GRUNDLAGENSTUDIE

ZWISCHEN ME-TIME & SCREEN-TIME

DIE GROSSE SEHNSUCHT DER DEUTSCHEN NACH MEHR DIGITALER BALANCE

Durchgeführt von september Strategie & Forschung
im Auftrag der Vodafone GmbH

14. März 2025

Vorwort

Unsere Welt ist digitaler denn je. Das Internet hat unser Leben um so vieles leichter gemacht: Wir können alte Freunde wiederfinden und neue Kontakte knüpfen. Mit einem Klick kommen wir ins Kino, mit einer Nachricht auf das angesagteste Konzert. Wir können neue Hobbies entdecken. Sogar Gesetze verändern, wenn es darauf ankommt. Und jeden Tag kommt etwas Neues dazu.

Aber es gibt auch eine andere Seite. Wir scrollen stundenlang durch Timelines, schauen Videos, die wir nach Sekunden wieder vergessen haben. Hören Fremden mehr zu als unseren Freunden. Statt Hobbies folgen wir Hypes, statt „Do it yourself" verfallen wir dem „Doomscrolling". Echte Erlebnisse ersetzen wir durch künstliche Sensationen.

Als Technologieunternehmen ist Vodafone Teil dieser digitalen Welt. Wir gestalten sie mit und tragen Verantwortung. Wir wollen Orientierung bieten – für einen bewussten Umgang mit Technologie, mehr Achtsamkeit im Netz und ein digitales Leben, das unser echtes Leben bereichert, anstatt es zu bestimmen. Jede Generation geht anders mit Technologie um. Deshalb müssen wir zuhören, verstehen und uns mit den Auswirkungen auseinandersetzen – egal ob Gen Z, Gen X, Boomer oder Millennial.

Nur so können wir Lösungen finden, die wirklich helfen. Die vorliegende Studie tut genau das. Sie untersucht, wie ältere Menschen im Vergleich zu jüngeren ihr Handy nutzen, welche Apps und Plattformen sie bevorzugen, wie sie ihr digitales Verhalten bewerten und vor allem, wie sie sich dabei fühlen.

Wir wollen dabei helfen, die richtige Balance zwischen On- und Offline zu finden. Die Technologie bewusst und verantwortungsvoll zu nutzen – ohne dabei den Blick für das echte Leben zu verlieren. Für eine digitale Zukunft, die das Beste aus beiden Welten vereint. Für eine bessere Phone-Life-Balance.

Jetzt wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen.

Marcel de Groot
CEO Vodafone Deutschland

Veröffentlichung: 14. März 2025

METHODE

Forschungsdesign und Methode der Erhebung

METHODE

Online-Panel-Interviews

ZIELGRUPPE

(Mit-)Entscheider für Mobilfunkverträge/Internet für Zuhause im Alter von 18-68 Jahren

QUOTEN

Gleichmäßige Verteilung von Geschlecht und Generationen
Gen Z (18-27 Jahre) / **Gen Y** (28 -42 Jahre) / **Gen X** (43-53 Jahre) / **Boomer** (54-68 Jahre)

GEWICHTUNG

Bevölkerungsrepräsentativ nach Geschlecht und Generationen
(bp4 2023 III) und Nielsen-Gebieten (b4p 2024II)

STICHPROBENGRÖßE

Anzahl der Befragten: 1.680 (je Generation: 420)

ERHEBUNGSZEITRAUM

9. Januar bis 16. Februar 2025

SUMMARY

ALLE #FÜHLEN WIR …

Rund 30 % der Deutschen finden durch echte Verbindungen ihr inneres Gleichgewicht. Zu wenig Zeit für sich und fehlende Selbstwahrnehmung bringen hingegen jeden aus der Balance.

22 % gewinnen Distanz zum Handy, indem sie es zu Hause lassen. Mehr als die Hälfte kann sich das jedoch auch in Zukunft nicht vorstellen.

63 / 100

Insgesamt niedriger Digital Balance-Score:
Für fast jeden zweiten Befragten überwiegen die negativen Seiten der Smartphone-Nutzung.

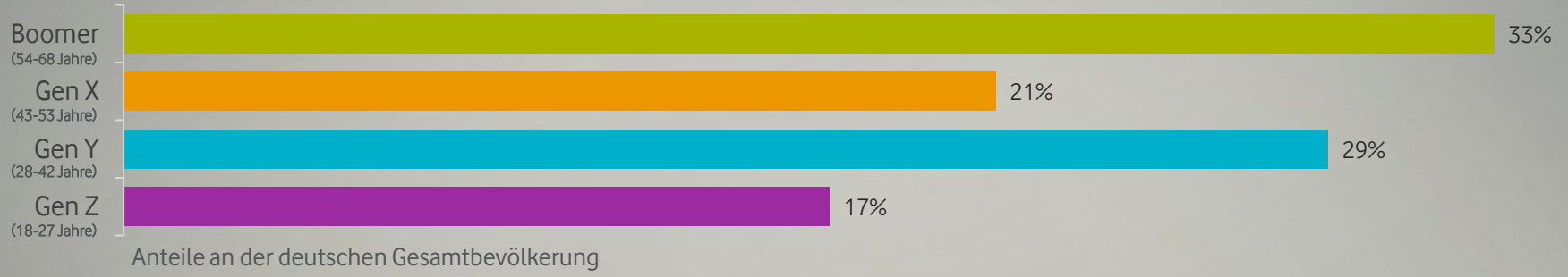
Manchmal muss man sich Zeit für sich nehmen, um sich auf sich selbst zu konzentrieren. Dem stimmen in allen Generationen gleichermaßen über 60% zu.

Push-Benachrichtigungen lenken am stärksten vom echten Leben ab – sie zu deaktivieren ist daher neben dem Stummschalten des Handys die beliebteste Strategie zur Verbesserung der Digitalen Balance.

Nachrichten-Portale und Social Media lösen über alle Generationen hinweg die negativste Stimmung aus.

YouTube hingegen ruft am stärksten positive Gefühle hervor:
Alle Generationen fühlen sich nach der Nutzung entspannter, ausgeglichener, inspirierter, optimistischer und fröhlicher.

Blick in die Generationen: Wer fühlt sich in digitaler Balance? Wer nicht?



GEN Z #FÜHLT SICH …

92% nutzen Social Media
– obwohl sich nur rund 30% danach besser fühlen.

Für 62 % kommt es auch in Zukunft nicht infrage, das Handy zu Hause zu lassen, um ihre digitale Balance zu verbessern.

46% nutzen ihr Smartphone täglich 5-8 Stunden.
Nur 35% hätten ihre Nutzung selbst so hoch eingeschätzt.
62% halten ihre Bildschirmzeit für (viel) zu hoch.

58 / 100

Geringster Digital-Balance-Score: Für 24% überwiegen die negativen Seiten der Smartphone-Nutzung (sehr) stark.

Im Stress der vielen Möglichkeiten und mit weniger gefestigter Persönlichkeit: Gen Z leidet am stärksten unter der Angst, etwas zu verpassen, gefolgt von der Gen Y.

Die Gen Z fühlt den stärksten Konflikt zwischen Mehrwerten und negativen Effekten der Smartphone-Nutzung.
#StockholmSyndrom

Gen Z'ler verzeihen intensive Handynutzung bei anderen am ehesten – öffentliche soziale Interaktionen sollen aber auch hier nicht von Smartphone gestört werden.

45% nutzen Musik, um sich wieder im Einklang mit sich selbst zu fühlen – signifikant mehr als in allen anderen Generationen.

GEN Y #FÜHLT SICH …

Breiteste Social Media Nutzung: Die Gen Y bleibt auch hier ihrem Motto treu: keine Optionen auslassen, immer nur addieren, statt ersetzen. #Multioptionalität

In-between-Generation: Been there, done that. Erste digitale Generation zeigt sich auch in den Daten. Gen Y ist das Bindeglied zwischen Z und X, hat je einen Fuß in beiden Welten – bleibt aber näher an Gen Z.

In der Gen Y ist es etwas weniger verpönt, wenn Kindern zur Beruhigung/ Ablenkung ein Handy in die Hand gegeben wird.

Video-Telefonie ist in Gen Y mit 85% etwas relevanter – gerade mit Kindern stellt sie häufig einen wichtigen Kontaktpunkt zu Eltern/Großeltern und Freunden dar.

Die Gen Y beschreibt ihre aktuelle Gefühlslage als neugierig, motiviert und aktiv – zugleich fühlt sie sich jedoch am häufigsten erschöpft und müde sowie frustriert und genervt.

Knapp 75% der Gen Y fühlt sich aktuell gut – sie ist damit tendenziell zufriedener als die übrigen Generationen.
Die Generation steckt im Spagat zwischen unterschiedlichen Rollenbildern – ein Kraftakt, aber auch eine Chance: zwischen Feiern und Natur, Familie und Beruf.

GEN X #FÜHLT SICH ...

Gen X verspürt das zweitstärkste Gefühl (30%) Dinge zu machen, auf die sie keine Lust haben, aber meinen von ihnen erwartet zu werden. Sie werden nur noch von GenZ (33%) getoppt.

Leiden mit 42% am stärksten, wenn sie zu wenig Zeit für sich selbst haben, und fühlen sich stärker unter Druck, den Erwartungen anderer gerecht zu werden.

Psychische und emotionale Belastungen durch beginnende Abnabelung der eigenen Kinder und Umgang mit Verlust der eigenen Eltern prägen die negative Gefühlslage der Gen X.

13 % der Gen X fühlen sich am stärksten durch ihre Handynutzung von wichtigen Dingen und Gesprächen abgelenkt, 11 % erleben die negativsten Auswirkungen auf ihre Laune, und 9 % empfinden sogar physische Schmerzen dadurch.

Können – wie die Boomer – nicht viel mit Snapchat und TikTok anfangen und fühlen sich zudem am wenigsten von Fake News betroffen.

Gen X schafft es bei der täglichen Bildschirmzeit mit 5-8 Stunden auf den zweiten Platz, gemeinsam mit der Gen Y. Dabei rufen digitale Medien in der Gen X am stärksten negative Gefühle wie Ärger und Angst hervor.

GEN BOOMER #FÜHLT SICH ...

Sind die Gegenseite zur Gen Z: Sie sehen sie das Smartphone (bei anderen) insgesamt am kritischsten, sind vergleichsweise unabhängiger vom Smartphone und erleben daher auch die negativen Seiten am wenigsten.

Ein Verzicht aufs Handy wirkt sich am wenigsten positiv auf die Generation aus – mit nur 7%. Denn sie ist mit großem Abstand am wenigsten auf eine Handynutzung angewiesen (25%).

Gaming ist nur was für Junge? Von wegen! Mit 53% werden die Boomer nur noch von der GenX (56%) beim täglichen Handy-Gaming übertroffen.

Boomer finden das beste Gleichgewicht einer ausgewogenen Handynutzung und betrachten ihre Handynutzung mit 70% am positivsten.

YouTube sorgt bei den Boomern für das größte Entspannungsgefühl der Handynutzung im Bereich Social Media, obwohl sie die Plattform unter den Generationen am wenigsten nutzen.

