

Studie

—

Der Einfluss von Social Media
auf Beziehungen

2024

Abstrakt

Diese Studie untersucht den Einfluss von Social Media auf romantische Beziehungen. Ziel ist es herauszufinden, ob und in welchem Ausmaß soziale Netzwerke das Verhalten und die Zufriedenheit in Paarbeziehungen beeinflussen. Die zentrale Forschungsfrage lautet daher: "Beeinflusst Social Media romantische Paarbeziehungen – und wenn ja, wie?" Anhand einer Online-Umfrage mit 100 Personen werden fünf Dimensionen analysiert, die potenziell auf romantische Beziehungen wirken: Einflüsse von Social Media auf das Bild und die Vorstellungen von Liebe und Partnerschaft (1), der Einfluss von Social Media auf die Partnersuche (2), auf den gegenseitigen Umgang und die gemeinsam verbrachte Zeit (3) sowie auf das gegenseitige Vertrauen in der Partnerschaft (4) und die Beziehungsdauer (5). Die Ergebnisse weisen einige interessante neue Erkenntnisse auf, die in der folgenden Übersicht dargestellt werden:

- **(1) Einfluss der sozialen Medien auf das Bild von Liebe und Beziehungen:** Etwa 46 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass soziale Medien ihre Ansichten über Beziehungen beeinflussen, wobei sogar ganze 38 Prozent der Studienteilnehmer von einem positiven Einfluss berichten. Überraschenderweise teilen lediglich 14 Prozent die Ansicht, dass sie zu unrealistischen Erwartungen und Unzufriedenheit führen, was darauf hindeutet, dass ein Großteil der Nutzer von positiver Inspiration profitiert.
- **(2) Soziale Medien als Ort des Kennenlernens:** Rund 70 Prozent sind der Meinung, dass das Kennenlernen durch Social Media mindestens etwas erleichtert wird, während lediglich 27 Prozent solche Plattformen wenigstens hin und wieder tatsächlich dafür nutzen. Rund ein Drittel teilt die Ansicht, dass soziale Medien zumindest gelegentlich die Möglichkeit bieten, einen Partner zu finden, der besser zu ihnen passt, als dies bei Personen der Fall wäre, die sie im realen Leben kennenlernen.
- **(3) Auswirkungen auf den Umgang und die gemeinsam verbrachte Zeit:** Die Mehrheit der Befragten ist der Meinung, dass die sozialen Medien zumindest manchmal die gemeinsame Zeit oder Aufmerksamkeit negativ beeinflussen. Viele steuern ihre Nutzung der sozialen Medien jedoch so, dass die gemeinsame Zeit nicht beeinträchtigt wird – so sind viele Studienteilnehmer der Ansicht, dass sie die Kommunikation (41 Prozent) und gemeinsame Aktivitäten (73 Prozent) sogar fördern können, beispielsweise in einer Fernbeziehung.
- **(4) Soziale Medien, Eifersucht und Vertrauen:** Soziale Medien können Gefühle der Eifersucht und Unsicherheit aufgrund der sichtbaren Interaktionen mit anderen verstärken, insbesondere in den jüngeren Bevölkerungsgruppen (77 Prozent). Es zeigt sich, dass sie lediglich in seltenen Fällen das Potenzial haben, das Vertrauen zu stärken, indem sie Paaren die Möglichkeit geben, ihre Beziehung nach außen zu präsentieren, was ihr Engagement bekräftigen und ihre Verbindung stärken kann.
- **(5) Einfluss der sozialen Medien auf die Beziehungsdauer:** Die ständige Verfügbarkeit potenzieller neuer Partner in den sozialen Medien verleitet durchaus einige Studienteilnehmer (22 Prozent) dazu, Optionen außerhalb ihrer aktuellen Beziehung erkunden zu wollen, was die Beziehungsdauer tendenziell verkürzen kann. Dennoch sind die Umfrageergebnisse hinsichtlich des direkten Einflusses sozialer Medien auf die Beziehungsdauer gemischt: Über zwei Drittel der Befragten sieht keinen eindeutigen Zusammenhang, rund ein Viertel nimmt einen negativen Effekt wahr und lediglich 7 Prozent betrachten den Einfluss als positiv.

Inhaltsverzeichnis

Abstrakt	2
1. Einleitung	1
2. Begriffsdefinitionen	2
2.1 Beziehung und Partnerschaft	2
2.2 Soziale Netzwerke und Generation Social Media	3
3. Theoretische Hintergründe	4
3.1 Social Media prägt das Bild von Liebe und Partnerschaft	5
3.2 Social Media als Mittel zur Partnersuche	6
3.3 Auswirkungen von Social Media auf die Kommunikation und die gemeinsam verbrachte Zeit	7
3.4 Die Rolle von Social Media in Hinblick auf Vertrauen und Eifersucht	8
3.5 Abnahme der Beziehungsdauer durch Social Media?	10
4. Studie	11
4.1 Fragebogen	11
4.2 Methode und Vorgehen	16
4.3 Beschreibung der Stichprobe	16
5. Analyse der Ergebnisse	19
5.1 Einfluss von Social Media auf das Bild von Paarbeziehungen	19
5.2 Einfluss von Social Media auf das Kennenlernen des Partners	20
5.3 Einfluss von Social Media auf die Kommunikation und die gemeinsame Zeit	22
5.3.1 Weniger gemeinsame Zeit durch Social Media?	22
5.3.1 Social Media als Quelle der Unterstützung	25
5.4 Einfluss von Social Media auf Vertrauen und Eifersucht in der Beziehung	28
5.4.1 Digitale Eifersucht ist abhängig vom Alter	28
5.4.2 Kann Social Media das gegenseitige Vertrauen in der Partnerschaft stärken?	30
5.5 Einfluss von Social Media auf die Bindungsfähigkeit und Beziehungsdauer	33
5.5.1 Vergleich der eigenen Partnerschaft mit anderen Beziehungen	34
5.5.2 Gesteigertes Interesse an anderen Personen durch Social Media?	35
6. Fazit	37
1. Quellenverzeichnis	38

1. Einleitung

Die sozialen Medien sind in den letzten zwei Jahrzehnten zu einem festen Bestandteil des täglichen Lebens geworden, beeinflussen zwischenmenschliche Beziehungen und prägen die Vorstellungen von Liebe und Partnerschaft. Mit der fortschreitenden Digitalisierung und den ständig steigenden Nutzerzahlen von Plattformen wie Instagram und TikTok stellt sich unausweichlich die Frage: Wie genau wirkt sich diese Entwicklung auf unsere persönlichen Beziehungen, insbesondere auf romantische Paarbeziehungen, aus?

Die Forschung ist sich bislang weitgehend einig: Der intensive Gebrauch von Social Media bringt in einigen Hinsichten negative Auswirkungen auf Beziehungen mit sich. Das ständige Präsentieren und Beobachten idealisierter Lebens-Ausschnitte kann beispielsweise dazu führen, dass Personen ihre Partnerschaft ständig mit den scheinbar perfekten Beziehungen anderer Paare vergleichen. Das schafft unrealistische Erwartungen und führt unter Umständen zu Unzufriedenheit in der eigenen Beziehung. Speziell jüngere Menschen sind anfällig für das Gefühl, dass ihre Beziehungen im Vergleich zu den inszenierten Darstellungen auf Social Media unzureichend sind: Wer zu häufig Bilder glücklicher Paare oder idealisierter Hochzeiten sieht, kann laut Studienergebnissen mit der Zeit ein verzerrtes Bild davon entwickeln, was in einer Beziehung normal und erstrebenswert ist.¹ Gleichzeitig bietet Social Media auch den Nährboden für digitale Eifersucht, eine zunehmend verbreitete Form der Unsicherheit in Beziehungen.² Die Folgen können weitreichend sein: Vom Gefühl, ständig mithalten zu müssen, bis hin zur Vernachlässigung der realen zwischenmenschlichen Beziehungen. Soziale Medien können also nach aktuellem Forschungsstand paradoxerweise dazu führen, dass trotz der größeren Vernetzung eine größere Entfremdung zwischen Partnern entsteht.³

Doch was in der Diskussion häufig vernachlässigt wird, ist die Tatsache, dass soziale Netzwerke auch unbestreitbare Vorteile für zwischenmenschliche Beziehungen mit sich bringen. Zum einen erleichtern sie die Kontaktaufnahme und das Aufrechterhalten von Beziehungen über große geografische Distanzen hinweg: Plattformen wie Instagram und Facebook werden von einem großen Teil der Bevölkerung als hilfreich empfunden, um mit anderen in Kontakt zu treten und sich mit Freunden, Familie und Partnern auszutauschen. Indem Paare gemeinsame Erlebnisse und Erinnerungen teilen und diese nach außen hin präsentieren, kann die emotionale Bindung zueinander gestärkt und die Beziehung vertieft werden.⁴ Auch für die Partnersuche bietet Social Media neue Chancen: Online-Dating gilt mittlerweile als beliebtes Mittel, um einen Partner zu finden, der die eigenen Interessen teilt.⁵

Social Media ermöglicht Paaren außerdem den kostenlosen Zugang zu einem großen Wissensschatz an Tipps und Ratschlägen von Beziehungsexperten und Influencern, die positive Veränderungen in Beziehungen bewirken können – etwas, wofür vorherige Generationen eine Bibliothek hätten aufsuchen müssen. Insbesondere Anwendungen wie Instagram, Facebook und TikTok bieten eine Plattform, auf der Austausch stattfinden kann

¹Fischbach (2024)

²Arikewuyo (2020)

³Valenzuela et al. (2014)

⁴Jensen und Rauer (2014)

⁵Statista (2024)

und Nutzer ihre Erfahrungen und Erlebnisse über ihre Partnerschaft teilen und sich gegenseitig mit Ratschlägen unterstützen können.⁶

Um sowohl die negativen als auch positiven Einflüsse von Social Media auf Paarbeziehungen zu untersuchen, wird in dieser Studie eine ausführliche Umfrage durchgeführt, die verschiedene Aspekte rund um die Nutzung von Social Media in Beziehungen erforscht. Es wird analysiert, wie soziale Medien das Vertrauen und die Intimität innerhalb von Beziehungen beeinflussen können, sowie die Rolle, die Social Media beim Entstehen und Aufrechterhalten von Beziehungen spielt. Zusätzlich wird betrachtet, wie Paare Social Media für die Planung und Durchführung gemeinsamer Aktivitäten nutzen und inwiefern diese Plattformen eine Quelle für Unterstützung und Beratung durch die Gemeinschaft oder Experten darstellen. So soll diese Studie ein umfassendes Bild der vielfältigen Wege zeichnen, auf denen Social Media moderne romantische Beziehungen formen und beeinflussen kann.

2. Begriffsdefinitionen

Das Konzept der sozialen Beziehung ist in der modernen Welt ein weitgefasster Begriff: Romantische Beziehungen, Freundschaften, Bekanntschaften zwischen Arbeitskollegen und familiäre Beziehungen sind nur einige der Verbindungen, die darunter gefasst werden. Während die Relevanz von zwischenmenschlichen Beziehungen unbestritten bleibt, hat sich die Art und Weise, wie Menschen interagieren und Beziehungen pflegen, im Laufe der Zeit stark verändert – soziale Medien und die Digitalisierung generell haben ihren Teil dazu beigetragen und nehmen mittlerweile einen besonders großen Einfluss auf die Dynamik in sozialen Beziehungen. Um die Auswirkungen von Social Media auf Beziehungen genauer untersuchen zu können, ist es zunächst notwendig, die beiden Untersuchungsgegenstände genauer zu definieren.

2.1 Beziehung und Partnerschaft

Wie bereits erwähnt, wird unter dem Begriff Beziehung keineswegs nur die romantische Beziehung zwischen zwei Personen verstanden, auch wenn dieses Gefüge in dieser Untersuchung im Zentrum stehen soll. Als romantische Beziehungen werden solche Partnerschaften verstanden, die auf Liebe, Intimität und meist langfristigem Engagement basieren. Diese Beziehungen sind Gegenstand dieser Studie, da sie wichtige Aspekte des menschlichen Lebens und Wohlbefindens betreffen. Vor allem bieten sie eine wichtige Quelle emotionaler Unterstützung: Sie gehen in der Regel mit tiefen Gefühlen von Liebe und Verbundenheit einher, die zu einem Gefühl der Sicherheit und Zufriedenheit beitragen können.⁷ In Abgrenzung zu familiären, freundschaftlichen oder kollegialen Beziehungen, die für das individuelle Wohlbefinden ebenso bedeutsam sind, zeichnen sich romantische Beziehungen durch ein hohes Maß an emotionaler Intimität und körperlicher Nähe aus. Gleichzeitig bringen diese Beziehungen häufig auch Herausforderungen und Konflikte mit sich, die sich negativ auf das Wohlbefinden auswirken können und sowohl individuelle als auch partnerschaftliche Anpassungsfähigkeit erfordern.⁸

⁶Jensen und Rauer (2014)

⁷Haring und Höllinger (2009)

⁸ebd.

2.2 Soziale Netzwerke und Generation Social Media

Der Begriff Social Media bezieht sich im weitesten Sinne auf alle digitale Plattformen und Technologien, mit denen Nutzer Inhalte erstellen und teilen, sowie miteinander interagieren können. Diese Plattformen unterscheiden sich von anderen Formen der Online-Kommunikation durch bestimmte charakteristische Merkmale: Ein weiteres wichtiges Kriterium einer Social-Media-Plattform ist die Möglichkeit, interaktive, benutzerdefinierte Profile zu erstellen. Diese Profile sind öffentlich auffindbar oder zumindest innerhalb eines definierten Netzwerks zugänglich. Nutzer können ihre Profile individuell gestalten, wodurch ein digitaler Ausdruck der eigenen Person ermöglicht wird.⁹

Auf Social Media können Nutzer Netzwerke und Beziehungen aufbauen, indem sie Verbindungen mit anderen annehmen oder initiieren. So entwickelt sich nach und nach ein persönliches soziales Netzwerk innerhalb der jeweiligen Plattform. Besonders charakteristisch: Während Social-Media-Plattformen zu Beginn vor allem dazu gedacht waren, sich mit Bekanntschaften aus dem realen Leben zu verbinden, ermöglichen neuere Anwendungen wie Instagram und TikTok auch Verbindungen zu Personen, die man möglicherweise nie persönlich treffen wird.¹⁰ Die soziale Interaktion in Social Media ist außerdem durch die Teilbarkeit von Inhalten geprägt. Nutzer können Informationen, Neuigkeiten, Fotos und Videos nicht nur empfangen, sondern auch aktiv verbreiten. Viele der Inhalte erhalten dabei Kommentare, Likes und Weiterleitungen, was zu weiteren Interaktionen und manchmal zu viralen Phänomenen führen kann. Nutzer haben zudem die Möglichkeit, nach spezifischen Themen, Trends oder anderen Personen zu suchen, was die Informationsbeschaffung und das Knüpfen von Kontakten vereinfacht. Plattformspezifische Suchmechanismen und Algorithmen sorgen dafür, dass Nutzern verstärkt Inhalte angezeigt werden, die ihren Interessen entsprechen.¹¹

Aufgrund dieser Funktionen zeigt sich, dass die sozialen Medien eine Plattform der permanenten Präsenz und Interaktion sind: Sie ermöglichen es Nutzern, in Echtzeit zu kommunizieren und Informationen auszutauschen. Im Gegensatz zu traditionelleren Medien wie Zeitungen, TV und Radio, die in der Regel nur einseitige Kommunikationswege zur Verfügung stellen, steht Social Media also für eine dynamische und wechselseitige Kommunikationsform mit verschiedenen Interaktionsmöglichkeiten. Auch von anderen Online-Plattformen wie Videostreaming- oder Musikportalen, Online-Shops, Lexika und Online-Games, die einen Großteil der Internetnutzung ausmachen, grenzen sich soziale Netzwerke aufgrund dieser Eigenschaften ab.¹²

Der Begriff Social Media wird in dieser Arbeit also im Grunde als ein Komplex von Plattformen verstanden, der spezifisch auf Interaktivität, Profilbildung, Netzwerkgestaltung und die Teilbarkeit von Inhalten ausgerichtet ist. Diese klare Abgrenzung hilft dabei herauszufinden, wie diese Technologien mit ihren spezifischen Merkmalen Paarbeziehungen beeinflussen können.

Wichtig ist an dieser Stelle noch einmal darauf einzugehen, warum die Untersuchung des Einflusses so relevant ist: Social Media ist mittlerweile tief in den Alltag der Menschen integriert – insbesondere bei den jüngeren Generationen, aber auch zunehmend bei älteren

⁹Wampfler (2019)

¹⁰ebd.

¹¹ebd.

¹²Diefenbach (2018)

Bevölkerungsgruppen. Die sogenannte “Generation Social Media“ umfasst nicht nur die “Digital Natives”, die mit digitalen Technologien aufgewachsen sind, sondern auch ältere Nutzer, die sich zunehmend mit diesen Plattformen vertraut machen.¹³ Als Digital Natives werden diejenigen Personen bezeichnet, die nach 1980 geboren wurden und eine besondere Affinität zu digitalen Medien besitzen, da sie von klein auf Zugang zu Computern und dem Internet hatten.¹⁴ Aktuelle Daten von Statista belegen, dass vor allem diese Gruppe Social Media intensiv nutzt, um zu kommunizieren, sich zu informieren und soziale Beziehungen zu pflegen. Ältere Generationen, obwohl sie nicht mit diesen Technologien aufgewachsen sind, haben ebenfalls begonnen, Social Media fest in ihren Alltag zu integrieren. Im Gegensatz zu jüngeren Altersgruppen, die die Plattformen Instagram und TikTok bevorzugen, sind ältere Personen ab 30 Jahren eher auf Facebook anzutreffen.¹⁵ Weitere Studien zeigen, dass der Anteil älterer Erwachsener, die Social Media nutzen, kontinuierlich wächst: Beispielsweise berichtete das Pew Research Center, dass etwa 68 Prozent der US-amerikanischen Erwachsenen Facebook und 47 Prozent Instagram nutzen.¹⁶ Auch in Deutschland zeigt sich im Digital 2024 Report, dass knapp 68 Millionen Deutsche ein oder mehrere soziale Medien nutzen.¹⁷ Diese Zahlen machen deutlich, dass Social Media ein nicht mehr wegzudenkender Bestandteil des modernen Lebens geworden ist – meist unabhängig vom Alter. Der breite Nutzungsgrad führt dazu, dass die Auswirkungen auf verschiedene Lebensbereiche, einschließlich der zwischenmenschlichen Beziehungen, erheblich größer und vielschichtiger sind, als viele der bisherigen Forschungen annehmen. Die Fähigkeit von Social Media, Echtzeit-Kommunikation zu ermöglichen, Interaktionen zu fördern und ein Gefühl der Gemeinschaft zu schaffen, unterstreicht die Notwendigkeit, auch die positiven Auswirkungen dieser Technologien auf zwischenmenschliche Beziehungen genau zu untersuchen.

3. Theoretische Hintergründe

Die Auswirkungen der digitalen Welt auf die Selbstwahrnehmung und die eigene Identität wurden bereits in zahlreichen psychologischen Studien und Facharbeiten untersucht. Doch wie beeinflussen soziale Netzwerke wie Instagram unsere Partnerwahl und Partnerschaften? Während die deutsche Studienlandschaft nur wenige Beiträge zu diesem Thema liefert, greifen vor allem Lifestyle-Zeitschriften dieses Thema zunehmend auf, mit Schlagzeilen wie „Beziehungskiller Social Media: Jeder fünfte Mann unter 30 verfolgt online das Leben seiner Ex“ (Glamour 2019)¹⁸ und „Wie digitale Eifersucht und Social Media Vergleiche einer Beziehung schaden“ (Stern 2024)¹⁹. Die meisten Autoren sind sich dabei einig: Soziale Medien beeinflussen die Beziehung von Paaren negativ. Wesentliche Gründe, die dabei immer wieder genannt werden, sind die digitale Eifersucht sowie der soziale Vergleich mit anderen Paaren. Außer Acht gelassen werden in den meisten Beiträgen die positiven Aspekte, die soziale Netzwerke für Partnerschaften mit sich bringen können. Es gilt deshalb zu untersuchen, ob die vermuteten negativen Einflüsse tatsächlich zutreffen – und ob ebenso positive Effekte von Social Media auf Paarbeziehungen festgestellt werden können.

