



# Der Digital Well-Being Index

## Die wichtigsten Forschungsergebnisse

Snap Inc. hat das digitale Wohlbefinden von Teenagern und jungen Erwachsenen untersucht. Im Rahmen einer vom 22. April bis zum 10. Mai 2022 durchgeführten Studie wurden insgesamt 9.003 Personen, darunter 500 Teenager (13–17 Jahre), 500 junge Erwachsene (18–24 Jahre) und 500 Eltern von 13- bis 19-Jährigen in folgenden Ländern befragt: Australien, Frankreich, Deutschland, Indien, Großbritannien und USA. Auf Grundlage dieser Ergebnisse haben wir unseren ersten Digital Well-Being Index (DWBI) für jedes dieser Länder sowie einen Gesamtindex für alle sechs Länder errechnet. Nachfolgend haben wir ein paar der wichtigsten Ergebnisse zusammengestellt.

- Der allererste **Digital Well-Being Index** hat einen Wert von **62** erzielt – auf einer Skala von 0–100 ist das weder besonders gut noch sonderlich besorgniserregend.
- Von den sechs untersuchten Ländern hat **Indien mit 68 den höchsten DWBI-Wert erzielt**, während **Frankreich und Deutschland** jeweils mit **60** den niedrigsten Wert eingebracht haben. Der DWBI von **Australien** liegt bei **63**, **Großbritannien** belegt mit **62** den Durchschnitt aller sechs Länder und die **USA** sind bei einem Wert von **64** gelandet.
- Im Rahmen der Studie wurden Teenager zu ihren **Erfahrungen in Bezug auf 14 unterschiedliche Gefahren** in den drei Monaten vor Beginn der Studie befragt, also grob von Februar bis März 2022. Wir haben die Teilnehmer auch zu ihren Online-**Beziehungen** befragt und wollten von ihnen wissen, wie sie diese digitalen Interaktionen qualitativ **bewerten** würden.
- Junge Menschen in den sechs Ländern wurden anhand ihres Wellbeing-Indexes in **vier DWBI-Gruppen** eingeteilt: **ausgezeichnet** (10 %), **gut** (43 %), **mittelmäßig** (40 %) oder **problematisch** (7 %). Diese Ergebnisse entsprechen grob der 80/20-Regel, wobei sich jeweils rund 10 % am Rande der Skala und etwa 80 % in ihrer Mitte ansiedeln. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass wir die Onlineerfahrung junger Menschen noch weiter verbessern könnten.

## Gefahren

- Von den 6.002 befragten jungen Erwachsenen haben **76 %** angegeben, im besagten 3-Monats-Zeitraum mindestens einer der **Onlinegefahren ausgesetzt** worden zu sein.
- Die Risikoexposition von Teenagern (68 %) war geringer als die der jungen Erwachsenen der Generation Z (83 %) und die Eltern von 13- bis 19-Jährigen konnten die tatsächliche Risikoexposition ihrer Kinder relativ gut einschätzen (66 %).
- Wenig überraschend ist, dass **weibliche** Personen häufiger **sexuellen Gefahren** und **unerwünschtem Kontakt** ausgesetzt waren als männliche – was sich in beiden Altersstufen widerspiegelt. (24 % der weiblichen Teenager gegenüber 18 % der männlichen Teenager waren sexuellen Gefahren ausgesetzt; 37 % der weiblichen Gen Zler gegenüber 27 % der männlichen Gen Zler waren sexuellen Gefahren ausgesetzt; 35 % der weiblichen Teenager haben gegenüber 30 % der männlichen Teens unerwünschten Kontakt erfahren; 43 % der weiblichen Gen Zler haben gegenüber 33 % der männlichen Gen Zler unerwünschten Kontakt erfahren).

<sup>1</sup> Zu den 14 Gefahren zählen: unerwünschter Kontakt, Fake News und Falschinformationen, Online-Mobbing und Belästigung, Hassrede, nicht einvernehmliche intime Bilder, Online-Identitätsbetrug, Account-Hijacking, Gewaltandrohung, unerwünschte sexuelle Beachtung, Gedanken der Selbstverletzung, gewaltextremistische Inhalte/Nachrichten, Waffenverkauf, Verkauf illegaler Drogen und Selbstmordgedanken.