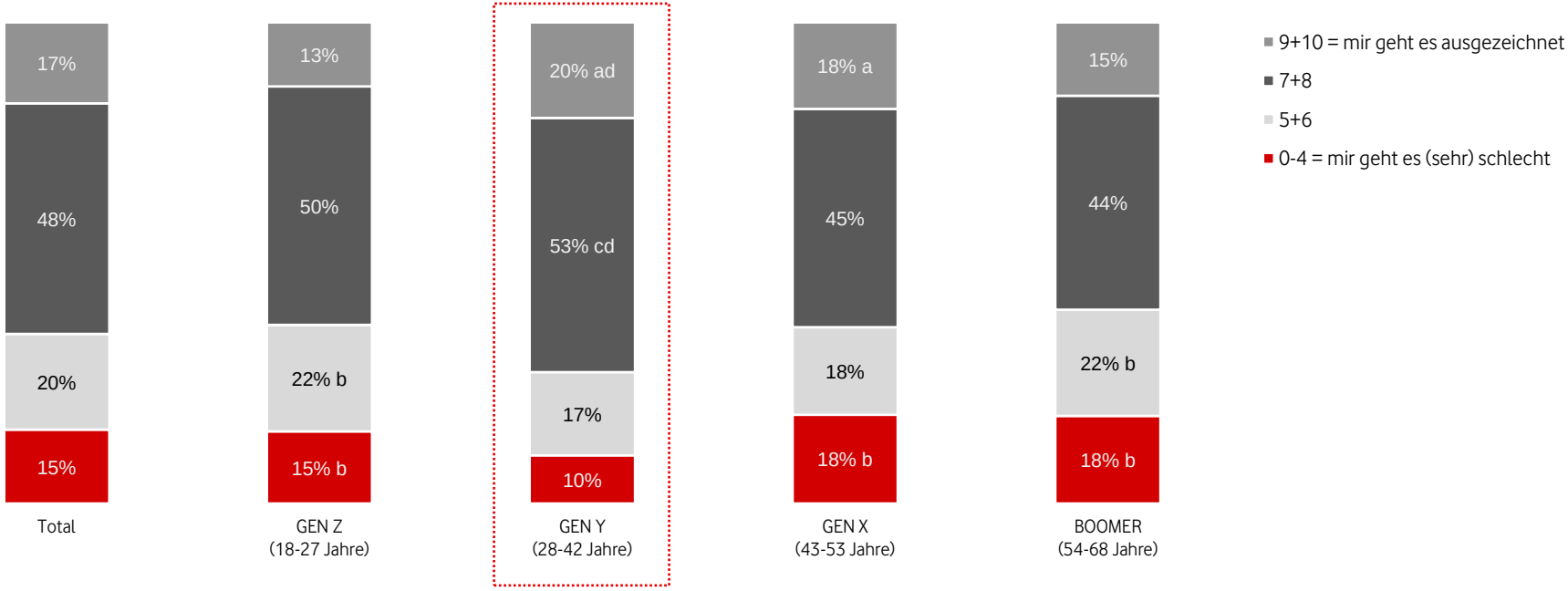
Mit 36% wirkt sich ein bewusstes „NEIN“ bei den Boomern am positivsten aus, um wieder ins Gleichgewicht zu kommen.

ERGEBNISSE

GENERELLES WELLBEING

Die Gen Y fühlt sich aktuell am besten – jedem Fünften geht es „ausgezeichnet“. Befragte über 43 fühlen sich am schlechtesten.

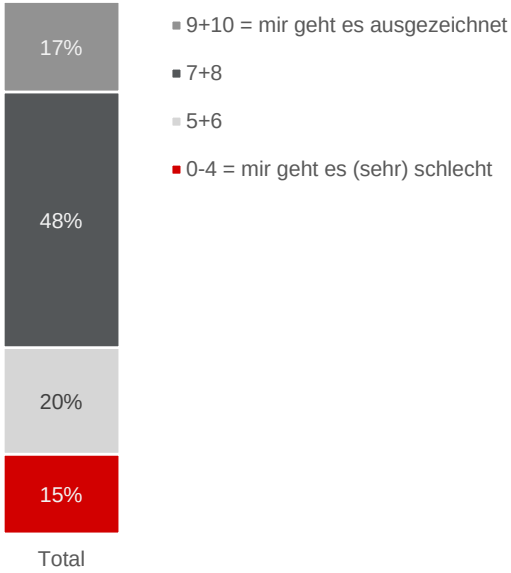
Wie würden Sie Ihr aktuelles Wohlbefinden beschreiben?



Q11 Wie würden Sie Ihr aktuelles Wohlbefinden beschreiben? [Skala von 0 „mir geht es sehr schlecht“ bis 10 „mir geht es ausgezeichnet“]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Müdigkeit, Stress, Trauer und Angst prägen die negative Gefühlslage der Deutschen.

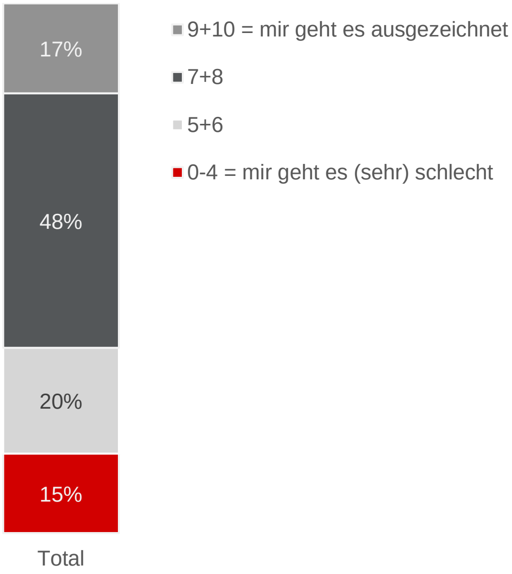
Wie würden Sie Ihr aktuelles Wohlbefinden beschreiben? Nennen Sie drei Begriffe, die Ihre aktuelle Gefühlslage im Negativen beschreiben.



Q11 Wie würden Sie Ihr aktuelles Wohlbefinden beschreiben? [Skala von 0 „mir geht es sehr schlecht“ bis 10 „mir geht es ausgezeichnet“] Q12 Bitte nennen Sie drei Begriffe oder Eigenschaften, die Ihre aktuelle Gefühlslage im Negativen gut beschreiben. [offene Abfrage] Basis: alle Befragten n=1680, alle Befragten mit negativen Gefühlen n= 599

Zufriedenheit, Glück und Gesundheit machen die positive Gefühlslage der Befragten aus.

Wie würden Sie Ihr aktuelles Wohlbefinden beschreiben? Nennen Sie drei Begriffe, die Ihre aktuelle Gefühlslage im Positiven beschreiben.

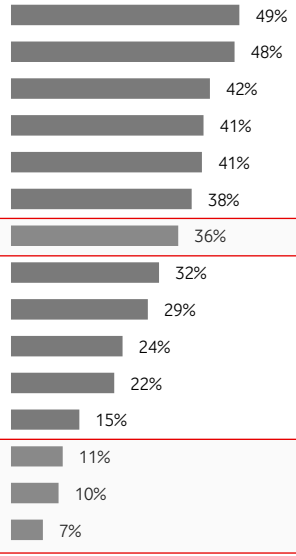


Q11 Wie würden Sie Ihr aktuelles Wohlbefinden beschreiben? [Skala von 0 „mir geht es sehr schlecht“ bis 10 „mir geht es ausgezeichnet“] Q13 Bitte nennen Sie drei Begriffe oder Eigenschaften, die Ihre aktuelle Gefühlslage im Positiven gut beschreiben. [offene Abfrage]; Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Zeit in der Natur, für sich selbst und im echten Leben bringt alle Generationen in Balance. Digital Detox und Musik sind für die „getriebene Gen Z“ wichtiger fürs Wellbeing als für alle anderen Generationen.

In welchen Momenten fühlen Sie sich im Einklang mit sich selbst und Ihrem Leben?
Wenn ich...

absteigend sortiert nach Total



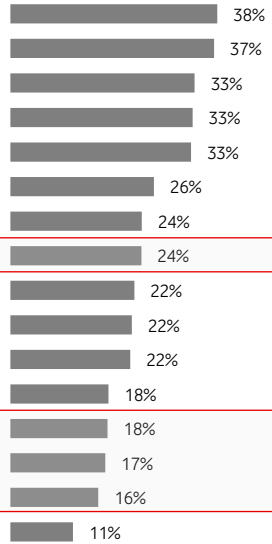
	GEN Z	GEN Y	GEN X	BOOMER
... Zeit in der Natur verbringe.	41%	47%	53%	51%
... mir Zeit für mich selbst nehme.	42%	46%	45%	53%
... reise oder im Urlaub bin.	45%	41%	42%	42%
... mich ganz auf Dinge konzentrieren kann, die mir Freude machen.	36%	38%	43%	45%
... Zeit mit meiner Familie verbringe.	32%	44%	43%	41%
... körperlich aktiv bin und mich bewege.	40%	44%	35%	35%
... Musik höre.	45%	36%	33%	32%
... echte, tiefgehende Verbindungen zu anderen Menschen spüre.	32%	31%	29%	33%
... bewusst „Nein“ sage, wenn ich zu etwas keine Lust habe.	24%	26%	27%	36%
... mich kreativ betätige.	26%	27%	20%	22%
... nur auf meine eigenen Bedürfnisse höre.	19%	20%	25%	24%
... bei Sport-Events, Konzerten oder Festivals live dabei bin.	19%	17%	15%	10%
... mal auf mein Handy verzichte.	18%	13%	9%	7%
... ausgelassen feiere.	11%	13%	10%	7%
... meine Social-Media-Nutzung reduziere.	17%	7%	4%	3%

Q15 In welchen Momenten fühlen Sie sich im Einklang mit sich selbst und Ihrem Leben? Wenn ich... [Multiple Choice – max. 5 Antworten]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Besonders die Gen Z lässt sich von digitalen Medien und unrealistischen Vorbildern stark aus dem Gleichgewicht bringen. Die Boomer sind hier deutlich gelassener.

