zudem variieren die Studienergebnisse je nach untersuchter Bevölkerungsgruppe und Studienmethodik.<sup>32</sup>

Alles in allem rechtfertigen auch die in den Kapiteln 2.1.1.1 bis 2.1.1.4 dargestellten Forschungsergebnisse daher keine strengere Regulierung sozialer Medien. Allerdings sollten die bestehenden

<sup>30</sup> Braghieri, L. et al. (2022), Social Media and Mental Health, in: American Economic Review 112(11).

<sup>31</sup> Schemer, C. et al. (2021): The Impact of Internet and Social Media Use on Well-Being: A Longitudinal Analysis of Adolescents Across Nine Years, in: Journal of Computer-Mediated Communication 26.

<sup>32</sup> Hancock, J. et al. (2022), Psychological Well-Being and Social Media Use: A Meta-Analysis of Associations between Social Media Use and Depression, Anxiety, Loneliness, Eudaimonic, Hedonic and Social Well-Being, online unter: <https://ssrn.com/abstract=4053961>.

Regulierungen – insbesondere zum Jugendschutz und zum Schutz anderer vulnerabler Gruppen – konsequent durchgesetzt werden. Dies ist bisher nicht ausreichend der Fall. Vor diesem Hintergrund ist zu begrüßen, dass die EU-Kommission die Möglichkeiten, die das EU-Recht bietet – allem voran das Gesetz über digitale Dienste – zunehmend zu nutzen scheint. Die EU-Kommission und nationale Behörden sollten verstärkt darauf hinwirken, dass das Mindestalter für die Nutzung sozialer Medien konsequent durchgesetzt wird. Zudem sollte sie die Forschungsergebnisse auf diesem Gebiet kontinuierlich verfolgen. Denn angesichts der widersprüchlichen Ergebnisse der oben dargestellten Studien kann nicht ausgeschlossen werden, dass neue Erkenntnisse zusätzliche Maßnahmen erfordern. Schließlich sollte sichergestellt sein, dass die Nutzer, deren psychische Gesundheit durch soziale Medien beeinträchtigt wird, individuelle Unterstützung erhalten.

## 2.2 Auswirkungen auf Arbeits- und Studienleistungen

### 2.2.1 Empirische Evidenz

Rozgonjuk et al. (2020) zeigen, dass eine Social-Media-Nutzungsstörung mit einer geringeren Arbeitsproduktivität einhergeht.<sup>33</sup> Als Ursache vermuten die Autoren, dass Personen mit einer problematischen Social-Media-Nutzung häufiger ihre Arbeit unterbrechen, um soziale Medien zu nutzen. Befördert wird dies insbesondere durch Push-Benachrichtigungen. Kuss und Griffiths (2011)<sup>34</sup> zeigen, dass Facebook-Nutzer einen niedrigeren Notendurchschnitt haben und weniger Zeit mit dem Studium verbringen als Studenten, die kein soziales Netzwerk nutzen. Ponnusamy et al. (2020)<sup>35</sup> zeigen, dass Instagram-Sucht zu schlechteren akademischen Leistungen und einer geringeren Teilhabe am realen Leben führt. Zivnuska et al. (2019)<sup>36</sup> zeigen, dass Social-Media-Sucht zu einem ungünstigen Gleichgewicht zwischen Arbeit und Familie führt, was sich letztlich auch in einer geringeren Arbeitsleistung niederschlägt. Montag et al. (2023) kommen zu dem Ergebnis, dass eine problematische Social-Media-Nutzung mit höheren kognitiven Fehlleistungen einhergeht.<sup>37</sup> Hierbei handelt es sich um Fehlleistungen bei der Ausführung einer Aufgabe, die ein Mensch normalerweise im Alltag erfolgreich ausführen würde. Als Ursache vermuten die Autoren Ablenkung und eine verminderte Aufmerksamkeit bei alltäglichen Aufgaben. Neophytou et al. (2019) kommen in einer Meta-Studie zu dem Ergebnis, dass die meisten der ausgewerteten Studien eine Reihe von schädlichen Auswirkungen übermäßiger Bildschirmzeit auf die Neuroentwicklung, das Lernen, das Gedächtnis und ein potenziell erhöhtes Risiko für frühe Neurodegeneration feststellen.<sup>38</sup> Du et al. (2020) nennen zwei Ursachen für die schlechteren Arbeits- und Studienleistungen durch soziale Medien. Zum einen erzeugt die leichte Zugänglichkeit sozialer Medien einen sozialen Druck, immer online erreichbar zu sein, und eine übermäßige Besorgnis über das, was auf Social-Media-Plattformen geschieht. Die sozialen Medien erschweren es den Menschen daher, ein ausreichendes Bewusstsein für laufende Aktivitäten oder Ziele zu bewahren. Zum

---

<sup>33</sup> Rozgonjuk, D. et al. (2020b), Fear of missing out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: do WhatsApp, Facebook, Instagram and Snapchat use disorders mediate that association?, in: Addictive Behaviors Addictive Behaviors.

<sup>34</sup> Kuss, D.J. und M.D. Griffiths (2011), Online social networking and addiction—a review of the psychological literature, in: International Journal of Environmental Research and Public Health 8(9).

<sup>35</sup> Ponnusamy, S. et al. (2020), Drivers and outcomes of Instagram addiction: psychological well-being as moderator, in: Computers in Human Behavior 1(107).

<sup>36</sup> Zivnuska, S. et al. (2019), Social media addiction and social media reactions: the implications for job performance, in: The Journal of Social Psychology 159(6).

<sup>37</sup> Montag, C. und S. Markett (2023), Social media use and everyday cognitive failure: investigating the fear of missing out and social networks use disorder relationship, in: BMC Psychiatry 23(1).

<sup>38</sup> Neophytou, E. et al. (2019), Effects of excessive screen time on neurodevelopment, learning, memory, mental health, and neurodegeneration: a scoping review, in: International Journal of Mental Health and Addiction 19(7).

anderen ist die alltägliche Nutzung sozialer Medien oft durch ein gewohnheitsmäßiges Verhalten gekennzeichnet, das die automatische, d.h. unbewusste, Nutzung sozialer Medien fördert. Beides führt dazu, dass Nutzer Schwierigkeiten haben, ihre Aufmerksamkeit und das Bewusstsein auf gegenwärtige Aufgaben oder Ziele zu richten.<sup>39</sup> Die Autoren weisen zudem darauf hin, dass häufiges Versagen bei der Selbstkontrolle bzgl. der Nutzung sozialer Medien dazu führt, dass die Aufmerksamkeit und das Bewusstsein für laufende Aufgaben oder Ziele ständig beeinträchtigt sind.<sup>40</sup>

Doch auch hier gibt es Studien, die zu seinem anderen Ergebnis kommen. So kommen Skiera et al. (2015) zu dem Ergebnis, dass Social-Media-Aktivitäten zwar während der Vorlesungen negativ mit der akademischen Leistung zusammenhängen.<sup>41</sup>

## 2.2.2 Auswirkungen auf Arbeits- und Studienleistungen – ein Argument für strengere Regulierung?

Die Ergebnisse zeigen, dass eine intensive Social-Media-Nutzung sehr wahrscheinlich zu schlechteren schulischen, akademischen und beruflichen Leistungen führt. Schlechtere schulische, akademische und berufliche Leistungen allein rechtfertigen jedoch noch keine strengere Regulierung sozialer Medien. Denn zum einen ist es die freie Entscheidung der Nutzer, ob sie ihre Zeit lieber mit sozialen Medien verbringen möchten oder lieber lernen bzw. arbeiten. Eine strengere Regulierung läuft Gefahr, diese Freiheit einzuschränken. Zum anderen gibt es zahlreiche andere – unregulierte – Dinge, die ebenfalls die Leistungsfähigkeit beeinträchtigen. So stehen etwa zuckerhaltige Getränke im Verdacht, die Leistung von Schülern zu verringern.<sup>42</sup>

Es gibt jedoch auch zwei Gründe, die eine strengere Regulierung von Social-Media-Plattformen rechtfertigen könnten. Erstens können Kinder die Tragweite ihre Entscheidung für soziale Medien und gegen Lernen nicht vollständig überblicken. Dies könnte strengere Schutzregeln rechtfertigen. Allerdings gibt es für Kinder und Jugendliche bereits Schutzregelungen, die sich in Deutschland u.a. aus dem Jugendschutz-Staatsvertrag, der Datenschutzgrundverordnung und dem Gesetz über digitale Dienste ergeben. Diese Rechtsakte führen u.a. dazu, dass die meisten Social-Media-Plattformen in ihren Geschäftsbedingungen ein Mindestalter von mindestens 13 Jahren festgelegt haben. Es ist jedoch oft der Fall, dass das Mindestalter von den Social-Media-Plattformen nicht kontrolliert wird. Die EU-Kommission und nationale Behörden sollten bestehende Jugendschutzregelungen konsequent durchsetzen. Zu überlegen wäre zudem, das Mindestalter zu erhöhen. Zugleich sollten Regeln für den Umgang mit sozialen Medien in Schulen gefunden werden.

