

So machen Apps süchtig

Die Psycho-Tricks der App-Entwickler



Stressfaktoren bei Android abstellen	Seite 70
Stressfaktoren bei iOS abstellen	Seite 74
Digital Detox auf dem Desktop und im Alltag	Seite 78

Bild: Albert Huim

Das Handy nervt, aber trotzdem können wir nicht davon lassen? Das liegt auch an den perfiden Mechanismen, die App-Entwickler nutzen, um ihre Software möglichst suchterregend zu machen – „stickiness“ nennt sich das im Fachjargon. Diese Tricks nerven nicht nur, sondern sind manchmal sogar gefährlich.

Von Jan-Keno Janssen und
Sylvester Tremmel

Eigentlich wollten Sie nur kurz nachschauen, warum Ihr Smartphone gerade vibriert hat – und schon sind wieder zehn Minuten vergangen, in denen Sie ziellos durch Apps getappt sind? Und danach können Sie gar nicht sagen, was sie die ganze Zeit gemacht haben? Dann sind der Werbe-, App- und Spieleindustrie auf den Leim gegangen – im wahrsten Sinne des Wortes. „Stickiness“ nennen es die Strategen aus dem Silicon Valley: Eine App soll möglichst „klebrig“ sein, damit die Kundschaft so viel Zeit wie möglich mit ihr verbringt. Aus Sicht der Entwickler ist das nachvollziehbar. Natürlich hoffen sie, dass die Nutzer die App möglichst intensiv benutzen („user engagement“) und regelmäßig starten („retention“). Schließlich steigt so zum Beispiel die Wahrscheinlichkeit, dass sie Werbung sehen (gut) oder anklicken (besser).

Zwar haben auch Entwickler von nicht werbefinanzierter Software ein Interesse daran, dass die Kundschaft ihr Produkt gerne und oft verwendet; doch geht es hier vor allem darum, die Nutzer glücklich zu machen. Bei werbefinanzierten Apps sind die Nutzer dagegen nur Mittel zum Zweck – um Werbegeld abzugreifen. Und da kommen dann auch schon mal Tricks zum Einsatz, die nicht nur nerven, sondern im schlimmsten Fall sogar süchtig machen können. Alle diese Tricks haben eines gemeinsam: Sie wirken im ersten Moment vollkommen harmlos.

Unendlicher Scroll

Einer der wohl effizientesten Tricks ist der sogenannte „Infinite Scroll“, der bei Instagram, YouTube, Facebook, Twitter und Pinterest verwendet wird. Man kann ewig scrollen, die Inhalte scheinen niemals zu enden. Und ähnlich wie bei einer geöffneten

ten Chipstüte können viele Menschen sehr schlecht aufhören – mit dem Unterschied, dass die Chips irgendwann aufgegessen sind. Als wissenschaftlichen Beweis dafür, dass Menschen Probleme haben, ihren Konsum ohne externen Hinweis einzuschränken, wird häufig das „Bottomless bowl“-Experiment des US-amerikanischen Ernährungsforschers Brian Wansink zitiert (siehe ct.de/y6at): 2005 hatte er Testpersonen aus präparierten Schüsseln Suppe löffeln lassen, die Schüsseln füllten sich unbemerkt von selbst. Das Resultat: Die Testpersonen mit den bodenlosen Tellern aßen 73 Prozent mehr als diejenigen mit den unpräparierten; und dass, ohne die größere Suppenzufuhr überhaupt zu bemerken. Nachdem einigen Forschern

Unstimmigkeiten bei Wansinks Arbeiten aufgefallen, wurden einige seiner Studien zurückgezogen – „Bottomless Bowls“ gehört allerdings nicht dazu.