In welchen Momenten fühlen Sie sich gar nicht im Einklang mit sich selbst und Ihrem Leben? Wenn ich...

absteigend sortiert nach Total



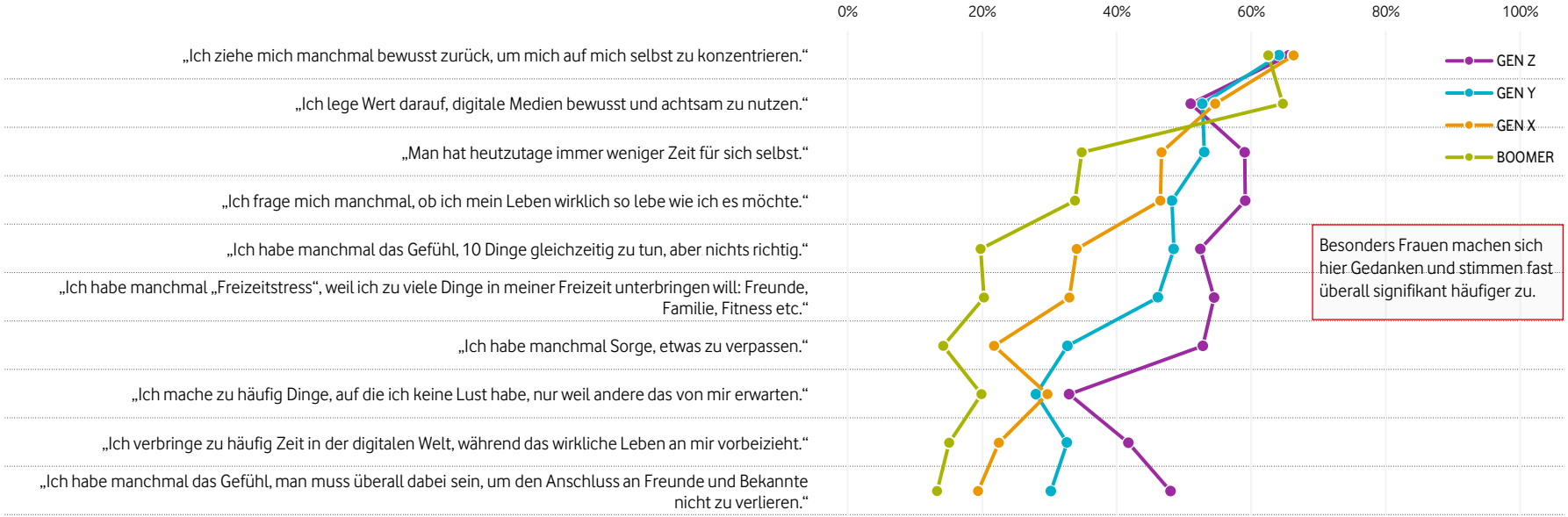
	GEN Z	GEN Y	GEN X	BOOMER
... zu wenig auf mich und meinen Körper höre.	32%	37%	37%	41% a
... zu wenig Zeit für mich habe.	33%	36%	42% ab	37%
... mich zu wenig bewege und aktiv bin.	33%	33%	32%	35%
... versuchen muss, anderen gerecht zu werden.	29%	33%	36% a	33%
... das Gefühl habe, ständig beschäftigt zu sein, ohne wirklich was zu schaffen.	40% cd	36% d	32% d	27%
... versuchen muss, mehrere Dinge gleichzeitig zu tun.	23%	30% ad	27%	23%
... zu viel Zeit am Handy verbringe.	36% bcd	25% cd	20%	19%
... meine Freizeit mit zu vielen Terminen verplant habe.	25% d	24%	27% d	20%
... zu wenig Kontakt mit anderen Menschen habe.	22%	21%	18%	27% abc
... zu wenig Zeit in der Natur verbringe.	16%	20% a	20% a	29% abc
... zu wenig Zeit mit meiner Familie verbringe.	16%	23% a	22% a	24% a
... in meinem Leben zu wenig Abwechselung habe.	22% cd	18%	17%	16%
... anfange, mich mit anderen, teils unrealistischen Vorbildern zu vergleichen.	28% bcd	20% d	17% d	11%
... zu wenig Zeit mit Freunden verbringe.	24% bcd	15%	15%	17%
... zu viel Social Media nutze.	26% bcd	20% cd	13% d	10%
... das Gefühl habe, nur noch über Chat mit Freunden & Familie zu kommunizieren.	11%	11%	13%	11%

Q16 In welchen Momenten fühlen Sie sich gar nicht im Einklang mit sich selbst und Ihrem Leben? Wenn ich... [Multiple Choice – max. 5 Antworten]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Rückzug für mehr Fokus auf sich selbst ist in allen Generationen gleichermaßen populär. Die Gen Z fühlt sich vom digitalen Zeitalter am meisten gestresst, will dennoch überall dabei sein. #FOMO

In welchen der folgenden Aussagen finden Sie sich persönlich wieder?

absteigend sortiert nach Total



Besonders Frauen machen sich hier Gedanken und stimmen fast überall signifikant häufiger zu.

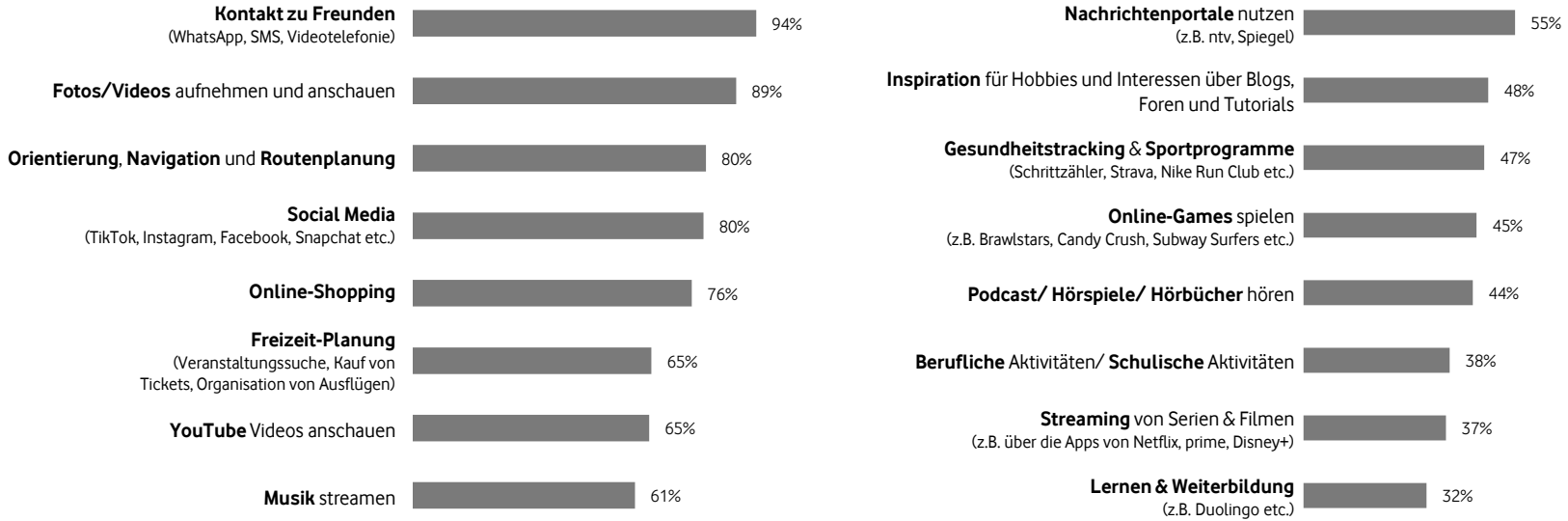
Q14 In welchen der folgenden Aussagen finden Sie sich persönlich wieder? [Skala von 1 „stimme überhaupt nicht zu" bis 5 „stimme voll und ganz zu"]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

UMGANG MIT SOCIAL MEDIA

Smartphones werden vielseitig genutzt – vor allem für den Kontakt zu Mitmenschen, Fotos und Videos, aber auch für Navigation und Social Media.

Ganz allgemein: Wofür bzw. zu welchen Anlässen nutzen Sie Ihr Smartphone?

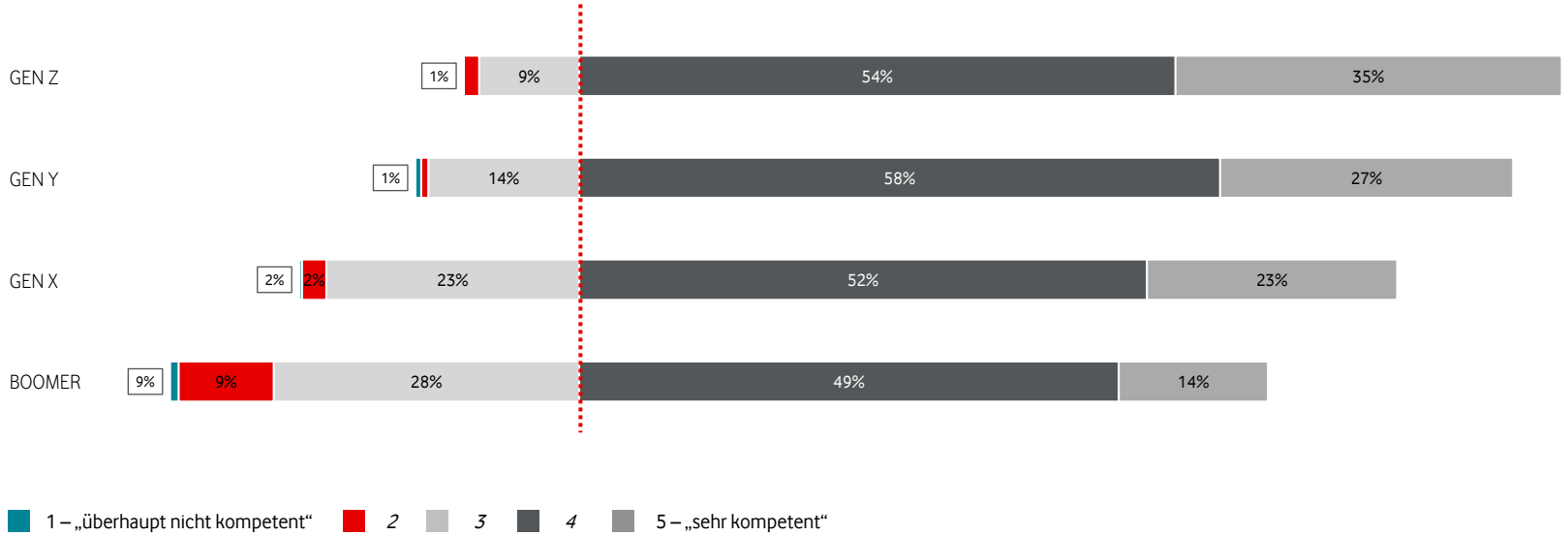
absteigend sortiert nach Total



Q8 Ganz allgemein: Wofür bzw. zu welchen Anlässen nutzen Sie Ihr Smartphone? [Multiple Choice] Basis: alle Befragten n=1680.

Die gefühlte digitale Medienkompetenz sinkt mit zunehmendem Alter, wird jedoch insgesamt als hoch eingeschätzt.

Wie schätzen Sie persönlich Ihre Kompetenz im Umgang mit digitalen Medien ein?



Q10 Ganz generell, wie schätzen Sie persönlich Ihre Kompetenz im Umgang mit digitalen Medien ein? [Skala von 1 „überhaupt nicht kompetent“ bis 5 „sehr kompetent“] Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Das Alter entscheidet über die genutzten Plattformen: Je jünger, desto beliebter sind TikTok und Snapchat. Instagram und Nachrichtenportale sind insgesamt am beliebtesten.

Wie häufig haben Sie in den letzten drei Monaten die folgenden Plattformen und Apps genutzt?

