



Isabel Willemse **Onlinesucht**

Ein Ratgeber für Eltern,
Betroffene und ihr Umfeld

2., überarbeitete Auflage



Onlinesucht

Onlinesucht

Isabel Willemse

Isabel Willemse

Onlinesucht

Ein Ratgeber für Eltern,
Betroffene und ihr Umfeld

2., überarbeitete Auflage



Isabel Willemse

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Departement für Angewandte Psychologie
Pfungstweidstrasse 96
8037 Zürich
Schweiz
E-Mail: isabel.willemse@zhaw.ch

Geschützte Warennamen (Warenzeichen) werden nicht besonders kenntlich gemacht. Aus dem Fehlen eines solchen Hinweises kann also nicht geschlossen werden, dass es sich um einen freien Warennamen handelt. Der Verlag weist ausdrücklich darauf hin, dass im Text enthaltene externe Links vom Verlag nur bis zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses eingesehen werden konnten. Auf spätere Veränderungen hat der Verlag keinerlei Einfluss. Eine Haftung des Verlags ist daher ausgeschlossen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://www.dnb.de> abrufbar.

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Kopien und Vervielfältigungen zu Lehr- und Unterrichtszwecken, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

All rights, including for text and data mining (TDM), Artificial Intelligence (AI) training, and similar technologies, are reserved.

Alle Rechte, auch für Text- und Data-Mining (TDM), Training für künstliche Intelligenz (KI) und ähnliche Technologien, sind vorbehalten.

Verantwortliche Person in der EU: Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG,
Merkelstraße 3, 37085 Göttingen, info@hogrefe.de

Anregungen und Zuschriften bitte an den Hersteller:

Hogrefe AG
Lektorat Psychologie
Länggass-Strasse 76
3012 Bern
Schweiz
Tel. +41 31 300 45 00
info@hogrefe.ch
www.hogrefe.ch

Lektorat: Dr. Susanne Lauri
Bearbeitung: Lydia Zeller, Zürich
Herstellung: Daniel Berger
Umschlagabbildung: golubovy, Getty Images
Umschlag: Hogrefe Verlag
Satz: Claudia Wild, Konstanz
Druck und buchbinderische Verarbeitung: Multiprint Ltd., Kostinbrod
Printed in Bulgaria
Auf säurefreiem Papier gedruckt

2., überarbeitete Auflage 2025
© 2016, 2025 Hogrefe Verlag, Bern

(E-Book-ISBN_PDF 978-3-456-96401-0)
(E-Book-ISBN_EPUB 978-3-456-76401-6)
ISBN 978-3-456-86401-3
<https://doi.org/10.1024/86401-000>

Nutzungsbedingungen

Der Erwerber erhält ein einfaches und nicht übertragbares Nutzungsrecht, das ihn zum privaten Gebrauch des E-Books und all der dazugehörigen Dateien berechtigt.

Der Inhalt dieses E-Books darf von dem Kunden vorbehaltlich abweichender zwingender gesetzlicher Regeln weder inhaltlich noch redaktionell verändert werden. Insbesondere dürfen Urheberrechtsvermerke, Markenzeichen, digitale Wasserzeichen und andere Rechtsvorbehalte im abgerufenen Inhalt nicht entfernt werden.

Der Nutzer ist nicht berechtigt, das E-Book – auch nicht auszugsweise – anderen Personen zugänglich zu machen, insbesondere es weiterzuleiten, zu verleihen oder zu vermieten.

Das Entgeltliche oder unentgeltliche Einstellen des E-Books ins Internet oder in andere Netzwerke, der Weiterverkauf und/oder jede Art der Nutzung zu kommerziellen Zwecken sind nicht zulässig.

Das Anfertigen von Vervielfältigungen, das Ausdrucken oder Speichern auf anderen Wiedergabegeräten ist nur für den persönlichen Gebrauch gestattet. Dritten darf dadurch kein Zugang ermöglicht werden. Davon ausgenommen sind Materialien, die eindeutig als Vervielfältigungsvorlage vorgesehen sind (z. B. Fragebögen, Arbeitsmaterialien).

Die Übernahme des gesamten E-Books in eine eigene Print- und/oder Online-Publikation ist nicht gestattet. Die Inhalte des E-Books dürfen nur zu privaten Zwecken und nur auszugsweise kopiert werden.

Die Inhalte dürfen nicht zur Entwicklung, zum Training und/oder zur Anreicherung von KI-Systemen, insbesondere von generativen KI-Systemen, verwendet werden. Das Verbot gilt nicht, soweit eine gesetzliche Ausnahme vorliegt.