Dass das unendliche Scrolling problematisch ist, findet sogar sein Erfinder: Der ehemalige Mozilla-Mitarbeiter Aza Raskin hat die „Infinite Scroll“-Technik nach eigenen Angaben erstmals eingesetzt. Inzwischen bereut er seine Erfindung. Gegenüber der BBC sagte Raskin (ct.de/y6at), dass Social-Media-Firmen ihre Nutzer bewusst abhängig machen: „Es ist, als ob sie Verhaltens-Kokain über ihre Interfaces streuen – und die Nutzer kommen deshalb immer wieder zurück zu ihnen.“

Wie ein Spielautomat

Zusätzlich zum „Infinite Scroll“ nutzen viele Apps auch den „Pull-to-Refresh“-Mechanismus: Zieht man die Liste mit dem Finger nach unten, aktualisiert sie sich. Dass das an einen Spielautomaten erinnert, sei kein Zufall, erläutert Tristan Harris, der bis 2013 bei Google an Inbox und anderen Produkten gearbeitet hat. „Wenn Tech-Designer die Sucht maximieren wollen, müssen sie lediglich die Aktion eines Benutzers (wie das Ziehen eines Hebels) mit einer variablen Belohnung verbinden“, schreibt Harris in einem Blogartikel (ct.de/y6at).



Steinzeit ist auch schlecht

Von Jan-Keno Janssen

Ich bekenne: Ich kann mich dem Sog von Social Media oft nicht entziehen. Jedes Mal, wenn ich auch nur ein kleines bisschen Langeweile oder ein anderes minimal negatives Gefühl verspüre, zücke ich mein Handy und öffne Facebook, Twitter oder Instagram. Aber liegt das nun an mir oder den Social-Media-Anbietern? Vermutlich an beiden. Als Journalist kann ich zumindest nachvollziehen, dass Medienunternehmen im Wettstreit um Zeit und Aufmerksamkeit jedes zur Verfügung stehende Mittel nutzen. Außerdem sind Facebook & Co. ja nicht nur Suchtmittel, sondern auch oft ganz schön praktisch.

Zumindest ich möchte nicht zurück in die analoge Steinzeit.

Dennoch: „Mit viel Macht kommt viel Verantwortung“ – das wissen wir spätestens seit Spiderman. Ansätze wie die Achtsamkeitsfunktionen in Android und iOS oder das testweise Verbannen der Like-Zahlen in Instagram finde ich deshalb begrüßenswert; ebenso wie Smartphone-Verbote in der Schule. Ich bin zuversichtlich, dass wir Strategien finden werden, um uns vor Stress und Sucht zu schützen. Zum Beispiel, indem wir die Geräte einfach mal abschalten. Der Scroll-Finger zuckt dann manchmal ein bisschen – aber das legt sich mit der Zeit, ich habe es ausprobiert.

Wie bei einem einarmigen Banditen weiß man auch bei vielen Apps nicht, was nach dem Ziehen des „Hebels“ passiert: Entweder bekommt man eine neue Nachricht oder einen interessanten Artikel – oder es passiert gar nichts. Laut Harris sei der Suchtfaktor umso höher, je stärker die Belohnung variiert.

Nachgewiesen wurden diese Effekte unter anderem in Tierversuchen in den „Skinner-Boxen“ des Psychologen Burrhus Skinner. Hier drückten Tiere den Futterausgabe-Knopf häufiger, wenn dieser eben nicht grundsätzlich Essen auswarf, sondern nur manchmal. „Operante Konditionierung mit variabler Quotenverstärkung“ nennen das Verhaltenspsychologen.

Dopamin bringt Klicks

Doch nicht nur „Infinite Scroll“ und „Pull to Refresh“, auch andere Mechaniken wie die prominente Darstellung der „Likes“ bei Facebook und bei Instagram wirken sich auf den Hirnstoffwechsel aus. Der Facebook-Mitgründer Sean Parker spricht das ganz offen aus. Auf einer Veranstaltung des Medienkonzerns Axios sagte er, dass Facebook genau wusste, dass es ein suchterzeugendes Produkt vermarkte und eine Schwachstelle der menschlichen Psychologie ausnutzte. Als Beispiel nannte er den

Like-Button, der jedes Mal ein bisschen Dopamin freisetze und damit die Nutzer zum Posten anstachele. Es handle sich dabei um eine „Feedback-Schleife der sozialen Bestätigung“. Und natürlich werden die Benachrichtigungen auch grundsätzlich in Rot angezeigt – einer Signalfarbe.

