

## **Whitepaper 2 zur Studie "Die Süchte der Deutschen"**

### **Internet- und Smartphone-Sucht: Wie ist das Verhalten der Menschen in Deutschland und welche Auswege gibt es, wenn der Medienkonsum überhandnimmt?**

1. Einleitung
  
2. Nutzung digitaler Medien
  - 2.1 Ergebnisse zum Medienkonsum
  - 2.2 Ergebnisse zur Smartphone-Nutzung
  - 2.3 Veränderungen des Nutzungsverhaltens in der Pandemie
  - 2.4 Risiken
  
3. Prävention und Therapie mit dem Projekt SCAVIS
  - 3.1 An wen richtet sich SCAVIS? Mit welchem Ziel?
  - 3.2 Wie funktioniert SCAVIS?
  - 3.3 Was sind die Vorteile für die Teilnehmer?
  - 3.4 Was sind die Vorteile für die teilnehmenden Unternehmen?
  
4. Fazit

#### **1. Einleitung**

Ob am Smartphone, Computer oder vor dem Fernseher – täglich verbringt eine Mehrheit der Menschen in Deutschland viel Zeit vor dem Bildschirm. Doch ab wann nimmt der Medienkonsum überhand, wann wird er zur Sucht? Wer ist besonders anfällig dafür? Und welchen Einfluss hat die Corona-Krise auf die Smartphone- und Mediennutzung der Deutschen? Das sind Fragen, denen die Betriebskrankenkasse pronova BKK im Januar 2021 mit einer bevölkerungsrepräsentativen Studie auf den Grund gegangen ist. Für die Studie mit dem Titel „Die Süchte der Deutschen“ wurden 1.000 Bundesbürger\*innen ab 18 Jahren

online befragt. Zudem ermöglicht der Vergleich mit der Vorgänger-Studie der pronova BKK aus dem Jahr 2017 Rückschlüsse auf Veränderungen.

Für die Menschen da sein – das versteht die pronova BKK als ihre zentrale Aufgabe. Sie möchte deshalb so genau wie möglich wissen, wie es den Menschen geht. Dazu gehört natürlich auch, im Blick zu behalten, wo möglicherweise Suchtproblematiken entstehen. Mit der Studie vergrößert die pronova BKK dieses Wissen. Auf Basis der Daten lassen sich Angebote entwickeln und umsetzen, die Arbeitgeber und Gesundheitsdienstleister durchführen. Erste Projekte im Bereich Internetnutzung kann die pronova BKK bereits vorweisen. Derartige Präventionsmaßnahmen werden in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen.

## **2. Nutzung digitaler Medien**

### **2.1 Ergebnisse zum Medienkonsum**

#### **Kein Tag ohne Bildschirm?**

67 Prozent der Deutschen surfen täglich im Internet. 63 Prozent tauschen sich mit anderen über Messenger-Dienste wie WhatsApp aus. 59 Prozent schauen täglich Fernsehen oder Videos. 43 Prozent sind täglich in sozialen Netzwerken wie Instagram und Facebook unterwegs. Knapp vier von zehn Befragten spielen mindestens einmal pro Woche Computerspiele oder Online-Games. Nur sieben Prozent sind seltener als einmal pro Woche online oder schauen Fernsehen bzw. Videos.

#### **Wer nimmt sich wieviel Bildschirmzeit?**

Viel Zeit vor dem Bildschirm – das trifft auf alle Altersgruppen zu. Aber die Nutzung unterscheidet sich. Die älteren Befragten sehen im Vergleich mehr fern, aber verbringen dafür weniger Zeit in sozialen Netzwerken: 64 Prozent der Menschen in Deutschland ab 60 Jahren schalten täglich das Fernsehprogramm ein oder starten ein Video. 27 Prozent der Altersgruppe nutzen soziale Netzwerke wie Instagram, Twitter oder Facebook. Bei den unter 30-Jährigen sind 75 Prozent täglich in sozialen Netzwerken aktiv und 53 Prozent schauen sieben Tage die Woche Fernsehen oder Videos.

Die Hälfte der Deutschen kann nach eigener Aussage nicht auf den Bildschirm verzichten: 51 Prozent können sich ein Leben ohne Fernsehen und Videostreaming nicht vorstellen, 49 Prozent nicht ohne Computer, Laptop oder Tablet.

