

Bachelorarbeit  
im Bachelorstudiengang  
**Wirtschaftspsychologie**  
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm

## **Einfluss von Social Media auf Wohlbefinden und Flow**

Welchen Einfluss hat die Verweildauer, die Nutzungshäufigkeit und die Nutzungsart von Social Media auf das psychische Wohlbefinden und das Erleben von Flow-Zuständen?

Betreuer: Herr Prof. Dr. Johannes von Gehlen

Zweitkorrektor: Herr Prof. Dr. Johannes Basch

Autorin: Anja Bauhofer

Matrikelnummer: 297864

Thema erhalten: 28.11.2024

Abgabedatum: 11.02.2025

## **Abstract**

Die steigende Popularität von Social Media unterstreicht die zunehmende Bedeutung der online Netzwerke in unserem Alltag (Kemp, 2024). Während bestehende Literatur potenzielle Auswirkungen auf psychologische Prozesse untersucht, bleibt die Moderationswirkung der Nutzungsart (aktiv/passiv) weitgehend unerforscht. Die vorliegende Studie untersucht den Einfluss der Verweildauer, der Nutzungshäufigkeit und der Nutzungsart von Social Media auf das psychische Wohlbefinden und das Erleben von Flow-Zuständen. Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde eine quantitative Feldstudie mit einem Querschnittsdesign durchgeführt. Die Stichprobe ( $N = 97$ ) beantwortete einen Online-Fragebogen zur Social-Media-Nutzung, dem Flow-Erleben und dem Wohlbefinden. Die erhobenen Daten wurden mittels Moderationsanalysen ausgewertet.

Die Moderationsergebnisse zeigen, dass die Nutzungsart die untersuchten Zusammenhänge nicht signifikant moderiert. Allerdings ergibt die Haupteffektanalyse, dass eine längere Verweildauer auf Social Media mit einem niedrigeren psychischen Wohlbefinden einhergeht. Ein möglicher Erklärungsansatz ist, dass intensive Nutzung zu Aufwärtsvergleichen führen kann, die das Wohlbefinden negativ beeinflussen (Arad et al., 2023). Zukünftige Forschung sollte längsschnittliche Designs nutzen und weitere Faktoren wie Selbstwert oder Vergleichstendenzen einbeziehen. Darüber hinaus beinhalten die praktischen Implikationen die Förderung einer reflektierten und bewussten Social-Media-Nutzung.

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Grundvoraussetzungen für die Entstehung des Flow-Zustands .....	8
Abbildung 2: Modellergebnisse des Einflusses sozialer Vergleiche.....	11
Abbildung 3: Modell der geplanten Untersuchung H1 und H2.....	11
Abbildung 4: Modell der geplanten Untersuchung H3 und H4.....	13
Abbildung 5: Ablauf der Umfrage.....	17
Abbildung 6: Häufigkeitsverteilung der Nutzungsart .....	24
Abbildung 7: Boxplot des Einflusses der Nutzungsart auf die abhängigen Variablen ..	25

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Deskriptive Statistik und Prüfung Multikollinearität und Autokorrelation...	23
Tabelle 2: Überprüfung auf Normalverteilung mittels Kolmogorov-Smirnov- und Shapiro-Wilk-Test .....	27
Tabelle 3: Ergebnisse der Moderationsanalyse zur Vorhersage des psychischen Wohlbefindens durch Nutzungshäufigkeit und Nutzungsart .....	28
Tabelle 4: Ergebnisse der Moderationsanalyse zur Vorhersage des psychischen Wohlbefindens durch Verweildauer und Nutzungsart .....	29
Tabelle 5: Ergebnisse der Moderationsanalyse zur Vorhersage der Flow-Intensität durch Nutzungshäufigkeit und Nutzungsart .....	30
Tabelle 6: Ergebnisse der Moderationsanalyse zur Vorhersage der Flow-Intensität durch Verweildauer und Nutzungsart.....	30
Tabelle 7: Ergebnisse der Haupteffektanalysen ohne Interaktionsterm .....	32

## Abkürzungsverzeichnis

AV	Abhängige Variable
D-W	Durbin-Watson-Statistik
FKS	Flow-Kurz-Skala
FOMO	Fear of Missing out = Angst, etwas zu verpassen
LOESS	Locally Estimated Scatterplot Smoothing = lokale, glättende Regression
MOD	Moderator
SMU-A/P	Active/Passive Social Media Use = active/passive Social-Media- Nutzung
UV	Unabhängige Variable
VIF	Variance Inflation Factor = Varianzinflationsfaktor
WHO	World Health Organization = Weltgesundheitsorganisation
$\alpha$	Cronbachs Alpha

## Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	1
1.1	Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2	Beitrag für Wissenschaft und Praxis.....	2
1.3	Gang der Arbeit .....	3
2	Theoretischer Hintergrund .....	4
2.1	Social Media .....	4
2.2	Social Comparison Theory .....	6
2.3	Flow Theory.....	7
2.4	Forschungsstand und Ableitung der Hypothesen .....	9
3	Methode.....	14
3.1	Stichprobe .....	14
3.2	Untersuchungsdesign und -durchführung .....	15
3.3	Erhebungsinstrumente .....	17
3.4	Datenaufbereitung und statistische Verfahren .....	19
4	Ergebnisse .....	23
4.1	Deskriptivstatistische Datenanalyse .....	23
4.2	Inferenzstatistische Prüfung der Hypothesen.....	28
4.2.1	Hypothese 1 .....	28
4.2.2	Hypothese 2 .....	29
4.2.3	Hypothese 3 .....	29
4.2.4	Hypothese 4 .....	30
4.3	Analyse der Haupteffekte ohne Interaktionsterm .....	31
5	Diskussion .....	33
5.1	Zusammenfassung und Interpretation der Moderationsergebnisse .....	33
5.2	Zusammenfassung und Interpretation der Haupteffektanalyse.....	36
5.3	Praktische Implikationen .....	38
5.4	Limitationen und zukünftige Forschung.....	39
	Literaturverzeichnis .....	42
	Anhang .....	47

Die Seminararbeit hat einen Umfang von 12.753 Wörtern. Grundlage ist der Leitfaden zum wissenschaftlichen Arbeiten in der Wirtschaftspsychologie in der Version 1.2 vom 01.08.2021.

# 1 Einleitung

„Habe ich eine neue Nachricht?“, „Wie viele Likes habe ich schon erhalten?“ oder „Ich muss das Bild heute noch posten, sonst verliere ich Follower.“ – solche Gedanken und Fragen veranschaulichen, wie Social Media zur regelmäßigen Nutzung anregt. In unserer zunehmend digitalisierten Welt ist ein Alltag ohne Social Media nicht mehr denkbar (Huang & Su, 2018). Dies zeigt sich in einer durchschnittlichen Nutzungszeit von 2 Stunden und 24 Minuten pro Tag, wobei fast stündlich das Smartphone überprüft, und Beiträge aktualisiert werden (Kemp, 2020).

Die Nutzung von Social Media beeinflusst zunehmend unser Bewusstsein und unsere Selbstwahrnehmung. Dieser Einfluss steht im Einklang mit dem gesellschaftlichen Wandel, der den Fokus auf individuelle Verantwortung und Selbstoptimierung legt (Fuchs, 2021). Plattformen wie Instagram und TikTok sind dabei nicht nur Mittel zur Unterhaltung, sondern prägen immer stärker unsere Identität, indem wir die Inhalte zu einem zentralen Bestandteil des eigenen Selbstverständnisses machen (Al-Rahmi & Othman, 2013). Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, in welchem Ausmaß Social Media das Wohlbefinden und das Flow-Erleben beeinflusst.

## 1.1 Problemstellung und Zielsetzung

Wie bereits in der Einleitung erläutert, ist Social Media aus dem alltäglichen Leben nicht mehr wegzudenken (Huang & Su, 2018). Die rasante Entwicklung von Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram und TikTok eröffnet neue Möglichkeiten zur Kommunikation und Vernetzung, kann jedoch auch negative Auswirkungen auf das psychische Wohlbefinden der Nutzer/-innen haben. Immer häufiger wird Cybermobbing, das Vergleichen mit anderen und das Streben nach digitaler Anerkennung beobachtet. Diese Phänomene wiederum können zu Stress und depressiven Symptomen führen (Al-Rahmi & Othman, 2013; Cunningham et al., 2021). Besonders problematisch ist dabei die unbewusste, oft impulsive Nutzung, die nur wenig Raum für Reflexion über eigene Verhaltensmuster lässt (Cunningham et al., 2021).

Doch nicht nur das Wohlbefinden wird durch Social Media beeinflusst, auch das Erleben von fokussierten und tiefen Bewusstseinszuständen wie Flow kann beeinträchtigt werden (Csikszentmihalyi, 2017). Durch die nahezu endlosen Möglichkeiten zur

Interaktion und Kreativität stellt sich die Frage, wie Social Media Flow-Erfahrungen fördert oder hemmen kann. In diesem Kontext spielt vor allem die Art der Nutzung, ob aktiv (z. B. das Posten und Kommentieren) oder passiv (z. B. das Konsumieren von Inhalten), eine bedeutende Rolle (Escobar-Viera et al., 2018). Obwohl Social Media tief in das Leben der meisten Menschen integriert ist, fehlen bisher umfassende Erkenntnisse darüber, wie sich die Kombination aus Dauer, Häufigkeit und Art der Nutzung auf das psychische Wohlbefinden und Flow-Erleben auswirkt.

Resultierend daraus erschließt sich folgende Forschungsfrage: Welchen Einfluss hat die Verweildauer, die Nutzungshäufigkeit und die Nutzungsart (aktiv/passiv) von Social Media auf das psychische Wohlbefinden und das Erleben von Flow-Zuständen?

Diese Studie soll dazu beitragen, den Zusammenhang zwischen Social-Media-Nutzung und Wohlbefinden sowie Flow-Zustände besser zu verstehen und Ansätze für eine gesündere und bewusstere Nutzung von Social Media zu entwickeln.

## **1.2 Beitrag für Wissenschaft und Praxis**

Fast die Hälfte der Weltbevölkerung nutzt Social Media, was die Relevanz der Forschung unterstreicht (Huang & Su, 2018; Kemp, 2020). Während es bereits einige Studien zur allgemeinen Nutzung gibt, fehlt es an fundierten Erkenntnissen darüber, wie sich die Art der Nutzung auf das Wohlbefinden und das Erleben von Flow-Zuständen auswirkt. Deshalb legt diese Untersuchung einen besonderen Fokus auf die Unterscheidung zwischen aktiver und passiver Nutzung. Ein besseres Verständnis der Zusammenhänge zwischen Nutzungsgewohnheiten und deren Auswirkungen könnte langfristig zu einem achtsameren Umgang mit Social Media beitragen. Es ist entscheidend, sich der potenziellen Kontinuitäten bewusst zu werden, um daraus Ansätze für eine gesündere Nutzung entwickeln zu können. Diese Arbeit soll die möglichen negative Auswirkungen von Social Media verdeutlichen und zeigen, wie eine verantwortungsvolle Nutzung dazu beitragen kann, unerwünschte Konsequenzen zu minimieren.

### **1.3 Gang der Arbeit**

Nach der Einleitung (Kapitel 1), der Problemstellung (1.1) und der Relevanz des Themas für die Wissenschaft (1.2) folgt die theoretische Ausarbeitung. Hier werden in Kapitel 2 theoretische Begriffe, wie Social Media sowie Hintergründe (Social Comparison Theory (2.2); Flow-Theory (2.3)) diskutiert. Anschließend werden relevante Studien zur Social-Media-Nutzung, psychischem Wohlbefinden und Flow beschrieben (2.4). Folglich werden die in der vorliegenden Studie behandelten Hypothesen abgeleitet.

Kapitel 3 beschreibt das methodische Vorgehen der quantitativen Untersuchung. Dabei wird die Stichprobe und der Versuchsablauf erläutert. Außerdem beinhaltet es die Vorstellung der Fragebögen und der durchgeführten statistischen Datenanalysen mithilfe von SPSS.

Daraufhin werden im vierten Kapitel die Ergebnisse der Studie präsentiert. Zunächst werden die Häufigkeiten und visuellen Darstellungen behandelt (4.1), gefolgt von den Moderationsergebnissen (4.2) und abschließend die Ergebnisse der Haupteffektanalyse (4.3).

Mit dem fünften Kapitel schließt die Arbeit ab. Es beinhaltet die Zusammenfassung und die Diskussion der Ergebnisse. Diese werden in den Kontext bestehender Literatur gestellt. Ferner werden mögliche Erklärungen für Abweichungen von bisherigen Studien aufgezeigt. Das Unterkapitel 5.2 fasst schließlich die praktischen Implikationen zusammen, woraufhin die Studie kritisch betrachtet wird und mögliche Einschränkungen als auch Limitationen aufgezeigt werden (5.3).

## **2 Theoretischer Hintergrund**

Im Folgenden wird erörtert, weshalb Social Media ein zentrales Thema in der heutigen Gesellschaft darstellt. Darüber hinaus werden theoretische Konzepte vorgestellt, die im Zusammenhang mit dem Wohlbefinden und Flow-Erleben stehen. Anschließend wird der aktuelle Forschungsstand dargestellt, bevor die Hypothesen abgeleitet werden, die in der vorliegenden Studie untersucht werden.

### **2.1 Social Media**

Der Begriff Social Media vereint zwei zentrale Aspekte: Social (dt. Soziale) und Media (dt. Medien). Social betont dabei die Interaktion und den Austausch mit Mitmenschen, Media hingegen legt den Fokus auf die Vermittlung von Informationen und den Wissenserwerb. Die zwei zentralen Komponenten spiegeln die grundlegenden menschlichen Bedürfnisse nach sozialer Nähe und Orientierung wider (Garncarz, 2016). Durch diesen wesentlichen Wunsch nach Austausch spielt Social Media in den vergangenen Jahren eine immer bedeutendere Rolle im Leben vieler Menschen (Schmidt, 2018). Das spiegelt sich in der hohen Nutzeranzahl wider. Anfang 2024 nutzten rund 87 % der Deutschen Social Media (Kemp, 2024). Während dabei früher vor allem Facebook und Twitter dominierend waren, sind heute Multimediaplattformen wie Instagram, TikTok und YouTube besonders gefragt (Koch, 2023).

Die Nutzung von Social Media kann in aktiv und passiv unterteilt werden, die sich hinsichtlich ihres Zwecks unterscheiden. Dabei umfasst die aktive Nutzung das Erstellen und Teilen eigener Beiträge sowie direkte Kommunikation mit anderen Nutzer/-innen, bspw. durch das Verfassen von Kommentaren (Escobar-Viera et al., 2018). Diese Form der Nutzung wird oft mit positiven Effekten auf das Wohlbefinden in Verbindung gebracht, da sie soziale Interaktion und Selbstwirksamkeit fördert (Verduyn et al., 2017). Hingegen beschreibt die passive Nutzung das bloße Konsumieren von Inhalten ohne direkte Interaktion. Das kann negative Auswirkungen haben, wie Verstärkung von sozialen Vergleichen oder die Angst etwas zu verpassen, auch Fear of Missing Out (FOMO) genannt (Verduyn et al., 2017)

Die Social-Media-Nutzung wird durch psychologische Mechanismen, wie kontinuierliche neue Inhalte oder das unendliche Scrollen weiter verstärkt. Nutzer/-innen

werden unbewusst durch äußere Impulse wie visuelle Hinweise, Bestätigungsreize (Likes) oder ständige Benachrichtigungen gesteuert (Anderson & Wood, 2021). Dies erschwert das bewusste Stoppen des Konsums, da bspw. Likes das Belohnungssystem durch Dopaminausschüttung aktivieren und durch die positive Auswirkung ähnlich wie Suchtmechanismen wirken (Sherman et. al, 2016). Zudem kann das ständige Angebot neuer Inhalte zu einer Überreizung führen (Anderson & Wood, 2021).

### *Social Media Influence Theory*

Die Social Media Influence Theory (dt. Theorie des sozialen Einflusses durch soziale Medien) von Rachmad (2023) ist eine Weiterentwicklung bestehender Theorien, wie der Social Cognitive Theory (dt. soziale Kognitive Theorie) und baut auf Erkenntnissen aus der Medienwirkungsforschung auf. Sie beschreibt, wie Algorithmen auf Basis des Nutzerverhaltens bestimmte Beiträge priorisieren (Rachmad, 2023). Personalisierten Empfehlungen zielen darauf ab, Nutzende so lange wie möglich auf der Plattform zu halten und zu einer unbewussten Rückkehr zu bewegen (Anderson & Wood, 2021). Bestehende Ansichten werden dadurch bestätigt, indem einige Inhalte verstärkt wahrgenommen werden und andere in den Hintergrund treten (Rachmad, 2023). Dieses Phänomen der homogenen und selektiven Meinungsbildung wird auch „Filterblase“ genannt. Die Filterblase kann zu Verzerrungen und Polarisierungen führen und dadurch sowohl die individuelle Meinungsbildung als auch gesellschaftliche Diskussionen beeinflussen (Pariser, 2011). Indem Nutzer/-innen ihr Verhalten den Normen der virtuellen Gruppe anpassen wird ihr Konsum von kollektiven Dynamiken mitbeeinflusst, was das Steuern oder Beenden erschwert (Rachmad, 2023). Social-Media-Persönlichkeiten verstärken durch ihre Reichweite diese Mechanismen, indem sie Trends setzen und gesellschaftliche Werte formen (Anderson & Wood, 2021)

Diese Auswirkungen werden vor allem in der Politik deutlich (Wolf et al., 2018). Ein aktuelles Beispiel ist der Erfolg der AfD bei den Landtagswahlen in Thüringen und Sachsen im Jahr 2024. Besonders auffällig war dabei der hohe Wähleranteil bei jungen Erwachsenen (Fielitz et al., 2024). Fielitz et al. (2024) haben dargelegt, dass die AfD überproportional stark auf TikTok präsent war und durch kurze, prägnante Videos hohe Reichweiten erzielte. Insbesondere junge Nutzer/-innen, die von klassischen Nachrichtenformaten zunehmend fernbleiben, wurden über solche Inhalte direkt angesprochen. Diese Wahlkampfstrategie zeigt, wie Social Media genutzt werden kann,

um kontroverse politische Botschaften zu verbreiten, welche das Wahlverhalten beeinflussen können (Fielitz et al., 2024).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Social Media nicht nur der Unterhaltung dient, sondern eine zentrale Rolle in gesellschaftlichen Diskussionen und Politik einnimmt (Rachmad, 2023). Zunehmend beeinflusst Social Media das Nutzerverhalten durch gezielte Designstrategien (Anderson & Wood, 2021). In der vorliegenden Arbeit wird sich der breit gefächerte Begriff Social Media ausschließlich auf die Plattformen Facebook, Instagram und TikTok beziehen, da diese in Deutschland am häufigsten verwendet werden (Koch, 2023).