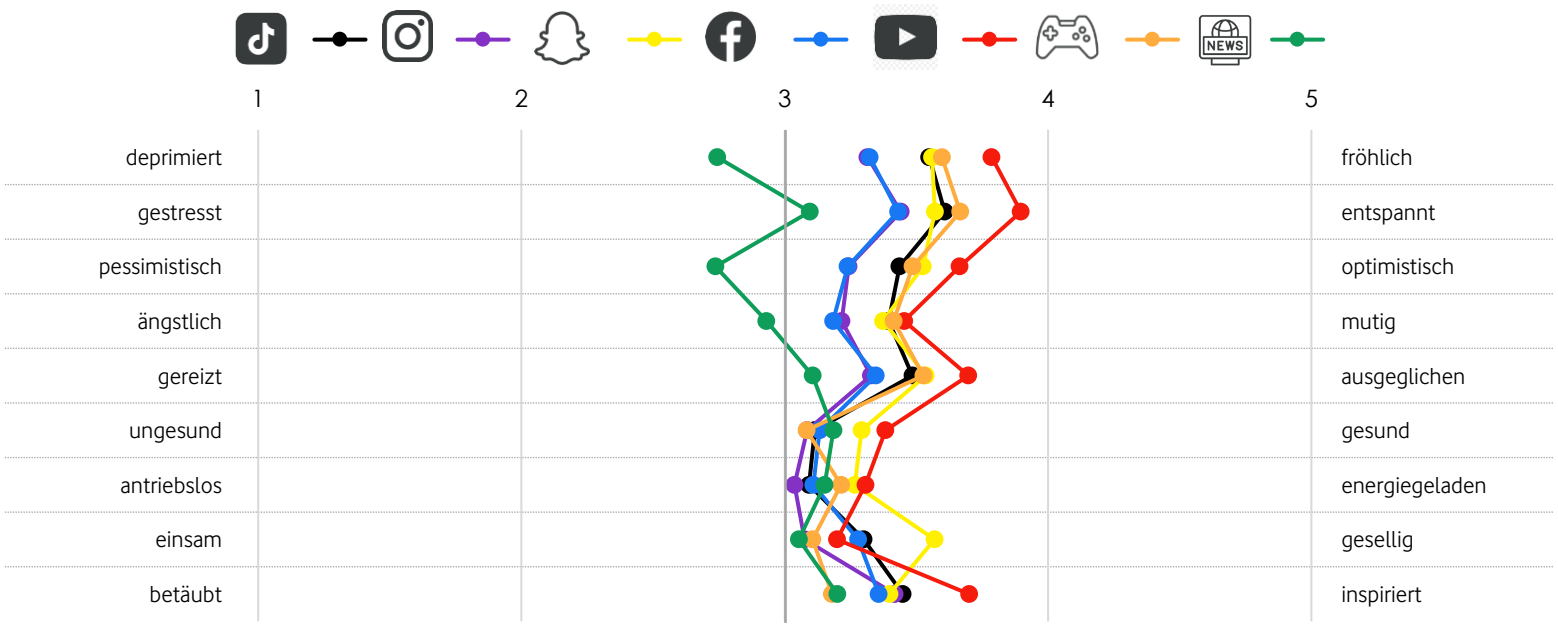
absteigend sortiert nach Total, Top 2

	GEN Z	GEN Y	GEN X	BOOMER
Instagram	87%	74%	55%	34%
Nachrichtenportale	47%	59%	61%	65%
Facebook	21%	55%	57%	59%
Online-Games	39%	49%	56%	53%
YouTube	55%	51%	39%	35%
TikTok	44%	22%	16%	14%
Snapchat	52%	13%	4%	3%

Q9 Wie häufig haben Sie in den letzten drei Monaten die folgenden (Social Media) Plattformen und Apps genutzt? [Skala von 1 „nie“ bis 6 „mehrmals täglich“]
Basis: alle Befragten, die YouTube und/oder Social Media nutzen n=782-1378.

YouTube ist insgesamt am stärksten mit positiver Stimmung bei der Nutzung verknüpft, während Nachrichtenportale als Einfallstor für Depression und Pessimismus wirken.

Wie würden Sie Ihre typische Stimmung bei der Nutzung von [Plattform] auf dem Handy beschreiben?

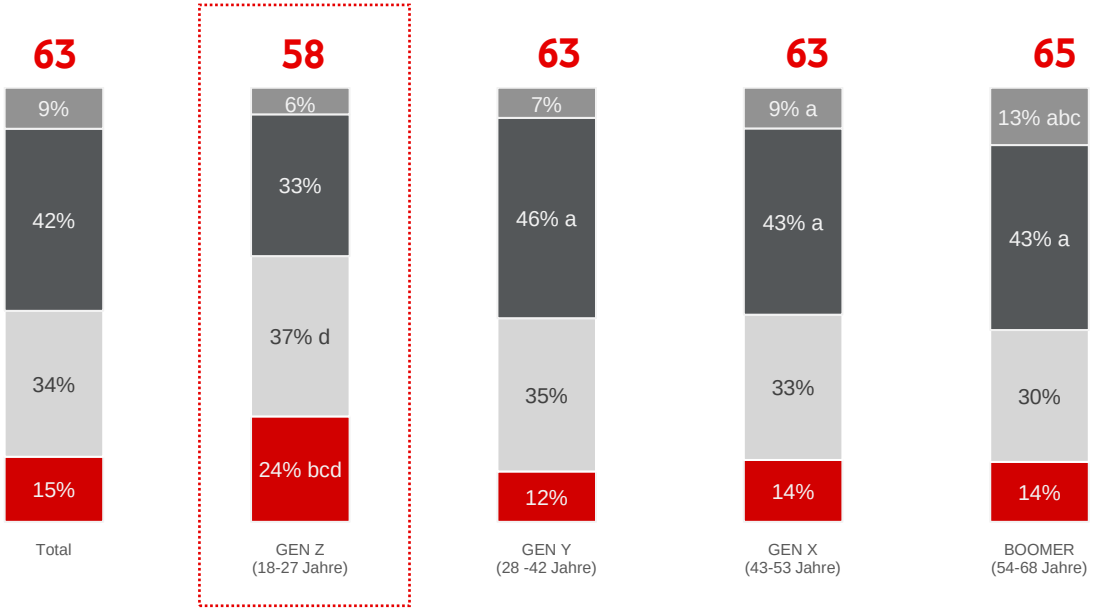


Q34/Q35/Q36/Q37 Wie würden Sie Ihre typische Stimmung bei der Nutzung von TikTok/Instagram/Snapchat/Facebook/YouTube/Online-Games/Nachrichtenportale auf dem Handy beschreiben? [Sem. Differenzial]; Basis: alle Befragten n=1680; TikTok n=326, Instagram n=412, Snapchat n=267, Facebook n=381, YouTube n=372, Online-Games n=339, Nachrichtenportale n=386.

DIGITALE BALANCE

Für fast jeden zweiten überwiegen die negativen Aspekte des digitalen Lebens. Die Gen Z hat mit Abstand den geringsten Digital-Balance-Score. Boomer haben noch den höchsten Wert.

Wie würden Sie Ihre persönliche Balance zwischen positiven & negativen Aspekten Ihrer Handynutzung beschreiben?

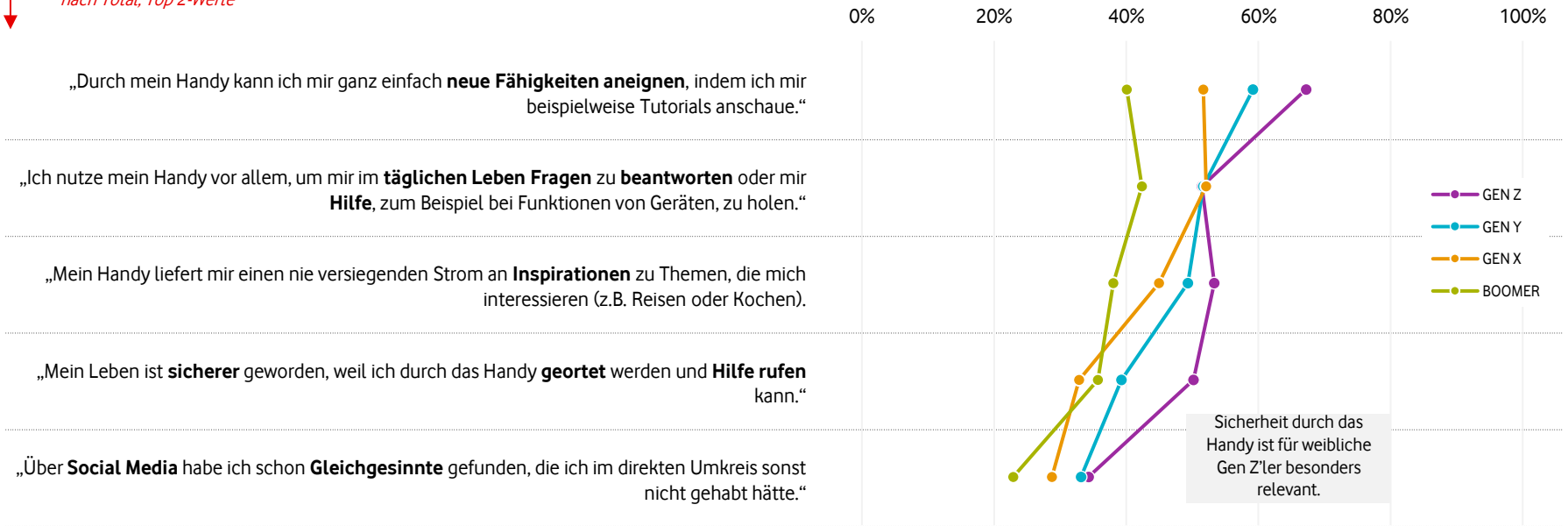


Q32 Nachdem Sie zahlreiche Fragen zu Ihrer Handynutzung und Einstellung dazu beantwortet haben. Wie würden Sie ihre persönliche Balance zwischen positiven und negativen Aspekten ihrer Handynutzung beschreiben? Wie gut geht es Ihnen damit? [Skala von 0 „Die negativen Seiten überwiegen stark" bis 10 „Die positiven Seiten überwiegen sehr stark"], MW auf einer 100er Skala skaliert [MW*10]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Inspiration, Neues lernen und Hilfe finden sind die positivsten Effekte der Nutzung – vor allem für die Gen Z. Boomer sind insgesamt etwas zurückhaltender, was die positiven Seiten angeht.