## **2.2 Ergebnisse zur Smartphone-Nutzung**

Nur noch sieben Prozent der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger haben kein Smartphone. Der Vergleich mit der Vorgänger-Studie der pronova BKK aus dem Jahr 2017 belegt auch einen steilen Anstieg der Nutzung: Damals waren 74 Prozent der Befragten mit ihrem Handy im Internet unterwegs und schrieben Nachrichten über Messenger. Heute tun dies bereits 84 Prozent der Bevölkerung.

### **Welche Rolle spielt das Handy im Alltag?**

Ein Leben ohne Smartphone kann sich die Hälfte der Bevölkerung schlicht nicht mehr vorstellen. Bei der Befragung vor vier Jahren ging es erst einem Drittel der Befragten so. Bei den unter 30-Jährigen sind es heute sogar drei Viertel der Befragten, die nicht mehr ohne ihr Handy auskommen.

Welche Ausmaße die Smartphone-Nutzung im Alltag angenommen hat, zeigen folgende Zahlen: Wenn das Smartphone gerade nicht zur Hand ist, befällt fast jeden Dritten Panik, die körperlich spürbar ist. 43 Prozent erwischen sich dabei, wie sie nach einer gewissen Zeit automatisch auf das Smartphone schauen. Morgens gilt der erste Blick dem Handy und abends der letzte, das berichten 41 Prozent. 37 Prozent checken regelmäßig auch auf der Arbeit ihre privaten Nachrichten. Die unter 30-Jährigen sind in einer Welt mit Handys aufgewachsen – und sie sind heute ihren Geräten noch viel enger verbunden: 31 Prozent der Befragten insgesamt und 74 Prozent der 18- bis 29-Jährigen gestehen, dass sie ihr Smartphone sogar häufig mit auf die Toilette nehmen. Vor vier Jahren haben das erst 25 Prozent der Deutschen getan.

## **2.3 Veränderungen des Nutzungsverhaltens in der Pandemie**

In der Corona-Krise werden viele Kontakte auf den Bildschirm verlagert: Homeoffice, Homeschooling, Online-Fitnesskurse, Fortbildungen, virtuelle Treffen mit Freunden und

Familie. Der Kontakt zu anderen läuft in vielen Fällen nur noch über Videoschalten. Das hat die Nutzung digitaler Medien und Kommunikationswege noch verstärkt.