Diese Bestimmungen gelten gegebenenfalls auch für zum E-Book gehörende Download-Materialien.

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	7
1 Einleitung	9
2 Zahlen und Fakten zur Mediennutzung	13
2.1 Verschicken von Texten, Bildern und Videos	19
2.2 Soziale Netzwerke und Videoplattformen	20
2.3 Musik hören	22
2.4 Gamen	23
2.5 Mediennutzungs- und Freizeittypen	34
2.6 Risiken im Web	36
2.6.1 Cybermobbing	36
2.6.2 Sexting	38
2.6.3 Cybergrooming und Sextortion	39
2.6.4 Pornografie	40
3 Wann spricht man von Onlinesucht? Kriterien zur Diagnose	43
3.1 Übermäßiges Beschäftigen mit Internetspielen	46
3.2 Entzugssymptomatik	46
3.3 Toleranzentwicklung	47
3.4 Kontrollverlust	48
3.5 Fortsetzung trotz Einsicht in die psychosozialen Folgen	49
3.6 Interessenverlust	49
3.7 Täuschen von anderen Personen	50
3.8 Dysfunktionale Stress- und Problembewältigung	51
3.9 Gefährdung oder Verlust	52
4 Wie Onlinesucht entsteht	55
4.1 Risikofaktoren	55
4.1.1 Personenbezogene Faktoren	55
4.1.2 Umweltbezogene Faktoren	58
4.1.3 Mediennutzungsbezogene Faktoren	60
4.1.4 Schutzfaktoren	63
4.2 Erlernen von Suchtverhalten	64
4.3 Aufrechterhaltende Faktoren	67

5	Wie verbreitet ist Onlinesucht?	69
6	Begleiterkrankungen	71
6.1	Depression	71
6.2	Ängste	72
6.3	Schlafstörungen	73
6.4	ADHS/Aufmerksamkeitsdefizit	75
7	Mediennutzung in der Familie	77
7.1	Eltern sind Vorbilder	78
7.2	Ältere Geschwister zeigen, wie es geht	79
7.3	Die anderen machen alles besser	80
8	Regeln zum Medienumgang finden	83
8.1	Was bei der Regelfindung zu beachten ist	84
8.2	Wie es ganz praktisch funktionieren kann – ein Beispiel	89
9	Wie kann man Onlinesucht konstruktiv begegnen?	95
9.1	Den Ton ändern	95
9.2	Interesse zeigen	96
9.3	Kreative Nutzung fördern	97
9.4	Medienfasten	98
9.5	Grenzen setzen	98
9.6	Alternativen bieten	100
10	Ziel: Medienkompetenz	103
11	Selbsthilfe	107
12	Wann sollte professionelle Hilfe geholt werden?	113
<hr/>		
	Anhang	117
	Glossar	119
	Kontaktadressen	129
	Arbeitsblätter und Hinweise zum Zusatzmaterial	131
	Literatur	145
	Über die Autorin	151

Geleitwort

Woran merken Angehörige und Betroffene selbst, dass sich eine Onlinesucht entwickelt? Was sind die Ursachen und die Zusammenhänge, dass so etwas auftreten kann? Wie kann man den Teufelskreis bremsen und ihm entkommen? Wie kann man vorbeugen, dass man nicht wieder die Kontrolle verliert? Solche Fragen beantwortet der vorliegende Ratgeber, wissenschaftlich fundiert, verständlich und mit vielen anschaulichen Fallbeispielen aus der Praxis. Die Autorin, Isabel Willemse, schöpft aus dem Vollen ihrer vielfältigen Erfahrungen: als medienpsychologische Forscherin, die alltagsnahe Fragen untersucht, als Lehrbeauftragte an der Fachhochschule und in Workshops und Weiterbildungen sowie als Psychotherapeutin, welche Menschen bei medienbezogenen Problemen und Krisen erfolgreich hilft. Die Autorin ist selbst ein „Genussmensch“ im Umgang mit Medien, daher kann sie die Faszination verstehen, welche von Onlinemedien ausgeht. Sie weiß als Fachperson aber auch, was es braucht, um die Kontrolle über die eigene Mediennutzung zu behalten und nicht in eine Verhaltenssucht zu geraten. Ein Leben ohne Onlinemedien ist in der heutigen Gesellschaft nicht denkbar – und wäre auch gar kein Ideal, denn man würde an einem wichtigen Teil unserer Kultur nicht teilhaben können. Wenn man heute zu „Handyfasten“ und „Offline Days“ aufgefordert wird, dann macht dies deutlich: Fastenzeiten sind kein Dauerzustand, sondern eine Zeit des Innehaltens und des Reflektierens über den Lebensalltag. Onlinemedien sind ein „Lebensmittel“ geworden: Wir brauchen sie, um zu arbeiten, zu lernen, uns zu informieren, zu kommunizieren. Sie sind ein „Genussmittel“ geworden: Wir können viele Formen der Unterhaltung, Erholung, Spannung und Entspannung, des Zugangs zu kulturellen Erlebnissen darin finden. Sie können aber auch zu einem „Suchtmittel“ werden, wenn wir die Kontrolle über unsere Mediennutzung verlieren und wenn die Onlinemedien zum Lebensmittelpunkt werden, der immer mehr andere, wertvolle Erfahrungen verdrängt. Um die Onlinemedien im eigenen Leben positiv zu nutzen, muss man ihren Stellenwert im Alltag bewusst gestalten. Das Buch zeigt daher auf, wie die Mediennutzung heute allgemein aussieht, wel-

