

# ERSTE HILFE BEI EXZESSIVEM MEDIENKONSUM

## Das re:set!-Starterpaket für die Suchthilfe

Viktoria Meyer,  
Nora M. Laskowski, Alexandra Ernst, Veronika Schwenk & Astrid Müller

**M<sub>H</sub>H** Klinik für Psychosomatik und  
Psychotherapie  
Medizinische Hochschule  
Hannover

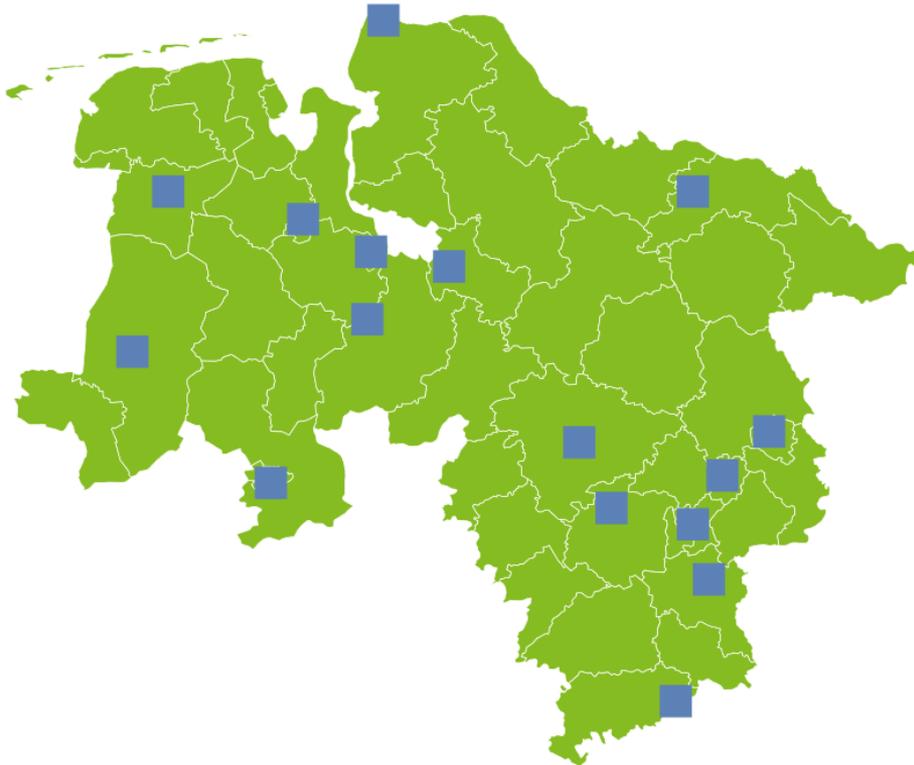
  
Niedersächsische Landesstelle  
für Suchtfragen



Niedersächsisches Ministerium  
für Soziales, Gesundheit  
und Gleichstellung

# 16 Fachstellen

Projektzeitraum: 15.03.2017 - 31.01.2020



- Achim/Verden
- Braunschweig
- Cuxhaven
- Delmenhorst
- Goslar
- Göttingen
- Hannover
- Hildesheim
- Leer
- Lüneburg
- Meppen
- Oldenburg
- Osnabrück
- Salzgitter
- Twistringen
- Wolfsburg

insg. 3000 Beratungstermine

Quelle: re:set-Flyer, nls



## Empfehlungen zur Implementierung eines Beratungsangebots bei exzessivem Medienkonsum und internetbezogenen Störungen

Prof. Dr. med. Dr. phil. Astrid Müller  
M.Sc. Viktoria Meyer, M.Sc. Veronika Schwenk, M.Sc. Nora M. Laskowski



## Exzessiver Medienkonsum

### Beratungsleitfaden mit Materialsammlung

Prof. Dr. Dr. Astrid Müller  
M. Sc. Viktoria Meyer, B. Sc. Alexandra Ernst, M. Sc. Nora M. Laskowski  
Klinik für Psychosomatik und Psychotherapie  
Medizinische Hochschule Hannover





## Empfehlungen zur Implementierung eines Beratungsangebots bei exzessivem Medienkonsum und internetbezogenen Störungen

Prof. Dr. med. Dr. phil. Astrid Müller  
M.Sc. Viktoria Meyer, M.Sc. Veronika Schwenk, M.Sc. Nora M. Laskowski



## QUALITATIV

Interviews  
Inhaltsanalyse  
Deduktive  
Kategorien

Expert\*innen-  
workshop

QUANTITATIV  
Online-Survey

**Empfehlungen**

## QUALITATIV

Interviews  
Inhaltsanalyse  
Deduktive  
Kategorien

17 Interviews



26 deduktive  
Kategorie

# Themenkomplexe

- I. Verständnis von Beratung
- II. Zugangswege, zeitliche und inhaltliche Struktur der Beratung
- III. Beratungsaufsuchende-Beratende-Beziehung und Angehörigenarbeit
- IV. Geschlechtsaspekte
- V. Beratungsbedarf und -motivation der Beratungsaufsuchenden
- VI. Beratungskompetenz der Fachkräfte
- VII. Qualifizierung von Fachkräften
- VIII. Einbettung der Beratung in Fachstelle/Region

# Beratungsziele

- Die Beratungsziele orientieren sich an den Bedürfnissen der Beratungsaufsuchenden.
- Abstinenz vom Internet ist kein Beratungsziel.

„Das ist individuell. Also das kann ich jetzt nicht allgemein sagen. Ich kann ja nicht bei jedem sagen: So, die müssen jetzt mit dem Spielen aufhören. Manchmal ist es, ja einfach auch nur, dass die ein paar Tipps kriegen, wie sie es einschränken oder dass ich auch mal den Eltern sage: Nein, das ist ein normales Verhalten, was ihr Sohn da an den Tag bringt.“

# Störungsspezifik

Einige Fachkräfte sehen Unterschiede zur allg. Suchtberatung.