¹³Wampfler (2019)

¹⁴Pew Research Center (2024)

¹⁵Statista (2024)

¹⁶Pew Research Center (2024)

¹⁷DataReportal (2024)

¹⁸<https://www.glamour.de/liebe/artikel/beziehungskiller-smartphone>

¹⁹<https://www.stern.de/amp/lifestyle/liebe-sex/beziehung--wie-digitale-eifersucht-und-social-media-vergleiche-der-liebe-schaden-34732844.html>

Um den Kontext und die Relevanz der Untersuchung zu erläutern, werden im folgenden wichtige theoretische Hintergründe zu den Themen Social Media und Paarbeziehungen betrachtet. Ziel ist es, aufzuzeigen, wie soziale Netzwerke die Partnersuche sowie die Dynamiken zwischen Partnern beeinflussen können, insbesondere hinsichtlich des Beziehungsbildes, des Kennenlernens, der Kommunikation, des Vertrauens und der Bindungsdauer.

3.1 Social Media prägt das Bild von Liebe und Partnerschaft

Verschiedene Forschungsarbeiten, wie die von Yacoub et al. (2018), machen deutlich: Der Konsum von Social Media hat direkte Auswirkungen auf die sozialen Beziehungen und auch auf romantische Beziehungen. So zeigt die Studie von Yacoub et al.: Je mehr eine Person Social Media nutzt, desto weniger zufrieden ist sie in ihrer Beziehung. Die Ergebnisse der Studie deuten zudem darauf hin, dass vor allem die idealisierten Darstellungen von anderen Beziehungen auf sozialen Netzwerken einen Einfluss auf die Zufriedenheit in der eigenen Partnerschaft haben.²⁰ Der ständige Konsum von Bildern und Geschichten über glückliche Paare und perfekte Lebensereignisse kann demnach zu Vergleichen und unrealistische Erwartungen führen. Die Forschungslage zeigt, dass besonders junge Menschen ihre eigenen Beziehungen häufig mit den vermeintlich perfekten Beziehungen anderer vergleichen, was zu Unzufriedenheit und Selbstzweifeln in der Partnerschaft führen kann.²¹ Vor allem Menschen mit einem ohnehin geringeren Selbstwertgefühl versuchen laut Utz und Beukeboom (2011), das fehlende Selbstbewusstsein durch eine idealisierte Präsentation des eigenen Ichs auf sozialen Netzwerken auszugleichen – dasselbe kann auch für Partnerschaften gelten.²²

Auch Ulanova (2020) geht in ihrer Arbeit darauf ein, dass digitale Technologien wie Social Media nicht neutral sind, sondern sowohl selbst von sozialen Normen und Praktiken geprägt werden als auch ihre Nutzer prägen. Soziale Medienplattformen beeinflussen demnach maßgeblich, wie Menschen ihre romantischen Beziehungen wahrnehmen und managen – und das nicht nur in der Anfangsphase der Partnerschaft, sondern auch über ihre gesamte Dauer hinweg.²³

In der Forschung bislang kaum beachtet sind hingegen mögliche positive Einflüsse, die soziale Medien auf das Bild von Beziehungen haben können. Es gibt zwar durchaus Studien, die zeigen, dass besonders das psychische Wohlbefinden von jungen Menschen durch die Nutzung von sozialen Medien erhöht werden kann, indem das Gefühl von sozialer Unterstützung und Gemeinschaft gefördert wird.²⁴ Hierbei wird jedoch kein besonderer Fokus auf die Erwartungen und Wahrnehmungen von Beziehungen gelegt. Da der Einfluss von Social Media auf Partnerschaften jedoch grundsätzlich belegt ist, gilt es hier eine Forschungslücke zu schließen und besonders auch mögliche positive Einflüsse auf Paarbeziehungen und deren Wahrnehmung zu untersuchen.

Daraus leitet sich die erste Forschungsfrage für die Untersuchung ab: **Können soziale Netzwerke durch die Darstellung idealisierter Beziehungen unrealistische**

²⁰Yacoub et al. (2018)

²¹Vaterlaus et al. (2018)

²²Utz und Beukeboom (2011)

²³Ulanova (2020)

²⁴Yang et al. (2023)

Erwartungen fördern, oder haben sie das Potenzial, positive Erwartungen an Partnerschaften zu stärken?

3.2 Social Media als Mittel zur Partnersuche

Die sozialen Medien haben die Art und Weise, wie Menschen Partner finden und Beziehungen aufbauen, verändert. Sie bieten dabei insbesondere Menschen, denen die Kontaktaufnahme im realen Leben schwerer fällt, Chancen, sich mit Menschen zu verbinden und einen Partner kennenzulernen. Social Media erweitert den Kreis potenzieller Partner erheblich: Im Gegensatz zu traditionellen Methoden des Kennenlernens, die in der Regel auf lokale Gegebenheiten beschränkt sind, ermöglichen Plattformen wie Facebook, Instagram und speziell darauf ausgelegte Dating-Apps wie Tinder und Bumble, Menschen aus aller Welt kennenzulernen.

Die verstärkten Auswahlmöglichkeiten erhöhen laut Paul (2014) die Wahrscheinlichkeit, jemanden zu finden, der ebenfalls auf der Suche nach einer Partnerschaft ist.²⁵ Zudem fällt es nach Ansicht des Autors leichter, online Personen kennenzulernen, die ähnliche Interessen und Werte teilen: Persönliche Profile, auf denen User ihre Hobbys, Interessen, Ziele und Werte angeben können, ermöglichen eine gezielte Filtersuche. Das kann unter Umständen die Basis für eine erfüllende Beziehung schaffen, da gemeinsame Interessen von Anfang an vorhanden sind.²⁶

Ein weiterer Vorteil von sozialen Netzwerken als Mittel der Partnersuche ist die ständige Verfügbarkeit und Möglichkeit zur Echtzeit-Kommunikation. Durch die Nutzung verschiedener Medienformate – von Text- und Bildnachrichten über Sprachnachrichten bis hin zu Videoanrufen – fällt es Nutzern leicht, eine Verbindung zueinander aufzubauen und diese zu vertiefen, auch wenn man sich nicht physisch am selben Ort befindet. Das kann insbesondere in den frühen Phasen einer Beziehung hilfreich sein, um Vertrauen und Nähe aufzubauen.²⁷ Durch regelmäßigen Austausch und das Teilen von persönlichen Erlebnissen können Paare eine starke emotionale Bindung entwickeln – noch bevor sie sich persönlich treffen. Vor allem introvertierten Menschen fällt es online deshalb oft leichter, sich neuen Menschen gegenüber zu öffnen.²⁸ Gleichzeitig profitieren Nutzer dabei von einer vergleichsweise hohen Flexibilität: Menschen mit einem vollen Terminkalender können von überall und jederzeit mit potenziellen Partnern in Kontakt treten, ohne dabei in ihrem Alltag viel Aufwand betreiben oder Zeit investieren zu müssen. Durch die vorhandenen Informationen, Such- und Filterfunktionen kann bereits im Vorfeld eingeschätzt werden, ob ein potenzieller Partner passend sein könnte, sodass die Partnersuche insgesamt effizienter gestaltet werden kann.²⁹

Doch die Partnersuche über Social Media und Dating-Plattformen bringt auch Herausforderungen mit sich. Einer der signifikantesten Nachteile ist das Phänomen, dass die übermäßige Suche nach Dating-Partnern zu schlechteren Entscheidungen führen kann. Die Forscher Wu und Chiou (2009) fanden beispielsweise heraus, dass mehr Optionen zu mehr Suchaktivitäten und in der Tendenz zu schlechteren Entscheidungen bei der Partnerwahl führen. Sie gehen davon aus, dass die erhöhte kognitive Belastung durch das

²⁵Paul (2014)

²⁶ebd.

²⁷Parks und Floyd (1996); McKenna et al. (2002); Finkel et al. (2012)

²⁸Süss und Negri (2019)

²⁹Finkel et al. (2012); Su et al. (2021)

Durchsehen vieler Profile die Fähigkeit der Nutzer verringern kann, sich auf relevante Merkmale zu konzentrieren und unwesentliche Informationen zu ignorieren. Die Darstellung von potenziellen Partnern in Online-Profilen reduziert eine komplexe Person auf eine oberflächlichere Darstellung, die nicht alle Aspekte erfasst, die notwendig sind, um die Kompatibilität zu bewerten. Die Nutzer tendieren demnach dazu, sich auf äußerliche Merkmale zu konzentrieren, die nicht repräsentativ für den eigentlichen Charakter einer Person sind.³⁰

Diese These unterstützt auch Paul (2014), der klarstellt, dass Online-Dating weniger erfolgreich ist für diejenigen, die eine ernsthafte Beziehung mit Aussicht auf eine lebenslange Partnerschaft suchen – stattdessen bietet Social Media Chancen für Personen, die auf der Suche nach weniger verbindlichen, kurzzeitigen Begegnungen oder flüchtigen romantischen Abenteuern sind. Er hebt hervor, dass Online-Dating-Plattformen zwar den Zugang zu einer Vielzahl potenzieller Partner erweitern, jedoch oft die Tiefe und Substanz fehlen, die für die Entwicklung langfristiger Beziehungen notwendig sind.³¹ Weitere Studien, wie die von Schwartz et al. (2002), unterstützen diese Sichtweise, indem sie zeigen, dass Maximierer, die nach der besten Option streben, häufiger unter Entscheidungsfrustration und Reue leiden. Diese Frustration kann die allgemeine Zufriedenheit mit den Ergebnissen des Online-Datings und die langfristige Stabilität der daraus resultierenden Beziehungen beeinträchtigen.³²

Daraus ergibt sich die für diese Studie relevante zweite Forschungsfrage: **Führen Plattformen wie Instagram dazu, dass man leichter neue Beziehungspartner kennenlernen kann, oder begünstigen sie eher oberflächliche Verbindungen, die selten zu langfristigen Beziehungen führen?**

3.3 Auswirkungen von Social Media auf die Kommunikation und die gemeinsam verbrachte Zeit

Die internationale Forschung zeigt, dass die dynamischen Kommunikationswege der sozialen Medien sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf die Kommunikation, den Umgang miteinander und die gemeinsam verbrachte Zeit in Beziehungen mit sich bringen können. Das größte Potenzial für einen positiven Einfluss findet sich in der Möglichkeit des permanenten Austauschs: Social Media ermöglicht es Nutzern, in Echtzeit zu kommunizieren und Informationen auszutauschen – eine dynamische und zweiseitige Kommunikationsform, die traditionelle Medien nicht bieten können. Insbesondere für Paare in Fernbeziehungen bietet das die Chance, die Verbundenheit zwischen ihnen zu stärken.³³ Zudem haben Nutzer von sozialen Medien Zugang zu einer Fülle von Ratschlägen und Unterstützung durch Experten, Influencer und Gemeinschaften.

Plattformen wie Instagram und YouTube sind voll von Inhalten, die Tipps für Beziehungsmanagement, Konfliktlösung und emotionale Unterstützung bieten. Diese Ressourcen können dazu beitragen, Beziehungen zu stärken und Probleme zu bewältigen, indem sie wertvolle Einblicke und Hilfestellungen bieten.³⁴ So zeigt beispielsweise die Studie

³⁰Wu und Chiou (2009)

³¹Paul (2014)

³²Schwartz et al. (2002)

³³Bacigalupe und Lambe (2011)

³⁴Su et al. (2021); Zong et al. (2021)

von Jensen und Rauer (2014), dass insbesondere weibliche Beziehungspartner Social Media nutzen, um Unterstützung zu suchen und ihre Beziehungsprobleme mit ihrem digitalen sozialen Netzwerk zu besprechen. Nutzer können in schwierigen Zeiten Unterstützung finden und sich mit anderen austauschen, die ähnliche Erfahrungen gemacht haben.³⁵ Dabei bringt der Vergleich mit anderen Paaren nicht ausschließlich negative Einflüsse mit sich: Wer hin und wieder auch negative Momente von anderen Paaren auf Instagram oder anderen Plattformen wahrnimmt, kann den Erwartungsdruck an die eigene Beziehung reduzieren.³⁶

Doch auch die potenziell negativen Auswirkungen von sozialen Netzwerken auf die gemeinsam verbrachte Zeit und den Umgang miteinander kommen in unterschiedlichen Studien zur Sprache. So wird der Gebrauch von Social Media in romantischen Beziehungen immer wieder mit einer Zunahme von Konflikten innerhalb der Beziehung in Verbindung gebracht.³⁷ Diese Konflikte entstehen beispielsweise durch Faktoren wie Eifersucht, Untreue oder Überwachung des Partners und werden im nächsten Unterkapitel detaillierter beleuchtet.

Zudem kann ein starker Social Media Konsum dazu führen, dass Partner weniger Zeit und Aufmerksamkeit auf die Pflege ihrer Beziehung verwenden und sich stattdessen mehr auf Online-Interaktionen konzentrieren. So besteht etwa die Gefahr, dass emotionale oder physische Bedürfnisse des Partners vernachlässigt werden, was wiederum Konflikte verursacht oder verschärft.³⁸ Diskussionen und Streits über den Konsum von Social Media mit entsprechenden Auswirkungen sind ebenfalls möglich: Unterschiedliche Erwartungen und Interpretationen der Nutzung können zu Widersprüchen und Missverständnissen führen, die die Beziehung belasten. Dazu gehören auch unterschiedliche Auffassungen darüber, was als angemessenes Verhalten in den sozialen Medien gilt.³⁹

Aus diesen Erkenntnissen leitet sich die dritte zu überprüfende Forschungsfrage ab: **Führt die intensive Nutzung von Social Media dazu, dass Paare weniger und qualitativ schlechtere Zeit miteinander verbringen, oder kann Social Media den gegenseitigen Umgang in der Partnerschaft sogar verbessern?**

3.4 Die Rolle von Social Media in Hinblick auf Vertrauen und Eifersucht

Eine weitere, häufig thematisierte Auswirkung von Social Media auf Beziehungen ist die unter Umständen verstärkt auftretende Eifersucht und das Überwachungsverhalten, das über Plattformen wie Facebook und Instagram ausgeübt werden und die Beziehung stark belasten kann. Eine übermäßige Nutzung von Social Media kann laut Abbasi (2019) zu Eifersucht, stärker ausgeprägtem Kontrollverhalten und sogar zu Seitensprüngen führen.⁴⁰ Ein bekanntes Phänomen in diesem Zusammenhang sind sogenannte "Facebook-Affären", die laut Hart und Hart Frejd (2014) in etwa jeder fünften Scheidung eine Rolle spielen. Der Grund dafür liegt in der niedrigen Hemmschwelle, online mit anderen zu flirten, was oft harmlos beginnt, aber schnell zu mehr führen kann. Obwohl soziale Netzwerke laut den Autoren nicht direkt für Scheidungen verantwortlich sind, erleichtern sie das

³⁵Jensen und Rauer (2014)

³⁶Fischbach (2024)

³⁷Arikewuyo et al. 2020

³⁸ebd.

³⁹ebd.

⁴⁰Abbasi (2019)

Zustandekommen von Affären erheblich. Selbst in stabilen Ehen können solche Affären durch vermeintlich harmlose Interaktionen, wie das Posten von Fotos aus der Schulzeit, entstehen und eine ernsthafte Bedrohung darstellen.⁴¹

Laut Arikewuyo (2020) ist Social Media zwar nicht direkt als Ursache für Untreue zu verstehen – dennoch ist auch er der Auffassung, dass die sozialen Medien abhängig von ihrer Nutzung zu Misstrauen und Unsicherheit in der Partnerschaft führen können – insbesondere dann, wenn Partner verdächtige oder unangemessene Interaktionen auf Social Media entdecken.⁴² So können Verhaltensweisen entstehen, die Misstrauen und Konflikte weiter schüren: Ein häufiges Problem ist demnach das Überwachen des Partners auf Social Media, indem Profile durchsucht, Nachrichten ohne Einverständnis gelesen und Interaktionen mit anderen genauestens beobachtet werden. Grund dafür ist in der Regel die digitale Eifersucht: Da sich dem Partner online die Möglichkeit bietet, eine Vielzahl an anderen potenziell interessanten Partnern zu finden und diese zu kontaktieren, werden Eifersuchtsgefühle geschürt.⁴³ Verstärkt wird diese Problematik noch durch die ständigen Vergleichsmöglichkeiten, die Social Media bietet. Wie Untersuchungen nahelegen, wird durch den ständigen Vergleich mit scheinbar glücklichen Paaren das Selbstwertgefühl negativ beeinflusst und Selbstzweifel können in der Folge zunehmen.⁴⁴

Das Thema Eifersucht ist in der Beziehungsforschung nichts Neues. Psychologen sprechen im Bereich der Liebesbeziehungen häufig von einem sogenannten "sozialen Dreieck". Dieses Konzept basiert auf der Annahme, dass Eifersucht vor allem dann auftritt, wenn die Beziehung durch eine dritte Person – real oder imaginär – bedroht wird. Dies wurde von White und Mullen (1989) sowie Parrott und Smith (1993) theoretisch untermauert: Digitale Eifersucht bezieht sich demnach auf das Misstrauen und die Unsicherheit, die durch Aktivitäten und Interaktionen in sozialen Netzwerken ausgelöst werden. Typische Beispiele sind Situationen, in denen eine Person bemerkt, dass der Partner eine neue, vertraut wirkende Freundschaft hinzufügt oder auf Dating-Seiten flirtet. Solche Situationen können zu negativen Fantasien, Verlustängsten und Eifersuchtsgefühlen führen.⁴⁵

Im Hinblick auf das Thema Eifersucht bieten die sozialen Medien jedoch auch einen kleinen Lichtblick: So legen Untersuchungen von Utz und Beukeboom (2011) nahe, dass durch das öffentliche Teilen des Beziehungsstatus sowie das Zeigen öffentlicher Zuneigungsbekundungen das Vertrauen zwischen den Partnern gestärkt werden kann.⁴⁶ Nutzer, die ihre Beziehung auf sozialen Medien öffentlich machen oder positive Beiträge über ihren Partner posten, können dadurch das Gefühl von Beziehungsglück und Zufriedenheit steigern.⁴⁷ Weitere Studien wie etwa von Bowe (2010) oder Coyne et al. (2011) bestätigen diesen Zusammenhang. Indem Momente des gemeinsamen Glücks dokumentiert und mit der Öffentlichkeit geteilt werden, kann das Gefühl der Gemeinschaft und Zugehörigkeit gestärkt werden. Auch Interaktionen in Form von Likes, Kommentaren und geteilten Beiträgen mit dem Partner können das Zusammengehörigkeitsgefühl fördern und die Beziehung positiv beeinflussen.⁴⁸

⁴¹Hart und Hart Frejd (2014)

⁴²Arikewuyo (2020)

⁴³ebd.

⁴⁴ Ozimek und Bierhoff (2019)

⁴⁵White und Mullen (1989); Parrott und Smith (1993); Ax (2019)

⁴⁶Utz und Beukeboom (2011)

⁴⁷Mod (2010)

⁴⁸Bowe (2010); Coyne et al. (2011)

Daraus abgeleitet lautet die vierte Forschungsfrage für die nachfolgende Untersuchung: **Verstärken soziale Netzwerke Gefühle von Eifersucht und Unsicherheit in Partnerschaften, oder können sie das Vertrauen innerhalb der Beziehung sogar stärken?**

3.5 Abnahme der Beziehungsdauer durch Social Media?

Die bisher angesprochenen Einflüsse der Social-Media-Nutzung auf die Wahrnehmung und die Qualität von Paarbeziehungen werfen eine weitere relevante Frage auf: Haben soziale Netzwerke Auswirkungen auf die allgemeine Bindungsfähigkeit und dadurch auch auf die Beziehungsdauer? An dieser Stelle sind, abgeleitet aus den bisherigen Erkenntnissen, sowohl positive als auch negative Einflüsse denkbar: Einerseits ermöglicht Social Media eine konstante Kommunikation mit dem Beziehungspartner, was die Verbindung von Paaren stärken und die Beziehungszufriedenheit erhöhen kann.⁴⁹ Gleiches gilt für die Präsentation der Beziehung nach außen, was potenziell das Vertrauen in der Beziehung stärken kann.⁵⁰ Social-Media-Plattformen bieten zudem einen Raum für Support und Austausch, der in Beziehungskrisen unterstützend und stabilisierend wirken kann.⁵¹ Diese Faktoren lassen vermuten, dass soziale Medien die Beziehungsdauer positiv beeinflussen und zu einer langfristigen Stabilität in der Beziehung beitragen können.