Zweitens könnte man eine strengere Regulierung rechtfertigen, wenn die Nutzer sozialer Medien nicht freiwillig schulische, akademische und berufliche Leistungen gegen Zeit auf Social-Media-Plattformen eintauschen. In diesem Fall wäre die Nutzung sozialer Medien eine Art Sucht, die dazu führt, dass Nutzer mehr Zeit auf Social-Media-Plattformen verbringen, als sie eigentlich möchten. Dass dem so sein könnte, deuten die Ergebnisse von Du et al. (2020) an. Denn laut den Autoren führt ein Versagen bei

---

<sup>39</sup> Du, J. et al. (2021), The reciprocal relationships between social media self-control failure, mindfulness and wellbeing: A longitudinal study, in: PLOS ONE, online unter: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255648>.

<sup>40</sup> Du, J. et al. (2021), The reciprocal relationships between social media self-control failure, mindfulness and wellbeing: A longitudinal study, in: PLOS ONE, online unter: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255648>.

<sup>41</sup> Skiera, B. (2015), Social Media and Academic Performance: Social Media and Academic Performance: Does Facebook Activity Relate to Good Grades?, in: Schmalenbach Business Review 67(1).

<sup>42</sup> Schiltz, F. und K. De Witte (2022), Sugar rush or sugar crash? Experimental evidence on the impact of sugary drinks in the classroom, in: Health Economics 31.

der Selbstkontrolle dazu, dass die Aufmerksamkeit und das Bewusstsein für laufende Aufgaben durch soziale Medien ständig beeinträchtigt sind. Daher wird im folgenden Unterkapitel untersucht, inwieweit Selbstkontrollprobleme eine Rolle bei der Nutzung sozialer Medien spielen.

## 2.3 Selbstkontrollprobleme

### 2.3.1 Empirische Evidenz

Im obigen Kapitel wurde gezeigt, dass Selbstkontrollprobleme eine Ursache für eine übermäßige Social-Media-Nutzung sein könnten. Diesen Schluss legt auch eine Umfrage unter US-amerikanischen Jugendlichen nahe. Darin gaben 36 Prozent der Jugendlichen an, dass sie zu viel Zeit mit sozialen Medien verbringen.<sup>43</sup> Wobei dies bei Mädchen ausgeprägter ist als bei Jungs (41 vs. 31 Prozent). Bestätigt wird dieses Phänomen zudem durch eine Untersuchung von Allcott et al. (2022). Die Autoren haben US-Amerikaner befragt, was sie in ihrem Leben gern mehr oder weniger machen möchten. Auf den ersten fünf Plätzen, finden sich neben den erwartbaren Antworten „mehr Sport treiben“, „gesünder Essen“ und „mehr um die Altersvorsorge kümmern“ auch „weniger Social-Media-Nutzung“ und „weniger Smartphone-Nutzung“.<sup>44</sup> Die Autoren kommen zu dem Schluss, dass Gewohnheitsbildung und Selbstkontrollprobleme eine wesentliche Ursache für Social-Media-Nutzung sind. Da Gewohnheitsbildung und Selbstkontrollprobleme bei klassischen Suchtgütern wie Zigaretten, Drogen und Alkohol von zentraler Bedeutung sind, sprechen die Autoren von „digitaler Sucht“. Sie zeigen, dass Selbstkontrollprobleme, die durch Gewohnheitsbildung verstärkt werden, für 31 Prozent der Nutzung sozialer Medien verantwortlich sein könnten. Du et al. (2020) kommen zu einem ähnlichen Ergebnis. Sie zeigen, dass ein Versagen der Selbstkontrolle für 35 Prozent der Zeit verantwortlich sein könnte, die Menschen mit sozialen Medien verbringen.<sup>45</sup> Laut den Autoren liegt ein Versagen der Selbstkontrolle über den Social-Media-Konsum dann vor, „wenn der Wunsch, soziale Medien zu nutzen, mit anderen wichtigen Zielen in Konflikt gerät und die Nutzung sozialer Medien zu einer Versuchung wird.“<sup>46</sup> Sie zeigen jedoch auch, dass das Versagen der Selbstkontrolle nicht notwendigerweise zu einer geringeren Lebenszufriedenheit führt. Sie schlussfolgern dennoch, dass das häufig auftretende Versagen der Selbstkontrolle bei der Social-Media-Nutzung eine problematische Form der Social-Media-Nutzung ist. Hofmann et al. (2012) zeigen, dass unter den vielen Wünschen, die Menschen an einem typischen Tag erleben, der Wunsch nach Mediennutzung nicht nur mit relativ vielen anderen Zielen in Konflikt steht, sondern auch die höchste Rate an Selbstkontrollversagen verursacht: 42 Prozent aller Versuche, einen Medienkonsumwunsch nicht nachzugeben, scheiterten.<sup>47</sup> Auch Hofmann et al. (2017) sehen in der Selbstkontrollfähigkeit eine Ursache für eine übermäßige Social-Media-Nutzung. Sie stellen fest, dass die Allgegenwärtigkeit von Medieninhalten eine Herausforderung für die Selbstkontrollfähigkeit der Nutzer darstellt, „indem die Häufigkeit von Situationen zunimmt, die die Lösung von Zielkonflikten aufgrund von medialen Verlockungen erfordern.“<sup>48</sup>

---

<sup>43</sup> Vogels E. A. und R. Gelles-Watnick (2024), Teens and social media: Key findings from Pew Research Center surveys, online unter: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/04/24/teens-and-social-media-key-findings-from-pew-research-center-surveys/>.

<sup>44</sup> Allcott, H. et al. (2022), Digital Addiction, NBER Working Paper 28936, online unter: <http://www.nber.org/papers/w28936>.

<sup>45</sup> Du, J. et al. (2018), A brief measure of social media self-control failure, in: Computers in Human Behavior 84.

<sup>46</sup> Du, J. et al. (2018), A brief measure of social media self-control failure, in: Computers in Human Behavior 84.

<sup>47</sup> In dieser Studie umfasst der Medienkonsum mehr als nur Social Media. Hofmann, W. et al. (2012), What People Desire, Feel Conflicted About, and Try to Resist in Everyday Life, in: Psychological Science 23(6).

<sup>48</sup> Hofmann, W. et al. (2017), Of sweet temptations and bitter aftertaste: Self-control as a moderator of the effects of media use on well-being, in: Reinecke, L. und M.B. Oliver (Hrsg.), The Routledge handbook of media use and well-being: International perspectives on theory and research on positive media effects, New York.

Wie in den Kapiteln 2.1 und 2.2 gezeigt, kann die Nutzung sozialer Medien das Erreichen alltäglicher persönlicher Ziele, wie ausreichend Schlaf oder genügend Zeit für Arbeit oder Studium, gefährden. Selbst wenn sich die Nutzer des Zielkonflikts und der möglichen negativen Folgen des Social-Media-Konsums bewusst sind, gelingt es ihnen häufig nicht, die Social-Media-Nutzung zu verringern.<sup>49</sup> Interessant ist zudem, dass das Versagen der Selbstkontrolle bei der Nutzung sozialer Medien nicht nur im Zusammenhang mit prokrastinatorischen Verhaltensweisen steht, sondern auch in Situationen auftritt, die nicht als typische Prokrastinationssituationen gelten, etwa das Nutzen sozialer Medien beim Autofahren.<sup>50</sup>

Montag et al. (2017) zeigen schließlich in einer neurologischen Studie, dass das exzessive Öffnen der Facebook App als Suchtverhalten eingestuft werden könnte. Denn Nutzer, die Facebook oft öffnen, weisen ein geringeres Volumen des Nucleus accumbens<sup>51</sup> auf, wie dies auch bei Alkoholikern der Fall ist.<sup>52</sup> Hierzu passt, dass die die „krankhafte“ Nutzung sozialer Medien in der Literatur häufig als „Social Media Use Disorder“ bezeichnet wird.<sup>53</sup> Dieser Begriff ist an die Definition der Spielstörung in der Internationalen Klassifikation der Krankheiten angelehnt. Die Anlehnung legt nahe, dass es sich bei einer Social Media Use Disorder um eine Art Sucht handelt. In nicht-wissenschaftlichen Texten wird daher auch von Social-Media-Sucht gesprochen. So schreibt des Europäische Parlament in seiner Entschließung, dass Internetsucht „ähnliche Nebenwirkungen aufweisen kann wie stoffgebundene Süchte, einschließlich Anzeichen von Toleranz und Rückfällen.“<sup>54</sup> Weniger schwere Fälle von Social-Media-Nutzung, d.h. Fälle, bei denen der Nutzer keine Therapie benötigt, werden in der Literatur häufig als „problematische Social-Media-Nutzung“ bezeichnet.<sup>55</sup> Bei der Diskussion um negative Auswirkungen sozialer Medien ist es wichtig zu berücksichtigen, dass eine intensive, d.h. eine sehr häufige und/oder lang andauernde Social-Media-Nutzung nicht automatisch eine problematischen Social-Media-Nutzung oder gar einer Social-Media-Sucht darstellt.<sup>56</sup> Ob eine problematische Social-Media-Nutzung oder gar eine Social-Media-Sucht vorliegt, kann u.a. an den Motiven der Social-Media-Nutzung erkannt werden. Eine problematische Social-Media-Nutzung kann sich etwa darin äußern, dass das Social-Media genutzt wird, um die eigene Stimmung zu regulieren.<sup>57</sup> Informationssuche und Geselligkeit als Motive

---

<sup>49</sup> Du, J. et al. (2021), The reciprocal relationships between social media self-control failure, mindfulness and wellbeing: A longitudinal study, in: PLOS ONE, online unter: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255648>.