che Funktionen sie einnimmt, welche Chancen und Risiken bestehen und welche Hilfestellungen es gibt, um die richtigen Medien auszuwählen, Medienkompetenz zu entwickeln und den Medienalltag selbstverantwortlich zu gestalten. Dabei ist es wichtig, die Merkmale von Onlinesucht zu kennen, um sie bei Angehörigen oder bei sich selbst frühzeitig zu erkennen und Gegensteuer geben zu können. Diagnosekriterien und Risikofaktoren werden hier sorgfältig erklärt. Die Empfehlungen in diesem Buch tragen auch zur Prävention bei. Sinnvolle Regeln des Medienumgangs in der Familie helfen, dass Onlinesucht gar nicht erst entsteht. Ein großer Teil des Ratgebers vermittelt Informationen und konkrete Handlungsempfehlungen für Bezugspersonen von gefährdeten Menschen. Betroffene werden aber auch direkt angesprochen, wie sie sich selbst helfen können, ihre Gefährdung einzuschätzen oder aus einer Onlinesucht aktive Auswege zu finden. Arbeitsblätter im Anhang geben dazu konkrete Hilfestellungen. Schließlich wird noch aufgezeigt, wie und wo man sich professionelle Hilfe holen kann, wenn man allein nicht zurechtkommt. Immer mehr Fachleute haben sich in den letzten Jahren Kenntnisse und Methoden angeeignet, um Betroffenen rasch und wirkungsvoll helfen zu können. Wenn man Onlinesucht überwinden oder ihr vorbeugen will, dann darf man den Blick nicht einengen auf den Umgang mit den Medien. Man sollte den ganzen Menschen und seinen Alltag, seine Beziehungen und seine Lebensaufgaben einbeziehen. Diesen Ansatz verfolgt der vorliegende Ratgeber. Er beleuchtet die Zusammenhänge, in denen die Nutzung von Onlinemedien stattfindet, und gibt konkrete Hilfestellungen, um das Leben on- und offline ohne Suchtverhalten zu genießen.

Daniel Süss, Professor für Medienpsychologie an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften und Professor für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Mediensozialisation und Medienkompetenz an der Universität Zürich.

1 Einleitung

Medien sind allgegenwärtig. Sie erleichtern unseren Alltag, sorgen für Freude, manchmal aber auch für Kummer. Verbringt das eigene Kind, der Partner oder die Partnerin sehr viel Zeit mit dem Computer oder dem Handy und vernachlässigt Dinge, die er oder sie früher gerne gemacht hat, wirkt sich das meist negativ auf die Beziehung aus. Oft sieht die betreffende Person darin kein Problem. Andere wiederum spüren, dass sie die Kontrolle verloren haben und Hilfe brauchen. Dieser Ratgeber ist für all jene gedacht, welche die Schattenseiten der Medien erleben und Unterstützung suchen.

Meist sind Jugendliche und junge Erwachsene von Onlinesucht betroffen, daher wird auf diese Altersgruppe jeweils speziell eingegangen. Der Ratgeber richtet sich aber auch an andere Altersgruppen, die einen exzessiven Medienumgang haben, sowie an deren Angehörige (zum Beispiel Partnerin oder Partner).