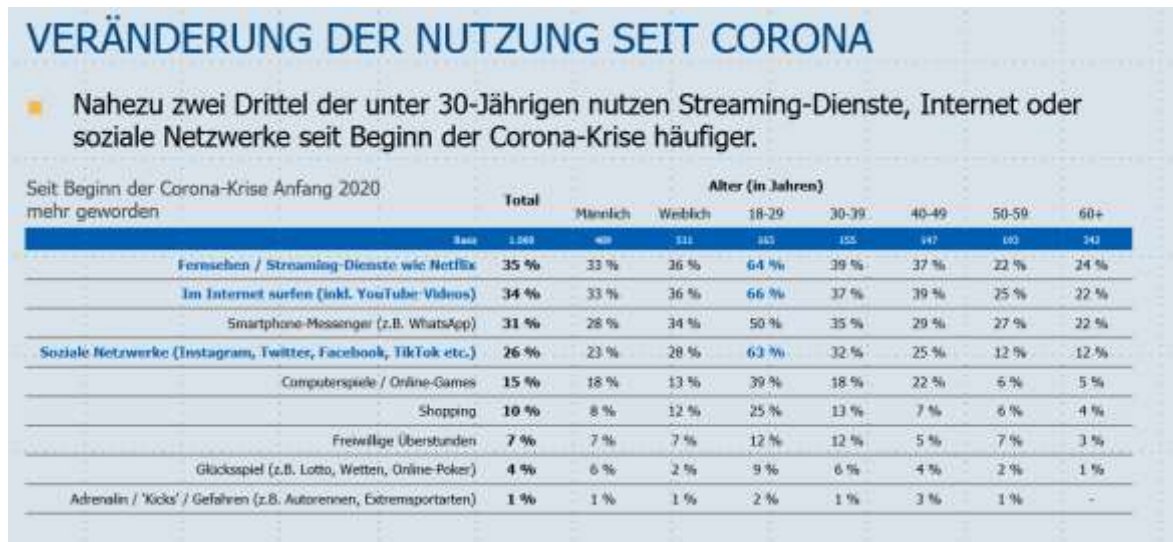


Abbildung 1 Studie pronova BKK "Die Süchte der Deutschen" 2021

### Wie verteilt sich die Bildschirmzeit?

Viele Aktivitäten sind in der Freizeit pandemiebedingt monatelang ausgefallen oder haben nur eingeschränkt stattgefunden. Viele Menschen haben plötzlich mehr Zeit, die sie ganz offensichtlich zumindest zum Teil vor dem Bildschirm verbringen. Ob Streaming oder TV, der Video-Konsum hat in der Corona-Krise deutlich zugenommen. Das sagen 35 Prozent der Deutschen. Fast ebenso viele berichten, dass sie auch mehr im Internet surfen als vor der Pandemie. In der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen sagen dies sogar knapp zwei Drittel der Befragten über ihren Pandemie-Alltag. Knapp ein Drittel versendet mehr Nachrichten über Smartphone-Messenger als vor der Krise. 26 Prozent verbringen mehr Zeit in sozialen Netzwerken, von den unter 30-Jährigen Befragten sind es 63 Prozent.

Mehr als jeder Dritte hängt seit Beginn der Pandemie noch häufiger am Smartphone als vorher. Vor allem die unter 30-Jährigen legen ihr Handy kaum noch aus der Hand: 72 Prozent nutzen es mehr als vor der Krise.

## NUTZUNG MOBILER GERÄTE

- Vor allem bei unter 30-Jährigen hat sich die Smartphone-Nutzung seit Beginn der Pandemie verstärkt.

Top2: Trifft voll und ganz bzw. eher zu	Total	Alter (Jahre)				
		18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Ich erwische mich häufig dabei, wie ich nach einer gewissen Zeit automatisch auf mein Smartphone schaue, ohne etwas Bestimmtes damit zu wollen.	43 %	74 %	57 %	53 %	27 %	27 %
Morgens gilt mein erster Blick dem Smartphone und abends der letzte.	41 %	77 %	61 %	48 %	24 %	23 %
Auch auf der Arbeit checke ich regelmäßig mein Smartphone auf neue Nachrichten.	37 %	66 %	62 %	51 %	25 %	14 %
Seit dem Beginn der Pandemie hänge ich noch mehr am Smartphone als vorher.	36 %	72 %	48 %	40 %	22 %	19 %
Ich nehme mein Smartphone häufig mit aufs WC.	31 %	74 %	54 %	37 %	15 %	8 %
Ohne mein Smartphone könnte ich mein Leben nicht mehr organisieren.	31 %	58 %	47 %	35 %	16 %	17 %
Wenn ich mein Smartphone irgendwo vergessen habe, bekomme ich körperlich spürbare Panik.	30 %	59 %	41 %	37 %	21 %	14 %
Ich würde gerne mal eine Zeitlang auf mein Smartphone verzichten, ich weiß aber nicht, wie ich das machen soll.	25 %	49 %	37 %	27 %	18 %	12 %
Wenn ich z. B. mit einer Person verabrede bin, kommuniziere ich häufig zeitgleich über Messenger oder soziale Netzwerke mit anderen Personen.	22 %	40 %	33 %	29 %	13 %	11 %
Bei jeder Mahlzeit schaue ich mindestens einmal auf mein Smartphone.	22 %	47 %	37 %	26 %	11 %	8 %
Ich nutze Messenger wie WhatsApp (Texte oder Sprachnachrichten) auch beim Auto- oder Fahrradfahren.	16 %	27 %	29 %	20 %	9 %	6 %

Abbildung 2 Studie pronova BKK "Die Süchte der Deutschen" 2021

### 2.4 Risiken

#### Welche Probleme entstehen durch die verstärkte Nutzung digitaler Geräte?

Immer einen Bildschirm zur Hand – für viele ist die Nutzung zur Gewohnheit geworden. Wer sich dabei ertappt, das Smartphone immer in Reichweite haben zu müssen, ist zumindest gefährdet, die Kontrolle zu verlieren, sagen Experten.

Schätzungen der pronova BKK zufolge haben etwa 1 bis 2,5 Prozent der 14- bis 64-Jährigen in Deutschland ein problematisches Internetverhalten, in jüngeren Altersgruppen bis zu 4,8 Prozent. Das macht sich in vielen Lebensbereichen bemerkbar: Gesundheitliche Beeinträchtigungen durch Bewegungsmangel, Konzentrationsschwächen durch zu viel Zeit vor Videospielen, Schlafmangel oder soziale Isolation durch ausgedehnten Medienkonsum – um nur einige zu nennen. Die Auswirkungen problematischer Internetnutzung zeigen sich unter Umständen auch im Arbeitsleben. Im betrieblichen Umfeld können sie sich zum Beispiel negativ auf die Produktivität der betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auswirken.