„Ja, das ist schon eine andere Beratung, das ist schon richtig. Weil in der Sucht, also in der Alkoholberatung, die Menschen, die hierher kommen, sind sich schon bewusst, dass es irgendwie nicht o.k. ist, was da passiert. [...] Oder sie kommen fremdgesteuert hierher. Aber dann wollen die unbedingt eine Therapie machen, weil sie ihren Führerschein wiederhaben wollen oder so.“

# Beratungsthemen

Zentrales Thema in der Beratung ist die Funktionalität der exzessiven Mediennutzung.

„[...] was sind denn so die Vorteile daran? Was macht denn so viel Spaß? Was hast du davon? Warum machst du das? Weil da kriegt man natürlich viele Infos darüber, was so die Bedürfnisse sind, die damit erfüllt werden.“

# Angehörigenarbeit

Zentrales Thema in der Angehörigenarbeit ist die Funktionalität der exzessiven Mediennutzung.

„Und so diese Funktionalität, die ist den Eltern dann teilweise nicht bewusst. Ja, was sind die Attraktoren bei solchen Spielen und worum geht es da.“

„Ja, dass man auch immer guckt, o.k. es wird jetzt alles auf diese Medien abgewälzt, dass das Problem ist. So und letztendlich stecken da häufig noch andere Dinge dahinter, ja.“

## QUALITATIV

Interviews  
Inhaltsanalyse  
Deduktive  
Kategorien

Expert\*innen-  
workshop

13 Fachkräfte  
3 Mitarbeiterinnen MHH  
Mitarbeiterin NLS

## QUALITATIV

Interviews  
Inhaltsanalyse  
Deduktive  
Kategorien

Expert\*innen-  
workshop

## QUANTITATIV

Online-Survey

Zustimmungsratings

50 Aussagen: Fachkräfte/Fachstellenleitungen

49 Aussagen: Fachkräfte

## Das Ziel der Beratung bei exzessivem Medienkonsum...

...orientiert sich an den Bedürfnissen der betroffenen Person.

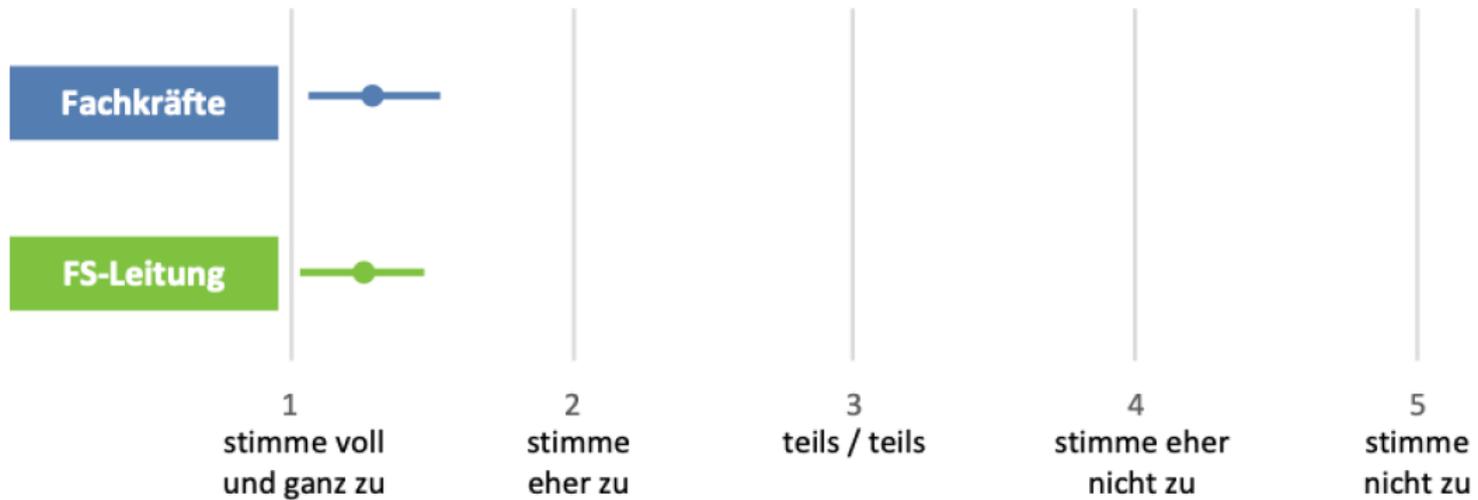


Abb. 3: Durchschnittliche Antwort der Fachkräfte ( $n=17$ ;  $M=1,29$ ;  $SD=0,47$ ) und der Fachstellenleitungen (FS-Leitung) ( $n=16$ ;  $M=1,25$ ;  $SD=0,45$ ); Unterschied zwischen Fachkräften und FS-Leitung n.s.

## Das Ziel der Beratung bei exzessivem Medienkonsum...

...besteht darin, dass die Betroffenen abstinent vom Internet sind.