Es liegt in der Natur des Themas, dass das mediale Angebot und der Umgang damit einem ständigen Wandel unterliegt. Zwar wurde versucht, die aktuellsten Untersuchungsergebnisse zu verwenden, diese können jedoch schneller veralten als in anderen Themenbereichen. Darüber hinaus sammeln alle – Eltern, Jugendliche und Fachkräfte – ständig neue Erfahrungen im Umgang mit neuen Angeboten. Insofern ist dieses Buch auch als Momentaufnahme zu verstehen.

Das Buch gliedert sich in einen eher theoretisch und einen eher praktisch ausgerichteten Teil. Nach einem Kapitel zur allgemeinen Mediennutzung werden die Diagnosekriterien für Onlinesucht vorgestellt, um dann auf die Entstehung und Verbreitung dieses Phänomens einzugehen. Auch mögliche Begleiterkrankungen werden angesprochen. Im praktischen Teil des Buches geht es um Regeln zum Medienumgang, verschiedene Formen der Hilfe für Betroffene und das eigentliche Ziel: einen kompetenten Umgang mit den Medien zu finden. Dabei werden Situationen immer wieder anhand von Fallbeispielen vorgestellt, die allesamt aus der Praxis stammen, jedoch anonymisiert wurden. Ein letzter Abschnitt widmet sich der Frage, wann professionelle Hilfe gesucht werden sollte.

Dieser Ratgeber muss nicht unbedingt von vorne nach hinten gelesen werden. Sie können sich auch einfach die Themen herausgreifen, die Sie interessieren. Im Anhang finden Sie ein Glossar, das sowohl die wichtigsten Begriffe erklärt als auch bei der Navigation helfen kann, da die Seitenzahlen vermerkt sind, auf denen diese Begriffe thematisiert werden. Des Weiteren gibt es im Anhang eine Liste mit Adressen und die im Text erwähnten Arbeitsblätter, die auch als Downloads verfügbar sind.

Gerne möchte ich mich an dieser Stelle bedanken, als Erstes beim Hogrefe Verlag, der diesen Ratgeber überhaupt ermöglicht hat, insbesondere Tino Heeg, Susanne Lauri und Eveline Widmer. Sigrid Weber danke ich für das kritische Auge beim Lektorieren und die wertvolle Zusammenarbeit. Weiter danke ich meinen Teamkollegen und -kolleginnen des Forschungsteams Medienpsychologie der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften und des Teams vom IAP Institut für Angewandte Psychologie – Zentrum für klinische Psychologie & Psychotherapie. Ein besonderer Dank geht hier an meine Vorgesetzten, die mich immer dabei unterstützt haben, meine Ziele zu erreichen: Gregor Waller, Marcel Schär, Imke Knafla und Daniel Süss, dem ich auch für das Geleitwort in diesem Buch danke. Zudem hat er mir als Leiter des Psychologischen Instituts der ZHAW ermöglicht, die Überarbeitung der zweiten Auflage zu großen Teilen im Rahmen meiner Arbeitszeit zu machen. Jean-Luc Guyer ein Merci für die vielen inspirierenden Gespräche während des Schreibens. Anna-Lena Huber hat sich während meiner Schreibphase wunderbar um alle Forschungsaufgaben gekümmert und Sonja Weber hat mich während der intensivsten Phase im therapeutischen Bereich vertreten, was mir ermöglicht hat, den Kopf für dieses Projekt freizuhaben – danke euch beiden. Robin Stauer hat alle Angaben zu den Games geprüft – merci. Für die zweite Auflage möchte ich mich bei Ainoa Albertin und Miriam Schnyder für die tatkräftige Unterstützung bei der Recherche und Aktualisierung einiger Textpassagen bedanken. Ebenfalls geht ein herzlicher Dank an all meine Freundinnen und Freunde, die mich auf diesem Weg mit ermutigenden Worten und Gesten und viel Verständnis begleitet haben. Nicht zu vergessen ist meine Familie, die immer an mich geglaubt und mich unterstützt hat. Ganz besonders meine Tochter, die mir einerseits Einblick in die digitale Welt ihrer Generation

gibt, mir aber auch meinen Medienumgang spiegelt. Zu guter Letzt richtet sich mein Dank an alle Klienten und Klientinnen und ihre Familien, die mir in den letzten Jahren ihr Vertrauen geschenkt haben. Ihnen ist dieser Ratgeber gewidmet.

