

Lust und Frust des Social-Media-Konsums

Über Verbraucherresilienz und deren Bedeutung
für das „Social Dilemma“¹

Alena Bermes und Vita E. M. Zimmermann-Janssen

Schlagwörter: Bildung, Coping-Strategie, Digitalisierung, Konsumentenverhalten, Psychologie, Social Web, Stress, Verbraucherpolitik, Verbraucherschutz (STW) | Bildung, Coping-Verhalten, Digitale Medien, Digitalisierung, Konsumentenverhalten, Mehrfachbelastung, Nutzung, Psychologie, Resilienz, Social Web, Soziale Medien, Stress, Verbraucherpolitik, Verbraucherschutz (TheSoz)

Abstract

Soziale Medien bieten diverse Vorteile. Jedoch werden Verbraucher:innen durch deren Nutzung zugleich auch mit zahlreichen, bisweilen gar gesundheitsgefährdenden Stressfaktoren konfrontiert – ein Phänomen, das als „Technostress“ bekannt ist. Dieser Beitrag stellt das Konzept der Verbraucherresilienz vor und veranschaulicht, wie diese als Schutzschild gegenüber Technostress wirken, einen bewussteren Umgang mit sozialen Medien fördern und durch sie unter anderem die Verbraucherpolitik gestärkt werden kann.

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International | CC BY-SA 4.0
Kurzform | <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
Lizenztext | <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>

1 Dieser Beitrag basiert auf der Dissertation der Erstautorin. Teile des Beitrags sind in ähnlicher Form in Bermes (2022) erschienen.

1 Einführung

Die Digitalisierung schreitet in allen Lebensbereichen unaufhörlich voran. Entsprechend prägen Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) auch den Alltag von Verbraucher:innen (Riedl 2020). Insbesondere soziale Medien wie Facebook und Instagram gehören zu den beliebtesten IKT und werden weltweit von 4,33 Milliarden Verbraucher:innen genutzt (Kemp 2021). Dabei bringen sie viele Vorteile mit sich. So erleichtern sie zum Beispiel die Kommunikation und bieten einen schnellen Zugang zu Informationen (Riedl 2020). Doch auch die Schattenseiten sozialer Medien werden zunehmend offenkundig, wie auch die Netflix-Dokumentation „The Social Dilemma“ aus dem Jahr 2020 verdeutlicht. So zeigt sie unter anderem anschaulich, wie soziale Medien Wahrnehmungsstörungen, Süchte oder gar suizidale Gedanken hervorrufen können.

Wenngleich Dokumentationen keine wissenschaftlichen Befunde ersetzen, können sie doch auf gesellschaftliche Probleme hindeuten. Aktuelle Umfragen belegen dies mit alarmierenden Zahlen. So fühlt sich unter anderem mehr als ein Drittel der Verbraucher:innen abhängig von sozialen Medien (ThinkNow 2019), während zugleich mehr als jede:r Zweite durch die Nutzung sozialer Medien erschöpft ist. Weiterhin scheint die Wahrscheinlichkeit, an Depressionen und Schlafstörungen zu leiden, bei einer intensiven Nutzung sozialer Medien höher zu sein als bei einer zurückhaltenden Nutzung (Lin et al. 2016; Levenson et al. 2016).

Forschende aus dem Bereich der Wirtschaftsinformatik haben diese Probleme vielfach mit dem Phänomen „Technostress“ in Verbindung gebracht (zum Beispiel Maier et al. 2015; Salo et al. 2019), eine Stressart², die Individuen aufgrund ihrer Nutzung von IKT empfinden (Ragu-Nathan et al. 2008). Bei der Nutzung sozialer Medien scheinen sich Verbraucher:innen demnach in einem „Social Dilemma“ zu befinden. Einerseits können sich viele einen Alltag ohne soziale Medien – angesichts ihrer zahlreichen Vorteile – nicht mehr vorstellen,

2 Es sei darauf hingewiesen, dass es grundsätzlich zwei Formen von Stress gibt, nämlich negativ wirkenden Stress (Disstress) und positiv wirkenden Stress (Eustress). Im vorliegenden Beitrag wird nur Disstress fokussiert.

andererseits nehmen sie auch wahr, dass sich ihr Social-Media-Konsum negativ auf ihre (mentale) Gesundheit auswirkt und sie zu viel Zeit damit verbringen. In Abwägung der Vor- und Nachteile scheint jedoch oftmals die Angst, ohne soziale Medien nicht mehr „up to date“ zu sein und etwas zu verpassen, größer zu sein als der Wunsch, sich aus sozialen Medien abzumelden, um ihren negativen Wirkungen zu entfliehen (Bermes et al. 2020). Entsprechend sehen sich Verbraucher:innen heutzutage regelmäßig mit digitalen Stressfaktoren konfrontiert, die die Gesundheit gefährden (können) und damit nicht zuletzt auch für die Wirtschaft und die Sozialsysteme Risiken bergen.

Nun vermag eine Abmeldung von sozialen Medien als die einfachste und schnellste Lösung erscheinen. Vor dem Hintergrund der verbraucherseitigen Kommunikations- und Informationsvorteile stellt sich jedoch die Frage, ob dies auch die *beste* Lösung ist. Stattdessen wird in diesem Beitrag postuliert, dass die Problemlösung vielmehr in der Stärkung der Resilienz von Verbraucher:innen und damit dem Erlernen eines bewusste(re)n Umgangs mit sozialen Medien liegt. Konkret soll in diesem Beitrag daher die Aufmerksamkeit auf ein bis dato in den Verbraucherwissenschaften überraschenderweise wenig beachtetes Phänomen gelenkt und dessen Schutzfunktion gegenüber konsumbezogenem Stress (insbesondere Technostress) vorgestellt werden: die sogenannte Verbraucherresilienz.

Obleich die zentrale Rolle individueller Resilienz im Allgemeinen unumstritten ist, ist die (wissenschaftliche) Untersuchung der Resilienz von Individuen in ihrer *Rolle als Verbraucher:innen* bis dato nicht sehr ausgeprägt. Dies verwundert auch deswegen, da Resilienz bekanntermaßen kontextspezifisch wirkt – und dies nicht nur in gravierenden Krisen, sondern auch bei alltäglichen Herausforderungen, mit denen sich Verbraucher:innen regelmäßig konfrontiert sehen. Interessanterweise ist die Stärkung von (Verbraucher-)Resilienz gar ein strategisches Ziel der „New Consumer Agenda“ der Europäischen Kommission (2020) – und doch ist nur wenig über dieses Phänomen selbst bekannt.

Dies aufgreifend wird in Kapitel 2 zunächst erläutert, wie (Techno-)Stress entsteht und welche negativen Folgen er aus welchen Gründen haben kann. Zudem wird ein kurzer Überblick über die Resilienzforschung in unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen, insbesondere der Psychologie, gegeben, um ein grundlegendes Verständnis für das Konzept der individuellen Resilienz zu

schaffen. In Kapitel 3 wird sodann dargelegt, was unter Verbraucherresilienz zu verstehen ist, bevor anhand eigener Untersuchungen aufgezeigt wird, wie Verbraucherresilienz als Schutzschild für Stressoren in der digitalen Welt fungieren und Verbraucher:innen zugleich zu einem bewussteren Konsum sozialer Medien bewegen kann.

