



Wir präsentieren den Digital Well-Being Index

Bei Snap ist nichts wichtiger als die Sicherheit und das Wohlergehen der Snapchat Community. Bei uns gelten Richtlinien und Regeln, die genau festlegen, welche Art von Inhalt und welches Verhalten bei Snapchat akzeptabel sind. Wir bieten Tools und Ressourcen für die Sicherheit von Snapchattern. Außerdem sind wir mit anderen Akteuren der Branche und im gesamten Tech-Ökosystem in Kontakt, um insbesondere Teenager und junge Nutzer besser zu schützen.

Um zu verstehen, wie es Teenagern und jungen Erwachsenen online geht, besonders nach der weltweiten COVID-19-Pandemie, haben wir 2022 eine Studie zum digitalen Wohlbefinden der Generation Z durchgeführt. Diese Studie, die auf über vier Jahrzehnte Forschung zu subjektivem Wohlbefinden zurückgreift, wurde an die Online-Umgebung angepasst. So ist der Digital Well-Being Index (DWBI) entstanden, mit dem das geistige Wohlbefinden der Generation Z online gemessen werden soll.

Wir haben Teenager (Alter von 13 bis 17), junge Erwachsene (Alter von 18 bis 24) und Eltern von Teenagern (Alter von 13 bis 19) in sechs Ländern befragt: Australien, Frankreich, Deutschland, Indien, Vereinigtes Königreich und USA. Wir haben Teilnehmer zu ihren Kontaktpunkten mit diversen Onlinerrisiken befragt und aus diesen Ergebnissen und anderen Antworten zu ihren Ansichten einen DWBI für jedes Land sowie einen Gesamtindex für alle sechs Länder erstellt. Die Studie wurde zwischen dem 22. April 2022 und dem 10. Mai 2022 durchgeführt.

DWBI-Ergebnisse für 2022

Der erste Digital Well-Being Index dieser sechs Regionen liegt bei 62. Auf einer Skala von 0 bis 100 ein eher durchschnittlicher Wert – weder besonders gut noch besonders bedenklich. Nach Ländern aufgeführt hat Indien mit 68 den höchsten DWBI erreicht, Frankreich und Deutschland liegen mit 60 unter dem Durchschnittswert für die sechs Länder. Australiens DWBI beträgt 63, das Vereinigte Königreich erreichte den Durchschnittswert 62, die USA 64.

Der Index setzt das PERNA-Modell ein, eine Variante einer bestehenden Forschungsmethode, die 20 Gefühlsaussagen aus fünf Kategorien umfasst: **Positive Emotion** (positive Gefühle), **Engagement** (Verweildauer), **Relationships** (Beziehungen), **Negative Emotion** (negative Gefühle) und **Achievement** (Erfolgserlebnisse). Die Befragten wurden gebeten, den Grad ihrer Übereinstimmung mit jeder der 20 Aussagen anzugeben. Dabei sollten sie ihre gesamten Online-Erfahrungen auf jedem Gerät in den vorangegangenen drei Monaten berücksichtigen. Eine Beispielaussage für jede der fünf Kategorien ist nachfolgend aufgeführt.

Über [diesen Link](#) gelangst du zu einer genauen Auflistung aller 20 Aussagen.

Die Rolle der sozialen Medien

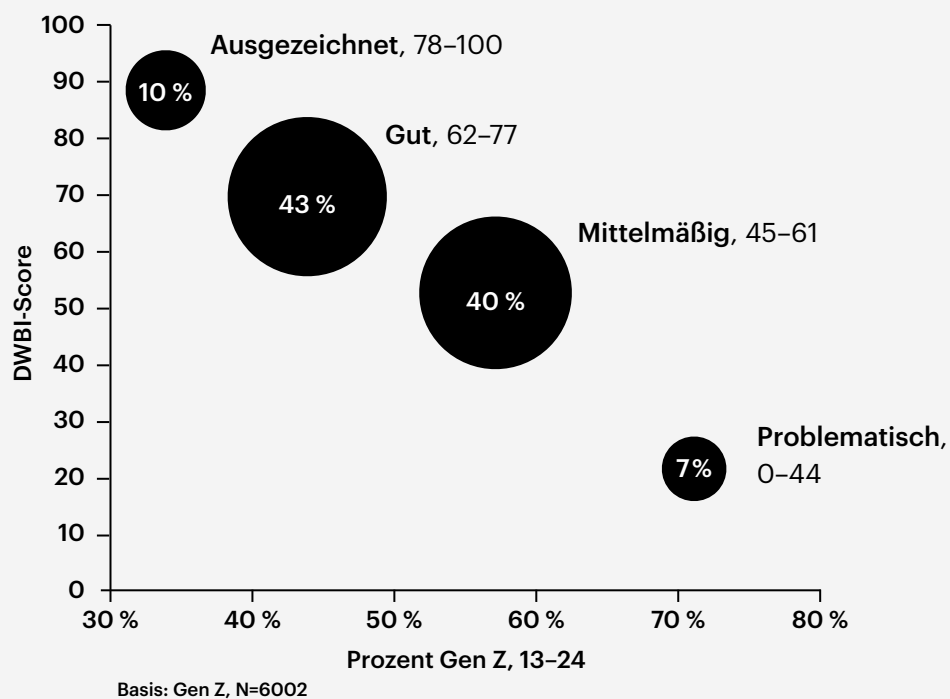
Für jeden Befragten wurde auf der Grundlage der 20 Gefühlsssaussagen ein Wert für den DWBI berechnet. Die Werte wurden in die vier Gruppen des DWBI eingeteilt: ausgezeichnet (10%), gut (43%), mittelmäßig (40%) und problematisch (7%).