<sup>50</sup> Du, J. et al. (2021), The reciprocal relationships between social media self-control failure, mindfulness and wellbeing: A longitudinal study, in: PLOS ONE, online unter: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255648>.

<sup>51</sup> Diese Region des Gehirns spielt eine zentrale Rolle im Belohnungssystem des Gehirns sowie bei der Entstehung einer Sucht.

<sup>52</sup> Montag, C. et al. (2017), Facebook usage on smartphones and gray matter volume of the nucleus accumbens, in: Behavioural Brain Research 329.

<sup>53</sup> Paschke, K. et al. (2021), ICD-11-Based Assessment of Social Media Use Disorder in Adolescents: Development and Validation of the Social Media Use Disorder Scale for Adolescents, online unter: <https://www.frontiersin.org/journals/psychiatry/articles/10.3389/fpsy.2021.661483/full>.

<sup>54</sup> Europäisches Parlament (2023), Entschließung des Europäischen Parlaments vom 12. Dezember 2023 zur suchterzeugenden Gestaltung von Online-Diensten und zum Verbraucherschutz im EU-Binnenmarkt, online unter: [https://www.euro-parl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0459\\_DE.html](https://www.euro-parl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0459_DE.html).

<sup>55</sup> De Hesselle, L. und C. Montag (2024), Effects of a 14-day social media abstinence on mental health and well-being: results from an experimental study, in: BMC Psychology 12.

<sup>56</sup> De Hesselle, L. und C. Montag (2024): Effects of a 14-day social media abstinence on mental health and well-being: results from an experimental study, in: BMC Psychology 12.

<sup>57</sup> Mostyn Sullivan, B. und A.M. George (2023), The association of motives with problematic smartphone use: A systematic review. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 17(1) sowie Zhang, K.Z.K. (2014), Understanding the role of motives in smartphone addiction, Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS 2014) Proceedings 131.



führen hingegen seltener zu einer problematischen Social-Media-Nutzung. Eine Social-Media-Sucht kann sich zudem durch erfolglose Versuche, die Nutzung zu reduzieren, äußern.<sup>58</sup>

### 2.3.2 Selbstkontrollprobleme – ein Argument für strengere Regulierung?

Die Studienergebnisse deuten darauf hin, dass die Unfähigkeit, die eigene Social-Media-Nutzung zu regulieren, ein verbreitetes Problem ist. Hierzu passt, dass Social-Media-Plattformen in der Regel so konzipiert sind, dass Nutzer häufig auf eine Plattform zurückkehren, sich dann möglichst lang auf der Plattform aufhalten und dabei möglichst auf der Plattform aktiv sind. Denn so können die Plattformanbieter ihre Werbeeinnahmen maximieren.<sup>59</sup> Wie groß dieses Geschäftsmodell mittlerweile ist, zeigt sich an den Werbeeinnahmen der Social-Media-Anbieter. Ende 2024 werden die Werbeeinnahmen der Social-Media-Anbieter 247,3 Mrd. Dollar betragen. Die weltweiten Werbeumsätze der Anbieter von Fernsehprogrammen werden sich auf 196,0 Mrd. Dollar belaufen. Den größten Anteil an den Werbeeinnahmen der Social-Media-Anbieter hat Meta mit 63 Prozent. Voraussichtlich 2025 werden allein die Werbeumsätze von Meta die Werbeumsätze aller Fernsehanbieter übersteigen. Alles in allem rechtfertigen die Selbstkontrollprobleme zahlreicher Nutzer einen strengeren regulierenden Eingriff. Wie dieser ausgestaltet sein könnte, wird in Kapitel 4 dargestellt. Zuvor wird in Kapitel 3 dargestellt, warum Nutzer Selbstkontrollprobleme bei der Nutzung sozialer Medien aufweisen können.

## Zwischenfazit

Kapitel 2 hat mehrere Argumente untersucht, die häufig für eine strengere Regulierung sozialer Medien herangeführt werden. Es zeigt sich, dass bisher wenig gesicherte Erkenntnisse über mögliche negative Auswirkungen einer Social-Media-Nutzung auf die psychische Gesundheit vorliegen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die zahlreichen Studien zu diesem Thema widersprüchliche Ergebnisse hervorgebracht haben. Sicher ist allerdings, dass sich soziale Medien bei einigen Nutzern negativ auf die psychische Gesundheit auswirken. Es sind jedoch weniger Nutzer als oft angenommen. Diese Nutzer sollten individuelle Hilfe erhalten.

Auch das Argument, dass Social-Media-Plattformen Produktmarktfallen darstellen, die lediglich auf ein Koordinierungsversagen der Nutzer zurückzuführen sind, kann nicht als Argument für eine strengere Regulierung herangezogen werden. Denn es ist häufig der Fall, dass der Konsum eines Produkts negative psychologische Effekte bei Nichtnutzern auslöst. Dies kann auch bei Produkten der Fall sein, die nicht im Verdacht stehen, eine Produktmarktfalle zu sein. Würde man das Argument der Produktmarktfalle als Regulierungsargument zulassen, würde dies die unternehmerische Freiheit und die Konsumentensouveränität stark einschränken. Der Schaden wäre größer als der Nutzen.

Das Argument, dass eine intensive Social-Media-Nutzung die schulische, akademische und berufliche Leistung mindert, kann in zwei Fällen als Argument für eine strengere Regulierung sozialer Medien herangezogen werden. Erstens wenn es Kinder und Jugendliche betrifft, die die Tragweite der Entscheidung, Social-Media zu nutzen, anstatt zu lernen, noch nicht überblicken. Allerdings gibt es bereits einen Jugendschutz, der auch für Anbieter sozialer Medien gilt. Dieser wird jedoch nicht konsequent durchgesetzt. Die EU-Kommission und nationale Behörden sollten darauf hinwirken, dass die

<sup>58</sup> De Hessel, L. und C. Montag (2024), Effects of a 14-day social media abstinence on mental health and well-being: results from an experimental study, in: BMC Psychology, 12:141.

<sup>59</sup> Rozgonjuk, D. et al. (2020b), Fear of missing out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: do WhatsApp, Facebook, Instagram and Snapchat use disorders mediate that association?, in: Addictive Behaviors.

bestehende Regulierung auch bei Anbietern sozialer Medien durchgesetzt wird. Hoffnung machen hier die von der EU-Kommission durchgeführten Untersuchungen gegen Meta<sup>60</sup> und Tiktok<sup>61</sup>. Zudem hat die EU-Kommission jüngst eine Konsultation zu den geplanten Leitlinien zum Schutz Minderjähriger im Internet veröffentlicht.<sup>62</sup>

Der zweite Fall, bei dem schlechtere schulische, akademische und berufliche Leistungen als Argument für eine strengere Regulierung herangezogen werden können, liegt dann vor, wenn die Entscheidung, soziale Medien zu nutzen, anstatt zu lernen oder zu arbeiten, nicht den Wünschen der Nutzer entspricht. Tatsächlich gibt es mehrere Studien, die zeigen, dass ca. ein Drittel der Nutzer sozialer Medien gern weniger Zeit mit sozialen Medien verbringen möchten, dies jedoch nicht schaffen. Eine Regulierung könnte versuchen, die Nutzer dabei zu unterstützen, ihren Social-Media-Konsum auf das tatsächlich gewünschte Niveau zu verringern.

Um einen adäquaten Regulierungsansatz zu finden, wird im Folgenden Kapitel untersucht, weshalb Social-Media-Nutzer oft mehr Zeit auf Social-Media-Plattformen verbringen als sie möchten.

### 3 Ursachen für Selbstkontrollprobleme

In der Literatur werden im Wesentlichen zwei Ansätze verfolgt, um zu erklären, weshalb Nutzer mehr Zeit auf Social-Media-Plattformen verbringen, als sie gern möchten. Der erste Ansatz stellt die Nutzer ins Zentrum der Untersuchung. Dabei zeigt sich, dass insbesondere die Fear of Missing Out (FoMO) zu einer intensiven Social-Media-Nutzung beiträgt. D.h. Social-Media-Anbieter profitieren von der Angst der Social-Media-Nutzer, etwas zu verpassen. Der zweite Ansatz stellt die Plattformgestaltung ins Zentrum der Untersuchung. Dabei wird davon ausgegangen, dass Plattformen so konzipiert sind, dass sich Nutzer möglichst lang auf ihr aufhalten und dabei möglichst auf der Plattform aktiv sind. Denn so können die Plattforminhaber die Werbeeinnahmen maximieren.<sup>63</sup> Beide Ansätze werden im Folgenden dargestellt.