Relevant ist dies nicht nur für das Individuum selbst, dessen verbesserte Resilienz sein Stressempfinden verringern kann, sondern auch die gesamte Gesellschaft, da (Techno-)Stress nicht nur gesundheitliche Probleme, sondern unter anderem auch Verhaltensverzerrungen bei der Entscheidungsfindung hervorrufen kann. Abschließend werden in Kapitel 4 Denkanstöße zur Reduktion digitaler Stressfaktoren sowie zur Stärkung der Verbraucherresilienz gegeben, die nicht nur die Verbraucher:innen selbst, sondern auch die Anbieter:innen von ICT und die politische Ebene in die Verantwortung nehmen.

2 Konzeptionelle und theoretische Grundlagen

2.1 Stress im Allgemeinen und Technostress im Speziellen

Der Begriff ‚Stress‘ leitet sich etymologisch vom lateinischen *strictus* ‚straff‘, ‚stramm‘ ab (Stowasser et al. 2014) und kann mit ‚Druck‘, ‚Spannung‘ übersetzt werden (Kluge 1989, 708). In der wissenschaftlichen Literatur wird in der Regel zwischen Stressfaktoren und Stress beziehungsweise Stressreaktionen unterschieden, die jedoch in der Alltagssprache oft synonym unter dem Oberbegriff ‚Stress‘ verwendet werden (Klingenberg 2022). Ein Stressfaktor (auch Stressor genannt) bezeichnet einen externen oder internen Stimulus, der zu Stress führen kann. Während zu den externen Stressfaktoren meist jegliche Formen von Umwelteinflüssen zählen, ergeben sich interne Stressfaktoren vor allem aus der eigenen Person (zum Beispiel Unsicherheit). Stress hingegen beschreibt ein Muster spezifischer und unspezifischer Reaktionen eines In-

dividuums auf einen Stimulus, der das psychologische und/oder physiologische Gleichgewicht des Individuums stört (Riedl 2020). Stress ist demnach die Wirkung, die aus der Ursache (Stressfaktor) resultiert und sich beispielsweise physiologisch in einer erhöhten Ausschüttung von Stresshormonen äußern kann (Klingenberg 2022).

Technostress wiederum ist eine spezifische Form von Stress und als solche kein neues Phänomen. Der Psychologe Craig Brod (1984) führte diesen Begriff erstmalig Anfang der 1980er-Jahre ein und bezeichnete Technostress als eine moderne Krankheit, die sich aus dem Einzug von (Heim-)Computern in die Büros und Wohnräume ergeben habe. Seit dieser Zeit ist die Anzahl digitaler Technologien jedoch beträchtlich gestiegen und sie verändern die Umwelt in nie dagewesenem Tempo (Riedl 2020). Während Technostress vor diesem Hintergrund zunächst besonders häufig in einem arbeitsbezogenen Kontext untersucht wurde, besteht heute Konsens darüber, dass digitale Technologien nicht nur die Arbeitswelt, sondern auch das Privatleben von Verbraucher:innen radikal verändern (Salo et al. 2019).

Wie in der Einführung bereits dargelegt sind insbesondere IKT wie soziale Medien, aber auch Smartphones, aus dem Alltag zahlreicher Verbraucher:innen nicht mehr wegzudenken. Im Jahr 2020 war fast die Hälfte der deutschen Bevölkerung (44 Prozent) auf sozialen Medien vertreten, mit rund sechs Accounts pro Person (Hootsuite 2020). Darüber hinaus besaßen im Jahr 2020 knapp 90 Prozent der volljährigen Deutschen ein Smartphone (Deloitte 2020), was eine allgegenwärtige Konnektivität mit IKT ermöglicht. Im Kern sollen diese und andere IKT die Verbraucher:innen unterstützen und deren Alltag erleichtern (Riedl 2020). Allerdings bergen sie zugleich diverse Risiken, zu denen nicht zuletzt Technostress zählt, heute gemeinhin verstanden als durch IKT-Nutzung ausgelöster Stress (Ragu-Nathan et al. 2008), der erwiesenermaßen diverse negative Effekte auf unterschiedlichen Ebenen mit sich bringt.

Als konkrete negative Effekte auf *Individualebene* ließen sich bis dato unter anderem emotionale Erschöpfung (Ayyagari et al. 2011), Wohlbefindensverlust (Bermes 2021a), Konzentrationsprobleme (Dhir et al. 2019), Angstzustände (Dhir et al. 2018) sowie Burnout (Srivastava et al. 2015) feststellen – Auswirkungen, die durch potenziell entstehende und steigende Gesundheitskosten wiederum auch die *gesellschaftliche Ebene* erheblich belasten. Daneben zeigt

die Empirie, dass Technostress gesellschaftlich betrachtet unter anderem in einem unerwünschten Zusammenhang mit einer erhöhten Wahrscheinlichkeit für das Teilen von Falschnachrichten steht (Bermes 2021b). Auf Unternehmensebene konnten bereits negative Effekte aufseiten der Konsument:innen und Mitarbeitenden empirisch nachgewiesen werden. So verringert Technostress nicht nur die Nutzungszufriedenheit der Konsument:innen (Zhang et al. 2016), sondern geht mitarbeitendenseitig auch mit geringerer Produktivität (Ragu-Nathan et al. 2008) und verminderter Bindung an das Unternehmen einher (Maier et al. 2015).

Zur theoretischen Erklärung von Technostress, seinen negativen Stressreaktionen und Konsequenzen wird in der Literatur vielfach auf das Stressor-Strain-Outcome-Modell (S-S-O-Modell) zurückgegriffen. Dieses versteht Stress als einen Prozess mit den zentralen Elementen Stressor, *Strain* (dt. Stressreaktion) und *Outcome* (dt. Konsequenz). Im Modell determinieren die Stressoren das *subjektive Stressempfinden*, das sich in Stressreaktionen äußert, die in Form von Einstellung und Verhalten sowie gesundheitsbezogenen Auswirkungen wiederum *negativen* Konsequenzen prozessual vorgeschaltet sind (Koeske und Koeske 1993).

Im konkreten Kontext des Technostresses sind als Prozessauslöser die sogenannten *Techno-Stressoren* maßgeblich. Diese betreffen definitionsgemäß alle Stimuli, Ereignisse und Anforderungen im Zusammenhang mit Technologien (Ragu-Nathan et al. 2008), zum Beispiel die Kommunikations- und Informationsüberflutung in sozialen Medien, das Gefühl der Überwachung bei der Nutzung digitaler Technologien oder die technologieinduzierte Sorge, etwas zu verpassen – ein Phänomen, das als *Fear of missing out* (FOMO) bekannt ist. Digitale Stressoren können ferner in solche akuter und chronischer Natur unterteilt werden (Riedl 2020).

