

Index für digitales Wohlbefinden

Jahr zwei

Uns bei Snap geht nichts über die Sicherheit und das Wohlbefinden unserer Snapchat-Community. Unsere Richtlinien und Regeln legen genau fest, welche Art von Inhalten und Verhalten auf Snapchat akzeptabel ist. Und wir setzen sie konsequent durch. Mit unseren Tools und Ressourcen gewährleisten wir die Sicherheit der Snapchatter, und wir arbeiten mit anderen in der Branche und im gesamten Technologiesektor zusammen, um insbesondere Teenager und jüngere Nutzer optimal zu schützen.

Um Einblick zu geben, wie Jugendliche und junge Erwachsene im Internet zurechtkommen, haben wir 2022 und 2023 Studien zum digitalen Wohlbefinden der Generation Z durchgeführt. Die Methodik der Studien beruht auf mehr als vier Jahrzehnten Forschung zum subjektiven Wohlbefinden, und sie wurde für die Online-Umgebung angepasst, um den Digital Well-Being Index (DWBI) zu erstellen – ein Maß für das psychologische Online-Wohlbefinden der Generation Z. Wir haben Teenager (13–17 Jahre), junge Erwachsene (18–24 Jahre) und Eltern von Teenagern im Alter von 13 bis 19 Jahren in sechs Ländern befragt: in Australien, Frankreich, Deutschland, Indien, Großbritannien und den USA. Wir haben die Teilnehmer dazu befragt, wie sie verschiedenen Online-Risiken ausgesetzt waren. Aus den Ergebnissen und weiteren Antworten auf länderspezifisch variierende Fragen zu ihren persönlichen Einstellungen haben wir für jedes Land einen DWBI und eine kombinierte Bewertung für alle sechs Länder ausgearbeitet.

DWBI-Werte für 2023

Der Index für das digitale Wohlbefinden des zweiten Jahres für die sechs untersuchten Regionen liegt erneut bei 62 Punkten – und damit gegenüber 2022 unverändert. Auf der von 0 bis 100 Punkten reichenden Skala liegt der Wert damit also erneut leicht in der oberen Hälfte. Nach Ländern verzeichnete Indien mit 67 Punkten erneut den höchsten DWBI-Wert (ein Punkt weniger als 2022 mit 68). Frankreich und Deutschland lagen mit 59 Punkten bzw. 60 Punkten erneut unter dem Durchschnitt der sechs Länder. In beiden Ländern waren es 2022 60 Punkte gewesen. Australiens DWBI liegt unverändert bei 63 Punkten, Großbritannien lag wieder beim Durchschnittswert aller sechs Länder von 62 Punkten, die USA blieben stabil bei 64. Der Index nutzt das PERNA-Modell als Abwandlung dieses bestehenden Studieninstruments, das 20 Stimmungsaussagen in fünf Kategorien umfasst: Positive Emotionen, Engagement, Beziehungen (Relationships), Negative Emotionen und Errungenschaften (Accomplishments). Die Befragten wurden gebeten, den Grad ihrer Zustimmung zu jeder der 20 Aussagen anzugeben, wobei unabhängig vom Gerät alle ihre Online-Erlebnisse in den vorangegangenen drei Monaten berücksichtigt wurden. Nachfolgend findest du für jede der fünf Kategorien ein Beispiel für eine Aussage. Vollständig aufgeführt sind alle 20 Aussagen unter diesem [Link](#).

Rolle der sozialen Medien

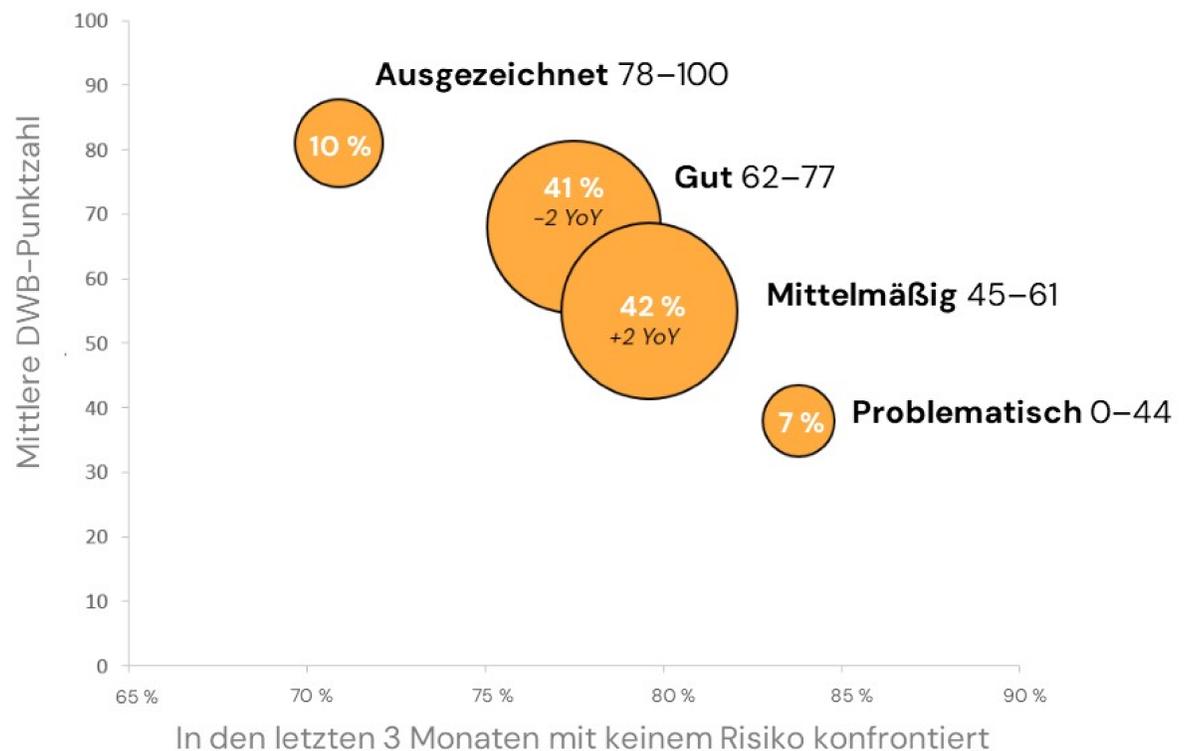
Für jeden Befragten wurde auf der Grundlage der 20 Stimmungsaussagen ein DWBI-Score errechnet. Die Ergebnisse der Teilnehmer wurden in vier DWBI-Gruppen zusammengeführt: Flourishing (Ausgezeichnet, 10 %, unverändert gegenüber 2022), Thriving (Gut, 41 %, rückläufig gegenüber 2022), Middling (Mittelmäßig, 42 %, 2 Prozentpunkte mehr als 2022) und Struggling (Problematisch, 7 %, unverändert gegenüber 2022). (Einzelheiten siehe unten)