#### 3.1 Fear of Missing Out

Zahlreiche Studien zeigen, dass die Angst, Informationen zu verpassen, die das eigene Leben verbessern könnten, einer der Hauptgründe ist, weshalb Menschen soziale Medien übermäßig nutzen.<sup>64</sup> In der Literatur wird diese Angst als *Fear of Missing Out*, kurz FoMO bezeichnet. FoMO führt zum Bedürfnis mit anderen und dem was sie tun, in Verbindung zu bleiben.<sup>65</sup> Das Konzept FoMO bezieht sich

---

<sup>60</sup> Europäische Kommission (2024c), Kommission leitet im Rahmen des Gesetzes über digitale Dienste förmliches Verfahren gegen Meta im Zusammenhang mit dem Schutz Minderjähriger auf Facebook und Instagram ein, Pressemitteilung vom 16. Mai 2024, online unter: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip\\_24\\_2664](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_24_2664).

<sup>61</sup> Europäische Kommission (2024a), Kommission leitet förmliches Verfahren gegen TikTok im Rahmen des Gesetzes über digitale Dienste ein, Pressemitteilung vom 19. Februar 2024, online unter: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip\\_24\\_926](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_24_926).

<sup>62</sup> Europäische Kommission (2024d), Schutz Minderjähriger – Leitlinien, online unter: [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/14352-Schutz-Minderjahriger-Leitlinien\\_de](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/14352-Schutz-Minderjahriger-Leitlinien_de).

<sup>63</sup> Rozgonjuk, D. et al. (2020b), Fear of missing out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: do WhatsApp, Facebook, Instagram and Snapchat use disorders mediate that association?, in: Addictive Behaviors.

<sup>64</sup> Bursztyn, L. et al. (2023), When Product Markets become collective Traps: The Case of Social Media, NBER Working Paper 31771, online unter: <http://www.nber.org/papers/w31771>.

<sup>65</sup> Sindermann, C. et al. (2022), The Design of Social Media Platforms — Initial Evidence on Relations Between Personality, Fear of Missing Out, Design Element-Driven Increased Social Media Use, and Problematic Social Media Use; in: Special Collection: Behavioral Addiction to Technology 3(4).

jedoch nicht nur auf das Verpassen von Inhalten, sondern auch auf das Gefühl, nicht in Echtzeit dabei zu sein oder sofortige Interaktionen zu verpassen.

FoMO ist abhängig vom Nutzer unterschiedlich stark ausgeprägt. Nutzer mit einer höheren FoMO-Tendenz wollen oft sofort auf Posts, Nachrichten oder Kommentare reagieren, um sich als Teil der Diskussion zu fühlen. Sie möchten nicht das Gefühl haben, dass sie wichtige Momente oder Gespräche verpassen, die gerade stattfinden. Auch das Gefühl, nicht auf dem neuesten Stand zu sein, was Freunde oder wichtige Persönlichkeiten posten, kann bei Nutzern mit höherer FoMO-Tendenz Unbehagen auslösen. Es ist daher wenig überraschend, dass solche Nutzer häufiger eine problematische Social-Media-Nutzung aufweisen, verbunden mit den damit einhergehenden negativen Auswirkungen, wie eine geringere Arbeitsproduktivität.<sup>66</sup> Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass Nutzer mit einer höheren FoMO-Tendenz ihre Arbeit häufiger unterbrechen, um soziale Medien auf Neuigkeiten hin zu überprüfen.

Untersuchungen zeigen, dass Menschen mit einer geringen Gewissenhaftigkeit, einer hohen Impulsivität und einem hohen Neurotizismus höhere FoMO-Werte aufweisen.<sup>67</sup> Ein hoher Neurotizismus beschreibt Menschen, die sich viele Sorgen machen und ängstlich sind. Menschen, bei denen diese drei Persönlichkeitsmerkmale – Gewissenhaftigkeit, Impulsivität und Neurotizismus – entsprechend ausgeprägt sind, weisen daher ein höheres Risiko für eine problematische Social-Media-Nutzung auf. Allerdings ist der Einfluss dieser drei Faktoren zu gering, um allein eine problematische Social-Media-Nutzung erklären zu können.<sup>68</sup>

Auch Gruppenzwang und soziale Normen spielen eine wichtige Rolle bei der Nutzung sozialer Medien. Wenn Familie, Freunde und Kollegen ständig neue Inhalte bereitstellen, kann ein sozialer Druck entstehen, ebenfalls auf einer Plattform aktiv zu sein, um nicht ausgeschlossen zu werden. Dieser Gruppenzwang kann besonders stark bei Jugendlichen sein, da in diesem Alter die Zugehörigkeit zu einer Gruppe von größter Bedeutung ist.

### 3.2 Gestaltungselemente von Social-Media-Plattformen

Anbieter sozialer Medien verwenden auf ihren Plattformen Gestaltungselemente, um die Dauer zu erhöhen, die Nutzer auf ihrer Plattform verbringen. Diese Gestaltungselemente können direkt darauf abzielen, die Nutzer auf der Plattform zu halten oder indirekt, etwa indem sie FoMO auslösen oder verstärken, so dass die Nutzer häufiger auf die Plattform zurückkehren.

Gestaltungselemente auf Online-Benutzeroberflächen, die Nutzer zu einem Verhalten verleiten sollen, das nicht in ihrem Interesse ist, werden oft als „Dark Pattern“ bezeichnet. Die OECD definiert Dark Pattern als

*„Geschäftspraktiken, die Elemente der digitalen Entscheidungsarchitektur, insbesondere in Online-Benutzeroberflächen, nutzen, die die Autonomie, Entscheidungsfindung oder Wahlmöglichkeiten der Verbraucher untergraben oder beeinträchtigen. Sie täuschen, zwingen oder manipulieren die*

<sup>66</sup> Rozgonjuk, D. et al. (2020b), Fear of missing out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: do WhatsApp, Facebook, Instagram and Snapchat use disorders mediate that association?, in: Addictive Behaviors.

<sup>67</sup> Für eine Übersicht siehe Sindermann, C. et al. (2022), The Design of Social Media Platforms — Initial Evidence on Relations Between Personality, Fear of Missing Out, Design Element-Driven Increased Social Media Use, and Problematic Social Media Use; in: Special Collection: Behavioral Addiction to Technology 3(4).

<sup>68</sup> Montag, C. und S. Hegelich (2020), Understanding Detrimental Aspects of Social Media Use: Will the Real Culprits Please Stand Up?, in: Frontiers in sociology 5.

*Verbraucher oft und verursachen wahrscheinlich direkte oder indirekte Nachteile für die Verbraucher, auch wenn es in vielen Fällen schwierig oder unmöglich ist, solche Nachteile zu messen.*<sup>69</sup>

Das Ziel von Dark Pattern ist es, u.a. Verbraucher dazu zu bringen,<sup>70</sup>

- eine Ware oder Dienstleistung zu kaufen, mehr davon zu kaufen oder weiterhin zu kaufen, die sie sonst nicht oder in geringerer Menge kaufen würden,
- mehr Geld für einen Kauf auszugeben oder mehr Zeit für eine Dienstleistung – im vorliegenden Fall wäre dies die Nutzung sozialer Medien – aufzuwenden als gewünscht oder
- mehr persönliche Daten als gewünscht preiszugeben.

Für diesen Input sind insbesondere Dark Pattern von Interesse, die dazu führen, dass Nutzer Social-Media-Plattformen länger und öfter nutzen als sie gern möchten. In diesem Input wird der Begriff Dark Pattern jedoch nicht verwendet. Stattdessen wird der neutrale Begriff „Gestaltungselemente“ verwendet, da einige der im Folgenden dargestellten Gestaltungselemente in der Natur einer Social-Media-Plattform liegen. Hinzu kommt, dass viele Gestaltungselemente zwar bewirken, dass ein Nutzer mehr Zeit auf einer Plattform verbringt oder häufiger auf eine Plattform zurückkehrt. Dies muss jedoch nicht dazu führen, dass dies für den Nutzer nachteilig ist oder sich eine problematische Social-Media-Nutzung daraus entwickelt. Dennoch tragen die im Folgenden dargestellten Gestaltungselemente zu einer problematischen Social-Media-Nutzung bei oder stehen zumindest im Verdacht, dazu beizutragen.