Wir haben bei Facebook nachgefragt, ob das Unternehmen bewusst auf dopaminausschüttende Mechanismen setzt. Eine ganz konkrete Antwort bekamen wir nicht, stattdessen schrieb ein Sprecher: „Wir möchten sicherstellen, dass unsere Plattformen positiv zum Leben der Menschen beitragen.“ Außerdem wies uns das Unternehmen darauf hin, dass man in einigen Ländern die Gesamtzahl der Likes unter Fotos und Videos auf Instagram testweise verbirgt. Zumindest in Desktop-Browsern lässt sich das auch mit einem Add-on bewerkstelligen: Demetricator blendet in Facebook, Instagram und Twitter alle Zahlenwerte bei Likes, Fans und Followern aus (ct.de/y6at).

Man könnte nun natürlich einwenden, dass Menschen mit stabilem Selbstwertgefühl sich von schnöden Likes dahergelaufener Social-Media-Bekannschaften nicht beeinflussen lassen. Aber ganz so einfach ist das nicht: Im Sachbuch „Hooked: Wie Sie Produkte erschaffen,



Infinite Scrolling: In Apps wie Instagram kann man ewig scrollen, es gibt keinerlei „Du kannst jetzt aufhören“-Signalisierung.



Alles abstellen!

Von Michael Link

Messenger-Nachrichten muss man nicht sofort beantworten. Wer etwas per Messi schickt und nicht anruft, signalisiert, dass die Antwort Zeit hat.

So wissen meine Freunde, dass ich Messenger-Nachrichten manchmal erst nach Stunden oder sogar Tagen beantworte. Auch daran, dass ich oft nicht ans Handy gehe, haben sich meine Bekannten gewöhnt. Ich bin doch nicht die Notrufzentrale der Feuerwehr! Gut, es gibt ab und zu Tage, bei denen eine erhöhte Telefonbereitschaft sinnvoll und wichtig ist, aber bestimmt nicht, um im Messenger die wichtige Nachricht zu beantworten, welche Sorte Apfelbaum man denn nun gepflanzt hat.

Damit das Smartphone mich ruhig meine Bahnen ziehen lässt, durchläuft jedes neue Smartphone bei der Inbetriebnahme eine Routine, welche die Pieps-, Klingel- und Hinweis-töne abstellt. Sodann geht es den Push-Funktionen an den Kragen. Mails werden erst dann abgerufen, wenn ich Zeit für die Mail-App habe.

Die weiteren Apps dürfen Push- und auch Benachrichtigungsfunktionen nur nutzen, wenn die erhaltenen Nachrichten so wichtig sind, dass sie ein Herausreißen aus dem richtigen Leben rechtfertigen. Nachts fliegt das Smartphone aus dem Schlafzimmer und wenn das nicht geht – etwa im Hotel – dann sorgt der Nicht-Stören-Modus für Ruhe. Anrufen darf mich dann nur meine Freundin.

die süchtig machen“ beschreibt Autor Nir Eyal, dass schon kleinste Trigger ausreichen, um uns zu steuern. Er bezieht sich dabei auf das Verhaltensmodell des Psychologen BJ Fogg, das menschlichen Motivationen darauf herunterbricht, dass wir negative Gefühle vermeiden wollen (zum Beispiel Zurückweisung) und positive Gefühle (soziale Bindungen) suchen.