2 Zahlen und Fakten zur Mediennutzung

Das mediale Angebot entwickelt sich rasant und es ist kaum möglich, immer auf dem neuesten Stand zu sein, vor allem dann, wenn man es selbst nicht ständig nutzt. Nichtsdestotrotz lohnt es sich, einen groben Überblick zu haben. Im Folgenden wird dargestellt, welche Angebote es gibt und welche aktuell (2023/2024) in verschiedenen Altersgruppen die Favoriten sind. Da sich die Geräte dahin gehend entwickelt haben, dass sie viele Funktionen in sich vereinen, werden im Folgenden nicht die Geräte vorgestellt, sondern die Inhalte bzw. Funktionen.

Kinder wachsen mittlerweile mit einem großen Repertoire an Medien auf, wie die miniKIM-Studie (Kieninger et al., 2023) aus Deutschland zeigt. Bis zu einem Viertel der Kinder im Vorschulalter (zwei bis fünf Jahre) in Deutschland hat einen Kindercomputer und ein Fünftel besitzt ein Tablet oder einen (Smart-)TV. Gemäß den Haupterziehungspersonen haben 13 Prozent der Kinder Zugang zu einem Streamingabonnement. Kinder im Vorschulalter verbringen ihre Zeit hauptsächlich mit drinnen und draußen Spielen, aber schon an dritter Stelle der jeden oder fast jeden Tag ausgeübten Aktivitäten kommt das Anschauen oder Vorgelesenbekommen von Büchern als analoges Medium. Und an fünfter Stelle (nach Malen/Zeichnen/Basteln) steht bereits das Schauen von Bewegtbildern (Fernsehen, Videos, etc.) (siehe **Abbildung 1**). Knapp ein Fünftel der Vier- bis Fünfjährigen beschäftigt sich mindestens einmal wöchentlich mit einem digitalen Spiel. All diese Angaben stammen von den primären Erziehungspersonen (Kieninger et al., 2023).

Die Bedienung von Geräten wie **Smartphones** oder **Tablets** ist mit der Verbreitung von **Touchscreens** auch für sehr kleine Kinder einfacher geworden, sie erfolgt intuitiv und schon Kinder unter drei Jahren handhaben sie mit einer großen Selbstverständlichkeit. Die meistgenutzte Funktion bei Kindern unter fünf Jahren sind **Videoportale** und **Streamingdienste** (Kieninger et al., 2023).