### 3.2.1 Push-Benachrichtigungen

Zahlreiche Social-Media-Plattformen ermöglichen Push-Benachrichtigungen, um Nutzer auf neue Ereignisse hinzuweisen, etwa neue Nachrichten, erhaltene Likes, Aktivitäten von anderen Nutzern und vieles mehr. Push-Benachrichtigungen nutzen und verstärken FoMO und fordern die Selbstkontrolle der Nutzer. Denn sie unterbrechen den Alltag der Nutzer und ziehen die Aufmerksamkeit der Nutzer zurück auf die Social-Media-Plattform. Push-Benachrichtigungen führen so zu Unterbrechungen und aufgabenirrelevanten Gedanken, die oft mit den situativen Zielen und Verantwortlichkeiten der Nutzer im Konflikt stehen.<sup>71</sup> In Kombination mit dem sozialen Druck, zeitnah auf Nachrichten zu reagieren, sind Push-Benachrichtigungen eine Belastung für die Selbstkontrollkapazität der Social-Media-Nutzer.

Push-Benachrichtigungen sind zudem eine Form „variabler Belohnung“. Eine Belohnung ist variabel, wenn sie zufällig und unvorhersehbar gegeben wird. Bei variablen Belohnungen wird mehr Dopamin ausgeschüttet als bei vorhersehbaren Belohnungen.<sup>72</sup> Diese Methode wird auch bei Glücksspielautomaten verwendet. Push-Benachrichtigungen sind so ein effektives Gestaltungselement, um die Nutzerbindung zu erhöhen. Untersuchungen zeigen, dass Nutzer, die vielen Social-Media-Plattformen

<sup>69</sup> OECD (2022), Dark commercial patterns, online unter: [https://one.oecd.org/document/DSTI/CP\(2021\)12/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/CP(2021)12/FINAL/en/pdf).

<sup>70</sup> OECD (2022), Dark commercial patterns, online unter: [https://one.oecd.org/document/DSTI/CP\(2021\)12/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/CP(2021)12/FINAL/en/pdf).

<sup>71</sup> Hofmann, W. et al. (2017), Of sweet temptations and bitter aftertaste: Self-control as a moderator of the effects of media use on well-being, in: Reinecke, L. und M.B. Oliver (Hrsg.), The Routledge handbook of media use and well-being: International perspectives on theory and research on positive media effects (S. 211-222), New York: Routledge.

<sup>72</sup> Neyman, C. (2017): A Survey of Addictive Software Design, in: Computer Science and Software Engineering 1(1).

Push-Benachrichtigungen erlauben, häufiger Social-Media nutzen als Nutzer, die diese nicht erlauben.<sup>73</sup>

### 3.2.2 Endloses Scrollen & Streamen

Social-Media-Plattformen nutzen das Konzept des endlosen Scrollens & Streamens, um die Nutzer länger auf ihren Seiten zu halten. Das endlose Scrollen & Streamen sorgt dafür, dass den Nutzern kontinuierlich neue Inhalte angezeigt werden, so dass sie kein natürliches Ende finden, bei dem sie sich überlegen könnten, die Plattform zu verlassen.<sup>74</sup> So verbringen Nutzer nicht nur mehr Zeit auf einer Plattform, als sie es sonst tun würden. Sie kehren auch mit größerer Wahrscheinlichkeit zurück. Denn Untersuchungen zeigen, dass Menschen sich stärker an unvollendete Tätigkeiten erinnern als an vollendete. Die Voreinstellung „Auto-Play“, die dazu führt, dass am Ende eines Videos, automatisch das nächste Video abgespielt wird, ist eine Spielart des endlosen Streamens. Ziel des endlosen Scrollens & Streamens ist es, beim Nutzer einen Flow zu erzeugen, denn ein Flow geht einher mit einem Gefühl der Zeitverzerrung.<sup>75</sup> Wie anfällig Menschen für das Konzept des endlosen Scrollens & Streamens sind, veranschaulicht der Versuch der „Bottomless Bowl“.<sup>76</sup> Der Versuch zeigt, dass Menschen 73 Prozent mehr Suppe essen, wenn die Suppenschüssel nachgefüllt wird, ohne dass sie es merken. Sie verspüren dabei kein größeres Sättigungsgefühl.

Das endlose Scrollen & Streamen kann noch mit variablen Belohnungen verstärkt werden. So kann ein Algorithmus beim Scrollen durch Artikel, Beiträge oder Videos dem Nutzer nicht nur interessante Inhalte anzeigen, sondern auch weniger interessante. Sieht der Nutzer dann unvorhergesehen einen interessanten Inhalt, wird das Belohnungssystem des Gehirns stimuliert, d.h. es wird Dopamin ausgeschüttet. Dieser Dopaminausstoß ist größer als bei einer erwarteten Belohnung. Diese Methode wird auch bei Glücksspielautomaten verwendet. Endlosen Scrollens & Streamens ist so ein effektives Gestaltungselement, um Nutzer möglichst lang auf einer Plattform zu halten.

### 3.2.3 Likes, Views und Lesebestätigungen

Menschen sind soziale Wesen, d.h. sie freuen sich über soziale Bestätigungen. Die Möglichkeit, soziale Bestätigung zu erhalten, ist daher ein starker Treiber für die Nutzung sozialer Medien.<sup>77</sup> Social-Media-Plattformen ermöglichen soziale Bestätigungen in Form von Likes, Views und anderen Formen positiven Feedbacks.<sup>78</sup> Neuronale Untersuchungen bestätigen dies. Sie zeigen, dass das Belohnungszentrum des Gehirns bei Erhalt eines Likes aktiv ist. Dieser Effekt ist bei Menschen, die soziale Medien intensiv nutzen, stärker ausgeprägt.<sup>79</sup> Zudem können Nutzer durch Feedback erfahren, wie sie in ihrem sozialen Netzwerk wahrgenommen werden. Dies erhöht den Anreiz für den erneuten Besuch einer Social-

---

<sup>73</sup> Sindermann, C. et al. (2022), The Design of Social Media Platforms — Initial Evidence on Relations Between Personality, Fear of Missing Out, Design Element-Driven Increased Social Media Use, and Problematic Social Media Use, in: Special Collection: Behavioral Addiction to Technology 3(4).

<sup>74</sup> Montag, C. et al. (2019), Addictive Features of Social Media/Messenger Platforms and Freemium Games against the Background of Psychological and Economic Theories, in: International Journal of Environmental Research and Public Health 16.

<sup>75</sup> Montag, C. et al. (2019), Addictive Features of Social Media/Messenger Platforms and Freemium Games against the Background of Psychological and Economic Theories, in: International Journal of Environmental Research and Public Health 16.

<sup>76</sup> Neyman, C. (2017): A Survey of Addictive Software Design, in: Computer Science and Software Engineering 1(1).

<sup>77</sup> Ponnusamy, S. et al. (2020), Drivers and outcomes of Instagram Addiction: Psychological well-being as moderator, in: Computers in Human Behavior 107.

<sup>78</sup> Neyman, C. (2017): A Survey of Addictive Software Design, in: Computer Science and Software Engineering 1(1).

<sup>79</sup> Montag, C. et al. (2017), Facebook usage on smartphones and gray matter volume of the nucleus accumbens, in: Behavioural Brain Research 329.

Media-Plattform.<sup>80</sup> Gerade Jugendliche neigen dazu, ihre Selbstidentität zu erkunden, indem sie die Zustimmung anderer Menschen suchen. Social-Media-Plattformen bieten hierzu eine gute Möglichkeit. Dies erfordert jedoch auch viel Zeit auf der Plattform.<sup>81</sup> Hinzu kommt, dass Menschen geneigt sind, die sozialen Gesten anderer zu erwidern. Dies erhöht die Neigung zu positivem Feedback, wenn ein Nutzer selbst ein solches erhalten hat. Wenn Nutzer wiederholt soziale Bedürfnisse über eine bestimmte Social-Media-Plattform befriedigen, kann dies dazu führen, dass die Nutzer ein Gefühl der Zugehörigkeit zu dieser Plattform entwickeln.<sup>82</sup>

Lesebestätigungen führen zu sozialem Druck, zügig auf eine Nachricht zu reagieren. Untersuchungen zeigen, dass Nutzer, die Lesebestätigungen aktiviert haben, häufiger soziale Medien nutzen als Nutzer, die diese nicht erlauben.<sup>83</sup> In der Regel sind die Lesebestätigungen als Standard voreingestellt. Nur wenige Nutzer machen sich die Mühe, die Standardeinstellungen zu ändern.<sup>84</sup>

### 3.2.4 Investitionen der Nutzer in eine Plattform

Social-Media-Plattformen beteiligen Nutzer auf vielfältige Weise an der Erstellung ihres Nutzerprofils, insbesondere durch den Aufbau und die Pflege des persönlichen Netzwerks, durch die Möglichkeit ein individuelles Profilbild zu erstellen oder durch Speichern der Nutzerbeiträge. All dies sind Investitionen des Nutzers. Plattformen nutzen so das Phänomen, dass Nutzer Objekten einen höheren Wert beimessen, an deren Erstellung sie selbst beteiligt waren, sei es durch Zeit oder Geld.<sup>85</sup> Je länger ein Nutzer eine Social-Media-Plattform nutzt, desto stärker wirkt dieser Mechanismus. Für Nutzer wird es so schwieriger eine Social-Media-Plattform dauerhaft zu verlassen.