In welchen Aussagen finden Sie sich wieder? – Positive Aussagen

absteigend sortiert nach Total, Top 2-Werte

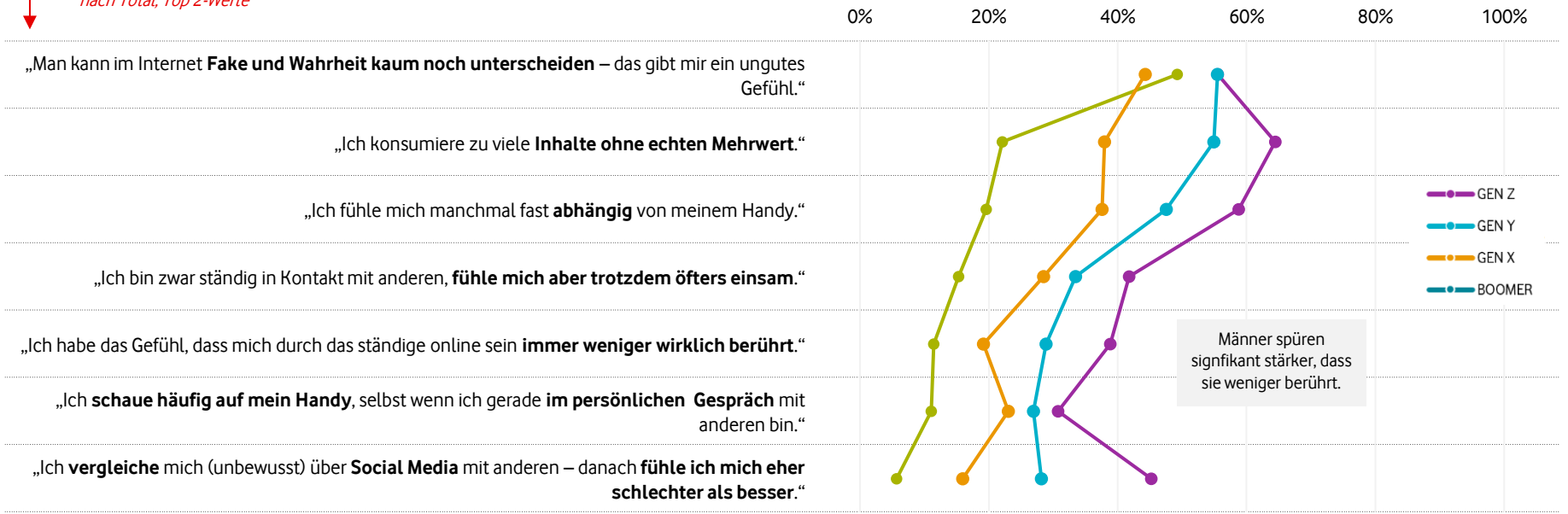


Q27 Im Folgenden beschreiben andere Handynutzer:innen negative und positive Auswirkungen Ihrer Handynutzung. In welchen Aussagen finden Sie sich wieder? [Skala von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ bis 5 „stimme voll und ganz zu“]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Je höher die Nutzung (d.h. je jünger), desto mehr zeigen sich die negativen Auswirkungen der digitalen Welt. Fake-News, Inhalte ohne Mehrwert und Abhängigkeit sind die drei größten negativen Aspekte.

In welchen Aussagen finden Sie sich wieder? – Negative Aussagen

absteigend sortiert nach Total, Top 2-Werte

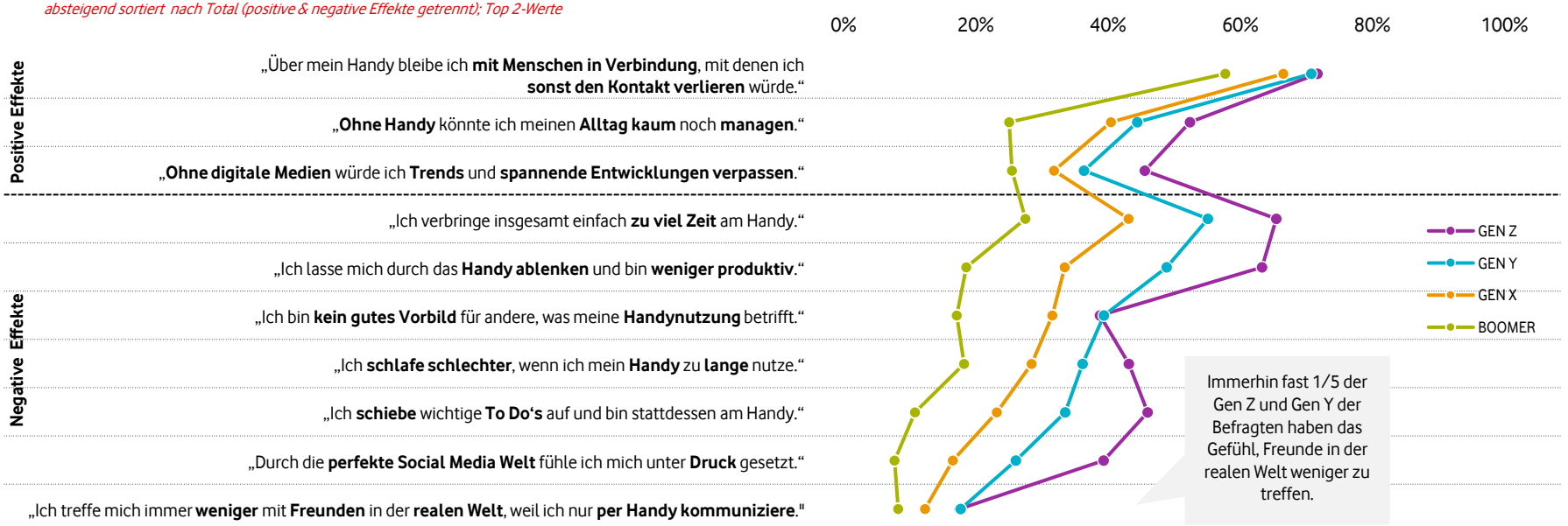


Q27 Im Folgenden beschreiben andere Handynutzer:innen negative und positive Auswirkungen Ihrer Handynutzung. In welchen Aussagen finden Sie sich wieder? [Skala von 1 „stimme überhaupt nicht zu" bis 5 „stimme voll und ganz zu"]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Für alle steht der Kontakt zu Mitmenschen im Vordergrund. Die Gen Z spürt sowohl die Vor- als auch die Nachteile am intensivsten. Zu viel Zeit am Handy, Ablenkung und Schlafstörungen sind die Negativseiten.

Im Folgenden beschreiben andere Handynutzer:innen negative Auswirkungen ihrer Handynutzung. In welchen Aussagen finden Sie sich wieder?

absteigend sortiert nach Total (positive & negative Effekte getrennt); Top 2-Werte

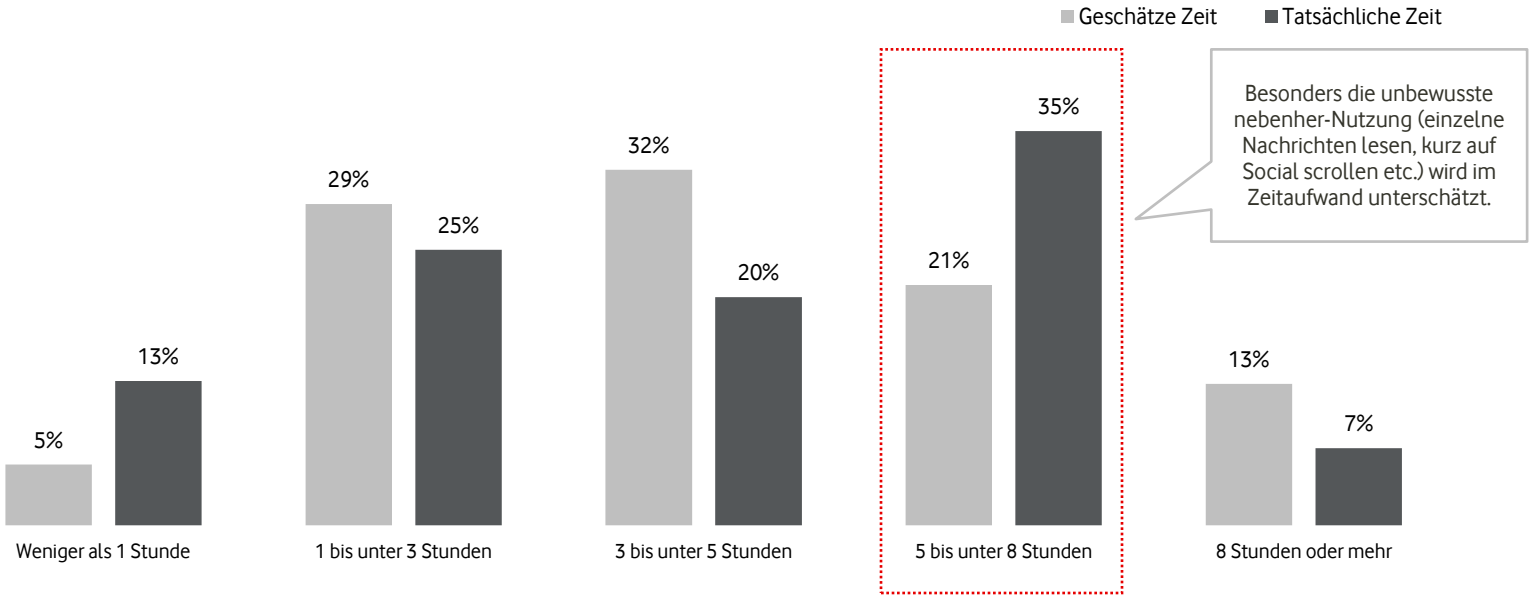


Q27 Im Folgenden beschreiben andere Handynutzer:innen negative und positive Auswirkungen Ihrer Handynutzung. In welchen Aussagen finden Sie sich wieder? [Skala von 1 „stimme überhaupt nicht zu" bis 5 „stimme voll und ganz zu"]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Mehr als ein Drittel der Menschen ist täglich 5 bis 8 Stunden online, einige sogar noch länger. Die meisten hätten ihre Bildschirmzeit deutlich geringer eingeschätzt.

Was schätzen Sie, wie hoch ist Ihre tägliche Bildschirmzeit? Und wie ist Ihre tatsächliche Bildschirmzeit?

absteigend sortiert nach Total

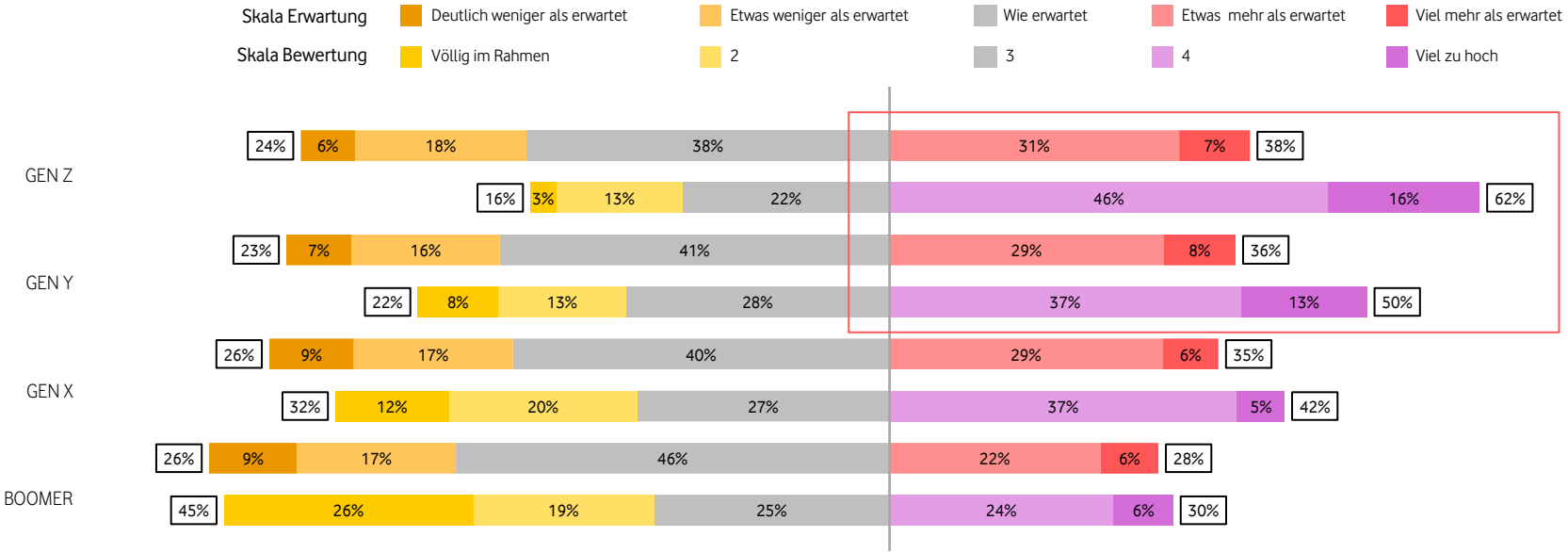


Q23 Was schätzen Sie, wie hoch ist Ihre tägliche Bildschirmzeit? [Number Input] Q24 Würden Sie uns Ihre durchschnittliche tägliche Bildschirmzeit verraten?
Falls Sie diese nicht finden können, geben Sie bitte eine Schätzung ab. [Number Input] [Missing: weiß nicht / keine Angabe / Möchte ich nicht angeben. / Ich konnte die Bildschirmzeit nicht finden.]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420

Besonders die Gen Z und Gen Y waren sich des Ausmaßes ihrer Bildschirmzeit nicht bewusst. Über die Hälfte findet ihre tatsächliche Bildschirmzeit (viel) zu hoch.

