
SOCIAL MEDIA & MENTAL HEALTH

Auswirkungen von Sozialen Medien auf die Mentale Gesundheit

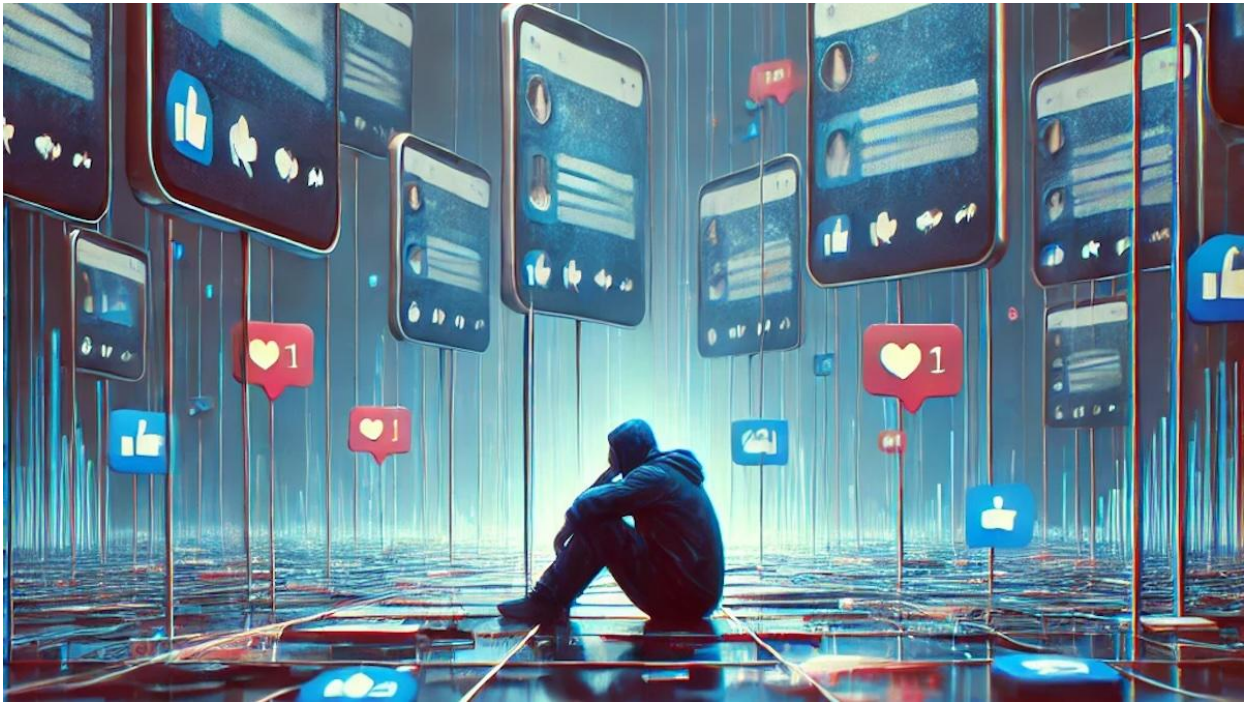


Abbildung 1

Vertiefungsarbeit (ABU)
Daria Udovicic & Angelina Brun
INP22bL
BBZW Sursee
18.12.2025
Examinator: Adrian Felber

Inhalt

1.	Einleitung	3
1.1	Unsere Themenwahl	3
1.2	Unsere Ziele	3
1.3	Danksagung	4
2.	Einführung ins Thema	5
2.1	Persönliche Betroffenheit	5
2.2	Was sind Soziale Medien?	5
2.3	Aktueller Forschungsstand	6
2.4	Was fasziniert Jugendliche an den Sozialen Medien?	6
2.5	Die Macht von Influencerinnen und Influencern	7
3.	Risiken und Folgen	8
3.1	Cyber Mobbing	8
3.2	Privatsphäre	8
3.3	FOMO	9
3.4	Folgen	9
4.	Umfrage	10
4.1	Auswertung Umfrage	10
3.2	Schlussfolgerungen	27
5.	Interview	28
5.1	Personen Auswahl	28
5.2	Fragen	29
6.	Transkription Interview	30
6.1	Fazit Interview	34
7.	Tipps und Tricks	35
8.	Schlusswort	36
9.	Literaturverzeichnis	38
10.	Abbildungsverzeichniss	39
11.	Selbstständigkeitserklärung	40

1. Einleitung

1. Unsere Themenwahl

Wir sind in einer Zeit angekommen, in der die sozialen Medien ein grosser Bestandteil unseres Lebens sind. Wir nutzen die sozialen Medien nicht mehr nur als Informationsquelle, sondern auch für den täglichen Zeitvertreib.

Wir hängen oft stundenlang am Tag an Apps wie TikTok, Snapchat, Instagram und Co., manchmal bewusst, manchmal einfach so. Tatsächlich haben soziale Medien einen grösseren Einfluss auf unser Unterbewusstsein, als wir effektiv merken. Dies kann positiv und motivierend sein, beispielsweise über Influencer, welche uns etwas beibringen und ihre Erfahrungen teilen sowie auch negativen Einfluss, im Sinn von Hasskommentaren und Mobbing haben.

Da soziale Medien heute viel Einfluss haben, wollen wir mit dieser Arbeit genauer analysieren, wie sich die Nutzung auf die psychische Gesundheit auswirkt. Wir verbinden wissenschaftliche Infos mit einer eigenen Umfrage und einem Interview.

2. Unsere Ziele

Einfluss auf mentale Gesundheit erkennen

Wir möchten herausfinden, wie Social Media das Wohlbefinden von Jugendlichen beeinflusst. Das Ziel ist erreicht, wenn wir die wichtigsten Auswirkungen verständlich darstellen und anhand von Forschung, Umfrage und Interview belegen können.

Erkenntnisse aus einer Fachpersonensicht gewinnen

Durch das Interview mit einer Lehrperson erhalten wir Einblicke aus dem schulischen Alltag. Das Ziel ist erreicht, wenn wir die Auswirkungen in unserer Arbeit aufzeigen können.

Eigene Umfrage wissenschaftlich auswerten

Wir befragen unterschiedliche Altersgruppen, um zu erkennen, wie Social Media ihr Selbstbild, ihre Stimmung und ihr Verhalten beeinflusst. Das Ziel ist erreicht, wenn wir genügend Antworten erhalten, Trends erkennen und diese analysieren können.

Massnahmen und Lösungen entwickeln

Basierend auf Theorie, Umfrage und Interview möchten wir Tipps erstellen, wie Jugendliche einen gesunden Umgang mit Social Media entwickeln können. Das Ziel ist erreicht, wenn wir passende Lösungen gefunden haben und konkrete Tipps entwickelt haben, wie Jugendliche bewusster mit Social Media umgehen können

3. Danksagung

Ein riesiges Dankeschön an alle, die unsere Umfrage ausgefüllt haben, eure Rückmeldungen sind unglaublich wertvoll für unsere Arbeit! Ein besonderes Dankeschön geht an unseren Interviewpartner Silvio Barmettler, der sich die Zeit genommen hat, seine Erfahrungen und Einblicke mit uns zu teilen. Vielen Dank auch an Marco Reiter, der uns auf Silvio aufmerksam gemacht hat und an Loris Belfiglio fürs sorgfältige Gegenlesen und die wertvollen Hinweise.

2. Einführung ins Thema

2.1 Persönliche Betroffenheit

Social Media gehört heute fest zu unserem Alltag und ist aus unserem Leben kaum noch wegzudenken. Wir beginnen den Tag mit dem Handy und beenden ihn oft auch damit. Nachrichten, Unterhaltung, Informationen und Kontakte laufen fast nur noch über die sozialen Medien. Viele von uns können sich kaum vorstellen, längere Zeit ohne Social Media zu sein.

Oft greifen wir unbewusst zum Handy, selbst in Momenten, in denen wir eigentlich zur Ruhe kommen sollten. Wenn wir nicht online sind, entsteht schnell das Gefühl, etwas zu verpassen oder nicht dazuzugehören. Social Media beeinflusst, wie wir uns selbst sehen und wie wir glauben, gesehen werden zu müssen. Ständige Vergleiche mit scheinbar perfekten Körpern, Erfolgen und Leben können unser Selbstwertgefühl stark belasten.

Likes, Kommentare und Views geben kurzfristige Bestätigung, erzeugen aber auch Druck. Fehlende Reaktionen oder negative Kommentare können verunsichern und die Stimmung stark beeinflussen. Viele merken, dass ihre Laune von Social Media abhängt, auch wenn sie das nicht möchten. Das dauernde Online sein macht es schwer, abzuschalten und im Moment zu leben.

Unsere Lieblings Influencer machen Werbung für ein Produkt und wir schlagen direkt zu. Wir sehen, wie sie sich kleiden, welchen Schmuck sie tragen, wie sie sich schminken und wir wollen genau das. Oft merken wir nicht, dass das nicht normal ist. Wir sind in einer Zeit angekommen, in der Kaufsucht normalisiert wird. Sie kaufen sich übermässig viele Klamotten, schminke oder sonstiges, was sie eigentlich nicht einmal brauchen und wir lassen uns natürlich davon beeinflussen.

Wir haben uns schon oft in Situationen erwischt, wie wir ein Video, Reel, TikTok oder sonstiges schauen und neidisch werden, wieviel die hinter dem Bildschirm hat.

Echte Pausen ohne Bildschirm fühlen sich ungewohnt an. Langeweile wird vermieden, obwohl sie wichtig für Erholung wäre. So wird Social Media zu einem festen Teil unseres Alltags, der uns verbindet, aber gleichzeitig unsere mentale Gesundheit herausfordert.

2.2 Was sind Soziale Medien?

Social Media sind digitale Plattformen und Technologien, die es den Nutzerinnen und Nutzern ermöglichen, über das Internet zu kommunizieren, sich zu vernetzen, Inhalte auszutauschen und eigene Beiträge zu erstellen – entweder privat, in einer bestimmten Gruppe oder öffentlich. Social-Media-Technologien sind in verschiedene Bereiche einzuteilen:

Kommunikation: Dazu gehören Blogs, Webinare, Mikroblogs und soziale Netzwerke wie Facebook, X (alt Twitter), LinkedIn und Xing.

Multimedia: Hierunter fallen Video- und Foto-Sharing, Live-Streams, Vlogs und Podcasts, wie zum Beispiel auf TikTok, Instagram, YouTube oder Flickr.

Zusammenarbeit und Wissensmanagement: Dazu zählen Wissensplattformen wie Wikipedia, Social Bookmarks, Bewertungsportale und Auskunftsdienste.

Unterhaltung: Hierzu gehören virtuelle Welten, Online-Spiele wie Second Life und mobile Apps.

(oesterreich.gv.at-Redaktion, 2025)

Soziale Medien unterscheiden sich vor allem dadurch von den klassischen Massenmedien, dass sie ausschliesslich über das Internet genutzt werden. Sie sind als sozial betitelt, weil sie den schnellen Austausch von Informationen und Meinungen zwischen den Nutzerinnen und Nutzern ermöglichen. Das kann alles Mögliche sein: ein Geburtstagsgruss, ein Aufruf, eine bestimmte Partei zu wählen, ein Katzenvideo, Hausaufgaben oder eine Online-Präsentation zum Klimawandel. Soziale Medien ermöglichen es, Menschen schnell und direkt miteinander in Kontakt zu bringen, sei es Familie, Freundinnen und Freunde, Mitarbeitende in Unternehmen oder Vereinen, aber auch völlig unbekannte Personen, die gemeinsame Interessen teilen. Dadurch können Nutzerinnen und Nutzer aktiv an Diskussionen teilnehmen und am gesellschaftlichen Leben mitwirken. Dies ist ein Vorgang, der in der Politik als „Partizipation“ bezeichnet wird.

(Toyka-Seid, 2025)

2.3 Aktueller Forschungsstand

Neurowissenschaftliche Studien zeigen, dass soziale Medien tiefgreifende Auswirkungen auf die psychische Gesundheit haben. Während digitale Plattformen Vernetzung und Selbstaussdruck fördern, mehren sich Hinweise auf ihre Rolle bei Angststörungen, Depressionen und veränderten Gehirnstrukturen. Insbesondere der Einfluss auf Dopaminregulation, Schlafzyklen und Selbstwahrnehmung wirft beunruhigende Fragen auf. Die Balance zwischen Nutzen und Risiko scheint komplexer als je zuvor – neue Forschungsergebnisse enthüllen faszinierende und zugleich alarmierende Erkenntnisse.

(Lenz, 2025)

2.4 Was fasziniert Jugendliche an den Sozialen Medien?

Im Jugendalter passiert viel. Man sucht seinen Platz, will dazugehören und herausfinden, wer man ist. Auch früher war das so, mit dem Unterschied, dass dies nicht über Social Media lief. Heute helfen Plattformen wie Instagram, Snapchat, TikTok oder WhatsApp Jugendlichen dabei, mit anderen in Kontakt zu bleiben, sich auszutauschen und Teil einer Gruppe zu sein.

Über Social Media teilen Jugendliche ihr Leben, ihre Interessen und ihre Meinungen. Gemeinsame Hobbys wie Serien, Musik, Games oder Trends erzeugen Gesprächsstoff und verbinden. Likes, Kommentare und Views geben schnelles Feedback und zeigen, wie andere reagieren. Das kann Bestätigung geben und helfen, sich selbst besser zu akzeptieren.

In dieser Phase geht es auch darum, die eigene Identität zu finden, den eigenen Körper zu akzeptieren und herauszufinden, was man mag oder gut kann. Dabei orientieren sich Jugendliche an Gleichaltrigen und Erwachsenen. Social Media spielt dabei eine grosse Rolle, weil man dort Rückmeldungen erhält und sich ausprobieren kann.

(Was fasziniert Jugendliche an sozialen Medien?)

2.5 Die Macht von Influencerinnen und Influencern

Influencerinnen und Influencer zeigen auf Social Media, was gerade im Trend ist. Oft geht es dabei aber nicht nur ums Teilen ihres Lebens, sondern um Werbung. Viele Posts und Videos sollen gezielt Lust auf bestimmte Produkte machen, damit Follower sie kaufen. Dahinter stecken meistens Werbekampagnen und viel Geld, was vor allem Kinder und Jugendliche vermehrt nicht bemerken.