### 3. Prävention und Therapie mit dem Projekt SCAVIS

Gezieltes Training kann helfen, das Steuer wieder zu übernehmen und zur dosierten Mediennutzung zurückzukehren. Dazu gehört in einem ersten Schritt, dass sich die Betroffenen ihres problematischen Nutzungsverhaltens bewusst werden und sich selbst das Ausmaß vor Augen führen. Das ist eine Voraussetzung, um in der Zukunft wieder zu einem dosierten Umgang mit Medien zu gelangen.

Ein Weg dorthin ist das Projekt SCAVIS der pronova BKK, das ausgewogenes Internetverhalten fördert. SCAVIS steht für „Stepped Care Ansatz zur Versorgung Internetbezogener Störungen“. Es setzt vor allem im Kontext der betrieblichen Gesundheitsvorsorge an und verbindet präventive Komponenten mit niedrighschwelligem Unterstützungs- und Therapieangeboten.

SCAVIS wird durchgehend wissenschaftlich begleitet und durch den Gemeinsamen Bundesausschuss / Innovationsausschuss gefördert. Es handelt sich um ein gemeinsames Projekt der pronova BKK mit verschiedenen Partnern, darunter andere Krankenkassen und wissenschaftliche Institutionen

### **3.1 An wen richtet sich SCAVIS? Mit welchem Ziel?**

Mit dem Projekt SCAVIS verfolgt die pronova BKK ein universelles innerbetriebliches Präventionskonzept. Es richtet sich an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem Betrieb, auch an diejenigen, die kein suchtgefährdetes Verhalten zeigen oder sich selbst für nicht gefährdet halten.

Oberstes Ziel ist die Steigerung der Lebensqualität, die unter übermäßiger Internetnutzung leidet. Dazu wird zuerst darauf abgezielt, die Teilnehmer für ein ausgewogenes Internetverhalten zu sensibilisieren. Häufig wird übermäßiger Medienkonsum nämlich unbemerkt zur Gewohnheit, das eigene Verhalten nicht bewusst als problematisch wahrgenommen. Um das Bewusstsein bei den Menschen dafür zu schaffen, fehlt es häufig an Informationen. Ein großes Ziel des Projekts ist es daher auch, die Kenntnisse zum Thema Medienkonsum, problematisches Internetverhalten und insbesondere übermäßige Smartphonennutzung zu vermitteln oder zu vertiefen.

Neben diesem Präventionskonzept gehört auch ein Interventionsmodul zu SCAVIS, das gezielt Mitarbeitern mit entsprechendem Bedarf angeboten wird. Wer dazu eingeladen wird, entscheidet sich nach einer ausführlichen Befragung.

### **3.2 Wie funktioniert SCAVIS?**

Das Projekt startet mit einer breit angelegten Informationskampagne im Unternehmen, die Fakten und Hintergründe zum Thema Medienkonsum und Internetsuchtverhalten vermittelt. Dann folgt ein einmaliges einfaches Screening, an dem die Mitarbeiter teilnehmen. Anschließend erhalten die Teilnehmer ein individuelles Screening-Ergebnis zu ihrem Online-Verhalten. Sollte das Ergebnis des Screenings Anlass dazu geben, ein

problematisches Internetverhalten zu vermuten, wird den Mitarbeitern die Teilnahme an einem dreistufigen Interventionsmodell angeboten.

Hier ein Blick auf die Schritte im Einzelnen:

## **Screening**

Die Teilnehmer füllen einen Online-Fragebogen zur Internetnutzung aus. Darunter sind zum Beispiel Fragen wie:

- Wie häufig sagen Ihnen andere Menschen (z. B. Partner, Kinder, Eltern, Freunde), dass Sie das Internet weniger nutzen sollten?
- Wie häufig nutzen Sie das Internet, um Ihren Sorgen zu entkommen oder um sich von einer negativen Stimmung zu entlasten?
- Wie häufig finden Sie es schwierig, mit dem Internetgebrauch aufzuhören, wenn Sie online sind?