Die auf die digitalen Stressoren folgenden *Strains* werden im Technostress-Kontext häufig in psychische und physiologische *Strains* unterschieden. Als psychische *Strains* bei der Nutzung von IKT gelten unter anderem Müdigkeit (Zhang et al. 2016) und Erschöpfung (Ayyagari et al. 2011). Physiologische *Strains* können zum Beispiel einen Anstieg des Cortisolspiegels umfassen (Riedl 2020).

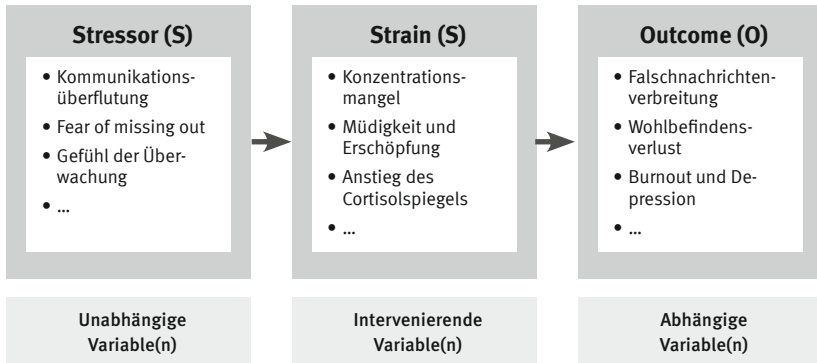


Abbildung 1: Das Stressor-Strain-Outcome-Modell zur Erklärung des Technostressprozesses (Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Koeske und Koeske 1993).

Wie oben erwähnt können unter *Outcome* sowohl negative gesundheitsbezogene Auswirkungen, wie zum Beispiel körperliche oder psychologische Symptome, als auch Einstellungsdispositionen, Verhaltensabsichten oder -entscheidungen gefasst werden. Im konkreten Anwendungsfall von Technostress zählen zu Letztgenannten zum Beispiel die erhöhte Diskontinuitätsabsicht hinsichtlich der Nutzung sozialer Medien (Maier et al. 2015) oder die erhöhte Wahrscheinlichkeit für das Teilen von Falschnachrichten (Bermes 2021b). Eine zusammenfassende Übersicht des S-S-O-Modells, expliziert anhand des Technostressprozesses, zeigt Abbildung 1.

2.2 Resilienz im Allgemeinen und individuelle Resilienz im Speziellen

Das Konzept der Resilienz geht etymologisch auf das lateinische Verb *resilire* zurück, was so viel wie zurückspringen oder abprallen bedeutet (Stowasser et al. 2014, 442). Ursprünglich stammt es aus der Materialwissenschaft und beschreibt die Eigenschaften elastischer Metalle, sich bei Belastung zu biegen und abzufedern, anstatt zu brechen. Nachdem der Begriff in Anlehnung an diese Eigenschaft in den 1970er-Jahren zuerst in die Psychologie und Ökologie eingeführt worden ist, den ältesten Traditionslinien des Resilienzkonzepts außerhalb der Materialwissenschaft (Bonß 2015), wird er heute in einer Vielzahl

von Wissenschaftsbereichen verwendet, so zum Beispiel in der Soziologie und der Klimaforschung (Vogt und Schneider 2016).

Vor dem Hintergrund der vielfältigen Anwendungsbereiche überrascht es nicht, dass nicht *die eine* Resilienz-Definition existiert. Stattdessen bestehen viele disziplin- und kontextspezifische Definitionen (auch innerhalb einzelner Disziplinen), die sich allerdings alle in einem Punkt treffen: Der Resilienz-Begriff beschreibt immer eine Art der Widerstandskraft von Systemen oder Menschen im Zusammenhang mit Widrigkeiten, Herausforderungen oder belastenden Situationen (Bonß 2015).

Dies erklärt auch die aktuell zunehmende gesellschaftliche Diffusion des Konzepts, da Resilienz einen klaren Bezug zur weitverbreiteten Wahrnehmung aufweist, dass Geschwindigkeit und Umfang des als omnipräsent wahrgenommenen Wandels in unterschiedlichen Bereichen (und damit die Häufigkeit von Widrigkeiten) stetig zunehmen (Weiß et al. 2018). So begründet sich die Diffusion unter anderem durch tiefe soziale, ökonomische und ökologische Umbrüche wie auch beschleunigte technologische Veränderungsprozesse (Vogt und Schneider 2016), die sich nicht zuletzt in konsumbezogenen Herausforderungen wie Technostress manifestieren. Die COVID-19-Pandemie hat die genannten Trends noch katalysiert und damit die allgemeine Popularität von Resilienz, die ohnehin zu einem Leitbegriff (populär)wissenschaftlicher Publikationen aufgestiegen ist (Vogt und Schneider 2016), abermals verstärkt.

Die zunehmende Verwendung des Terminus Resilienz geht jedoch häufig mit einem Fehlen tiefergehender konzeptioneller Arbeiten einher und erweckt gemäß Brinkmann et al. (2017) gar den Eindruck, dass Resilienz zu einem „trendigen Container-Begriff“ (Brinkmann et al. 2017, 7) avanciert, der zumeist nur unzureichend durchdrungen wird. Bei der Überführung eines Konzepts in eine andere Disziplin (zum Beispiel in die Verbraucherwissenschaften) ist es aber gerade wichtig, das Konzept differenziert zu betrachten und umfassend darzulegen, welches Verständnis den eigenen Ausführungen zugrunde gelegt wird, um Auffassungsdifferenzen auszuschließen (Vogt und Schneider 2016).

Im Folgenden ist die psychologische Resilienzforschung maßgeblich für die weitere Betrachtung des Resilienzbegriffs, da diese Traditionslinie des Resili-

enzdiskurses zumeist explizit die *individuelle Resilienz* Einzelner untersucht³ und damit den Verbraucherwissenschaften am nächsten scheint. Bevor in Kapitel 3 eine Definition von Verbraucherresilienz vorgestellt wird, soll daher zunächst das zugrunde liegende psychologische Verständnis von (individueller) Resilienz beschrieben werden.

Der psychologische Resilienzdiskurs geht auf die in den 1970er-Jahren begonnenen sogenannten Kauai-Studien der Entwicklungspsychologin Emmy Werner und Kolleg:innen (1971) zurück. Im Rahmen eines Längsschnittdesigns wurde die Entwicklung von 698 Kindern über mehrere Jahrzehnte begleitet, um Auswirkungen verschiedener Risikofaktoren (wie Armut oder Gewalt) auf deren Entwicklung zu untersuchen. Eine zentrale Erkenntnis lautete, dass sich circa ein Drittel der Kinder wider Erwarten gesund entwickelte. Basierend darauf wurde individuelle Resilienz zunächst als Widerstandskraft von Kindern und Jugendlichen gegenüber widrigen Lebensbedingungen oder Traumata verstanden.