## Beziehungen

- Den Eltern zufolge **erzählten** 62 % der 13- bis 19-Jährigen ihren Eltern, wenn ihnen eine Onlinegefahr widerfahren ist und mehr als 7 von 10 Eltern (71 %) von 13- bis 17-Jährigen gaben an, sich **regelmäßig bei ihren Kindern über deren Onlineaktivitäten zu erkundigen**.
- Die Eltern älterer Teens (18 oder 19) erkundigten sich seltener (54 %) bei ihren Kindern nach ihrem Onlineverhalten und konnten deren Risikoexposition auch nicht so genau einschätzen. In einigen Fällen betrug die Abweichung knapp 20 Prozentpunkte.
- 77 % der Teens gaben an, Hilfe bei ihren Eltern zu suchen, nachdem sie einer Onlinegefahr ausgesetzt waren, während die Mehrheit der Gen Zler (51 %) sich eher hilfesuchend an Freunde wandte.
- Diejenigen, die sich an ihre Eltern gewandt haben – sowohl unter den Teenagern als auch unter den jungen Erwachsenen –, bevorzugten größtenteils den Austausch mit der Mutter. 48 % der Teens vertrauten sich ihrer Mutter an, dagegen 25 % dem Vater; unter den jungen Erwachsenen sprachen 43 % mit der Mutter und 23 % mit dem Vater.
- Im Durchschnitt haben sich nur 12 % der Teens und 18 % der jungen Erwachsenen hilfesuchend an eine Online-Plattform gewandt.
- Knapp 8 von 10 Eltern gaben an, der folgenden Aussage voll, weitestgehend oder teilweise zuzustimmen: „**Ich vertraue darauf, dass mein Kind das Internet verantwortungsvoll nutzt** und empfinde nicht das Bedürfnis, das aktiv zu überwachen.“
- Junge Menschen, die angaben, viele „**Unterstützer**“ zu haben, erzielten auch einen höheren Wert beim digitalen Wohlbefinden. Als „Unterstützer“ wurden Personen definiert, die sich um die Gen Zler zu Hause, in der Schule, in der Community und unter Freunden und Gleichaltrigen kümmerten. Die Mehrheit (72 %) jener, die 0 bis 3 Unterstützer angaben, fiel unter die DWB-Kategorie „problematisch“. 64 % derjenigen, die 7 bis 12 Unterstützer angaben, ließen sich in die Gruppe „ausgezeichnet“ einordnen.

## Überlegungen

- Zur Berechnung des DWBI baten wir die Befragten, anzugeben, inwieweit sie 20 Stimmungsaussagen aus fünf Wellbeing-Kategorien des sogenannten **PERNA-Modells**, das einer langjährigen Forschungstheorie entnommen und an die Onlineumgebung angepasst wurde, zustimmen würden. PERNA steht für **P**ositive Emotions (positive Emotionen), **E**ngagement, **R**elationships (Beziehungen), **N**egative Emotions (negative Emotionen) und **A**chievement (Erfolgsenerlebnis).
- Eine Liste aller **20 Stimmungsaussagen** gibt es [hier](#).
- In allen sechs Ländern gaben **78 %** der Befragten an, dass **soziale Medien** einen **positiven Einfluss** auf ihren Alltag hätten. Diese Einstellung war unter den Teens (84 %) stärker verbreitet als unter den Gen Zlern (71 %).
- Die vollständigen Forschungsergebnisse gibt es [hier](#).

## Das Family Center Von Snapchat

Diese und andere Forschungsergebnisse wurden für die Gestaltung des neuen Family Centers von Snapchat herangezogen. Mithilfe dieser App-internen Zusammenstellung von Tools können Eltern, Erziehungsberechtigte und andere vertrauenswürdige Erwachsene herausfinden, mit wem ihre Schützlinge auf Snapchat befreundet sind oder mit wem sie dort kommunizieren. Weitere Informationen zum Family Center gibt es über diesen [Link](#).