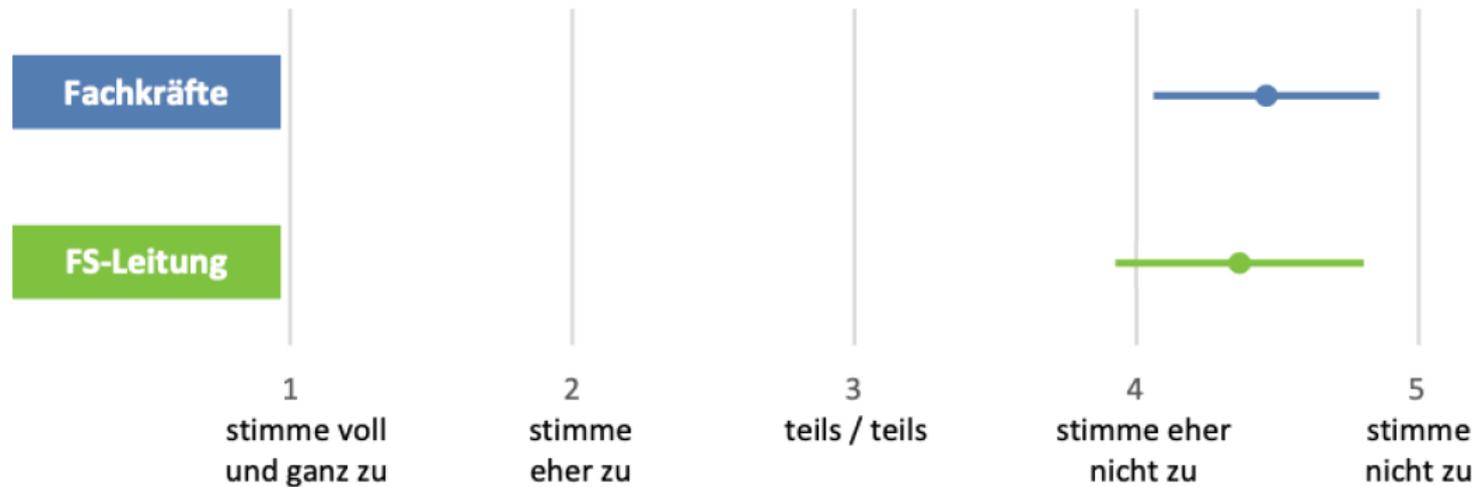


Abb. 4: Durchschnittliche Antwort der Fachkräfte ( $n=17$ ;  $M=4,47$ ;  $SD=0,80$ ) und der Fachstellenleitungen (FS-Leitung) ( $n=16$ ;  $M=4,38$ ;  $SD=0,89$ ); Unterschied zwischen Fachkräften und FS-Leitung n.s.

## QUALITATIV

Interviews  
Inhaltsanalyse  
Deduktive  
Kategorien

Expert\*innen-  
workshop

QUANTITATIV  
Online-Survey

***EMPFEHLUNGEN***

1. Fachkräfte, die Beratung zu exzessivem Medienkonsum anbieten, sollten eine **grundlegende Offenheit gegenüber Internetanwendungen** mitbringen und eine wertschätzende Haltung den Beratungsaufsuchenden gegenüber zeigen. Eigene **Computerspielerfahrungen** der Fachkräfte können den Beziehungsaufbau zu den Beratungsaufsuchenden erleichtern, sind jedoch **keine zwingende Voraussetzung** für eine erfolgreiche Beratung zu exzessivem Medienkonsum.
2. Zur Beratungskompetenz im Bereich des exzessiven Medienkonsums gehören Fertigkeiten in **Motivierender Gesprächsführung** sowie in **Systemischer Beratung**. In der Beratung von Kindern/Jugendlichen und ihren Angehörigen sind Kenntnisse im Bereich **Erziehungsberatung** hilfreich.
3. Der **Hauptzugangsweg**, der Betroffene in die Beratung führt, ist deren Internetrecherche. Ein attraktiv gestalteter, fortlaufend aktualisierter und ansprechender **Online-Auftritt** mit funktionierendem E-Mailkontakt ist notwendig, um die Beratungsaufsuchenden zu erreichen und ihnen den Weg in die Beratung zu erleichtern.

4. Die **Verknüpfung von Präventions- und Beratungsangeboten** zu exzessivem Medienkonsum und internetbezogenen Störungen ist sinnvoll. Informationen über bestehende Beratungsangebote sollten aktiv, fortlaufend und so konkret wie möglich im Präventionsbereich bekannt gemacht werden und vice versa.
5. Es ist wichtig, bestehende **regionale Netzwerke** zu nutzen, um das Beratungsangebot für die Zielgruppe bekannt zu machen und die Bekanntheit aufrechtzuerhalten. Wichtige Kooperationspartner sind z.B. Schulen und Ausbildungsstätten, Jugendämter, Familienhilfen, Erziehungsberatungsstellen, psychosoziale Beratungsstellen, das Jobcenter und Spezialambulanzen.
6. **Bei mindestens der Hälfte der Beratungsaufsuchenden ergeben sich im Screening Hinweise auf eine klinisch relevante pathologische Mediennutzung** im Sinne einer Verhaltenssucht. Wenn im Zuge der Beratung keine anhaltende Reduktion der Symptomatik auftritt, sollte eine Weitervermittlung in z.B. ambulante Rehabilitation, Spezialambulanzen, ambulante oder stationäre Behandlung erfolgen.

7. Um eine wohnortnahe Versorgung der Ratsuchenden mit Therapiebedarf sicherzustellen, sollten die Fachstellen ihre Behandlungsangebote wie z.B. ambulante Rehabilitation oder ambulante **Nachsorge nach (teil)stationärer Therapie** für diese Zielgruppe öffnen. Hierzu bedarf es einer entsprechenden Qualifizierung der behandelnden Personen.
8. Für die reibungslose Weitervermittlung und die Verbreitung von Nachsorgeangeboten (s. Punkt 7) ist die konstante **Einbindung** der Fachstelle auch in diesem Bereich in das **professionelle Hilfesystem** der Region notwendig.
9. Aufgrund der **fluktuierenden Inanspruchnahme** der Beratung zu exzessivem Medienkonsum wird empfohlen, den Fachkräften **flexible Stundenkontingente** für die Beratung zu exzessivem Medienkonsum zu ermöglichen.
10. Für die Etablierung und Aufrechterhaltung eines qualitativ hochwertigen und erfolgreichen Beratungsangebotes zu exzessivem Medienkonsum bedarf es der **interessierten und konsequenten Unterstützung** der Fachkräfte durch die jeweilige **Fachstellenleitung**.