## **2.2 Social Comparison Theory**

Social-Media-Plattformen bieten eine ideale Grundlage für individuelle Vergleiche, da sie detaillierte Informationen über andere liefern (Vogel et al., 2014). Dabei können angestellte Vergleiche positive Gefühle wie Motivation, als auch negative Gefühle des Mangels auslösen (Vogel et al., 2014). Dabei spielt die Selbstbewertung eine zentrale Rolle, wie es Festinger (1954) in seiner Social Comparison Theory (dt. Theorie des sozialen Vergleichs) definiert. Diese besagt, dass Menschen dazu neigen, sich mit anderen zu vergleichen, um ihre eigene soziale und persönliche Identität zu definieren und bewerten (Festinger, 1954). Social-Media-Persönlichkeiten nehmen dafür entscheidende Rollenmodelle für Attraktivität, Leistung oder Freizeitgestaltung ein. Als Vergleichsstandards werden sie aktiv aufgenommen und dienen der Orientierung für eigene Werte (Petersen, 2008). Dabei unterscheidet Festinger (1954) zwischen sozialen Aufwärts- und Abwärtsvergleichen.

Ein Aufwärtsvergleich erfolgt, wenn die Vergleichsperson im Hinblick auf ein bestimmtes Kriterium als überlegen wahrgenommen wird. Im Gegensatz dazu beschreibt ein Abwärtsvergleich den Vergleich mit einer Person, die als schwächer oder gleich stark wahrgenommen wird, wodurch ein Gefühl der Überlegenheit entsteht (Festinger, 1954). Das kann zu einer positiveren Selbsteinschätzung und einem erhöhten subjektiven Wohlbefinden führen (Petersen, 2008). Dabei kennzeichnet ein hohes psychisches Wohlbefinden einen Zustand, in dem Menschen eine hohe Lebenszufriedenheit empfinden, häufig positive Emotionen erleben und nur selten von negativen Gefühlen betroffen sind (Diener, 1984).

Social Media kann vor allem durch idealisierte und inszenierte Beiträge Aufwärtsvergleiche fördern, bei denen andere als erfolgreicher, beliebter oder glücklicher wahrgenommen werden (Arad et al., 2023). Dadurch wird die eigene Person abgewertet und die verglichene Person aufgewertet (Festinger, 1954). Besonders verstärkt wird der Effekt des Aufwärtsvergleichs durch die Möglichkeit der selektiven Selbstrepräsentation, bei der hauptsächlich positive Aspekte des Lebens geteilt werden (Arad et al., 2023). Das kann dazu führen, dass Social-Media-Nutzende sich unattraktiver einschätzen oder Gefühle wie Neid und Unzufriedenheit aufkommen, was zu einem schlechteren Wohlbefinden führen kann (Arad et al., 2023).

Trotz dieser negativen Konsequenzen können Aufwärtsvergleiche auch motivierend wirken, indem sie dazu anregen, die eigenen Fähigkeiten zu verbessern und neue Ziele zu setzen (Petersen, 2008). Dieser motivierende Effekt lässt sich durch die Goal Setting Theory (dt. Zielsetzungstheorie) von Locke & Latham (1990) erklären, die besagt, dass herausfordernde, aber erreichbare Ziele das Engagement und die Leistung steigern können. Aufwärtsvergleiche können daher auch als Impuls dienen, persönliche Fortschritte zu setzen und zu erzielen (Locke & Latham, 1990).

### **2.3 Flow Theory**

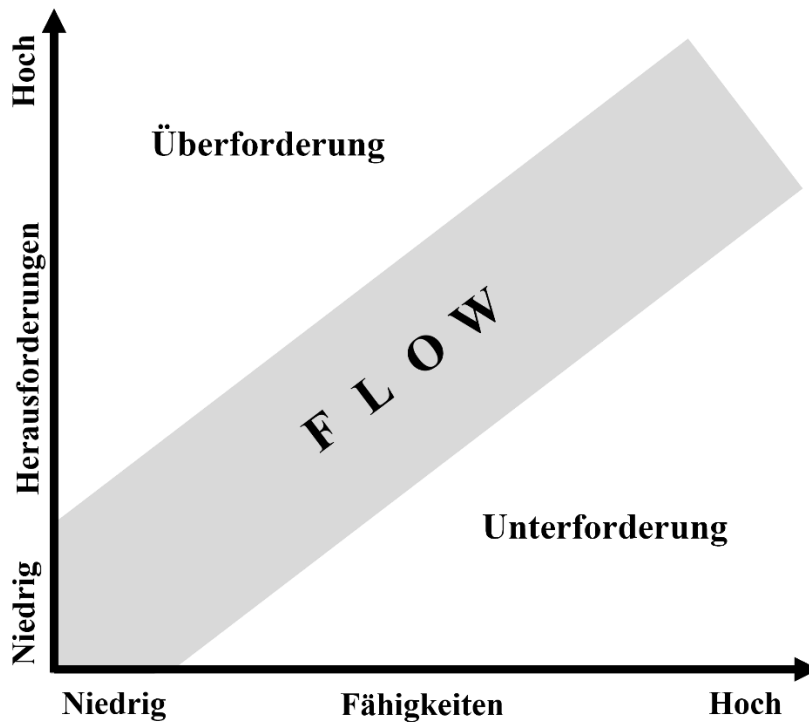
Die Flow Theory (dt. Flow-Theorie) von Csikszentmihalyi (1993) beschreibt einen Zustand, in dem Menschen vollständig in einer Tätigkeit aufgehen. Der „Flow“, zeichnet sich durch ein intensives Gefühl der Fokussierung und des Vergessens von Zeit aus (Csikszentmihalyi & Schiefele, 1993). Dabei stellt das Flow-Erleben einen zentralen Anreiz von intrinsischen motivierten Tätigkeiten dar – wenn diese hoch ist, desto eher tritt ein Flow auf. Intrinsische Motivation bezieht sich auf die Motivation, die aus dem inneren Anreiz einer Aufgabe entsteht, unabhängig von äußeren Belohnungen oder Druck. Diese kann entstehen, wenn eine Tätigkeit aufgrund von Freude freiwillig ausgeführt wird (Deci & Ryan, 2013).

Damit ein Flow-Erlebnis entstehen kann, müssen bestimmte Voraussetzungen gegeben sein. Besonders wichtig ist das Gleichgewicht von Herausforderung und Fähigkeiten (siehe Abbildung 1) (Csikszentmihalyi, 2017). Wenn das Verhältnis zwischen den Anforderungen einer Tätigkeit und den Fähigkeiten ausgeglichen ist, kann ein Flow-Zustand entstehen (Ellis et al., 1994). Eine zu einfache Aufgabe führt hingegen

zu Unterforderung und Langeweile, während eine zu schwierige Aufgabe zu Überforderung und Angst führen kann (Csikszentmihalyi & Schiefele, 1993).

### Abbildung 1

Grundvoraussetzung für die Entstehung des Flow-Zustands (Eigene Darstellung nach Ellis et al. 1999, S. 339)



Das Flow-Erleben zeichnet sich durch mehrere Merkmale aus, die das Zustandekommen dieses optimalen Erlebens beschreiben. Dazu gehört das Verschmelzen von Handlung und Bewusstsein, bei dem die Aufmerksamkeit so stark auf die Aufgabe gerichtet ist, dass das Bewusstsein für das eigene Selbst in den Hintergrund tritt (Csikszentmihalyi, 2017). Ein weiteres Kennzeichen ist das Ausblenden von Reizen, die außerhalb des fokussierten Bereichs liegen. Zudem erlebt die handelnde Person eine Selbstvergessenheit, bei welcher Zweifel oder Sorgen verschwinden bzw. in den Hintergrund treten. Nebst dem geht ein Flow-Erlebnis mit einem Gefühl der Kontrolle einher, bei dem die Situation vollständig beherrscht zu sein scheint. Außerdem wird häufig ein Verlust des Zeitgefühls berichtet, wobei die Zeit entweder schneller vergeht oder völlig irrelevant erscheint (Csikszentmihalyi & Schiefele, 1993).

Ein Flow-Zustand geht über das momentane angenehme Erlebnis hinaus, indem der erfüllende Zustand positive Auswirkungen auf das Wohlbefinden hat

(Csikszentmihalyi & Nakamura, 2010). Durch die erlebte hohe Konzentration und Steigerung der Effizienz, führt es zu einer besseren Leistungsfähigkeit und höheren Kreativität. Ebenso können regelmäßige Flow-Erfahrungen aufgrund der positiven Emotionen eine stärkere Begeisterung für Tätigkeiten und eine höhere Lebenszufriedenheit fördern (Csikszentmihalyi & Schiefele, 1993). Darüber hinaus können Flow-Zustände helfen mentale Belastungen zu reduzieren, da die kognitive Verarbeitung effizienter abläuft und weniger Ressourcen für störende Gedanken oder Stress aufgewendet werden müssen (Csikszentmihalyi & Nakamura, 2010).

Insgesamt zeigt sich also, dass das Erleben von Flow weit über ein angenehmes Gefühl hinausgeht. Es wird nicht nur die persönliche Entwicklung, sondern auch das psychische Wohlbefinden gefördert, indem Motivation, Produktivität und Kreativität gesteigert wird (Csikszentmihalyi & Nakamura, 2010).

## **2.4 Forschungsstand und Ableitung der Hypothesen**

Die Auswirkungen von Social Media sind mittlerweile gut erforscht, jedoch gibt es bislang nur wenige Studien, welche die konkrete Rolle der Nutzungsart untersuchen. Im folgenden Abschnitt werden zentrale Studien beleuchtet, die mögliche Effekte der Social-Media-Nutzung auf das Wohlbefinden und das Flow-Erleben verdeutlichen. Auf Grundlage dieser Erkenntnisse werden schließlich die Hypothesen gebildet.

### *Hypothese 1 und 2*

Die Forschung von Brailovskaia et al. (2023) hat gezeigt, dass eine Reduktion der Social-Media-Nutzung um 30 Minuten zu weniger Stress und Depressionen führt, indem es das Wohlbefinden deutlich steigert. Nebst dem zeigt die Studie von Reed et al. (2023), dass eine Reduktion der Social-Media-Nutzung um 15 Minuten die Gesundheit, das Immunsystem und depressive Symptome verbessert und bei Einsamkeit hilft. Daraus kann geschlossen werden, dass hohe Social-Media-Nutzung mit erhöhter Angst und psychischen Belastungen in Verbindung steht und eine Reduzierung dem Wohlbefinden zugutekommt (Reed et al., 2023).

Die Studie von Sun (2023) verdeutlicht wie die Häufigkeit und Dauer der Social-Media-Nutzung einen entscheidenden Einfluss auf das psychische Wohlbefinden hat. Personen, die Social Media länger und häufiger nutzen, erleben mehr negative

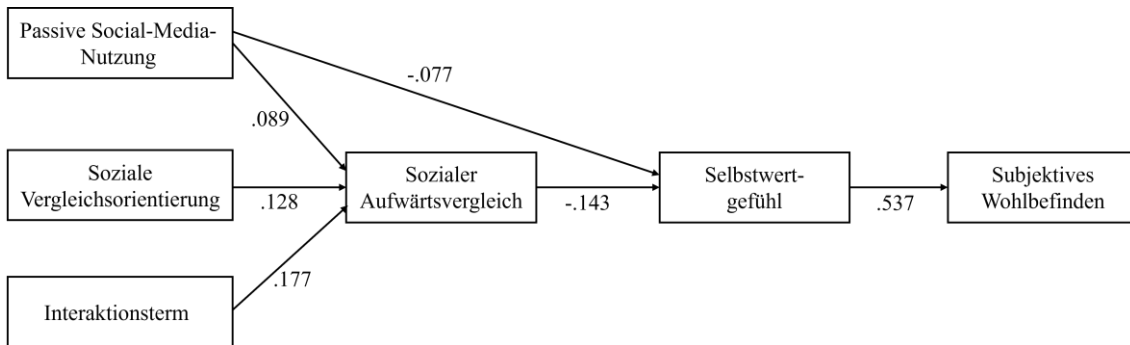
Auswirkungen. Dazu zählen ein vermindertes Wohlbefinden, gesteigerte soziale Ängste und Empfindungen der Einsamkeit. Häufiges Einloggen und längeres Verweilen auf den Plattformen führt dazu, dass Nutzer/-innen zunehmend mit übermäßigem sozialem Vergleich, Informationsüberflutung und einer verzerrten Realitätswahrnehmung konfrontiert werden. Dabei scheint vor allem die passive Nutzung die negativen Effekte zu verstärken. Dies könnte daran liegen, dass die ständige Verfügbarkeit und das wiederholte Einloggen nicht nur ablenken, sondern auch Stress und Unruhe fördern, da Nutzer das Bedürfnis verspüren, immer auf dem neusten Stand zu bleiben. Die Ergebnisse unterstreichen, dass es nicht nur auf die Art der Nutzung, sondern auch auf die Intensität ankommt, um die Auswirkungen auf das Wohlbefinden zu verstehen (Sun, 2023).

Des Weiteren hat die Studie von Ozimek et al. (2023) zusätzlich zwischen dem aktiven und passiven Gebrauch von Social Media unterschieden. Die Forschung zeigt, dass aktives Nutzen mit positiven Aspekten wie gesteigerter subjektiver Zufriedenheit zusammenhängt. Passives Konsumieren hingegen wird stärker mit negativen Aspekten wie sozialem Vergleich, Stress, Neid, Unzulänglichkeit und depressiven Symptomen verknüpft (Ozimek et al., 2023).

Das verdeutlichen die Studienergebnisse von Arad et al. (2023) (Abbildung 2). Wie in Kapitel 2.2 beschrieben, neigen Nutzer/-innen auf Social-Media-Plattformen häufig dazu, aufwärtsgerichtete Vergleiche anzustellen. Das zeigt das Modell, indem die passive Social-Media-Nutzung positiv mit Aufwärtsvergleichen korreliert ( $\beta = .09$ ). Diese Vergleiche können das Selbstwertgefühl negativ beeinflussen ( $\beta = -.14$ ). Das Selbstwertgefühl spielt eine entscheidende Rolle für das Wohlbefinden, da ein höherer Selbstwert stark positiv mit einer besseren Lebenszufriedenheit und einem positiven emotionalen Zustand assoziiert ist ( $\beta = .54$ ). Interessant ist auch, dass die soziale Vergleichsorientierung sowohl direkt als auch indirekt die aufwärtsgerichteten Vergleiche verstärkt. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass passive Social-Media-Nutzung und die Neigung zu sozialen Vergleichen entscheidende Prädiktoren für ein geringeres Wohlbefinden sein können (Arad et al., 2023).

## Abbildung 2

Modellerggebnisse des Einflusses sozialer Vergleiche von Arad et al. (2023) (Eigene Darstellung nach Arad et al. (2023), S.4)



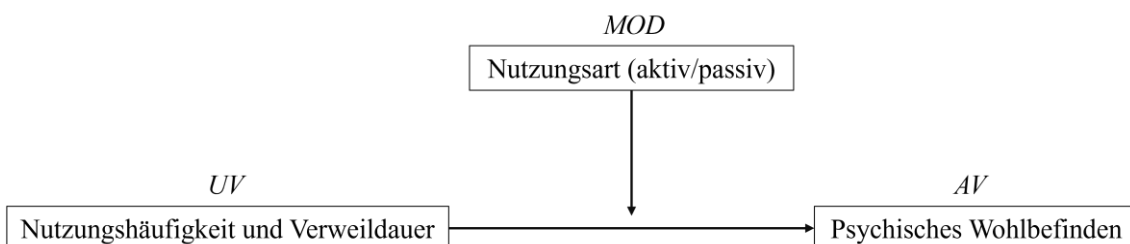
Die bisherigen Studien zeigen, dass die Auswirkungen von Social Media auf das psychische Wohlbefinden nicht einheitlich sind, sondern stark von der Art der Nutzung abhängen (Ozimek et al., 2023). Daher wird angenommen, dass die Art der Social-Media-Nutzung als Moderator wirkt und den Einfluss der Nutzungshäufigkeit und Verweildauer auf das psychische Wohlbefinden beeinflusst. Dies führt zu den folgenden Moderationshypothesen (Abbildung 3):

Hypothese 1 (H1): Der Zusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit von Social Media und dem psychischen Wohlbefinden wird durch die Nutzungsart (passiv/aktiv) moderiert.

Hypothese 2 (H2): Der Zusammenhang zwischen der Verweildauer von Social Media und dem psychischen Wohlbefinden wird durch die Nutzungsart (passiv/aktiv) moderiert.

## Abbildung 3

Modell der geplanten Untersuchung H1 und H2 (Eigene Darstellung)



### *Hypothese 2 und 3*

In Bezug auf Flow gibt es zusätzliche Forschungsergebnisse. Die systematische Übersicht von Shanmugasundaram & Tamilarasu (2023) verdeutlicht, welche Auswirkung die Nutzung digitaler Technologien auf kognitive Funktionen hat. Ferner hat sich gezeigt, dass Social Media und digitale Geräte unsere Aufmerksamkeit stark fragmentieren. Dies verringert die Fähigkeit, des konzentrativen Eintauchens, was für das Erleben eines Flow-Zustands essenziell ist. Deshalb fällt es durch die Social-Media-Nutzung schwerer, sich auf tiefgründige Aufgaben wie Lesen oder Schreiben zu konzentrieren (Shanmugasundaram & Tamilarasu, 2023).

Eine weitere Studie von Yao et al. (2023) zur aktiven Social-Media-Nutzung hat gezeigt, dass kreatives Engagement auf virtuellen Plattformen zu einer Art Flow-Zustand führen kann. Im Gegensatz dazu führt die passive Nutzung oft zu einem weniger intensiven Flow-Erlebnis. Dies liegt laut Yao et al. (2023) daran, dass passives Konsumieren mit einer geringeren Konzentration und geringerem emotionalen Engagement einhergeht.

Eine weitere Längsschnittstudie von Stavropoulos et al. (2018) untersucht den Zusammenhang zwischen Internetabhängigkeit und dem Erleben von Flow-Zuständen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass eine intensivere Erfahrung des Flow-Zustands während der Internetnutzung mit stärkeren Symptomen der Internetabhängigkeit einhergeht. Die Studie verdeutlicht, dass die Nutzung digitaler Plattformen ein hohes Maß an Flow-Erleben ermöglichen kann, jedoch in Abhängigkeit vom Nutzungskontext auch problematische Verhaltensweisen begünstigt. Ein intensiveres Flow-Erleben ist vor allem dann wahrscheinlich, wenn Nutzer aktiv und engagiert mit Inhalten interagieren, während passive Nutzung eher mit Fragmentierung der Aufmerksamkeit und erhöhter Ablenkbarkeit assoziiert wird (Stavropoulos et al., 2018).