Aktivitäten im Alltag 2023

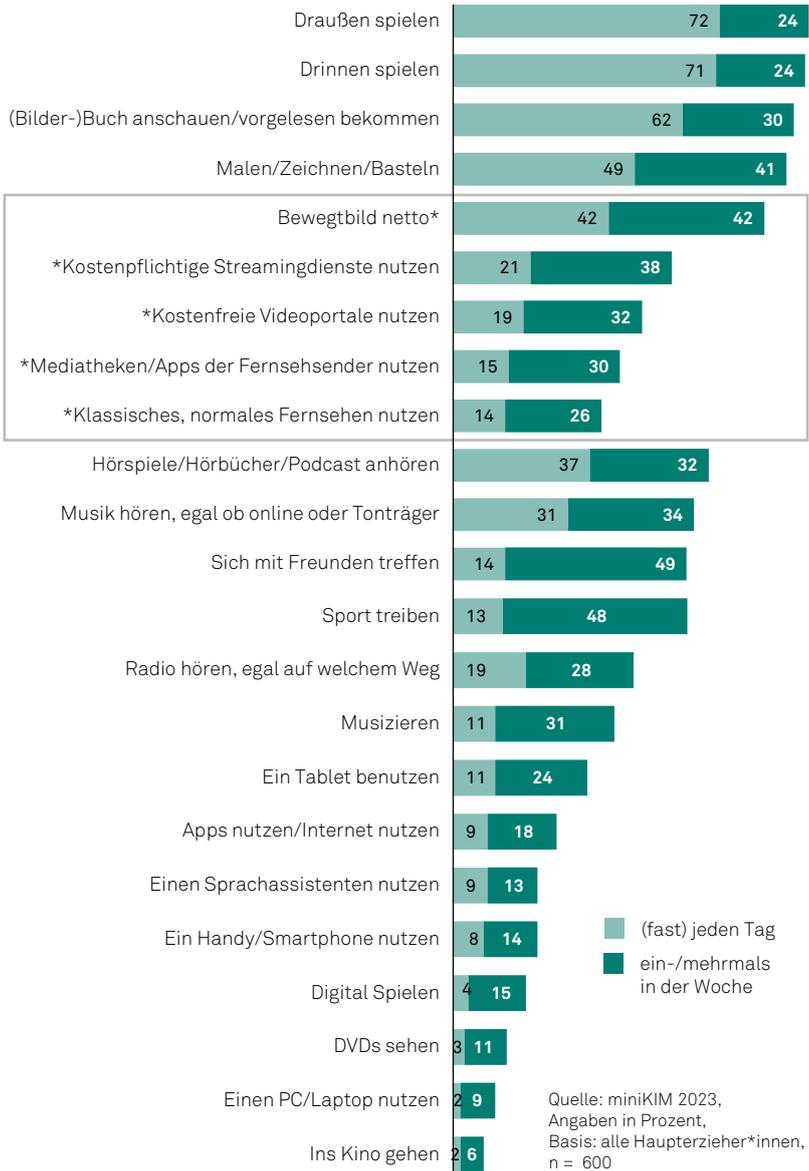


Abbildung 1: Aktivitäten von zwei- bis fünfjährigen Kindern (Kieninger et al., 2023)

Im *Primarschulalter* (sechs bis dreizehn Jahre) nimmt die Mediennutzung einen festen Bestandteil der Freizeit der Kinder ein. 2022 hatte ungefähr die Hälfte der deutschen Primarschüler:innen ein eigenes Smartphone und etwa ein Drittel eine tragbare **Spielkonsole**, einen CD-Player und ein Fernsehgerät im Zimmer, wie die KIM-Studie 2022 zeigt (Feierabend, Rathgeb, Kheredmand & Glöckler, 2023a). Kindercomputer sind bei 15 Prozent der Kinder im Einsatz, 12 Prozent sind in Besitz eines Laptops und etwa ein Fünftel einer festen Spielkonsole. Jedes fünfte Kind hat im eigenen Zimmer Zugang zum Internet und acht Prozent nutzen Streamingdienste, wie beispielsweise Netflix. Nahezu 70 Prozent schauten täglich oder beinahe täglich fern und etwa die Hälfte der Kinder nutzten gleich oft ihr Smartphone oder Handy. Etwa ein Drittel gamten und nutzten das Internet mindestens fast jeden Tag. Die beiden liebsten Freizeitbeschäftigungen der deutschen Primarschülerinnen und -schüler waren 2022 das Treffen von Freunden und draußen spielen. An dritter Stelle steht das Sporttreiben, gefolgt von Unternehmungen mit den Eltern oder der Familie an vierter und Fernsehen sowie gamen beides an fünfter Stelle. Gemäß den Einschätzungen der Eltern sind Kinder im Alter von sechs bis dreizehn Jahren an einem Wochentag durchschnittlich 43 Minuten online, wobei die Nutzungsdauer mit zunehmendem Alter deutlich steigt. Jeweils etwa 40 Prozent der Kinder gaben an, Serien, Filme oder Videos aus Langeweile zu schauen oder weil sie etwas Spannendes erleben wollen, und 37 Prozent nutzten diese, um sich nicht allein zu fühlen. Der Messenger-Dienst WhatsApp wurde von 48 Prozent als beliebteste App angegeben, gefolgt von YouTube (30 Prozent) und **TikTok** (28 Prozent). Knapp ein Drittel der Kinder, welche das Internet nutzte, machte von **Sprachassistenten**-Diensten wie Alexa oder Siri Gebrauch (Feierabend et al., 2023a).

In der Schweiz beschäftigen sich zwischen 70 und 80 Prozent der Primarschulkinder mindestens einmal wöchentlich mit Medientätigkeiten, wie Fernsehen, Musikhören und Bücherlesen- oder anschauen (Suter et al., 2023). Die regelmäßige Nutzung vieler medialer Angebote steigt mit dem Alter grundsätzlich an. Auch das Handy nutzten mehr als die Hälfte der Kinder mindestens wöchentlich und zwei Drittel gamten oder nutzen das Internet, indem sie Videos schauen oder anderen Onlinetätigkeiten nachgehen. Im Alter von ungefähr zehn

Jahren gibt es häufig einen sprunghaften Anstieg in der Häufigkeit der Nutzung. Wie auch in **Abbildung 2** zu sehen, hören die Mädchen mehr Musik und Hörspiele und lesen mehr Bücher. Mit Abstand der größte Unterschied zwischen den Geschlechtern zeigt sich beim Gamen.