11. Zur Gewährleistung eines gleichbleibend hohen Beratungsstandards und der Dissemination des spezifischen Beratungswissens innerhalb der Fachstellen wird neben einem Beratungsleitfaden auch ein landesweites Curriculum zu exzessivem Medienkonsum und internetbezogenen Störungen mit der Möglichkeit des Erwerbs einer entsprechenden **Zusatzqualifikation** empfohlen.
12. Um einen qualifizierten Beratungsstandard sowie ein regelmäßiges Update zum Thema Internetapplikationen, Nutzungsverhalten, exzessiver Medienkonsum und internetbezogene Störungen zu gewährleisten, benötigen die Fachkräfte **fortlaufende Weiterbildung**.
13. Für eine Implementierung der Beratung bei exzessivem Medienkonsum als dauerhaftes Regelangebot ist eine **auskömmliche Regelfinanzierung** notwendig, da dieses Beratungsangebot zusätzlich zu den bereits bestehenden Arbeitsfeldern angeboten werden muss und nicht zu einer Reduzierung des vorhandenen und bewährten Angebotes führen darf.



## Empfehlungen zur Implementierung eines Beratungsangebots bei exzessivem Medienkonsum und internetbezogenen Störungen

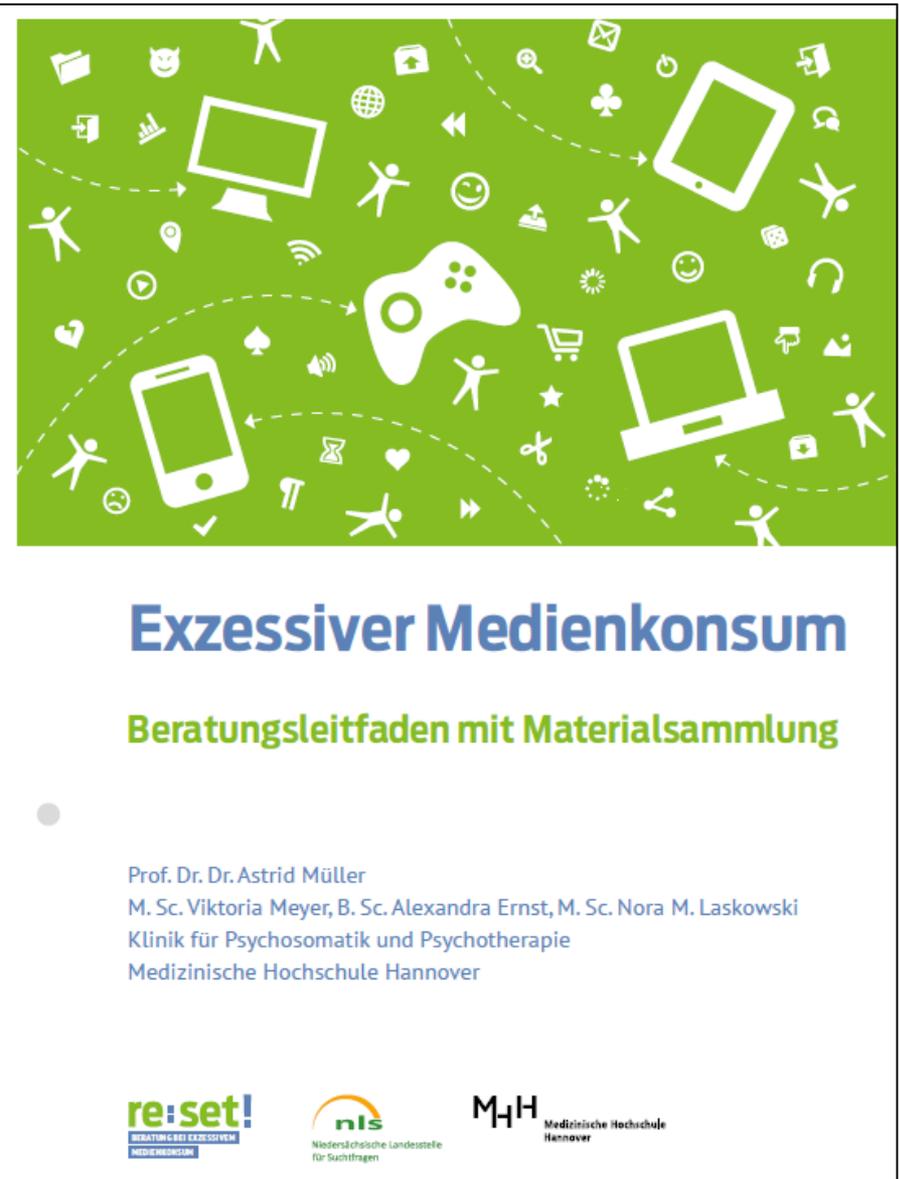
Prof. Dr. med. Dr. phil. Astrid Müller  
M.Sc. Viktoria Meyer, M.Sc. Veronika Schwenk, M.Sc. Nora M. Laskowski

**re:set!**  
BERATUNG BEI EXZESSIVEM  
MEDIENKONSUM

**nls**  
Niedersächsische Landesstelle  
für Suchtfragen

**MHH**  
Medizinische Hochschule  
Hannover

Laskowski et al., Suchttherapie 2021; 22(01): 44-51. DOI: 10.1055/a-1234-1644



**Teil 1  
HINTERGRUNDWISSEN**

**Teil 2  
MATERIALSAMMLUNG**

# TEIL 1: HINTERGRUNDWISSEN

## *Kurzinformationen für Fachkräfte*

### **Internetnutzungsstörungen**

- Computer- und Videospiele
- Digitale soziale Netzwerke
- Kaufportale
- Erotikangebote
- Glücksspiele
- Streaming/Binge Watching