Andererseits weisen mit sozialen Netzwerken im Zusammenhang stehende Probleme wie Eifersucht und Vertrauenskonflikte darauf hin, dass der Konsum von Social Media zu Missverständnissen und Herausforderungen führen kann, welche die Beziehungsdauer potenziell verkürzen können.⁵² Das Beziehungsengagement und die gemeinsam verbrachte Offline-Zeit werden laut Abbasi (2019) durch einen starken Social Media Konsum verringert, in der Folge wird der Fokus von der eigenen Beziehung hin zu anderen Attraktionen in den sozialen Medien verschoben.⁵³ Die Problematik besteht hier vor allem in der ständigen Verfügbarkeit neuer Dating-Partner, welche die Versuchung und den Drang verstärken können, neue Beziehungen einzugehen oder bestehende Beziehungen zu hinterfragen. Diese ständige Verfügbarkeit kann das Gefühl der Zufriedenheit und Sicherheit in der eigenen Beziehung verringern und letztendlich zur Verkürzung der Beziehungsdauer führen.

Die ständige Exposition gegenüber anderen potenziellen Partnern kann auch das Bedürfnis hervorrufen, immer die "beste Wahl" zu treffen, was die Zufriedenheit in Beziehungen negativ beeinflussen und dazu führen kann, dass Menschen trotz bestehender Beziehung vermehrt aktiv nach neuen Partnern suchen.⁵⁴ Clayton et al. (2013) fanden beispielsweise heraus, dass die Nutzung von Facebook zu Untreue, Trennungen und Scheidungen beitragen kann, da es eine Plattform bietet, auf der Menschen leicht neue potenzielle Partner finden können.⁵⁵ Zu guter Letzt können auch die Vergleiche mit idealisierten Darstellungen von Beziehungen in den sozialen Medien zu unrealistischen Erwartungen und Unzufriedenheit führen. Dies kann Druck auf die Partnerschaft ausüben und ebenfalls zu Konflikten und einer frühzeitigen Trennung beitragen.⁵⁶

⁴⁹Bacigalupe und Lambe (2011)

⁵⁰Bowe (2010)

⁵¹Jensen und Rauer (2014)

⁵²Abbasi (2019)

⁵³ebd.

⁵⁴Muise et al. (2009)

⁵⁵Clayton et al. (2013)

⁵⁶Yacoub et al. (2018); Vaterlaus et al. (2018)

Social Media kann also sowohl durch die öffentliche Bekundung von Liebe und Zuneigung sowie durch die Bereitstellung eines unterstützenden Netzwerks das Glück und die Zufriedenheit innerhalb von Beziehungen fördern, jedoch auch durch die negativen Einflüsse wie Eifersucht und reduzierte Offline-Interaktionen negative Einflüsse auf Paarbeziehungen haben. Die Forschung weist hier darauf hin, dass die Qualität der Beziehung und das Verhalten des Partners eine entscheidende Rolle dabei spielen, ob die Nutzung von sozialen Medien positive oder negative Auswirkungen auf die Beziehungsdauer hat.⁵⁷

Die fünfte Forschungsfrage lautet dahingehend: **Können die negativen Einflüsse sozialer Medien die durchschnittliche Dauer von Beziehungen verkürzen, oder tragen positive Einflüsse zur Stabilität von Partnerschaften bei?**

4. Studie

Durch Betrachtung der theoretischen Hintergründe wird deutlich, dass die Untersuchung des Einflusses der sozialen Medien auf die Paarbeziehung noch lange nicht ausreichend erfolgt ist – insbesondere im deutschsprachigen Raum. Während positive Einflüsse von Social Media bislang hauptsächlich in Hinblick auf die Kennenlernphase in der Beziehung festgestellt wurden, gilt es in dieser Studie, zusätzlich auch positive Einflussfaktoren auf die gesamte Dauer der Beziehung zu erforschen. Zudem sollten negative Auswirkungen wie Eifersucht und Vertrauenskrisen genauer untersucht und dahingehend geprüft werden, ob Social Media nicht auch hier das Potenzial für positive Unterstützungsmechanismen bietet.

Um diese und weitere Thematiken zu untersuchen, wurde ein Fragebogen entwickelt, der die teilnehmenden Personen zu ihrer Beziehung, ihrer Zufriedenheit in der Partnerschaft sowie bezüglich ihrer Einstellung zu den oben genannten fünf Forschungsfragen befragt. Im Folgenden wird der Fragebogen abgebildet sowie die Stichprobe, die Methode und das Vorgehen der Untersuchung genauer erläutert.

4.1 Fragebogen

Frage 1: Wie alt bist du?

- A: 14-20 Jahre
- B: 21-30 Jahre
- C: 31-99 Jahre

Frage 2: Welchem Geschlecht fühlst du dich zugehörig?

- A: Männlich
- B: Weiblich
- C: Divers

Frage 3: Bist du derzeit in einer Beziehung?

Hinweis: Du kannst die folgenden Fragen auch beantworten, wenn du derzeit in keiner Beziehung bist – nutze dazu deine Erfahrungswerte aus vergangenen Beziehungen.

- A: Ja
- B: Nein
- C: Kennenlernphase

Frage 4: Wie lange bist du bereits mit deinem Partner in einer Beziehung?

- A: 0-12 Monate
- B: 1-3 Jahre
- C: 3-10 Jahre

⁵⁷Muise et al (2009)

D: 10 Jahre oder länger

Frage 5: Wie hast du deinen Partner kennengelernt?

- A: Über eine Dating-Plattform
- B: Über Social Media
- C: In der Schule / Universität / Arbeit
- D: In der Freizeit

Frage 6: Wie würdest du deine Beziehung beschreiben?

- A: Sehr harmonisch
- B: Weitestgehend harmonisch
- C: Manchmal herausfordernd
- D: Oft konfliktreich

Frage 7: Wie glücklich bist du in deiner Beziehung allgemein?

- A: Sehr glücklich
- B: Ziemlich glücklich
- C: Manchmal unzufrieden
- D: Häufig unglücklich

Frage 8: Wie viele Stunden am Tag verbringst du in den sozialen Medien?

- A: 0 Stunden
- B: 0,5-1 Stunde
- C: 1-2 Stunden
- D: 3 Stunden oder mehr

Frage 9: Nutzt dein Partner Social Media?

- A: Ja, regelmäßig
- B: Ja, manchmal
- C: Selten
- D: Gar nicht

Frage 10: Welche Social-Media-Plattformen nutzt du regelmäßig?

Mehrfachnennung möglich

- A: Instagram
- B: TikTok
- C: Facebook
- D: Datingplattformen (Tinder, Bumble, Hinge etc.)
- E: LinkedIn
- F: Andere

Frage 11: Welche Meinung über Social Media trifft auf dich zu?

Mehrfachnennung möglich

- A: Social Media ist eine gute Möglichkeit, um in Kontakt zu bleiben und neue Menschen kennenzulernen.
- B: Social Media ist nützlich, aber es sollte mit Vorsicht genutzt werden.
- C: Social Media hat positive Seiten, lenkt aber oft von wichtigeren Dingen im Leben ab.
- D: Social Media führt überwiegend zu negativen Auswirkungen wie Stress, Druck und unrealistischen Vergleichen.
- E: Ich bin neutral oder unsicher über den Einfluss von Social Media, da es sowohl gute als auch schlechte Seiten hat.

Frage 12: Vergleichst du dich häufig mit anderen Personen in den sozialen Medien?

- A: Sehr oft
- B: Manchmal
- C: Eher selten
- D: Nie

Frage 13: Nutzt du Social Media als Möglichkeit, Dating-Partner zu finden?

- A: Ja, ich habe schon einmal versucht oder versuche aktuell, darüber meinen Partner kennenzulernen.
- B: Ja, ich verwende es hin und wieder als Möglichkeit, aufregende und lockere Bekanntschaften zu machen.
- C: Nein, nur wenn sich die Möglichkeit zufällig ergibt.
- D: Nein, gar nicht.

Frage 14: Hast du das Gefühl, durch Social Media wird das Kennenlernen neuer Dating-Partner vereinfacht?

- A: Ja, sehr
- B: Ja, etwas
- C: Nein, eher nicht
- D: Nein, gar nicht

Frage 15: Traust du dich auf Social Media eher als im echten Leben, den ersten Schritt zu machen?

- A: Ja, auf jeden Fall
- B: Ja, etwas
- C: Nein, eher nicht
- D: Nein, gar nicht

Frage 16: Hast du das Gefühl, über Social Media und Dating-Plattformen einen Partner zu finden, der besser zu dir passt?

- A: Ja, definitiv. Ich habe mehr Auswahl und kann gezielter suchen.
- B: Ja, etwas. Manchmal scheinen die Optionen vielversprechend.
- C: Nein, eher nicht. Es ist schwer zu sagen, ob die Personen wirklich kompatibel sind.
- D: Nein, gar nicht. Ich finde, es ist schwierig, echte Verbindungen online zu knüpfen.

Frage 17: Hast du das Gefühl, deine Einstellungen zu Liebe und Partnerschaft werden durch Social Media geprägt?

- A: Ja, sehr
- B: Ja, etwas
- C: Ein bisschen
- D: Nein, gar nicht

Frage 18: Wie hat Social Media dein Bild von der idealen Beziehung geprägt?

- A: Stark positiv beeinflusst. Ich habe viele inspirierende Beispiele und Ziele für meine eigene Beziehung entdeckt.
- B: Etwas positiv beeinflusst. Es gibt hilfreiche Tipps und Ideen, die ich in meine Beziehung einbringen kann.
- C: Kein Einfluss. Meine Vorstellungen von einer idealen Beziehung sind unabhängig von dem, was ich auf Social Media sehe.
- D: Negativ beeinflusst. Die unrealistischen Darstellungen haben meine Erwartungen verzerrt und zu Unzufriedenheit geführt.

Frage 19: Hast du das Gefühl, Social Media beeinflusst die Beziehung mit deinem Partner?

- A: Ja, sehr stark
- B: Ja, etwas
- C: Eher nicht
- D: Nein, gar nicht

Frage 20: Nimmst du den Einfluss der sozialen Medien auf deine Beziehung eher negativ oder positiv wahr?

- A: Verstärkt unsere Bindung
- B: Neutral
- C: Führt manchmal zu Missverständnissen
- D: Verursacht häufig Konflikte

Frage 21: Hat dir Social Media schon einmal dabei geholfen, deinen Partner und seine Interessen besser einschätzen zu können – beispielsweise für ein Geburtstagsgeschenk?

- A: Ja, definitiv. Durch die Posts und Aktivitäten auf Social Media habe ich tiefergehende Einblicke in die Interessen und Vorlieben bekommen.
- B: Ja, etwas. Ich habe einige neue Aspekte über meinen Partner entdeckt, aber ich verlasse mich nicht ausschließlich auf Social Media.
- C: Nicht wirklich. Social Media gibt nur einen oberflächlichen Einblick.
- D: Nein, überhaupt nicht. Ich finde, dass Social Media oft ein verzerrtes Bild von Personen vermittelt.

Frage 22: Hast du durch Tipps von anderen Personen auf Social Media, wie Experten oder Influencern, positive Veränderungen in deiner Beziehung erfahren?

- A: Ja, definitiv. Wir haben wertvolle Ratschläge genutzt, die unsere Beziehung gestärkt und uns geholfen haben, unsere Ziele zu erreichen.
- B: Ja, teilweise. Einige Tipps waren hilfreich, um spezifische Herausforderungen zu überwinden oder Ziele zu erreichen.
- C: Nicht wirklich. Wir haben einige Ratschläge ausprobiert, aber sie hatten keinen großen Einfluss auf unsere Beziehung.
- D: Nein, überhaupt nicht. Wir verlassen uns nicht auf Social Media für Beziehungstipps.

Frage 23: Teilst du Inhalte über deine Beziehung auf Social Media?

- A: Sehr oft, fast täglich
- B: Regelmäßig, etwa einmal pro Woche
- C: Selten, nur zu besonderen Anlässen
- D: Nie, ich halte meine Beziehung lieber privat

Frage 24: Wie wichtig ist es dir, Beziehungsmeilensteine wie einen Jahrestag auf Social Media zu teilen?

- A: Sehr wichtig
- B: Etwas wichtig
- C: Nicht sehr wichtig
- D: Gar nicht wichtig

Frage 25: Wie wichtig ist es dir, dass dein Partner Beiträge von euch auf Social Media teilt?

- A: Sehr wichtig
- B: Etwas wichtig
- C: Nicht sehr wichtig
- D: Gar nicht wichtig

*Frage 26: Welche Probleme treten in deiner Beziehung in Zusammenhang mit Social Media auf?
Mehrfachnennung möglich*

- A: Eifersucht aufgrund von Interaktionen mit anderen
- B: Missverständnisse durch Online-Kommunikation
- C: Vernachlässigung der gemeinsamen Zeit zugunsten von Social Media
- D: Unstimmigkeiten über das Teilen von persönlichen Informationen
- E: Übermäßiger Vergleich mit anderen Paaren
- F: Keine Probleme

*Frage 27: Welche positiven Effekte treten in deiner Beziehung in Zusammenhang mit Social Media auf?
Mehrfachnennung möglich*

- A: Verbesserte Kommunikation – Wir teilen und diskutieren Inhalte, die uns beide interessieren, was zu tieferen Gesprächen führt.
- B: Erhöhte Verbundenheit – Durch regelmäßige Updates fühlen wir uns auch dann miteinander verbunden, wenn wir physisch getrennt sind.
- C: Inspirierende Ideen für gemeinsame Aktivitäten – Wir entdecken neue Dinge, die wir zusammen unternehmen können.
- D: Unterstützung und Rat von Gemeinschaften – Zugang zu Gruppen und Foren, die nützliche Beziehungstipps und Unterstützung bieten.
- E: Gemeinsame Erinnerungen festhalten – Wir nutzen Social Media, um besondere Momente festzuhalten und zu teilen, was unsere Bindung stärkt.
- F: Keine positiven Effekte

Frage 28: Inwiefern inspiriert euch Social Media zu gemeinsamen Aktivitäten?

- A: Wir entdecken oft neue Orte, Events und Ideen, die wir gemeinsam ausprobieren wollen.
- B: Gelegentlich finden wir etwas, das uns anspricht und das wir gemeinsam machen möchten.
- C: Ich sehe interessante Dinge, aber es führt selten zu tatsächlichen Unternehmungen.
- D: Wir nutzen Instagram nicht als Quelle für Aktivitäten oder lassen uns davon beeinflussen.

Frage 29: Fühlst du dich deinem Partner durch Social Media näher, auch wenn ihr räumlich getrennt seid?

- A: Ja, definitiv. Durch regelmäßige Updates und das Teilen von Momenten fühle ich mich ihm/ihr sehr verbunden.
- B: Ja, etwas. Es hilft, aber es ersetzt nicht das Gefühl, physisch zusammen zu sein.
- C: Nicht wirklich. Social Media gibt uns zwar die Möglichkeit, in Kontakt zu bleiben, aber es fühlt sich nicht so nah an.
- D: Nein, überhaupt nicht. Ich finde, dass Social Media unsere Beziehung eher distanzierter macht.

Frage 30: Wie wirkt sich Social Media auf eure gemeinsame Zeit aus?

- A: Social Media nimmt so viel Zeit in Anspruch, dass weniger Momente für uns beide übrig bleiben.
- B: Es gibt Tage, an denen Social Media unsere gemeinsame Zeit beeinträchtigt.
- C: Meistens managen wir unsere Zeit so, dass unsere Beziehung nicht darunter leidet.
- D: Wir setzen klare Prioritäten für unsere Beziehung, unabhängig von Social Media.

Frage 31: Verbringt dein Partner deiner Ansicht nach zu viel Zeit auf Social Media?

- A: Ja, oft
- B: Ja, manchmal
- C: Nein, selten
- D: Nein, nie

Frage 32: Hat Social Media einen Einfluss auf die Aufmerksamkeit deines Partners?

- A: Ja, definitiv. Er/Sie ist oft abgelenkt durch das Handy, auch wenn wir zusammen sind.
- B: Manchmal. Es gibt Momente, in denen ich mir mehr Aufmerksamkeit wünschen würde, statt dass er/sie auf das Handy schaut.
- C: Selten. Meistens ist mein Partner aufmerksam, auch wenn er/sie Social Media nutzt.
- D: Nein, gar nicht. Social Media hat keinen Einfluss auf die Aufmerksamkeit meines Partners mir gegenüber.

Frage 33: Bestehen in eurer Beziehung Regeln für den Umgang mit Social Media?

- A: Ja, wir haben klare Regeln.
- B: Wir haben einige allgemeine Richtlinien.
- C: Nein, aber wir sollten vielleicht welche einführen.
- D: Nein, wir sehen keinen Bedarf.

Frage 34: Wie oft diskutiert ihr in eurer Partnerschaft über den Gebrauch von Social Media?

- A: Nie

- B: Selten
- C: Manchmal
- D: Oft

Frage 35: Hast du das Gefühl, dass das Thema Eifersucht in der Partnerschaft durch die Nutzung von Social Media häufiger aufkommt?

- A: Ja, deutlich häufiger
- B: Ja, etwas häufiger
- C: Nein, es bleibt gleich
- D: Nein, es kommt seltener vor

Frage 36: Haben du oder dein Partner sich schon einmal auf Wunsch des anderen von einer Person in den Sozialen Medien distanziert (entfolgt, blockiert)?

- A: Ja, ich habe das auf Wunsch meines Partners getan.
- B: Ja, mein Partner hat das auf meinen Wunsch getan.
- C: Beide haben das schon gemacht.
- D: Nein, das war nie ein Thema.

Frage 37: Würdest du einen Social Media Account auf Wunsch deines Partners löschen?

- A: Ja, ohne zu zögern
- B: Ich würde darüber nachdenken und es vielleicht tun
- C: Wahrscheinlich nicht
- D: Nein, auf keinen Fall

Frage 38: Hast du schon einmal heimlich auf dem Handy deines Partners die Accounts auf Social Media überprüft?

- A: Ja, regelmäßig. Ich mache das oft, um zu sehen, was er/sie macht.
- B: Ja, ein paar Mal. Ich war neugierig oder hatte spezifische Gründe zur Sorge.
- C: Einmal, aus einer großen Sorge heraus.
- D: Nein, nie. Ich respektiere die Privatsphäre meines Partners und vertraue ihm/ihr.

Frage 39: Wie wirkt sich Social Media insgesamt auf das Vertrauen in deiner Partnerschaft aus?

- A: Es stärkt unser Vertrauen. Gemeinsame Bilder präsentieren unsere Beziehung nach außen, zudem kommunizieren wir offen über unsere Social Media Aktivitäten.
- B: Es hat keinen Einfluss. Wir halten Social Media und unsere Beziehung getrennt.
- C: Es schwächt gelegentlich das Vertrauen. Manchmal entstehen Missverständnisse oder Unstimmigkeiten.
- D: Es untergräbt unser Vertrauen stark. Eifersucht und Misstrauen entstehen durch Aktivitäten auf Social Media.

Frage 40: Wie wirkt sich die Verfügbarkeit vieler potenzieller Partner auf Social Media auf deine Beziehungstreue aus?

- A: Erhöht die Treue, da ich bewusster wähle
- B: Kein Einfluss auf die Treue
- C: Verleitet in seltenen Fällen zu Untreue
- D: Führt häufig zu Untreue

Frage 41: Hast du schon einmal heimlich auf Social Media oder einer Dating-Plattform mit anderen Personen geflirtet?

- A: Ja, regelmäßig. Ich genieße die Aufmerksamkeit und den Nervenkitzel.
- B: Ja, ein paar Mal, aus Neugier oder Langeweile.
- C: Einmal, und ich habe mich danach schlecht gefühlt.
- D: Nein, nie. Ich halte mich an die Treue in meiner Beziehung.

Frage 42: Hast du aufgrund von Social Media häufiger das Gefühl, etwas in deiner Beziehung zu verpassen und dich mit anderen Paaren zu vergleichen?

- A: Ja, oft. Die Darstellungen anderer Paare lassen mich zweifeln, ob meine Beziehung genug ist.
- B: Manchmal. Es gibt Momente, in denen ich durch das Sehen anderer Paare nachdenklich werde.
- C: Selten. Ich nehme zwar die Darstellungen anderer Paare wahr, aber sie beeinflussen meine Zufriedenheit mit meiner Beziehung kaum.
- D: Nein, nie. Ich bin zufrieden mit meiner Beziehung und weiß, dass Social Media oft eine geschönte Realität zeigt.

Frage 43: Hast du aufgrund von Social Media häufiger das Gefühl, ein anderer Partner könnte vielleicht besser zu dir passen?

- A: Ja, oft. Ich sehe viele Menschen, die Eigenschaften haben, die ich an meinem Partner vermisse.
- B: Manchmal. Einige Posts lassen mich über alternative Beziehungsmodelle oder -eigenschaften nachdenken.
- C: Selten. Obwohl ich interessante Menschen sehe, weiß ich, dass meine Beziehung mir wichtiger ist.
- D: Nein, nie. Ich bin zufrieden mit meiner aktuellen Beziehung.