Snapchat bewertet Beziehungen

Diese Erkenntnisse scheint die Social-Media-App Snapchat verinnerlicht zu haben, bewertet sie doch die Qualität von Beziehungen im Rahmen der sogenannten „Snapstreak“-Technik: Schickt man sich mit jemanden drei Tage in Folge sogenannte Snaps (Fotos oder Videos) hin und her, wird der Kontakt mit einer Flamme in der Kontaktliste illustriert. Daneben steht die Anzahl der Tage. Schon nach einem Tag ohne Snap erlischt die Flamme – die Beziehung ist erkaltet. Gerade junge Menschen dürften sich von solchen Bewertungen beeinflussen lassen; in Deutschland sind 72 Prozent der Snapchat-Nutzer unter 25 Jahre alt.

„Verlernt, sich digitale Pausen zu schaffen“

Christian Groß ist Zweiter Vorsitzender des Fachverbands Medienabhängigkeit. Er arbeitet als Suchttherapeut und Supervisor.

c't: Viele Menschen sehnen sich nach Digital Detox, weil sie sich von ihrem Smartphone und von Social Media gestresst fühlen. Sind das schon Suchtprobleme?

Christian Groß: Da kann man noch nicht von Medienabhängigkeit sprechen, zumindest nicht flächendeckend. Das ist ja erst mal ein gesellschaftliches Phänomen. Wenn Sie sich Abhängigkeitszahlen anschauen, dann bewegen wir uns in der Gesamtbevölkerung ungefähr bei einem Prozent. Wenn Sie sich aber angucken, wie viele Menschen sich von ihrem Smartphone zwischenzeitlich gestresst fühlen – da haben wir weitaus höhere Zahlen. Wir leben in einer hektischen, digitalisierten Welt, vielleicht haben da viele von uns verlernt, sich digitale Pausen zu schaffen. Wir sollten dem Gehirn beibringen, wie es ist, wenn das Smartphone aus ist.

c't: Einfach ausschalten – das wäre auch Ihre Empfehlung für Betroffene?

Groß: Auf jeden Fall. Schauen Sie beispielsweise mal nach Frankreich. Dort sind ja Smartphones auf den Schulhöfen verboten. Wir vom Fachverband sind nicht zwingend für Verbote, aber dass Kinder auch Smartphone-freie Phasen haben und lernen, sich sehr konzentriert auch anderen Dingen zu widmen – das ist sehr sinnvoll. Allgemein halte ich es für eine der wichtigen Aufgaben der Digitalisierung, dass wir uns zum einen mit den technischen Möglichkeiten auseinandersetzen, aber uns zum anderen auch auf das besinnen, was es neben den ganzen techni-



schen Features noch so alles gibt. Viele der jungen Menschen haben heute verlernt, mit Phasen der Langeweile umzugehen oder sich auch mal für längere Zeit auf etwas zu konzentrieren, ohne sich ablenken zu lassen.

c't: Was raten Sie Erwachsenen, wie oft sollen sie Pausen einlegen?

Groß: Ich würde empfehlen, dass man sich mal ein, zwei Wochen im Selbstversuch anschaut: Wie ist mein Tag strukturiert? In welchen Phasen fühle ich mich am meisten gestresst vom Smartphone? Genau in diesen Phasen kann man ganz gezielt das Telefon ausstellen und versuchen wahrzunehmen, was sich verändert. Wenn die Effekte positiv sind, würde ich empfehlen, das so beizubehalten.

c't: Wie erkennt man, wo die echte Sucht anfängt?