Auf Plattformen wie TikTok, Instagram, Snapchat oder YouTube wirken Influencer sehr nahbar und echt. Sie interagieren mit ihren Followern, antworten auf Kommentare und zeigen ihren Alltag. Genau deshalb werden sie als glaubwürdig wahrgenommen. Dabei zeigen sie meistens nur die schönen Seiten ihres Lebens. Persönliche Inhalte und Werbung vermischen sich, sodass man oft nicht erkennt, dass es sich eigentlich um Werbung handelt.

Sobald Influencer bekannter werden, interessieren sich Firmen für sie. Je mehr Follower jemand hat, desto wertvoller ist er für die Werbeindustrie. Influencer bewerben dann Produkte oder Dienstleistungen oft sehr subtil, sodass es wie eine persönliche Empfehlung wirkt, obwohl sie dafür bezahlt werden.

Die Werbebranche weiss genau, wem Jugendliche folgen und was aktuell angesagt ist. Deshalb wird Werbung gezielt zwischen normalen Beiträgen platziert. Auch wenn Werbung gekennzeichnet sein müsste, beispielsweise mit Werbung oder gesponsert, fällt das vielen nicht auf, weil es oft unauffällig im Text versteckt ist.

Viele Influencer haben ein bestimmtes Thema, wie Gaming, Beauty, Lifestyle oder Mode. Jugendliche, die sich dafür interessieren, schauen diese Inhalte gerne und lassen sich dadurch leichter beeinflussen. Weil Influencer vertrauenswürdig wirken, funktionieren ihre Werbeposts besonders gut vor allem, wenn das Produkt zu ihrem Stil passt.

Wichtig ist aber zu wissen, dass nicht immer alles gerecht abläuft. Likes und Follower könnten gekauft sein und zeigen nicht unbedingt echte Beliebtheit. Deshalb ist es wichtig, dass Jugendliche kritisch bleiben und verstehen, dass auf Social Media oft eine geschönte oder sogar falsche Realität gezeigt wird. Nicht alles, was online perfekt aussieht, ist gleichzeitig auch die Realität.

(Joanna Herzig / Dr. Martin Hermida)

3. Risiken und Folgen

3.1 Cyber Mobbing

Von Mobbing spricht man, wenn eine Person über längere Zeit immer wieder absichtlich von anderen angegriffen, beleidigt oder ausgegrenzt wird. Gerade beim Cyber Mobbing ist es deshalb wichtig, früh hinzuschauen und betroffene Kinder rechtzeitig zu unterstützen.

Wenn Kinder und Jugendliche im Internet oder auf Social Media unterwegs sind, besteht die Gefahr von Cybermobbing. Darunter versteht man Mobbing, das über digitale Medien stattfindet. Es kommt beispielsweise auf Plattformen wie Instagram, TikTok, Snapchat oder Facebook vor, aber auch in Messengern wie WhatsApp oder in Kommentarbereichen von YouTube oder Twitch.

Cybermobbing unterscheidet sich vom klassischen Mobbing, auch wenn beides gleichzeitig passieren kann. Online kann sich Mobbing viel schneller verbreiten und eine grössere Wirkung haben, da mehrere Personen beteiligt sein können und Inhalte jederzeit weitergeteilt werden.

(projuventute)

3.2 Privatsphäre

Hinter Plattformen wie Instagram, TikTok oder YouTube stehen grosse Firmen, die mit Nutzerdaten Geld verdienen. Datenschutz und Privatsphäre sind deshalb sehr wichtig, besonders für Kinder und Jugendliche. Eltern sollten ihre Kinder dabei begleiten und unterstützen.

Schon früh hinterlassen Kinder einen digitalen Fussabdruck, zuerst durch Eltern, später durch eigene Posts, Fotos und Videos. Viele Apps sind standardmässig auf „öffentlich“ eingestellt. Das bedeutet, dass fremde Personen Inhalte sehen, teilen oder kommentieren können. Funktionen wie Standortfreigaben können zusätzlich gefährlich sein, zum Beispiel im Zusammenhang mit Cyber Mobbing oder Cybergrooming (Online-Manipulation von Minderjährigen) (wiki).

Viele Jugendliche schützen ihre Privatsphäre nicht ausreichend. Je mehr persönliche Informationen online geteilt werden, desto mehr Angriffsfläche wird geboten. Firmen nutzen diese Daten gezielt für Werbung und personalisierte Inhalte. Auch Betrüger versuchen, an Daten zu gelangen und sie zu missbrauchen.

Darum ist es wichtig, dass Kinder und Jugendliche lernen, vorsichtig mit persönlichen Angaben umzugehen, Einstellungen zu prüfen und sich bewusst zu werden, mit wem sie welche Daten im Internet teilen.

(datenschutz)

3.3 FOMO

Wir haben alle schon einmal davon gehört, aber was genau ist das? FOMO bedeutet "Fear of missing out" und auf Deutsch übersetzt, bedeutet dies Angst zu haben, etwas zu verpassen. Dieses Gefühl hatten wir sicherlich alle schon mal. Man sieht eine Story oder ein Bild von einer coolen Party, zu der man nicht eingeladen war und gleich macht sich ein komisches Bauchgefühl bemerkbar. Wieso war ich nicht eingeladen? Haben sie mich etwa nicht gern? Haben sie mich vergessen?

Social Media verstärkt FOMO. Einerseits werden täglich unzählige Fotos, Storys und Videos gepostet. Um nichts zu verpassen, stärkt sich das Gefühl, ständig online sein zu müssen. Des Weiteren entsteht der Eindruck, dass andere ein spannenderes und besseres Leben führen. Dadurch wächst auch die Angst, abseits von Social Media etwas zu verpassen.

(studyflix)

3.4 Folgen

- Suizid
- Psychische Belastung
- Depression
- Angstzustände
- Geringes Selbstwertgefühl

4 Umfrage

Als ersten Teil unseres Eigenanteils haben wir eine Umfrage durchgeführt. Dafür haben wir Fragen formuliert, die mögliche Auswirkungen von Social Media sichtbar machen. Die Umfrage wurde an viele unterschiedliche Personen verschickt, sowohl aus dem Betrieb als auch aus dem privaten Umfeld. Insgesamt erhielten wir 166 Antworten, von denen 150 für die Auswertung verwendet werden konnten.

4.1 Auswertung Umfrage

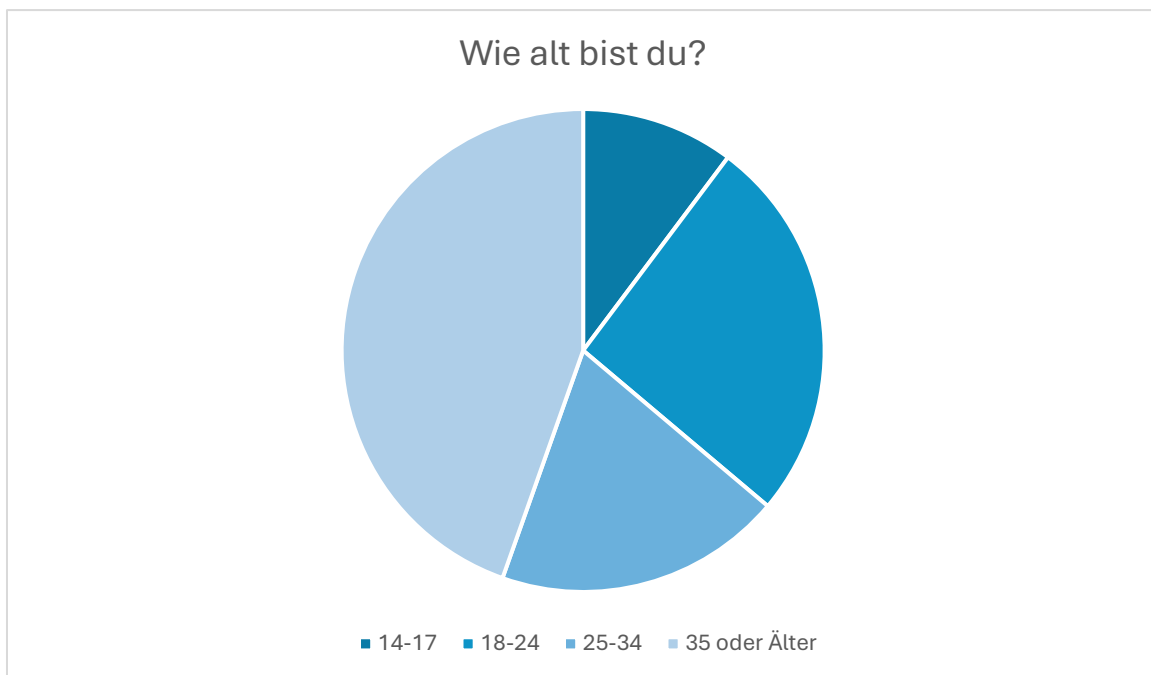


Abbildung 2

Das Diagramm zeigt, dass die grösste Gruppe der Teilnehmenden zwischen 35 Jahren oder älter ist. Diese Gruppe macht fast die Hälfte aller Befragten aus, ist aber leider nicht die gewünschte Zielgruppe für unsere Datenanalyse. Die zweitgrösste Altersgruppe ist diejenige der 18- bis 24-Jährigen, gefolgt von den 25- bis 34-Jährigen. Den kleinsten Anteil bilden die 14- bis 17-Jährigen.

Vorteile:

- Die Ergebnisse spiegeln ein breiteres gesellschaftliches Bild wider.
- Vergleiche zwischen jüngeren und älteren Teilnehmenden sind möglich.
- Trends über mehrere Altersstufen hinweg können erkannt werden.

Nachteil:

- Jugendliche (die eigentliche Zielgruppe) sind in der Befragung untervertreten.
- Aussagen über die Auswirkungen von Social Media auf die jüngste Altersgruppe müssen vorsichtiger interpretiert werden.

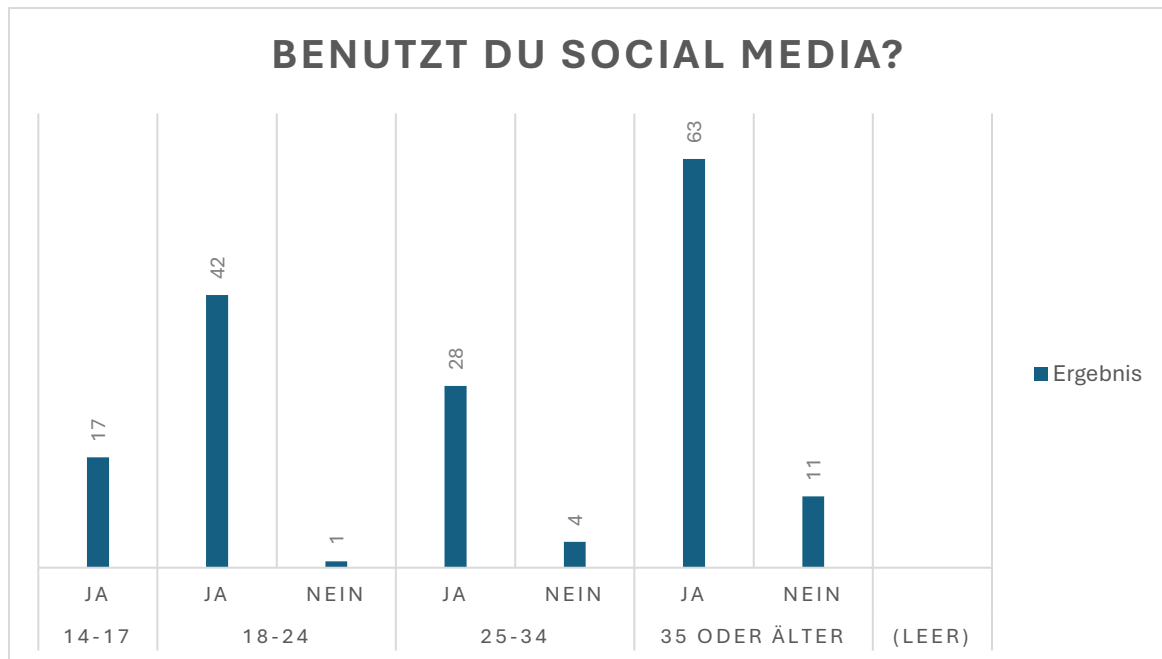


Abbildung 3

Das Diagramm zeigt ein deutliches Ergebnis. Die grosse Mehrheit der Befragten nutzt Social Media. Insgesamt gaben 150 Personen an, Social Media zu verwenden, während nur 16 Personen dies verneinten. Damit nutzen rund 90 % der Teilnehmenden soziale Medien, während nur etwa 10 % darauf verzichten. Die 10 %, die angaben, keine sozialen Medien zu benutzen, wurden für den Rest der Umfrage nicht weiter berücksichtigt.