Frage 44: Sehnt du dich aufgrund von Social Media häufiger danach, ungebunden zu sein?

- A: Ja, oft. Die Darstellung des Single-Lebens als frei und abenteuerlich beeinflusst mich stark.
- B: Manchmal. Ich sehe Vorteile im Leben von Singles auf Social Media, die mich gelegentlich reizen.

- C: Selten. Obwohl ich attraktive Aspekte des Single-Lebens sehe, schätze ich meine aktuelle Beziehung.
D: Nein, nie. Ich bin zufrieden mit meiner Beziehung und lasse mich durch Social Media nicht beeinflussen.

Frage 45: Wie wirkt sich Social Media deiner Einschätzung nach auf die Beziehungsdauer aus?

- A: Es fördert langfristige Beziehungen, indem es die Kommunikation erleichtert und Paare auch über Distanzen hinweg verbindet.
B: Die Wirkung von Social Media ist abhängig von der Art der Nutzung und der Kommunikation zwischen den Partnern.
C: Es hat keinen signifikanten Einfluss auf die Beziehungsdauer.
D: Es kann die Beziehungsdauer negativ beeinflussen, indem es zu Problemen wie Eifersucht, Missverständnissen und weniger qualitativer Zeit führt.

4.2 Methode und Vorgehen

Um die fünf Forschungsfragen zu untersuchen, wurde der oben abgebildete Fragebogen 100 zufällig ausgewählten Personen aus verschiedenen Altersgruppen online zur Verfügung gestellt. Der Fragebogen umfasst sowohl allgemeinere Fragen bezüglich der Einstellungen zur eigenen Beziehung, zum Social Media Konsum sowie der allgemeinen Zufriedenheit, als auch spezifischere Fragen zu den persönlichen Einstellungen zum Einfluss der sozialen Medien auf die Paarbeziehung. Ziel der Umfrage ist es, möglichst tiefe Einblicke in die individuellen Erfahrungen und Meinungen der Teilnehmer zu gewinnen.

Bei Auswertung der Daten wurden ausgewählte Antwortmöglichkeiten mit Zahlenwerten versehen, um auch Korrelationsanalysen mit dem Statistikprogramm Stata durchzuführen und so die jeweiligen Einflüsse genauer untersuchen sowie Muster in den Antworten identifizieren zu können. So können Zusammenhänge zwischen der Nutzung von sozialen Medien und verschiedenen Aspekten romantischer Beziehungen wie Beziehungszufriedenheit, Vertrauen und Eifersucht aufgedeckt werden. Dazu wurden die jeweiligen Antwortmöglichkeiten in Zahlenwerte umgewandelt, um den Einfluss mittels Grafen der Mittelwerte sichtbar zu machen. Ist nicht klar ersichtlich, wie die Werte zu verstehen sind, wird eine kurze Erklärung der Ausprägungen angefügt.

4.3 Beschreibung der Stichprobe

Die Studienteilnehmer verteilen sich auf drei Altersgruppen: 14 bis 20 Jahre, 20 bis 30 Jahre und 30 bis 99 Jahre. Am häufigsten vertreten ist die Altersgruppe der 20- bis 30-Jährigen, wie in Abbildung 1 zu sehen ist. Diese Altersgruppe ist für diese Untersuchung besonders relevant, da die darin enthaltenen Personen bereits in einer Zeit aufgewachsen sind, in der soziale Medien weit verbreitet waren. Daher sind die Einflüsse sozialer Medien auf diese Gruppe im Vergleich zu älteren Personen besonders interessant.⁵⁸ Durch die Aufteilung in drei Altersgruppen ermöglicht die Studie einen Vergleich zwischen verschiedenen Sozialisierungserfahrungen mit sozialen Medien: Die erste Gruppe besteht aus Personen, die weitestgehend ohne oder nur geringfügig durch Social Media sozialisiert wurden. Die zweite Gruppe umfasst diejenigen, die gleichzeitig mit dem Aufkommen von Social Media aufgewachsen sind. Die dritte Gruppe besteht aus Personen, für die Social Media von Anfang an ein fester Bestandteil ihres Alltags war.

An dieser Stelle muss erwähnt werden, dass die Aussage- und Repräsentationskraft der Ergebnisse dieser Studie durch die demografische Beschaffenheit der Stichprobe teilweise eingeschränkt wird – insbesondere in den Altersgruppen an den Rändern des Spektrums. Die Datenlage für die jüngsten Teilnehmer zwischen 14 und 20 Jahren sowie die älteren

⁵⁸Wampfler (2019)

über 30-Jährigen ist vergleichsweise dünn, was die Generalisierbarkeit der Ergebnisse für diese Altersgruppen beeinträchtigt.

Abb. 1 – Altersverteilung der Stichprobe

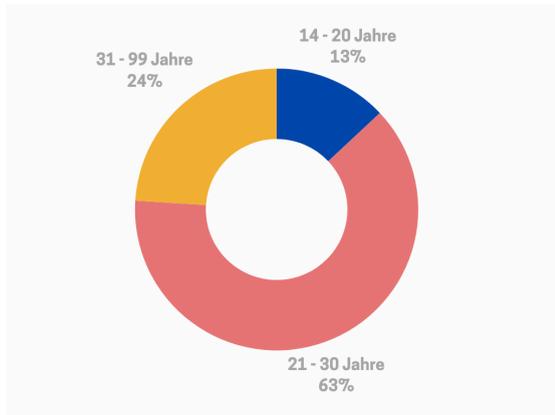
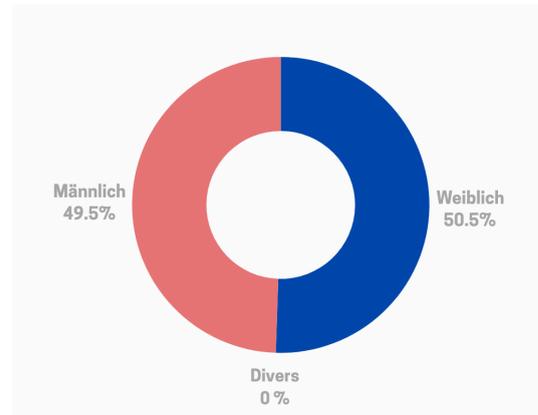


Abb. 2 – Geschlechterverteilung



Von den Studienteilnehmern befanden sich zum Zeitpunkt der Umfrage 84 Prozent in einer Beziehung. Die Personen, die derzeit in keiner Partnerschaft waren, beantworteten die Fragen basierend auf ihren Erfahrungen aus früheren Beziehungen. Die Stichprobe wurde weiter nach der Dauer der aktuellen oder vergangenen Beziehungen unterteilt. Wie in Abbildung 5 ersichtlich, weisen – wie erwartet – vorwiegend ältere Teilnehmer längere Beziehungsdauern auf. Insgesamt lernten 33 Prozent der Befragten ihren Partner über die sozialen Medien oder über Datingplattformen kennen, der Rest traf in der Freizeit, Schule, Arbeit oder Universität auf seinen Beziehungspartner.

Abb. 3 – Anteil Beziehungen

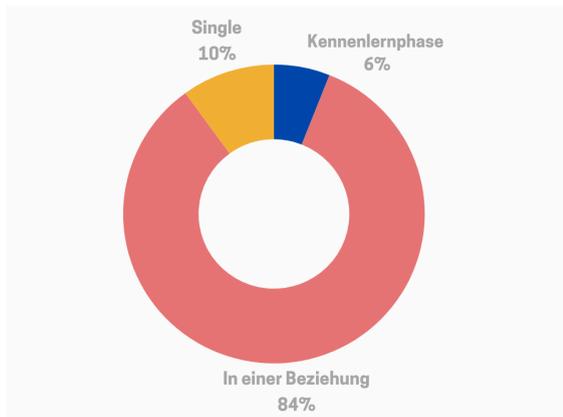


Abb. 4 – Beziehungsdauer

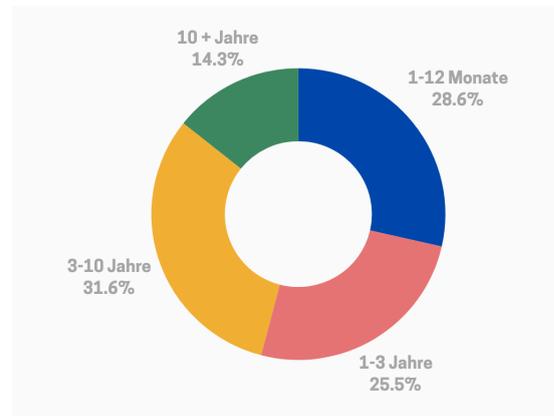
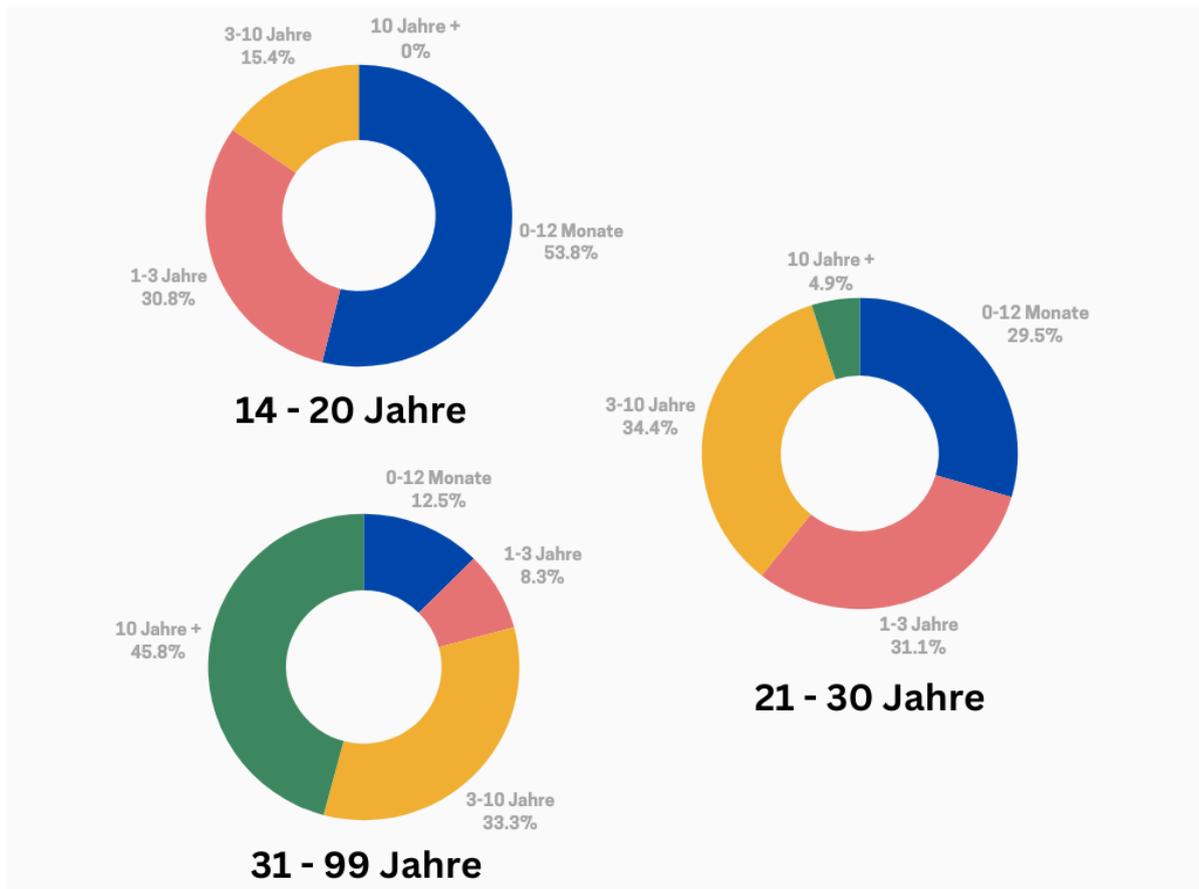


Abb. 5 – Beziehungsdauer nach Alter



Wie groß der potenzielle Einfluss von Social Media auf das Leben und die sozialen Beziehungen der Studienteilnehmer ist, zeigt die Häufigkeit der Nutzung von Social-Media-Plattformen: Von 100 Befragten verbringen 73 Personen mehr als eine Stunde am Tag in den sozialen Medien. Wie in Abbildung 8 zu sehen, wird die Plattform Instagram mit Abstand am häufigsten genutzt: 84 Studienteilnehmer verwenden die Plattform, während TikTok und LinkedIn mit 30 und 28 Nutzern folgen.

Abb. 6 – Ort des Kennenlernens

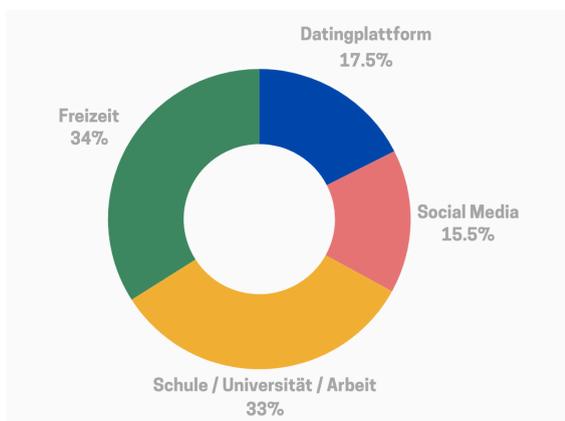


Abb. 7 – Social Media Nutzung pro Tag

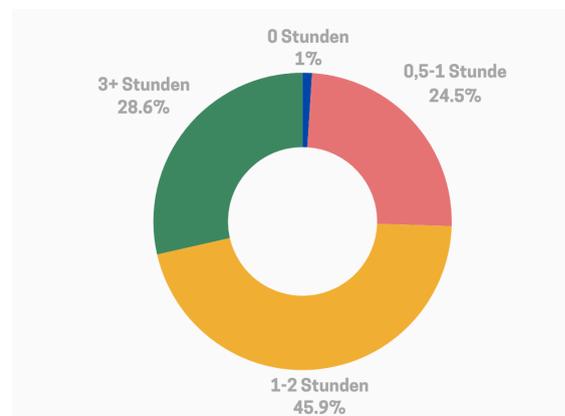
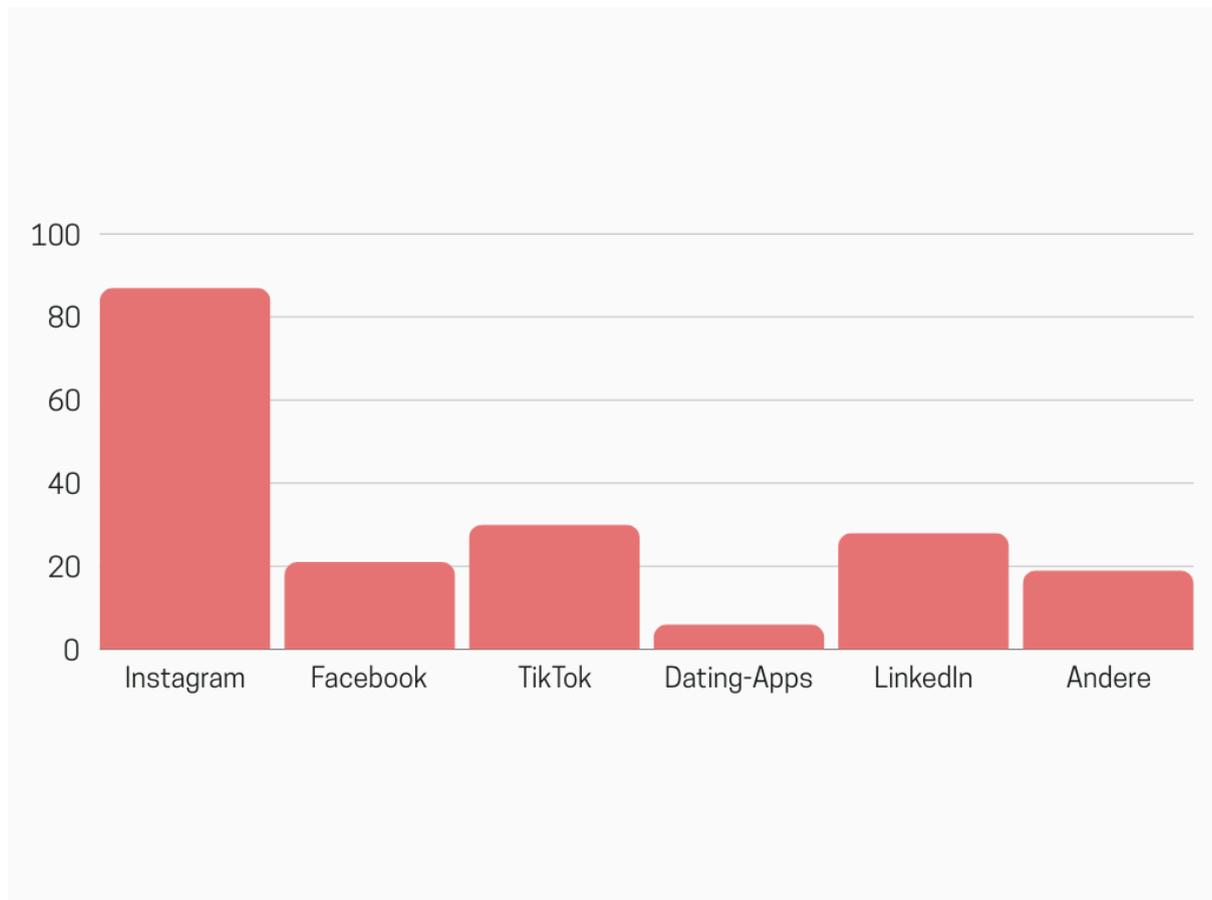


Abb. 8 – Nutzung von Social-Media-Plattformen der 100 Studienteilnehmer



5. Analyse der Ergebnisse

Im folgenden Abschnitt werden die Hauptergebnisse zu den fünf Forschungsthesen präsentiert, wobei sowohl die allgemeinen Einstellungen zur eigenen Beziehung und zum Social-Media-Konsum als auch spezifische Einflüsse sozialer Medien auf Paarbeziehungen untersucht werden. An einigen Stellen wird dabei ein besonderes Augenmerk auf die Unterschiede der Altersgruppen gelegt, um zu ermitteln, wie verschiedene demografische Gruppen von sozialen Medien beeinflusst werden. Durch Korrelationsanalysen werden Muster und Zusammenhänge in den Antworten identifiziert, um ein umfassendes Bild der Auswirkungen von Social Media auf die Beziehungsdynamik und deren Wahrnehmung zu zeichnen.

5.1 Einfluss von Social Media auf das Bild von Paarbeziehungen

Wie im Theorieteil in Kapitel 3.1 angeführt, hat Social Media großes Potenzial, das Bild von Paarbeziehungen zu beeinflussen. Doch trifft die in der Forschungsliteratur häufig vertretene These, dass durch die sozialen Medien unrealistische Erwartungen und damit ein verzerrtes Bild von Liebe und Partnerschaft entstehen, wirklich zu?

Zunächst einmal gilt: Ein genereller Einfluss von Social Media hat sich in den Ergebnissen dieser Umfrage bestätigt. 47 Prozent der Befragten geben an, dass Social Media ihre Einstellung zu Liebe und Partnerschaft zumindest etwas beeinflusst – 16 Prozent der

Studienteilnehmer sind sogar der Ansicht, dass ihr Bild von Beziehungen durch die sozialen Medien sehr stark geprägt wird.

Doch die Ergebnisse der Umfrage liefern an dieser Stelle auch einige interessante neue Erkenntnisse, denn der Einfluss wird überwiegend nicht negativ, sondern eher positiv wahrgenommen: So sind 38 Prozent der Befragten der Meinung, dass Social Media ihr Bild von der idealen Partnerschaft etwas (33 Prozent) und teilweise sogar sehr positiv (6 Prozent) beeinflusst hat. Im Gegensatz dazu sind lediglich 14 Prozent der Ansicht, dass Social Media zu unrealistischen Erwartungen und damit verbundener Unzufriedenheit führt.

In Hinblick auf die **erste Forschungsfrage** zeigt sich also, dass die sozialen Medien durchaus für einige Personen aus der Stichprobe hilfreiche Inspirationen und ein Support-Netzwerk liefern, welche das Bild von Beziehung und Partnerschaft positiv beeinflussen und prägen können. Der negative Einfluss hält sich hingegen in Grenzen: Den Studienteilnehmern fällt es allem Anschein nach nicht schwer, zwischen realistischen Darstellungen und idealisierten Darstellungen von Beziehungen in sozialen Medien zu unterscheiden.