Groß: Wichtige Kriterien von Sucht sind beispielsweise Kontrollverlust und negative Konsequenzen des Nutzungsverhaltens über

einen längeren Zeitraum. Das heißt, wenn ich mir Pausen vornehme und dann merke, dass ich das nicht schaffe. Das dürfen sie aber nicht an ein oder zwei Versuchen festmachen, sondern sowas muss über einen Zeitraum von 6 bis 12 Monaten vorliegen. Wenn das dann

auch noch zu massiven negativen Konsequenzen führt, beispielsweise Abmahnungen vom Arbeitgeber oder Vernachlässigung anderer Interessen – dann wird es zumindest problematisch. Eine Sucht entwickelt sich in der Regel über mehrere Jahre. Die Patienten, die ich in der Klinik oder Praxis behandle, haben sich oft schon so stark sozial isoliert, dass sie eigentlich mehr oder weniger neunzig Prozent des Tages online verbringen.

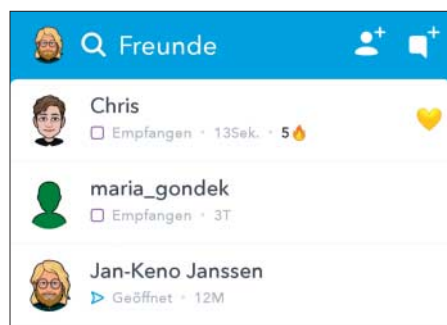
c't: Computerspielsucht ist seit dem vergangenen Jahr von der WHO als Krankheit anerkannt, Social-Media- oder App-Sucht noch nicht. Sollte sich das ändern?

Groß: Bei den Internet-bezogenen Störungen brauchen wir noch mehr Forschung. Allein schon, weil man aufpassen muss, dass man Menschen nicht stigmatisiert. Um in den ICD aufgenommen zu werden, gibt es recht harte Kriterien. Die sind, was die Forschung angeht, noch nicht erfüllt. Da sollte man auch wirklich ganz genau hinschauen, weil unglaublich viele Menschen Social Media nutzen. Und dann müssen Sie schon genau differenzieren, wo es möglicherweise um Sucht geht und wo um ein angemessenes Nutzungsverhalten.

c't: Brauchen wir mehr Gesetze?

Groß: Ich glaube schon, dass es wichtig ist, dass Unternehmen verpflichtet werden, zum Beispiel In-App-Käufe oder Mikrotransaktionen bei Minderjährigen zu unterbinden. Und: Glücksspielanbieter sind in Deutschland verpflichtet, Spielerschutzkonzepte vorzuhalten – also Hilfsangebote, Ratgeber und Spieler-sperren. Das würde ich sowohl im Social-Media- als auch im Computerspielbereich für sinnvoll halten. Vor allem brauchen wir aber Aufklärung von Eltern und Medienkompetenzerziehung an Schulen.

»Wir sollten dem Gehirn beibringen, wie es ist, wenn das Smartphone aus ist.«



Die kleine Flamme neben dem Namen oben sieht harmlos aus, dahinter steckt aber eine Bewertung von Beziehungen.

Auch Snapchat haben wir gefragt, ob das Unternehmen bewusst Dopamin ausschüttende Mechaniken einsetzt. Das verneint Snapchat, allerdings ohne konkret auf das Dopamin einzugehen: „Wir verwenden keine Designtechniken, die auf zwanghaftes oder süchtig machendes Verhalten abzielen. Unsere Funktionen sollen Spaß machen und Kreativität, Entdeckung und Spiel fördern.“

Einen Seitenhieb auf die Likes der Konkurrenz kann sich Snapchat dabei nicht verkneifen: „Letztendlich denken wir, dass die häufige und kreative Kommunikation mit Freunden und Familie ein Verhalten ist, das wir gerne unterstützen, aber wir tun dies nicht durch visuelle Tricks oder durch öffentliche Eitelkeitsmetriken (wie Kommentare und Likes), die Kommunikation zu einem Beliebtheitswettbewerb machen.“

FOMO!