Nach der Auswertung erfolgt die Zuordnung zum Präventionsmodul, zum dreistufigen Interventionsmodul („Steps“) oder zur Kontrollgruppe, für die keine Interventionen vorgesehen sind. Selbstverständlich erfolgt diese Zuordnung anonym, sodass der Arbeitgeber keine Informationen über die Mitarbeiter und ihr Internetverhalten erhält.



## Wie ist SCAVIS aufgebaut?



Abbildung 3 Aufbau Projekt SCAVIS

### Dreistufiges Interventionsmodell

#### STUFE 1 – TRACKING

Mit Hilfe einer App kann jeder Teilnehmer seine Smartphone-Nutzung erfassen. Zu den aufgezeichneten Daten gehören unter anderem die Gesamtdauer und die Häufigkeit von Smartphone-Entsperrungen/Unlocks. Hinzu kommt eine genaue Befragung zum Internetverhalten sowie individuelles Feedback innerhalb der App. Dieser erste Schritt dauert etwa vier Wochen.

#### STUFE 2 – TELEFONISCHE KURZINTERVENTION

Die Teilnehmer können in zwei Telefonaten mit einem Psychotherapeuten individuelle Gründe für die Nutzung digitaler Medien herausarbeiten. In den Gesprächen werden auch die möglichen unangenehmen oder belastenden Aspekte erörtert. Das Ziel ist die Motivation und Befähigung zur Verhaltensänderung.

#### STUFE 3 – ONLINE-THERAPIE

In diesem Schritt sind insgesamt 22 Therapiesitzungen vorgesehen (Einzel- und Gruppentherapie), die ein Mal pro Woche stattfinden. In diesen Sitzungen geht es um Verhaltensanalyse, Ressourcenaktivierung und das Erlernen von Motivationstechniken. Therapeutisch begleitet werden Abstinenzversuche.



### **3.3 Was sind die Vorteile für die Teilnehmer?**

Im Vordergrund steht die Verbesserung der Lebensqualität (kein „strafender Ansatz“). Es geht vor allem um die Sensibilisierung für ein ausgewogenes Internetverhalten sowie Informationen hierzu. Die Teilnehmer erhalten ein individuelles, fundiertes Feedback zu ihrem Internetverhalten und bei Bedarf und auf Wunsch kostenfreie und schnelle Behandlungsmöglichkeiten.

### **3.4 Was sind die Vorteile für die teilnehmenden Unternehmen?**

SCAVIS ist für Unternehmen ein kostenneutraler und aufwandsarmer Weg, den neuen hochrelevanten Bereich der Internet- und Mediennutzung ins Betriebliche Gesundheitsmanagement zu integrieren. Mitarbeiter, die im Rahmen des Projekts ihr Internetverhalten verbessern oder den Konsum reduzieren, sind unter Umständen auch ein größerer Gewinn für das Unternehmen, in dem sie beschäftigt sind. Denn ein problematisches Internetnutzungsverhalten kann erwiesenermaßen auch negative Auswirkungen auf die Produktivität betroffener Mitarbeiter haben. Die Datenerhebung erfolgt anonym, sodass Rückschlüsse auf die Situation in einzelnen Betrieben nicht möglich ist. Für die Teilnahme erhalten Unternehmen das offizielle und kostenfreie Präventionssiegel „Engagement für ausgewogenen Internetkonsum“.

## **4. Fazit**

Dass fast jeder das Internet über das Smartphone immer dabei hat, ist eine noch relativ junge Entwicklung. Computer und Smartphone sind in so gut wie jedem Haushalt vorhanden, die Nutzungszeiten haben sich enorm ausgedehnt. Die Corona-Pandemie hat diesen Trend weiter verstärkt. Wie die Nutzung gestaltet werden sollte, damit sie sich in einem gesunden Rahmen bewegt, muss vermittelt und gelernt werden. Mögliche negative Folgen für die physische und psychische Gesundheit, für die sozialen Kontakte oder die Leistungsfähigkeit werden von wissenschaftlicher Seite immer weiter erforscht. Dazu gehört auch die Frage, inwiefern Mediennutzungsgewohnheiten zur Sucht werden können. Wenn es um Gesundheitsvorsorge geht, ist dieser Bereich ein wichtiges Feld. Die pronova BKK bearbeitet diesen Bereich bereits intensiv. Mit der aktuellen Neuauflage der Studie „Die



Süchte der Deutschen“ hat sie sich zusätzliche Expertise verschafft. Die pronova BKK ist Vorreiter etwa durch die Beteiligung an Präventionsprojekten wie SCAVIS.