### **Phänomene**

- FOMO
- POPC
- Hikikomori
- Digital Hoarding
- Lootboxen

Ätiologie

Komorbidität

Weitervermittlung

Hilfreiche Links

Literatur

## Kurzinformation für Fachkräfte: Problematische Nutzung von Streamingdiensten/Binge-Watching

### 1 Was ist eine problematische Nutzung von Streamingdiensten?

„Nur noch eine Folge!“ – Diesen Satz kennen viele. Für das Phänomen des Binge-Watching gibt es derzeit jedoch noch keine gültige Definition. Häufig wird Binge-Watching beschrieben als das Schauen mehrerer Serienfolgen, Videos, Filme in einer Sitzung (Walton-Pattison et al., 2018). Spätestens seit Erscheinen der Videoplattform Youtube und des Streamingdienstes Netflix ist dieses Phänomen nicht mehr selten. Pro Minute werden über 400 Stunden Videomaterial auf Youtube hochgeladen (Brouwer, 2015). Bis heute gibt es noch keine validen Forschungsergebnisse, die eine Aussage darüber zulassen würden, ab wann Binge-Watching pathologische Ausmaße annimmt. Es wird davon ausgegangen, dass stundenlanges Serienschauen zu sozialer Isolation, Inaktivität und Prokrastination beiträgt. Dennoch ist das pathologische Potenzial der exzessiven Nutzung von Streamingdiensten kaum erforscht.

Ebenso kann ein möglicher Zusammenhang zwischen anderen Internetnutzungsstörungen und einer problematischen Nutzung von Streamingdiensten bislang noch nicht durch Forschungsergebnisse untermauert werden. Allerdings sind Überschneidungen denkbar, insbesondere durch Mischformen wie die Streamingplattform Twitch, auf der sogenannte „Let’s Play“-Videos hochgeladen und gestreamt werden können, in denen man anderen Spieler\*innen beim Spielen verschiedener Online-Videospiele zusehen kann. Funktionen wie die sog. Live Videos („Just Chatting“ bei Twitch), in denen Streamer\*innen alltägliche Aufnahmen aus ihrem Leben mit ihren Fans teilen und direkt auf deren Kommentare und Chatnachrichten reagieren, fördern vermutlich die soziale Kund\*innenbindung an bestimmte Plattformen (z. B. Youtube oder Twitch).

Inhaltliche Überschneidungen, soziale Einbindung in die Gaming-Fangemeinde, anhaltende Beschäftigung mit der virtuellen Welt sowie Fantasyserien können zur Suchtverlagerung beitragen. Beispielsweise kann die Reduktion von exzessivem Computer- und Videospielen mit einer Zunahme von exzessivem Streaming von „Let’s Play“-Videos einhergehen, was in der Beratung unbedingt berücksichtigt werden sollte.

### 2 Wie viele Menschen sind davon betroffen?

Bislang liegen noch keine Daten zu der Häufigkeit der problematischen Nutzung von Online-Streamingdiensten vor. Um dies erfassen zu können, ist es wichtig zu klären, ab welchem Ausmaß das Online-Streaming problematisch oder sogar pathologisch ist.

Unabhängig von den offenen Forschungsfragen wird die exzessive Nutzung von Online-Streamingdiensten und vor allem eine Suchtverlagerung exzessiven Onlinespielverhaltens hin zu exzessivem Streaming in der Beratung zu exzessivem Medienkonsum häufig beobachtet.

**MERKE:** Die Prävalenz einer problematischen Nutzung von Streamingdiensten ist bislang noch unzureichend untersucht. In der Beratung zu exzessivem Medienkonsum wird insbesondere die Verlagerung von exzessivem Computer- und Videospielen zu exzessivem Streaming häufig beobachtet.

### 3 Weiterführende Informationen

Erste Hinweise für das Vorliegen problematischer Nutzung von Streamingdiensten können die in Teil 2 vorgestellten Screeningverfahren liefern. Für mehr Informationen wird diese weiterführende Literatur empfohlen:

- Walton-Pattison, E., Dombrowski, S. U., & Presseau, J. (2018). Just one more episode: Frequency and theoretical correlates of television binge watching. *Journal of Health Psychology, 23*(1), 17-24.
- Petersen, K. U. (2019). *Süchtig nach Internet? – Zwischen intensivem Spaß und Suchtverhalten*. In: Gorr C., Bauer M. (Hrsg.), *Gehirne unter Spannung*. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.
- Umesh, S., & Bose, S. (2019). Binge-watching: A matter of concern?. *Indian Journal of Psychological Medicine, 41*(2), 182.

# TEIL 2: MATERIALSAMMLUNG

*Anleitungen - Infoblätter - Arbeitsblätter*

1. Erstkontakt und Beziehungsaufbau
2. Screening
3. Suchtanamnese
4. Angehörigenarbeit
5. Funktionalität des Medienkonsums
6. Änderungsmotivation
7. Ressourcen
8. Verhaltensänderung

Angebot	Häufigkeit der Nutzung				
	Täglich	Mehrmals pro Woche	Mehrmals pro Monat	Ein paar Mal im Jahr	Nie
<b>Onlinespiele</b> (z. B. PC, Konsole, Handy)	<input type="checkbox"/>				
<b>Offlinespiele</b> (z. B. PC, Konsole)	<input type="checkbox"/>				
<b>Chatten</b> (auch WhatsApp und Co.)	<input type="checkbox"/>				
Austausch in <b>Foren</b>	<input type="checkbox"/>				
<b>Soziale Netzwerke</b> (aktiv: posten, kommentieren)	<input type="checkbox"/>				
<b>Soziale Netzwerke</b> (passiv: durchschauen, stöbern)	<input type="checkbox"/>				
<b>Shopping</b> -Websites/-Apps (auch Wiederverkaufs-Plattformen wie z. B. eBay, Kleiderkreisel)	<input type="checkbox"/>				
<b>Erotikangebote</b>	<input type="checkbox"/>				
<b>Dating</b> -Plattformen, Dating-Apps	<input type="checkbox"/>				
Online- <b>Glücksspiel</b>	<input type="checkbox"/>				
Informations <b>recherche</b>	<input type="checkbox"/>				
<b>Programmieren/Hacken</b>	<input type="checkbox"/>				
<b>Streaming</b> (z. B. Musik, Videos, Serien)	<input type="checkbox"/>				
<b>TV schauen</b> (ohne Streaming-Dienst)	<input type="checkbox"/>				
Allg. <b>Surfen</b> (PC, Handy)	<input type="checkbox"/>				
Sonstiges:	<input type="checkbox"/>				