Die folgende Abbildung fasst die vier dargestellten Gestaltungselemente zusammen, die zu einer erhöhten Nutzung von Social-Media-Plattformen beitragen können.

---

<sup>80</sup> Montag, C. et al. (2019), Addictive Features of Social Media/Messenger Platforms and Freemium Games against the Background of Psychological and Economic Theories, in: International Journal of Environmental Research and Public Health 16.

<sup>81</sup> Ponnusamy, S. et al. (2020), Drivers and outcomes of Instagram Addiction: Psychological well-being as moderator, in: Computers in Human Behavior 107.





<sup>82</sup> Ponnusamy, S. et al. (2020), Drivers and outcomes of Instagram Addiction: Psychological well-being as moderator, in: Computers in Human Behavior 107.

<sup>83</sup> Sindermann, C. et al. (2022), The Design of Social Media Platforms — Initial Evidence on Relations Between Personality, Fear of Missing Out, Design Element-Driven Increased Social Media Use, and Problematic Social Media Use in: Special Collection: Behavioral Addiction to Technology 3(4).

<sup>84</sup> Montag, C. et al. (2019), Addictive Features of Social Media/Messenger Platforms and Freemium Games against the Background of Psychological and Economic Theories, in: International Journal of Environmental Research and Public Health 16.

<sup>85</sup> Neyman, C. (2017): A Survey of Addictive Software Design, in: Computer Science and Software Engineering 1(1).

**Abb. 4: Gestaltungselemente von Social-Media-Plattformen, die zu einer erhöhten Nutzung der Plattform beitragen können**

<p> <b>Push-Benachrichtigungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- unterbrechen den Alltag der Nutzer und lenken deren Aufmerksamkeit auf die Social-Media-Plattform,</li> <li>- in Kombination mit dem sozialen Druck, sofort auf Nachrichten zu reagieren, sind Push-Benachrichtigungen eine zusätzliche Belastung für die Selbstkontrollkapazität der Nutzer.</li> </ul>	<p> <b>Likes, Views und Lesebestätigungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind Formen sozialer Anerkennung, die Glücksgefühle beim Nutzer auslösen und sie verstärken zugleich das Bedürfnis nach sozialer Anerkennung,</li> <li>- Nutzer können durch diese Art von Feedback erfahren, wie sie in ihrem sozialen Netzwerk wahrgenommen werden. Gerade Jugendliche erkunden so ihre Selbstidentität.</li> </ul>
<p> <b>Investitionen der Nutzer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- insbesondere durch den Aufbau und die Pflege des persönlichen Netzwerks führen dazu, dass Nutzer einer Plattform, auf der sie längere Zeit aktiv sind, einen höheren Wert beimessen.</li> </ul>	<p> <b>Endloses Scrollen &amp; Streamen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verhindert, dass Nutzer ein natürliches Ende finden,</li> <li>- erzeugt bei Nutzern einen Flow, der mit einem Gefühl der Zeitverzerrung einhergeht,</li> <li>- kann – ähnlich dem Glücksspiel – eine erhöhte Dopaminausschüttung auslösen, wenn der Algorithmus unregelmäßig – d.h. aus Sicht des Nutzers zufällig – besonders interessante Beiträge anzeigt.</li> </ul>

Quelle: Eigene Darstellung.

## 4 Politische Handlungsempfehlungen

In Kapitel 2 wurde gezeigt, dass es zwar Hinweise gibt, dass Social-Media-Nutzung die psychische Gesundheit der Nutzer beeinträchtigen kann, insbesondere kann sie zu einer Zunahme von Depressionen und zu einer schlechteren Schlafqualität führen. Das Ausmaß dieser negativen Effekte ist jedoch geringer als oft angenommen. Einschränkend muss gesagt werden, dass die Studienergebnisse teils widersprüchlich sind. Zudem wurde in Kapitel 2 gezeigt, dass eine intensive Nutzung sozialer Medien häufig mit schlechteren schulischen, akademischen und beruflichen Leistungen einhergeht. Ein Grund hierfür sind Selbstkontrollprobleme der Nutzer. Studien kommen zu dem Ergebnis, dass ein Versagen der Selbstkontrolle für rund ein Drittel der Zeit verantwortlich sein könnte, die Menschen mit sozialen Medien verbringen. Es ist daher nicht überraschend, dass viele Menschen gern weniger Zeit mit sozialen Medien verbringen möchten, dies jedoch nicht schaffen.<sup>86</sup> Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse werden zwei politische Handlungsempfehlungen gegeben.

### 4.1 Bessere Durchsetzung der bestehenden Regulierungen – insbesondere zum Jugendschutz und zum Schutz anderer vulnerabler Gruppen

Die EU-Kommission und nationale Behörden sollten die bestehenden Regulierungen – insbesondere zum Jugendschutz und zum Schutz anderer vulnerabler Gruppen – konsequent durchsetzen. Vor diesem Hintergrund ist zu begrüßen, dass die EU-Kommission die Möglichkeiten, die das EU-Recht bietet – allem voran das Gesetz über digitale Dienste – zunehmend zu nutzen scheint. Die EU-Kommission

<sup>86</sup> Siehe hierzu Kapitel 3.3.

und nationale Behörden sollten verstärkt darauf hinwirken, dass das Mindestalter für die Nutzung sozialer Medien konsequent durchgesetzt wird. Zudem sollten sie die Forschungsergebnisse auf diesem Gebiet kontinuierlich verfolgen. Denn angesichts der teils widersprüchlichen Studienergebnisse kann nicht ausgeschlossen werden, dass neue Erkenntnisse zusätzliche Maßnahmen erfordern. Schließlich sollte sichergestellt sein, dass die Nutzer, deren psychische Gesundheit durch soziale Medien beeinträchtigt wird, individuelle Unterstützung erhalten.

## 4.2 Erhöhung der digitalen Mündigkeit der Bevölkerung

Eine bessere Durchsetzung der bestehenden Regulierung ist jedoch nicht ausreichend, um die Selbstkontrollprobleme zahlreicher Social-Media-Nutzer zu beseitigen. Denn sie konzentriert sich in erster Linie auf die dargebotenen Inhalte, die Risiken für Verbraucher, die Risiken für die Privatsphäre und die Risiken auf das Wohlbefinden.<sup>87</sup> Das Risiko, dass Social-Media häufig mehr genutzt wird, als eigentlich gewollt, wird bisher nur unzureichend adressiert. Die Ergebnisse des Kapitels 2.3 deuten darauf hin, dass ein signifikanter Anteil der Bevölkerung – nicht nur Jugendliche – davon betroffen ist.

Das Phänomen „Selbstkontrollprobleme“ ist ökonomisch nicht unbekannt, es tritt in vielen Lebensbereichen auf. Die in Kapitel 2.3 genannten Tätigkeiten „mehr Sport treiben“, „um die Altersvorsorgen kümmern“ oder „gesündere Ernährung“ sind ebenfalls davon betroffen und im Gegensatz zum Konsum sozialer Medien bereits umfassend ökonomisch analysiert und auch reguliert. Die Ursachen, weshalb Menschen Selbstkontrollprobleme aufweisen, variieren jedoch zwischen den Tätigkeiten. Beim „Kümmern um Altersvorsorge“ ist ein Problem, dass der Schaden der Untätigkeit, erst in der Zukunft auftritt. Ähnlich ist es bei „gesundem Essen“. Beim Alkohol-, Zigaretten- und Drogenkonsum ist es hingegen eine psychische und physische Abhängigkeit. Die Regulierungsansätze, die verfolgt werden, um Selbstkontrollprobleme zu verringern, sind daher so verschieden wie die Ursachen. So ist der Verkauf von Drogen verboten, bei der Altersvorsorge besteht eine Versicherungspflicht (zumindest für die meisten Arbeitnehmer in Deutschland) und Lebensmittel müssen die Nährwerte ausweisen, um die potenziellen Käufer zu informieren. Bereits diese kurze Auflistung zeigt, dass Selbstkontrollprobleme massive Regulierung nach sich ziehen können.

Das Bedürfnis, soziale Medien zu nutzen, kann mit der Lust, ungesunde Lebensmittel zu konsumieren, verglichen werden, etwa Zucker. Wobei zwei wesentliche Unterschiede bestehen: Zum einen sind die gesundheitlichen Folgen einer intensiven Social-Media-Nutzung in der Regel weniger gravierend als die Folgen eines intensiven Zuckerkonsums. Allerdings kann eine intensive Social-Media-Nutzung die schulischen, akademischen und beruflichen Leistungen mindern. Zum anderen ist das Bewusstsein über die Gefahr, dass gängige Social-Media-Plattformen zu einer intensiven Nutzung verführen, weniger stark ausgeprägt als bei ungesunden Lebensmitteln. Zudem ist das Wissen, welche Gestaltungselemente eine übermäßige Social-Media-Nutzung auslösen, in der Bevölkerung zu wenig bekannt.