Der stete Strom von Inhalten und Benachrichtigungen führt dazu, dass die Nutzer immer mehr das Gefühl haben, ihr Leben findet innerhalb von Smartphone-Apps statt. Schauen sie einmal nicht aufs Handy, könnten sie etwas Wichtiges verpassen. „FOMO“ heißt das jugendsprachlich, „fear of missing out“. Nimmt man Menschen das Smartphone weg, führt das zu Stress. In einer Studie der California State University wiesen die Forscher nach, dass schon nach wenigen Minuten ohne Smartphone Herzfrequenz und Blutdruck ansteigen – und zwar immer stärker, je länger die Zwangspause andauert.

Es ist deshalb ganz und gar nicht verwunderlich, dass die Gründer der Silicon Valley-Technikfirmen sehr genau wissen, dass ihre Produkte einen schlechten Einfluss auf Menschen haben können – und

deshalb ihren eigenen Kindern Smartphone & Co. verbieten. Schon der 2011 verstorbene Apple-Gründer Steve Jobs hat gegenüber der New York Times zu Protokoll gegeben, dass er seinen Kinder strenge Vorgaben machte, wann und wie lange sie Smartphone und Laptop verwenden dürfen. Dabei wies Jobs darauf hin, dass bei „erstauslich vielen“ seiner Kollegen aus dem Silicon Valley zu Hause harte Technikregeln herrschen. Übrigens auch bei Bill Gates: In seinem Haushalt sind Smartphones am Esstisch generell verboten, außerdem bekamen seine drei Kinder erst mit 14 Jahren ein eigenes Handy – sehr zu deren Leidwesen, denn ihre Schulfreunde (mit nicht so technik-affinen Eltern) hatten schon viel früher eins.

In Frankreich gelten seit Sommer 2018 landesweit rigorose Smartphone-Regeln – ein Wahlversprechen von Präsident Emmanuel Macron: In allen Vor- und Grundschulen sowie der Sekundarstufe I ist die Nutzung von Handys in der Schule grundsätzlich verboten. Das Gesetz betrifft Schüler im Alter von 3 bis 15 Jahren. Ab der Sekundarstufe II dürfen die Schulen selbst entscheiden. Nach einem Jahr Smartphone-Gesetz sind die Erfahrungen durchaus positiv – obwohl es anfangs hitzige Diskussionen gegeben hat, erstaunlicherweise unter Eltern: Die waren es schließlich gewohnt, ihr Kind den ganzen Tag über erreichen zu können.

Pokémon-Sucht

Neben Social-Media-Diensten nutzen auch viele Smartphone-Spiele das menschliche Streben nach sozialen Bindungen aus. Schaut man sich die Top 50 der umsatzstärksten Spiele-Apps in Google Play Store an, findet man in jedem einzelnen Titel mehr oder weniger perfide Mehrspiel-Mechanismen. Zum Beispiel in Pokémon Go: Hier kann man seinen Freunden virtuelle Geschenke überreichen, wovon beide Partner in Form diverser virtueller Belohnungen profitieren. Erwidert man ein Geschenk zwei Tage lang nicht, kann es schon mal passieren, dass die Pokémon-Gefährten nachfragen, ob alles in Ordnung sei. Das erzeugt negative Gefühle – und die will der Mensch ja laut dem Fogg-Verhaltensmodell unbedingt vermeiden.

Ein anderer abhängigkeitsfördernder Mechanismus sind wie bei Snapchat die Streaks: Besucht man jeden Tag mindestens einen Pokéstop und fängt ein Pokémon, bekommt man dafür Belohnun-

gen – die sich jeden Tag steigern. Hat man an sieben aufeinanderfolgenden Tagen gespielt, gibt es am siebten Tag eine große Belohnung. Setzt man einen Tag aus, muss man wieder ganz von vorne anfangen.