Inwiefern stimmt das Ergebnis mit Ihren Erwartungen überein? Und wie bewerten Sie die Bildschirmzeit?

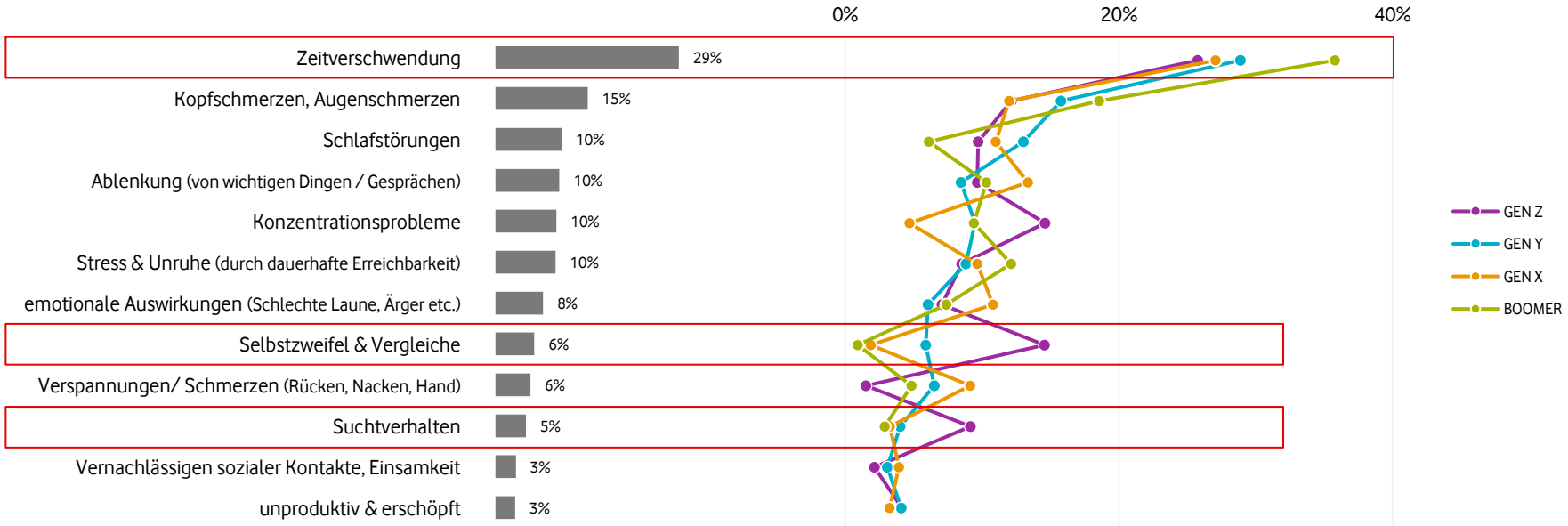
absteigend sortiert nach Total



Q25 Inwiefern stimmt das Ergebnis mit Ihren Erwartungen überein? [Rating Scale] Q26 Und wie bewerten Sie Ihre durchschnittliche tägliche Bildschirmzeit? [Rating Scale]
Basis: alle Befragten, die Hinweis zur tatsächliche Screentime aktiviert hatten n=1371; Gen Z n=380, Gen Y n=350, Gen X n=330, Boomer n=311.

Aus Sicht der Befragten ist Zeitverschwendung die größte Problematik der Handynutzung. Die Gen Z klagt offen über Selbstzweifel, Konzentrationsprobleme und Suchtverhalten.

Haben Sie schon einmal negative Auswirkungen durch die Handy-Nutzung wahrgenommen?



Q17 Haben Sie schon einmal negative Auswirkungen durch die Handy-Nutzung bei sich selbst wahrgenommen? Bitte beschreiben Sie diese detailliert.... [Single Choice, offene Abfrage]
Basis: alle Befragten, die schon mal negative Auswirkungen wahrgenommen haben n= 821

Zwischen Dopamin-Kick, kürzerer Aufmerksamkeitsspanne und Zeitfressern gibt es vor allem eine Konsequenz: Der Draht zum echten Leben geht verloren. Die Stimmen zeichnen ein klares Bild.

Haben Sie schon einmal negative Auswirkungen durch die Handy-Nutzung wahrgenommen?

„Es ist ziemlich schwer, dem ständigen **Strom** von **Videos** und **dem Dopamin-Kick zu entkommen**. Es ist ein großer **Zeitfresser**." – Gen Y

„Ich hatte **weniger Zeit,** die anderen Sachen zu **erledigen**, z.B. Buchlesen oder Wandern oder Kochen." – Boomer

„**Geringere Aufmerksamkeits-spanne** und es fällt mir schwer, den Alltag zu erledigen, ohne **nebenbei** das **Handy** laufen zu haben (YouTube, Netflix, TikTok)." – Gen Z

„Manchmal fühle ich mich auch **weniger verbunden mit meiner Umgebung** und den Menschen um mich herum, wenn ich zu viel Zeit am Handy verbringe." – Gen X

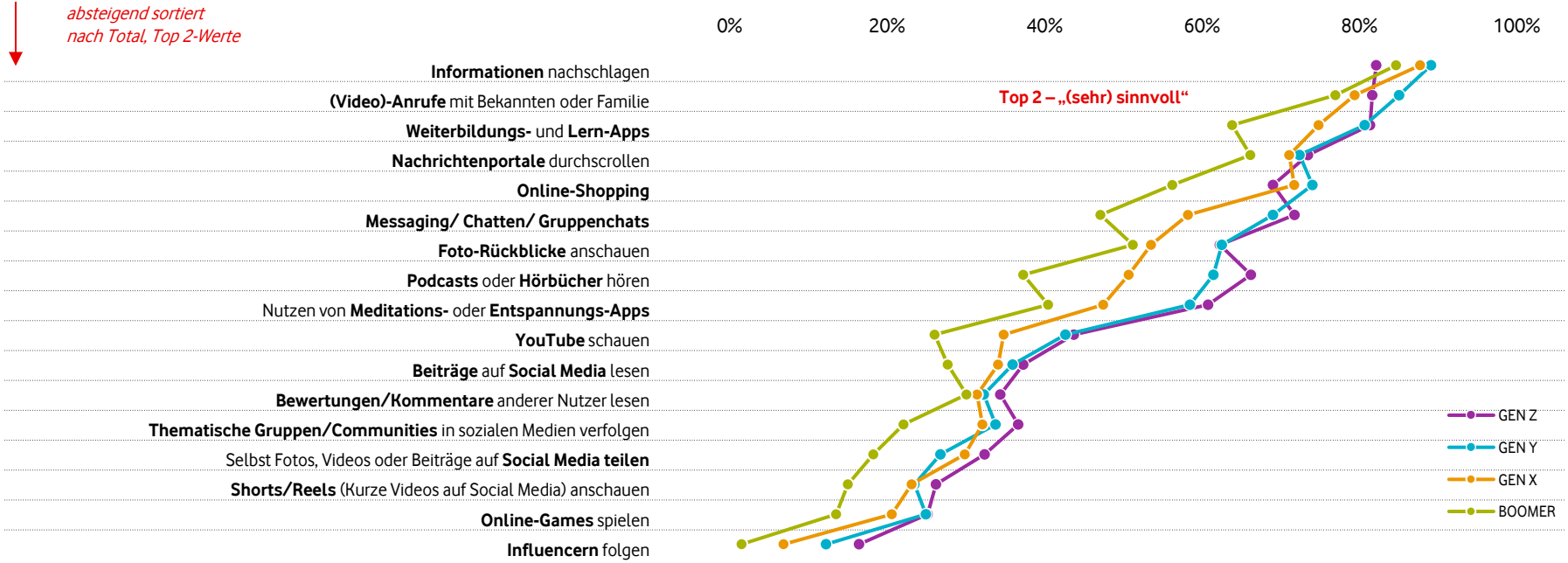
„Zu **wenig Aufmerksamkeit** auf das **reale Leben** zu lenken, **Unruhegefühl** bei Nicht-Benutzen des Smartphones, geringere **Konzentration**, körperliche **Beschwerden** wie Kopf- und Rückenschmerzen." – Gen Y

Q17 Haben Sie schon einmal negative Auswirkungen durch die Handy-Nutzung bei sich selbst wahrgenommen? Bitte beschreiben Sie diese detailliert.... [Single Choice, offene Abfrage]
Basis: alle Befragten, die schon mal negative Auswirkungen wahrgenommen haben n= 821

Jüngere Menschen finden mehr Sinn in der Smartphone-Nutzung als ältere. Informationsbeschaffung und Kontakt zu Mitmenschen gelten für alle als am sinnvollsten, Social Media mit am wenigsten.