V. Meyer re:set 26.05.21

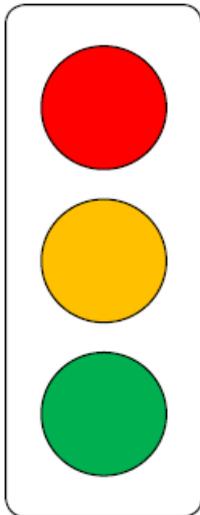
### 3.5 Arbeitsblatt – Wochenbilanz des Medienkonsums

Bitte fülle diese Tabelle für jeden Tag aus, an dem du eine Medienanwendung nutzt. Achte bitte besonders darauf, was du dabei denkst und wie du dich fühlst. Bitte rechne am Ende der Woche die Stunden zusammen und gib an, wie viel Geld du ggf. dabei ausgegeben hast.

	Welche Anwendung habe ich genutzt?	Was habe ich dabei gedacht?	Was habe ich dabei gefühlt?	Wie hoch war mein Verlangen? (1-10)	Dauer (in Stunden)
MO					
DI					
MI					
DO					
FR					
SA					
SO					

- Nutzungszeit insgesamt in dieser Woche:  Stunden.
- Davon unter der Woche (Mo-Fr):  Stunden.
- Davon am Wochenende:  Stunden.

So viel Geld habe ich für meinen Medienkonsum in dieser Woche ausgegeben:  Euro.



**Was denkst du, war dein Konsum in dieser Woche ...**

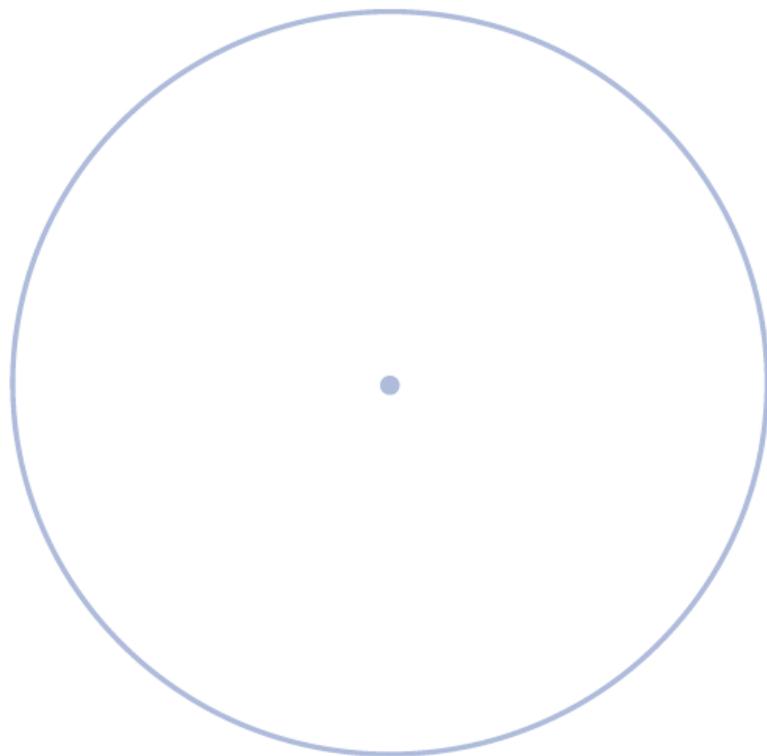
... problematisch (rot),

... verbesserungsfähig (gelb) oder

... in Ordnung (grün)?

### 3.7 Arbeitsblatt – Zeitkuchen

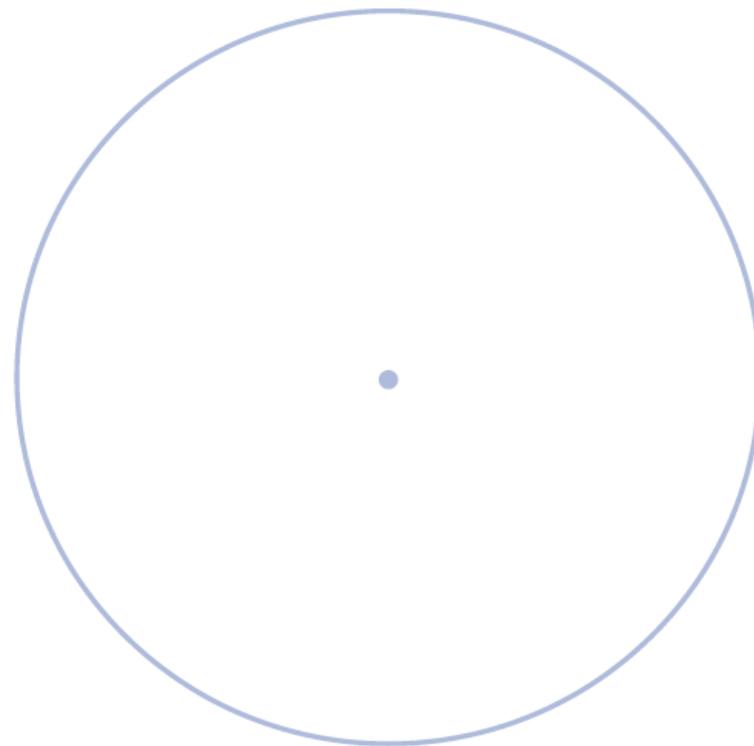
Bitte trage hier ein, was du wie lange am Tag tust bzw. für welche Tätigkeiten (z. B. Schlafen, Schule, Spielen, Sport, Freunde treffen) du wie viel Zeit investierst. Dafür sollst du bitte unterschiedlich große Kuchenstücke in den Zeitkuchen eintragen. So wird symbolhaft dein Tag eingeteilt, wobei die Größe des Kuchenstückes die Zeit darstellen soll, die du jeweils investierst.