Abb. 9 – Einfluss auf die Einstellungen zu Liebe und Partnerschaft

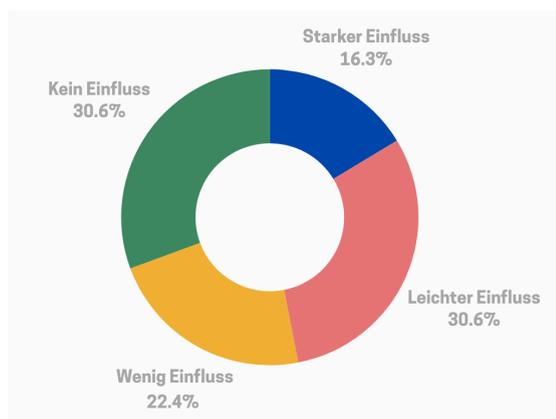
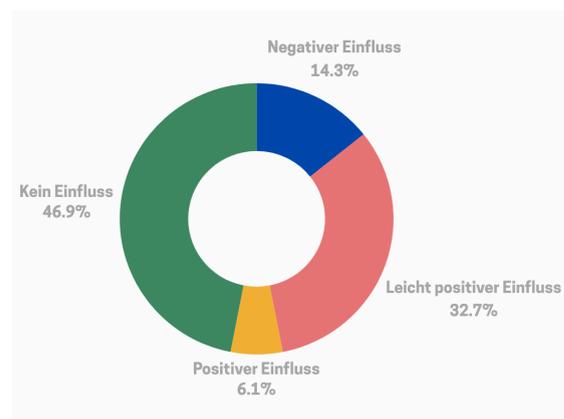


Abb. 10 – Einfluss auf das Bild der idealen Partnerschaft



5.2 Einfluss von Social Media auf das Kennenlernen des Partners

Social Media als Ort des Kennenlernens – das ist für viele Paare heutzutage die Realität. Insgesamt geben über 27 Prozent aller Befragten an, Social Media hin und wieder oder sogar häufiger als Möglichkeit zu nutzen, Dating-Partner zu finden. Vor allem in der Altersgruppe 14 bis 20 Jahre werden die sozialen Netzwerke genutzt, um lockere und aufregende Bekanntschaften zu machen: Knapp 70 Prozent der Personen in dieser Altersgruppe gaben an, Social Media zumindest gelegentlich für diesen Zweck zu verwenden. Die Ergebnisse aus der Umfrage zeigen zudem, dass 15 Prozent der Studienteilnehmer ihren Partner in den sozialen Netzwerken sowie 17 Prozent auf speziell dafür vorgesehenen Datingplattformen kennengelernt haben. Damit fanden insgesamt über ein Drittel der Befragten ihren Partner durch die Nutzung sozialer Medien – in der Altersklasse 14 bis 20 sogar annähernd die Hälfte der Studienteilnehmer, während es in der Altersgruppe 20 bis 30 gerade einmal knapp 24 Prozent sind.

Jüngere Personen verbringen durchschnittlich mehr Zeit auf Social Media, weshalb es naheliegt, dass es verstärkt für die Kontaktaufnahme mit potenziellen Partnern genutzt wird.

Interessanterweise haben jedoch auch aus der Altersgruppe 30+ über 37 Prozent der Personen ihren Partner über Social Media oder Datingplattformen kennengelernt. Als Erklärung kommen hier verschiedene Ansätze infrage: So suchen viele Personen in dieser Altersgruppe nach stabilen, ernsthaften Beziehungen. Online-Plattformen bieten ihnen die Möglichkeit, gezielt nach Partnern zu suchen, die ähnliche Absichten und Lebensziele haben – zudem ist das Kennenlernen eines Partners über Social Media in vielen Fällen weniger zeitintensiv und auch neben einem Job realisierbar. Im Laufe der Jahre kann sich zudem das soziale Umfeld stabilisieren oder sogar schrumpfen. Soziale Medien und Dating-Plattformen bieten hier die Möglichkeit, neue Menschen kennenzulernen, was besonders in der Altersgruppe über 30 hilfreich sein kann, in der viele einen geregelten Alltag haben, in dem sie regelmäßig die gleichen Personen treffen. Für diejenigen, die sich vielleicht nach einer langen Beziehung oder Ehe wieder auf die Partnersuche begeben, bieten Online-Plattformen ein niedrighschwelliges Angebot, welches gerne genutzt wird.⁵⁹

In der Umfrage zeigt sich ein eindeutiges Meinungsbild bezüglich Social Media als Ort des Kennenlernens: Rund 70 Prozent der Befragten geben an, dass das Kennenlernen neuer Dating-Partner durch Social Media mindestens etwas erleichtert wird, knapp ein Drittel der Befragten sind sogar der Meinung, dass die sozialen Medien die Suche nach einem Partner stark erleichtern. Damit stehen über zwei Drittel der Studienteilnehmer Social Media als Mittel zur Partnersuche positiv gegenüber. Das zeigt sich auch in der Auswertung der Frage "Traust du dich auf Social Media eher als im echten Leben, den ersten Schritt zu machen?". 22 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass es ihnen in sozialen Netzwerken sehr viel leichter fällt, aktiv auf einen potenziellen Dating-Partner zuzugehen, während insgesamt ganze 65 Prozent der Befragten angeben, dass es ihnen dank Social Media mindestens etwas leichter fällt, den ersten Schritt zu machen.

Die sozialen Netzwerke erleichtern den Zugang zu neuen potenziellen Partnern jedoch nicht nur in quantitativer, sondern teilweise auch in qualitativer Hinsicht: 32 Prozent der Studienteilnehmer teilen die Ansicht, dass Social Media zumindest gelegentlich vielversprechende Möglichkeiten bietet, einen Partner zu finden, der besser zur eigenen Person passt als potenzielle Partner, die man im echten Leben trifft. 13 Prozent der Befragten sind sogar der Meinung, dass die Auswahl in sozialen Netzwerken definitiv besser ist und die Plattformen eine gezieltere Suche ermöglichen. Über zwei Drittel der Studienteilnehmer teilen jedoch die Ergebnisse der Forschungen von Wu und Chiou (2009) sowie von Paul (2014) und geben an, dass sie es als eher schwierig oder sogar sehr schwierig empfinden, online tiefergehende Verbindungen zu knüpfen.

Die **zweite Forschungsfrage** lässt sich also wie folgt beantworten: Soziale Medien erleichtern das Kennenlernen neuer Partner nach Ansicht der Mehrheit der Teilnehmer zumindest etwas. Rund jeder dritte Studienteilnehmer ist zudem der Meinung, über Social Media lassen sich passendere Partner finden als im realen Leben. Ein Großteil findet jedoch, dass das Kennenlernen eher oberflächlicher Natur ist und sich die Eignung des Partners für eine Langzeitbeziehung nur schwer einschätzen lässt.

⁵⁹Finkel et al. (2012)

Abb. 11 – Partnersuche in sozialen Netzwerken allgemein

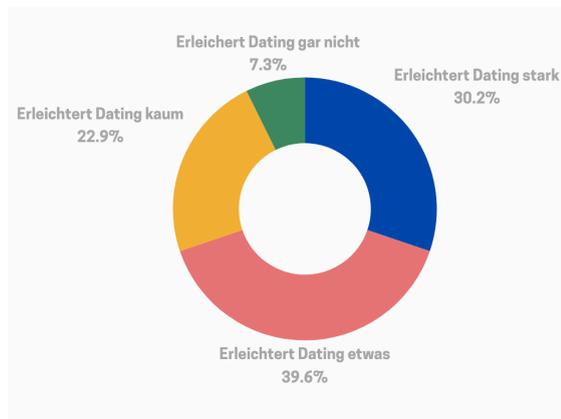
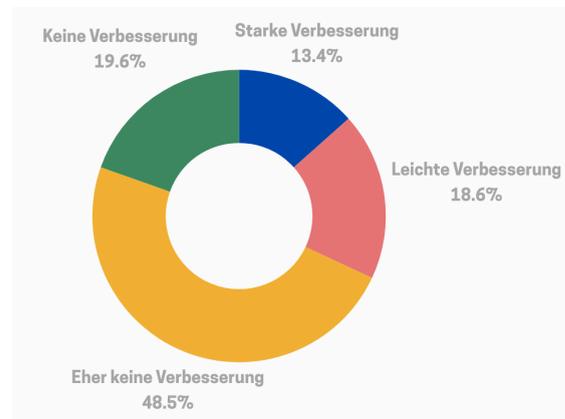


Abb. 12 – Passgenauigkeit der Dating-Partner



5.3 Einfluss von Social Media auf die Kommunikation und die gemeinsame Zeit

Wie in Kapitel 3.3 erläutert, ist sich die Forschung bislang uneinig darüber, ob soziale Medien überwiegend vorteilhafte oder eher negative Auswirkungen auf die Kommunikation, den Umgang zwischen den Partnern sowie die Qualität der gemeinsam verbrachten Zeit haben. Einerseits ermöglichen sie es Paaren, kontinuierlich in Verbindung zu bleiben, Erlebnisse sofort zu teilen und trotz räumlicher Distanz emotionale Nähe zu schaffen. Andererseits kann der häufige Konsum und die damit fehlende Aufmerksamkeit zu Missverständnissen und Unzufriedenheit in Beziehungen führen.

Zunächst einmal zeigt sich, dass ganze 41 Prozent der Befragten der Ansicht sind, dass Social Media ihre Beziehung zumindest etwas beeinflusst, wobei 7 Prozent der Meinung sind, ihre Partnerschaft wird sogar sehr stark beeinflusst. Der Rest der Studienteilnehmer empfindet den Einfluss von Social Media auf ihre Partnerschaft als gering oder nicht vorhanden. Rund 28 Prozent der Befragten nehmen den Einfluss eher negativ wahr und geben an, dass Social Media manchmal zu Missverständnissen führen kann. Lediglich 3 Prozent der Studienteilnehmer machen die Erfahrung, dass Social Media häufig zu Konflikten innerhalb der Partnerschaft führt. Während der Großteil (54 Prozent) einen neutralen Einfluss wahrnimmt, stufen 14 Prozent den Einfluss sogar als positiv ein und sind der Ansicht, dass Social Media die Bindung zwischen ihnen und ihrem Partner stärkt. Doch wie beeinflusst Social Media die Kommunikation und den Umgang in Beziehungen konkret? Bei der Analyse der Umfrage zeigt sich, dass in vielen Beziehungen durchaus einige Probleme in Hinblick auf die Nutzung von Social Media auftreten.

5.3.1 Weniger gemeinsame Zeit durch Social Media?

So sind 36 Prozent der Befragten der Meinung, dass innerhalb der Partnerschaft zumindest hin und wieder eine Vernachlässigung der gemeinsamen Zeit zugunsten von Social Media auftritt. Etwa ebenso viele geben an, dass sie zumindest gelegentlich über den Gebrauch von Social Media diskutieren.

Abb. 13 – Gefühlter Einfluss von Social Media auf die Partnerschaft

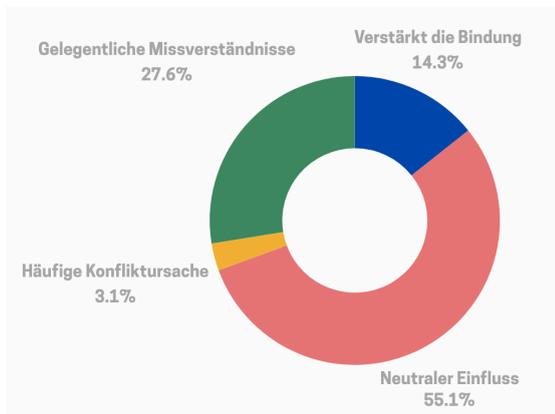
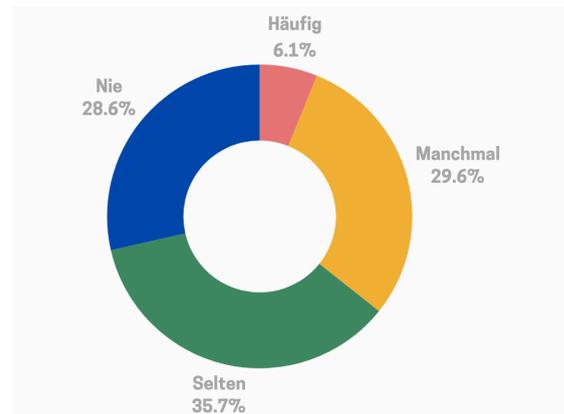
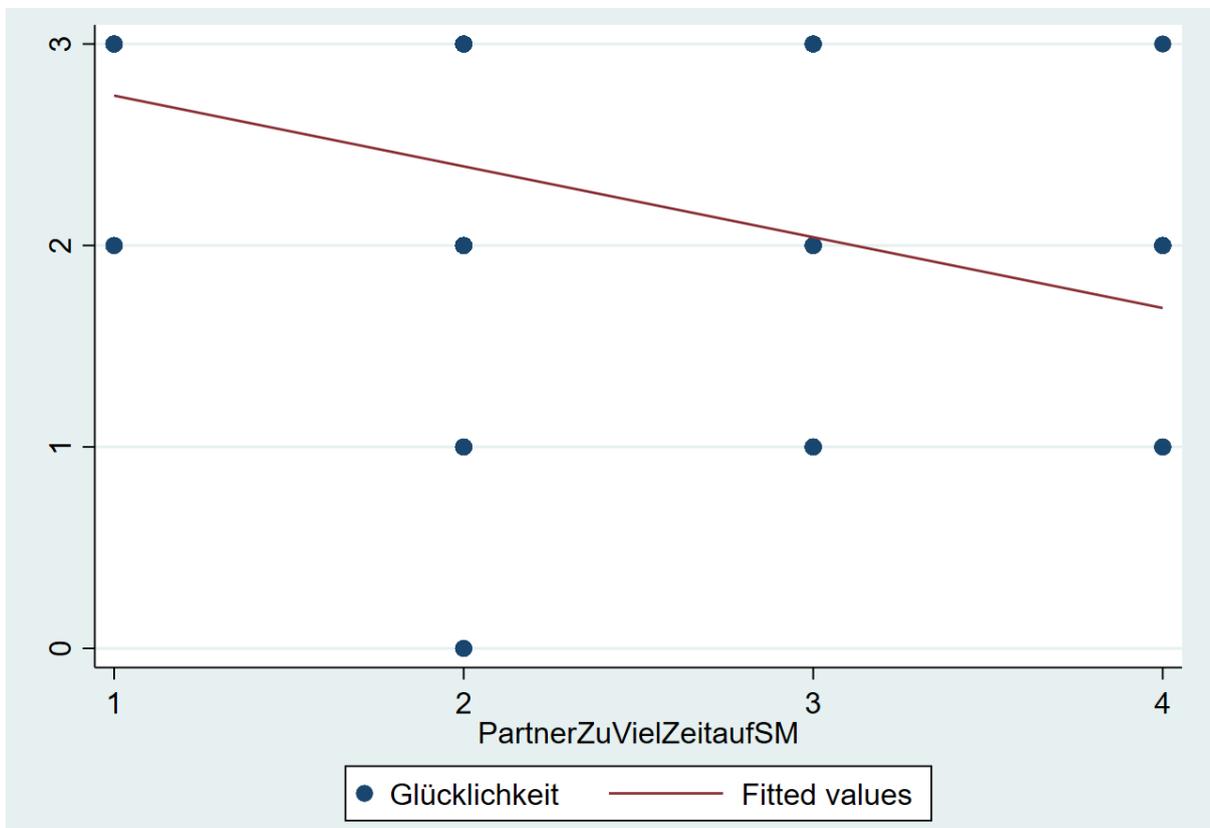


Abb. 14 – Beeinträchtigung der gemeinsamen Zeit



37 Prozent sind der Ansicht, dass ihr Partner zumindest manchmal zu viel Zeit auf Social Media verbringt – und noch einmal deutlich mehr Personen (56 Prozent) nehmen zumindest gelegentlich einen negativen Einfluss von Social Media auf die Aufmerksamkeit des Partners wahr. Auch in der Korrelationsanalyse in Abbildung 15 zeigt sich, dass die Studienteilnehmer, deren Partner viel Zeit auf Social Media verbringen, tendenziell unglücklicher in der Beziehung sind.

Abb. 15 – Einfluss der Einschätzung des Social-Media-Konsums des Partners auf die Beziehungszufriedenheit



Dennoch zeigt sich in der Umfrage, dass viele der Studienteilnehmer keinen grundsätzlich negativen Einfluss von Social Media auf die gemeinsam verbrachte Zeit bemerken. 63 Prozent der Studienteilnehmer geben an, ihren Social Media Konsum in der Regel so zu managen, dass er die gemeinsame Zeit mit dem Partner nicht beeinträchtigt. Es lassen sich sogar positive Effekte finden: 41 Prozent der Umfrageteilnehmer geben an, dass sich Social Media positiv auf die Kommunikation in der Beziehung auswirkt und sie auch in Gesprächen mit dem Partner davon profitieren, indem über geteilte Inhalte auf Social Media gesprochen wird. 30 Prozent nutzen soziale Medien auch, um gemeinsam mit dem Partner Erinnerungen festzuhalten und so die gemeinsame Bindung zu stärken. Ganze 73 Prozent der Befragten geben zudem an, dass Social Media zumindest gelegentlich Inspiration für die gemeinsame Zeit bietet und dadurch neue Paar-Aktivitäten entdeckt werden, beispielsweise Events, Orte oder andere Ideen.

42 Prozent der befragten Personen stimmen außerdem der Aussage zu, dass die Social-Media-Profile des Partners ihnen zumindest hin und wieder dabei helfen, den Partner und seine Interessen besser einschätzen zu können – beispielsweise bei der Suche nach einem Geburtstagsgeschenk. 49 Prozent sind hingegen der Meinung, dass Social Media lediglich einen oberflächlichen Eindruck vermittelt, während 7 Prozent sogar angeben, dass die sozialen Medien ein verzerrtes Bild von Personen vermitteln.

Insbesondere in Hinblick auf Fernbeziehungen sehen viele Studienteilnehmer positive Seiten von Social Media: 48 Prozent sind hier der Ansicht, dass Social Media durch die Möglichkeit des konstanten Austauschs zumindest etwas zu einer erhöhten Verbundenheit führt, auch wenn Partner räumlich voneinander getrennt sind – auch wenn es nicht das Gefühl der physischen Nähe ersetzt. Lediglich 11 Prozent der Befragten empfinden die Nutzung von Social Media in Situationen räumlicher Trennung als distanzierenden Faktor, während 40 Prozent es als neutrale Möglichkeit zum Kontakthalten betrachten.