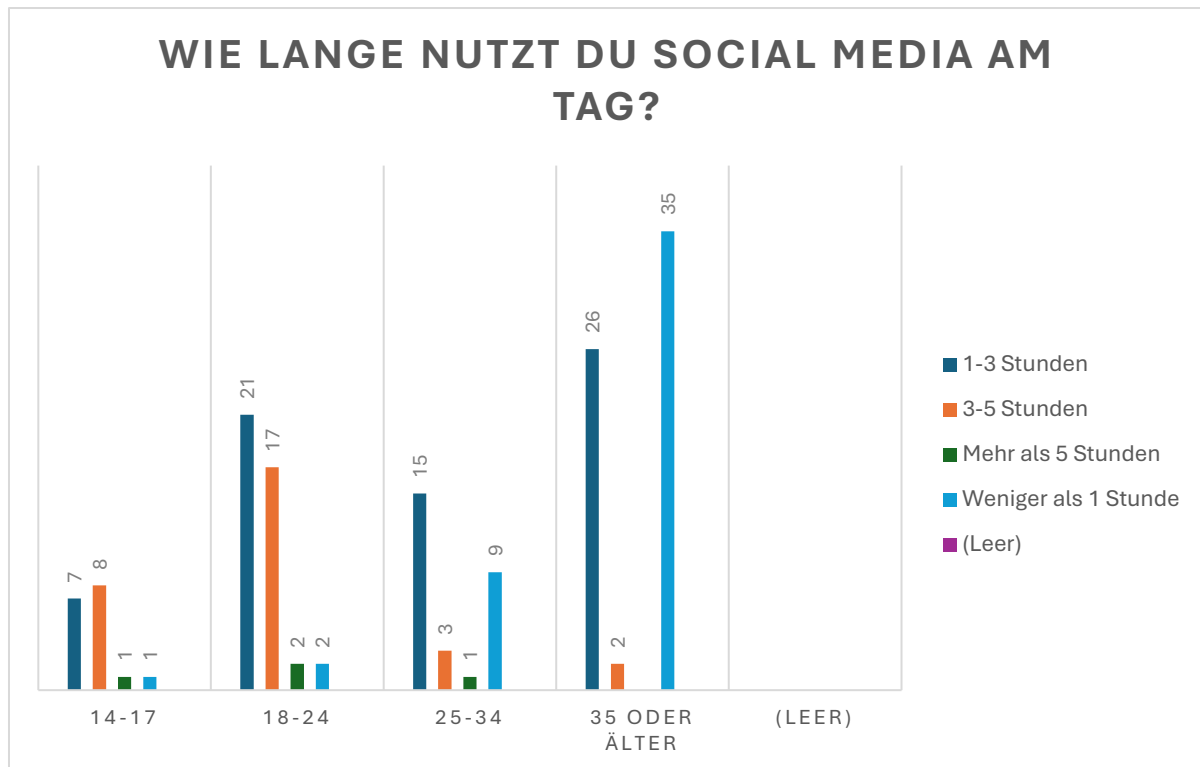


Abbildung 4

Altersgruppe 14–17 Jahre

Die meisten Jugendlichen nutzen Social Media 1–3 Stunden pro Tag. Der grösste Anteil nutzt Social Media 3–5 Stunden täglich, was auf eine intensivere Nutzung hindeutet. Sehr wenige liegen in der Kategorie mehr als 5 Stunden oder weniger als eine Stunde.

Altersgruppe 18–24 Jahre

Auch hier ist 1–3 Stunden die meistgenutzte Kategorie. Die zweithäufigste Nutzung liegt bei 3–5 Stunden, ähnlich wie bei der jüngsten Gruppe. Mehr als 5 Stunden wird, etwas häufiger angegeben als bei den anderen Gruppen.

Altersgruppe 25–34 Jahre

Die Nutzung verschiebt sich leicht: 1–3 Stunden bleibt am häufigsten. Danach folgt weniger als 1 Stunde, was zeigt, dass viele in dieser Altersgruppe Social Media bewusster oder weniger intensiv nutzen. Nur wenige geben 3–5 Stunden oder mehr als 5 Stunden an.

Altersgruppe 35 Jahre oder älter

Hier dominiert eindeutig die Kategorie weniger als 1 Stunde. Danach folgt 1–3 Stunden, was dennoch zeigt, dass Social Media auch in dieser Altersgruppe präsent ist. Kaum jemand nutzt Social Media länger als 3 Stunden pro Tag.

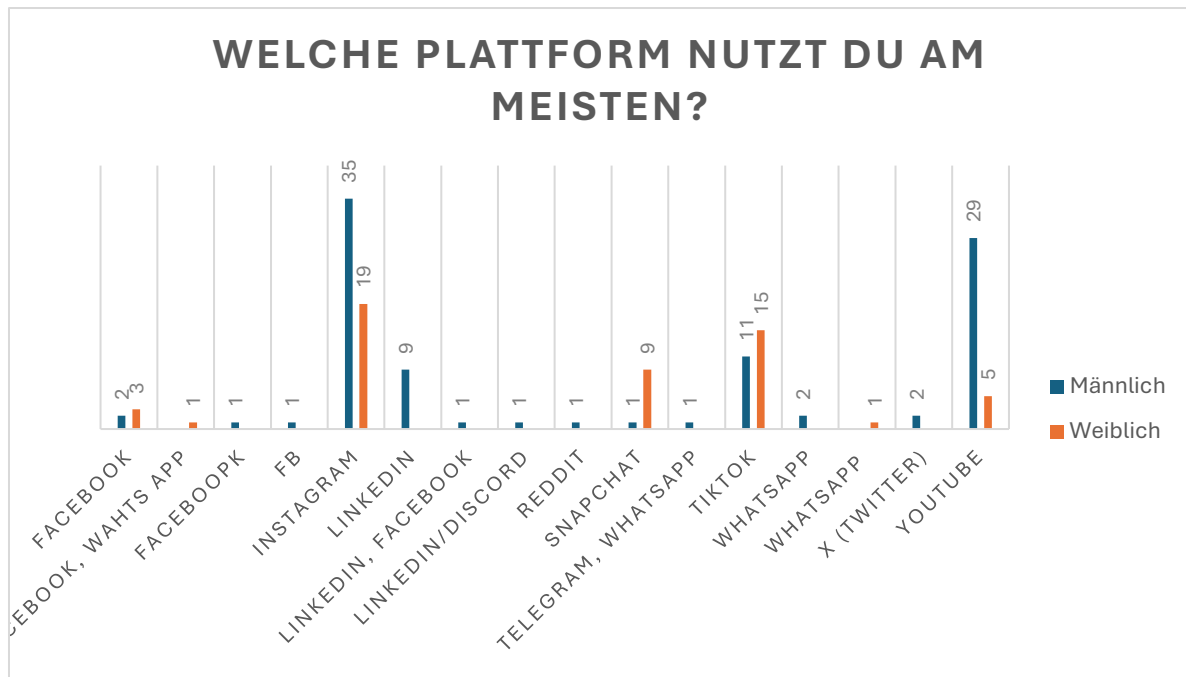


Abbildung 5

Das Diagramm veranschaulicht klare Unterschiede in der Nutzung verschiedener sozialer Medien zwischen Frauen und Männer. Instagram ist die populärste Plattform bei beiden Geschlechtern, wird aber von Männern etwas häufiger genannt. Auch YouTube ist eher bei männlichen Nutzern beliebt.

Frauen bevorzugen hingegen Plattformen wie Snapchat und TikTok, die stärker auf aktuelle Trends und alltägliche Kommunikation ausgerichtet sind. Kleinere Plattformen wie Reddit, Discord oder X (Twitter) werden fast nur von Männern gebraucht. WhatsApp wird von beiden Geschlechtern regelmässig genutzt, ohne grosse Unterschiede.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Männer eine grössere Bandbreite an Plattformen nutzen, während Frauen eher bestimmte trendorientierte oder kommunikationsfokussierte Angebote wählen. Instagram bleibt aber in beiden Gruppen am populärsten.

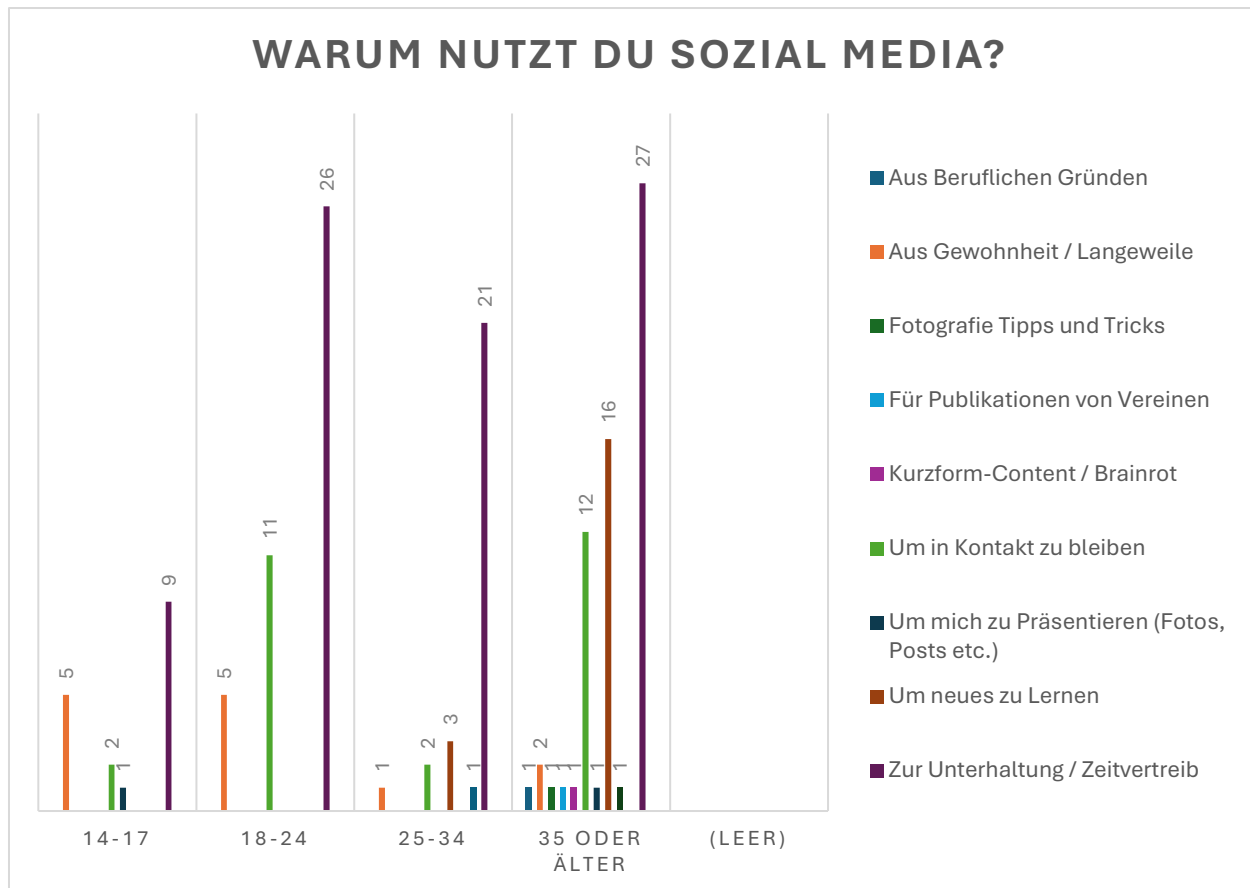


Abbildung 6

Bei den 14–17-Jährigen wird Social Media vor allem zur Unterhaltung / Zeitvertreib und aus Gewohnheit / Langeweile genutzt. Daneben spielt auch der Kontakt zu anderen eine kleinere Rolle.

In der Gruppe 18–24 dominiert ebenfalls klar die Kategorie Unterhaltung/Zeitvertreib. Daneben wird der Kontakt mit anderen um einiges mehr gewertet als bei der jüngeren Generation. Jedoch steht auch hier vor allem Entertainment im Vordergrund.

Bei den 25–34-Jährigen ist die Unterhaltung und der Zeitvertreib weiterhin der wichtigste Grund, allerdings erscheinen hier zusätzlich Gründe, wie Lernen und neues Wissen anreichern. Die Nutzung der sozialen Medien aus Gewohnheit ist hier am tiefsten und wirkt damit etwas zielgerichteter.

In der Gruppe 35+ bleibt zur Unterhaltung/Zeitvertreib zwar der häufigste Grund, aber die Kombination aus Lernen und in Kontakt bleiben werden häufiger genannt als bei den jüngeren Gruppen.

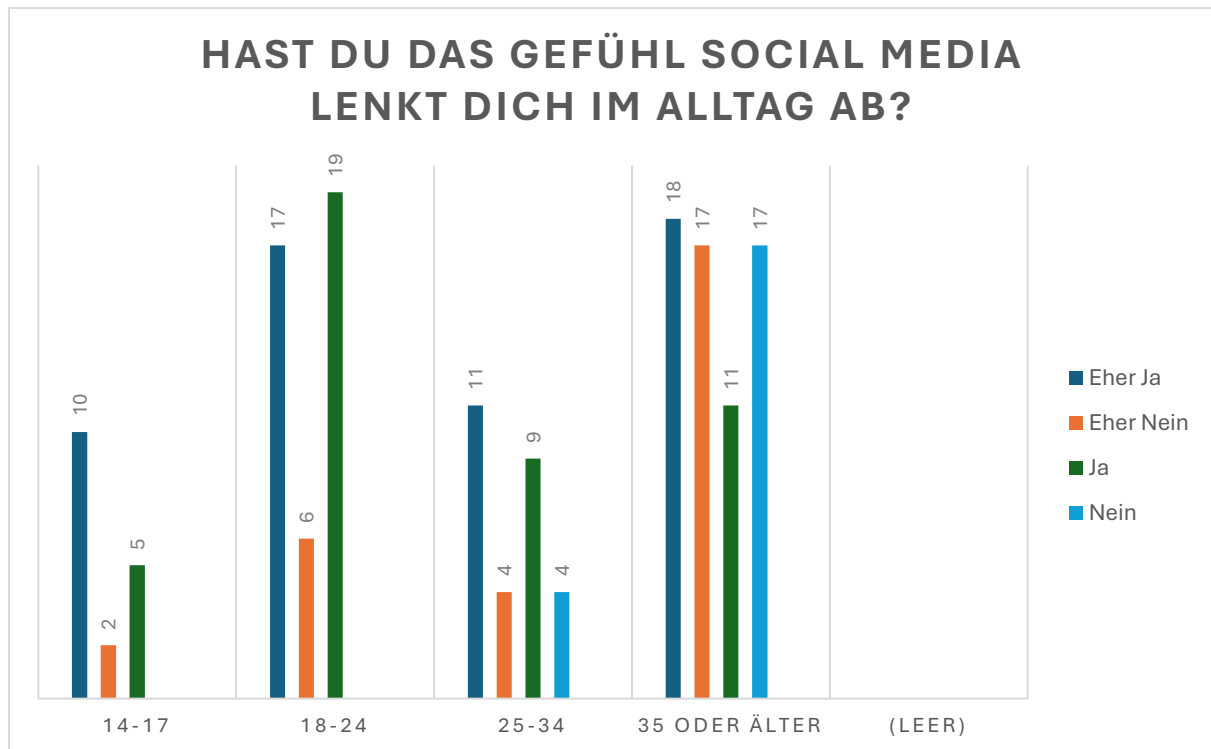


Abbildung 7

Bei den 14–17-Jährigen überwiegt die Antwort «Eher Ja», gefolgt von einigen klaren «Ja»-Antworten. Das zeigt, dass sich die Jugendliche häufig abgelenkt fühlen, aber die Ablenkung noch als eher als moderat einschätzen.