Im Laufe der Zeit folgten mehrere Wellen der Resilienzforschung mit jeweils unterschiedlichen Schwerpunkten (Wright et al. 2013). Über die Wellen hinweg haben sich die Erkenntnisse der psychologischen Resilienzforschung stets verändert und weiterentwickelt. Heutzutage wird mit Resilienz in der Psychologie im weitesten Sinne die Widerstandskraft *aller* Individuen (auch Erwachsener) angesichts Widrigkeiten bezeichnet (Bengel und Lyssenko 2012). Hinsichtlich der konkreten Objektbezüge, Wirkweisen und Merkmale individueller Resilienz bestehen jedoch unterschiedliche Auffassungen – wenngleich einige über die Zeit eine höhere Verbreitung erfahren haben.

Besonders mit Beginn der 2000er-Jahre kam es in der Resilienzliteratur zu einem Paradigmenwechsel. Galt Resilienz bis dahin als etwas Außergewöhnliches, setzte sich dann das Verständnis durch, dass es sich bei Resilienz vielmehr um „ordinary magic“ – also ein eher gewöhnliches Phänomen – handelt (Masten 2001). Zudem hat sich in diesem Zusammenhang auch das Verständnis der Stabilität von Resilienz gewandelt. Während Resilienz früher als genetisch bedingte, stabile Persönlichkeitseigenschaft angesehen wur-

3 Im Gegensatz etwa zur ökologischen Traditionslinie, die sich auf die Resilienz von Systemen fokussiert.

de, mit der man entweder geboren wurde oder eben nicht, wird heute davon ausgegangen, dass es sich bei Resilienz um eine primär erlernbare Fähigkeit handelt, die nicht zuletzt durch verschiedene Schutzfaktoren interner und externer Art gestärkt werden kann, zum Beispiel Achtsamkeit, Selbstwirksamkeit und soziale Unterstützung (Windle 2011). Des Weiteren wird heute im Hinblick auf die Universalität zumeist davon ausgegangen, dass Resilienz eine kontextspezifische Fähigkeit ist, eine Person also zwar gegenüber bestimmten Stressoren resilient sein kann, gegenüber anderen aber nicht (Windle 2011). Dies macht es folglich umso bedeutsamer, die Resilienz gegenüber Widrigkeiten in der Rolle als Verbraucher:in nicht gleichzusetzen mit der individuellen Resilienz in anderen Rollen (etwa als Arbeitnehmer:in). Zudem hat sich das Resilienzverständnis auch dahingehend gewandelt, dass Resilienz früher nur in Bezug auf gravierende Krisen untersucht wurde, während sie heutzutage auch bei alltäglichen Herausforderungen als relevant erachtet wird (Davis et al. 2009). Nicht zuletzt wird heute gemeinhin davon ausgegangen, dass Resilienz eine komplexe Fähigkeit ist, die *sowohl* eine Widerstandsfähigkeit (das heißt die Fähigkeit, Stress nicht oder nur vermindert wahrzunehmen und/oder sich schnell zu erholen) *als auch* eine positive Anpassungsfähigkeit (das heißt die Fähigkeit der funktionalen Verhaltensanpassung) gegenüber Widrigkeiten einschließt (Windle 2011).

Somit kann individuelle Resilienz abschließend als erlernbare Fähigkeit beschrieben werden, die unterschiedliche Wirkweisen der Widerstandskraft angesichts bestehender Widrigkeiten umfasst. Diese Widrigkeiten können auch alltäglicher Natur sein.

3 Verbraucherresilienz

3.1 Definition der Verbraucherresilienz

Die alltäglichen Widrigkeiten, die Verbraucher:innen ereilen, sind mannigfacher Natur (vgl. BMJV 2021a) und können im weiteren Sinne als *konsumbezogener Stress* beschrieben werden. Insbesondere der digitale Stress (beziehungsweise Technostress) nimmt stetig zu, wie nicht zuletzt die oben genannte Dokumentation „The Social Dilemma“ zeigt. Vor diesem Hintergrund hat sich die jüngere Forschung explizit der Untersuchung der Verbraucherresilienz gegenüber *Technostress* gewidmet und diese in diesem Zusammenhang auch erstmalig definiert (vgl. Bermes 2022). Dabei wurde konkret an die Kernaussagen der Definitionen von Smith et al. (2008) und Windle (2011) angeknüpft, da diese die vorgenannten zentralen Eckpunkte des Objektbezugs, der Wirkweise und der Merkmale individueller Resilienz zutreffend subsumieren.

So beschreiben Smith et al. (2008, 195) Resilienz als „ability to bounce back, resist illness, adapt to stress, or thrive in the face of adversity“. Nach Windle (2011, 12) ist Resilienz in verkürzter Form die „capacity for adaptation and ‘bouncing back’ in the face of adversity“.

In beiden Quellen wird deutlich, dass es sich bei individueller Resilienz um (1.) eine (erlernbare) Fähigkeit (2.) mit unterschiedlichen Wirkweisen (3.) gegenüber Widrigkeiten handelt, sodass diese drei Elemente die Basis für die Definition der Verbraucherresilienz bilden. Mit Blick auf die Anwendung in der Verbraucherwissenschaft ist es zudem vor dem Hintergrund der Kontextspezifität notwendig, die zu untersuchende Widrigkeit eindeutig zu formulieren, sodass Bermes (2022, 57) *consumer resilience* schließlich als „Widerstandsfähigkeit und positive Anpassungsfähigkeit von Verbraucher:innen gegenüber konsumbezogenem Stress“ definiert.

Im Bereich des im vorliegenden Beitrag fokussierten Technostresses kann Verbraucherresilienz sodann noch spezifischer als die Widerstandsfähigkeit und positive Anpassungsfähigkeit von Verbraucher:innen gegenüber Technostress verstanden werden.

Obleich Technostress eine zunehmende Herausforderung darstellt, könnte die Verbraucherresilienz nichtsdestotrotz fortan auch gegenüber anderen konsumbezogenen Widrigkeiten eine zentrale Rolle in Wissenschaft und Praxis einnehmen. Entsprechend ist Verbraucherresilienz im Allgemeinen im Verweis auf konsumbezogenen Stress bewusst offen definiert, um so den konsumbezogenen Stresskontext in zukünftigen Arbeiten noch weiter spezifizieren zu können.

3.2 Empirische Evidenz zur Wirkung der Verbraucherresilienz

In einer Reihe von Studien sind Bermes und Kolleg:innen der Frage nachgegangen, wie Verbraucherresilienz den Technostressprozess beeinflusst. Dabei konnte nachgewiesen werden, dass die Verbraucherresilienz im Rahmen des S-S-O-Modells verschiedene direkte und indirekte mitigierende Effekte aufweist, die sowohl für die Verbraucher:innen selbst, aber auch für Wirtschaft und Gesellschaft als positiv zu werten sind.