Ebenso werden nach Marciano & Camerini (2022) eine hohe Nutzungshäufigkeit und eine lange Verweildauer mit negativen Konsequenzen verbunden. Dabei steht die Dauer sowie häufiges Überprüfen in Zusammenhang mit problematischer Smartphonennutzung. Die Verhaltensweise das Smartphone ständig zu überprüfen, führt zu starker Abhängigkeit und Schwierigkeiten den Gebrauch zu kontrollieren. In Bezug auf Flow-Zustände kann das zu einer Verringerung der Intensität und Qualität führen (Marciano & Camerini, 2022). Das ständige Bedürfnis, das

Smartphone zu überprüfen, unterbricht die fokussierte Aufmerksamkeit und den Zustand der vollständigen Vertiefung, welches zentrale Elemente des Flow-Erlebens sind (Csikszentmihalyi, 2017). Dadurch erleben die betroffenen Personen häufiger Stress und mentale Ablenkung, was es ihnen erschwert in Aktivitäten aufzugehen (Marciano & Camerini, 2022).

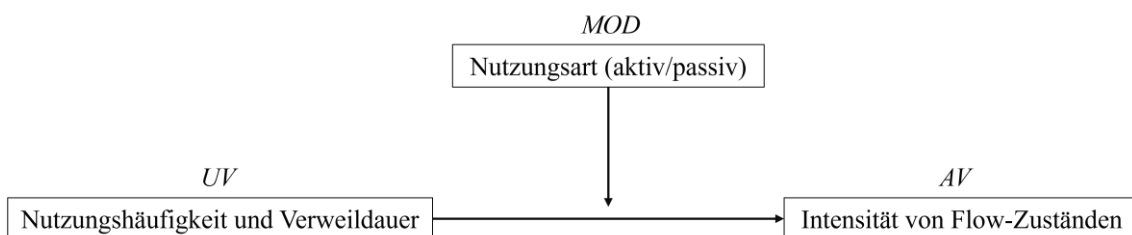
Die Forschungsergebnisse zeigen, dass das aktive Engagement in Social Media ein Flow-Erlebnis begünstigt, während passives Konsumieren dieses eher hemmt (Yao et al., 2023). Deshalb wird angenommen, dass die Art der Nutzung als moderierende Variable fungiert, die den Zusammenhang zwischen der Häufigkeit und Dauer der Social-Media-Nutzung und der Intensität des Flow-Zustands beeinflusst. Daraus lassen sich folgende zwei Moderationshypothesen ableiten (Abbildung 4):

Hypothese 3 (H3): Der Zusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit von Social Media und der Intensität von Flow-Zuständen wird durch die Nutzungsart (passiv/aktiv) moderiert.

Hypothese 4 (H4): Der Zusammenhang zwischen der Verweildauer von Social Media und der Intensität von Flow-Zuständen wird durch die Nutzungsart (passiv/aktiv) moderiert.

#### Abbildung 4

Modell der geplanten Untersuchung H3 und H4 (Eigene Darstellung)



### 3 Methode

In diesem Kapitel wird die Methodik der quantitativen Untersuchung im Querschnittsdesign beschrieben (Döring & Bortz, 2016). Zudem werden die Stichprobe, der Studienaufbau, die dazugehörigen Variablen und der Studienablauf dargelegt. Abschließend folgt eine Erläuterung des statistischen Verfahrens, das zur Überprüfung der Hypothesen angewendet wird.

#### 3.1 Stichprobe

Die vorliegende Studie basiert auf einer online durchgeführten Gelegenheitsstichprobe und erreichte eine insgesamt Teilnehmerzahl von 150 Personen (Döring & Bortz, 2016). Der angewendete Fragebogen wurde mithilfe von LimeSurvey erstellt und der Link zum Umfragepanel wurde über verschiedene Kanäle, darunter WhatsApp und Social-Media-Plattformen wie Instagram, verbreitet. Indessen wurde die höfliche Anredeform verwendet, um alle Altersgruppen vielfältig zu inkludieren und eine wissenschaftliche Seriosität zu bewahren. Zusätzlich wurde durch die Nutzung der Online-Erfassung und -Verbreitung eine umfassendere und größere Stichprobe sichergestellt.

Um die erforderliche Stichprobengröße zu bestimmen, wurde eine G\*Power-Analyse für eine lineare multiple Regressionsanalyse durchgeführt. Dabei wurde eine nach Cohen (2013) mittlere Effektstärke ( $f = 0.15$ ), eine Irrtumswahrscheinlichkeit von  $\alpha = .05$  sowie eine statistische Power von  $1 - \beta = .95$  angenommen. Auf diese Weise wurde eine Mindeststichprobengröße von 89 Personen berechnet. Um jedoch mögliche Ausfälle oder unvollständige Daten zu berücksichtigen, wurde die Zielgröße auf 100 Teilnehmer/-innen festgelegt. Diese Stichprobengröße stellt sicher, dass der Test mit der gewünschten statistischen Power durchgeführt werden kann und signifikante Ergebnisse festgestellt werden können.

Die Umfrage wurde vom 17. November bis zum 12. Dezember 2024 bereitgestellt. Insgesamt haben 150 Personen teilgenommen, davon wurden 51 Teilnehmende ausgeschlossen, weil der Fragebogen nicht vollständig ausgefüllt wurde. Auffallend war eine hohe Abbruchquote beim ersten Frageblock zur Nutzungshäufigkeit und Verweildauer von Social Media. Vermutlich stellte die Navigation zu den

Smartphone-Einstellungen eine Herausforderung dar, die zum Abbruch führte. Im Fragebogen wurden zusätzlich drei Kontrollfragen eingebaut, um die Zuverlässigkeit und Gültigkeit der Antworten der Probanden zu überprüfen. Durch eine falsche Beantwortung dieser wurde die teilnehmende Person ebenfalls ausgeschlossen. Dabei beantwortete eine teilnehmende Person die erste Kontrollfrage falsch und eine weitere die letzte. Demnach wurden die zwei Teilnehmer/-innen aus der Analyse ausgeschlossen. Nach Berücksichtigung dieser Kriterien ergab sich eine finale Stichprobe von 97 Personen.

Die Auswahl der Social-Media-Plattformen sowie der Altersspanne basierte auf den Erkenntnissen von Koch (2023). Demnach nutzen Menschen in Deutschland am liebsten Instagram, gefolgt von TikTok und Facebook. Besonders beliebt sind diese Plattformen bei Nutzer/-innen zwischen 14 und 49 Jahren. In den finalen Datensätzen sind die Probanden zwischen 21 und 49 Jahre alt ( $M = 28.67$ ,  $SD = 6.34$ ) (Anhang B-1), davon sind 67 weiblich (69 %), 29 männlich (30 %) und eine Person divers (1 %) (Anhang B-2). Insgesamt bietet die Stichprobe ein heterogenes Bild mit unterschiedlichen Altersgruppen.

### **3.2 Untersuchungsdesign und -durchführung**

Die Daten wurden im Rahmen einer quantitativen Feldstudie im explorativen Querschnittsstudiendesign erhoben. Das Querschnittsdesign ermöglicht es, Muster zu einem bestimmten Zeitpunkt, ohne eine langfristige Beobachtung, zu erfassen. Zudem gab es keine Manipulation der Variablen, was den naturwissenschaftlichen Fokus unterstützt (Döring & Bortz, 2016). Wie bereits erwähnt, wurde als Erhebungsinstrument ein Online-Fragebogen mit der Software LimeSurvey erstellt, sodass eine größere Stichprobe erreicht werden konnte. Um die korrekte Darstellung der Fragen sowie eine verständliche und übersichtliche Struktur des Fragebogens zu gewährleisten, wurde dieser fünf Personen zur Prüfung vorgelegt. Aufgrund des Feedbacks wurden Anpassungen vorgenommen und die Umfrage anschließend veröffentlicht (siehe Anhang A). Die Umfrage bestand aus überwiegend geschlossenen Fragen, wobei alle Fragen Pflichtangaben waren. Eingeleitet wurde die Umfrage mit einem Begrüßungstext, in welchem die Absicht der Teilnahme erklärt und auf Freiwilligkeit und Anonymität hingewiesen wurde. Insgesamt dauerte die Beantwortung des Fragebogens sechs bis zehn Minuten.

Das Ziel der Umfrage war es die Interaktionseffekte zwischen den unabhängigen Variablen (Häufigkeit und Verweildauer) und der Moderatorvariable (Nutzungsart) zu untersuchen. Dadurch konnte der Einfluss dieser Variablen auf die abhängigen Variablen (Wohlbefinden und Flow-Intensität) gemessen werden. Die Variablen wurden wie folgt operationalisiert:

#### *Unabhängige Variablen (UV)*

Die Nutzungshäufigkeit und -dauer von Social-Media-Apps (TikTok, Facebook und Instagram) wurden durch sechs Fragen erfasst und gemessen. Dafür begann der Fragebogen mit der ersten Fragegruppe zur Social-Media-Nutzung (siehe Abbildung 5).

#### *Moderatorvariable (MOD)*

Zur Messung der Moderatorvariable Nutzungsart wurden die Teilnehmenden zu ihren Social-Media-Gewohnheiten befragt (siehe Abbildung 5, zweite Fragegruppe). Mithilfe des active passive Social Media Use Fragebogens (SMU-A/P) von Escobar-Viera et al. (2018) wurden die Teilnehmer/-innen in die passive oder aktive Nutzer-Gruppe eingeteilt.

#### *Abhängige Variablen (AV)*

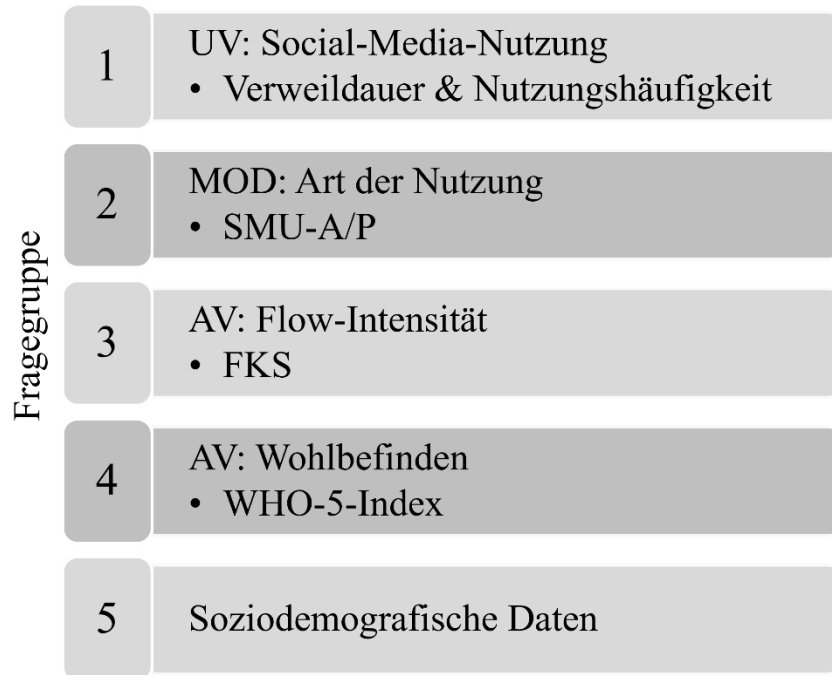
Die abhängige Variable Flow-Intensität wurde mithilfe der Flow-Kurzskala (FKS) operationalisiert (siehe Abbildung 5, dritte Fragegruppe). Zuvor erhielten die Teilnehmenden eine Einweisung, in welcher sie gebeten wurden, sich in ihren letzten Flow-Zustand hineinversetzen („Für die folgenden Fragen machen wir eine kleine Zeitreise: Versetzen Sie sich in Ihren letzten erinnerbaren Flow-Zustand, den Sie erlebt haben.“). Sie wurden gebeten die Aktivität, die sie in dem Moment durchgeführt haben zu benennen, um die Kontextualisierung des Flow-Erlebens zu erleichtern. Anschließend wurde die abhängige Variable psychisches Wohlbefinden mithilfe des Fragebogens der Weltgesundheitsorganisation (WHO) gemessen (siehe Abbildung 5, vierte Fragegruppe). Hierzu wurde der WHO-5-Index verwendet, der das allgemeine Wohlbefinden der Teilnehmenden misst.

Abschließend wurden die soziodemografischen Daten erhoben. Es wurde nach dem Geschlecht und dem Alter gefragt (siehe Abbildung 5, Fragegruppe 5). Diese Daten wurden genutzt, um die Stichprobe besser beschreiben zu können. Am Ende der

Befragung sahen die Teilnehmer/-innen einen Abschlusstext, in welchem ihnen für ihre Teilnahme gedankt wurde. Die anschließende Datenanalyse erfolgte mit SPSS, wobei Moderationsanalysen durchgeführt wurden, um die Wechselwirkungen zwischen den Variablen zu testen.

### Abbildung 5

*Ablauf der Umfrage (Eigene Darstellung)*



### 3.3 Erhebungsinstrumente

Für die Messung der Verweildauer und Nutzungshäufigkeit erhielten die Teilnehmenden zu Beginn eine Instruktion, in welcher sie aufgefordert wurden in ihren Smartphone-Einstellungen die App-Statistiken (Facebook, Instagram und TikTok) einzusehen. Für die Operationalisierung der unabhängigen Variablen wurden insgesamt sechs Fragen gestellt. Davon bezogen sich drei Fragen auf die durchschnittliche tägliche Verweildauer der Apps und drei weitere auf die durchschnittliche tägliche Nutzungshäufigkeit je App.

Die Messung der Moderatorvariable Nutzungsart erfolgte mithilfe des SMU-A/P, der für diese Studie mithilfe von ChatGPT 4.0 ins Deutsche übersetzt wurde (Escobar-Viera et al., 2018). Der Fragebogen umfasst sechs Items, die auf einer sechsstufigen Likert-Skala (1 = „Nie“ bis 6 = „Mehrmals täglich“) bewertet wurden.

Dabei differenziert die Skala zwischen aktiver und passiver Social-Media-Nutzung. Aktive Nutzung wird durch drei Items erfasst, die sich auf das Erstellen, Teilen und Kommentieren beziehen (z. B. „Ich teile Inhalte auf Social Media mit meinen Kontakten“, „Ich kommentiere die Beiträge anderer auf Social Media“). Die passive Nutzung wird durch drei weitere Items operationalisiert, die das Lesen von Kommentaren sowie das bloße Betrachten umfassen (z. B. „Ich lese Online-Diskussionen auf Social-Media-Seiten“, „Ich schaue mir Videos oder Bilder an, die auf Social Media gepostet wurden“). Der SMU-A/P wurde für diese Studie gewählt, da er eine umfassende Erfassung verschiedener Social-Media-Kanäle ermöglicht. Andere Messinstrumente, waren für diese Untersuchung weniger geeignet, da sie sich primär auf die Nutzung einzelner Plattformen wie Facebook konzentrieren (Jenkins-Guarnieri et al., 2013). Der SMU-A/P weist gute Reliabilität als auch Validität auf. Die interne Konsistenz zeigt für die aktive Skala eine hohe Reliabilität ( $\alpha = .80$ ) und für die passive Skala eine akzeptable Reliabilität ( $\alpha = .72$ ) (Cronbach, 1951). Eine Zwei-Faktoren-Lösung erklärte insgesamt 64 % der Varianz (aktive Nutzung 34%, passive Nutzung 30 %) und deutet auf eine klare Unterscheidbarkeit der Dimensionen hin (Escobar-Viera et al., 2018). Die Konstruktvalidität zeigte in der Originalstudie von Pagani et al. (2011) eine gute Modellgüte, was durch hohe Fit-Indizes und eine durchschnittlich extrahierte Varianz von 53 % bestätigt wurde.

Die abhängige Variable psychisches Wohlbefinden wurde mit der deutschen Version des WHO-5-Indexes operationalisiert (WHO, 1998). Der Fragebogen besteht aus fünf Items, die das allgemeine psychische Wohlbefinden der letzten zwei Wochen messen. Für das Screening wurden fünf positiv formulierte Aussagen (z. B. „Die letzten zwei Wochen war ich froh und guter Laune.“, „Die letzten zwei Wochen habe ich mich ruhig und entspannt gefühlt“). anhand einer 6-stufigen Likert-Skala (0 = „zu keinem Zeitpunkt“ bis 5 = „die ganze Zeit“) beantwortet. Zur besseren Interpretierbarkeit wurde der Rohwert der Summe der einzelnen Items mit vier multipliziert, um einen Prozentsatz zu erhalten. Ein Wert unter 50 repräsentiert dabei ein geringes Wohlbefinden (Bech, 2004; Topp et al., 2015). Die Reliabilität des Fragebogens ist mit Cronbachs Alpha ( $\alpha = .92$ ) als sehr gut zu beurteilen (Cronbach, 1951; Topp et al., 2015). Weitere Analysen basierend auf der Item-Response-Theory zeigen, dass das Instrument eine gute Konstruktvalidität als unidimensionale Skala zur Messung des Wohlbefindens hat (Topp et al., 2015).

Zur Messung der Intensität von Flow-Zuständen wurde die FKS von Rheinberg et al. (2007) verwendet. Sie umfasst insgesamt 16 Items, die in drei Dimensionen unterteilt sind: Glatter automatisierter Verlauf, Absorbiertheit und Besorgnis. Die Skala misst das Flow-Erleben mithilfe einer 7-stufigen Likert-Skala (1 = „Trifft nicht zu“ bis 7 = „Trifft zu“). Der „glatte automatisierte Verlauf“ wird mit Items wie „Meine Gedanken bzw. Aktivitäten laufen flüssig und glatt“ erfasst. Die Dimension „Absorbiertheit“ umfasst Items wie „Ich merke gar nicht, wie die Zeit vergeht“. Die Besorgnis-Komponente beinhaltet Aussagen wie „Ich mache mir Sorgen über einen Misserfolg“. Zusätzlich enthält die Skala ergänzende Items zur Einschätzung der subjektiven Balance zwischen Anforderungen und Fähigkeiten. Diese wurden auf einer 9-stufigen Likert-Skala bewertet (z. B. „Verglichen mit allen anderen Tätigkeiten, die ich sonst mache, ist die jetzige Tätigkeit ...“). Die FKS hat sich in verschiedenen Studien als zuverlässig und valide erwiesen. In der Originalstudie von Rheinberg et al. (2007) wurde die interne Konsistenz der FKS als hoch bewertet ( $\alpha = .90$ ) (Cronbach, 1951). Für die Dimension Besorgnis lag der Wert zwischen  $\alpha = .80$  und  $\alpha = .90$ , was ebenfalls eine hohe Reliabilität belegt (Cronbach, 1951; Rheinberg et al., 2007). Darüber hinaus erklärten die drei Faktoren insgesamt 72 % der Varianz, was eine starke Konstruktvalidität unterstützt (Rheinberg et al., 2007).

Zum Schluss wurden die soziodemografischen Daten mit den Fragen „Welches Geschlecht haben Sie?“ und „Wie alt sind Sie?“ erhoben. Diese Kombination aus den verschiedenen validierten Fragebögen und den soziodemografischen Angaben ermöglichte eine umfassende Erfassung der relevanten Daten zur Überprüfung der Hypothesen.