Abb. 16 – Zustimmung zu positiven Effekten von Social Media

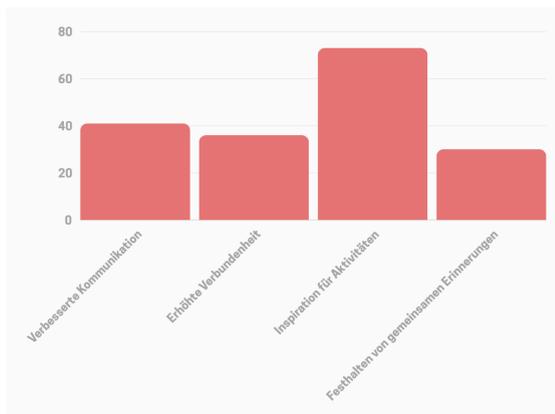
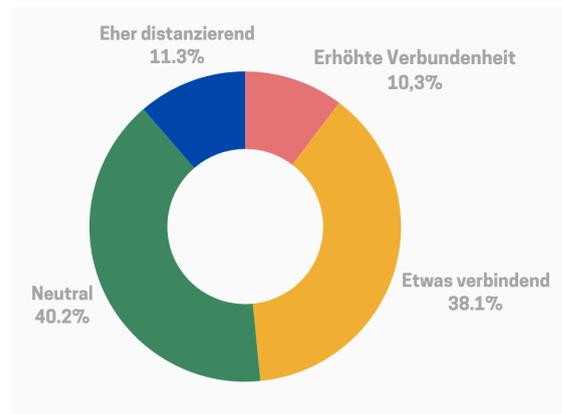


Abb. 17 – Social Media als verbindender Faktor bei räumlicher Trennung

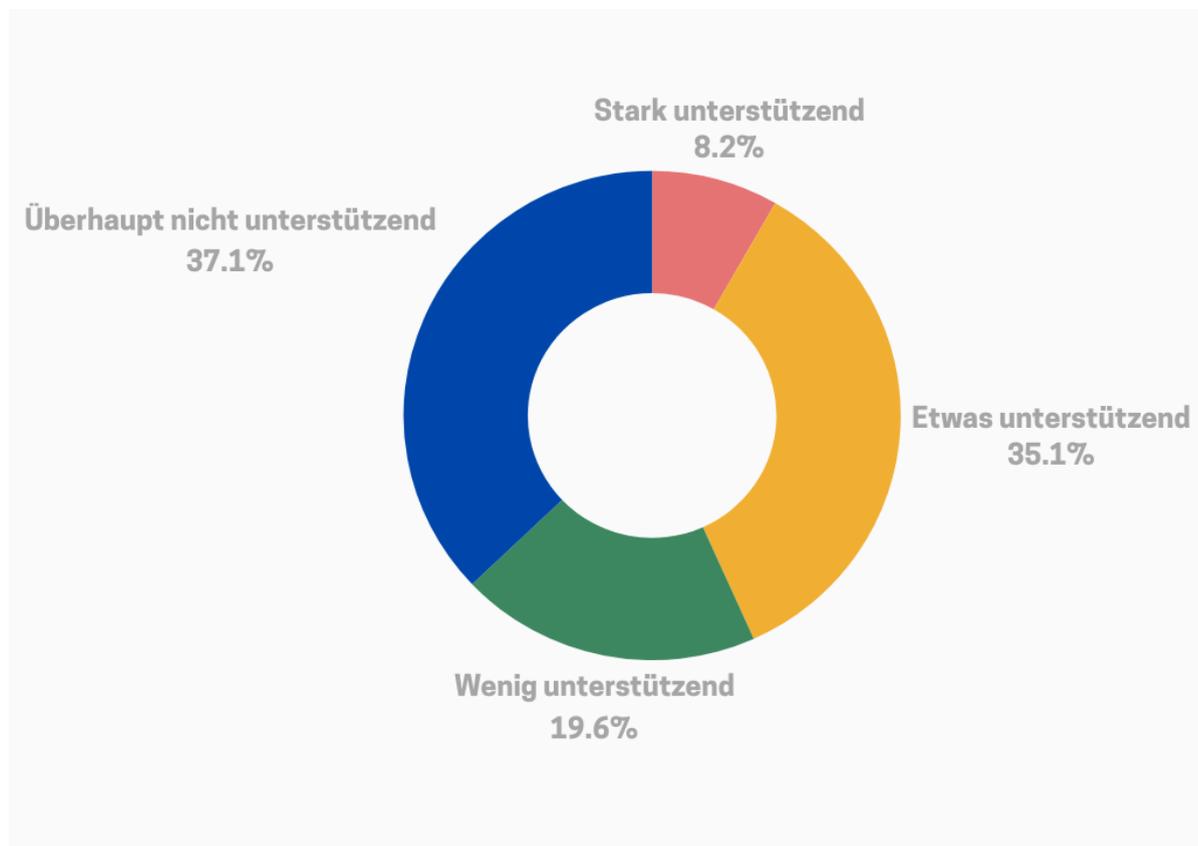


5.3.1 Social Media als Quelle der Unterstützung

Bietet Social Media auch, wie in der Studie von Jensen und Rauer (2014) vermutet, einen positiven Ort der Unterstützung für Paare? Die These dahinter ist, wie in Kapitel 3.3 kurz dargelegt, dass Inhalte auf sozialen Medienplattformen Tipps für das Beziehungsmanagement sowie emotionale Unterstützung bieten, die helfen können, die Partnerschaft zu stärken und Beziehungsprobleme zu bewältigen. In der genaueren Untersuchung zeigt sich, dass tatsächlich 42 Prozent der Umfrageteilnehmer in der Vergangenheit Tipps von anderen Paaren, Experten oder Influencern zumindest teilweise als hilfreich empfunden haben, um spezifische Herausforderungen zu überwinden oder bestimmte Ziele in der Beziehung zu erreichen.

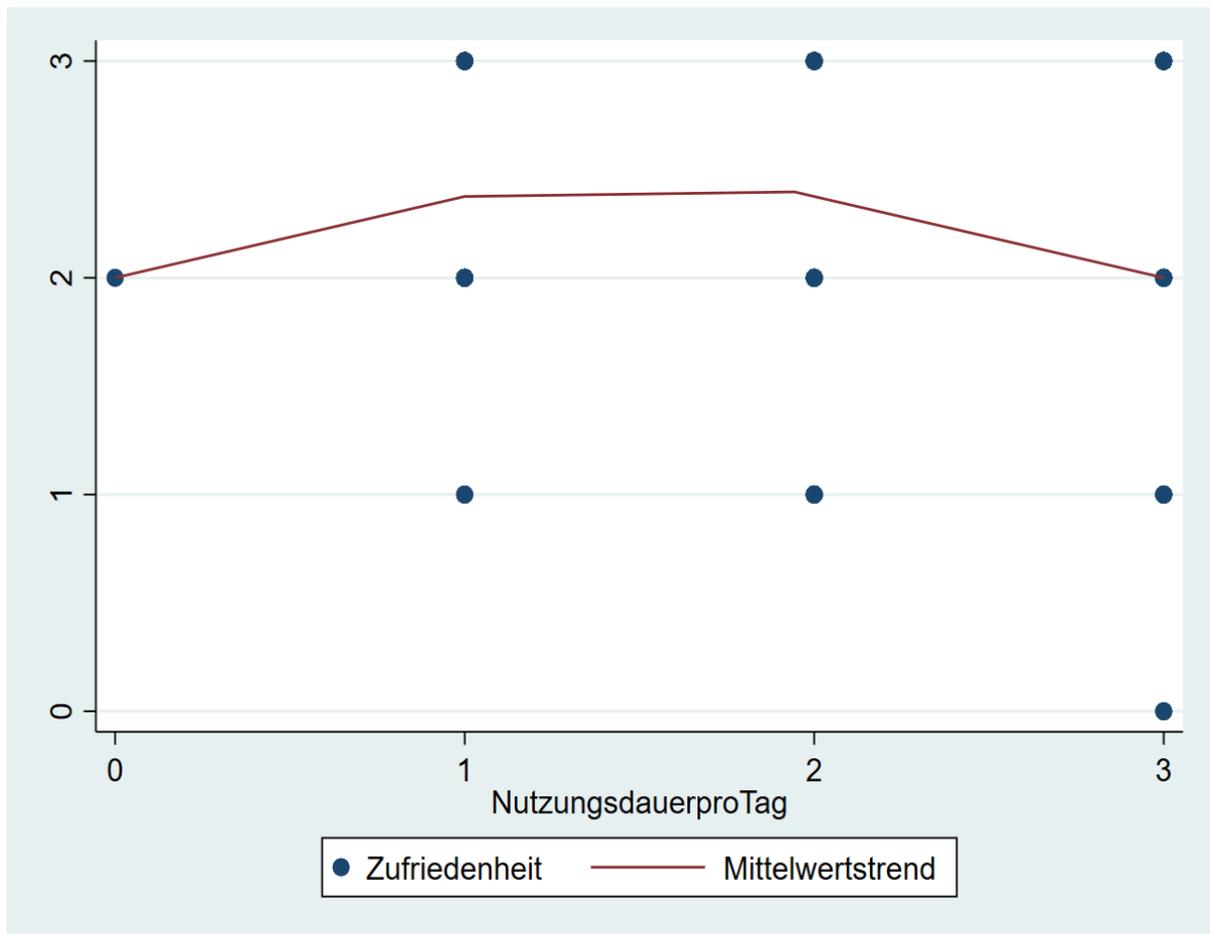
Hier zeigt sich, wie bereits in der Forschung von Jensen und Rauer (2014) festgestellt, ein leichter Unterschied bei Männern und Frauen: Während bei den männlichen Studienteilnehmern immerhin 38 Prozent mindestens hin und wieder auf Social Media als Netzwerk für Tipps und Unterstützung zurückgreifen, sind es bei den Frauen sogar 47 Prozent. Der Unterschied zwischen den Geschlechtern lässt sich unter anderem darauf zurückführen, dass Frauen tendenziell offener für emotionale Unterstützung und Austausch sind, während Männer eher seltener dazu neigen, ihre Beziehungsprobleme öffentlich zu teilen.⁶⁰ Auch hier zeigt sich wieder ein eindeutiger Alterseffekt: Von den 14- bis 20-Jährigen geben ganze 92 Prozent an, die sozialen Medien mindestens gelegentlich als Quelle für Tipps und Ratschläge für die Beziehung zu nutzen. Bei den 20- bis 30-Jährigen sind es 38 Prozent, während es bei den über 30-Jährigen nur noch 25 Prozent sind.

Abb. 18 – Einschätzung von Social Media als Quelle der Unterstützung



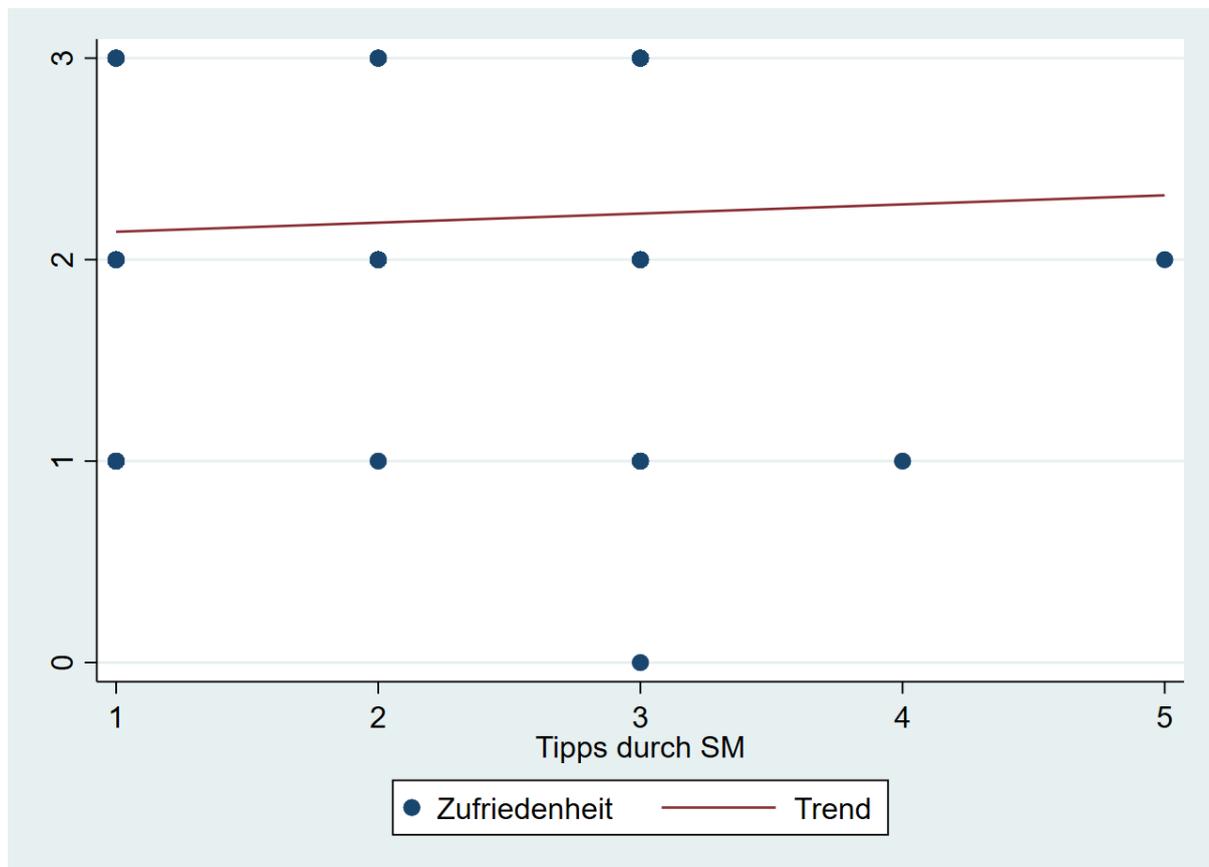
⁶⁰Jensen und Rauer (2014)

Abb. 19 – Einfluss der Nutzungsdauer auf die Beziehungszufriedenheit



In der Korrelationsanalyse in Abbildung 19 ist zu sehen, dass die Personen, die zwischen ein und zwei Stunden am Tag auf Social Media verbringen, aus der Studiengruppe am zufriedensten sind – sowohl eine geringere als auch eine höhere Nutzungsdauer korrelieren mit einer sinkenden Zufriedenheit. Das kann darauf hinweisen, dass eine moderate Social-Media-Nutzung die Zufriedenheit in der Beziehung nicht verschlechtert, sondern sogar verbessern kann – beispielsweise durch die positive Unterstützung, welche die Plattformen bieten können.

Abb. 20 – Einfluss der Nutzung von Social Media als Quelle der Unterstützung auf die Zufriedenheit in der Beziehung



In der Korrelationsanalyse der Abbildung 20 zeigt sich tatsächlich ein leichter Zusammenhang zwischen der Nutzung von Social Media als Quelle für Unterstützung und der Zufriedenheit in der Beziehung. Das bestätigt, dass Paare tatsächlich von Inhalten und Beiträgen von anderen Paaren oder Tipps und Erfahrungswerten von Experten oder Influencern profitieren können.

In Hinblick auf die **dritte Forschungsfrage** wird deutlich, dass der Social-Media-Konsum in moderatem Maße also auch positive Auswirkungen auf die Zufriedenheit in einer Beziehung haben kann – beispielsweise durch den dadurch ermöglichten Austausch sowie durch die Unterstützung des digitalen Netzwerks. Dennoch ist der Einfluss von Social Media auf den Umgang und die gemeinsam verbrachte Zeit gemischter Natur: Einige Paare schaffen es demnach, Social Media als positiven Einfluss für die Beziehung zu nutzen, mithilfe dessen die Beziehung bereichert und die Kommunikation gefördert wird. Andere bemerken eine Beeinträchtigung der gemeinsamen Zeit und eine verringerte Aufmerksamkeit des Partners, was sich negativ auf die Zufriedenheit in der Beziehung auswirken kann.

5.4 Einfluss von Social Media auf Vertrauen und Eifersucht in der Beziehung

Ob heimliche Chats mit anderen Personen oder das "Gefällt-mir"-Drücken von Beiträgen – mehr als jede dritte Person gibt an, hin und wieder oder sogar öfter Streit und Diskussionen aufgrund von Social Media in der Partnerschaft zu führen. Als besonders belastend wird hier das Thema digitale Eifersucht wahrgenommen: 36 Prozent der Befragten stimmen der Aussage zu, dass das Thema Eifersucht in der Beziehung durch Social Media zumindest etwas häufiger aufkommt.

5.4.1 Digitale Eifersucht ist abhängig vom Alter

Insbesondere in der Alterskategorie 14 bis 20 Jahre sticht das Thema der Eifersucht heraus: Über drei Viertel der Personen in dieser Gruppe geben an, dass das Thema digitale Eifersucht mindestens hin und wieder präsent ist, in der Altersgruppe 30+ gerade einmal 12 Prozent. Dass Eifersucht in der Partnerschaft gerade in dieser Altersgruppe ein Thema ist, zeigt auch die Auswertung der Frage "Haben du oder dein Partner sich schon einmal auf Wunsch des anderen von einer anderen Person in den sozialen Medien distanziert (entfolgt, blockiert)?": Während dies für etwa 75 Prozent der Personen ab 20 noch nie ein Thema war, geben knapp 84 Prozent der befragten Personen zwischen 14 und 20 an, dass entweder sie selbst, ihr Partner oder sogar beide auf Wunsch des anderen Partners, den Kontakt zu einer anderen Person in den sozialen Medien aufgegeben haben. Wie von Ozimek und Bierhoff (2019) beschrieben, zeigt sich auch in dieser Untersuchung, wie stark die Wirkung von sozialen Medien auf die Verunsicherung bei jungen Menschen ist und dass die Angst vor Untreue in dieser Altersgruppe besonders ausgeprägt zu sein scheint.

Wie groß die Unsicherheit ist, zeigt sich auch im weiteren Verlauf der Auswertung des Fragebogens: Über ein Drittel der Studienteilnehmer bestätigen, mindestens schon einmal aufgrund von Neugierde oder großer Sorge heimlich die Social-Media-Accounts des Partners überprüft zu haben – auch wenn lediglich 5 Prozent angeben, dies regelmäßig zu tun. Es zeigt sich eindrücklich, wie groß die Sorge bei jüngeren Studienteilnehmern ist: 92 Prozent aller 14- bis 20-Jährigen haben mindestens einmal in ihrer Beziehung das Handy des Partners durchsucht, während es bei den über 30-Jährigen gerade einmal 25 Prozent sind.

Abb. 21 – Auftreten von Eifersucht durch Social Media, alle Altersgruppen

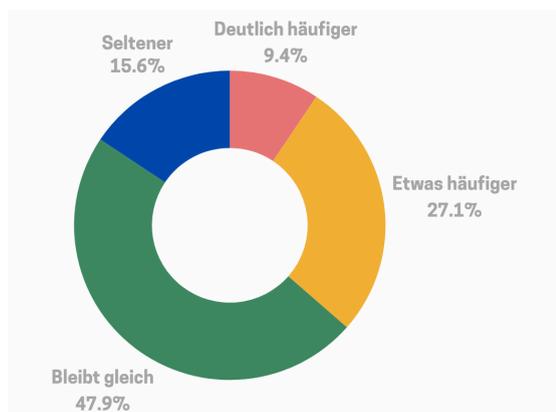
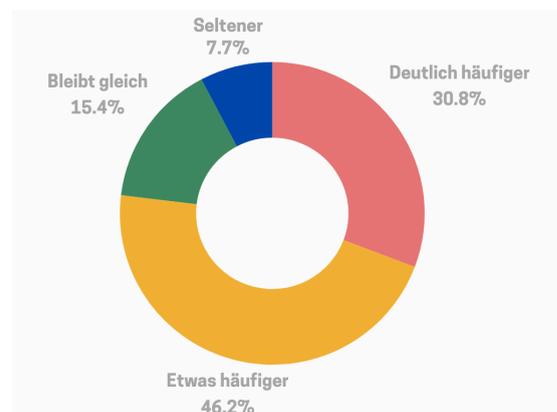


Abb. 22 – Auftreten von Eifersucht durch Social Media, Altersgruppe 14 bis 20



Interessant ist auch das Ergebnis der Frage “Bestehen in eurer Beziehung Regeln im Umgang mit Social Media?”: So geben lediglich 17 Prozent der Befragten an, dass einige allgemeine Richtlinien (11 Prozent) oder sogar klare Regeln (6 Prozent) in der Beziehung bestehen. 22 Prozent der Studienteilnehmer sind der Meinung, dass eine Einführung solcher Regeln sinnvoll wäre – der überwiegende Großteil (58 Prozent) sieht hingegen keinen Bedarf.

Auch hier zeigt sich, dass digitale Eifersucht hauptsächlich bei den jüngeren Studienteilnehmern ein Problem in der Beziehung darstellt: Dreiviertel der Jüngeren gibt an, einige Richtlinien in der Beziehung festgelegt zu haben oder zumindest den Bedarf dafür zu sehen. Dass der Wunsch nach oder das Vorhandensein von festen Regeln auf eine größere Unsicherheit hinweist, wird in der Korrelationsanalyse in Abbildung 23 sichtbar: Der Mittelwert zeigt, dass Befragte, die keine Social-Media-Regeln in ihrer Beziehung eingeführt haben, im Durchschnitt etwas zufriedener mit ihrer Partnerschaft sind. Die Korrelationsanalyse in Abbildung 24 zeigt, dass Personen aus der Studiengruppe, die vermehrt mit digitaler Eifersucht zu kämpfen haben, tendenziell unglücklicher in ihrer Beziehung sind.