Die Ergebnisse der Studien zeigen zunächst, dass Verbraucher:innen mit einer höheren Verbraucherresilienz durch soziale Medien induzierte Stressoren (wie Kommunikationsüberflutung oder FOMO) insgesamt weniger stark wahrnehmen als jene mit einer niedrigeren Verbraucherresilienz (zum Beispiel Bermes et al. 2021; Bermes et al. 2020). Dies bedeutet, dass bei resilienteren Verbraucher:innen der Technostressprozess von vornherein auf einem niedrigeren Niveau beginnt. Entsprechend empfinden sie unter anderem den eingangs geschilderten Konflikt, sich durch soziale Medien überlastet zu fühlen, aber zugleich Angst zu haben, etwas zu verpassen, weniger stark.

Zudem wurde nachgewiesen, dass eine höhere Verbraucherresilienz auch die Stressreaktionen (*Strain*) von Verbraucher:innen direkt minimieren kann. So bewirkt Verbraucherresilienz eine geringere Erschöpfung und eine geringere wahrgenommene Informationsüberlastung von Verbraucher:innen infolge der Nutzung sozialer Medien (Bermes 2021b; Bermes et al. 2021). Zusätzlich hat die Verbraucherresilienz einen moderierenden Effekt auf die Beziehung zwischen Stressoren und Stressreaktionen. Ganz konkret konnte dies für die Beziehung zwischen wahrgenommener sozialer Überflutung und Erschöpfung nachgewiesen werden. Dies bedeutet, dass nur Verbraucher:innen mit einer

niedrigen Verbraucherresilienz unter Erschöpfung durch die Nutzung sozialer Medien leiden, jene mit einer hohen Verbraucherresilienz jedoch nicht (Bermes et al. 2021).

Des Weiteren zeigt die Forschung, dass bei Verbraucher:innen mit einer höheren Verbraucherresilienz weniger unerwünschte Konsequenzen (*Outcomes*) auftreten als bei jenen mit einer niedrigeren Verbraucherresilienz. Dies nicht nur, weil die unerwünschten Konsequenzen aufgrund der geringer ausgeprägten vorherigen Elemente des S-S-O-Modells (Stressoren und Stressreaktionen) abgeschwächt werden, sondern auch weil Verbraucherresilienz die Konsequenzen unmittelbar beeinflusst. So konnte Bermes (2021a) beispielsweise zeigen, dass eine höhere Verbraucherresilienz direkt zu einem höheren Wohlbefinden von Verbraucher:innen führt. Demnach vermindert Verbraucherresilienz negative Konsequenzen einerseits für Verbraucher:innen selbst, andererseits aber auch für Gesellschaft und Wirtschaft, die aus dem geringeren individuellen Wohlbefinden erwachsen können. Darüber hinaus zeigen die Erkenntnisse von Bermes (2021b), dass eine höhere Verbraucherresilienz die Wahrscheinlichkeit unter Verbraucher:innen zum Teilen von Falschnachrichten unmittelbar senkt. Dies liegt unter anderem darin begründet, dass resiliente Verbraucher:innen über die Fähigkeit verfügen, sich aktiv mit Stressoren (wie Informationsüberflutung) auseinanderzusetzen, und dadurch auch seltener auf die Hinterfragung kritischer Inhalte verzichten.

Zu guter Letzt stellt es sich gemäß einer longitudinalen Studie von Bermes et al. (2021) auch insgesamt so dar, dass resilientere Verbraucher:innen anders mit Technostress im Kontext sozialer Medien umgehen als weniger resiliente Verbraucher:innen. Während resiliente Verbraucher:innen ohnehin weniger Technostress empfinden, sind sie überdies in der Lage, diesen negativen Zustand (so sie ihn denn überhaupt empfinden) durch funktionale Verhaltensanpassungen zu beherrschen. Dabei manifestiert sich diese positive Anpassungsfähigkeit nicht in der Art, dass resilientere Verbraucher:innen den ultimativen Schritt gehen und sich häufiger von sozialen Medien abmelden als weniger resiliente Verbraucher:innen – im Gegenteil: Vielmehr üben sich resilientere Verbraucher:innen in einer aktiven Problemadressierung, die es ihnen erlaubt, sowohl den Technostress zu minimieren als auch zugleich weiterhin von den Vorteilen der sozialen Medien profitieren zu können. So zeigt eine qualitative Analyse, dass resiliente Verbraucher:innen beispielsweise die Be-



Resiliente Verbraucher:innen nehmen **weniger Stressoren** in sozialen Medien wahr – und wenn doch, dann werden sie dadurch **weniger erschöpft**.



Resiliente Verbraucher:innen sind in der Lage, **positive Umgangsstrategien** mit Technostress zu entwickeln.

Abbildung 2: Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse zur Wirkung von Verbraucherresilienz (Quelle: eigene Darstellung).

nachrichtigungen abschalten, die Zahl an Kontakten, mit denen sie interagieren, reduzieren oder das soziale Medium bewusst nur noch bei tatsächlichem Bedarf (und nicht für zielloses „Scrollen“) nutzen.

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse, dass resilientere Verbraucher:innen zunächst aufgrund ihrer *Widerstandsfähigkeit* weniger oder zuweilen gar keinen Technostress wahrnehmen und durch diesen weniger stark belastet werden (zum Beispiel fühlen sie sich weniger schnell durch die Nutzung sozialer Medien erschöpft). Zudem sind sie aufgrund ihrer *positiven Anpassungsfähigkeit* in der Lage, effektive beziehungsweise funktionale Strategien zum Umgang mit Technostress zu entwickeln. Insbesondere ist es resilienten Verbraucher:innen möglich, die Reduktion der Stressoren selbst aktiv in Angriff zu nehmen, sodass sie sich nicht von sozialen Medien abmelden müssen, um den dort empfundenen Technostress zu reduzieren.⁴ Die Kernerkenntnisse der Studien sind in Abbildung 2 dargestellt.

4 Nichtsdestotrotz sei angemerkt, dass auch die Abmeldung von sozialen Medien eine Bewältigungsstrategie darstellen kann. Empirischen Erkenntnissen zufolge wird sie aber eher von Verbraucher:innen mit einer niedrigeren Verbraucherresilienz gewählt (anscheinend im Sinne einer „Flucht“).

4 Ausgewählte Implikationen

4.1 Zur Rolle der sozialen Medien und der Verbraucher:innen selbst

Vor dem Hintergrund der mitigierenden Wirkung der Verbraucherresilienz ergibt sich mithin die Fragestellung, wie diese gestärkt werden kann. Zugleich stellt sich angesichts der stressinduzierenden Wirkung von IKT grundsätzlich die Frage, welche Maßnahmen sich zur Gestaltung digitaler Technologien beziehungsweise Abschwächung digitaler Stressoren eignen.

Eine umfassende Übersicht über die anbieterseitigen Möglichkeiten zur Reduktion digitaler Stressfaktoren sowie zur Stärkung der Verbraucherresilienz (beziehungsweise ihrer Schutzfaktoren) ist in Bermes (2022) dargelegt. Diese Möglichkeiten umfassen beispielsweise zielgruppenspezifische Anpassungen von Algorithmen, den Einbau von Monitoring-Tools, die Fokussierung auf Nutzungsleitlinien, das Angebot von Resilienzspielen, die Aussprache von Empfehlungen zur Nutzung von Achtsamkeitsapps oder den Einsatz KI-basierter Assistenzfunktionen.