In der Gruppe 18–24 fällt die Ablenkung am stärksten auf. Hier sind sowohl «Ja» als auch «Eher Ja» sehr hoch vertreten. Im Vergleich zu der jüngeren Altersgruppe scheinen die 18–24-Jährigen viel deutlicher zu bemerken, dass Social Media ihren Alltag beeinflusst.

Bei den 25–34-Jährigen ist das Muster ähnlich. Viele geben weiterhin an, abgelenkt zu sein, doch die Anzahl der verneinenden Antworten steigt leicht an.

Die Gruppe 35+ zeigt ein ganz anderes Bild. Anders als die jüngeren Kandidaten haben hier mehr als 53% angegeben, dass sie sich nicht, oder eher nicht von Social Media im Alltag abgelenkt fühlen.

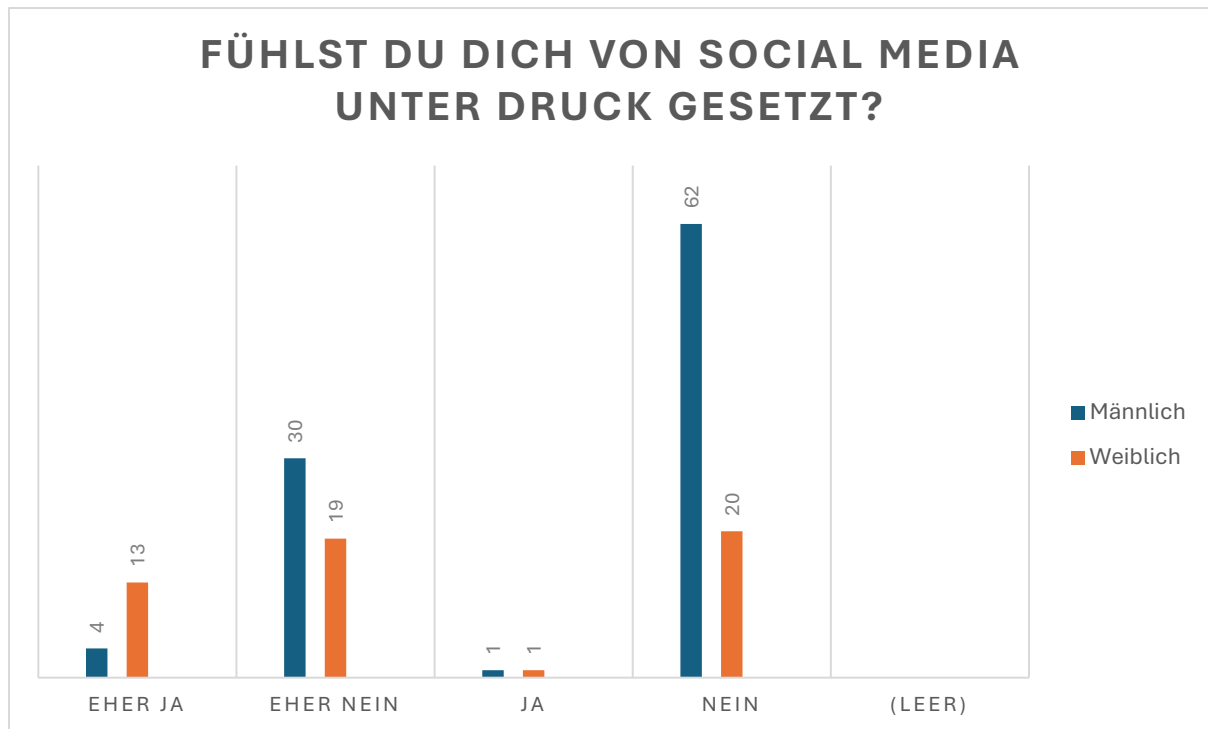


Abbildung 8

Das Diagramm zeigt deutliche Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Teilnehmenden.

Die grosse Mehrheit der Männer gab an, sich nicht von Social Media unter Druck gesetzt zu fühlen. Dies zeigt sich deutlich an der sehr hohen Anzahl an «Nein»-Antworten. Auch «Eher Nein» wurde häufig gewählt.

Bei den Frauen ist das Bild ausgeglichener. Während viele ebenfalls «Nein» oder „Eher Nein“ ankreuzen, gibt es deutlich mehr Antworten in den Kategorien «Eher Ja» als bei den Männern, obwohl rund 65% der Teilnehmer Männer waren. Die Frauen fühlen sich häufiger von Social Media unter Druck gesetzt als Männer.

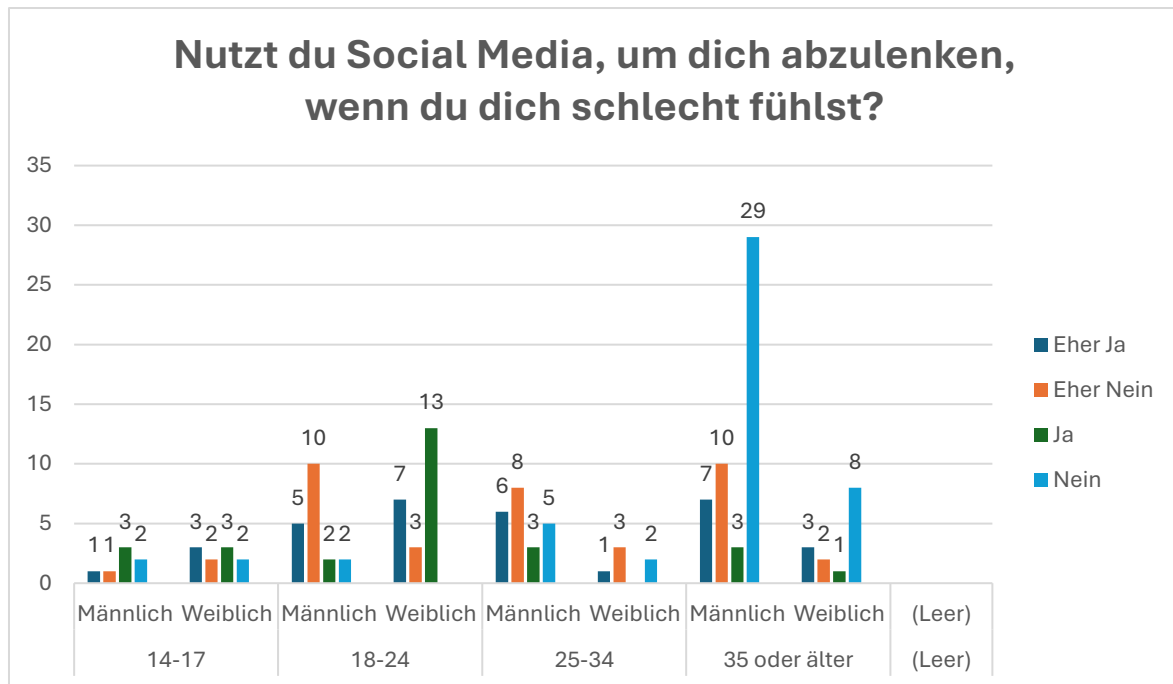


Abbildung 9

Altersgruppe 14–17 Jahre

Bei beiden Geschlechtern ist kein klarer Trend erkennbar. Sowohl männliche als auch weibliche Jugendliche antworten gemischt.

In dieser Altersgruppe wird Social Media teilweise zur Ablenkung genutzt, jedoch nicht durchgängig.

Altersgruppe 18–24 Jahre

Hier fallen die deutlichsten geschlechtsspezifischen Unterschiede auf.

- Weiblich: sehr hohe «Ja»-Antworten, sie nutzen Social Media am häufigsten zur emotionalen Ablenkung.
- Männlich: eher «Eher Nein» und weniger «Ja».

Frauen in diesem Alter nutzen Social Media deutlich häufiger als Coping-Strategie.

Altersgruppe 25–34 Jahre

In beiden Geschlechtern nehmen die «Ja»-Antworten stark ab. «Eher Nein» dominiert. Social Media verliert in dieser Altersgruppe an Bedeutung als Ablenkungsinstrument.

Altersgruppe 35 Jahre oder älter

Die Männer haben sehr hohe «Nein»-Werte. Social Media dient ihnen klar nicht zur emotionalen Ablenkung. Die Frauen tendieren leicht höherer Nutzung zur Ablenkung als die Männer. Generell nimmt die Nutzung von Social Media als Stimmungsregulation mit dem Alter deutlich ab.

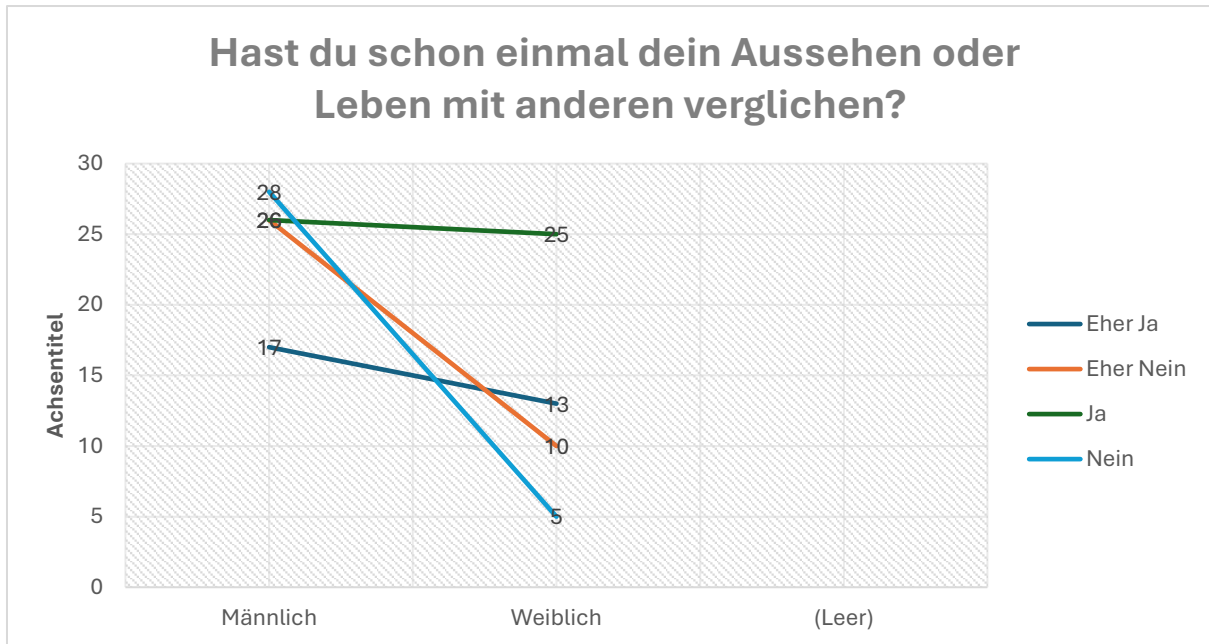


Abbildung 10

Während Männer häufiger angeben, sich nicht zu vergleichen, zeigen Frauen eine deutlich stärkere Tendenz zu sozialem Vergleich. Die Antwortverteilung bestätigt ein bekanntes Muster aus der Forschung. Jael Bernath forscht zu Mediennutzung und deren Einfluss auf die psychische Gesundheit von Kindern bis Jugendlichen. Sie hat einem Interview mit SRF zum Thema Studie zu Schönheitsidealen bestätigt, dass Mädchen eher zu sogenannten sozialen Aufwärtsvergleichen neigen. Das sind Vergleiche mit idealisierten und schwer erreichbaren Bildern. Diese wirken sich negativ auf das eigene Körperbild aus.

(Bernath, 2025)

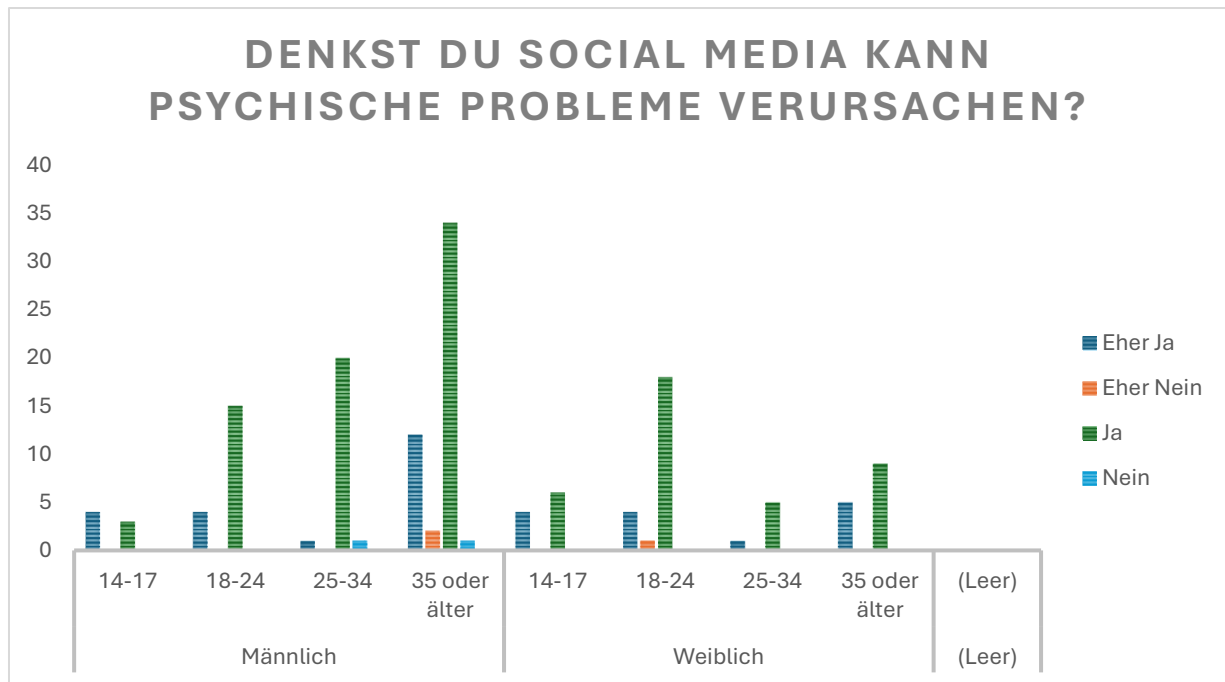


Abbildung 11

Analyse auf die Geschlechter verteilt:

Bei den Männern ist in allen Altersgruppen die Zustimmung («Ja» und «Eher Ja») klar dominierend. Auch bei den weiblichen Befragten überwiegt die klare Zustimmung. In der Altersgruppe 18–24 ist die Anzahl der klaren «Ja»-Antworten bei beiden Geschlechtern besonders hoch. Ablehnende Antworten («Nein» oder «Eher Nein») kommen bei den Männern nur vereinzelt vor. Nur eine Frau beantwortete diese Frage verneinend, mit «Eher Nein». Frauen und Männer zeigen hier ein sehr ähnliches Muster. Die grosse Mehrheit sieht Social Media als möglichen Auslöser für psychische Probleme. Die Wahrnehmung des Risikos ist bei Frauen insgesamt etwas ausgeprägter.