Index-Kategorie	Stimmungsbild der befragten Probe
Positives Gefühl	Ich war oft erfreut
Engagement	Ich war komplett in meine Online-Aktivitäten vertieft
Beziehungen (Relationships)	In meinem Online-Leben sind Menschen, denen ich wirklich wichtig bin
Negatives Gefühl	Besorgt darüber, was andere online über mich sagen könnten
Errungenschaften (Accomplishments)	Ich konnte meine Kenntnisse und Fähigkeiten erweitern

Größen der DWBI-Gruppen und Score-Bereiche

Leichte Verschiebung um 2 %P gegenüber 2022 von Gut zu Mittelmäßig.

DWB-Gruppe	Beschreibung
Ausgezeichnet (Sehr hoch)	Sehr positiv – Alle Bewertungen am oberen Ende der Skala.
Gut (Hoch)	Im Durchschnitt die beiden obersten Kästchen bei allen Dimensionen: Zwar nicht die höchste Bewertung bei allem, doch insgesamt eine sehr positive Erfahrung.
Mittelmäßig (Mittel)	Liegen mit ihren Bewertungen im „mittleren Bereich“. Mischung aus guten und schlechten Bewertungen. Nicht alles ist rosig.
Problematisch (Niedrig)	Bewertung bei allen Dimensionen im unteren Bereich der Skala (Bereich 1 bis 3). Durchgehend negative Erfahrungen und Ergebnisse.



Sextorsion unter der Lupe

Im zweiten Jahr haben wir uns genauer angesehen, wie und in welchem Maße die Generation Z Sextorsions-Versuchen im Internet ausgesetzt war, sei es durch „Catfishing“ oder „Hacking“. 65 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Generation Z gaben an, dass sie oder ihre Freunde – bezogen auf alle Plattformen und Geräte, nicht nur auf Snapchat – von Catfishing-Betrügnern oder Hackern ins Visier genommen wurden, die anzügliche persönliche Bilder oder sonstige private Informationen an sich gebracht hatten. In beiden Szenarien wurden die so entstandenen oder angeeigneten Fotos und Videos dann verwendet, um die jungen Menschen zu bedrohen oder zu erpressen. Die Täter verlangten Geld, Geschenkkarten, mehr sexuelle Bilder oder andere personenbezogene Informationen als Gegenleistung dafür, das Material nicht an Verwandte oder Freunde der jungen Opfer weiterzugeben.

- Die Hälfte (51 %) der Befragten gab an, dass sie oder ihre Freunde ins Visier von Catfishern geraten sind oder gar zu Opfern wurden. Bei 47 % dieser Fälle waren die Befragten in den vorhergehenden drei Monaten direkt das Opfer dieser Form von Kriminalität.
- Weitere 47 % dieser Befragten gaben an, dass ihre Geräte oder Social-Media-Konten bzw. die ihrer Freunde gehackt wurden. 39 % der letztgenannten Fälle lagen weniger als drei Monate zurück.

Catfishing im Internet liegt dann vor, wenn Kriminelle eine falsche oder fremde Identität annehmen und ein Opfer dazu verleiten wollen, personenbezogene Informationen weiterzugeben oder Bilder sexuellen Inhalts zu machen. Mit „Hacking“ beziehen wir uns heute in der Regel auf den Versuch von Kriminellen, sich unbefugten Zugriff auf die elektronischen Geräte ihres Opfers oder auf dessen Konten bei sozialen Medien zu verschaffen, um sich Daten anzueignen, darunter etwa intime Fotos oder personenbezogene Informationen. Meistens werden die Videos, Fotos oder sonstigen privaten Informationen dann bei beiden Arten von Cyberkriminalität dazu benutzt, das Opfer zu erpressen und die Forderungen des Täters zu erfüllen.

Weitere Informationen zu den Ergebnissen unserer Studie zum Thema Sextortion in sechs Ländern sowie zu den Maßnahmen von Snap zum Schutz unserer Community vor diesem Online-Risiko findest du [in diesem Beitrag](#).