Interessanterweise hat es bisweilen den Anschein, dass einige Anbieter sozialer Medien bereits teilweise Anpassungen in die oben genannten Richtungen vornehmen. So hat zum Beispiel Facebook laut eigener Angabe ein Monitoring-Tool eingeführt mit dem Ziel, sowohl negative Aspekte zu verhindern als auch eine verbesserte *user experience* zu schaffen (Facebook 2018). Ob dies aufgrund ethischer Erwägungen geschieht, durch externen gesellschaftlichen Druck bedingt wird und/oder hier primär ökonomische Ziele eine Rolle spielen, bleibt derweil offen.

Überdies ist anzumerken, dass Anbieter von IKT zwar direktive Maßnahmen von außen ergreifen können, die Verbraucher:innen diese aber auch annehmen müssen. Gewissermaßen stellen die genannten und andere Möglichkeiten seitens der IKT „nur“ eine Hilfe zur Selbsthilfe dar und sind seitens der IKT-Anbieter daher besonders nutzerfreundlich, ansprechend und hinreichend niederschwellig zu gestalten.

Überdies ist trotz erster (positiv zu würdigender) Vorstöße durch Anbieter sozialer Medien nicht anzunehmen, dass die Technostress-Problematik allein durch den Wettbewerb oder das eigenverantwortliche ethische Handeln der IKT gelöst wird. Dies liegt insbesondere darin begründet, dass digitale Stressoren vielfach indirekt in den Geschäftsmodellen der Anbieter verankert sind, insbesondere den vorrangig werbefinanzierten. So sind die Algorithmen beispielhaft so konstruiert, dass sie die Verweildauer der Nutzer:innen in den sozialen Medien maximieren, unter anderem indem sie versuchen, die FOMO zu erhöhen. Durch die gesteigerte Nutzungszeit können Anbieter wiederum bessere Absatzpotenziale im Werbemarkt realisieren und Wettbewerbsvorteile generieren, sodass solche Taktiken, die gleichwohl Stress induzieren, aus Anbietersicht zunächst förderlich erscheinen.

Da sich der Markt nicht gänzlich selbst regulieren wird, stellt sich folglich die Frage, wie die Verbraucherpolitik die Verbraucher:innen vor digitalen Stressoren schützen, deren Verbraucherresilienz stärken und die Anbieter von IKT vermehrt in die Verantwortung nehmen kann.

4.2 Zur Rolle der Verbraucherpolitik

In den Leitlinien des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen (SVRV) sind zur Steigerung der digitalen Souveränität von Verbraucher:innen die Handlungsfelder *Technologie*, *Regulierung* und *Kompetenz* beschrieben (SVRV 2017). Alle drei könnten ebenso einen strukturgebenden Rahmen für die Empfehlungen zur zukünftigen verbraucherpolitischen Stärkung der Verbraucherresilienz darstellen (vgl. Abbildung 3).

Das Handlungsfeld der *Technologie* bezieht sich im Allgemeinen auf die möglichen technologischen „Enabler“, das heißt die technischen Voreinstellungen und Funktionen von IKT (SVRV 2017). Hierbei könnten Prinzipien wie *Resilience by Default* oder *Resilience by Design* – in Anlehnung an die Prinzipien *Privacy by Default* oder *by Design* – Verbraucher:innen einen stressreduzierten (oder gar stressfreien) Alltag in der digitalen Welt ermöglichen. *Resilience by Default* könnte zunächst bedeuten, dass die Grundeinstellungen in unter anderem sozialen Medien stets ein Höchstmaß an Stressmitigierung gewähren, zum Beispiel indem die Like-Funktionen von vorneherein ausgeschaltet werden und

nur auf Wunsch der Nutzer:innen aktiviert werden können („Opt-in“). *Resilience by Design* könnte ferner implizieren, dass alle IKT-Anbieter technostressmitigierende Mechanismen einheitlich in ihrer Struktur verankern, sodass die Verhinderung von Technostress ein quasi natürlicher Bestandteil in der Konzeption von IKT wird. Um Anbieter hier in die entsprechende Verantwortung zu nehmen, sollten Anreize zur Selbstverpflichtung für IKT gegeben werden. In diesem Zusammenhang könnte überdies die Förderung von *good practices* angestrebt werden.

Das Handlungsfeld der *Regulierung* zielt darauf ab, die Einhaltung regulativer Standards nicht allein auf dem Markt beruhen zu lassen, sondern juristische Rahmenbedingungen zum Schutz der Verbraucher:innen zu schaffen (SVRV 2017). Im konkreten Kontext von Technostress könnte dies bedeuten, dass privatwirtschaftliche Akteure (in diesem Fall die Anbieter von IKT) zur Senkung von Technostress verpflichtet werden. In Bezug auf Algorithmen werden unter anderem bereits eine Offenlegung und Überprüfbarmachung derselbigen empfohlen, wenngleich aktuell wegen anderer Gründe als Technostress. Insbesondere vor dem Hintergrund der nachgewiesenen gesundheitsschädlichen Effekte von Technostress könnte diese Empfehlung nunmehr noch erweitert werden. So wäre anzulegen, beispielsweise ein Gesetz zur Anpassung des Einsatzes von Algorithmen in sozialen Medien zu erlassen, damit diese zukünftig keinen oder zumindest weniger Technostress (wie Informationsüberlastung) induzieren. Mit einem anderen Gesetz (dem im Juni 2021 in Kraft getretenen Gesetz zur Änderung des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes; kurz NetzDG) hat die Legislative bereits Anbietern sozialer Medien verschiedene Pflichten mit dem Ziel der Senkung von Hasskriminalität in sozialen Medien auferlegt (BMJV 2021b). Entsprechend könnte ein Hebel zur Reduktion von Technostress ebenfalls eine rechtsverbindliche Adressierung durch die Verbraucherpolitik sein. Alternativ oder ergänzend könnte beispielsweise eine Anpassung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen angeregt werden, um den IKT-Anbietern die Verantwortung zu ermöglichen. Dabei könnte die Erwägung eines neuen Ausnahmetatbestands für Plattform-Kooperationen zielführend sein, der vertikale Absprachen zwischen IKT-Anbietern mit dem Ziel der Stressorenreduktion erlaubt.