Analyse auf die Altersunterschiede verteilt:

Die jüngere Gruppe (14–17) stimmt überwiegend zu, jedoch etwas weniger stark als die älteren Gruppen. Die höchste Risikowahrnehmung findet sich bei beiden Geschlechtern, bei den Befragten zwischen 18 und 34. Diese Teilnehmenden beurteilen die psychischen Risiken offenbar kritischer, möglicherweise aufgrund grösserer Lebenserfahrung, da diese Altersgruppen eher zu denen gehören, welche mit mobilen Geräten, Social Media und dem Internet aufgewachsen sind.

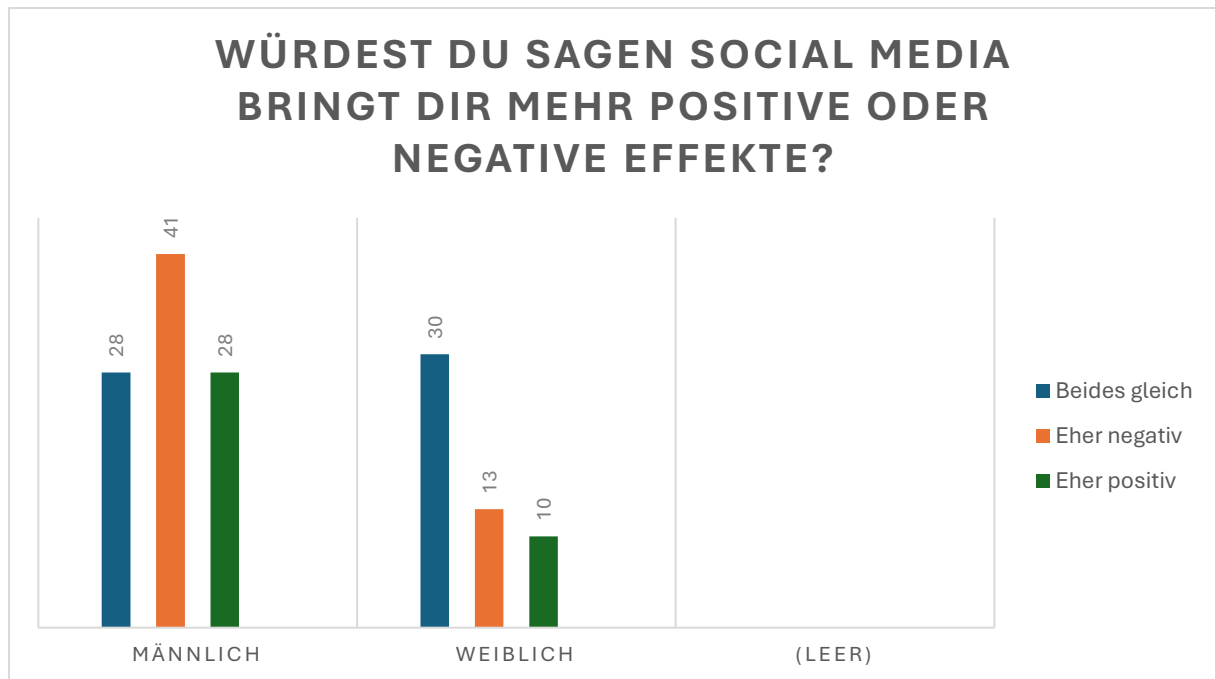


Abbildung 12

Bei den männlichen Befragten überwiegt eine negative Einschätzung der Social-Media-Nutzung. 41 Männer geben an, dass Social Media für sie «eher negative» Effekte hat. Von den restlichen 56 antwortete die Hälfte, dass positive und negative Effekte für sie «gleich stark» seien, die andere Hälfte beurteilt Social Media als «eher positiv». Die männlichen Teilnehmenden sind einerseits kritisch und sehen häufiger negative Auswirkungen, andererseits zeigt ein ähnlich grosser Anteil, dass Social Media für sie sowohl positive als auch negative Seiten hat. Das Bild ist insgesamt ausgewogen, aber tendenziell negativ geprägt.

Die weiblichen Befragten zeigen ein deutlich anderes Antwortmuster. 30 Frauen gaben an, dass die positiven und negativen Effekte von Social Media für sie «gleich stark» seien. Nur 13 Frauen sahen «eher negative» Effekte. Frauen schätzen die Auswirkungen von Social Media insgesamt ausgeglichener und weniger negativ ein als Männer.

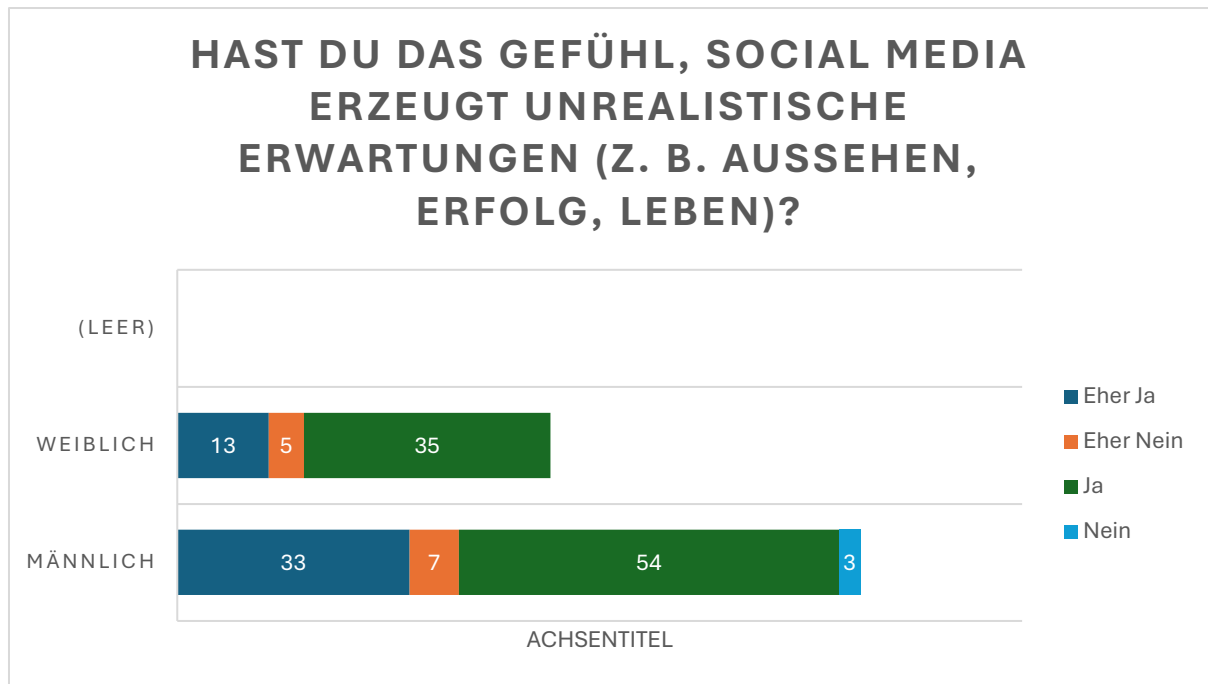


Abbildung 13

Die meisten Männer haben die Frage klar mit «Ja» beantwortet (über 50 Antworten). Nur 7 Männer sehen die Auswirkungen weniger kritisch. Nur drei der männlichen Teilnehmenden haben die Frage mit «Nein» beantwortet.

Die grosse Mehrheit der männlichen Befragten nimmt Social Media als Plattform wahr, die verzerrte Darstellungen von Aussehen, Erfolg und Lebensstil vermittelt. Somit erkennen sie deutlich, dass Social Media unrealistische Ideale erzeugt.

Auch bei den weiblichen Befragten überwiegt die Zustimmung klar. 35 Frauen stimmen eindeutig mit «Ja» zu und die Antwort «Nein» wurde gar nicht gewählt. Frauen erkennen ebenfalls, dass Social Media unrealistische Erwartungen vermittelt, ähnlich deutlich wie Männer, aber insgesamt etwas weniger klarer ausgeprägt.

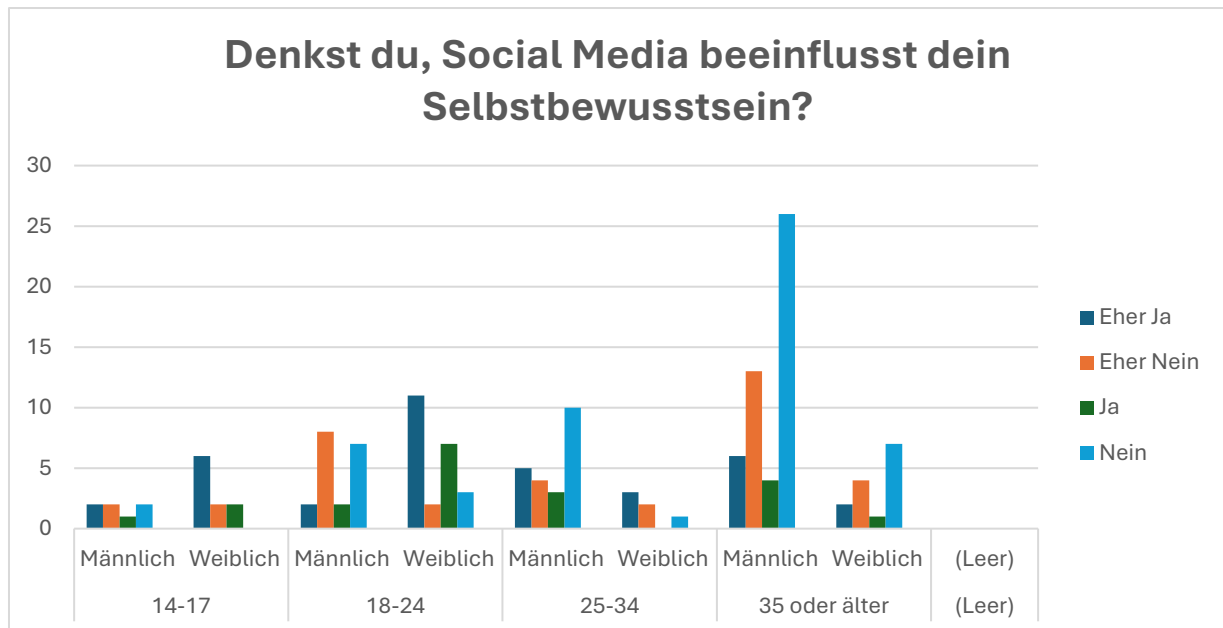


Abbildung 14

Altersgruppe 14–17 Jahre

Die Antworten der männlichen Teilnehmer verteilen sich relativ gleichmässig. Sie tendieren jedoch leicht zu «Nein» bzw. «Eher Nein». Die weiblichen Teilnehmer haben einen höheren Anteil an «Eher Ja». Mehr Mädchen als Jungen erkennen einen Einfluss auf das Selbstbewusstsein. Weibliche Jugendliche sind vergleichsweise empfindlicher bzw. bewusster gegenüber Social-Media-Einflüssen als gleichaltrige Jungs.

Altersgruppe 18–24 Jahre

Die Antworten der männlichen Teilnehmer sind eine Mischung aus allen Antwortkategorien, mit deutlichem Schwerpunkt auf „Eher Nein“. Bei ihnen ist die Zustimmung zum Einfluss vorhanden, aber moderat. Bei den weiblichen Teilnehmern ist die Zustimmung sehr hoch, viele Antworten bei «Eher Ja» und «Ja». Sie sind im Vergleich die stärkste Influenzierungsgruppe im ganzen Datensatz. Frauen zwischen 18 und 24 fühlen sich klar am stärksten von Social Media in ihrem Selbstbewusstsein beeinflusst, während Männer derselben Altersgruppe deutlich weniger Zustimmung zeigen.

Altersgruppe 25–34 Jahre

Die Mehrheit der männlichen Teilnehmer zeigt geringe bis mittlere Zustimmung. Jedoch sind bei den Frauen die Antworten «Eher Ja» und «Ja» weniger stark vertreten als bei Männern. Zudem gibt es bei den weiblichen Teilnehmern keine «Ja»-Antworten.

Altersgruppe 35 Jahre oder älter

Hier gleiche sich die Antworten wieder aus. Ältere Männer und Frauen sind die am wenigsten beeinflussbare Gruppe, während jüngere Frauen zwischen 14 und 24 am sensibelsten reagieren.