Wie würden Sie persönlich die folgenden Nutzungsanlässe einordnen?

absteigend sortiert nach Total, Top 2-Werte

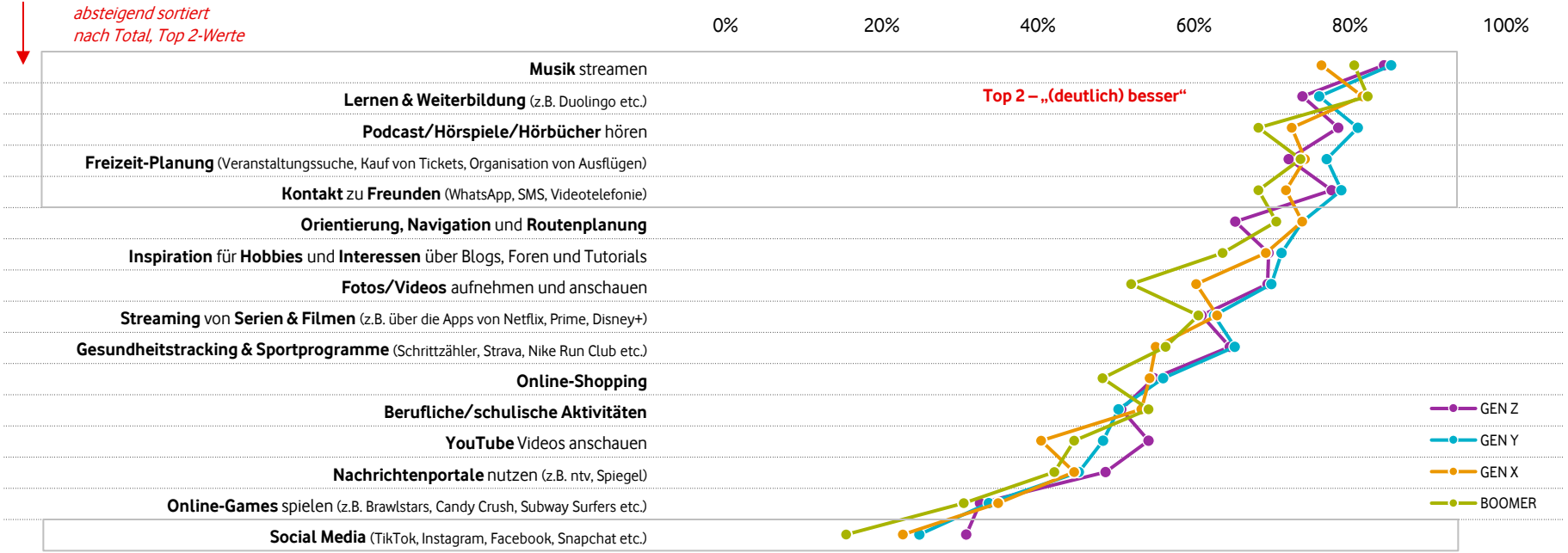


Q29 Für manche Menschen gibt es im Internet auf dem Handy viele „sinnlose Inhalte“, die einfach nur so konsumiert werden. Wie würden Sie persönlich die folgenden Nutzungsanlässe einordnen? [Skala von 1 „gar nicht sinnvoll“ bis 5 „sehr sinnvoll“] Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Social Media hinterlässt am seltensten ein gutes Gefühl, auch bei der social-media-affinen Gen Z – jedoch in geringerem Maße als bei den anderen Generationen.

Fühlen Sie sich nach der Nutzung bei den jeweiligen Anlässen i.d.R. eher besser oder eher schlechter als vorher?

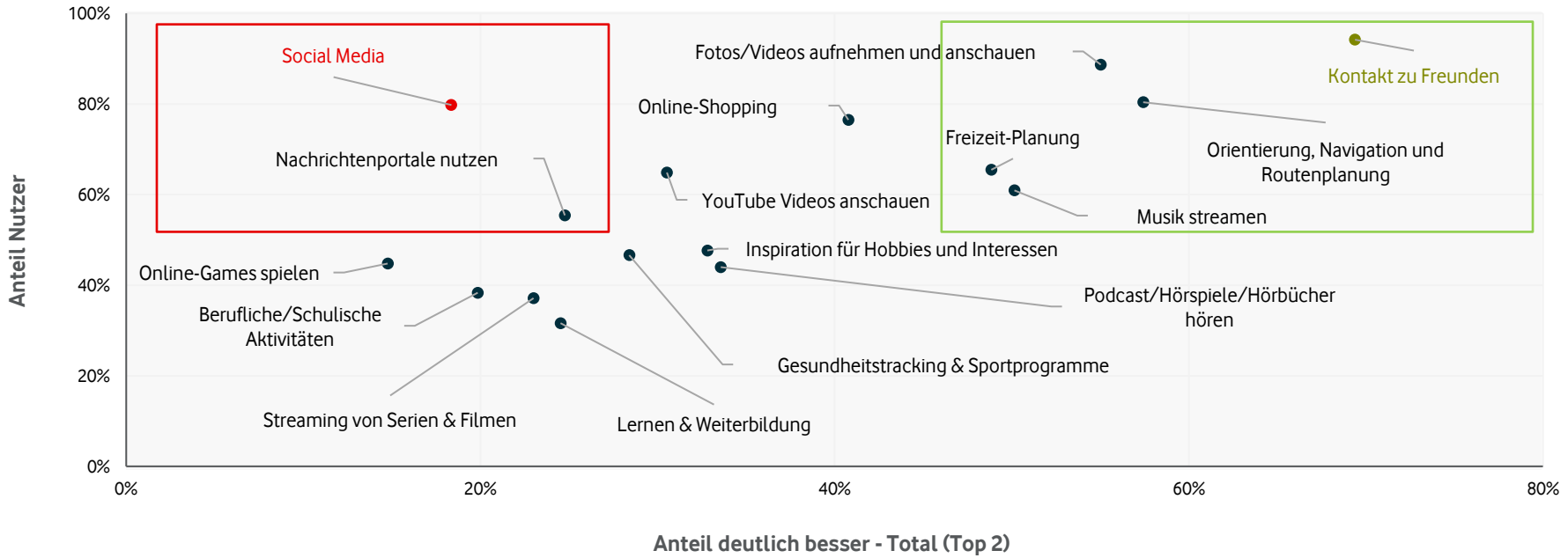
absteigend sortiert nach Total, Top 2-Werte



Q31 Wenn Sie an die verschiedenen Anlässe denken, bei denen Sie Ihr Handy benutzen: Fühlen Sie sich nach der Nutzung bei den jeweiligen Anlässen in der Regel eher besser oder eher schlechter als vorher?
[Skala von 1 „deutlich schlechter“ bis 5 „deutlich besser“] Basis: alle Befragten die jeweilige Occasion nutzen n=255-1175.

Social Media und Nachrichten sind die größten „Stimmungs-Killer“, werden aber dafür am häufigsten genutzt. Kontakt zu Freunden, Musik und die Freizeit-Planung sorgen für die positivsten Emotionen.

Fühlen Sie sich nach der Nutzung bei den jeweiligen Anlässen i.d.R. eher besser oder eher schlechter als vorher?

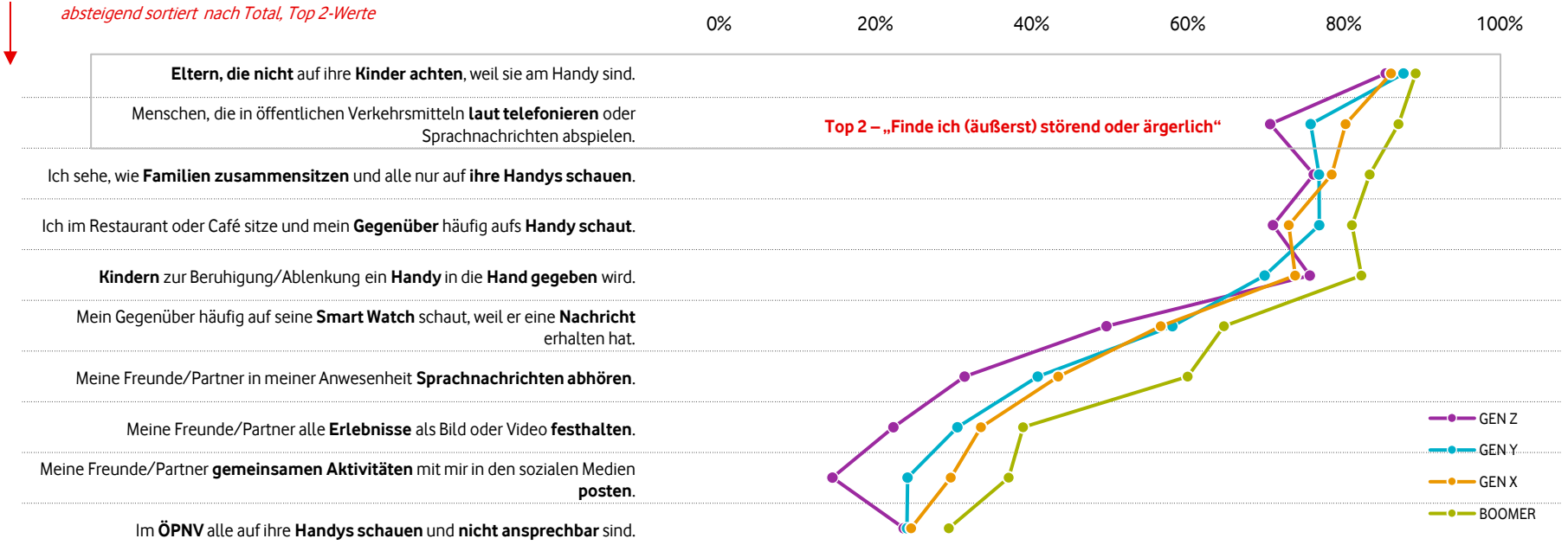


Q8 Ganz allgemein: Wofür bzw. zu welchen Anlässen nutzen Sie Ihr Smartphone? [Multiple Choice] Q31 Wenn Sie an die verschiedenen Anlässe denken, bei denen Sie Ihr Handy benutzen: Fühlen Sie sich nach der Nutzung bei den jeweiligen Anlässen in der Regel eher besser oder eher schlechter als vorher? [Skala von 1 „deutlich schlechter“ bis 5 „deutlich besser“] Basis: alle Befragten n=1680

Die Gen Z ist am tolerantesten gegenüber ihrem Umfeld, die Boomer am kritischsten. Ein No-Go für alle: Eltern, die durch ihre Handy-Nutzung ihre Kinder vernachlässigen.

Wie würden Sie die folgenden Situationen einordnen?

absteigend sortiert nach Total, Top 2-Werte

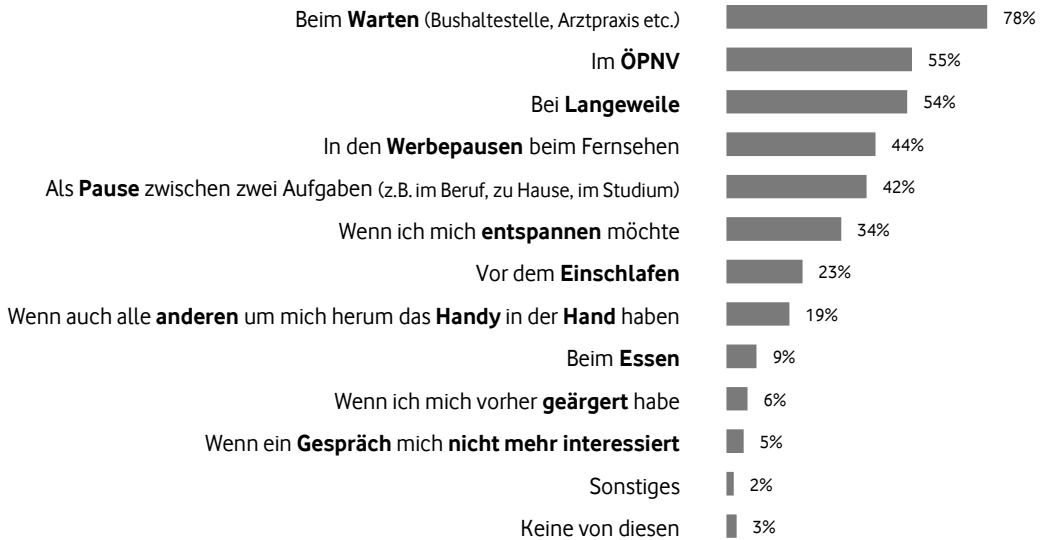


Q30 Nun geht es um die Handynutzung Ihres Umfeldes und inwiefern Sie sich dadurch gestört fühlen bzw. über welche Verhaltensweisen Sie sich besonders ärgern. Wie würden Sie die folgenden Situationen einordnen?
[Skala von 1 „stört mich überhaupt nicht oder ist mir egal“ bis 5 „finde ich äußerst störend oder ärgerlich“] Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Für alle akzeptabel: Mit dem Handy Wartezeiten, Pausen oder Langeweile überbrücken. Je jünger, desto mehr Situationen werden toleriert. Das Handy während sozialer Interaktionen zu nutzen, ist für alle ein No-Go.