Das Handlungsfeld der *digitalen Kompetenz* betont abschließend die Relevanz von (Verbraucher-)Bildung und bezieht sich im Allgemeinen auf die Vermittlung



Abbildung 3: Drei Handlungsfelder zur Stärkung der Verbraucherresilienz durch die Verbraucherpolitik (Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an SVRV 2017).

notwendiger Fähig- und Fertigkeiten für einen sicheren und selbstbestimmten Umgang mit digitalen Technologien (SVRV 2017). Die bestehenden Bestrebungen zum Aufbau digitaler Kompetenz könnten nunmehr um spezifische Inhalte zum Umgang mit Technostress und zur Stärkung der Verbraucherresilienz (beziehungsweise ihrer Schutzfaktoren) ergänzt werden. So mag die Verbraucherresilienz als Lernanlass für Verbraucherbildung in unterschiedliche Bildungskontexte transferiert und als solche zum Beispiel in (vor)schulische Curricula integriert werden. Zu diesem Zweck wäre zunächst eine umfassende Curriculumanalyse empfehlenswert, um nachvollziehen zu können, ob beziehungsweise welche Schutzfaktoren (insbesondere im Vergleich der verschiedenen Bildungswege) bereits explizit oder implizit inhaltlich sowie strukturell verankert sind. Anschließend ließen sich auf Basis dessen bestehende Defizite in den jeweiligen Bildungsplänen gezielt adressieren und neue Curricula entwickeln. Eine richtungsweisende Rolle könnte in diesem Zusammenhang das Projekt Verbraucherschule des Verbraucherzentrale Bundesverbands einnehmen. Dieses bundesweite Projekt hat zum Ziel, Schüler:innen zu selbstbestimmten und verantwortungsbewussten Konsumententscheidungen zu befähigen. Hierbei wären insbesondere die Aufnahme sowie die Würdigung von Schwerpunkten und Aktionen zur Erlernung und Anwendung einer bewussten (= Technostress mitigierenden) IKT-Nutzung anzuregen, da bislang der Fokus im Themenfeld Medien häufig auf generellen Aspekten wie Informationsbeschaffung und

-bewertung, Datenschutz, Urheberrecht und Ähnlichem liegt (vgl. vzbv 2021a; 2021b).

Konkludierend ist zu betonen, dass es wünschenswert wäre, wenn Anbieter von IKT die Themen Technostress und Verbraucherresilienz eigenständig adressieren und priorisieren. Da die Einhaltung regulativer Standards jedoch erfahrungsgemäß in der Regel nicht allein auf dem Wettbewerb oder dem eigenverantwortlichen ethischen Handeln der Industrie beruhen kann (SVRV 2017), sollten überdies die Verbraucher:innen selbst sowie vor allem die Verbraucherpolitik einen Beitrag zur Mitigierung der Problematik Technostress in der digitalen Welt leisten.

5 Fazit

Im Rahmen dieses Beitrags sollte ein Einblick in die mitigierende Rolle der Verbraucherresilienz im Technostressprozess gegeben werden. Die Erkenntnisse tragen zu einem verbesserten Verständnis des Verbraucherverhaltens in der digitalen Welt bei, was sowohl aus theoretischer als auch aus praktisch-normativer Sicht wertvoll ist. Aus wissenschaftlicher Perspektive kann und sollte das Konstrukt der Verbraucherresilienz zukünftig nicht nur als stressmindernder Mechanismus gegen zunehmenden Technostress, sondern auch gegen anderen konsumbezogenen Stress weiter untersucht und etabliert werden. In der Praxis können die Ergebnisse der Verbraucherpolitik helfen, fundierte Entscheidungen zur Technostressprävention und -minderung im Rahmen der Gestaltung digitaler Technologien zu treffen. Die praktisch-normative Bedeutung der Ergebnisse ergibt sich auch aus der Tatsache, dass die Resilienz der Verbraucher:innen eine erlernbare Fähigkeit ist, die potenziell von vielen verschiedenen Akteuren gefördert werden kann. Dies gilt nicht zuletzt vor dem Hintergrund, dass fortschreitende digitale Transformation und andere (auch krisenhafte) Veränderungsprozesse die Verbraucher:innen fortwährend vor Herausforderungen stellen.

Literatur

- Ayyagari, Ramakrishna, Varun Grover und Russell Purvis. 2011. Technostress: Technological antecedents and implications. *MIS Quarterly* 35, Nr. 4: 831–858.
- Bengel, Jürgen und Lisa Lyssenko. 2012. *Resilienz und psychologische Schutzfaktoren im Erwachsenenalter: Stand der Forschung zu psychologischen Schutzfaktoren von Gesundheit im Erwachsenenalter*. Forschung und Praxis der Gesundheitsförderung 43. Köln: BZgA.
- Bermes, Alena. 2021a. Cure or curse? Exploring the dark side of social media amidst the COVID-19 pandemic (and beyond) and how consumers' resilience can mitigate its effects. *Proceedings of the AMA Winter Academic Conference* 32: 349–351.
- 2021b. Information overload and fake news sharing: A transactional stress perspective exploring the mitigating role of consumers' resilience during COVID-19. *Journal of Retailing and Consumer Services* 61, Nr. 102555.
- 2022. *Consumer Resilience – Selected Essays on Technostress*. Dissertation. Düsseldorf: Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.
- Bermes, Alena, Marco Hubert und Tim Eberhardt. 2021. Bounce back and don't let go: The mitigating effect of users' SNS resilience on SNS exhaustion and discontinuous usage intention. *ECIS 2021 Research-in-Progress Paper* 16, Nr. 1288.
- Bermes, Alena, Nikita Maleev und Peter Kenning. 2020. Stop it! Consumer resilience as a buffer against psychological conflicts in the digital age. *Advances in Consumer Research* 48: 1219–1219.
- BMJV (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz). 2021a. Richtlinie über die Förderung von Vorhaben zur verbraucherbezogenen Forschung und Entwicklung zu „Resilienzen von Verbraucherinnen und Verbrauchern stärken“ im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung im Verbraucherschutz in Recht und Wirtschaft. *Bundesministerium der Justiz*. 16. Februar. https://www.bmj.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF/BereichMinisterium/Bekanntmachung_Verbraucherresilienz.html (Zugriff: 11. November 2021).
- 2021b. Stärkere Rechte für Nutzerinnen und Nutzer von sozialen Netzwerken. *Bundesministerium der Justiz*. 28. Juni. https://www.bmj.de/SharedDocs/Artikel/DE/2021/0628_NetzDG.html (Zugriff: 22. Juli 2021).

