

Social-Media-Sucht betrifft alle Generationen – Politik muss über Jugendliche hinausdenken

Neue Analyse zeigt, wie wir Plattformen wirklich nutzen und wo Regulierungsversuche ansetzen sollten.

München, 6. Oktober 2025 –Bereits im Frühjahr hatte eine gemeinsame Erhebung der Macromedia University of Applied Sciences und YouGov gezeigt, dass **rund 15 Prozent der Deutschen typische Anzeichen von Social-Media-Sucht zeigen**. Ein neuer Blick auf Nutzungsmuster und Online-Verhalten zeigt, wo und für wen Social-Media riskant wird – Erkenntnisse, die als Grundlage für politische Maßnahmen dienen müssen.

Der Bundesdrogenbeauftragte hat angekündigt, Social-Media-Sucht vor allem bei Kindern und Jugendlichen einzudämmen. Doch unsere Zahlen entlarven eine gefährliche Schieflage:

Mit dem 18. Geburtstag verschwindet das Risiko keineswegs. Im Gegenteil, es bleibt bis in die Dreißiger und frühen Vierziger nahezu unverändert hoch.

„Die Politik darf nicht länger so tun, als sei das Problem mit der Volljährigkeit erledigt. Exzessive Social-Media-Nutzung belastet längst auch die Arbeitswelt, Beziehungen und die psychische Gesundheit von Erwachsenen“, sagt **Prof. Dr. René Arnold, Studienleiter und Professor für Management an der Macromedia University**.

Zentrale Befunde der Vertiefungsstudie

- » Suchtgefahr bis weit ins Erwachsenenalter: Pathologische und problematische Muster finden sich bei jedem vierten Deutschen bis etwa 44 Jahre (Gen Y).
- » Folgen statt Bildschirmzeit: Entscheidend sind nicht Minuten vor dem Display, sondern Störungen wie Schlafverlust, Leistungsabfall oder Konflikte in Beziehungen. Zeitlimits greifen daher zu kurz.
- » Design als Suchtverstärker: WhatsApp wird am häufigsten genutzt, erzeugt aber vergleichsweise wenig „Sog“. Instagram dagegen entfaltet ein deutlich höheres Suchtpotenzial.
- » Frühwarnsignal Postings & Reaktionen: Das macht aktives Engagement zum stärksten Frühindikator für beginnende Sucht.

Forderungen an die Politik

Die Analyse legt nahe, dass sich Deutschland bei Social-Media-Sucht nicht allein auf Jugendschutzprogramme verlassen darf. Prävention, Beratung und Regulierung müssen Erwachsene explizit einschließen und ihren Fokus auf konkrete und plattformspezifische Nutzungsmechanismen legen. Ansätze wären:

- » Ausbau niedrigschwelliger Beratungsangebote für alle Altersgruppen
- » Public-Health-Kampagnen, die Social-Media-Sucht als gesamtgesellschaftliches Problem adressieren
- » Digitale Tools für Selbstkontrolle, z. B. verpflichtende Cool-down-Phasen oder Limits beim Posten – analog zur Regulierung im Glücksspiel
- » Aufnahme von Social-Media-Sucht in medien- und gesundheitspolitische Strategien der Bundesregierung

„Deutschland braucht endlich eine umfassende Social-Media-Strategie. Wer nur auf Kinder und Jugendliche blickt und alle Plattformen über einen Kamm schert, verfehlt die eigentliche Dimension des Problems“, warnt Arnold.

Über die Macromedia University

Die Macromedia University of Applied Sciences ist eine führende private Hochschule vertreten in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln, Leipzig, München, Stuttgart, Düsseldorf, Freiburg und Hannover. Aktuell zählt sie rund 5.500 Studierende und bietet ein vielfältiges Studienportfolio an. Das Angebot umfasst staatlich anerkannte Bachelor- und Masterabschlüsse in deutscher und englischer Sprache. Mit 15 Studiengängen und knapp 50 Vertiefungsrichtungen deckt die Hochschule ein breites Spektrum ab – von Management, Medien und Kommunikation über digitale Technologien und Design bis hin zu Psychologie, Games, Journalismus, Film, Fashion, Musik und Schauspiel. Als praxisorientierte Hochschule bereitet die Macromedia ihre Studierenden optimal auf die Herausforderungen der modernen Arbeitswelt vor.

Über YouGov

YouGov ist ein internationales Unternehmen für Online-Marktforschung und Analysetechnologie mit dem Ziel, umfassende Einblicke in das zu bieten, wie die Welt wirklich denkt und handelt.

Mit Niederlassungen im Vereinigten Königreich, Nord- und Südamerika, Europa, im Nahen Osten, Indien und im asiatisch-pazifischen Raum verfügen wir über eines der größten Marktforschungsnetzwerke der Welt.

Vor allem aber ist YouGov von der Realität geleitet. Dahinter steht ein einzigartiges Panel von Millionen registrierter Mitglieder in 55 Ländern, das etwa 18 Millionen Einkaufstouren abbildet und Millionen miteinander verknüpfter Datenpunkte umfasst. Unser einmaliger Ansatz bei der Rekrutierung und Betreuung unseres Panels in Kombination mit unseren hochmodernen Technologieplattformen ermöglicht es uns, praxisnahe Erkenntnisse in Echtzeit zu liefern, die zu besseren Entscheidungen und einem Wettbewerbsvorteil für unsere Kunden führen.

Als Innovatoren und Pioniere der Online-Marktforschung haben wir einen ausgezeichneten Ruf als zuverlässige Quelle für präzise Daten und Insights. Ein Beweis dafür ist, dass Medien weltweit regelmäßig auf YouGov-Daten verweisen, und wir durchgehend zu den meistzitierten Marktforschungsinstituten der Welt gehören.

Pressekontakte:

presse@macromedia.de

presse@yougov.de