(Weitere Details auf der nächsten Seite.)

Indexkategorie	Beispiel-Gefühlsaussage
Positive Gefühle	Habe mich oft glücklich gefühlt
Verweildauer	War völlig vertieft in das, was ich online gemacht hab
Beziehungen	Habe Menschen in meinem Leben online, denen ich viel bedeute
Negative Gefühle	Habe mir Sorgen darüber gemacht, was andere online über mich sagen könnten
Erfolgserlebnisse	Konnte meine Fähigkeiten und Kompetenzen ausbauen



DWBI-Gruppengrößen und Score-Bereiche



DWBI-Gruppe	Beschreibung
Ausgezeichnet (sehr gut)	Sehr positiv – bewerten alles ganz oben auf der Skala
Gut (hoch)	Bewerten alle Fragen im oberen Bereich; es wird nicht alles positiv bewertet, aber das Meiste
Mittelmäßig (mittel)	Mittelmäßige Bewertungen. Eine Mischung aus positiven und negativen Bewertungen; ist alles nicht so rosig
Problematisch (niedrig)	Bewerten alle Fragen im unteren Bereich der Skala (1–3); haben ständig mit negativen Erlebnissen und Eindrücken zu tun

F5. Welche der folgenden Ereignisse sind dir persönlich in den vergangenen drei Monaten auf einem beliebigen elektronischen Gerät ONLINE widerfahren? Wähle alles Zutreffende aus

Die Studie hat wenig überraschend ergeben, dass soziale Medien eine wesentliche Rolle für das digitale Wohlbefinden der Generation Z spielen – mehr als drei Viertel (78 %) der Befragten gaben an, dass soziale Medien einen positiven Einfluss auf ihre Lebensqualität hätten. Diese Überzeugung war bei Teenagern (84 %) und männlichen Befragten (81 %) noch stärker ausgeprägt, im Vergleich zu jungen Erwachsenen der Generation Z (71 %) und weiblichen Befragten (75 %). Die Meinung von Eltern (73 %) zum Einfluss sozialer Medien ist etwas ausgeprägter als die der jungen Erwachsenen der Generation Z.

Befragte aus der Gruppe „ausgezeichnet“ sahen in den sozialen Medien einen positiven Einfluss auf ihr Leben (95 %), während diejenigen aus der Gruppe „Probleme“ dies als weniger positiv angaben (43 %). Mehr als ein Drittel (36 %) der Befragten aus der Gruppe „ausgezeichnet“ stimmte der Aussage „Ich kann mir mein Leben ohne soziale Medien nicht vorstellen“ zu, während nur 18 % derjenigen aus der Gruppe „problematisch“ dieser Aussage zustimmten. Bei der gegenteiligen Aussage „Die Welt wäre besser ohne soziale Medien“ verkehren sich diese Prozentwerte ins Gegenteil (ausgezeichnet: 22 %, problematisch: 33 %).

Weitere wichtige Ergebnisse

Unsere Studie zu digitalem Wohlbefinden hat weitere interessante Ergebnisse ans Licht gebracht. Im Nachfolgenden findest du einige Highlights, der komplette Bericht ist [hier](#) erhältlich.

- Digitales Wohlbefinden hängt mehr von der Art und Qualität der Onlineinteraktionen ab und weniger von der Zeit, die in sozialen Medien verbracht wird.
- Risiken, die direkt auf eine Person abzielen (z. B. Mobbing, sexuelle Risiken), zeigen einen starken Zusammenhang zu digitalem Wohlbefinden auf, während „normalisierte“ Risiken (z. B. Imitation, Falschinformationen) einen geringen Zusammenhang aufweisen.
- Eltern schätzen das digitale Wohlbefinden ihrer Kinder in der Regel richtig ein. Tatsächlich ist es so, dass Teenager, deren Eltern sich regelmäßig nach den Online- und Social-Media-Aktivitäten ihrer Kinder erkundigt haben, ein höheres digitales Wohlbefinden aufwiesen und größeres Vertrauen ihrer Eltern genossen. Umgekehrt unterschätzten Eltern, die sich nicht regelmäßig nach dem Online-Verhalten ihrer Kinder erkundigten, die Risikoexposition ihrer Kinder in wesentlichem Maße (um nahezu 20 Punkte).
- Gen Z-ler mit einem breiter aufgestellten Support-Netzwerk fallen wenig überraschend eher in die Gruppen „ausgezeichnet“ oder „gut“, was das Online-Verhalten angeht, während Gen Z-ler mit weniger Rückhalt eher den Gruppen „mittelmäßig“ oder „problematisch“ angehören. Als Support-Netzwerk wurden Personen im Leben der jungen Menschen zusammengefasst (Eltern, Bezugspersonen, Lehrer oder vertrauenswürdige Erwachsene oder Freunde), denen die jungen Menschen wichtig sind, die ihnen zuhören oder die jungen Menschen unterstützen.