### **3.4 Datenaufbereitung und statistische Verfahren**

Insgesamt wurden 150 Datensätze erhoben und anschließend gereinigt (siehe Kapitel 3.1). Dazu wurden die Daten in IBM SPSS (Version 30.0.0) geladen. Zu Beginn der Analyse wurden die Antworten der ersten Fragegruppe zur Social-Media-Nutzung summiert. Dadurch erhielt jede Person einen Wert für die Nutzungshäufigkeit und die Verweildauer (im Minuten-Format). Für die Berechnung der Moderatorvariable „Nutzungsart“ wurden die Fragen für die aktive Nutzung und die passive Nutzung jeweils zu einem Wert aggregiert. Anschließend wurde die Person zu der Gruppe (aktiv oder

passiv) des jeweiligen höheren Werts zugeteilt (Escobar-Viera et al., 2018). Die Variable „Nutzungsart“ wurde anschließend dichotom Dummy-codiert (aktiv = 0, passiv = 1). Nebst dem wurden die Werte des WHO-5-Index summiert und der jeweilige Prozentwert unter der Variable „Wohlbefinden“ ermittelt. Für die Auswertung der Flow-Intensität wurde die Besorgnis-Komponente der FKS positiv umcodiert. Danach wurden die drei Komponenten der FKS (Absorbiertheit, Glatter Ablauf und Besorgnis) unter der Variable „Intensität des Flow-Zustands“ summiert. Außerdem wurde für die Variable „Geschlecht“ das Skalenniveau von metrisch auf nominal geändert, da es der Stichprobenbeschreibung dient.

Mithilfe von deskriptiver Statistik wurden die Daten zusammengefasst und visualisiert. Dabei wurde für die kontinuierlichen Variablen Berechnungen der Mittelwerte, Standardabweichungen, Minima und Maxima ausgeführt. Für die kategoriale Variable „Nutzungsart“ wurde eine Analyse von relativen Anteilen durchgeführt. Die visuelle Überprüfung der abhängigen Variablen erfolgte anhand von Boxplots. Anschließend wurden die Voraussetzungen der linearen Regressionen überprüft, um die grundlegenden Beziehungen zwischen den Variablen zu untersuchen. Um die Interaktionseffekte der Hypothesen zu ermitteln, wurden Moderationsanalysen durchgeführt, gefolgt von den abschließenden Haupteffektanalysen.

#### *Überprüfung der Voraussetzungen für die lineare Regression*

Die Überprüfung der Linearität erfolgte mithilfe einer Locally Estimated Scatterplot Smoothing-Linie (LOESS-Linie) mit Gleichverteilung. Die LOESS-Methode ist ein nicht-parametrisches Regressionsverfahren, das lokale Regressionen verwendet, um Trends und Muster in Daten zu erkennen. Je näher die LOESS-Linie an einer Geraden liegt, desto stärker deutet dies auf eine lineare Beziehung zwischen den Variablen hin (Dormann & Kühn, 2009).

Des Weiteren wurden die Daten auf Ausreißer überprüft, indem die Hebelwerte inspiziert wurden. In dem Fall, dass der Hebelwert groß genug war, um als Ausreißer klassifiziert zu werden, wurde er entfernt. Huber (1996) empfiehlt dazu einen cut-off Wert von .2. Ergänzend wurden Ausreißer mithilfe von Cook-Distanzen identifiziert. Dieses Maß gibt an, welchen Einfluss ein einzelner Fall auf das gesamte Modell hat. Es wird gemessen, wie stark sich die Regressionsgerade ändern würden, wenn der betroffene Fall entfernt wird (Cook & Weisberg, 2009). Generell deuten nach Cook & Weisberg

(2009) Werte größer als eins auf potenzielle Ausreißer hin, die einer genaueren Überprüfung bedürfen.

Ferner wurden die Unabhängigkeiten der Residuen mithilfe der Durbin-Watson Statistik analysiert. Typischerweise wird ein Durbin-Watson-Wert (D-W) im Bereich von 1,5 bis 2,5 als akzeptabel angesehen, ohne dass eine starke Autokorrelation vorliegt (Allen, 2004). Eine weitere Voraussetzung der Regressionsanalyse ist die Abwesenheit von Multikollinearität, bei den Prädiktoren stark miteinander korrelieren. Dies wurde durch die Pearson-Korrelation überprüft, wobei ein Wert von .7 oder höher auf eine starke Korrelation hinweist. Zusätzlich wurden die Toleranz und der Variance Inflation Factor (VIF) verwendet, um die Multikollinearität zu überprüfen. VIF-Werte größer als 10 und Toleranzwerte kleiner als .1 gelten als Hinweise auf starke Multikollinearität und erfordern eine Anpassung des Modells (Janssen et al., 1994).

Anhand Streudiagrammen wurden die Homoskedastizitäten, also die Gleichheit der Varianzen, untersucht. Zudem wurde für die bessere Einschätzung der Daten die Normalverteilung der Variablen mithilfe von Histogrammen, P-P Diagrammen und dem Saphiro-Wilk Test überprüft (Lumley et al., 2002).

### *Cronbachs Alpha*

Vor der Überprüfung der Hypothesen wurden die Ergebnisse der eingesetzten Messinstrumente hinsichtlich ihrer Reliabilität analysiert. Diese beschreibt, gemessen durch Cronbachs Alpha, die innere Konsistenz einer Skala. Eine hohe innere Konsistenz weist darauf hin, dass die Items ähnliche Aspekte erfassen und gut miteinander korrelieren (Cronbach, 1951). Cronbachs-Alpha-Werte von 0,7 bis 0,9 gelten als gut, während Werte unter 0,7 als akzeptabel oder schwach betrachtet werden. Es wurde geprüft, ob einzelne Items eine geringe Trennschärfe aufweisen oder die innere Konsistenz der Skala negativ beeinflussen (Cronbach, 1951).

### *Hypothesenprüfung*

Die Moderationshypothesen wurden mithilfe der PROCESS-Makro-Analyse für IBM SPSS (Version 4.2) von Hayes (Version 2022) überprüft. Das PROCESS-Makro ist ein Analyseinstrument für SPSS, das speziell für die Untersuchung von Moderationsmodellen entwickelt wurde. Es ermöglicht eine flexible Analyse komplexer Beziehungen zwischen Variablen (Hayes, 2017). Das Ziel der Analysen ist es zu prüfen,

ob die Nutzungsart den Zusammenhang zwischen den unabhängigen Variablen (Nutzungshäufigkeit, Verweildauer) und den abhängigen Variablen (psychisches Wohlbefinden, Flow-Zustand) moderiert. Hierfür wurde zunächst das Gesamtmodell berechnet und anschließend geprüft, ob der Moderator die Beziehung zwischen den unabhängigen und abhängigen Variablen signifikant beeinflusst. Die Signifikanz der Moderation wurde mithilfe von Bootstrap-Konfidenzintervallen mit 5.000 Resamplings (dt. Stichprobenwiederholungen) geprüft. Diese Methode ermöglicht robuste Schätzungen und ist auch bei nicht-normalverteilten Daten zuverlässig. Außerdem weist sie hohe statistische Power auf und kann den Fehler erster Art effektiv kontrollieren (Hayes, 2017).

Anschließend wurden die Hypothesen bezüglich der Haupteffekte mithilfe einer linearen Regression geprüft, wobei der Interaktionsterm nicht berücksichtigt wurde (Hayes, 2017). Eine zusätzliche Analyse unter Verwendung zentrierter Variablen ergab nur minimale, jedoch nicht signifikante Unterschiede, weshalb die Zentrierungen in den finalen Auswertungen nicht berücksichtigt wurden. Für alle Berechnungen wurde ein Signifikanzniveau von  $\alpha = .05$  angenommen.

## 4 Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Analyse mit SPSS dargestellt. Neben für die Moderationshypothesen relevanten Berechnungen, werden zunächst deskriptive Statistiken und die Voraussetzungen der linearen Regression der Variablen aufgezeigt.

### 4.1 Deskriptivstatistische Datenanalyse

Für die deskriptive Statistik wurden die Häufigkeiten, Mittelwerte, Standardabweichungen, Minima und Maxima der Stichprobe ( $N = 97$ ) berechnet (siehe Tabelle 1). Die Daten für das Wohlbefinden zeigen, dass die Werte den Bereich von 12 bis 100 abdecken. Der Mittelwert des Wohlbefindens liegt im mittleren Bereich, was darauf hindeutet, dass die Teilnehmenden insgesamt ein durchschnittliches Maß an Wohlbefinden aufweisen ( $M = 57,24$ ,  $SD = 17,40$ ). Für die Flow-Intensität bilden sich, wie in Tabelle 1 zu sehen, Werte von 10,25 bis zu einem Maximum von 21,00 ( $M = 16,45$ ,  $SD = 2,65$ ).

Die Nutzungsdauer von Social-Media-Plattformen ist moderat ausgeprägt und reicht von 0 Minuten bis zu einem Maximum von 86 Minuten ( $M = 18,55$ ,  $SD = 18,25$ ). Die Nutzungshäufigkeit scheint insgesamt hoch und reicht von 0-mal bis zu einem Maximum von 291-mal ( $M = 97,32$ ,  $SD = 77,52$ ).

**Tabelle 1**

*Deskriptive Statistik und Prüfung der Multikollinearität und Autokorrelation*

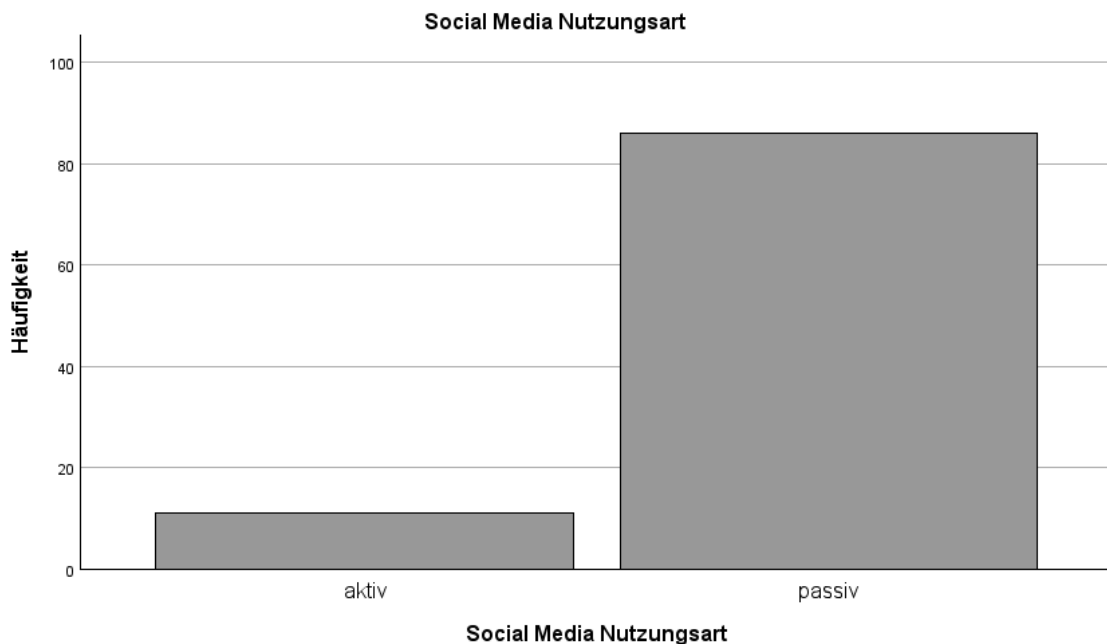
	<i>M</i>	<i>SEM</i>	<i>Median</i>	<i>SD</i>	Min	Max
Wohlbefinden	57,24	1,77	56,00	17,40	12	100
Flow	16,45	0,27	16,83	2,65	10,25	21
Häufigkeit	97,32	7,87	82,00	77,52	0	291
Dauer	18,55	1,80	14,00	18,25	0	86

*Anmerkung.*  $N = 97$ . Wohlbefinden in Prozent angegeben; Dauer in Minuten angegeben.

Die Abbildung 6 verdeutlicht, dass die Mehrheit der Teilnehmenden Social Media überwiegend passiv nutzt. Insgesamt gaben 86 Personen (89 %) an, Social Media vorwiegend passiv zu nutzen, während 11 Personen (11 %) es vorrangig aktiv nutzten.

### Abbildung 6

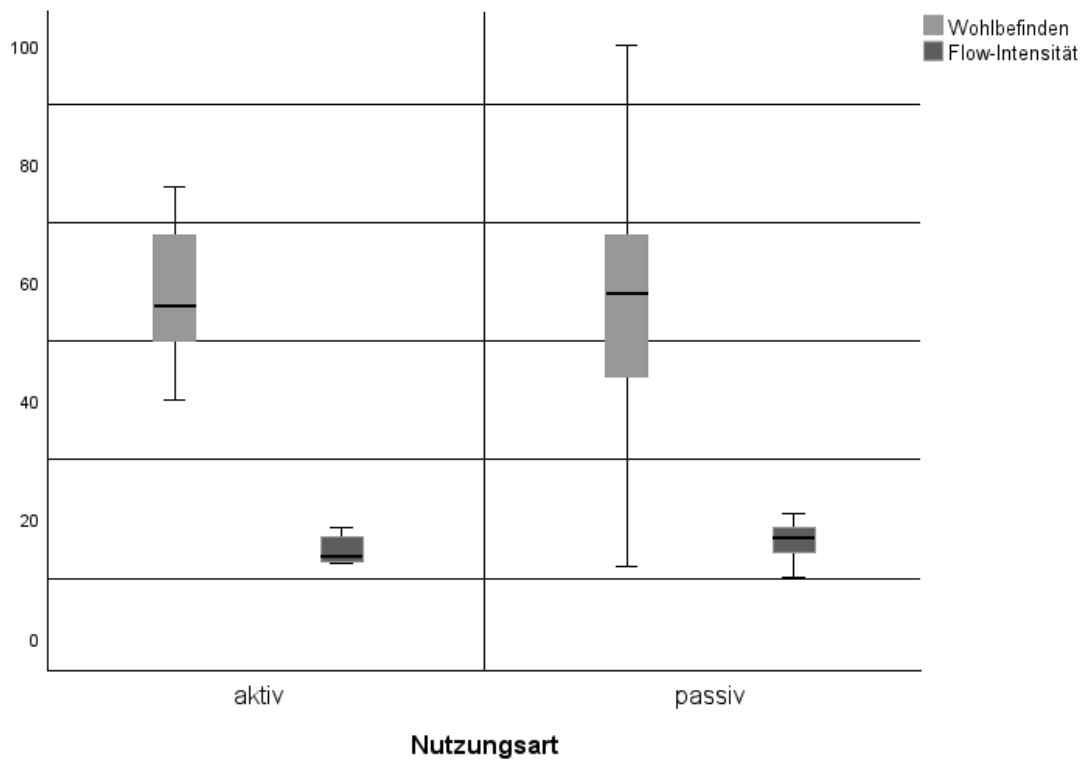
*Häufigkeitsverteilung der Nutzungsart*



Die nachfolgende Boxplot-Grafik in Abbildung 7 veranschaulicht die Verteilung der Werte für Wohlbefinden und Flow-Intensität in Abhängigkeit von der Social-Media-Nutzungsart. Für das Wohlbefinden zeigt sich, dass aktiv Nutzende im Durchschnitt höhere Werte erzielen als passiv Nutzende. Die Werte für aktive Nutzung sind insgesamt stabiler, da die Spannweite kleiner ist und die Ausreißer weniger stark ausgeprägt sind. Im Gegensatz dazu weist die Gruppe der passiven Nutzer eine größere Streuung auf, was bedeutet, dass das Wohlbefinden stärker variiert und sie durchschnittlich schlechter abschneiden als die aktiven Nutzenden. Auch beim Erleben von Flow-Zuständen zeigt sich, dass aktive Nutzende durchschnittlich etwas eine höhere Flow-Intensität erleben als passive Nutzende. Allerdings ist die Differenz zwischen den beiden Gruppen weniger ausgeprägt als beim Wohlbefinden. Zusammenfassend scheint das aktive Social-Media-Nutzungsverhalten das Wohlbefinden, als auch das Flow-Erleben, positiver zu beeinflussen als das passive Verhalten.

## Abbildung 7

*Boxplot des Einflusses der Nutzungsart auf Wohlbefinden und Flow-Zustände*



### *Überprüfung der Voraussetzungen für die lineare Regression*

Alle Hypothesen wurden auf die Erfüllung der Voraussetzungen der linearen Regression geprüft. Die Linearität wurde durch eine visuelle Inspektion der Streudiagramme mit LOESS-Glättung überprüft. Die Streudiagramme der vier Hypothesen wiesen einen weitgehend linearen Zusammenhang auf (Anhang C-1, D-1, E-1, F-1).

Die Datensätze wurden auf mögliche Ausreißer inspiziert. Dabei wurden keine Hebelwerte identifiziert, die nach Empfehlung von Huber (1996) aussortiert werden müssen. Ebenso wurden die Cook-Distanzen analysiert, wobei sich kein Wert größer als eins herausgestellt hat (Cook & Weisberg, 2009). Aufgrund dieser Analysen wurden keine Ausreißer identifiziert und demnach keine Werte ausgeschlossen.

Mithilfe der Durbin-Watson-Statistik wurden die Unabhängigkeiten der Residuen überprüft. Der Wert für die erste Hypothese liegt bei  $D-W = 1,67$ . Der Wert für die zweite Hypothese liegt bei  $D-W = 1,63$ . Demnach ist bei beiden Hypothesen keine

starke Autokorrelation vorhanden, eine leichte positive Autokorrelation könnte vorliegen, aber insgesamt sind die Werte nicht problematisch (Allen, 2004). Der Wert für die dritte Hypothese liegt bei  $D-W = 2,14$  und bei der vierten Hypothese bei  $D-W = 2,20$ . Aufgrund dessen konnte für beide Hypothesen keine starke Autokorrelationen festgestellt werden (Allen, 2004).

Die Multikollinearität wurde mithilfe der Pearson-Korrelation überprüft. Es wurde kein auffälliger Wert über .7 festgestellt. Für alle Hypothesen lag die Toleranz über dem kritischen Wert von .1 und der VIF-Wert war jeweils kleiner als 10. Aufgrund dieser Ergebnisse lässt sich feststellen, dass für alle Hypothesen keine Multikollinearität vorliegt (Janssen et al., 1994).

Nebstdem wurden die Gleichheit der Varianzen mithilfe der Homoskedastizität überprüft. In den Diagrammen von H1, H2 und H4 scheinen die Punkte zufällig gestreut zu sein, ohne klare Trends oder systematische Muster. Dies deutet darauf hin, dass die Homoskedastizität nicht verletzt ist (siehe Anhang C-2, E-2, F-2) (Lumley et al., 2002). Eine geringe Verletzung der Varianzgleichheit wurde im Streudiagramm für Hypothese 3 festgestellt (siehe Anhang D-2). Jedoch ist diese Annahme nicht kritisch, da Bootstrapping, unabhängig von der Varianzgleichheit, zuverlässige Schätzungen liefert (Hayes, 2017; Lumley et al., 2002).