Schweizer Kinder nutzen an durchschnittlichen Wochentagen etwa 43 Minuten das Internet und gamen ungefähr eine Viertelstunde (Suter et al., 2023). Auch sie sind schon aktiv in Social Networks unterwegs,

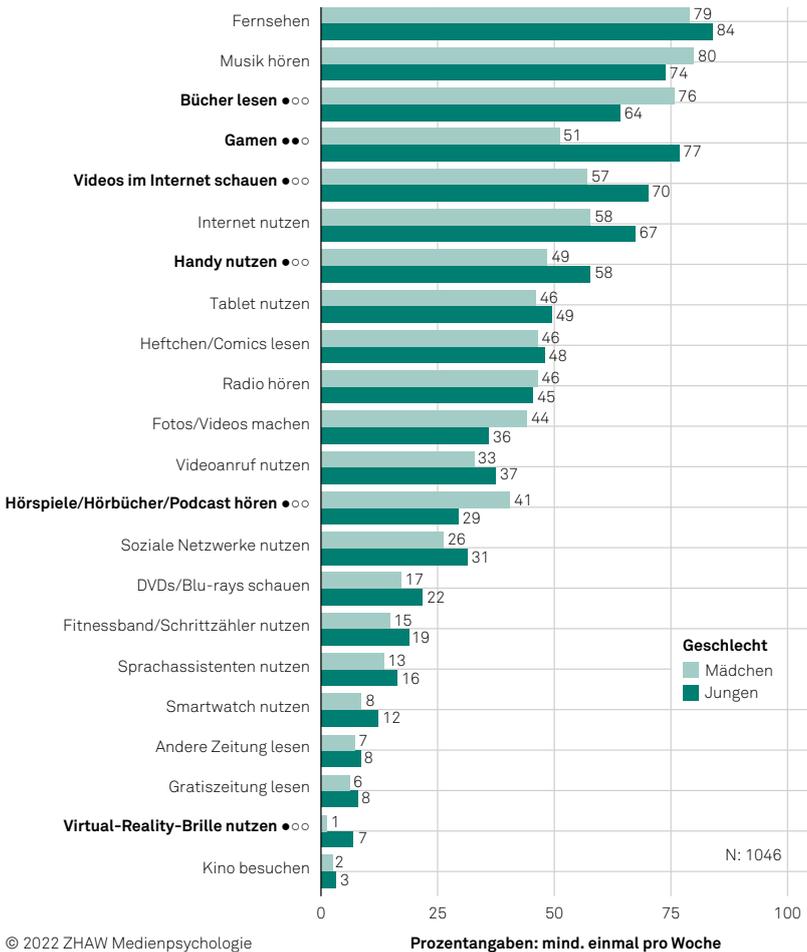


Abbildung 2: Freizeitaktivitäten mit Medien von Kindern (sechs bis dreizehn Jahre) (Suter et al., 2023)