Was sind für Sie klassische Situationen, in denen man auch mal ziellos die Zeit mit dem Handy vertreiben darf, ohne ein schlechtes Gewissen haben zu müssen?

absteigend sortiert nach Total



	GEN Z	GEN Y	GEN X	BOOMER
Beim **Warten** (Bushaltestelle, Arztpraxis etc.)	77%	81%	81%	73%
Im **ÖPNV**	64%	60%	55%	46%
Bei **Langeweile**	56%	58%	55%	48%
In den **Werbepausen** beim Fernsehen	48%	48%	46%	38%
Als **Pause** zwischen zwei Aufgaben (z.B. im Beruf, zu Hause, im Studium)	49%	48%	44%	31%
Wenn ich mich **entspannen** möchte	38%	34%	36%	31%
Vor dem **Einschlafen**	28%	29%	25%	13%
Wenn auch alle **anderen** um mich herum das **Handy** in der **Hand** haben	30%	20%	20%	11%
Beim **Essen**	20%	11%	7%	3%
Wenn ich mich vorher **geärgert** habe	10%	9%	6%	2%
Wenn ein **Gespräch** mich **nicht mehr interessiert**	7%	6%	5%	3%
Sonstiges	2%	1%	3%	3%
Keine von diesen	2%	1%	1%	7%

Q28 Was sind für Sie klassische Situationen, in denen man auch mal ziellos die Zeit mit dem Handy vertreiben darf, ohne ein schlechtes Gewissen haben zu müssen? [Multiple Choice]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

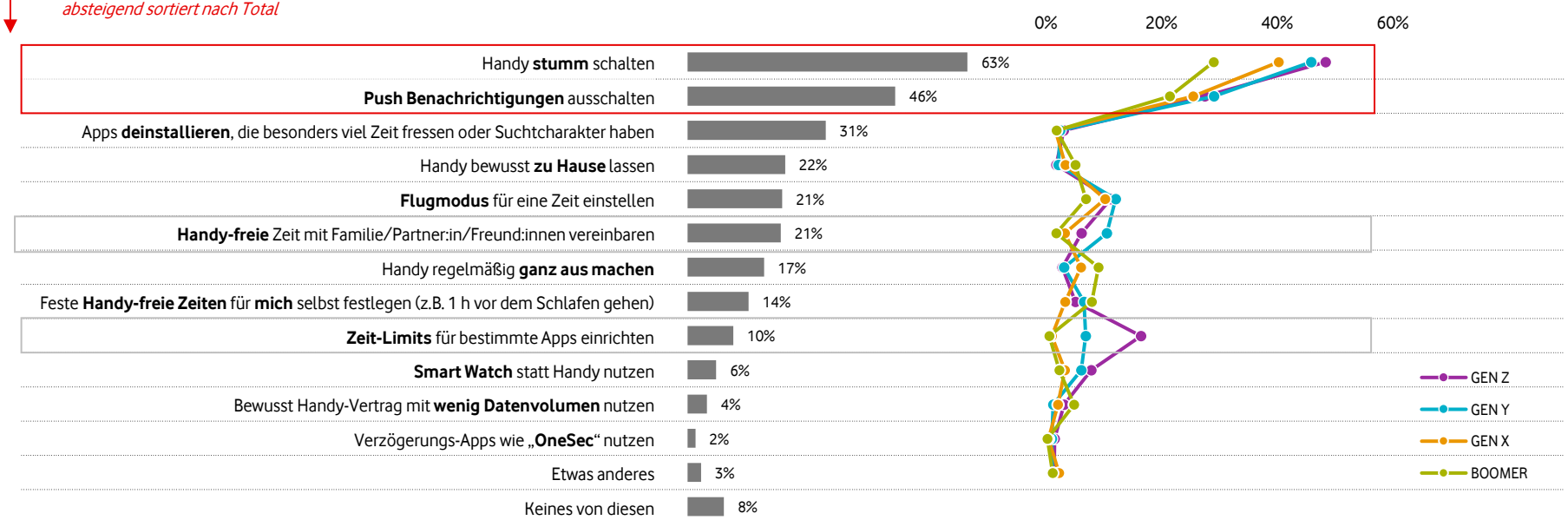
COPING STRATEGIEN

Die beliebteste Strategie: Handy stumm schalten und Push-Benachrichtigungen aus. Gen Y setzt häufiger auf handyfreie Zeiten, Gen Z auf Zeit-Limits. Komplett auf das Handy zu verzichten, tun die wenigsten.

Welche der folgenden Dinge machen Sie zumindest von Zeit zu Zeit, um sich potenziellen negativen Einflüssen des Handys zu entziehen?

absteigend sortiert nach Total

Und wie häufig machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch?

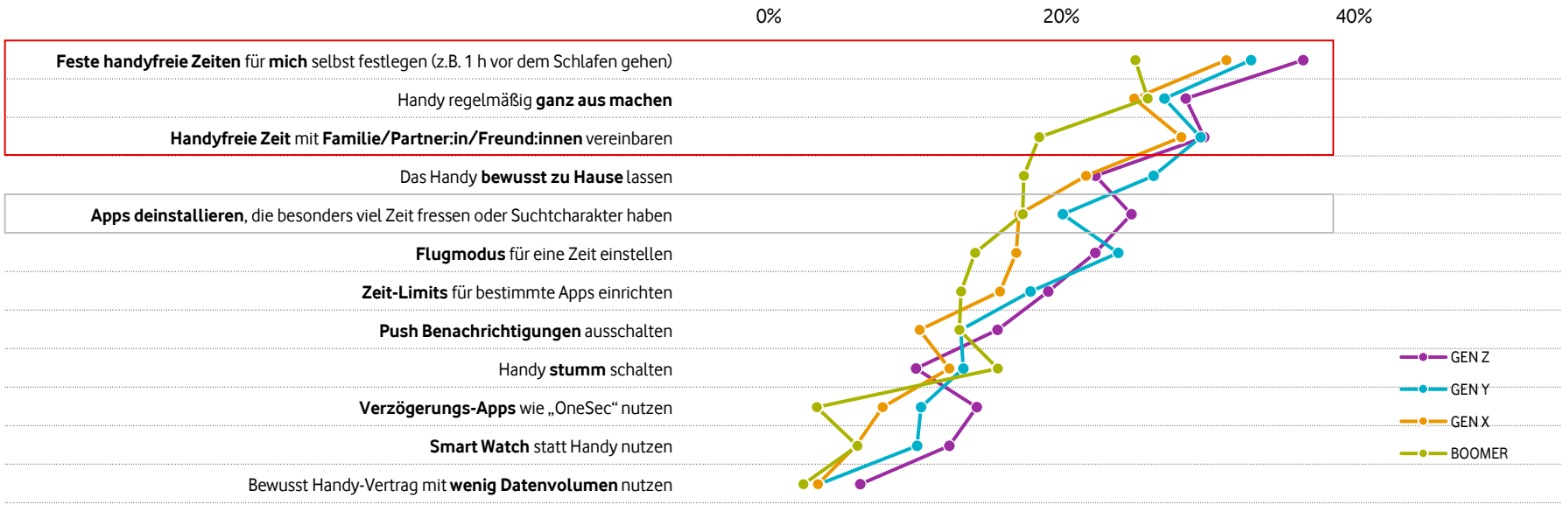


Q18 Welche der folgenden Dinge machen Sie zumindest von Zeit zu Zeit, um sich potenziellen negativen Einflüssen des Handys zu entziehen? [Multiple Choice] Q19 Und wie häufig machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch? [Skala von 1 „selten“ bis 5 „mehrmals täglich“], Darstellung Top2-Werte. Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

Handyfreie Zeiten und regelmäßige offline-Zeiten können sich viele vorstellen.
Gen Z ist verstärkt offen dafür, bestimmte Apps zu deinstallieren. Komplett-Verzicht ist kaum denkbar.

Welche der noch nicht genutzten Möglichkeiten könnten Sie sich vorstellen in Zukunft zu nutzen?

absteigend sortiert nach Total



Q20 Welche der noch nicht genutzten Möglichkeiten könnten Sie sich vorstellen in Zukunft zu nutzen? [Multiple Choice]
Basis: alle Befragten n=1680; Gen Z n=420, Gen Y n=420, Gen X n=420, Boomer n=420.

FAZIT

Fazit & Ausblick

Die vorliegende Studie zeigt: Die richtige Balance ist keine Frage des Alters, sondern um den tagtäglich bewussten Umgang mit digitalen Technologien. Die Digitalisierung bietet zweifellos zahlreiche Chancen, jedoch nur, wenn sie verantwortungsbewusst gestaltet wird und es gelingt, alle Generationen in diesen Prozess einzubeziehen.

Fest steht: In allen Generationen besteht der Wunsch, eine bessere Balance zwischen dem realen und dem digitalen Leben zu finden. Besonders dringenden Handlungsbedarf hat hier die Generation Z. Diese Generation, die die Potenziale digitaler Medien am stärksten nutzt, fühlt sich zugleich am meisten von ihnen abhängig und unter Druck gesetzt. Im Gegensatz dazu hat es die ältere Generation (Boomer) leichter, da sie sich weniger von digitalen Geräten beeinflussen lassen und die Forderung nach einer digitalen Balance eher bei anderen als bei sich selbst ansetzen. Allerdings laufen sie dadurch Gefahr, die Potenziale und Vorteile digitaler Medien nicht ausreichend zu erkennen und nutzen.

Die Studie zeigt: Vodafone ist auf dem richtigen Weg. Es geht nicht um ein „Entweder-oder“, sondern um ein gesundes „Sowohl-als-auch“. Genau hier setzt Vodafones Initiative GO REAL LIFE an. Sie soll inspirieren, den Augenblick bewusster zu erleben – online und offline. Und bietet denen konkrete Hilfe, die ihre Balance noch nicht gefunden haben.

Für ein Leben im Jetzt, statt im Netz.

THANK YOU

Studien-Team september Strategie & Forschung

Managing Partner
Eva Bock
+49 173 6 842 132
bock@september-online.com

Head Of Analytics
Carolin Schubert
+49 1522 5 238 295
schubert@september-online.com

Head of Business Development
Patricia Johannes
+49 151 41 413 005
johannes@september-online.com

Im Auftrag der
Vodafone GmbH
Kontakt: medien@vodafone.com