Für die Überprüfung der Normalverteilung der Residuen wurden Histogramme mit Normalverteilungskurve überprüft. Die Residuen für alle Hypothesen entsprechen ungefähr der Normalverteilungskurve (Lumley et al., 2002). Außerdem wurden die P-P-Plots bewertet. Für alle Hypothesen lagen die Punkte recht genau auf der Diagonalen (siehe Anhang C-3, D-3, E-3, F-3) (Lumley et al., 2002). Ferner folgte der Test auf Normalverteilung mithilfe des Shapiro-Wilk Tests (siehe Tabelle 2). Das Wohlbefinden ist gemäß dem Shapiro-Wilk-Test normalverteilt ( $p > .05$ ). Für die Variable „Flow-Intensität“ sind die Daten nicht normalverteilt ( $p < .05$ ;  $p = .034$ ) (Lumley et al., 2002). Tabelle 2 veranschaulicht, dass insbesondere die Daten der aktiven Gruppe nicht normalverteilt sind. Trotz dieser Diskrepanz können die Berechnungen fortgesetzt werden, da für das robuste Bootstrapping die Annahme der Normalverteilung nicht erforderlich ist (Hayes, 2017).

**Tabelle 2**

Überprüfung auf Normalverteilung mittels Kolmogorov-Smirnov- und Shapiro-Wilk-Test

Faktor	Nutzungsart	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Statistik	df	p	Statistik	df	p
Wohlbefinden	Nutzungsart	,070	97	,200*	,990	97	<b>,713</b>
	<i>Aktiv</i>	,210	11	,188	,878	11	<b>,099</b>
	<i>Passiv</i>	,071	86	,200 *	,990	86	<b>,759</b>
Flow- Intensität	Nutzungsart	,106	97	,009	,972	97	<b>,034</b>
	<i>Aktiv</i>	,221	11	,139	,836	11	<b>,028</b>
	<i>Passiv</i>	,106	86	,017	,976	86	<b>,102</b>

Anmerkung. a. Signifikanzkorrektur nach Lilliefors. \*p > .200 dies ist eine untere Grenze der echten Signifikanz. df = Freiheitsgrade

### Cronbachs Alpha

Die psychometrische Qualität der Erhebungsinstrumente wurde durch eine Reliabilitätsanalyse mit Cronbachs Alpha überprüft. Für die Nutzungsart wurde der SMU-A/P geprüft, dabei zeigte sich die interne Konsistenz für die Skala „passive Social-Media-Nutzung“ fragwürdig bis akzeptabel ( $\alpha = .625$ ). Der Wert könnte auf eine geringe Kohärenz der Items oder Unterschiede in der Interpretation durch die Teilnehmenden zurückzuführen sein (Cronbach, 1951). Eine Überprüfung der einzelnen Items ergab, dass kein Item entfernt werden konnte, da dies die interne Konsistenz nicht verbessert hätte. Zudem bleibt durch die Beibehaltung der ursprünglichen Items die inhaltliche Validität der Skala gewährt. Aufgrund des niedrigen Werts sollte die Interpretation der Ergebnisse jedoch mit Vorsicht erfolgen. Das Cronbachs Alpha für die Subskala „aktive Social-Media-Nutzung“ zeigte eine akzeptable interne Konsistenz ( $\alpha = .73$ ) (Cronbach, 1951).

Um die interne Konsistenz der FKS zu bestimmen, wurde Cronbachs Alpha für die zwei Dimensionen (Glatter automatisierter Verlauf und Absorbiertheit) berechnet. Dabei zeigte sich eine hohe interne Konsistenz ( $\alpha = .86$ ) für den positiven Affekt. Die drei Items für die Besorgniskomponente ergaben ebenfalls eine hohe Reliabilität ( $\alpha = .87$ ) (Cronbach, 1951). Ferner wurde die interne Konsistenz für den Fragebogen des

psychischen Wohlbefindens (WHO-5-Index) gemessen. Diese war mit  $\alpha = .78$  akzeptabel bis hoch für den positiven Affekt (Cronbach, 1951).

## 4.2 Inferenzstatistische Prüfung der Hypothesen

Für die folgenden Überprüfungen der Moderationshypothesen wurde das PROCESS-Makro von Hayes (Version 2022) verwendet mit Bootstrap-Konfidenzintervallen mit 5.000 Resamplings und einem Signifikanzniveau von  $\alpha = .05$ .

### 4.2.1 Hypothese 1

Zur Überprüfung von H1 wurde eine Moderationsanalyse durchgeführt, um zu bestimmen, ob die Interaktion zwischen der Nutzungsart und Nutzungshäufigkeit das psychische Wohlbefinden signifikant vorhersagt (siehe Tabelle 3). Das Gesamtmodell der ersten Hypothese zeigt mit  $R^2 = .03$  eine schwache Varianzaufklärung nach Cohen (2013). Mit  $F(3, 93) = 1,16, p = .329$  und der Varianzaufklärung von 3 % ist das Gesamtmodell nicht signifikant.

Die Moderationsanalyse wurde anschließend mit Interaktionseffekt berechnet. Die Ergebnisse zeigen keinen Moderationseffekt der Nutzungsart auf die Beziehung zwischen Nutzungshäufigkeit und dem psychischen Wohlbefinden finden ( $R^2 = 0,00$  %,  $F(1, 93) = 0,004, p = .951, 95$  % CI[-0.3828, 0,6020]).

**Tabelle 3**

*Ergebnisse der Moderationsanalyse zur Vorhersage des psychischen Wohlbefindens durch Nutzungshäufigkeit und Nutzungsart*

Model	Prädiktor	Moderator	<i>F</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	$R^2$	95% CI (für $\beta$ )
Gesamt	Häufigkeit	Nutzungsart	1,16	(3, 93)	.329	.03	
Interaktion	Häufigkeit	Nutzungsart	0,00	(1, 93)	.951	.00	[-0.3828, 0.6020]
<i>Interaktion</i>	<i>Häufigkeit</i>	<i>N. Passiv</i>	<i>0,00</i>	<i>(1, 93)</i>	<i>.951</i>	<i>.00</i>	<i>[-0.3563, 0.5777]</i>
<i>Interaktion</i>	<i>Häufigkeit</i>	<i>N. Aktiv</i>	<i>0,00</i>	<i>(1, 93)</i>	<i>.951</i>	<i>.00</i>	<i>[-0.6029, 0.3744]</i>

Anmerkung.  $R^2$  = erklärt Varianz; *df* = Freiheitsgrade; CI = Konfidenzintervall; \*  $p < .05$ . N. = Nutzungsart.

#### 4.2.2 Hypothese 2

Für die zweite Hypothese ergab die Moderationsanalyse keine signifikante Interaktion zwischen der Nutzungsart und der Nutzungsdauer auf das psychische Wohlbefinden. Das Gesamtmodell zeigt mit  $R^2 = .07$  eine nach Cohen (2013) schwache bis moderate Varianzaufklärung. Das Gesamtmodell war mit  $F(3, 93) = 2.3$ ,  $p = .083$  und einer erklärten Varianz von 7 % nicht signifikant (siehe Tabelle 4).

Der Moderationseffekt von Nutzungsart auf die Beziehung zwischen Nutzungshäufigkeit und psychischem Wohlbefinden ist nicht signifikant,  $R^2 = 0,007$ ,  $F(1, 93) = 0.68$ ,  $p = .410$ , 95% CI[-0.1707, 0.0532].

**Tabelle 4**

*Ergebnisse der Moderationsanalyse zur Vorhersage des psychischen Wohlbefindens durch Verweildauer und Nutzungsart*

Model	Prädiktor	Moderator	<i>F</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	$R^2$	95% CI (für $\beta$ )
Gesamt	Dauer	Nutzungsart	2,30	(3, 93)	.083	.07	
Interaktion	Dauer	Nutzungsart	0,68	(1, 93)	.410	.01	[-0.1707, 0.0532]
<i>Interaktion</i>	<i>Dauer</i>	<i>N. Passiv</i>	<i>0,68</i>	<i>(1, 93)</i>	<i>.410</i>	<i>.01</i>	<i>[-0.1722, 0.0549]</i>
<i>Interaktion</i>	<i>Dauer</i>	<i>N. Aktiv</i>	<i>0,68</i>	<i>(1, 93)</i>	<i>.410</i>	<i>.01</i>	<i>[-0.524, 0.1726]</i>

Anmerkung.  $R^2$  = erklärt Varianz; *df* = Freiheitsgrade; CI = Konfidenzintervall; \*  $p < .05$ . N. = Nutzungsart.

#### 4.2.3 Hypothese 3

Um zu bestimmen, ob die Interaktion zwischen der Nutzungsart und Nutzungshäufigkeit die Intensität des Flow-Zustands der dritten Hypothese signifikant vorhersagt, wurde eine Moderationsanalyse durchgeführt. Es ergab sich nach Cohen (1988) eine schwache Varianzaufklärung ( $R^2 = .040$ ). Das Gesamtmodell ist nicht signifikant,  $F(3, 93) = 1,0766$ ,  $p = .363$ . Die Varianzaufklärung liegt hier bei 4 % (siehe Tabelle 5).

Anschließende Untersuchungen haben keinen signifikanten Moderationseffekt von Nutzungsart auf die Beziehung zwischen Nutzungshäufigkeit auf den Flow-Zustand festgestellt,  $R^2 = 0,000\%$ ,  $F(1, 93) = 0,0202$ ,  $p = .887$ , 95% CI[-0.0902, 0.1109].

**Tabelle 5**

*Ergebnisse der Moderationsanalyse zur Vorhersage der Flow-Intensität durch Nutzungshäufigkeit und Nutzungsart*

Model	Prädiktor	Moderator	<i>F</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	95% CI (für $\beta$ )
Gesamt	Häufigkeit	Nutzungsart	1,08	(3, 93)	.363	.04	
Interaktion	Häufigkeit	Nutzungsart	0,02	(1, 93)	.887	.00	[-0.0902, 0.1109]
<i>Interaktion</i>	<i>Häufigkeit</i>	<i>N. Passiv</i>	<i>0,02</i>	<i>(1, 93)</i>	<i>.887</i>	<i>.00</i>	<i>[-0.0896, 0.1103]</i>
<i>Interaktion</i>	<i>Häufigkeit</i>	<i>N. Aktiv</i>	<i>0,02</i>	<i>(1, 93)</i>	<i>.887</i>	<i>.00</i>	<i>[-0.1213, 0.0873]</i>

Anmerkung. *R*<sup>2</sup> = erklärt Varianz; *df* = Freiheitsgrade; CI = Konfidenzintervall; \* *p* < .05. N. = Nutzungsart.

#### 4.2.4 Hypothese 4

Für die vierte Hypothese wurde eine Moderationsanalyse durchgeführt, um zu bestimmen, ob die Interaktion zwischen der Nutzungsart und Nutzungsdauer die Intensität des Flow-Zustands signifikant vorhersagt (siehe Tabelle 6). *R*<sup>2</sup> = .07 zeigt eine nach Cohen (2013) schwache Varianzaufklärung. Das Gesamtmodell ist nicht signifikant,  $F(3, 93) = 2.00$ ,  $p = .120$ . Die Varianzaufklärung liegt bei 7 %.

Die Ergebnisse konnten keinen signifikanten Moderationseffekt von Nutzungsart auf die Beziehung zwischen Nutzungsdauer und Flow-Intensität finden,  $R^2 = 0,0003\%$   $F(1, 93) = 0,0238$ ,  $p = .870$ , 95% CI[-0.0214, 0.0195].

**Tabelle 6**

*Ergebnisse der Moderationsanalyse zur Vorhersage der Flow-Intensität durch Verweildauer und Nutzungsart*

Model	Prädiktor	Moderator	<i>F</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	95% CI (für $\beta$ )
Gesamt	Dauer	Nutzungsart	2,00	(3, 93)	.120	.07	
Interaktion	Dauer	Nutzungsart	0,02	(1, 93)	.870	.003	[-0.0214, 0.0195]
<i>Interaktion</i>	<i>Dauer</i>	<i>N. Passiv</i>	<i>0,02</i>	<i>(1, 93)</i>	<i>.870</i>	<i>.003</i>	<i>[-0.0230, 0.0209]</i>
<i>Interaktion</i>	<i>Dauer</i>	<i>N. Aktiv</i>	<i>0,08</i>	<i>(1, 93)</i>	<i>.870</i>	<i>.003</i>	<i>[-0.0524, 0.1726]</i>

Anmerkung. *R*<sup>2</sup> = erklärt Varianz; *df* = Freiheitsgrade; CI = Konfidenzintervall; \* *p* < .05. N. = Nutzungsart.

### 4.3 Analyse der Haupteffekte ohne Interaktionsterm

Im Folgenden wurden die Hypothesen auf die Haupteffekte überprüft. Dazu wurde der Interaktionsterm gemäß den Empfehlungen nach Hayes (2017) aus dem Modell entfernt. Das führte zu einem neuen Modell mit Haupteffekten. Dafür wurde eine lineare Regression mit zwei Prädiktoren durchgeführt. Die Ergebnisse der jeweiligen Hypothesen sind in der untenstehenden Tabelle 7 aufgeführt.

#### *Hypothese 1*

Die Untersuchung der Haupteffekte der Variablen der ersten Hypothese zeigte keine signifikante Beziehung zwischen Nutzungshäufigkeit und dem psychischen Wohlbefinden ( $B = -0.171, p = .091$ ). Der Zusammenhang zwischen Nutzungsart und dem Wohlbefinden war ebenfalls nicht signifikant ( $B = -0.058, p = .534$ ).

#### *Hypothese 2*

Es ergab sich einen signifikanten negativen Zusammenhang zwischen Nutzungsdauer und dem psychischen Wohlbefinden ( $B = -0.058, p = .014$ ). Jedoch wurde keine signifikante Beziehung zwischen Nutzungsart und psychischem Wohlbefinden festgestellt ( $B = -4.331, p = .441$ ).

#### *Hypothese 3*

Diese Haupteffektuntersuchung zeigte weder eine signifikante Beziehung zwischen Nutzungshäufigkeit ( $B = -0.008, p = .593$ ) und Flow-Intensität, noch zwischen Nutzungsart ( $B = 1.487, p = .091$ ) und Flow-Intensität.

#### *Hypothese 4*

Ferner ergab die Untersuchung der Haupteffekte zwischen Nutzungsdauer und Flow-Intensität keine signifikante Beziehung ( $B = -0.06, p = .069$ ). Ebenso zeigte sich kein signifikanter Effekt zwischen Nutzungsart und der Flow-Intensität ( $B = -1.241, p = .148$ ).

**Tabelle 7***Ergebnisse der Haupteffektanalysen ohne Interaktionsterm*

Hypothese	AV	Prädiktor	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>T</i>	<i>p</i>
H1	Wohlbefinden	Häufigkeit	-0,171	,100	-1,710	.091
	Wohlbefinden	Nutzungsart	-0,058	5,732	-0,624	.534
H2	Wohlbefinden	Dauer	-0,058	,023	-2,506	<b>.014*</b>
	Wohlbefinden	Nutzungsart	-4,331	5,601	-0,773	.441
H3	Flow	Häufigkeit	-0,008	,015	-0,536	.593
	Flow	Nutzungsart	1,487	,871	1,707	.091
H4	Flow	Dauer	-0,060	,004	-1,841	<b>.069</b>
	Flow	Nutzungsart	-1,241	,852	1,458	.148

*Anmerkung.* *B* = nicht standardisierter Regressionskoeffizient; *SE* = Standardfehler der Regressionskoeffizienten;  $p < .05^*$ . abhängige Variablen: Wohlbefinden, Flow-Intensität.

## 5 Diskussion

Den Ergebnissen der statistischen Analyse anknüpfend, wird die Fragestellung „Welchen Einfluss hat die Verweildauer, die Nutzungshäufigkeit und die Nutzungsart von Social Media auf das psychische Wohlbefinden und das Erleben von Flow-Zuständen?“ diskutiert.

### 5.1 Zusammenfassung und Interpretation der Moderationsergebnisse

Die Ergebnisse der Moderationsanalysen zeigen, dass die angenommenen Zusammenhänge durch die Nutzungsart nicht moderiert werden. Alle vier getesteten Hypothesen zeigten keine signifikanten Effekte im Gesamtmodell. Die Varianzaufklärung im Gesamtmodell für H1 (3 %) und H3 (4 %) wird nach Cohen (2013) als sehr gering eingestuft. Für H2 (7 %) und H4 (7 %) wurde eine nach Cohen (2013) schwache bis moderate Varianzaufklärung festgestellt. Ferner zeigten alle Ergebnisse für die Moderationsanalysen mit Interaktion keine statistisch signifikanten Ergebnisse, mit allesamt sehr schwacher Varianzaufklärung (Cohen, 2013). Aufgrund dieser Ergebnisse können die Alternativhypothesen H1 bis H4 nicht bestätigt werden, sodass die jeweiligen Nullhypothesen beibehalten werden müssen. Die Fragestellung zur Rolle der Nutzungsart, -dauer und -häufigkeit auf das psychische Wohlbefinden sowie die Flow-Intensität konnte mit den vorliegenden Ergebnissen nicht eindeutig beantwortet werden.

Die Ergebnisse dieser Studie stehen im Widerspruch zu der Social Comparison Theory die besagt, dass Menschen durch Aufwärtsvergleiche negative Effekte erleben können (siehe Kapitel 2.2) (Festinger, 1954). Das könne durch Social-Media-Nutzung gefördert werden, was in dieser Studie jedoch nicht bestätigt wurde (Petersen, 2008). Dabei ist es möglich, dass individuelle Faktoren wie das Selbstwertgefühl die Auswirkungen des sozialen Vergleichs stärker moderieren als angenommen. Außerdem ist vorstellbar, dass in der digitalen Ära neue psychologische Dynamiken entstehen, die nicht vollständig durch die klassische Social Comparison Theory erfasst werden.

Des Weiteren geht die Flow Theory von Csikszentmihalyi (1993) davon aus, dass Flow unter hoher Konzentration entsteht und sich positiv auswirkt (siehe Kapitel 2.3). Allerdings spiegeln sich die erwarteten Zusammenhänge von dem theoretischen Konstrukt und Social-Media-Nutzung nicht in den Ergebnissen der hier durchgeführten Befragung. Das könnte darauf hindeuten, dass die Operationalisierung von Flow-

Zuständen in dieser Studie nicht ausreichend präzise war. Da das Flow-Erleben retrospektiv erfasst wurde, ist es möglich, dass sich die Teilnehmenden nicht genau erinnern haben oder Schwierigkeiten hatten, den Zustand korrekt einzuordnen. Insgesamt legen die Ergebnisse nahe, dass bestehende Theorien im Kontext von Social Media möglicherweise nicht ausreichen, um das Zusammenspiel von Nutzung, Wohlbefinden und Flow-Erleben vollständig zu erklären.