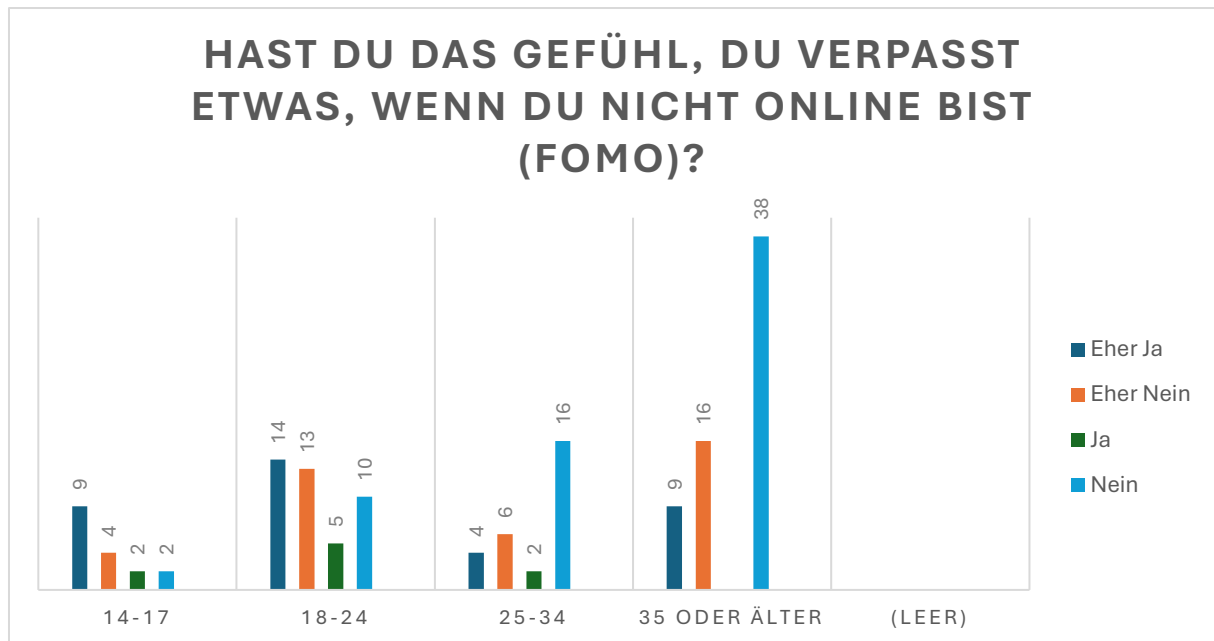


Abbildung 15

Altersgruppe 14–17

In dieser Altersgruppe ist FOMO am stärksten ausgeprägt. Einige Jugendliche berichten von FOMO (insbesondere «Eher Ja»). Gleichzeitig geben viele an, dass sie (eher) nicht das Gefühl etwas zu verpassen haben. Dies weist darauf hin, dass FOMO (aus dem englischen «fear of missing out») zwar vorhanden ist, jedoch nicht flächendeckend verbreitet.

Altersgruppe 18–24

In dieser Altersgruppe zeigt sich ein gemischtes Bild. Die Werte für «Eher Ja» und «Eher Nein» sind deutlich höher als bei den 14–17-jährigen. Gleichzeitig steigt auch der Anteil derjenigen, die klar «Nein» sagen.

Altersgruppe 25 +

Hier zeigt sich ein Rückgang der FOMO-Werte. «Eher Nein» und vor allem «Nein» nehmen deutlich zu. Nur zwei berichten von FOMO. Diese Altersgruppe wirkt digital entspannter, möglicherweise aufgrund stabilerer Alltagsstrukturen (Beruf, Beziehungen, weniger sozialer Vergleichsdruck). Dies zeigt, dass ältere Erwachsene kaum das Gefühl haben, online etwas zu verpassen. Die Nutzung ist funktionaler, weniger sozial getrieben.

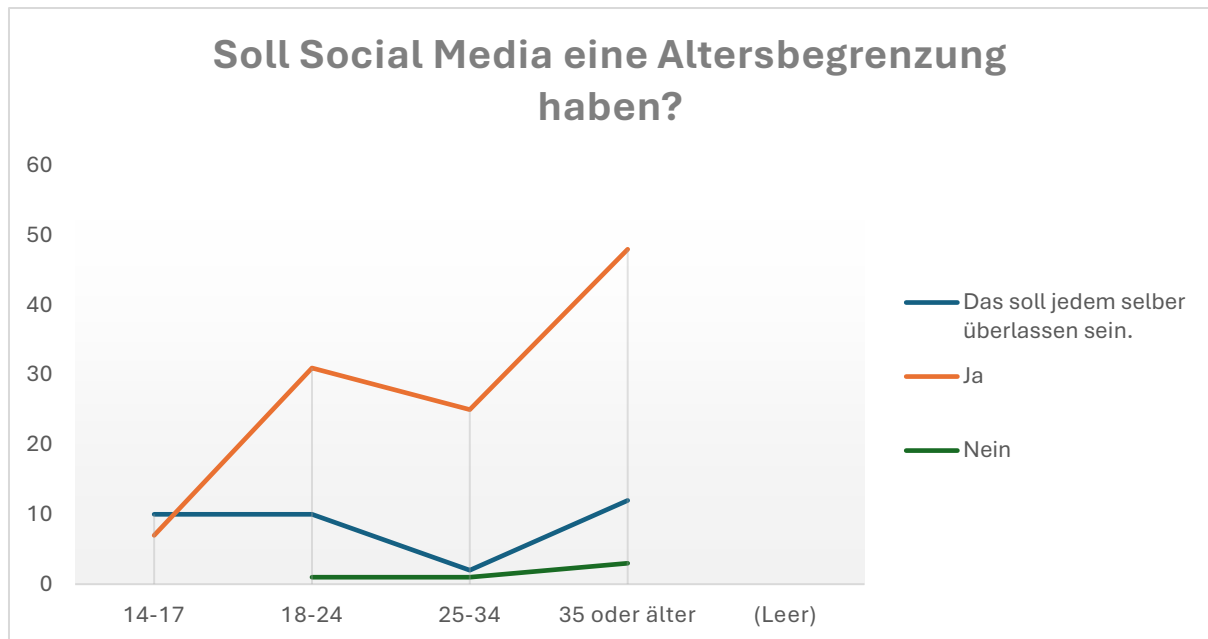


Abbildung 16

Die Ergebnisse zeigen ein deutliches Muster über alle Altersgruppen hinweg. Der grösste Teil der Befragten, insbesondere die älteren Gruppen ab 25 Jahren, spricht sich klar für eine Altersbegrenzung bei Social Media aus.

Bei den 18–24-Jährigen ist die Zustimmung ebenfalls hoch, wenn auch etwas weniger ausgeprägt. Die jüngsten Teilnehmenden (14–17) sind im Vergleich zurückhaltender. Zwar stimmen auch sie häufiger für eine Altersbegrenzung als dagegen, jedoch ist ihr Anteil an Personen, die dies ablehnen oder selbst entscheiden möchten, etwas höher. Dies macht Sinn, da die Altersbeschränkung sie direkt einschränken würde.

Auffällig ist zudem, dass nur sehr wenige Personen jeglicher Altersgruppe eine Altersbegrenzung grundsätzlich ablehnen. Der Anteil derjenigen, die finden, es solle jedem selbst überlassen sein, bleibt in allen Gruppen relativ konstant und niedrig.

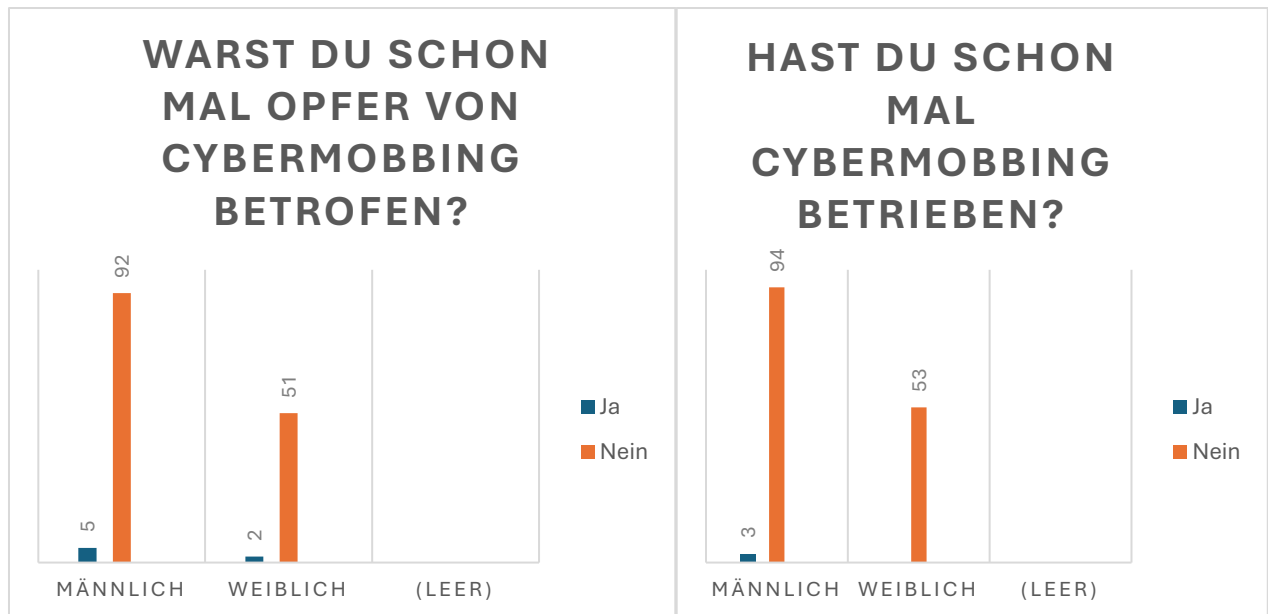
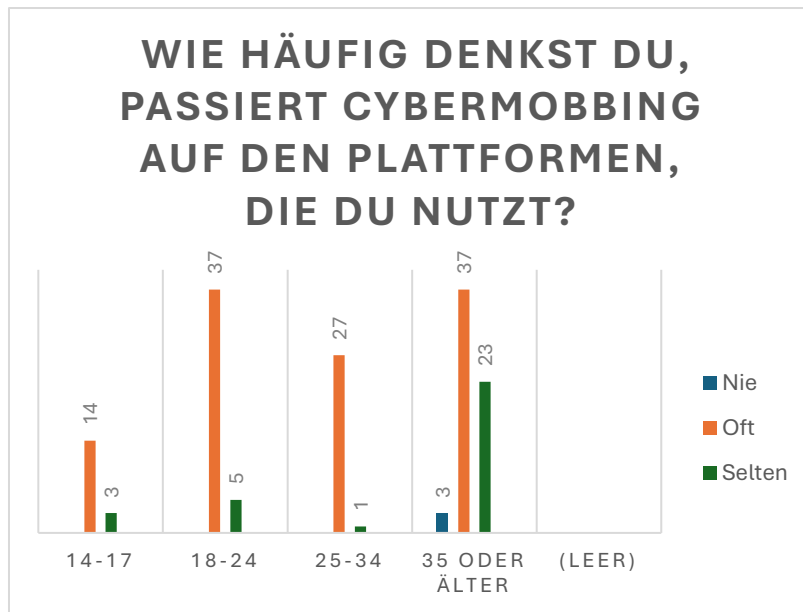


Abbildung 17

Abbildung 18

Die Auswertung zeigt, dass die von uns befragten Personen kaum jemals direkt Cybermobbing erlebt oder ausgeübt haben. Nur ein sehr kleiner Teil der männlichen und weiblichen Teilnehmenden gab an, bereits Opfer von Cybermobbing gewesen zu sein. Die grosse Mehrheit beider Geschlechter verneinte dies deutlich.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Frage, ob die Befragten selbst schon Cybermobbing betrieben haben. Praktisch niemand gab an, Täter gewesen zu sein. Sowohl bei Männern als auch bei Frauen liegt der Anteil derjenigen, die dies verneinen, bei über 95 Prozent.



Nur ein sehr kleiner Teil aller Befragten geht davon aus, dass Cybermobbing «nie» vorkommt. Dies deutet darauf hin, dass die meisten Nutzenden regelmässig mit entsprechenden Inhalten oder Vorfällen in Berührung kommen.

Abbildung 19

Auffällig ist zudem, dass der Anteil derjenigen, die Cybermobbing «selten» wahrnehmen, mit zunehmendem Alter leicht steigt. Besonders in der Gruppe 35+ geben 23 Personen an, Cybermobbing nur gelegentlich zu beobachten. Dies könnte darauf hindeuten, dass ältere Nutzende oft andere Plattformen verwenden als die jüngeren User.

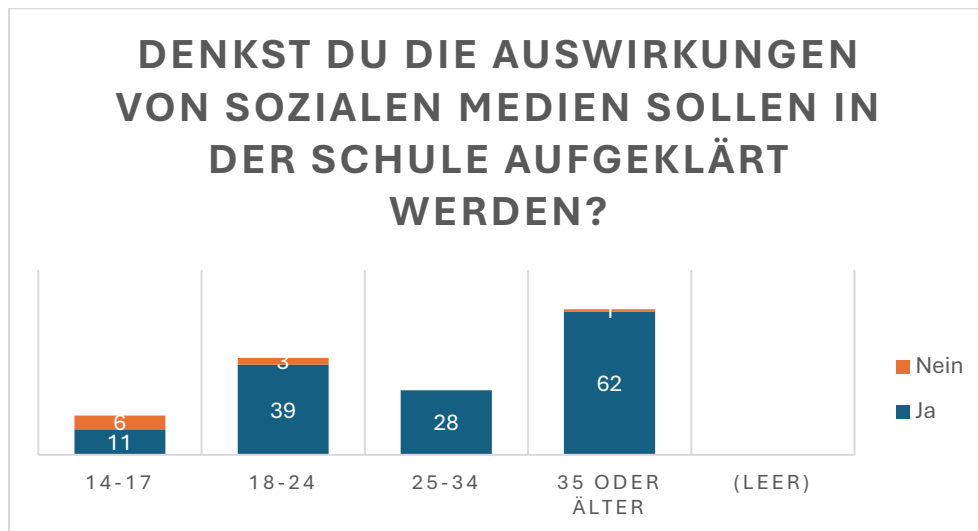


Abbildung 20

Die Ergebnisse zeigen eine deutliche Zustimmung aller Altersgruppen zur Aussage, dass die Auswirkungen von sozialen Medien in der Schule thematisiert werden sollten. Besonders stark ist diese Zustimmung in der Gruppe der über 35-Jährigen, von denen nahezu alle Teilnehmenden der Meinung sind, dass schulische Aufklärung notwendig ist. Die jüngsten Befragten (14-17) unterstützen das Anliegen ebenfalls, wenn auch etwas weniger deutlich als die älteren Gruppen. Dennoch überwiegt auch hier die Zustimmung.