Abb. 23 – Der Einfluss von Social-Media-Regeln auf die Zufriedenheit in der Partnerschaft (1=keine Regeln; 2=allgemeine Richtlinien; 3=feste Regeln)

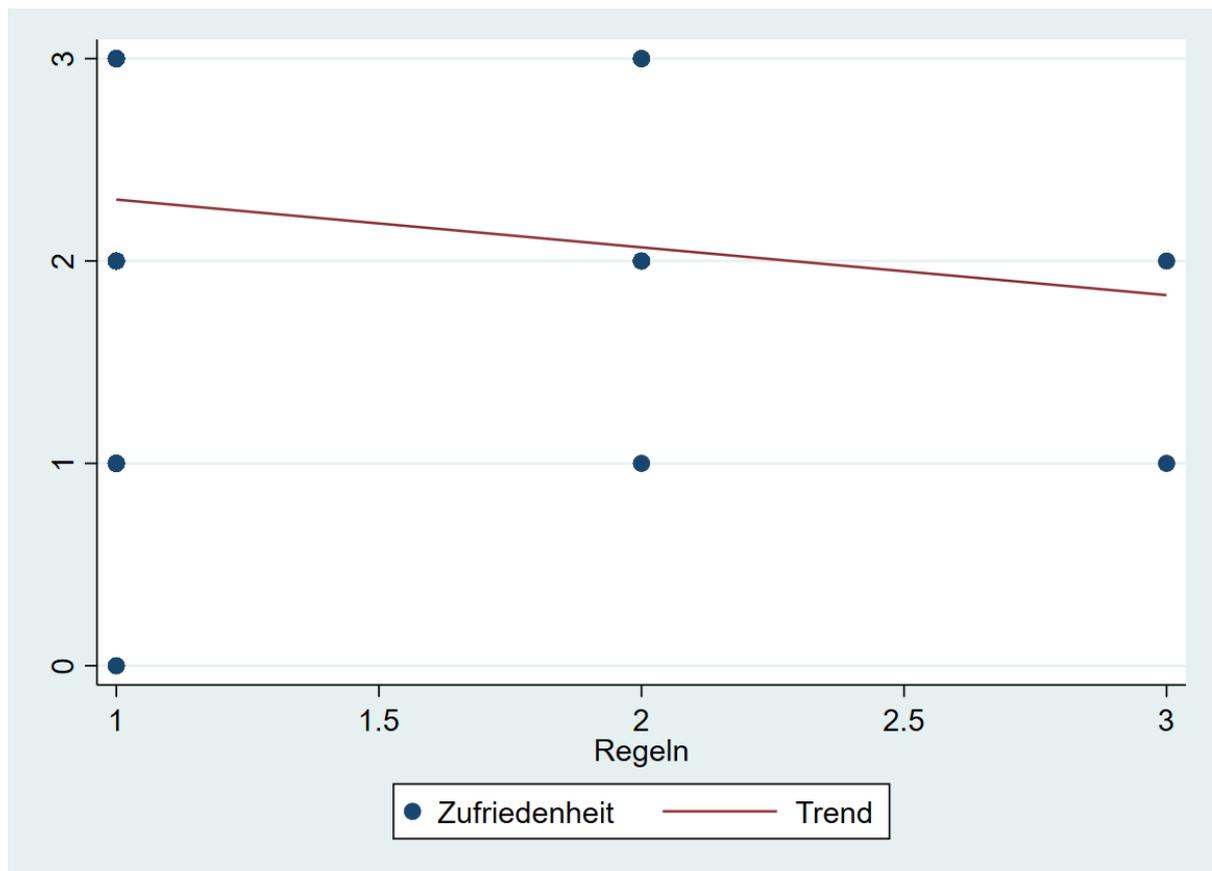
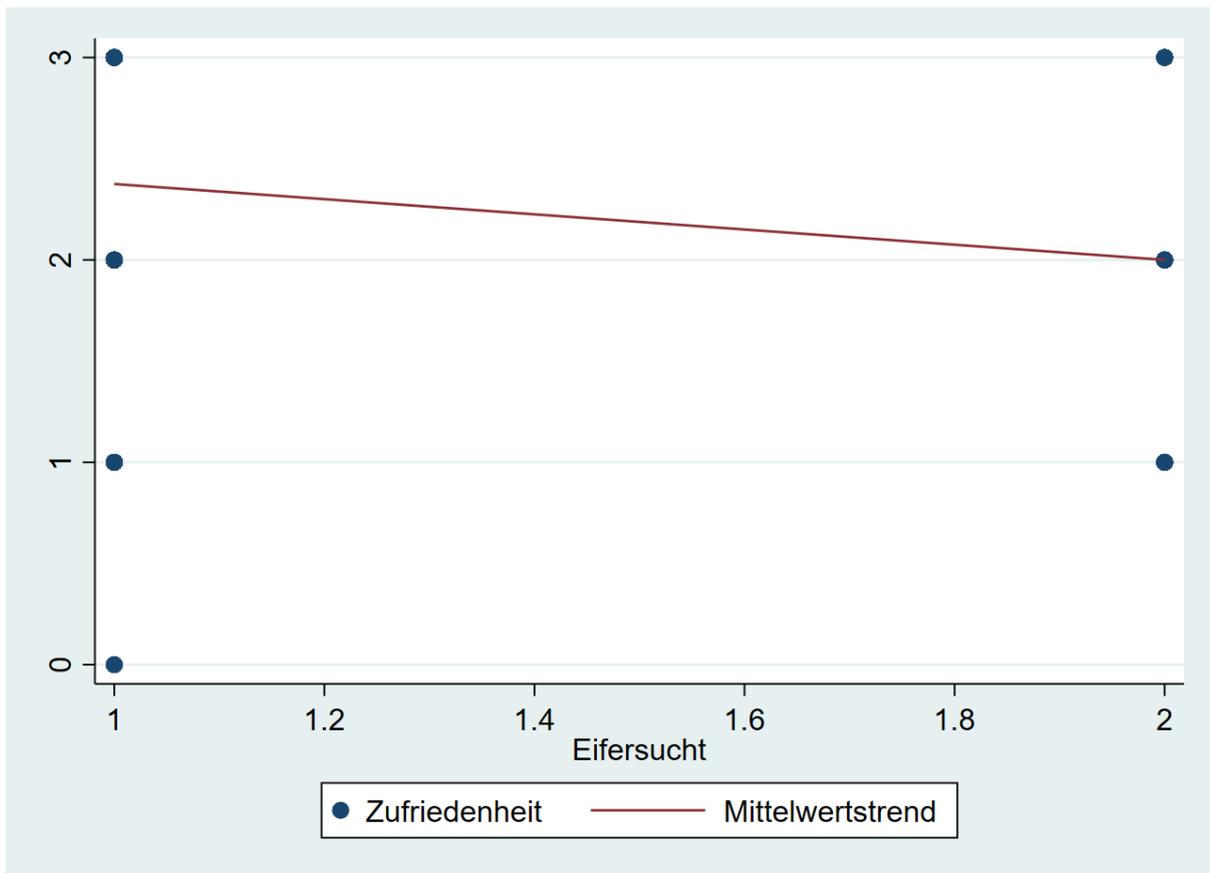


Abb. 24 – Einfluss von digitaler Eifersucht auf Zufriedenheit in Beziehung



5.4.2 Kann Social Media das gegenseitige Vertrauen in der Partnerschaft stärken?

Trotz negativer Auswirkungen auf die Beziehungsqualität haben soziale Medien durch die Präsentation der Beziehung nach außen auch das Potenzial, das gegenseitige Vertrauen sogar zu stärken. 34 Prozent – und damit mehr als jeder dritten befragten Person – ist es zumindest etwas wichtig, dass der Partner gemeinsame Beiträge auf seinen Social-Media-Kanälen postet. Jedoch postet nur rund jede sechste Person selbst gerne und häufig gemeinsame Bilder auf ihren eigenen Kanälen, Frauen etwas häufiger als Männer. Ein wenig anders sieht es mit wichtigen Beziehungsmeilensteinen aus: Immerhin jeder vierte Umfrageteilnehmer legt zumindest etwas Wert darauf, diese auf Social Media zu teilen. Mehr als jeder fünfte gibt in diesem Zuge an, dass sich Social Media durch die gemeinsame Präsentation nach außen positiv auf das Vertrauen in der Beziehung auswirkt.

Nur eine Minderheit der Studienteilnehmer findet, dass Social Media das Vertrauen stark (1 Prozent) oder etwas (18 Prozent) schwächt – der Großteil der Befragten (60 Prozent) ist grundsätzlich der Meinung, dass die sozialen Medien keinen Einfluss auf das Vertrauen in der Partnerschaft haben. Auch hier zeigt sich ein Alterseffekt: Während von den über 30-Jährigen lediglich knapp jeder zehnte der Ansicht ist, dass Social Media zumindest gelegentlich einen negativen Einfluss auf das Vertrauen hat, ist dieser Anteil bei den 14- bis 20-Jährigen mit rund einem Drittel deutlich höher. In der mittleren Alterskategorie ist jeder

fünfte der Meinung, dass das Vertrauen durch Social Media zumindest etwas geschwächt werden kann.

Abb. 25 – Präsentation der Beziehung auf Social-Media-Kanälen des Partners

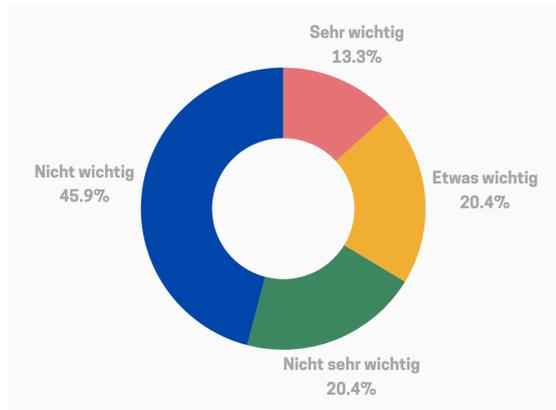
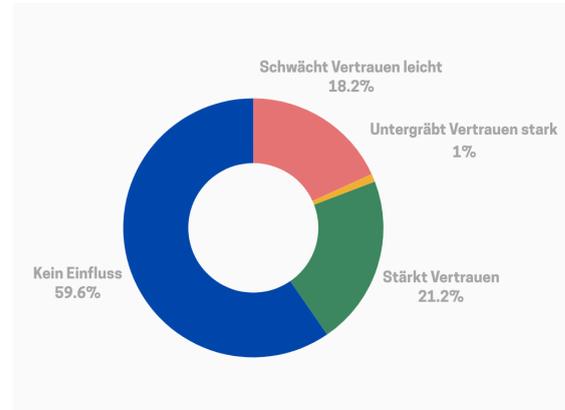


Abb. 26 – Einfluss von Social Media auf Vertrauen in der Partnerschaft

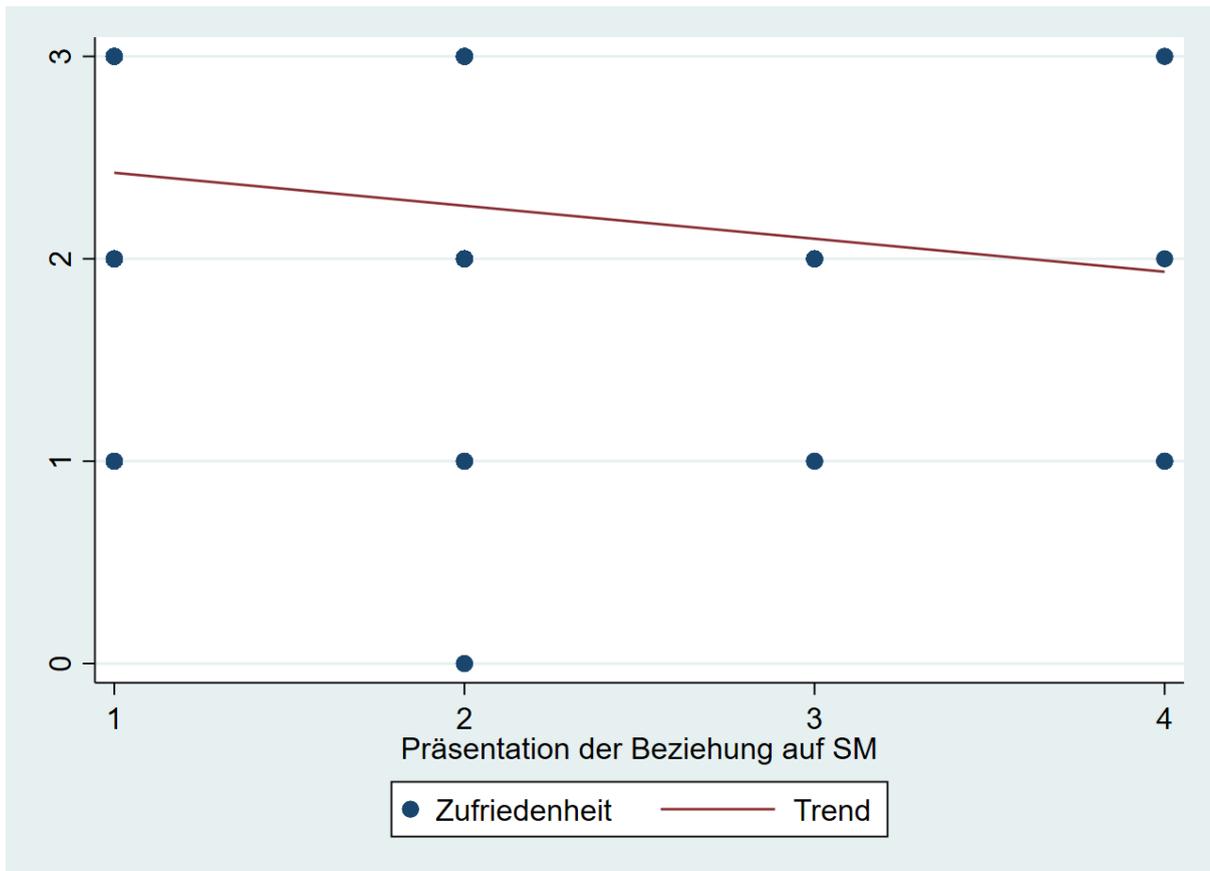


In der Korrelationsanalyse in Abbildung 27 zeigt sich eine leichte Korrelation dahingehend, dass Personen, die häufiger Bilder ihrer Beziehung auf Social Media teilen, tendenziell unglücklicher sind als solche, die ihre Beziehung privat halten. Anders als von Bowe (2010) und Coyne et al. (2011) festgestellt, kann die Darstellung der Beziehung auf sozialen Medien also lediglich für einige wenige Personen das Vertrauen in einer Partnerschaft stärken, indem sie ein öffentliches Bekenntnis zur Beziehung darstellt.⁶¹ Das Teilen solcher Momente schafft zwar ein verbindendes Element und zeigt der sozialen Umgebung, dass das Paar eine stabile Einheit bildet – das Teilen von Beziehungsinhalten auf Social Media ist jedoch möglicherweise mit Druck verbunden, eine bestimmte Fassade aufrechtzuerhalten oder mit anderen anscheinend glücklichen Paaren mithalten zu müssen. Dies kann zu Stress und Unzufriedenheit führen, wenn die öffentliche Darstellung nicht der realen Beziehungssituation entspricht oder wenn die ständige Online-Präsenz vom Partner als überwachend oder kontrollierend empfunden wird. Dass Frauen häufiger als Männer gemeinsame Beiträge posten, lässt sich unter anderem damit erklären, dass sie mehr Wert auf die Bestätigung und Wahrnehmung ihrer Beziehungen durch andere legen.⁶² Dies steht im Einklang mit der Beobachtung, dass Frauen häufig stärker in das Beziehungsmanagement involviert sind und möglicherweise soziale Medien als ein weiteres Werkzeug nutzen, um ihre Beziehung zu pflegen und zu stärken.

⁶¹Bowe (2019); Coyne et al. (2011); Mod (2010)

⁶²Jensen und Rauer (2014)

Abb. 27 – Korrelation zwischen Partnerschaft auf Social Media präsentieren und Zufriedenheit in der Beziehung



In Hinblick auf die **vierte Forschungsfrage** lässt sich Folgendes festhalten: Social Media bietet durchaus ein Risiko für Vertrauenskrisen, etwa durch Eifersucht oder Missverständnisse bezüglich der Interaktionen auf diesen Plattformen – insbesondere bei jüngeren Teilnehmern der Studie. Dies korreliert wiederum mit einer geringeren Beziehungszufriedenheit. Social Media bietet also durchaus Chancen für die Entstehung von Vertrauen und für die Beziehungspflege: Gemeinsame Beiträge auf Social-Media-Plattformen können das Gefühl der Zugehörigkeit und der gemeinsamen Identität als Paar fördern, was letztendlich die Bindung zwischen den Partnern stärken kann. In den Studienergebnissen findet sich jedoch eher ein gegenteiliger Effekt: Während nur etwas mehr als jeder fünfte Studienteilnehmer durch die öffentliche Präsentation einen positiven Effekt auf die Beziehung wahrnimmt, zeigt die allgemeine Tendenz, dass die Darstellung auf Social Media eher mit einer zunehmenden Unzufriedenheit einhergeht.

5.5 Einfluss von Social Media auf die Bindungsfähigkeit und Beziehungsdauer

Es zeigen sich bislang nicht nur negative, sondern auch positive Einflüsse der sozialen Medien auf die Qualität von Paarbeziehungen: Social Media bietet Paaren eine Möglichkeit zur permanenten Kommunikation, eine Plattform für Inspiration und die Chance, ihre Zuneigung öffentlich zu zeigen und anzuerkennen.⁶³ Zudem kann Social Media Paaren als positive Quelle für Tipps und Erfahrungswerte dienen. Entsprechende Inhalte und Netzwerkressourcen ermöglichen es Partnern, von den Erfahrungen anderer zu lernen, Ratschläge für spezifische Herausforderungen zu erhalten und Lösungsstrategien für alltägliche Beziehungsprobleme zu entdecken. Dieser Austausch kann besonders wertvoll sein, wenn es darum geht, Unterstützung in schwierigen Zeiten der Partnerschaft zu finden.⁶⁴

Gleichzeitig hat sich jedoch auch gezeigt, dass Social Media zu Einschränkungen der gemeinsamen Zeit sowie zu Eifersucht und Misstrauen führen kann. Die Sichtbarkeit von Interaktionen des Partners mit anderen Personen, insbesondere des anderen Geschlechts, kann Unsicherheiten und Konflikte verursachen, was sich wiederum negativ auf die Beziehungsstabilität auswirken kann.⁶⁵ Wie in Kapitel 3.5 thematisiert, wird vermutet, dass die Möglichkeit, jederzeit neue Kontakte zu knüpfen, die Versuchung stärkt, neue Beziehungen einzugehen und bestehende Beziehungen zu beenden.⁶⁶ Es gilt herauszufinden, ob die ständige Verfügbarkeit von neuen potenziellen Partnern auf Dating-Plattformen oder durch soziale Netzwerke tatsächlich dazu führt, dass bestehende Beziehungen hinterfragt werden.

Grundsätzlich fällt die Einschätzung der Studienteilnehmer zu dieser Thematik ("Wie wirkt sich Social Media deiner Einschätzung nach auf die Beziehungsdauer aus?") recht unterschiedlich aus: Ein Viertel der Befragten sind der Meinung, dass Social Media sich negativ auf die Beziehungsdauer auswirkt. 28 Prozent teilen die Ansicht, dass die Wirkung von sozialen Medien auf die Dauer von Partnerschaften von der jeweiligen Art der Nutzung abhängt. Die meisten Befragten (39 Prozent) geben an, dass ihrer Meinung nach kein Zusammenhang zwischen der Beziehungsdauer und der Nutzung von Social Media besteht. Lediglich 7 Prozent der Studienteilnehmer geben an, dass sich Social Media ihrer Meinung nach positiv auf die Dauer von Beziehungen auswirkt.