Die Ergebnisse dieser Studie stehen im Widerspruch zu mehreren früheren Untersuchungen, was sich durch methodische Unterschiede erklären lässt. Ein zentraler Unterschied zu anderen Forschungen liegt im Studiendesign. Während die vorliegende Untersuchung auf einem querschnittlichen Design basiert und daher nur Momentaufnahmen liefert, führte beispielsweise Arad et al. (2023) ein Quasi-Experiment mit zwei Gruppen durch. Dadurch konnte das Wohlbefinden von Social-Media-Nutzende mit Nicht-Nutzende direkt verglichen werden. Des Weiteren fand die Untersuchung von Sun (2023) im Rahmen eines randomisierten Kontrollgruppendesign mit Prä-Post-Tests statt, wodurch Veränderungen des Wohlbefindens über die Zeit hinweg gemessen werden konnten. Ferner konnte die Studie von Stavropoulos et al. (2018) mit einer Längsschnittuntersuchung durch zwei Messzeitpunkten zeitliche Entwicklungen der kognitiven Funktionen erfassen. Die vorliegende Untersuchung hingegen konnte aufgrund des einmaligen Erhebungsdesigns keine Aussagen über Kausalität oder Veränderungen über die Zeit treffen.

Nebstdem unterscheiden sich die Studien auch in der Zusammensetzung und der Größe der Stichproben. Während Ozimek et al. (2023) zur Untersuchung des Wohlbefindens mit einer großen Stichprobe ( $N = 1230$ ) arbeiteten, umfasst die vorliegende eine weitaus kleinere Größe ( $N = 97$ ). Ähnlich hatte Sun (2023) ( $N = 300$  korrelativ;  $N = 60$  Experiment) als auch Stavropoulos et al. (2018) ( $N = 648$ ) eine deutlich größere Probe, was die statistische Aussagekraft gestärkt haben könnte. Zudem unterscheiden sich die gezielte Ausrichtung der Stichprobe. Dabei analysierten Arad et al. (2023) für das Wohlbefinden gezielt intensive Nutzer/-innen von Social Media, die täglich mehrere Stunden aktiv waren. Ferner stellten Yao et al. (2023) einen positiven Zusammenhang zwischen aktiver Social-Media-Nutzung und Flow-Erleben fest, wobei ausschließlich Studierende mit hohem akademischem Engagement befragt wurden. Diese könnten möglicherweise empfänglicher für Flow-Erleben sein. In der vorliegenden Studie war die Stichprobe heterogener mit unterschiedlichen Nutzungsintensitäten, was zum

unterschiedlichen Ausfällen der Effekte geführt haben könnte. Darüber hinaus erfasste Yao et al. (2023) das Flow-Erleben gezielt im akademischen Kontext, während in dieser Untersuchung Flow-Erleben allgemeiner betrachtet wurde.

Weitere methodische Unterschiede zu vorherigen Studien liegen in den verwendeten Messinstrumenten. In der Forschung von Ozimek et al. (2023) wurde der Social Media Activity Questionnaire (SMAQ) genutzt. Sun (2023) verwendete zur Messung des Wohlbefindens die Warwick-Edinburgh Mental Well-being Scale (WEMWBS) und zur Erfassung der Social-Media-Nutzung die Social Media Use Integration Scale (SMUIS). Ähnlich nutzten Stavropoulos et al. (2018) den Internet Addiction Test (IAT) und den Online Flow Questionnaire (OFQ), um die Auswirkungen der Internetnutzung auf Flow-Zustände zu erfassen. In der vorliegenden Studie kamen andere Erhebungsinstrumente zum Einsatz (SMU-A/P; WHO-5-Index), was dazu beigetragen haben könnte, dass sich die Ergebnisse unterscheiden.

Außerdem berücksichtigten einige der genannten Studien weitere Einflussfaktoren, die in der vorliegenden Untersuchung nicht einbezogen wurden. So analysierten Ozimek et al. (2023) die materialistische Orientierung der Teilnehmenden als potenziellen Verstärkungsfaktor des sozialen Vergleichs. Nebst dem bezogen Arad et al. (2023) Selbstwertgefühl und soziale Vergleichstendenzen in ihre Analyse zu den Auswirkungen auf das Wohlbefinden mit ein. Diese zusätzlichen Variablen könnten die Zusammenhänge zwischen Social-Media-Nutzung und Wohlbefinden beeinflussen und erklären, warum die Ergebnisse in dieser Studie anders ausfallen.

Desgleichen deuteten die visuellen Ergebnisse des Boxplots (siehe Kapitel 4.1) darauf hin, dass aktives Nutzungsverhalten möglicherweise vorteilhafter ist. Damit spiegeln sich die visuellen Trends nicht signifikant in den Daten wider. Dies könnte darauf hindeuten, dass der Einfluss der Nutzungsart auf das Wohlbefinden und die Flow-Intensität weniger stark ist als angenommen oder, dass andere Faktoren, wie Nutzungskontext oder Motivation eine größere Rolle spielen.

Möglich ist, dass die kleine Stichprobe ( $N = 97$ ) und die breite Altersspanne von 21 bis 49 Jahren, durch die hohe Varianz die Ergebnisse beeinflusst haben könnten. Ferner könnte die ungleiche Verteilung der Nutzungsart (aktiv  $n = 11$ ; passiv  $n = 86$ ) die Effekte der Moderatorvariable möglicherweise nicht ausreichend repräsentiert haben. Des Weiteren weist die geringe Varianzaufklärung darauf hin, dass der Einfluss von

aktiver oder passiver Social-Media-Nutzung komplexer ist als angenommen. Möglicherweise spielen weitere Variablen eine bedeutendere Rolle, darunter individuelle Persönlichkeitsmerkmale wie Selbstregulation, Selbstwertgefühl, Resilienz oder Neurotizismus. Beispielsweise könnte die Fähigkeit zur Selbstregulation dazu beitragen, Social Media bewusster zu nutzen, während Personen mit hohem Neurotizismus möglicherweise stärker von Inhalten beeinflusst werden (Błachnio et al., 2015; Kuss & Griffiths, 2017). Auch die genutzte Plattform (z.B. Facebook vs. TikTok) sowie die Art der konsumierten Inhalte (z. B. Katzenvideos vs. Urlaubsbilder) könnten die Auswirkungen des Social-Media-Konsums beeinflussen.

Entgegen der Erwartung, dass eine häufigere und längere Social-Media-Nutzung – insbesondere passive Nutzung – tendenziell mit einem geringeren psychischen Wohlbefinden und geringerer Flow-Intensität einhergeht, konnten keine signifikanten Effekte festgestellt werden. Die Ergebnisse zeigen, dass alle vier überprüften Hypothesen nicht mit früheren Studien korrelieren. Dabei zeigen die methodischen Vergleiche, dass Unterschiede in Stichprobengröße, Studiendesign, Messinstrumenten und anderen Einflussfaktoren potenzielle Erklärungsansätze für die abweichenden Befunde liefern.

## **5.2 Zusammenfassung und Interpretation der Haupteffektanalyse**

Ferner wurden die Hypothesen auf ihre Haupteffekte untersucht (siehe Kapitel 4.3). Die Ergebnisse für H1 zeigen, dass weder die Häufigkeit noch die Nutzungsart für sich genommen einen direkten Einfluss auf das psychische Wohlbefinden haben. Überdies wurde für H2 festgestellt, dass die Art der Nutzung keinen signifikanten Einfluss auf das Wohlbefinden hat.

Ein statistisch signifikantes Ergebnis wurde für H2 zwischen Verweildauer und psychischen Wohlbefinden festgestellt ( $B = -0,058$ ,  $T = -2,506$ ). Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass eine längere Nutzung von Social Media das Wohlbefinden negativ beeinflussen kann. Eine mögliche Ursache spiegelt sich in der Social Comparison Theory von Festinger (1954) (siehe Kapitel 2.2) wider. Durch die soziale Vergleichstendenz könnten Nutzende Aufwärtsvergleiche aufstellen, welche zu einem geringeren Wohlbefinden führen. Zudem spielt möglicherweise FOMO eine zentrale Rolle (siehe Kap. 2.1). FOMO kann dazu führen, dass Nutzer/-innen das Gefühl haben, wichtige Erlebnisse zu verpassen, was das Wohlbefinden mindern kann (Verduyn et al., 2017).

Dies könnte verstärkt werden, wenn Social Media über längere Zeiträume genutzt wird, da Nutzende kontinuierlich mit kuratierten, idealisierten Darstellungen des Lebens anderer konfrontiert werden. Ein weiterer Erklärungsansatz ergibt sich aus der Social Influence Theory von Rachmad (2023) (siehe Kapitel 2.1). Durch eine hohe Verweildauer und den damit einhergehenden Informationsüberfluss sowie eventuelle negative Gruppendynamiken kann bei Nutzer/-innen erheblicher Stress entstehen, da sie ständig mit unkritisch präsentierten Informationen konfrontiert werden. Ebenso finden sich ähnliche Ergebnisse in der Forschung von Brailovskaia et al. (2023) und Reed et al. (2023). Beide Forschungen haben gezeigt, dass eine Reduktion der Social-Media-Nutzung das Wohlbefinden signifikant steigern kann. Dabei wurden experimentelle Designs mit direkten Interventionen zur Reduktion der Nutzung angewendet, während die vorliegende Studie im natürlichen Umfeld den Zusammenhang beleuchtete. Dies erweitert die Forschung, indem ähnliche Tendenzen auch außerhalb des experimentellen Aufbaus aufgezeigt wurden.

Des Weiteren ergeben die Haupteffektanalysen für H3 und H4 keine statistisch signifikanten Zusammenhänge zwischen der Häufigkeit oder der Dauer auf die Flow-Intensität. Auch die Art der Nutzung zeigt weder in H3 noch in H4 einen signifikanten Effekt auf die Flow-Intensität. Dabei deutet eine hohe Verweildauer auf eine negative Tendenz zu einem niedrigeren Flow-Wert hin ( $B = -0,060$ ,  $T = -1,841$ ,  $p = .069$ ), dieser Zusammenhang war jedoch statistisch nicht signifikant.

Diese Ergebnisse widersprechen den Befunden von Shanmugasundaram und Tamilarasu (2023), die in ihrer Übersichtsarbeit eine Vielzahl von Studien auswerteten und generalisierbare Ergebnisse zur Beziehung von kognitiven Prozessen und Social-Media-Nutzung berichteten. Die Metaarbeit konzentrierte sich dabei auf breitgefächerte kognitive Prozesse wie Aufmerksamkeit und Gedächtnis, während sich die vorliegende Studie explizit auf das Flow-Erlebnis fokussiert, was die unterschiedlichen Ergebnisse erklären könnte.

Zusammenfassend hat die Untersuchung gezeigt, dass ausschließlich die Verweildauer das Wohlbefinden negativ beeinflusst. Nebstdem zeigen die Ergebnisse wider Erwarten, dass die Nutzungshäufigkeit und Nutzungsart keinen relevanten Einfluss auf das Wohlbefinden und Flow-Intensität haben. Diese Erkenntnisse deuten darauf hin, dass längere Social-Media-Nutzung zu einem schlechteren Wohlbefinden führen kann,

etwa durch sozialem Vergleich oder Informationsüberflutung, die wenig Raum für kritisches Denken lässt (Rachmad, 2023).

### **5.3 Praktische Implikationen**

Die Erkenntnisse zum negativen Einfluss der Verweildauer auf das psychische Wohlbefinden liefern wertvolle Implikationen für die Praxis. Um die potenziellen negativen Effekte zu minimieren, sollten Interventionsmaßnahmen darauf abzielen, die Nutzung bewusster zu gestalten. Besonders Medienkompetenztrainings könnten eine zentrale Rolle spielen, indem sie Nutzende darin schulen, die Funktionsweise von Algorithmen, Online-Gruppendynamiken und App-Belohnungssysteme zu verstehen und zu erkennen, um sich nicht unbewusst davon beeinflussen zu lassen. Beispielsweise könnten an Schulen und Universitäten Social-Media-Diskussionsrunden eingeführt werden, die kritisches Denken fördern, indem sie über Fake News aufklären und Strategien vermitteln, wie mit dem Überangebot an Informationen umgegangen werden kann.

Eine bewusste Social-Media-Nutzung umfasst mehrere Strategien, die sich positiv auf das Wohlbefinden auswirken können. Dazu gehören eine Nutzung mit klarer Absicht, das Setzen von Zeitlimits sowie ein reflektierter Umgang mit jeglichen Inhalten. Insbesondere das bewusste Zeitmanagement kann helfen Social-Media-bedingte Ablenkungen zu reduzieren und sich besser auf wichtige Aufgaben zu konzentrieren. Die klare Nutzungsabsicht (z. B. ausschließlich zur Kommunikation mit Freunden) kann zur Minimierung der ständigen Vergleiche führen und verhindern, dass Nutzer/-innen sich in Filterblasen verlieren.

Neben individuellen Strategien könnten auch psychologische Beratungsstellen und Coaches von diesen Erkenntnissen profitieren. Bei Klienten mit einem niedrigen Wohlbefinden kann die Social-Media-Nutzung als möglicher Einflussfaktor untersucht werden, um gezielte Interventionsmaßnahmen zu entwickeln. Durch eine differenzierte Betrachtung der Nutzungsmuster könnten personalisierte Strategien zur achtsameren Handhabung bearbeitet werden.

Auch Plattformanbieter könnten Funktionen zur Selbstregulierung einfügen. Neben Nutzungsbenachrichtigungen und anpassbaren Zeitlimits könnten regelmäßige

Nutzungspausen in die Plattformen integriert werden. Zudem könnte eine bewusster Gestaltung der Inhalte, beispielsweise durch weniger algorithmisch gesteuerte Inhalte oder Entfernung von Belohnungssystemen (Like-Buttons), dazu beitragen, die negativen Effekte exzessiver Benutzung zu reduzieren.

Zusammenfassend unterstreichen die Ergebnisse der vorliegenden Studie, dass gezielte Maßnahmen zur bewussten Handhabung von Social Media sowohl auf individueller als auch auf institutioneller Ebene sinnvoll sind. Individuelle Medienkompetenztrainings, psychologische Beratungen und technische Anpassungen durch Plattformanbieter können dazu beitragen die negativen Effekte einer hohen Verweildauer auf Social Media zu minimieren und das individuelle Wohlbefinden langfristig zu fördern.

#### **5.4 Limitationen und zukünftige Forschung**

Die vorliegende Studie weist einige Limitationen auf. Ein wesentlicher Aspekt ist, dass die Daten auf Selbstberichten basieren, die anfällig für Verzerrungen, wie soziale Erwünschtheit, sein können. Zudem ist die Stichprobengröße ( $N = 97$ ) zwar ausreichend laut G\*Power-Analyse, jedoch klein und möglicherweise nicht repräsentativ für verschiedene Social-Media-Plattformen. Größere und heterogenere Stichproben wären erforderlich, um die Generalisierbarkeit zu verbessern. Auch zeigte sich die Stichprobenstreuung der Verweildauer mit einem Maximum von 1 Stunde 43 Minuten deutlich unter der durchschnittlichen Nutzungszeit von 2 Stunden und 24 Minuten (Kemp, 2024). Diese Limitation erschwerte es, den Einfluss einer höheren Dauer auf die abhängigen Variablen ausreichend zu untersuchen. Die fehlende Signifikanz in einigen der untersuchten Zusammenhänge könnte ebenso durch das querschnittliche Design bedingt sein. Längsschnittstudien oder experimentelle Designs sind für zukünftige Forschungen sinnvoll, um kausale Beziehungen zwischen den verschiedenen Aspekten zu untersuchen.

Des Weiteren verdeutlicht die Studie, dass die Unterscheidung zwischen aktiver und passiver Social-Media-Nutzung möglicherweise zu grob ist. Der angewendete Fragebogen (SMU-A/P) konnte vermutlich nicht exakt die tatsächliche Nutzungsart bestimmen. Das verdeutlicht die festgestellte niedrige Reliabilität der passiven Skala, wodurch die Datenanalyse möglicherweise eingeschränkt wurde (siehe Kapitel 4.1).

Daher sollten zukünftige Studien präzisere Messinstrumente entwickeln, beispielsweise KI-basierte Programme, die das Nutzungsverhalten detaillierter analysieren können. Ebenso sollte untersucht werden, welche Faktoren die Entstehung von Flow tatsächlich beeinflussen und wie die Messung von Flow verbessert werden kann (z. B. kontrollierter experimenteller Aufbau), um genauere Erkenntnisse zu gewinnen. Auch könnten mögliche saisonale Effekte, wie eine veränderte Social-Media-Nutzung zur Vorweihnachtszeit (z. B. für Geschenkeinspiration) sowie ein möglicherweise höheres Stressniveau das Verhalten der Teilnehmenden beeinflussen haben. Dies sollte in zukünftigen Studien weiter untersucht werden.

Weiterhin zeigte sich, dass weder die Häufigkeit der Nutzung, Verweildauer noch die Nutzungsart ausreichen, um das psychische Wohlbefinden oder Flow umfassend zu erklären. Auch die geringe Varianzaufklärung weist darauf hin, dass zukünftige Forschungen andere Variablen wie Nutzungsmotive oder Art der konsumierten Inhalte einbeziehen sollten, um ein differenzierteres Bild der Auswirkungen von Social Media zu erhalten. Daneben könnten individuelle Persönlichkeitsmerkmale (z. B. Tendenz zum Vergleichen, Resilienz) eine größere Rolle spielen als die in dieser Studie untersuchten Variablen.

Da Social-Media-Plattformen sich in ihrem Aufbau und den Nutzungsmustern unterscheiden, wäre es sinnvoll, die Effekte plattformabhängig zu untersuchen. So könnten differenzierte Ergebnisse erzielt werden, die auf die spezifischen Gegebenheiten der jeweiligen Plattformen eingehen, wie beispielsweise kurze Videos auf TikTok.

In Anbetracht des Zusammenhangs zwischen Nutzungsdauer und Wohlbefinden ergeben sich für die zukünftige Forschung mehrere interessante Fragestellungen. Eine zentrale Frage ist, warum eine intensive Social-Media-Nutzung negative Auswirkungen auf das Wohlbefinden hat. Es könnte erforscht werden, ob der hohe Zeitaufwand für Social Media dazu führt, dass Nutzende weniger Gelegenheit haben, Aktivitäten nachzugehen, die ihnen nachweislich guttun (z. B. Sport oder kreative Tätigkeiten). Zudem stellt sich die Frage, ob Vergleichsprozesse in verschiedenen Altersgruppen unterschiedlich stark ausgeprägt sind. Nebst dem scheinen Langzeitstudien im Zusammenhang mit Social Media besonders interessant. Entwickeln Heranwachsende in Anbetracht übermäßigen Social Media Konsums ein späteres allgemein geringeres Wohlbefinden als junge Erwachsene ohne bzw. wenig Social Media Konsum? Ein

weiterer interessanter Forschungsansatz wäre die weitere Untersuchung des sozialen Vergleichsprozesses im Zusammenhang mit der Art der konsumierten Inhalte. So könnte erforscht werden, ob der übermäßige Konsum von Social-Media-Persönlichkeiten, die unrealistische Ideale vermitteln, das Wohlbefinden stärker beeinträchtigt als der Konsum von unterhaltsamen oder wertfreien Inhalten. Durch solche Forschungsansätze könnte das komplexe Zusammenspiel zwischen Social-Media-Nutzung und Wohlbefinden besser verstanden werden.