- Bonß, Wolfgang. 2015. Karriere und sozialwissenschaftliche Potenziale des Resilienzbegriffs. In: *Resilienz im Sozialen: Theoretische und empirische Analysen*, hg. von Martin Endreß und Andrea Maurer, 15–32. Wiesbaden: Springer.
- Brinkmann, Hendrik, Christoph Harendt, Friedrich Heinemann und Justus Nover. 2017. Ökonomische Resilienz – Schlüsselbegriff für ein neues wirtschaftspolitisches Leitbild? *Wirtschaftsdienst* 97, Nr. 9: 644–650.
- Brod, Craig. 1984. *Technostress: The human cost of the computer revolution*. Reading: Addison-Wesley.
- Davis, Mary C., Lina Luecken und Kathryn Lemery-Chalfant. 2009. Resilience in common life: Introduction to the special issue. *Journal of Personality* 77: Nr. 6: 1637–1644.
- Deloitte. 2020. Smartphone-Nutzung am Limit? Studie zur Smartphone-Nutzung: Der deutsche Mobile Consumer im Profil. *Deloitte*. <https://www2.deloitte.com/de/de/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/smartphone-nutzung-2020.html> (Zugriff: 18. Oktober 2021).
- Dhir, Amandeep, Puneet Kaur, Sufen Chen und Ståle Pallesen. 2019. Antecedents and consequences of social media fatigue. *International Journal of Information Management* 48: 193–202.
- Dhir, Amandeep, Yossiri Yossatorn, Puneet Kaur und Sufen Chen. 2018. Online social media fatigue and psychological wellbeing: A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management* 40: 141–152.
- Europäische Kommission. 2020. Die neue Verbraucheragenda. *Europäische Kommission*. https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection-policy/consumer-strategy_de (Zugriff: 5. November 2021).
- Facebook. 2018. New tools to manage your time on Facebook and Instagram. *Meta*. 1. August. <https://about.fb.com/news/2018/08/manage-your-time> (Zugriff: 8. Dezember 2021).
- Hootsuite. 2020. Digital 2020: A comprehensive look at the state of the internet, mobile devices, social media, and commerce. *Hootsuite*. <https://www.hootsuite.com/resources/digital-2020> (Zugriff: 20. Oktober 2021).
- Kemp, Simon. 2021. Digital 2021 April global statshot report. *DataReportal*. 21. April. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot> (Zugriff: 15. Dezember 2021).

- Klingenberg, Ingo. 2022. *Stressbewältigung durch Pflegekräfte: Konzeptionelle und empirische Analysen vor dem Hintergrund des Copings und der Resilienz*. Heidelberg: Springer.
- Kluge, Friedrich. 1989. *Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache*. 22. Auflage. Berlin: De Gruyter.
- Koeske, Gary F. und Randi Daimon Koeske. 1993. A preliminary test of a stress-strain-outcome model for reconceptualizing the burnout phenomenon. *Journal of Social Service Research* 17, Nr. 3–4: 107–135.
- Levenson, Jessica C., Ariel Shensa, Jamie E. Sidani, Jason B. Colditz und Brian A. Primack. 2016. The association between social media use and sleep disturbance among young adults. *Preventive Medicine* 85: 36–41.
- Lin, Liu Yi, Jaime E. Sidani, Ariel Shensa, Ana Radovic, Elizabeth Miller, Jason B. Colditz, Beth L. Hoffmann, Leila M. Giles und Brian A. Primack. 2016. Association between social media use and depression among U.S. young adults. *Depression and Anxiety* 33, Nr. 4: 323–331.
- Maier, Christian, Sven Laumer, Andreas Eckhardt und Tim Weitzel. 2015. Giving too much social support: Social overload on social networking sites. *European Journal of Information Systems* 24, Nr. 5: 447–464.
- Masten, Ann S. 2001. Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist* 56, Nr. 3: 227–238.
- Ragu-Nathan, T.S., Monideepa Tarafdar, Bhanu S. Ragu-Nathan und Qiang Tu. 2008. The consequences of technostress for end users in organizations: Conceptual development and empirical validation. *Information Systems Research* 19, Nr. 4: 417–433.
- Riedl, René 2020. *Digitaler Stress: Wie er uns kaputt macht und was wir dagegen tun können*. Wien: Linde.
- Salo, Markus, Henri Pirkkalainen und Tiina Koskelainen. 2019. Technostress and social networking services: Explaining users' concentration, sleep, identity, and social relation problems. *Information Systems Journal* 29, Nr. 2: 408–435.
- Smith, Bruce W., Jeanne Dalen, Kathryn Wiggins, Erin Tooley, Paulette Christopher und Jennifer Bernard. 2008. The brief resilience scale: Assessing the ability to bounce back. *International Journal of Behavioral Medicine* 15, Nr. 3: 194–200.
- Srivastava, Shirish C., Shalini Chandra und Anuragini Shirish. 2015. Technostress creators and job outcomes: Theorising the moderating influence of personality traits. *Information Systems Journal* 25, Nr. 4: 355–401.

- Stowasser, J.M., M. Petschenig und F. Skutsch. 2014. *Stowasser: Lateinisch-Deutsches Schulwörterbuch*. München: Oldenbourg.
- SVRV (Sachverständigenrat für Verbraucherfragen). 2017. *Digitale Souveränität: Gutachten des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen*. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen.
- ThinkNow. 2019. *ThinkNow Media™: Streaming services favored over live tv as gaming and social media take over mobile: Report 2019*. https://filecache.mediaroom.com/mr5mr_rbff/203893/download/ThinkNow%20Media%20Report%202019.pdf (Zugriff: 13. August 2021).
- Vogt, Markus und Martin Schneider. 2016. Zauberwort Resilienz: Analysen zum interdisziplinären Gehalt eines schillernden Begriffs. *Münchener Theologische Zeitschrift* 67, Nr. 3: 180–194.
- vzbv (Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.). 2021a. Medien und Informationen im Unterricht. *Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.* <https://www.verbraucherbildung.de/medien-und-information-im-unterricht> (Zugriff: 18. Dezember 2021).
- . 2021b. Herzlich Willkommen beim Netzwerk Verbraucherschule! *Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.* <https://www.verbraucherbildung.de/herzlich-willkommen-beim-netzwerk-verbraucherschule> (Zugriff: 16. Januar 2023).
- Weiß, Matthias, Silja Hartmann und Martin Högl. 2018. Resilienz als Trendkonzept: Über die Diffusion von Resilienz in Gesellschaft und Wissenschaft. In: *Resilienz: Interdisziplinäre Perspektiven zu Wandel und Transformation*, hg. von Maria Karidi, Martin Schneider und Rebecca Gutwald, 13–32. Wiesbaden: Springer.
- Werner, Emmy E., Jessie M. Bierman und Fern E. French. 1971. *The children of Kauai: A longitudinal study from the prenatal period to age ten*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Windle, Gill. 2011. What is resilience? A review and concept analysis. *Reviews in Clinical Gerontology* 21, Nr. 2: 152–169.
- Wright, Margaret O., Ann S. Masten und Angela J. Narayan. 2013. Resilience processes in development: Four waves of research on positive adaptation in the context of adversity. In: *Handbook of Resilience in Children*, hg. von Sam Goldstein und Robert B. Brooks, 15–37. Boston: Springer.
- Zhang, Shuwei, Ling Zhao, Yaobin Lu und Jun Yang. 2016. Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services. *Information & Management* 53, Nr. 7: 904–914.

Über die Autorinnen

Dr. Alena Bermes; bis Februar 2022 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für BWL, insbesondere Marketing an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Seither ist sie für eine internationale Unternehmensberatung tätig und hat unterschiedliche Lehraufträge inne, unter anderem am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Düsseldorf für „Empirische Forschungsmethoden“.

Vita Zimmermann-Janssen; Geschäftsführerin des Instituts für Verbraucherwissenschaften und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für BWL, insbesondere Marketing an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Zudem ist sie als Lehrbeauftragte an der HS Niederrhein für „Methoden der Sozialforschung“ und „Multivariate Analysemethoden“ tätig.