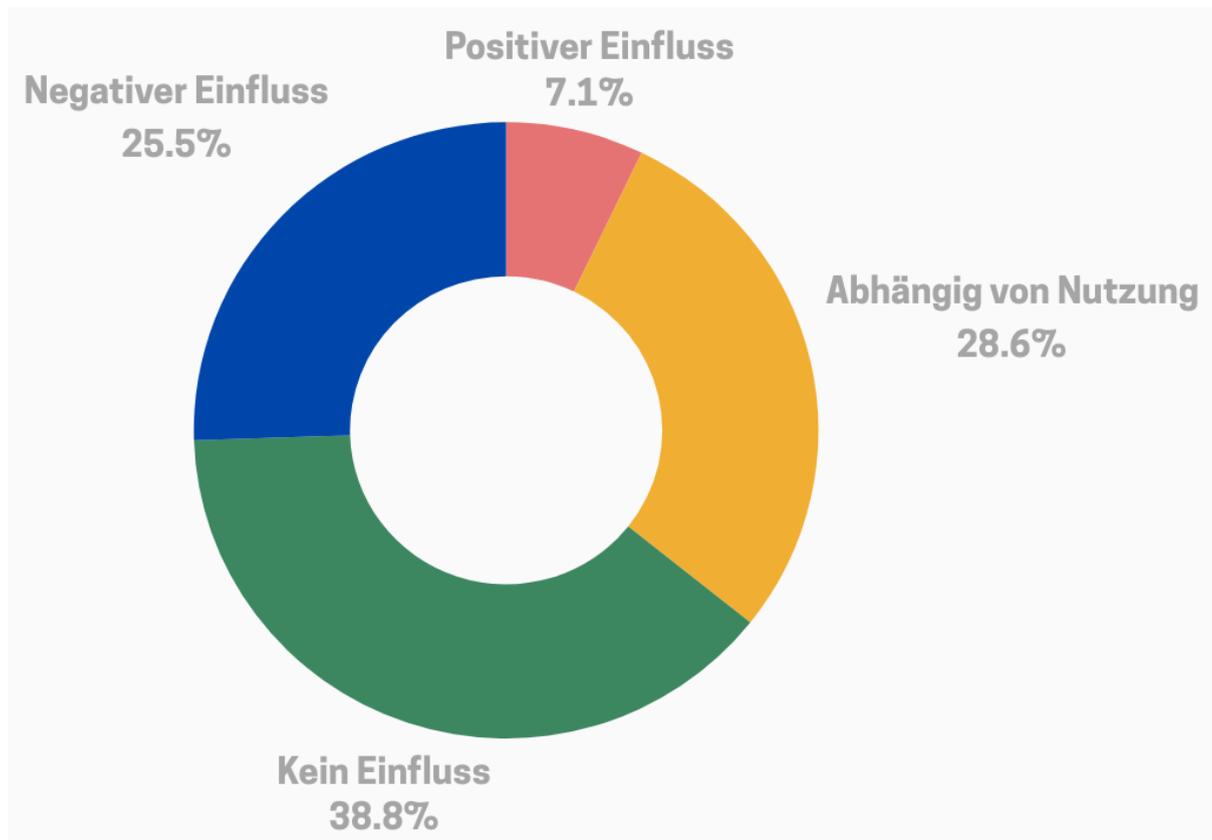
⁶³Mod (2010)

⁶⁴Su et al. (2021); Zong et al. (2021); Jensen und Rauer (2014)

⁶⁵Arikewuyo (2020)

⁶⁶Abbasi (2019); Clayton et al. (2013)

Abb. 28 – Einschätzung des Einflusses von Social Media auf die Beziehungsdauer



5.5.1 Vergleich der eigenen Partnerschaft mit anderen Beziehungen

Die meisten Menschen pflegen eine Vielzahl von Kontakten auf sozialen Medienplattformen, wodurch es nicht ungewöhnlich ist, regelmäßig auf Bilder von anderen glücklichen Paaren zu stoßen. Vergleiche mit idealisierten Beziehungsdarstellungen in den Medien können unrealistische Erwartungen schüren und zu Unzufriedenheit und Konflikten in der eigenen Partnerschaft führen: Die fortwährende Konfrontation mit diesen scheinbar perfekten Beziehungen kann laut Autoren wie Yacoub et al (2018) und Vaterlaus et al. (2018) dazu führen, dass die eigenen Partnerschaften verzerrt wahrgenommen werden, was die Stabilität der eigenen Beziehung beeinträchtigt.⁶⁷

Tatsächlich zeigt sich in der Auswertung der erhobenen Daten, dass 35 Prozent aller Befragten aufgrund der Darstellung von anderen Paaren auf Social Media zumindest manchmal das Gefühl haben, etwas in der eigenen Partnerschaft zu verpassen. Auch hier bestätigt sich, dass die jüngere Generation besonders anfällig für die Auswirkungen dieser Vergleiche ist: Über dreiviertel aller Befragten zwischen 14 und 20 Jahren geben an, durch den Vergleich mit anderen Paaren nachdenklich zu werden, während in der Gruppe der über 30-Jährigen gerade einmal knapp über 12 Prozent dieser Aussage zustimmen.

⁶⁷Yacoub et al. (2018); Vaterlaus et al. (2018)

Abb. 29 – Vergleich mit anderen Paaren auf Social Media, alle Altersgruppen

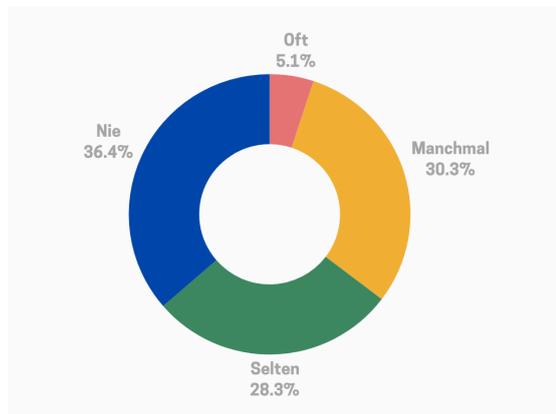
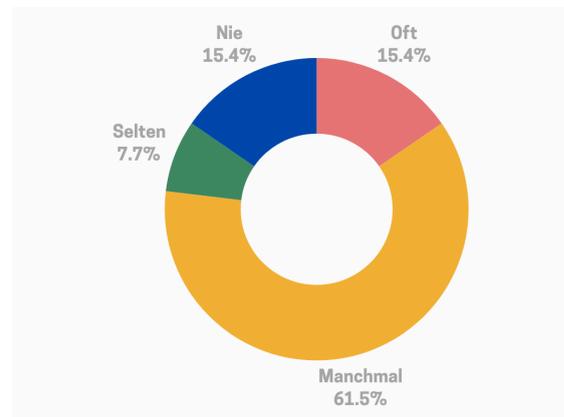


Abb. 30 – Vergleich mit anderen Paaren auf Social Media, Altersgruppe 14 bis 20



5.5.2 Gesteigertes Interesse an anderen Personen durch Social Media?

Wie bereits in Kapitel 3.5 thematisiert, zeigen Studien wie die von Abbasi (2019), dass der Konsum sozialer Medien das Engagement in Beziehungen verringern kann, wenn der Fokus von der eigenen Beziehung auf Attraktionen der sozialen Medien verschoben wird. Besonders problematisch ist die ständige Verfügbarkeit neuer Dating-Partner, was die Versuchung verstärken kann, bestehende Beziehungen zu hinterfragen und schließlich auch die Beziehungsdauer verkürzen kann.⁶⁸ Clayton et al. (2013) fanden heraus, dass Plattformen wie Facebook das Risiko für Untreue und ein Ende der Beziehung erhöhen können, da sie den Zugang zu neuen potenziellen Partnern erleichtern.⁶⁹

Ein großer Teil (44 Prozent) der Befragten gibt zwar an, zufrieden mit der eigenen Beziehung zu sein und sich laut eigener Aussage in dieser Hinsicht nicht von Social Media beeinflussen zu lassen – bei der Auswertung der Ergebnisse fällt jedoch auf, dass jeder vierte Umfrageteilnehmer zumindest gelegentlich aufgrund von Social Media das Gefühl hat, ein anderer Partner könnte besser zu ihm passen. Zudem zeigt sich in der Untersuchung, dass die digitale Eifersucht in einigen Fällen nicht unbegründet ist: Immerhin 18 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass Social Media aufgrund der Verfügbarkeit vieler potenzieller Partner zumindest in seltenen Fällen zu Untreue verleitet – Männer etwas häufiger als Frauen. Ungefähr ebenso viele Teilnehmer (21 Prozent) geben an, zumindest schon ein paar Mal aus Neugierde oder Langeweile heimlich mit anderen Personen auf Social Media geflirtet zu haben. Ein ähnlicher Anteil an Personen (22 Prozent) gibt an, sich zumindest hin und wieder aufgrund von Social Media zu wünschen, Single zu sein – auch hier machen männliche Studienteilnehmer den größeren Anteil aus. Nur 14 Prozent der Befragten würden ohne zu zögern einen Social-Media-Account auf Wunsch ihres Partners löschen.

Auch hier zeigt sich bei genauerer Betrachtung eine große Differenz zwischen den Altersklassen: Knapp 70 Prozent der 14- bis 20-Jährigen sehnen sich aufgrund von Social Media zumindest hin und wieder danach, ein ungebundenes Single-Leben zu führen, während laut eigenen Aussagen keine einzige befragte Person über 30 dieses Gefühl

⁶⁸Abbasi (2019)

⁶⁹Clayton et al. (2013)

verspürt. Zudem gibt lediglich 4 Prozent der Befragten im Alter über 30 an, zumindest hin und wieder durch Social Media das Gefühl zu verspüren, ein anderer Partner würde besser zu ihnen passen – und nur 8 Prozent haben schon mindestens ein paar Mal heimlich mit jemandem auf Social Media geflirtet.

Abb. 31 – Einfluss von Social Media auf den Wunsch nach Ungebundenheit, alle Altersgruppen

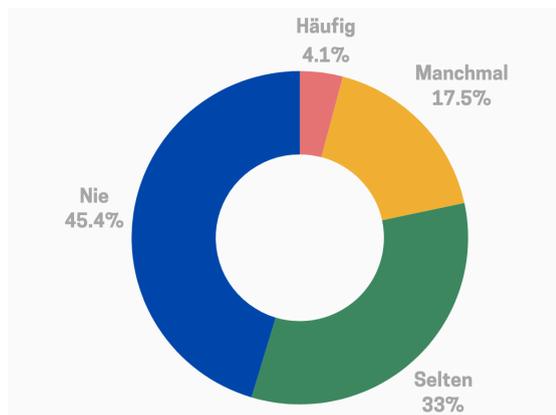
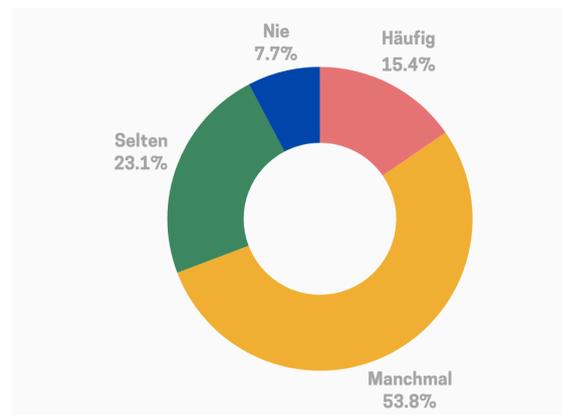


Abb. 32 – Einfluss von Social Media auf den Wunsch nach Ungebundenheit, Altersgruppe 14 bis 20



Bezüglich der **fünften Forschungsfrage** lässt sich festhalten: Auch wenn Social Media laut der Ansicht von rund der Hälfte der Befragten keinen direkten Einfluss auf die Beziehungsdauer und Bindungsfähigkeit hat, zeigt die Auswertung der Umfrage, dass bei einem nicht unerheblichen Teil der Befragten die ständige Präsenz und die damit verbundenen Möglichkeiten anderer sozialer Kontakte ihr Beziehungsengagement durchaus hin und wieder beeinträchtigen. Die ständige Verfügbarkeit neuer potenzieller Partner kann also potenziell zu einer Verkürzung der Beziehungsdauer führen, da sie die Versuchung mit sich bringt, bestehende Beziehungen zu hinterfragen. Ob damit jedoch auch messbar eine Verkürzung einhergeht, lässt sich mit den vorliegenden Daten nicht ermitteln, da aus umfangbedingten Gründen im Fragebogen keine ausführlichen Daten zu vergangenen Beziehungen und möglichen Veränderungen der Beziehungsdauer erhoben werden konnten.

6. Fazit

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war es, einen differenzierten Blick auf den Einfluss von sozialen Medien auf Paarbeziehungen zu werfen und sowohl die Chancen als auch Herausforderungen für Paarbeziehungen zu untersuchen, die laut der theoretischen Grundlage mit dem Konsum von Social Media einhergehen.

In der Studie kristallisiert sich im Hinblick auf die Forschungslage eine wichtige neue Erkenntnis heraus: Social Media bietet trotz nicht unerheblicher negativer Einflüsse auf die eigene Beziehung auch Chancen, die Beziehungszufriedenheit und -stabilität zu fördern. Social-Media-Plattformen inspirieren einen großen Anteil der Paare zu gemeinsamen Unternehmungen und fungieren als wertvolle Ressource für Unterstützung und Austausch mit Experten, Influencern und anderen Paaren. Zudem bieten sie gerade für Zeiten der räumlichen Trennung eine Möglichkeit des permanenten Austauschs. Für einige wenige Paare kann auch das Teilen von gemeinsamen Inhalten auf sozialen Medien die Bindung und das Vertrauen stärken.

Es zeigt sich außerdem, dass besonders ältere Personen die positiven Seiten der sozialen Medien für ihre Beziehung nutzen – jüngere Studienteilnehmer haben hingegen verstärkt mit Herausforderungen wie digitaler Eifersucht, vergleichsbedingter Entwertung und Vertrauensproblemen zu kämpfen. Um von den positiven Effekten von Social Media profitieren zu können, ist jedoch ein bewusstes Management der eigenen Social-Media-Gewohnheiten erforderlich: Dazu gehört, bestimmte Zeiten für die Nutzung festzulegen und bewusste Pausen einzulegen. Durch eine verantwortungsbewusste Nutzung können soziale Medien eine Bereicherung sein und dazu beitragen, Beziehungen aufrechtzuerhalten und zu stärken.

Dennoch lässt sich festhalten, dass weitere Untersuchungen notwendig sind, um bestehende Unklarheiten zu klären. Besonders die geringe Teilnehmerzahl unter den jüngeren Altersgruppen stellt eine Einschränkung der Aussagekraft der Ergebnisse dar. Es bedarf tiefergehender Analysen mit einer größeren Teilnehmerzahl, um die langfristigen Auswirkungen von Social Media auf unterschiedliche demografische Gruppen besser zu verstehen. Zudem sollten zukünftige Studien auch den Einfluss sozialer Medien auf bestehende Beziehungen untersuchen, um ein vollständiges Bild der Dynamik und Konsequenzen des Social-Media-Konsums in verschiedenen Beziehungsphasen zu erhalten.

1. Quellenverzeichnis

- Abbasi, I.S. (2019). 'Social Media Addiction in Romantic Relationships: Does User's Age Influence Vulnerability to Social Media Infidelity?', Personality and Individual Differences. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.038>.
- Arikewuyo AO, Lasisi TT, Abdulbaqi SS, Omoloso AI, Arikewuyo HO MD. (2022). 'Evaluating the use of social media in escalating conflicts in romantic relationships', Journal of Public Affairs, 22. <https://doi.org/10.1002/pa.2331>.
- Ax, S. (2019). Digitale Eifersucht: Der Einfluss von Social Media auf die Eifersucht in einer Paarbeziehung. Science Factory, ein Imprint der Open Publishing GmbH, München.
- Bacigalupe, G. & Lambe, S. (2011). Virtualizing Intimacy: Information Communication Technologies and Transnational Families in Therapy. Family Process, 50(1), pp. 12-26.
- Bowe, G. (2010). 'Reading romance: The impact Facebook rituals can have on a romantic relationship', Journal of Cyberpsychology, 4(2), pp. 45-50. doi: 10.1089/cyber.2009.0155.
- Clayton, R. B., Nagurney, A., & Smith, J. R. (2013). 'Cheating, breakup, and divorce: Is Facebook use to blame?', Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 16(10), 717-720.
- Coyne, S. M., Stockdale, L., Busby, D., Iverson, S. & Grant, D. (2011). 'The use of social networking sites in romantic relationships', Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14(2), pp. 123-128. doi: 10.1089/cyber.2010.0131.
- DataReportal (2024). Digital 2024: Germany. Global Digital Insights. Verfügbar unter: <https://www.datareportal.com/reports/digital-2024-germany>.
- Diefenbach, C. (2018). Social TV: Die Eignung von Fernsehen als soziales Medium. LIT Verlag Münster, ISBN 978-3-643-13971-9.
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., et al. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. Psychological Science in the Public Interest, 13(1), 3-66.
- Fischbach, L. (2024). 'Social-Media-Nutzung führt bei jedem fünften Paar zu Konflikten'. ElitePartner. Verfügbar unter: <https://www.elitepartner.de/studien/social-media-beziehung-konflikte/>.
- Haring, S. & Höllinger, F. (2009). Beziehungsweise(n) - Liebe und Partnerschaft im Wandel. Universität Graz, Sozial- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Institut für Soziologie, Graz.
- Hart, A. D. & Hart Frejd, S. (2014). Digitale Invasion. Wie wir die Kontrolle über unser Leben zurückgewinnen. SCM Hänssler im SCM- Verlag, Holzgerlingen.

- Jensen, J. F. & Rauer, A. J. (2014). 'Turning inward versus outward: Relationship work in young adults and romantic functioning', *Personal Relationships*, 21, pp. 451–467. doi: 10.1111/pere.12042.
- McKenna, K. Y. A., Green, A. S. & Gleason, M. E. J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58(1), 9-31.
- Mod, G. (2010). 'Relationship status on Facebook: Examining the process and outcomes of switching status to 'In a Relationship''. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 1, 61–77.
- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009). 'More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green eyed monster of jealousy?', *CyberPsychology & Behavior*, 12, 441-444.
- Ozimek, P. (2019). Alle meine Freunde sind besser als ich! Auswirkungen sozialer Mediennutzung auf den Selbstwert und Depressionen in Abhängigkeit von sozialen Vergleichen. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17685.47846>.
- Parks, M. R. & Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Communication*, 46(1), 80-97.
- Parrott, W. G. & Smith, R. H. (1993). Distinguishing the experiences of envy and jealousy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(6), 906–920. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.64.6.906>.
- Paul, A. (2014). Is Online Better Than Offline for Meeting Partners? Depends: Are You Looking to Marry or to Date? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. DOI: 10.1089/cyber.2014.0302.
- Pew Research Center. (2024). "How Americans Use Social Media." Verfügbar unter: <https://www.pewresearch.org/internet/2024/01/31/americans-social-media-use/>.
- Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., et al. (2002). Maximizing versus satisficing: Happiness is a matter of choice. *Journal of Personality & Social Psychology*, 83(5), 1178-1197.
- Statista Research Group (2024). Verteilung der Nutzer von Social-Media-Plattformen nach Altersgruppen in Deutschland. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/543605/umfrage/verteilung-der-nutzer-von-social-media-plattformen-nach-altersgruppen-in-deutschland/>.
- Statista (2024). Umfrage zur Nutzung von Online-Dating-Diensten nach Altersgruppen in Deutschland 2023. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/968467/umfrage/online-dating-nutzer-nach-altersgruppen-in-deutschland/>.
- Su, B-C., Wu, L-W., Chang, Y-Y-C., & Hong, R-H. (2021). 'Influencers on Social Media as References: Understanding the Importance of Parasocial Relationships', *Sustainability*, 13(19), 10919. doi: 10.3390/su131910919.

- Süss, D. & Negri, C. (eds.) (2019). *Angewandte Psychologie: Beiträge zu einer menschenwürdigen Gesellschaft*. Erste Auflage. Springer Berlin, Heidelberg. doi: 10.1007/978-3-662-58409-5.
- Ulanova, E. L. (2020). 'The Influence of Social Media on Modern Romantic Relationships: A Literary Analysis of New Media Studies' (Master's Dissertation, University of Cambridge, Department of Sociology). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10704.74247>.
- Utz, S., & Beukeboom, C. J. (2011). 'The role of social network sites in romantic relationships: Effects on jealousy and relationship happiness', *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(4), 511–527. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01552.x>.
- Valenzuela, S., Halpern, D. and Katz, J.E. (2014) 'Social network sites, marriage well-being and divorce: Survey and state-level evidence from the United States', *Computers in Human Behavior*, 36, pp. 94-101. doi: 10.1016/j.chb.2014.03.034. Verfügbar unter: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214001563/>.
- Vaterlaus, J. M., Tulane, S., Porter, B. D., & Beckert T. E. (2018). 'The perceived influence of media and technology on adolescent romantic relationships', *Journal of Adolescent Research*, 33(6), 651-671. <https://doi.org/10.1177/0743558417712611>.
- Wampfler, P. (2019). *Generation Social Media. Wie "Social Media" Kommunikation, Beziehung und Lernen Jugendlicher verändert*. Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, Göttingen.
- White, G. L. & Mullen, P. E. (1989). *Jealousy: Theory, research, and clinical strategies*. Guilford Press.
- Wu, P.-L. & Chiou, W.-B. (2009). More options lead to more searching and worse choices in finding partners for romantic relationships online: An experimental study. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(3), 315-318.
- Yacoub, C., Spoede, J., Cutting, R., & Hawley, D. (2018). 'The Impact of Social Media on Romantic Relationships', *Journal of Education and Social Development*, 2(2), pp.53-58. Verfügbar unter: <http://www.ibii-us.org/Journals/JESD/> doi: 10.5281/zenodo.1490763.
- Yang, C.-c., Holden, S. M., & Ariati, J. (2021). 'Social media and psychological well-being among youth: The multidimensional model of social media use', *Clinical Child and Family Psychology Review*, 24(3), 631–650. <https://doi.org/10.1007/s10567-021-00359-z>.
- Zhong, B., Hardin, M., & Sun, T. (2021). 'Examining the Impact of Social Media on Relationship Satisfaction and Conflict Resolution', *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(3), 647-672.