Schlussendlich konnte die vorliegende Studie keine signifikanten Moderationseffekte der Nutzungsart auf die Beziehung zwischen Social-Media-Nutzung und Wohlbefinden bzw. Flow-Erleben nachweisen. Dennoch liefert die Haupteffektuntersuchung wertvolle Hinweise darauf, dass insbesondere die Verweildauer auf Social-Media-Plattformen eine Rolle für das psychische Wohlbefinden spielen könnte. Damit unterstreichen die Ergebnisse die Notwendigkeit einer bewussten und reflektierten Nutzung, um potenzielle negative Auswirkungen zu minimieren.

Auch wenn die vorliegenden Daten nicht alle Zusammenhänge eindeutig abbilden, wird deutlich, dass Social Media weit mehr als ein reines Unterhaltungsmedium ist – es beeinflusst unser Wohlbefinden und damit unser Erleben im Alltag. Gedanken wie „Habe ich eine neue Nachricht?“, „Ich muss das Bild heute noch posten, sonst verliere ich Follower“ oder „Wie viele Likes habe ich schon erhalten?“ begleiten viele Menschen unbewusst und sind Ausdruck dieser tiefen Verflechtung. So scheint es, dass Social Media längst zu einem zentralen Bestandteil unseres Lebens geworden ist – umso wichtiger ist es, die zugrundeliegenden Mechanismen weiter zu erforschen.

## Literaturverzeichnis

- Al-Rahmi, W., & Othman, M. (2013). The impact of social media use on academic performance among university students: A pilot study. *Journal of information systems research and innovation*, 4(12), 1-10.
- Allen, M. P. (2004). *Understanding regression analysis*. Springer Science & Business Media.
- Anderson, I. A., & Wood, W. (2021). Habits and the electronic herd: The psychology behind social media's successes and failures. *Consumer Psychology Review*, 4(1), 83-99.
- Arad, A., Barlizaly, O., & Perchick, M. (2023). *Facebook, social comparison and happiness: Evidence from a quasi-natural experiment*. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*.
- Bech, P. (2004). Measuring the dimension of psychological general well-being by the WHO-5. *Quality of life newsletter*, 15-16.
- Błachnio, A., Przepiórka, A., & Pantic, I. (2015). Internet use, Facebook intrusion, and depression: Results of a cross-sectional study. *European Psychiatry*, 30(6), 681-684.
- Brailovskaia, J., Swarlik, V. J., Grethe, G. A., Schillack, H., & Margraf, J. (2023). Experimental longitudinal evidence for causal role of social media use and physical activity in COVID-19 burden and mental health. *Journal of Public Health*, 31(11), 1885-1898. <https://doi.org/10.1007/s10389-022-01751-x>
- Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. routledge.
- Cook, R. D., & Weisberg, S. (2009). *Applied regression including computing and graphics*. John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16(3), 297-334.

- Csikszentmihalyi, M., & Schiefele, U. (1993). Die Qualität des Erlebens und der Prozess des Lernens. *Zeitschrift für Pädagogik*, 39(2), 207-221. <https://doi.org/10.25656/01:11172>
- Csikszentmihalyi, M. (2017). *Flow. Das Geheimnis des Glücks*. Klett-Cotta.
- Csikszentmihalyi, M., & Nakamura, J. (2010). Effortless attention in everyday life: A systematic phenomenology. *Effortless Attention: A new perspective in the cognitive science of attention and action*, 179-190.
- Cunningham, S., Hudson, C. C., & Harkness, K. (2021). Social media and depression symptoms: a meta-analysis. *Research on child and adolescent psychopathology*, 49(2), 241-253.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2013). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer Science & Business Media.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological bulletin*, 95(3), 542.
- Döring, N., & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und evaluation*. Wiesbaden: Springerverlag.
- Dormann, C. F., & Kühn, I. (2009). *Angewandte Statistik für die biologischen Wissenschaften. Helmholtz Zentrum für Umweltforschung-UFZ*, 2.
- Ellis, G. D., Voelkl, J. E., & Morris, C. (1994). Measurement and analysis issues with explanation of variance in daily experience using the flow model. *Journal of leisure research*, 26(4), 337-356.
- Escobar-Viera, C., Shensa, A., Bowman, N., Sidani, J., Knight, J., James, A., & Primack, B. (2018). Passive and Active Social Media Use and Depressive Symptoms Among United States Adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21, 437-443. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0668>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fielitz, M., Sick, H., Schmidt, M., & Donner, C. (2024). *Social-Media-Partei AfD? Digitale Landtagswahlkämpfe im Vergleich*. Otto Brenner Stiftung.

- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction*. SAGE.
- Garnarcz, J. (2016). Instrumente zur Analyse des Medienwandels. *Medienwandel* (S. 11-65). UTB.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis, Second Edition: A Regression-Based Approach*. Guilford Publications.  
<https://books.google.de/books?id=8ZM6DwAAQBAJ>
- Huang, Y.-T., & Su, S.-F. (2018). Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults. *Future Internet*, 10(8), 77. <https://www.mdpi.com/1999-5903/10/8/77>
- Huber, P. J. (1996). *Robust statistical procedures*. SIAM.
- Janssen, J., Laatz, W., Janssen, J., & Laatz, W. (1994). Korrelation. *Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows: Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem*, 347-357.
- Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L., & Johnson, B. (2013). Development and validation of a social media use integration scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(1), 38.
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: Global digital overview*. We Are Social & Hootsuite.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Germany*. DataReportal – Global Digital Insights.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-germany>
- Koch, W. (2023). Soziale Medien werden 30 Minuten am Tag genutzt-Instagram ist die Plattform Nummer eins. *Media Perspektiven*, 26, 1-8.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International journal of environmental research and public health*, 14(3), 311.
- LimeSurvey GmbH. (o. J.). *LimeSurvey: An Open-Source survey tool*. Verfügbar unter:  
<https://www.limesurvey.org>

- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). *A theory of goal setting & task performance*. Prentice-Hall, Inc.
- Lumley, T., Diehr, P., Emerson, S., & Chen, L. (2002). The importance of the normality assumption in large public health data sets. *Annual review of public health*, 23(1), 151-169.
- Marciano, L., & Camerini, A.-L. (2022). Duration, frequency, and time distortion: Which is the best predictor of problematic smartphone use in adolescents? A trace data study. *PLOS one*, 17(2).
- Ozimek, P., Brailovskaia, J., & Bierhoff, H.-W. (2023). Active and passive behavior in social media: Validating the Social Media Activity Questionnaire (SMAQ). *Telematics and Informatics Reports*, 10, 100048. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100048>
- Pagani, M., Hofacker, C. F., & Goldsmith, R. E. (2011). The influence of personality on active and passive use of social networking sites. *Psychology & Marketing*, 28(5), 441-456.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Petersen, L. (2008). *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung: Theorien, Befunde und Interventionen* (1. Auflage). Beltz.
- Rachmad, Y. E. (2023). *Social Media Influence Theory*. Phoenix Cactus Book Publishing, Special Edition.
- Reed, P., Fowkes, T., & Khela, M. (2023). Reduction in Social Media Usage Produces Improvements in Physical Health and Wellbeing. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 8(2), 140-147. <https://doi.org/10.1007/s41347-023-00304-7>
- Rheinberg, F., Vollmeyer, R., & Engeser, S. (2007). Die Erfassung des Flow-Erlebens. In J. Stiensmeier-Pelster & F. Rheinberg (Hrsg). *Diagnostik von Motivation und Selbstkonzept* (S. 261-279). Hogrefe.
- Schmidt, J.-H. (2018). *Social media*. Springer.

- Shanmugasundaram, M., & Tamilarasu, A. (2023). The impact of digital technology, social media, and artificial intelligence on cognitive functions: a review. *Frontiers in Cognition*, 2, 1203077.
- Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M., & Dapretto, M. (2016). The power of the like: Effects of peer influence on neural and behavioral responses to social media. *Psychological science*, 27(7), 1027-1035.
- Stavropoulos, V., Griffiths, M. D., Burleigh, T. L., Kuss, D. J., Doh, Y. Y., & Gomez, R. (2018). Flow on the Internet: a longitudinal study of Internet addiction symptoms during adolescence. *Behaviour & Information Technology*, 37(2), 159-172.
- Sun, L. (2023). Social media usage and students' social anxiety, loneliness and well-being: does digital mindfulness-based intervention effectively work? *BMC Psychology*, 11(1), 362. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01398-7>
- Topp, Østergaard, S., Søndergaard, S., & Bech, P. (2015). The WHO-5 Well-Being Index: A systematic review of the literature. *Psychotherapy and psychosomatics*, 84, 167-176. <https://doi.org/10.1159/000376585>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274-302.
- Vogel, E., Rose, J., Roberts, L., & Eckles, K. (2014). Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3, 206-222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- World Health Organization. (1998). *The World Health Organisation-Five Well-being Index (WHO-5)*. Geneva (World Health Organization). <https://apps.who.int/iris>.
- Wolf, M., Sims, J., & Yang, H. (2018). Social media? What social media?. *UK Academy for Information Systems Conference Proceedings*, 3.
- Yao, S., Xie, L., & Chen, Y. (2023). Effect of active social media use on flow experience: Mediating role of academic self-efficacy. *Education and Information Technologies*, 28(5), 5833-5848. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11428-3>

## Anhang

A) Fragebogen .....	48
B) Histogramme der Stichprobe .....	51
B-1) Histogramm Alter .....	51
B-2) Histogramm Geschlecht .....	51
C) Hypothese 1 .....	52
C-1) Streudiagramm mit LOESS-Glättung.....	52
C-2) Überprüfung der Homoskedastizität.....	52
C-3) Normalverteilungsüberprüfung anhand Histogramms und P-P-Plots .....	52
D) Hypothese 2.....	53
D-1) Streudiagramm mit LOESS-Glättung .....	53
D-2) Überprüfung der Homoskedastizität .....	53
D-3) Normalverteilungsüberprüfung anhand Histogramms und P-P-Plot .....	53
E) Hypothese 3 .....	54
E-1) Streudiagramm mit LOESS-Glättung.....	54
E-2) Überprüfung der Homoskedastizität.....	54
E-3) Normalverteilungsüberprüfung anhand Histogramms und P-P-Plots .....	54
F) Hypothese 4: .....	55
F-1) Streudiagramm mit LOESS-Glättung .....	55
F-2) Überprüfung der Homoskedastizität .....	55
F-3) Normalverteilungsüberprüfung anhand Histogramms und P-P-Plots.....	55

# A) Fragebogen

## Begrüßungstext

### Willkommen!

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, an dieser Umfrage teilzunehmen.

TikTok, Instagram, YouTube - alles Apps, die aus dem alltäglichen Leben kaum wegzudenken sind.

In dieser Umfrage für meine Abschlussarbeit möchte ich mehr über die **Nutzung** von **Social-Media-Apps** und deren **Einfluss** auf das **Wohlbefinden** sowie **Flow** erfahren.

Ihre Antworten sind sehr wertvoll und helfen, die Auswirkungen der digitalen Welt auf unsere Psyche besser zu verstehen. Die Umfrage dauert nur ca. **5-10 Minuten**. Ihre Daten werden anonym und vertraulich behandelt.

**Viel Spaß beim Ausfüllen und vielen Dank für Ihre Unterstützung! :)**

In dieser Umfrage sind 11 Fragen enthalten.

Dies ist eine anonyme Umfrage.

## Abfrage zur Nutzungsdauer und -häufigkeit der Social-Media-Apps

**Für die folgenden zwei Fragen benötigen Sie die Hilfe Ihres Smartphones.**

Die meisten Smartphones zeichnen automatisch auf, wie lange man täglich Apps nutzt und wie oft man diese öffnet.

Sie können diese Informationen ganz einfach in den Einstellungen Ihres Geräts finden.

- **Für Android-Nutzer:** Gehen Sie zu den *Einstellungen* und suchen Sie nach dem Bereich *Digitales Wohlbefinden* oder *Bildschirmzeit*.
- **Für iOS-Nutzer:** Öffnen Sie die *Einstellungen*, scrollen Sie nach unten und tippen Sie auf *Bildschirmzeit*.

Hier finden sie die Übersicht über Nutzungsdauer und Nutzungshäufigkeit der Apps. Oft ist dies monatlich, wöchentlich und täglich dargestellt. Für diese Umfrage ist die **durchschnittliche tägliche Nutzung** von Bedeutung.

\*Bitte öffnen Sie die Einstellungen Ihres Smartphones und überprüfen Sie die **durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer** der folgenden Social Media Kanäle. Geben Sie die Zeit im **Format Stunden** an (z. B. *1:20 für 1 Stunde und 20 Minuten / 0:30 für 30 Minuten*).

Falls Sie eine dieser Plattformen nicht nutzen, tragen Sie bitte *0:00* ein.

Facebook	<input type="text"/>
Instagram	<input type="text"/>
TikTok	<input type="text"/>

## Abfrage der Social-Media-Nutzungsart anhand des SMU-A/P

Im Folgenden werden Sie zu Ihren Social-Media-Gewohnheiten befragt.

\*Bitte denken Sie an Ihr Verhalten auf **Social-Media-Plattformen** und geben Sie an, **wie häufig** Sie die folgenden Aussagen ausführen.

	Mehrmals täglich	Einmal pro Tag	2-6 Mal pro Woche	Einmal pro Woche	Weniger als einmal pro Woche	Nie
Ich lese Online-Diskussionen auf Social-Media-Seiten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich lese Nutzerkommentare/-bewertungen/-rezensionen auf Social Media.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich schaue mir Videos oder Bilder an, die auf Social Media gepostet wurden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich teile Inhalte auf Social Media mit meinen Kontakten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich kommentiere die Beiträge anderer auf Social Media.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich poste Inhalte auf meiner eigenen Social-Media-Seite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bitte kreuzen Sie "Einmal pro Woche" an. Diese Frage dient nur als Lesekontrolle.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Abfrage Flow-Intensität mithilfe der FKS

**Flow** bezeichnet das **zufriedenstellende Gefühl**, das entsteht, wenn man vollständig in einer **Tätigkeit vertieft** ist und **ganz in ihr aufgeht**.

Diese Tätigkeit **fordert einen heraus** und bereitet gleichzeitig **große Freude**.

In diesem Moment verliert man das Zeitgefühl, man fühlt sich **hoch motiviert** und **fokussiert**.

Einen Flow kann man beispielsweise während des Lesens, Lernens, Musizierens, Gamens, Tanzens und noch vielem mehr erleben.

Für die folgenden Fragen machen wir eine **kleine Zeitreise**: **Versetzen Sie sich in Ihren letzten erinnerbaren Flow-Zustand, den Sie erlebt haben.**

\*Was haben Sie gemacht, als sie den Flow gespürt haben? (Bitte nennen Sie nur **eine Tätigkeit**, die Ihnen **zuletzt in Erinnerung** geblieben ist.)

\*Eine kleine Zeitreise: Versetzen Sie sich in den Zustand - wie haben Sie sich **während des Flows** gefühlt?

Bitte ordnen sie die Aussagen von "Trifft zu" bis "Trifft nicht zu". Wenn Ihr Gefühl zwischen den Antwortmöglichkeiten liegt, wählen Sie den entsprechenden Punkt dazwischen.

	7 -Trifft zu	6	5	4 - Teils-teils	3	2	1 - Trifft nicht zu
Ich fühle mich optimal beansprucht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Gedanken bzw. Aktivitäten laufen flüssig und glatt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich merke gar nicht, wie die Zeit vergeht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe keine Mühe, mich zu konzentrieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mein Kopf ist völlig klar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin ganz vertieft in das, was ich gerade mache.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die richtigen Gedanken/Bewegungen kommen wie von selbst.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich weiß bei jedem Schritt, was ich zu tun habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe das Gefühl, den Ablauf unter Kontrolle zu haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin völlig selbstvergessen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es steht etwas für mich Wichtiges auf dem Spiel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich darf jetzt keine Fehler machen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich mache mir Sorgen über einen Misserfolg.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*Vergleichen Sie die Tätigkeit mit anderen Tätigkeiten.

	9 - Leicht	8	7	6	5	4	3	2	1 - Schwer
Verglichen mit allen anderen Tätigkeiten, die ich sonst mache, ist die jetzige Tätigkeit...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bitte kreuzen Sie "Schwer" an. Diese Frage dient nur als Lesekontrolle.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*Schätzen Sie Ihre Fähigkeiten ein.

	9 - Hoch	8	7	6	5	4	3	2	1 - Niedrig
Ich denke, meine Fähigkeiten auf diesem Gebiet sind...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*Schätzen Sie Ihre Beanspruchung ein.

	9 - Zu hoch	8	7	6	5 - Gerade richtig	4	3	2	1 - Zu gering
Für mich persönlich sind die jetzigen Anforderungen...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Abfrage zum psychischen Wohlbefinden mithilfe des WHO-5-Indexes

### Umfrage zum psychischen Wohlbefinden

Die folgenden Aussagen betreffen Ihr **Wohlbefinden** in den **letzten zwei Wochen**.

Bitte markieren Sie bei jeder Aussage die Antwortmöglichkeit, inwiefern die Aussage Ihrer Meinung nach am besten beschreibt, wie Sie sich in den letzten zwei Wochen gefühlt haben.

\*In den letzten zwei Wochen ...

	Die ganze Zeit	Meistens	Etwas mehr als die Hälfte der Zeit	Etwas weniger als die Hälfte der Zeit	Ab und zu	Zu keinem Zeitpunkt
...war ich froh und guter Laune.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...habe ich mich ruhig und entspannt gefühlt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...habe ich mich energisch und aktiv gefühlt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...habe ich mich beim Aufwachen frisch und ausgeruht gefühlt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...war mein Alltag voller Dinge, die mich interessieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bitte kreuzen Sie "Meistens" an. Diese Frage dient nur als Lesekontrolle.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Abfrage der soziodemografischen Daten

\*Welches Geschlecht haben Sie?

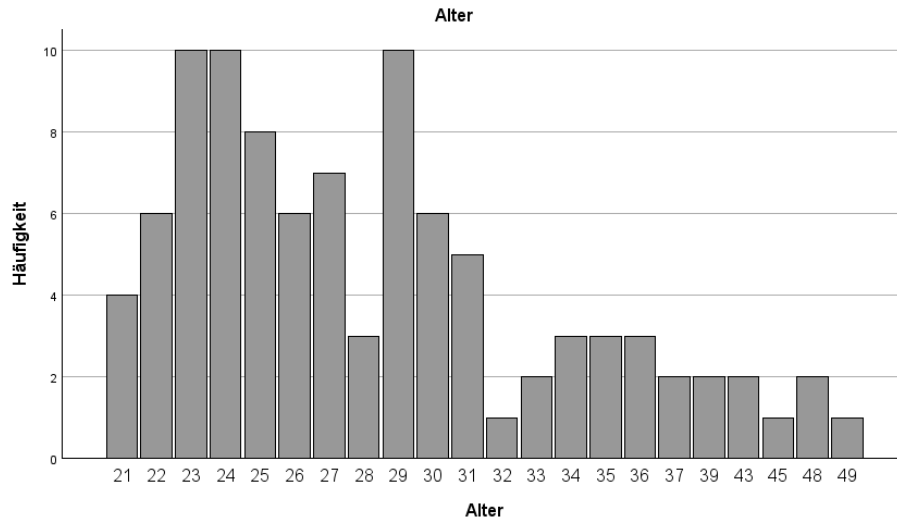
Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Männlich  
 Weiblich  
 Divers

\*Wie alt sind Sie?