Anfixen, dann abkassieren

Dabei geht Pokémon Go noch vergleichsweise dezent vor, Titel wie Coin Master, Candy Crush oder Clash of Clans haben noch miesere Maschen auf Lager. Diese sogenannten „Free-to-Play“ oder „Freemium“-Spiele funktionieren grundsätzlich nach dem „Erst anfixen, dann abkassieren“-Prinzip: Man kann sie kostenlos herunterladen und spielen. In den ersten Stunden geben diese zumeist mechanisch sehr einfachen Spiele den Nutzern viel positives Feedback: Schließt man einen Level ab, blinkt es bunt oder es ertönt eine triumphale Fanfare, man spielt sich quasi in einen Rausch, erlebt einen Flow. Genau in diesem Moment kracht man dann gegen eine virtuelle Wand: Das Spiel spuckt keine Belohnungen mehr aus, sondern verlangt Geld – ansonsten muss man stunden- oder sogar tagelang warten, um weiterspielen zu dürfen. Wie viel Geld man zahlen muss, wird dabei grundsätzlich nie direkt angezeigt. Stattdessen ist nur von „Goldstü-



Tägliches Spielen wird belohnt, Aussetzen bestraft: Sogenannte „Serien“ gibt es in vielen Free-to-Play-Titeln.

cken“ oder einer anderen fiktiven Spielwährung die Rede, die man natürlich mit echtem Geld kaufen muss. Je mehr man spielt, desto teurer wird es.

Traurig daran ist nicht nur die bloße Existenz dieser psychologisch fragwürdigen Spiele, sondern auch, dass Titel mit faireren Erlösmodellen – einmal zahlen, danach keine Werbung und kein Generve – auf dem Markt völlig untergehen. In den „Spiele mit den höchsten Umsätzen“-Top-50-Charts in Googles Play-Store fanden sich bei Redaktionsschluss ausschließlich Titel, die vermeintlich kostenlos sind – und später dann zur Kasse bitten. In Apples App-Store sieht es nicht viel besser aus.

Die Light-Zigarette

Google profitiert nicht nur über Play-Store-Provisionen von suchterregenden Apps, sondern hat mit YouTube auch ein eigenes Produkt mit starker Sogwirkung im Programm. Der Videodienst nutzt „Infinite Scrolling“ und startet außerdem automatisch neue Videos, wenn das gerade geguckte vorbei ist – natürlich inklusive Werbung. Das Unternehmen hat auf unsere Fragen zu suchterzeugenden Mechaniken nicht geantwortet, sondern lediglich einen Link zu ihren „Digital Wellbeing“-Funktionen geschickt. Damit lassen sich unter anderem Zeitlimits für die App-Nutzung setzen. Auch Apple hat seit iOS 12 solche Funktionen an Bord und nennt das Ganze „Digital Wellness“. Also Gefahr erkannt, Gefahr bekannt? Eher weniger, siehe Artikel ab Seite 70.

Naturgemäß haben die Unternehmen kein Interesse daran, dass Nutzer weniger mit Ihren Geräten und Programmen interagieren. Woher also die Fürsorge? Eins ist sicher: dass die Konzerne regulatorischen Maßnahmen zuvorkommen wollen. Forderungen nach gesetzgeberischen Eingriffen laufen ins Leere, wenn die Unternehmen zeigen können, dass sie ohnehin schon alles Mögliche tun – wobei sie interessanterweise den Begriff „Digital Detox“ vermeiden, denn „Detox“ impliziert ja, dass Digitale wäre ein Toxin, also eine giftige Substanz. Stattdessen sprechen die Unternehmen von „Wellbeing“ oder „Wellness“.

Clevere Wellness

Wichtiger ist: Die Unternehmen versuchen mit den „Wellbeing“-Angeboten im eigenen Sinne Entwicklungen zu beeinflussen, die ihren Interessen prinzipiell zuwiderlaufen. Würden die Konzerne näm-

lich den Wunsch nach digitalem Detox ignorieren, hätten Betroffene im Wesentlichen drei Optionen. Sie könnten erstens eben doch kein Digital Detox machen und blieben als Kunden und Kapital (Stichwort „monthly active user“) erhalten. Zweitens könnten sie auf Apps von Drittanbietern zurückgreifen, die anbieten, digitales Wohlbefinden zu managen. Als dritte Option könnten sie einen radikalen Schnitt machen und ihre Geräte stunden-, tage- oder wochenweise ausschalten. Letzteres wäre der ungünstigste Ausgang aus Konzernsicht, aber auch die zweite Option wäre ein verschenkter Markt.