Arbeitsblatt modifiziert nach: Jugert, G., Rehder, A., Notz, P. & Petermann, F. (2006). *Fit for life. Module und Arbeitsblätter zum Training sozialer Kompetenz für Jugendliche*. Weinheim: Juventa.

### 3.7 Arbeitsblatt – Zeitkuchen: Wunschtage

Bitte trage hier ein, was du gern wie lange am Tag machen würdest bzw. für welche Tätigkeiten (z. B. Schlafen, Schule, Spielen, Sport, Freunde treffen) du am liebsten wie viel Zeit investieren würdest. Dafür sollst du bitte unterschiedlich große Kuchenstücke in den Zeitkuchen eintragen. So wird symbolhaft dein Wunschtage eingeteilt, wobei die Größe des Kuchenstückes die Zeit darstellen soll, die du jeweils investieren möchtest.



Arbeitsblatt modifiziert nach: Jugert, G., Rehder, A., Notz, P. & Petermann, F. (2006). *Fit for life. Module und Arbeitsblätter zum Training sozialer Kompetenz für Jugendliche*. Weinheim: Juventa.

### 4.3 Anleitung für Fachkräfte – Spezifische Fragen an Eltern von jüngeren Betroffenen im Bereich des exzessiven Medienkonsums

Um gerade bei jugendlichen Betroffenen differenzieren zu können, ob es sich bei der Problematik um ein erzieherisches Problem handelt (ggf. Einbindung von oder Weitervermittlung an Erziehungsberatung), können bei dieser Zielgruppe zusätzlich zu den Angehörigen-Fragen (s. Material 4.2, Anleitung für Fachkräfte – „Hilfreiche Fragen an Angehörige von Betroffenen mit exzessivem Medienkonsum“) auch diese spezifischen Fragen an Eltern hilfreich sein:

- Gibt es in der Familie Regeln und Grenzen bezogen auf Mediennutzung? Wie werden diese umgesetzt?
- Wie nutzen Sie selbst digitale Medien? Sehen Sie sich als Vorbild bezogen auf Mediennutzung?
- Wie äußern Sie gegenüber Ihrem Kind Ihre Ängste und Sorgen bezogen auf die Mediennutzung Ihres Kindes?
- Wie wird die Nutzung digitaler Medien in Ihrer Familie thematisiert?
- Werden Ihrem Kind außerhalb der Mediennutzung Grenzen gesetzt? Wie werden diese umgesetzt?
- Welche eigenverantwortlichen Aufgaben übernimmt Ihr Kind (z. B. im Haushalt)?
- Was denken Sie, würde Ihrem dabei Kind helfen, mehr Eigenverantwortung zu übernehmen?
- Welchen Hobbies/Aktivitäten geht Ihr Kind nach?
- Welche Aufgaben kann Ihr Kind gut erledigen?
- In welchen Bereichen kann Ihr Kind selbstbestimmt handeln/entscheiden?
- Welche Interessen hat Ihr Kind neben der Mediennutzung?
- Was kann Ihr Kind gut?
- Welche regelmäßigen Familienaktivitäten gibt es?
- Was schätzen/lieben Sie besonders an Ihrem Kind?

Tipps für Eltern betroffener Jugendlichen im Bereich des exzessiven Medienkonsums sind im Klicksafe-Flyer „Digitale Abhängigkeit – Tipps für Eltern“ zu finden und wurden von der EU-Initiative Klicksafe ([www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)) freundlicherweise zur Verfügung gestellt unter:

[www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe\\_Materialien/Eltern\\_Allgemein/klicksafe\\_Digitale\\_Abhaengigkeit.pdf](http://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Eltern_Allgemein/klicksafe_Digitale_Abhaengigkeit.pdf)

## 5.1 Anleitung für Fachkräfte – Türöffner: Aussagen zum Medienkonsum

Mit diesem Arbeitsblatt können Einstellungen zum Medienkonsum exploriert werden. Die Beratungsaufsuchenden werden gebeten, aus einer Sammlung von Aussagen zur Internetnutzung diejenigen auszuwählen, die z. B. am heutigen Tag am ehesten auf sie zutreffen und anschließend die Auswahl zu begründen. Diese niederschwellige Übung kann gut als Türöffner für tiefergehende Themen genutzt werden. Zur mehrfachen Verwendung bietet sich ein Ausdruck auf festem Papier oder die Laminierung der Karten an.

Am liebsten gehe ich nach der Schule/Arbeit direkt an den Computer/das Tablet.	Manchmal merke ich nicht, wie viel Zeit ich online/im Spiel verbringe.
Ich bin häufig online, statt Hausaufgaben oder Alltagsaufgaben zu erledigen.	Online schreibe ich Dinge, die ich in der Realität nie sagen würde.
Spielen/Online sein hilft mir dabei, Einsamkeit zu vermeiden.	Ich wüsste nicht, was ich statt spielen/online sein tun sollte.