Grundsätzlich sollte als Regulierungsinstrument immer das mildeste Mittel gewählt werden, das zu Erreichung des Ziels notwendig ist. Zudem sollten bei der Wahl des Regulierungsinstruments auch die negativen Effekte berücksichtigt werden, die jede Regulierung mit sich bringt. So schränkt etwa eine Versicherungspflichtversicherung die Konsumentenouveränität ein. Eine solche Bevormundung der Konsumenten kann gerechtfertigt sein, bedarf aber einer sehr guten Begründung. Und schließlich

---

<sup>87</sup> Für eine Übersicht der Risiken für Kinder im Internet siehe z.B. OECD (2021), Children in the Digital Environment: Revised Typology of Risks, online unter: [https://one.oecd.org/document/DSTI/CDEP/DGP\(2020\)3/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/CDEP/DGP(2020)3/FINAL/en/pdf).



sollte das Regulierungsinstrument in einem angemessenen Verhältnis zum Schaden stehen, den der Konsum des Gutes hervorruft. Im Fall sozialer Medien sprechen alle drei Aspekte für einen moderaten regulierenden Eingriff, insbesondere da bisher nicht zweifelsfrei klar ist, in welchem Ausmaß die übermäßige Nutzung sozialer Medien einen Schaden verursacht.<sup>88</sup>

Um das richtige Instrument wählen zu können, ist es wichtig zu verstehen, weshalb Nutzer mehr Zeit mit sozialen Medien verbringen, als sie eigentlich möchten. Wie in Kapitel 3 gezeigt wurde, liegt dies an einer Mischung aus den individuellen Eigenschaften der Nutzer, Gewohnheitsbildung und den Gestaltungselementen der Social-Media-Plattformen. So werden viele Sozial-Media-Nutzer etwa durch Push-Benachrichtigungen mehrmals am Tag bei anderen Tätigkeiten unterbrochen und zurück auf die Plattform geholt.

Auf Basis dieser Erkenntnisse werden im Folgenden zwei Regulierungsansätze vorgeschlagen, die unabhängig oder gemeinsam durchgeführt werden können. Der erste Ansatz zielt darauf ab, die Medienkompetenz der Social-Media-Nutzer zu verbessern. So sollten Nutzer wissen, dass soziale Medien eine Art Sucht erzeugen können, die zu einer „Übernutzung“ führen kann. In diesem Zusammenhang sollte auch über die Gestaltungselemente aufgeklärt werden, die zu einer übermäßigen Social-Media-Nutzung beitragen, etwa Push-Benachrichtigungen, endloses Scrollen & Streamen, Likes, Views und Lesebestätigungen sowie Nutzerinvestitionen. Ziel der Kompetenzstärkung sollte zum einen sein, das Bewusstsein der Nutzer für die Gefahren sozialer Medien zu schärfen. Zum anderen sollte verhindert werden, dass das gewohnheitsmäßige Überprüfen sozialer Medien entsteht. Dies kann etwa in Form von Warnhinweisen geschehen, die beim Installieren, Öffnen oder intensiven Nutzen einer Social-Media-App erscheinen. Nutzer sollten zudem die Möglichkeiten haben, die Zeit zu sehen, die sie auf einer Social-Media-Plattform verbracht haben und diese zu begrenzen. Bei einigen Plattformen ist dies bereits heute möglich.

Der zweite Ansatz sieht vor, die Nutzung bestimmter Gestaltungselemente einzuschränken. So sollten Push-Benachrichtigungen, endloses Scrollen und Streamen und Lesebestätigungen standardmäßig deaktiviert sein und das Fragen nach einer Aktivierung dieser Gestaltungselemente verboten werden. Eine Aktivierung dieser Elemente durch die Nutzer sollte jedoch weiter möglich sein. Für Minderjährige könnten bestimmte Gestaltungselemente hingegen verboten werden. Das Problem, dass Nutzerinvestitionen zu einer intensiveren Plattform-Nutzung führen, lässt sich nicht regulieren. Auch die Gestaltungselemente Likes und Shares lassen sich nur schwer regulieren. Überlegenswert ist schließlich das Verbot suchterzeugender Algorithmen.

---

<sup>88</sup> Siehe hierzu Kapitel 2.

## Literaturverzeichnis

- Allcott, H., Gentzkow, M., & Song, L. (2022). Digital Addiction. *National Bureau of Economic Research (NBER) Working Paper 28936*. Von <http://www.nber.org/papers/w28936> abgerufen 19.08.2024.
- Braghieri, L., Levy, R., & Makarin, A. (2022). Social Media and Mental Health. *American Economic Review, 112*(11), S. 3660-3693.
- Bursztyn, L., Handel, B. J., Jimenes, R., & Roth, C. (2023). When Product Markets become collective Traps: The Case of Social Media. *National Bureau of Economic Research (NBER), Working Paper 31771*. Von <http://www.nber.org/papers/w31771> abgerufen 19.08.2024.
- De Hesselle, L. C., & Montag, C. (2024). Effects of a 14-day social media abstinence on mental health and well-being: results from an experimental study. *BMC Psychology, 12*, S. 141.
- Du, J., Kerkhof, P., & van Konigsbruggen, G. M. (2021). The reciprocal relationships between social media self-control failure, mindfulness and wellbeing: A longitudinal study. *PLOS ONE*. Von <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255648> abgerufen 19.08.2024.
- Du, J., van Konigsbrunnen, G., & Kerkhof, P. (2018). A brief measure of social media self-control failure. *Computers in Human Behavior, S. 68-75*.
- Europäische Kommission (2024a). *Kommission leitet förmliches Verfahren gegen TikTok im Rahmen des Gesetzes über digitale Dienste ein*. Pressemitteilung vom 19. Februar 2024. Von [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/IP\\_24\\_926](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/IP_24_926). abgerufen 19.08.2024.
- Europäische Kommission (2024b), Gesetz über digitale Dienste: „TikTok Lite Rewards“ wird dauerhaft aus der EU zurückgezogen, Pressemitteilung vom 5. August 2024. Von [https://germany-representation.ec.europa.eu/news/gesetz-uber-digitale-dienste-tiktok-lite-rewards-wird-dauerhaft-aus-der-eu-zuruckgezogen-2024-08-05\\_de](https://germany-representation.ec.europa.eu/news/gesetz-uber-digitale-dienste-tiktok-lite-rewards-wird-dauerhaft-aus-der-eu-zuruckgezogen-2024-08-05_de) abgerufen 19.08.2024.
- Europäische Kommission. (2024c). *Kommission leitet im Rahmen des Gesetzes über digitale Dienste förmliches Verfahren gegen Meta im Zusammenhang mit dem Schutz Minderjähriger auf Facebook und Instagram ein*. Pressemitteilung vom 19. Februar 2024. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip\\_24\\_2664](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_24_2664) abgerufen 19.08.2024.
- Europäischen Kommission. (2024d). Schutz Minderjähriger-Leitlinien. [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/14352-Schutz-Minderjahriger-Leitlinien\\_de](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/14352-Schutz-Minderjahriger-Leitlinien_de). abgerufen 19.08.2024.
- Europäisches Parlament. (2023). *Entschließung des Europäischen Parlaments vom 12. Dezember 2023 zur suchterzeugenden Gestaltung von Online-Diensten und zum Verbraucherschutz im EU-Binnenmarkt*. [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0459\\_DE.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0459_DE.html). abgerufen 19.08.2024.
- Fernandez, D. P., Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2020). Short-term abstinence effects across potential behavioral addictions: A systematic review. *Clinical Psychology Review, 76*.