Indem beide Mobil-Betriebssysteme selbst „digital wellbeing“ in ihre Produkte integrieren, besetzen sie diesen Markt. Vor allem aber bieten sie Nutzern ein Ventil, sodass diese eher keinen radikalen Schnitt machen. Die Taktik ist nicht neu: Als Zigaretten immer mehr in den Ruf gerieten gesundheitsschädlich zu sein, reagierten die Tabakkonzerne unter anderem mit „Light-Zigaretten“. Die waren kaum besser – aber sie suggerierten den Kunden, es gäbe eine sinnvolle Alternative zur Abstinenz.

Ähnlich wie Light-Zigaretten sind die Digital-Wellbeing-Angebote der Kon-

zerne daher vergiftete Äpfel: Sie bieten Betroffenen eine Handlungsoption, die sie als Konzernkunden erhält. Das perfide ist, dass dadurch tendenziell überbeanspruchten Menschen, die bereits ein Ventil suchen, letztlich nur noch mehr aufgebürdet wird: War es früher fraglos akzeptabel, nach Feierabend oder nachts nicht erreichbar zu sein, so wird man heute mit dem Vorwurf der Verantwortungslosigkeit konfrontiert – schließlich könnte die geliebte Oma gestürzt sein und verzweifelt versuchen, den Enkel zu erreichen. Wer entgegnet, dass man nachts aber nicht von Hinz und Kunz gestört werden will, der nutzt nur die Angebote zum digitalen Wohlfühlen nicht richtig und sollte sie mal ordentlich konfigurieren (siehe die Artikel auf den folgenden Seiten).

Dann bleibt das Handy also rund um die Uhr an, stellt sich nachts auf „do not disturb“ und die Nummer der Oma kommt in die Favoriten, die trotzdem durchkommen. Die Notfallnummer vom Chef am besten auch gleich, man weiß ja nie.

(jkj@ct.de) **ct**

Links zu Studien und Blog-Einträgen:
ct.de/y6at



Mythos deaktivierte Benachrichtigungen

Von André Kramer

Das Problem bei der Sucht ist, dass sie dem Süchtigen vorgaukelt, die Sache noch in der Hand zu haben, wenn sie ihm längst entglitten ist. Der Süchtige selbst wird der letzte sein, der zugibt, den Reiz zu brauchen wie die Luft zum Atmen.

Sucht beschreibt in diesem Kontext Abhängigkeit und die hängt eng mit Missbrauch zusammen. Der ist nicht immer leicht zu definieren. Wenn ich beim Fernsehen quasi permanent das Smartphone in der Hand halte und es nicht schaffe, mich auf dem halbstündigen Heimweg von der Arbeit auf den Verkehr zu konzentrieren, sondern ständig den Bildschirm abchecke, sind das Warnsignale für mich.

Dabei bringt es zumindest mir nichts, Benachrichtigungen zu deaktivieren. Die Nachrichten erscheinen dann zwar nicht mehr ungefragt auf dem Hauptschirm. Ich bin aber dadurch nicht weniger abhängig von den Neuigkeiten und suche sie daher in der App selbst – umso aktiver, wenn die Benachrichtigungen ausgeschaltet sind.

Die Folgen sind sozial und gesundheitlich: Smartphone-Abhängige können sich weniger auf persönliche Gespräche konzentrieren, finden schlechter in den Schlaf und erleiden im schlimmsten Fall einen Verkehrsunfall, weil im falschen Augenblick die Aufmerksamkeit nicht da war, wo sie sein sollte.