

INTERVIEW



„Menschen wollen eher differenzierte Schutzmaßnahmen statt Social-Media-Verbote“

Christian Hunkler, Bereichsleiter Surveymethodik und -management im Sozio-oekonomischen Panel (SOEP) im DIW Berlin

- Herr Hunkler, immer häufiger hört man auch in Deutschland die Forderung, dass soziale Medien für Kinder und Jugendliche verboten werden sollten. Inwieweit sehen die für Ihre Studie befragten Personen soziale Medien überhaupt als Gefahr?** Über fast alle Gruppen hinweg sieht ein Großteil der Bevölkerung sehr viele Risiken und Gefahren in sozialen Medien. Die Anteile liegen in fast allen Gruppen bei um die 90 Prozent, auf jeden Fall fast immer deutlich über 80 Prozent. Besonders hohe Risiken sehen Lehrer*innen. Zum Beispiel Personen mit vergleichsweise niedrigem Bildungsabschluss sehen weniger Risiken.
- Gibt es Personen, die die sozialen Medien auch positiv sehen?** Wir haben sowohl nach den Risiken als auch nach den Chancen gefragt. Die Mehrheit der Bevölkerung, 57 Prozent, sieht sowohl Risiken als auch Chancen in sozialen Medien. Insgesamt jedoch überwiegt etwas die Risikoeinschätzung. Etwa 90 Prozent sehen Risiken und nur etwa 63 Prozent sehen Chancen. Dabei sieht die jüngste befragte Generation, die sogenannte Generation Z, insgesamt weniger Risiken und mehr Chancen in sozialen Medien.
- Wie stehen die Befragten zu einem Verbot von sozialen Medien für Kinder und Jugendliche?** Wir haben die Frage altersspezifisch gestellt und auch spezifisch für die Schule und beobachten eine differenzierte Wahrnehmung. Einem Verbot für die jüngeren Kinder und Jugendliche bis zum Alter von zwölf Jahren stimmt die Mehrheit sehr deutlich zu. Bei Jugendlichen bis zum Alter von 16 ist ein Verbot allerdings nicht mehrheitsfähig. Einem generellen Nutzungsverbot sozialer Medien in der Schule stimmen 59 Prozent zu. Interessant finde ich, dass Lehrkräfte zwar deutlich häufiger für ein Verbot von sozialen Medien für jüngere Kinder bis zum Alter von zwölf Jahren sind, allerdings nicht deutlich häufiger als andere Bevölkerungsgruppen für ein Verbot in der Schule.

4. Wie werden alternative Schutzmaßnahmen beurteilt?

Wir haben die Befragten nach einer Reihe alternativer Schutzmaßnahmen gefragt und da ist die Zustimmung deutlich höher als bei den eher pauschalen Verboten. Die Zustimmung liegt für die meisten alternativen Schutzmaßnahmen wie eine Stärkung der Medienkompetenz bei um die 90 Prozent. Wir haben in diesem Rahmen auch nach regulatorischen Vorgaben für die Plattformbetreiber gefragt. Hier liegt die Zustimmung ebenfalls sehr hoch und beträgt durchgehend um die 90 Prozent.

5. Gibt es in Ihrer Studie ein Ergebnis, das Sie überrascht hat?

Mich persönlich hat überrascht, dass wir sehr wenige Unterschiede gefunden haben zwischen Befragten, in deren Haushalt Kinder zwischen neun und 16 Jahren leben, im Vergleich zu Haushalten, die keine Kinder in diesem Alter haben. Ich hätte erwartet, dass Personen, die vom Social-Media-Konsum ihrer Kinder persönlich betroffen sind, deutlich mehr Risiken und weniger Chancen sehen und auch deutlich häufiger entsprechenden Gegenmaßnahmen zustimmen.

6. Welche Lehren könnte die Politik aus Ihren Ergebnissen ziehen?

Aus unserer Sicht ist wahrscheinlich die Hauptidee aus diesen Daten, dass differenziertere Schutzmaßnahmen eine breitere Zustimmung finden. Das heißt, Basisaccounts mit eingeschränkten Funktionen oder Medienkompetenzförderung erfahren eine deutlich höhere Zustimmung als pauschale Verbote bis zu einem bestimmten Alter. Dabei muss man, glaube ich, auch sehen, dass man pauschalere, drastischere Verbote zwar einführen kann, ihre Durchsetzung aber auch vom Umfeld abhängt, denn solche Altersgrenzen kann man natürlich immer technisch aushebeln.

Das Gespräch führte Erich Wittenberg.

© Der Artikel ist gemäß der Creative-Commons-Lizenz CC BY 4.0 nachnutzbar: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf www.diw.de/interview



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.
Anton-Wilhelm-Amo-Straße 58, 10117 Berlin

www.diw.de

Telefon: +49 30 897 89-0 E-Mail: kundenservice@diw.de

93. Jahrgang 4. März 2026

Herausgeber*innen

Prof. Anna Bindler, Ph.D.; Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.; Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander S. Kritikos; Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky; Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.; Prof. Dr. Sabine Zinn

Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;
Kristina van Deuverden

Lektorat

Dr. Lavinia Kinne

Redaktion

Dr. Hella Engerer; Petra Jasper; Adam Mark Lederer;
Frederik Schulz-Greve; Sandra Tubik

Gestaltung

Roman Wilhelm; Stefanie Reeg; Eva Kretschmer, DIW Berlin

Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Der DIW Wochenbericht ist kostenfrei unter www.diw.de/wochenbericht
abrufbar. Abonnieren Sie auch unseren Wochenberichts-Newsletter unter
www.diw.de/wb-anmeldung

ISSN 1860-8787