- Hancock, J., Liu, S. X., Luo, M., & Mieczkowski, H. (April 2022). *Psychological Well-Being and Social Media Use: A Meta-Analysis of Associations between Social Media Use and De-pression, Anxiety, Loneliness, Eudaimonic, Hedonic and Social Well-Being*. Von <https://ssrn.com/abstract=4053961> abgerufen 19.08.2024.
- Hofmann, W., Reinecke, L., & Meier, L. (2017). Of sweet temptations and bitter aftertaste: Self-control as a moderator of the effects of media use on well-being. In L. Reinecke & M. B. Oliver (Hrsg.), *The Routledge handbook of media use and well-being: International perspectives on theory and research on positive media effects*, New York: Routledge, S. 211-222.
- Hofmann, W., Vohs, K., & Baumeister, R. F. (2012). What People Desire, Feel Conflicted About, and Try to Resist in Everyday Life. *Psychological Science*, 23(6), S. 582-588.
- Hussain, Z., & Starcevic, V. (2020). Problematic social networking site use: a brief review of recent research methods and the way forward. *Current Opinion in Psychology*, 36, S. 89-95.
- Kuss, D., & Griffiths, M. (2011). Online social networking and addiction-a review of the psychological literature. *International journal of environmental research and public health*, 8(9), S. 3528-3552.
- Lambert, J., Barnstable, G., Minter, E., Cooper, J., & McEwan, D. (2022). Taking a one-week break from social media improves well-being, depression, and anxiety: a randomized controlled trial. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(5), S. 287-293.
- Marino, C., Canale, N., Melodia, F., & Spada, M. M. (2021). The Overlap Between Problematic Smartphone Use and Problematic Social Media Use: a Systematic Review. *Current Addiction Reports*, 8(4), S. 469-480.
- Montag, C., & Hegelich, S. (2020). Understanding Detrimental Aspects of Social Media Use: Will the Real Culprits Please Stand Up? *Frontiers in Sociology*, 5.
- Montag, C., & Markett, S. (2023). Social media use and everyday cognitive failure; investigating the fear of missing out and social networks use disorder relationship. *BMC Psychiatry*, 23(1).
- Montag, C., Lachmann, B., Herrlich, M., & Zweig, K. (2019). Addictive Features of Social Media/Messenger Platforms and Freemium Games against the Background of Psychological and Economic Theories. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16.
- Montag, C., Markowitz, A., Blaszkiewicz, K., Andone, I., Lachmann, B., Sariyska, R., . . . Markett, S. (2017). Facebook usage on smartphones and gray matter volume of the nucleus accumbens. *Behavioural Brain Research*, 329, S. 221-228.
- Montag, C., Sindermann, C., Rozgonjuk, D., Yang, S., Elhai, J. D., & Yang, H. (2021a). Investigating Links Between Fear of COVID-19, Neuroticism, Social Networks Use Disorder, and Smartphone Use Disorder Tendencies. *Frontiers in Psychology*, 2(12).
- Montag, C., Wegmann, E., Sariyska, R., Demetrovics, Z., & Brand, M. (2021b). How to overcome taxonomical problems in the study of Internet use disorders and what to do with "smartphone addiction"? *Journal Behav Addiction*, 9(4), S. 908-914.

- Mostyn Sullivan, B., & George, A. M. (2023). The association of motives with problematic smartphone use: A systematic review. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 17(1).
- Neophytou, E., Manwell, L. A., & Eikelboom, R. (2019). Effects of excessive screen time on neurodevelopment, learning, memory, mental health, and neurodegeneration: a scoping review. *International Journal of mental health addiction*, 19, S. 724-744.
- Neyman, C. (Juni 2017). A Survey of Addictive Software Design. Von <https://digitalcommons.calpoly.edu/cscsp/111/> abgerufen 19.08.2024.
- OECD (2021). Children in the Digital Environment: Revised Typology of Risks. Von [https://one.oecd.org/document/DSTI/CDEP/DGP\(2020\)3/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/CDEP/DGP(2020)3/FINAL/en/pdf) abgerufen 19.08.2024.
- OECD (2022). Dark commercial patterns. Von [https://one.oecd.org/document/DSTI/CP\(2021\)12/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/CP(2021)12/FINAL/en/pdf) abgerufen 19.08.2024.
- Orben, A. (2020). Teenagers, screens and social media: a narrative review of reviews and key studies; Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 55, S. 407-414.
- Paschke, K., Austermann, M. I., & Thomasius, R. (2021). ICD-11-Based Assessment of Social Media Use Disorder in Adolescents: Development and Validation of the Social Media Use Disorder Scale for Adolescents. Von <https://www.frontiersin.org/journals/psychiatry/articles/10.3389/fpsyt.2021.661483/full> abgerufen 19.08.2024.
- Ponnusamy, S., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Hyun, S. S. (2020). Drivers and outcomes of Instagram addiction: psychological well-being as moderator. *Computers in Human Behavior*, 1(107).
- Radtke, T., Apel, T., Schenkel, K., Keller, J., & von Lindern, E. (2022). Digital detox: An effective solution in the smartphone era? A systematic literature review. *Mobile Media and Communication*, 10(2), S. 190-215.
- Rod, N. H., Dissing, A. S., Clarke, A., Gerds, T. A., & Lund, R. (2018). Overnight smartphone use: Eine neue Herausforderung für die öffentliche Gesundheit? Ein neues Studiendesign basierend auf hochauflösenden Smartphone-Daten. *PLOS ONE*, 13(10).
- Rozgonjuk, D., Ignell, J., Mech, F., Rothermund, E., Gündel, H., & Montag, C. (2023). Smartphone and Instagram use, body dissatisfaction, and eating disorders: investigating the associations using self-report and tracked data. *Journal of eating disorders*, 11(1).
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., & Elhai, J. D. (2020b). Fear of missing out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: do WhatsApp, Facebook, Instagram and Snapchat use disorders mediate that association? *Addictive Behaviors*.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., Christensen, A. P., & Montag, C. (2020a). Associations between symptoms of problematic smartphone, Facebook, WhatsApp, and Instagram use: an item-level exploratory analysis perspective. *Journal of Behavioral Addictions*, 9(3), S. 686-697.

- Schemer, C., Masur, P. K., Geiß, S. M., & Schäfer, S. (2021). The impact of internet and social media use on well-being: A longitudinal Analysis of Adolescents Across Nine Years. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(2021), S. 1-21.
- Schlitz, F., & De Witte, K. (2022). Sugar rush or sugar crash? Experimental evidence on the impact of sugary drinks in the classroom. *Health Economics*, 31, S. 215-232.
- Sha, P., Sariyska, R. R., Lachmann, B., & Montag, C. (Juni 2019). Linking internet communication and smartphone use disorder by taking a closer look at the facebook and whatsapp applications. *Addictive Behaviors Reports*, 1(9).
- Sindermann, C., & Elhai, J. M. (2022). The Design of Social Media Platforms — Initial Evidence on Relations Between Personality, Fear of Missing Out, Design Element-Driven Increased Social Media Use, and Problematic Social Media Use. *Behavioral Addiction to Technology*, 3(4).
- Sindermann, C., Ebner, F., Montag, C., Scholz, R., Ostendorf, S., Freytag, P., & Thull, B. (2024). *Vulnerabilitätsraum: Soziale Medien*. Von [https://www.researchgate.net/publication/349570284\\_Kapitel\\_5\\_Vulnerabilitatsraum\\_Soziale\\_Medien](https://www.researchgate.net/publication/349570284_Kapitel_5_Vulnerabilitatsraum_Soziale_Medien). abgerufen 19.08.2024.
- Skiera, B., Hinz, O., & Spann, M. (Januar 2015). Social Media and Academic Performance: Does the Intensity of Facebook Activity Relate to Good Grades? *Schmalenbach Business Review (SBR)*, 67, S. 54-72.
- Sohn, S. Y., Reese, P., Wildridge, B., & Carter, B. (2019). Prevalence of problematic smartphone usage and associated mental health outcomes among children and young people: a systematic review, meta-analysis and GRADE of the evidence. *BMC Psychiatry*, 19(1), S. 356.
- Twenge, J. M., Joiner, T. M., & Marin, G. N. (2020). Considering All of the Data on Digital-Media Use and Depressive Symptoms: Response to Ophir, Lipshits-Braziler, and Rosenberg. *Clinical Psychological Science*, 8(2), S. 379-383.
- Vogels, E. A., & Gelles-Watnick, R. (2024). *Teens and social media: Key findings from Pew Research Center surveys*. Von <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/04/24/teens-and-social-media-key-findings-from-pew-research-center-surveys/> abgerufen 19.08.2024.
- We are social. (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*. Von <https://wearesocial.com/us/blog/2024/01/digital-2024/> abgerufen am 19.08.2024.
- Zhang, K. Z., Chen, C., & Lee, M. K. (2014). *Understanding the role of motives in smartphones addiction*. Von Proceeding of the 19th Pacific Asia Conference on Information Systems (2014) Pacific Asia Conference on Information Systems: Von <https://aisel.aisnet.org/pacis2014/131> abgerufen 19.08.2024.
- Zivnuska, S., Carlson, J. R., & Carlson, D. S. (2019). Social media addiction and social media reactions: the implications for job performance. *The Journal of social Psychology*, 159(6), S. 746-760.

**Autor:**

Dr. Matthias Kullas

Leiter des Fachbereichs Binnenmarkt und Wettbewerb

[kullas@cep.eu](mailto:kullas@cep.eu)

**Centrum für Europäische Politik** FREIBURG | BERLIN

Kaiser-Joseph-Straße 266 | D-79098 Freiburg

Schiffbauerdamm 40 Räume 4205/06 | D-10117 Berlin

Tel. + 49 761 38693-0

Das **Centrum für Europäische Politik** FREIBURG | BERLIN, das **Centre de Politique Européenne** PARIS, und das **Centro Politiche Europee** ROMA bilden das **Centres for European Policy Network** FREIBURG | BERLIN | PARIS | ROMA.

Das gemeinnützige Centrum für Europäische Politik analysiert und bewertet die Politik der Europäischen Union unabhängig von Partikular- und parteipolitischen Interessen in grundsätzlich integrationsfreundlicher Ausrichtung und auf Basis der ordnungspolitischen Grundsätze einer freiheitlichen und marktwirtschaftlichen Ordnung.