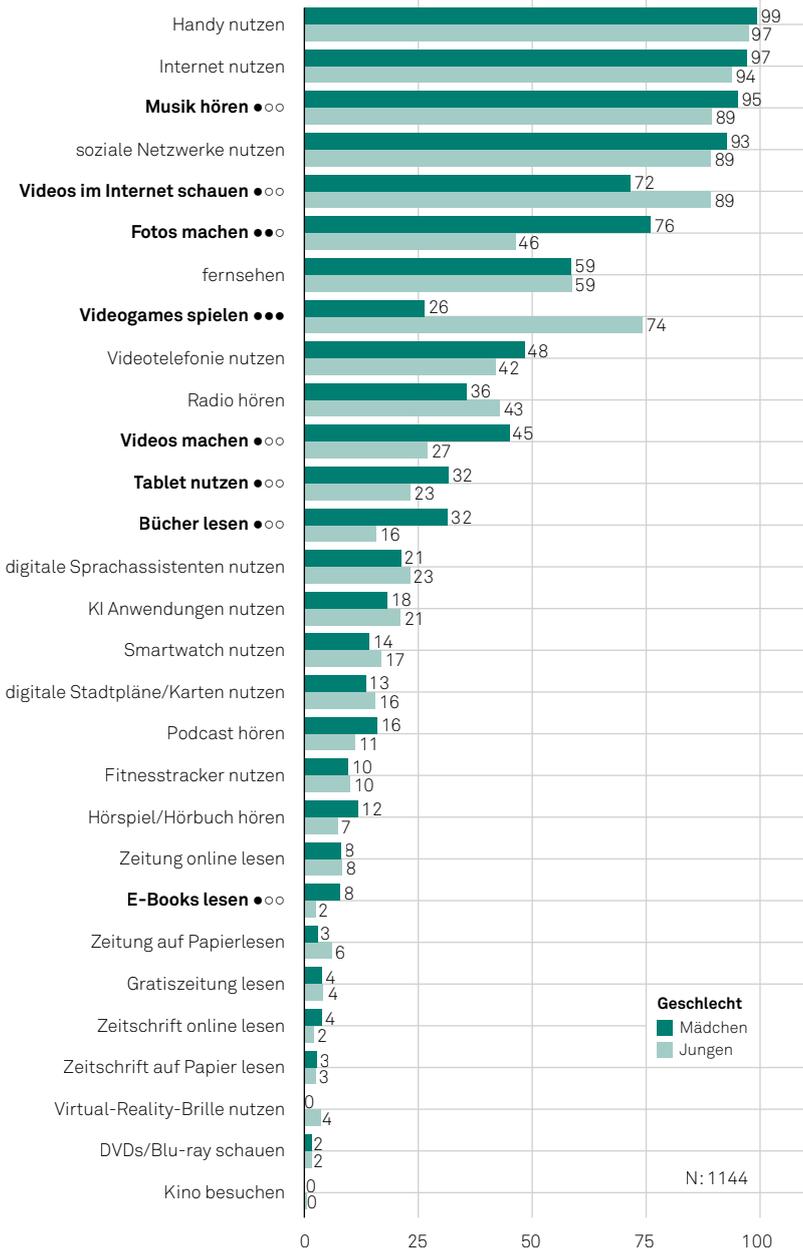
ungefähr 36 Prozent gibt YouTube oder TikTok als Lieblingsapp an und knapp ein Drittel nutzt am liebsten Instagram. In der Schweiz besitzen 44 Prozent der Kinder ein eigenes Smartphone (Suter et al., 2023).

Das Smartphone und der Computer oder Laptop mit Internetanschluss sind die täglichen Begleiter der Jugendlichen (zwölf bis neunzehn Jahre). Laut der JAMES-Studie 2024 (Külling-Knecht et al., 2024) haben 99 Prozent der Schweizer Jugendlichen ein solches Gerät. In Deutschland besitzen 98 Prozent der Jugendlichen ein Smartphone (Feierabend, Rathgeb, Gerigk & Glöckler, 2024). Das Smartphone ist ein Hybrid, d. h., es vereint sehr viele Funktionen in sich: Es ist ein Mobiltelefon, aber auch eine Uhr, eine Spielkonsole, TV, Fahrplan und vieles mehr. Es kann beinahe alles, was ein Computer kann – nur ist der Bildschirm kleiner. Welche Medien die Schweizer Jugendlichen regelmäßig nutzen, zeigt **Abbildung 3**.

Die dargestellten Studien (JIM und KIM sowie JAMES und MIKE) werden vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (MPFS) und der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in regelmäßigen Abständen, meist alle ein bis zwei Jahre, durchgeführt und sind jeweils online als PDF abrufbar (siehe www.mpfs.de und www.zhaw.ch/psychologie/james). Sie geben einen aktuellen Überblick über die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen in Deutschland und der Schweiz.

Digitale Medien sind aber längst nicht mehr nur Kindern und Jugendlichen vorbehalten. **Tabelle 1** zeigt, dass Erwachsene sie ebenfalls in ihrer Freizeit nutzen und auch Senior:innen gewisse Angebote für sich entdeckt haben – manche sprechen liebevoll von Grey Gamern und Silver Surfern. Die regelmäßig durchgeführten ARD-ZDF-Onlinestudien zeigen, wie sich die Internetnutzung in verschiedenen Altersgruppen in Deutschland entwickelt hat (Beisch & Koch, 2023).

Die tägliche Onlinezeit im Jahre 2023 nimmt mit dem Alter ab, liegt bei den über 50-Jährigen aber immer noch bei 98 Minuten. Die 14- bis 29-Jährigen sind 257 Minuten pro Tag online und die 30- bis 49-Jährigen 180 Minuten. Jedoch sank die tägliche Nutzungsdauer erstmals seit fünf Jahren über alle Altersgruppen hinweg unterschiedlich und in der Gesamtbevölkerung um 21 Minuten (Beisch & Koch, 2023).



© 2024 ZHAW Medienpsychologie

Prozentangaben: täglich/mehrmals pro Woche

Abbildung 3: Medientätigkeiten von Schweizer Jugendlichen nach Geschlecht (Küling-Knecht et al., 2024)