3.2 Schlussfolgerungen

Soziale Medien gehören zu den Dingen, die für die Mehrheit der Menschen ein zentraler Bestandteil des täglichen Lebens sind. Die meisten von uns verbringen täglich zwischen 1 und 5 Stunden auf den sozialen Medien, doch jüngere Menschen nutzen sie jedenfalls mehr. Heutzutage sind soziale Medien allgegenwärtig und wenn jemand wenig zu tun hat oder sich einfach langweilt, greift er sofort zum Handy. Die führenden Plattformen sind TikTok, Instagram, Snapchat und YouTube. Jüngere Menschen nutzen TikTok und Snapchat, während ältere auf Instagram, YouTube und Facebook aktiver sind.

Die Hauptgründe sind Freizeit, Unterhaltung und der Kontakt zu Bekannten. Menschen scrollen aus Langeweile. Soziale Medien sind eine der Ablenkungen, über welche die meisten Menschen in ihrem täglichen Leben nicht nachgedacht haben. Die Timeline ist so lang, dass in manchen Fällen unklar ist, wie viele Stunden online verbracht werden. Ausserdem vergleichen sich Menschen mit anderen Menschen, deren Aussehen, Leben und Errungenschaften.

Solche Vergleiche führen zu unrealistischen Vorstellungen, denn in den sozialen Medien werden fast ausschliesslich idealistische Merkmale repräsentiert. Viele denken, dass soziale Medien psychische Gesundheitsprobleme verursachen oder gar verschlimmern können. Likes, Ansichten und Kommentare üben Druck aus und können das Selbstwertgefühl einer Person untergraben. Es weckt eine allgemeine Einstellung insbesondere unter dieser jüngeren Generation, dass wir, wenn wir nicht konstant online sind, einfach nicht mithalten können und den Anschluss verlieren (FOMO).

Soziale Medien sind ein typisches Bild, das als Ablenkung für einige Menschen verwendet wird, die sich traurig fühlen. Das ist kurzfristig gut, aber langfristig könnte es zu zusätzlichen Problemen führen, die gelöst werden müssen, weil Probleme nicht angegangen, sondern sogar unterdrückt werden und so in den Hintergrund rücken und sich anhäufen könnten. Aber viele bemerken nicht nur Negatives, sondern sind sogar bereit, soziale Medien als sowohl schön als auch hässlich zu bezeichnen.

Cyber Mobbing ist eines dieser vielen Dinge, die wir alle gemeinsam haben. Obwohl viele nicht in der Lage waren, es in ihrem eigenen Leben zu sehen. Denn wenn es passiert, blockiert die überwiegende Mehrheit der Menschen entweder die Bedrohung, meldet sie oder ignoriert sie einfach. Nur sehr wenige sagen, dass sie jemals in Cyber Mobbing verwickelt waren.

Eine weit verbreitete Wahrnehmung ist, dass jeder die Möglichkeit haben sollte, selbst eine Entscheidung zu treffen. Auf einigen Ebenen sind sich fast alle einig: Mehr Gespräche über soziale Medien in der Schule sollten etabliert werden, vor allem über Risiken, Probleme mit sozialen Medien und die psychische Gesundheit und wie richtig damit umgegangen wird. Zusammenfassend sagt die Umfrage aus, dass soziale Medien durchaus Spass machen und eine verbindende Kraft für die Menschen darstellen, aber

auch vermehrt Druck, Vergleich und Stress bedeuten können. Daher ist es wichtig, bewusster in der Anwendung und besser informiert zu sein.

5 Interview

5.1 Personen Auswahl

Für einen Einblick in den Schulalltag haben wir uns für eine Primar-Lehrperson entschieden. Ich, Daria Udovicic, habe bei der Arbeit nachgefragt, ob jemand eine Lehrperson kennt oder einen Kontakt hat. Unser Berufsbildungsleiter, Marco Reiter, schlug mir seinen Freund Silvio Barmettler vor. So habe ich mich bei ihm gemeldet und einen Termin ausgemacht. Die Fragen habe ich ihm im Voraus geschickt, damit er sich darauf vorbereiten konnte.

5.2 Fragen

1. Welche Veränderungen im Verhalten Ihrer Schülerinnen und Schüler haben Sie in den letzten Jahren beobachtet, die Sie auf Social Media oder digitale Medien zurückführen würden?
2. Bemerkten Sie Unterschiede im Klassenalltag zwischen Kindern, die viel Zeit online verbringen, und solchen, die weniger aktiv sind?
3. Wie gehen Kinder in diesem Alter generell mit Social Media oder digitalen Plattformen um?
4. Haben Sie den Eindruck, dass Social Media das Selbstbewusstsein oder die Selbstwahrnehmung der Kinder beeinflusst?
5. Welche Rolle spielen Trends aus dem Internet im Schulalltag?
6. Gibt es Situationen, in denen Konflikte aus dem digitalen Raum in die Klasse getragen werden?
7. Beobachten Sie, dass Social Media Auswirkungen auf die Konzentrationsfähigkeit oder Lernbereitschaft hat?
8. Haben Sie schon erlebt, dass Kinder durch Inhalte im Internet verunsichert oder gestresst waren?
9. Wie gehen Sie als Lehrperson damit um, wenn digitale Themen oder Probleme aufkommen?
10. Welche Unterstützung brauchen Kinder Ihrer Meinung nach, um Social Media gesünder und bewusster zu nutzen?
11. Welche Rolle spielen Eltern in diesem Zusammenhang?
12. Gibt es positive Effekte von Social Media, die Sie bei Kindern beobachten?
13. Welche Altersgruppe scheint am stärksten von digitalen Trends beeinflusst?
14. Wie verändert Social Media das soziale Verhalten der Kinder untereinander?
15. Was wünschen Sie sich als Lehrperson, um Kinder besser auf die digitale Welt vorzubereiten?
16. Gibt es digitale Themen, über die Kinder besonders oft sprechen?
17. Welche Herausforderungen sehen Sie für die kommenden Jahre im Unterricht?
18. Welche drei Tipps würden Sie Kindern für den Umgang mit Social Media geben?

6 Transkription Interview

Daria Udovicic: Für dich ist es auch okay, wenn ich das aufnehme?

Silvio Barmettler: Ja sicher, kein Problem.

Daria Udovicic: Gut. So.

Silvio Barmettler: Und sorry, dass wir das erst jetzt machen können, ich hatte eben noch eine Schülerin im Klassenzimmer.

Daria Udovicic: Die Fragen konnte ich dir leider erst vor kurzem zusenden.

Silvio Barmettler: Alles in Ordnung, ich hatte noch Zeit, um mir Notizen zu machen. Wollen wir in dem Fall einfach der Reihe nach gehen?

Daria Udovicic: Ja sicher, beginnen wir gerade mit der ersten Frage. Welche Veränderungen im Verhalten von Schülern hast du beobachtet, die du auf soziale Medien zurückführen könntest?

Silvio Barmettler: Erstens kommt es sehr auf das Elternhaus an und darauf, wie früh sich die Kinder schon mit dieser Thematik beschäftigen. Was ich merke, ist, dass es für die Kinder immer schwieriger wird zu unterscheiden, was echt beziehungsweise wahrheitsgetreu ist oder was fake ist. Das Thema Fake News und Deepfakes ist für sie sehr schwierig. Zudem habe ich das Gefühl, dass bei gewissen Kindern – eher im älteren Alter – ein starkes Vergleichen mit ihren Vorbildern stattfindet. Dies ist jedoch jahrgangsabhängig. Teilweise gibt es Klassen, in denen noch fast niemand soziale Medien benutzt, genauso gibt es aber auch Klassen, in denen mehrere Schüler schon auf verschiedenen Plattformen unterwegs sind.

Daria Udovicic: Welche Altersklassen unterrichten Sie?

Silvio Barmettler: Meine sind zwischen 10 und 12 Jahren, also direkt vor dem Übertritt in die Sekundarstufe beziehungsweise ins Gymnasium.

Daria Udovicic: Welche Apps werden am meisten benutzt?

Silvio Barmettler: Im Bezug auf Social Media sind gewisse sicher mit Instagram unterwegs, andere haben schon Snapchat. Und von der Schule aus nutzen sie Teams. Zudem sind sie auch in offenen Chats von Videospiele wie Minecraft oder Fortnite, in denen sie auch in Kontakt mit Personen kommen, die sie eigentlich gar nicht kennen.

Daria Udovicic: Wie sieht es bei TikTok aus?

Silvio Barmettler: Das auch, ja. Das ist schon auch ein Thema.

Daria Udovicic: Bemerkten Sie im Alltag einen Unterschied beziehungsweise können Sie merken, welche Kinder viel online sind und welche eher weniger?

Silvio Barmettler: Direkt auf Social Media bezogen würde ich nicht sagen, dass ich einen Zusammenhang sehe. Eher in der Nutzung der Geräte. Kinder, die zuhause eine höhere Bildschirmzeit haben, sind viel flinker mit den elektronischen Geräten im Vergleich zu denen, die sehr selten damit in Kontakt kommen. Jedoch gehe ich nicht davon aus, dass dies direkt mit sozialen Medien zu tun hat, sondern eher damit, ob sie die Geräte zuhause nutzen.

Daria Udovicic: Haben Sie den Eindruck, dass die Bildschirmzeit, TikTok, Instagram das Selbstbewusstsein der Kinder beeinflusst?

Silvio Barmettler: Ich denke schon, dass es das Selbstbewusstsein beeinflusst. Fakt ist, dass man auf sozialen Medien oft nicht die Realität, sondern eine verschönerte Version davon sieht. Was mir bei dieser Klasse sehr gut gefällt, ist, dass viele kritisch hinterfragen, ob der Inhalt echt sein kann. Ich kann mir aber gut vorstellen, dass Social Media – vor allem in der Pubertät – einen grossen Einfluss auf die Entwicklung hat. Die Selbstwahrnehmung ist dabei ein zentrales Thema.

Daria Udovicic: Bemerken Sie irgendwelche Trends im Alltag?

Silvio Barmettler: Aktuell ist sicher «Six-Seven» ein grosses Thema, mit der Handbewegung. Solche Trends kommen immer wieder ins Schulzimmer. Einerseits positiv, da ich up to date bleibe, andererseits nervt es einige – vor allem die Mädchen. Oft sind es die Jungen, die das machen. Je nachdem kann man es gut in den Unterricht integrieren. Es kommt immer wieder vor, dass solche Trends bis in das Klassenzimmer gelangen, aber ich denke nicht, dass sie den Unterricht wesentlich stören. Es fällt eher auf, sobald sie das Klassenzimmer verlassen.

Daria Udovicic: Gab es schon Konflikte, die aus sozialen Medien stammen und bis ins Klassenzimmer gekommen sind?

Silvio Barmettler: Ja, das kommt vor. Oft betrifft es Plattformen wie Instagram oder TikTok, von denen sich die Schule distanziert. Dennoch müssen wir gewisse Konflikte besprechen – zum Beispiel Ausschiessen oder Mobbing. Ich erinnere mich an eine Mutter, die berichtete, dass Kinder auf WhatsApp ausgeschlossen oder beleidigt wurden. Wenn es Auswirkungen auf den Unterricht hat, ist es klar meine Aufgabe, eine Lösung zu finden.

Daria Udovicic: Gilt an der Schule ein striktes Handyverbot?

Silvio Barmettler: Sie dürfen das Gerät besitzen, müssen dies jedoch vertraglich angeben. Verwendet werden darf es nur auf Anweisung der Lehrperson. Für Dinge wie Kahoot können sie es nutzen, müssen aber nicht, da Schulgeräte vorhanden sind.

Daria Udovicic: Gibt es Ablenkung durch Trends oder Geräte im Unterricht?

Silvio Barmettler: Ich denke, digitale Medien beeinflussen die Lernbereitschaft stark. Digitale Lernangebote sind oft motivierender. Der Bezug ist aber eher zum Gerät als zu Social Media, da die Schulgeräte keinen Zugriff darauf haben.

Daria Udovicic: Wie gehen Sie bei Ausschlussfällen vor?

Silvio Barmettler: Ich versuche es zunächst in der Klasse zu klären. Einzelgespräche und Gruppengespräche sind zentral, damit die Kinder selbst Lösungen finden. Das ist nachhaltiger. Die Eltern werden ebenfalls informiert.

Daria Udovicic: Welche Rolle spielen die Eltern?

Silvio Barmettler: Eine sehr grosse. Kinder brauchen klare Regeln zuhause. Die Zeit an Geräten ist zuhause viel höher als in der Schule. Eltern müssen strukturiert Grenzen setzen und sich Hilfe holen, wenn sie überfordert sind.

Daria Udovicic: Manche Plattformen benötigen eine sichere Alterskontrolle.

Silvio Barmettler: Das sehe ich auch so. Vor zwei Jahren erzählten Mädchen aus meiner Klasse von erschreckenden Anfragen, ohne zu wissen, wer dahintersteht. Das kann schnell gefährlich werden.

Daria Udovicic: Das kenne ich – als ich Snapchat bekam, war ich auch neugierig.

Silvio Barmettler: Das verstehe ich. Aber ein zehnjähriges Kind kann Konsequenzen oft nicht abschätzen.

Daria Udovicic: Welche Unterstützung brauchen Kinder, um Gefahren zu erkennen?