## 5.2 Arbeitsblatt – Was macht Computer- und Videospiele so reizvoll?

1. Bitte kreuzen Sie an, was für Sie an den Medienanwendungen, die Sie hauptsächlich nutzen, so ansprechend ist.

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Fantasie/Eintauchen in die virtuelle Welt                     | <input type="checkbox"/> Missionen                         |
| <input type="checkbox"/> Kontakt mit anderen Nutzer*innen                              | <input type="checkbox"/> Erfolgserlebnisse                 |
| <input type="checkbox"/> Macht und Kontrolle   | <input type="checkbox"/> Nervenkitzel                      |
| <input type="checkbox"/> Rollentausch  | <input type="checkbox"/> Unmittelbares Feedback            |
| <input type="checkbox"/> Wettkampf/Vergleich mit anderen Nutzer*innen                  | <input type="checkbox"/> Anerkennung/Wertschätzung         |
| <input type="checkbox"/> Up To Date sein/Nichts verpassen                              | <input type="checkbox"/> Zugehörigkeit                     |
| <input type="checkbox"/> Möglichkeit der Meinungsäußerung                              | <input type="checkbox"/> Eintauchen in eine verbotene Welt |
| <input type="checkbox"/> Keine Trends verpassen  | <input type="checkbox"/> Klare Regeln/Orientierung         |
| <input type="checkbox"/> Strategie/Entscheidungen treffen                              | <input type="checkbox"/> Heldentum                         |
| <input type="checkbox"/> Flow-Erleben (Balance zwischen Kompetenz und Herausforderung) | <input type="checkbox"/> Ablenkung vom Alltag              |
| <input type="checkbox"/> Herausforderungen   | <input type="checkbox"/> Identifikationsfiguren            |
| <input type="checkbox"/> Viele Möglichkeiten   | <input type="checkbox"/> Anonymität                        |
| <input type="checkbox"/> Selber bestimmen, was passiert                                | <input type="checkbox"/> Sonstiges: <input type="text"/>   |
| <input type="checkbox"/> Perspektive/Entwicklungsmöglichkeiten                         | <input type="checkbox"/> Sonstiges: <input type="text"/>   |
|  | <input type="checkbox"/> Sonstiges: <input type="text"/>   |

2. Versuchen Sie daraus abzuleiten, was das für Ihr reales Leben bedeuten könnte:

Was könnte Ihnen im realen Leben Spaß machen? Was hat Ihnen Spaß gemacht?

Was kann Sie motivieren, Alltagsaufgaben zu erledigen?

Welche Ihrer Lebensbereiche möchten Sie noch ausbauen?

Welche persönlichen Fähigkeiten möchten Sie weiterentwickeln, um im realen Leben voranzukommen?

## 6.2 Anleitung für Fachkräfte – Motivationsfördernde Fragen

Anleitung modifiziert nach: Müller, A., Laskowski, N. M., Tahmassebi, N. (2020). *Therapie-Tools Kaufsucht*. Weinheim: Beltz.

### Für Personen mit sehr geringer Änderungsmotivation

- Was würden Sie verlieren, wenn Sie Ihren Medienkonsum aufgeben würden?
- Trauen Sie sich zu, Ihren Medienkonsum jetzt schon zu beeinflussen?
- Wobei hilft Ihnen Ihr Medienkonsum?
- Welche Gefühle bzw. Empfindungen verändern sich durch den Medienkonsum?
- Wann hätten Sie genug vom Medienkonsum?
- In welchen Situationen nutzen sie die Medien?
- Woran erkennt man, dass jemand Probleme mit der Mediennutzung hat?
- Was mögen Sie an den genutzten Anwendungen?

### Für Personen die bereits ambivalent oder änderungsmotiviert sind

- Warum wollen Sie etwas an Ihrem Medienkonsum verändern?
- Was macht Ihnen Sorgen in Bezug auf Ihren Medienkonsum? Was macht Ihnen in Bezug auf Ihren Medienkonsum Angst?
- Über welche Gründe für einen veränderten Medienkonsum haben Sie bereits nachgedacht?
- Warum denken Sie, dass es notwendig ist, etwas an Ihrem Medienkonsum zu verändern?
- Wie zuversichtlich sind Sie, nächste Woche Ihren Medienkonsum beobachten zu können?
- Was haben Sie schon an Ihrem Medienkonsum verändert und warum?
- Welche Fähigkeiten bräuchten Sie, um auf Ihren Medienkonsum verzichten zu können?
- Was denken Sie, wann würden Sie Ihren Medienkonsum noch intensivieren?
- Wie sehr fühlen Sie sich von dem Medienkonsum abhängig? Wie stark fühlen Sie sich von ihm bestimmt?
- Über welche Ihrer eigenen Verhaltensweisen im Zusammenhang mit Ihrem Medienkonsum sind Sie erschrocken?

Beratungsleitfaden auf Nachfrage  
erhältlich bei der Niedersächsischen  
Landesstelle für  
Suchtfragen (NLS)



## Exzessiver Medienkonsum

### Beratungsleitfaden mit Materialsammlung

Prof. Dr. Dr. Astrid Müller  
M. Sc. Viktoria Meyer, B. Sc. Alexandra Ernst, M. Sc. Nora M. Laskowski  
Klinik für Psychosomatik und Psychotherapie  
Medizinische Hochschule Hannover





## Ambulante Gruppentherapie zur Behandlung von pathologischem Kaufen

Klinik für Psychosomatik und Psychotherapie  
Klinikdirektorin Prof. Dr. Martina de Zwaan

### Informationen für Patientinnen und Patienten



Bildquellen: <https://pixabay.com/images/search/hopping/?page=21>



## Ambulante Gruppentherapie zur Behandlung von Computer- und Videospielsucht

Klinik für Psychosomatik und Psychotherapie  
Klinikdirektorin: Prof. Dr. Martina de Zwaan

**SÜCHTIG?**



© OpenClipart/Vectoz, pixabay.com

# Vielen Dank!

Koordiniert von der Niedersächsischen Landesstelle für Suchtfragen (NLS),  
wissenschaftlich begleitet von der Medizinischen Hochschule Hannover (MHH).



Gefördert vom Niedersächsischen Ministerium für Soziales, Gesundheit und Gleichstellung.