## B) Histogramme der Stichprobe

### B-1) Histogramm Alter

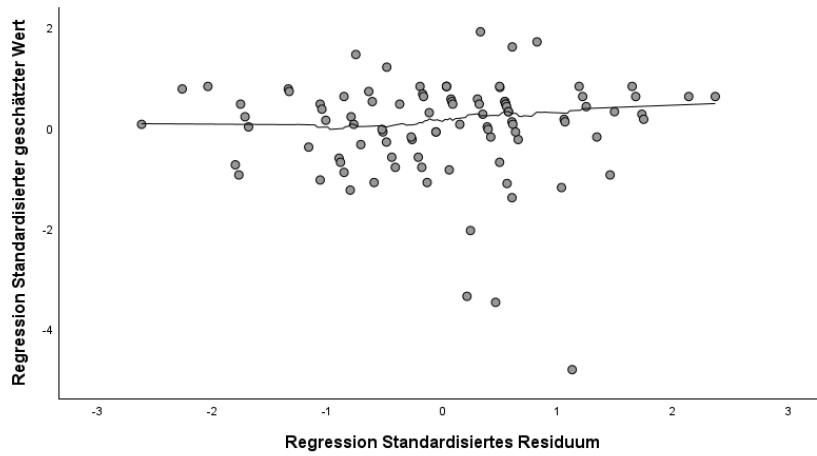


### B-2) Histogramm Geschlecht

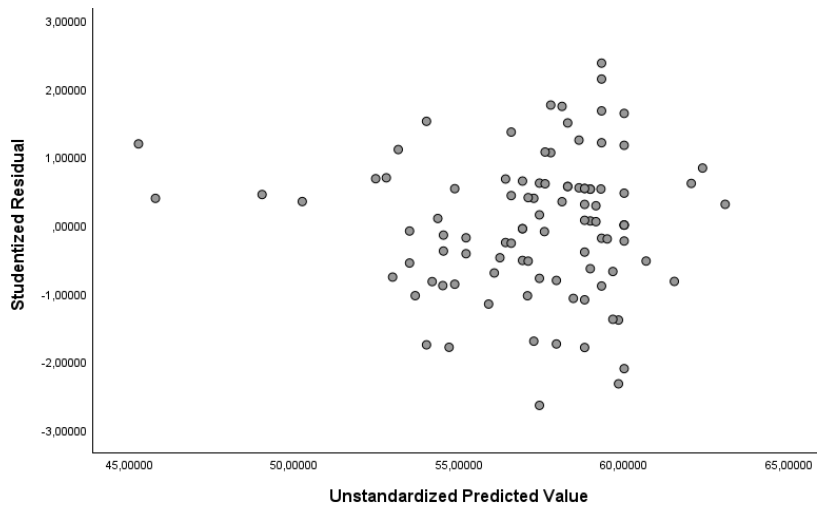


## C) Hypothese 1

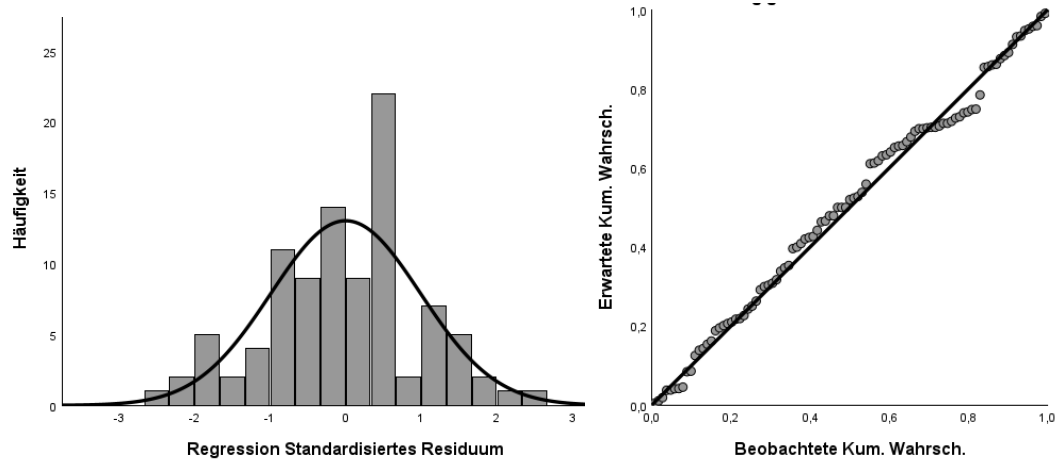
### C-1) Streudiagramm mit LOESS-Glättung



### C-2) Überprüfung der Homoskedastizität

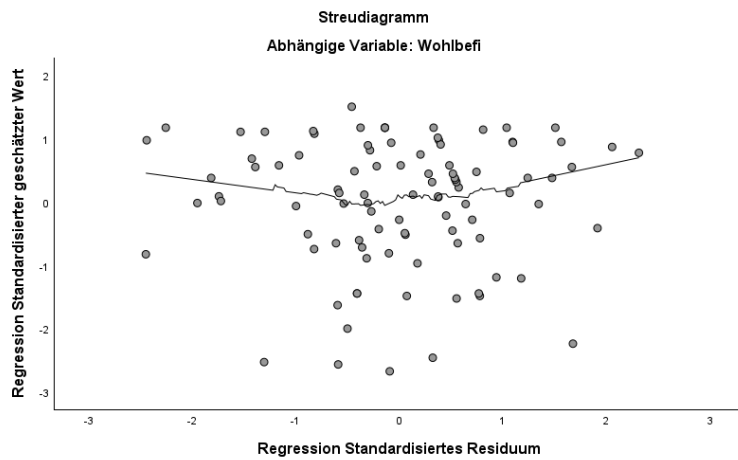


### C-3) Normalverteilungsüberprüfung anhand Histogramms und P-P-Plots

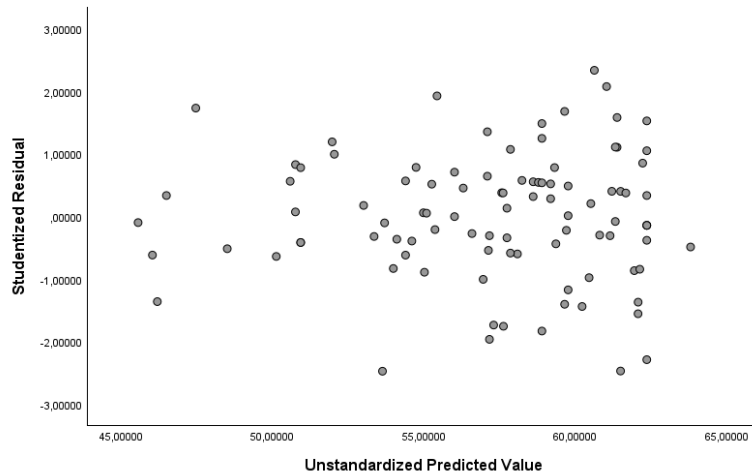


## D) Hypothese 2

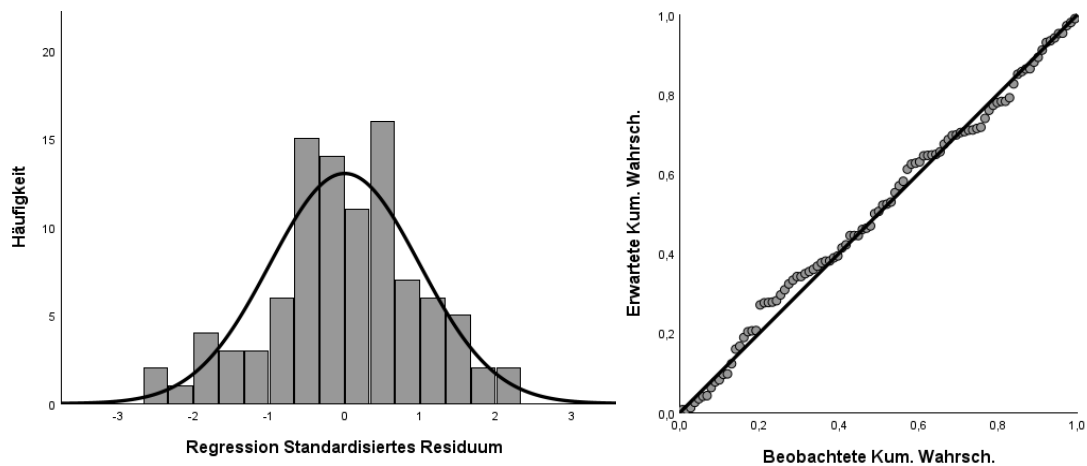
### D-1) Streudiagramm mit LOESS-Glättung



### D-2) Überprüfung der Homoskedastizität

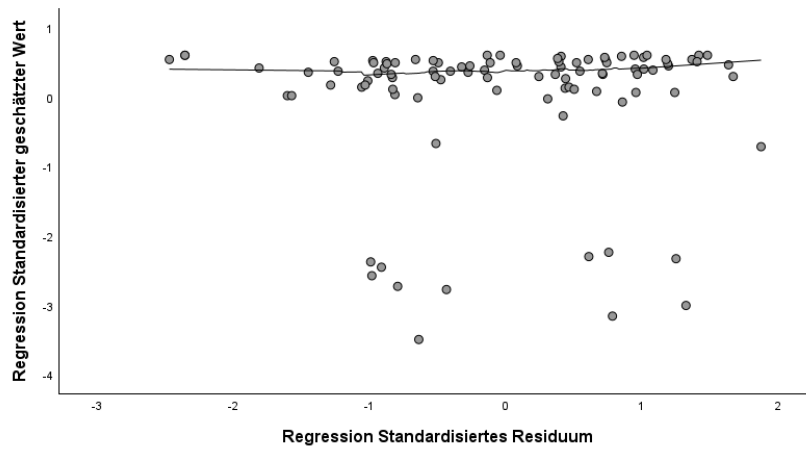


### D-3) Normalverteilungsüberprüfung anhand Histogramms und P-P-Plot

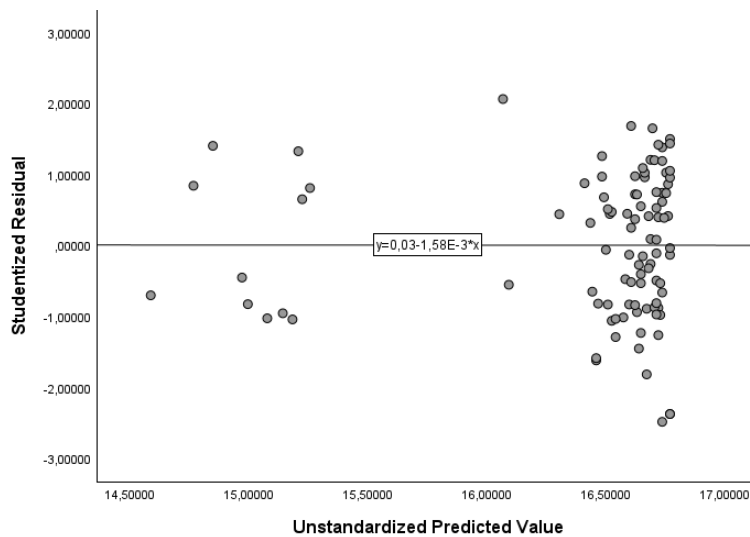


## E) Hypothese 3

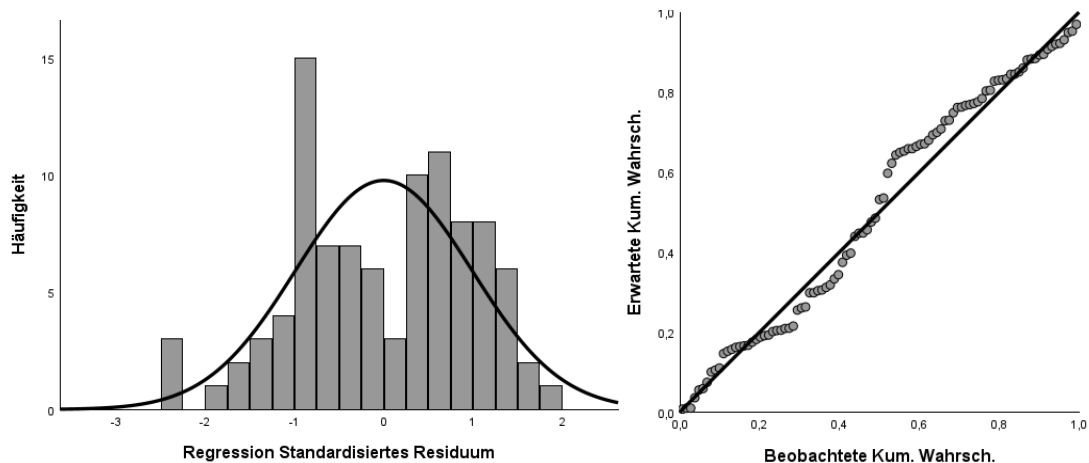
### E-1) Streudiagramm mit LOESS-Glättung



### E-2) Überprüfung der Homoskedastizität

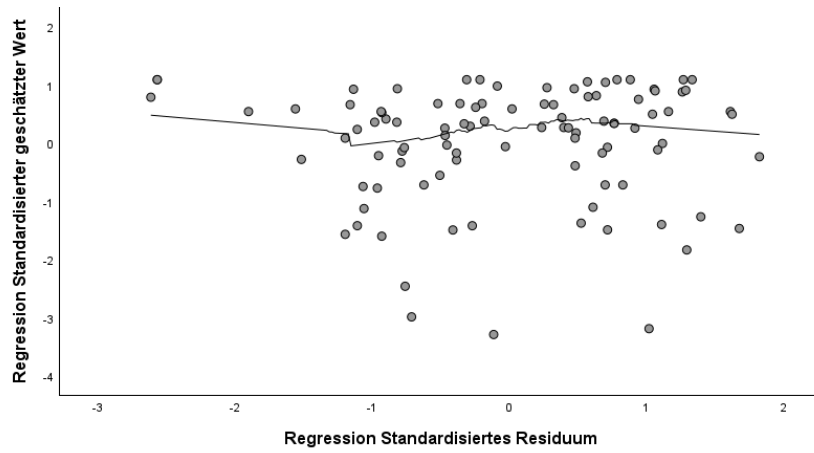


### E-3) Normalverteilungsüberprüfung anhand Histogramms und P-P-Plots

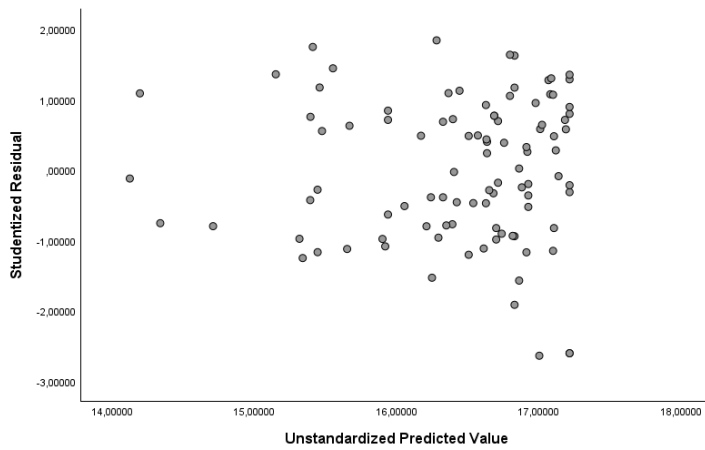


## F) Hypothese 4:

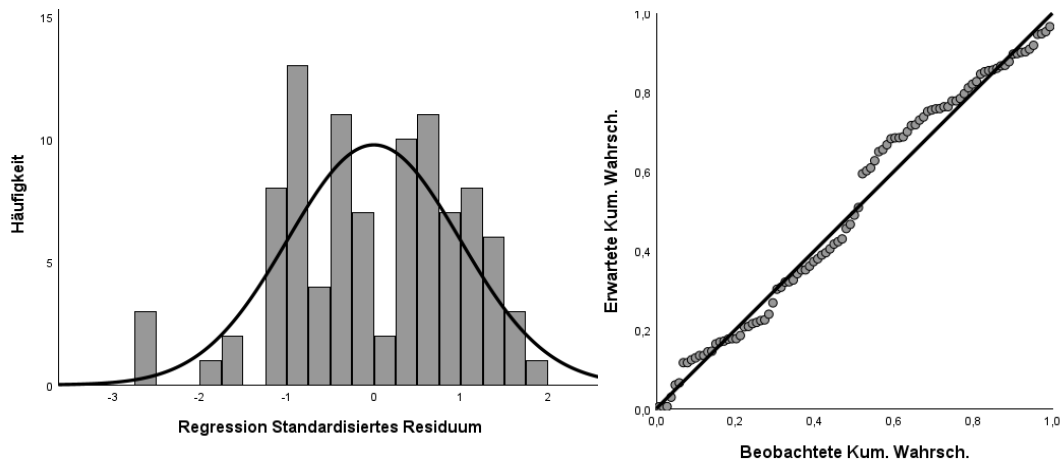
### F-1) Streudiagramm mit LOESS-Glättung



### F-2) Überprüfung der Homoskedastizität



### F-3) Normalverteilungsüberprüfung anhand Histogramms und P-P-Plots



## **Ehrenwörtliche Erklärung**

Hiermit versichere ich, dass die vorliegende Arbeit von mir selbstständig und ohne unerlaubte Hilfe angefertigt worden ist, insbesondere dass ich alle Stellen, die wörtlich oder annähernd wörtlich aus Veröffentlichungen entnommen sind, durch Zitate als solche gekennzeichnet habe. **Ich versichere auch, dass die von mir eingereichte schriftliche Version mit der digitalen Version übereinstimmt.** Weiterhin erkläre ich, dass die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde / Prüfungsstelle vorgelegen hat. Ich erkläre mich damit einverstanden/nicht einverstanden, dass die Arbeit der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird. Ich erkläre mich damit einverstanden, dass die Digitalversion dieser Arbeit zwecks Plagiatsprüfung auf die Server externer Anbieter hochgeladen werden darf. Die Plagiatsprüfung stellt keine Zurverfügungstellung für die Öffentlichkeit dar.

Grundsheim, 10.02.2025

(Ort, Datum)

A handwritten signature in black ink that reads "Anja Bachofer". The signature is written in a cursive style with a long, sweeping underline.

(Eigenhändige Unterschrift)