Silvio Barmettler: Workshops – zum Beispiel von der Swisscom – helfen sehr. Die Unterstützung der Eltern bleibt zentral. Viele Eltern wissen aber selbst nicht genug darüber. Wenn das Zusammenspiel zwischen Schule und Eltern funktioniert, läuft vieles positiv. Und Lehrpersonen oder Eltern müssen sich trauen, selbst Hilfe zu holen, wenn sie anstehen.

Daria Udovicic: Gibt es auch positive Seiten von Social Media?

Silvio Barmettler: Ja. Der Austausch über Teams ist hilfreich. Kinder können sich austauschen, ohne sich treffen zu müssen. Ausserdem nutze ich Social Media für Inspiration im Unterricht, Erklärvideos oder alternative Lösungswege.

Daria Udovicic: Wie lange sind Sie schon Lehrperson?

Silvio Barmettler: Ich bin im fünften Jahr.

Daria Udovicic: Gab es Veränderungen im Vergleich zu früheren Klassen?

Silvio Barmettler: Es ist klassenabhängig. Momentan weniger Thema, vor zwei Jahren sehr stark. Rückblickend würde ich nicht sagen, dass es klar zu- oder abgenommen

hat. Es schwankt. Manchmal reicht ein Kind mit Snapchat und andere übernehmen es.

Daria Udovicic: Was wünschen Sie sich, um Kinder besser vorbereiten zu können?

Silvio Barmettler: Ein besseres Zusammenspiel zwischen Elternhaus und Schule. Viele Kinder erhalten Geräte ohne Einschränkungen – das führt oft zu Problemen.

Daria Udovicic: Welche Herausforderungen sehen Sie künftig?

Silvio Barmettler: ChatGPT und KI. Deepfakes sind schwer erkennbar – für Kinder und Lehrpersonen. Ich nutze ChatGPT, fühle mich aber nicht kompetent genug, es zu unterrichten.

Daria Udovicic: Haben Sie drei Tipps für Kinder im Umgang mit sozialen Medien?

Silvio Barmettler: 1. Überlege dir gut, was du postest. 2. Hole Hilfe, wenn du unsicher bist. 3. Denke daran, dass nicht alles der Realität entspricht – besonders bei Selbstwahrnehmung und Vergleichen.

Daria Udovicic: Gut, dann war das alles.

6.1 Fazit Interview

Das Interview zeigt, dass soziale Medien im Schulalltag zwar vorkommen, ihr Einfluss aber stark davon abhängt, wie die Kinder zuhause damit umgehen. Bei Kindern zwischen 10 und 12 Jahren fällt besonders auf, dass es für sie oft schwierig ist, echte Inhalte von Fake News oder Deepfakes zu unterscheiden. Auch Vergleiche mit Personen aus sozialen Medien kommen vor, sind aber nicht in jeder Klasse gleich stark.

Soziale Medien können das Selbstbewusstsein und die Selbstwahrnehmung beeinflussen, da online oft nur die schönen Seiten des Lebens gezeigt werden. Positiv ist, dass viele Kinder Inhalte bereits kritisch hinterfragen. Trends aus sozialen Medien tauchen im Schulalltag immer wieder auf, stören den Unterricht aber meist nicht stark.

Konflikte wie Ausgrenzung oder Mobbing entstehen häufig ausserhalb der Schule, zum Beispiel in WhatsApp-Gruppen oder auf Instagram und TikTok. Wenn diese Konflikte Auswirkungen auf die Schule haben, müssen sie dort gemeinsam besprochen werden. Die Schule hat klare Regeln zur Handynutzung und versucht, Probleme zuerst mit Gesprächen zu lösen und die Eltern einzubeziehen.

Eine besonders wichtige Rolle spielen die Eltern. Sie entscheiden, ab wann Kinder ein Handy bekommen und wie viel Zeit sie online verbringen dürfen. Viele Kinder nutzen digitale Geräte zuhause deutlich mehr als in der Schule. Deshalb ist es wichtig, dass Eltern klare Regeln setzen und ihre Kinder begleiten. Gleichzeitig brauchen auch Eltern oft mehr Unterstützung und Wissen.

Trotz aller Risiken gibt es auch positive Seiten von digitalen Medien. Sie können beim Lernen helfen, den Austausch erleichtern und den Unterricht unterstützen. Für die Zukunft sieht der Lehrer vor allem bei künstlicher Intelligenz und Deepfakes grosse Herausforderungen. Insgesamt zeigt das Interview, dass Kinder nur dann gut mit sozialen Medien umgehen können, wenn Schule und Eltern zusammenarbeiten und sie frühzeitig aufklären.

7 Tipps und Tricks

7.1 **Persönliches geheim halten.**

Keine privaten Daten teilen, Passwörter geheim halten, Privatsphäre prüfen

7.2 **Das Internet vergisst nicht.**

Keine peinlichen/beleidigenden Inhalte posten, Einverständnis einholen

7.3 **Nicht alles im Internet ist wahr.**

Infos kritisch prüfen, mehrere Quellen vergleichen

7.4 **Gegen Cyber Mobbing aktiv werden**

Beweise sichern, blockieren, melden, Hilfe holen

8 Schlusswort

Fazit von Daria Udovicic:

Rückblickend bin ich sehr zufrieden mit dem Ergebnis unserer Vertiefungsarbeit. Das Thema ist allgegenwärtig und betrifft auch mich im Alltag. Da soziale Medien einen grossen Teil unseres Lebens einnehmen, war es für mich sinnvoll, mich intensiver damit auseinanderzusetzen und die Auswirkungen genauer zu untersuchen. Auch wenn mir einige Aspekte bereits bekannt waren, konnte ich durch die Arbeit viele neue Erkenntnisse gewinnen und bestehendes Wissen vertiefen.

Mit der Durchführung der Umfrage und des Interviews erhielt ich verschiedene Sichtweisen und persönliche Erfahrungen zu der Thematik. Die Ergebnisse zeigten klar, dass Social Media einen starken Einfluss auf die mentale Gesundheit haben kann. Besonders häufig wurden Themen wie Vergleich mit anderen, Druck durch Likes und Follower, Cybermobbing sowie der Umgang mit persönlichen Daten genannt. Die Recherche bestätigte diese Aussagen und zeigte zusätzlich auf, welche Risiken dabei entstehen können, zum Beispiel Cyber-Grooming oder langfristige psychische Belastungen.

Die Vertiefungsarbeit hat mich auch stark zur Selbstreflexion angeregt. Obwohl ich mich nicht direkt selbst untersucht habe, ist mir während der Auseinandersetzung mit der Thematik aufgefallen, dass viele der beschriebenen Punkte mich ebenso betreffen. Insbesondere die verbrachte Zeit und der mentale Einfluss von Social Media auf die Stimmung wurden mir bewusster. Dadurch habe ich begonnen, mein eigenes Nutzungsverhalten kritischer zu hinterfragen.

Während der Arbeit habe ich gelernt, besser zu recherchieren und Informationen zu strukturieren und auszuwerten. Teilweise war es schwierig, gute und zuverlässige Quellen zu finden. Ausserdem hatte ich Schwierigkeiten mit dem Quellen- und Abbildungsverzeichnis, was ich mit der Hilfe von Google jedoch lösen konnte. Auch das simple Erklären von komplizierten Inhalten war nicht leicht, hat mir aber geholfen, mich weiterzuentwickeln.

Insgesamt konnten wir unsere gesetzten Ziele erreichen. Für meine nächste Arbeit werde ich bei der Planung und Arbeitsaufteilung in der Gruppe konkreter sein. Da meine Partnerin Krankheitsbedingt ausgefallen war, habe ich vieles gemacht, ohne das mit ihr abzusprechen. Meiner Meinung nach war die Arbeitsverteilung nicht fair ausgeglichen und führte schlussendlich zu Zeitdruck.

Fazit von Angelina Brun:

Wenn ich auf unsere Vertiefungsarbeit zurückblicke, fällt mir als Erstes auf, wie intensiv die letzten Wochen waren. Besonders weil ich einen Teil der Arbeit krankheitsbedingt unter Zeitdruck erledigen musste. Das hat meine Planung ordentlich durcheinandergebracht und dafür gesorgt, dass ich zeitweise mehr Stress hatte, als ich ursprünglich vorgesehen hatte. Trotzdem bin ich mit dem Endergebnis zufrieden, weil ich viel gelernt habe und wir das Projekt trotz der Schwierigkeiten erfolgreich abschliessen konnten.

Das Thema Social Media betrifft mich persönlich sehr, weshalb ich es spannend fand, einmal nicht nur darüber nachzudenken, sondern die Auswirkungen strukturiert zu untersuchen. Viele Dinge, die ich schon geahnt habe, wurden durch die Umfrage und das Interview bestätigt. Zum Beispiel, wie stark Vergleiche, Schönheitsideale oder der dauernde Leistungsdruck die Stimmung beeinflussen können. Gleichzeitig war es interessant zu sehen, wie unterschiedlich Menschen mit Social Media umgehen und wie oft Erfahrungen wie Cybermobbing oder unrealistische Erwartungen tatsächlich vorkommen.

Die Auswertung der Daten hat mir geholfen, mein eigenes Nutzungsverhalten kritischer zu betrachten. Diese Erkenntnis hätte ich ohne die Vertiefungsarbeit wahrscheinlich nicht in diesem Ausmass gewonnen.

Herausfordernd war für mich vor allem die Recherche und das korrekte Arbeiten mit Quellen und Verzeichnissen. Es brauchte Zeit, gute wissenschaftliche Artikel zu finden und alles sauber zu dokumentieren. Während ich krank war, war genau das besonders anstrengend, weil ich weniger Energie hatte und gleichzeitig wusste, dass die Arbeit weitergehen muss. Trotzdem habe ich daraus viel mitgenommen. Vor allem, wie wichtig eine klare Struktur und ein realistischer Zeitplan sind.

Wenn ich etwas verbessern könnte, wäre es das ich manche Dinge früher erledigen würde. Durch meine Krankheit wurde der Zeitdruck stärker spürbar, und eine frühere Erledigung der Aufgaben hätte vieles erleichtert. Trotzdem bin ich stolz darauf, dass wir die Ziele erreicht haben und bin auch sehr froh das Daria mir entgegengekommen ist und wir einige Aufgaben nochmals neu aufteilen konnten

Insgesamt war die Vertiefungsarbeit für mich sowohl fachlich als auch persönlich wertvoll. Sie hat mir gezeigt, wie stark Social Media uns beeinflussen kann und gleichzeitig, wie wichtig es ist, den eigenen Umgang damit bewusst zu reflektieren.

9 Literaturverzeichnis

(kein Datum). Von <https://studyflix.de/biologie/fomo-bedeutung-6930> abgerufen

(kein Datum). Von <https://www.projuventute.ch/de/eltern/medien-internet/cybermobbing> abgerufen

(kein Datum). Von <https://www.projuventute.ch/de/eltern/medien-internet/datenschutz-privatsphaere> abgerufen

(kein Datum). Von <https://de.wikipedia.org/wiki/Cyber-Grooming> abgerufen

Ali, A. (05. 12 2025). Von SRF News: <https://www.srf.ch/news/schweiz/studie-zu-schoenheitsidealen-maedchen-geraten-durch-soziale-medien-staerker-unterdruck> abgerufen

Bernath, J. (5. 12 2025). *SRF*. Von SRF: <https://www.srf.ch/news/schweiz/studie-zu-schoenheitsidealen-maedchen-geraten-durch-soziale-medien-staerker-unterdruck> abgerufen

Joanna Herzig / Dr. Martin Hermida. (kein Datum). *Die Macht von Influencerinnen und Influencern*. Zürich, Schweiz.

Lenz, D. (<https://www.forschung-und-wissen.de/nachrichten/medizin/das-digitale-zeitalter-und-psychische-gesundheit-133710003>. März 2025). Melle, Deutschland.

M., S. J.-H. (2017). *Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

oesterreich.gv.at-Redaktion. (2025). *Social Media*. oesterreich.gv.at-Redaktion.

O'Reilly, T. (März 2005). Von <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> abgerufen

Steliyana Doseva, P. D.-P. (September 2022). *bidt.digital*. Von <https://www.bidt.digital/glossar/soziale-medien/> abgerufen

Toyka-Seid, G. S. (2025). *Das junge Politik-Lexikon von www.hanisauland.de*. Von <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/das-junge-politik-lexikon/321140/soziale-medien-soziale-netzwerke-social-media/#:~:text=Soziale%20Medien%20kennt%20wohl%20fast,WhatsApp%20und%20andere%20z%C3%A4hlen%20dazu>. abgerufen

Was fasziniert Jugendliche an sozialen Medien? (kein Datum). Zürich, Schweiz.

Welker, M. K. (2014). *Soziale Medien als Gegenstand und Instrument sozialwissenschaftlicher Forschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

10 Abbildungsverzeichnis

BASIC thinking/ mit Chat.....	1
Abbildung 1.....	1
Abbildung 2.....	10
Abbildung 3.....	11
Abbildung 4.....	12
Abbildung 5.....	13
Abbildung 6.....	14
Abbildung 7.....	15
Abbildung 8.....	16
Abbildung 9.....	17
Abbildung 10.....	18
Abbildung 11.....	19
Abbildung 12.....	20
Abbildung 13.....	21
Abbildung 14.....	22
Abbildung 15.....	23
Abbildung 16.....	24
Abbildung 17.....	25
Abbildung 18.....	25
Abbildung 19.....	26
Abbildung 20.....	26

11 Selbstständigkeitserklärung

Mit unserer Unterschrift bestätigen wir, dass wir die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst haben, dass ich fremdes Gedankengut gekennzeichnet und ordnungsgemäss zitiert habe und dass ich die entsprechenden Quellen (gilt auch für Abbildungen, Grafiken) in der Bibliografie angegeben habe.

Titel der Arbeit: Social Media & Mental Health: Auswirkungen von Sozialen Medien auf die Mentale Gesundheit

Kandidatin 1

Vorname Name Daria Udovicic

Kandidatin 2

Vorname Name Angelina Brun

Ort, Datum BBZW Sursee, 18.12.2025

Unterschrift