



universität  
wien

# MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„You vs. your partner's smartphone:

Partner Phubbing bei jungen Erwachsenen“

verfasst von / submitted by

Ann-Sophie Denninger, BSc

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of  
Master of Science (MSc)

Wien, 2019 / Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /  
degree programme code as it appears on  
the student record sheet:

A 066 840

Studienrichtung lt. Studienblatt /  
degree programme as it appears on  
the student record sheet:

Masterstudium Psychologie UG2002

Betreut von / Supervisor:

Ass.-Prof. Mag. Dr. Harald Werneck



# DANKSAGUNG

Mein herzlichster Dank gilt Ass.-Prof. Mag. Dr. Harald Werneck für die hervorragende Betreuung und Unterstützung meiner Masterarbeit. Ich möchte ihm besonders für seine Ausdauer bzw. Geduld danken, die mir erst ermöglicht hat zu diesem aktuellen Masterarbeitsthema zu finden und die Arbeit schlussendlich zu beenden. Er hat mich mit wertvollen und notwendigen Tipps begleitet und war rund um die Uhr für mich erreichbar - ob Tag oder Nacht, ob dienstags oder samstags.

Ein großer Dank gilt meiner Familie, allen voran meinen Eltern Ines und Erich Denninger, denen ich diese Arbeit widmen möchte. Sie haben mir nicht nur finanziell ein sorgenfreies Studium ermöglicht, sondern mir auch die Zeit gegeben, mich zu entwickeln und meinen eigenen Weg zu finden. Dafür möchte ich ihnen vor allem und von ganzem Herzen danken!

Ein großes Dankeschön geht an meine fantastischen Freundinnen, die die Nerven hatten, meine umfangreichen Erzählungen von meiner Masterarbeit über einen sehr langen Zeitraum zu erdulden und mir auch immer hilfsbereit und motivierend zur Seite standen und mich ermutigten, nicht aufzugeben.

Von Herzen danken möchte ich auch meiner langjährigen Wegbegleiterin Alexandra, die mich während der gesamten Schul- und Studienzeit immer emotional gestärkt, getröstet und bei Laune gehalten hat und mit mir alle Höhen und Tiefen gemeistert hat.

Lucia, Ronja, Romina, Valentina und Viktoria danke ich besonders für das gewissenhafte Korrekturlesen meiner Masterarbeit bzw. Teilen davon. Ebenso möchte ich mich bei meiner Schwester Mone dafür bedanken, dass sie mir mit Rat und Tat zur Verfügung stand und ich von ihren hervorragenden Office-Kenntnissen profitieren konnte.

Zu guter Letzt möchte ich mich bei allen StudienteilnehmerInnen bedanken, ohne die diese Arbeit gar nicht erst möglich gewesen wäre.



# INHALTSVERZEICHNIS

|       |                                                    |    |
|-------|----------------------------------------------------|----|
| 1     | Einleitung.....                                    | 1  |
| 2     | Theoretischer Hintergrund.....                     | 3  |
| 2.1   | Definition von (Partner) Phubbing.....             | 3  |
| 2.2   | Begriffsgeschichte von (Partner) Phubbing.....     | 4  |
| 2.3   | Überblick über den Forschungsstand .....           | 5  |
| 2.3.1 | Phubbing.....                                      | 5  |
| 2.3.2 | Technoference und Partner Phubbing .....           | 6  |
| 2.4   | Auftreten von (Partner) Phubbing .....             | 8  |
| 2.4.1 | Verbreitung.....                                   | 8  |
| 2.4.2 | Häufigkeit und Dauer .....                         | 9  |
| 2.4.3 | Inhalte, Orte und Situationen .....                | 9  |
| 2.5   | Hintergründe von Phubbing .....                    | 10 |
| 2.6   | Auswirkungen von (Partner) Phubbing .....          | 11 |
| 2.6.1 | Aufmerksamkeitsgestaltung .....                    | 11 |
| 2.6.2 | Wahrnehmung des Verhaltens und des Gegenübers..... | 12 |
| 2.6.3 | Erwartung, Toleranz und Akzeptanz .....            | 12 |
| 2.6.4 | Gefühle und Empfindungen .....                     | 13 |
| 2.6.5 | Reaktion .....                                     | 16 |
| 2.6.6 | Konflikt .....                                     | 16 |
| 2.6.7 | Partnerschaftszufriedenheit und -qualität.....     | 17 |
| 2.6.8 | Wohlbefinden und mentale Gesundheit .....          | 19 |
| 3     | Fragestellungen und Hypothesen.....                | 20 |
| 3.1   | Beschreibung und Erklärung von PPhubbing .....     | 20 |
| 3.2   | Einfluss von PPhubbing auf die Partnerschaft.....  | 21 |
| 4     | Methode.....                                       | 21 |
| 4.1   | Untersuchungsdesign .....                          | 21 |
| 4.2   | Vorgehen.....                                      | 22 |
| 4.2.1 | Voraussetzungen für eine Studienteilnahme.....     | 22 |
| 4.2.2 | Stichprobenrekrutierung.....                       | 22 |
| 4.3   | Erhebungsinstrument.....                           | 24 |

|       |                                                                                                                     |    |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4   | Auswertung.....                                                                                                     | 28 |
| 4.4.1 | Statistische Analysen .....                                                                                         | 28 |
| 4.4.2 | Umgang mit fehlenden Werten.....                                                                                    | 29 |
| 4.5   | Stichprobe.....                                                                                                     | 30 |
| 4.5.1 | Rücklaufstatistik.....                                                                                              | 30 |
| 4.5.2 | Beschreibung der Untersuchungsstichprobe.....                                                                       | 31 |
| 4.6   | Reliabilitätsanalysen.....                                                                                          | 32 |
| 4.6.1 | Zufriedenheit in Partnerschaften (ZIP) .....                                                                        | 33 |
| 4.6.2 | Partner Phubbing (PPhubbing) Scale.....                                                                             | 33 |
| 5     | Ergebnisse .....                                                                                                    | 34 |
| 5.1   | Auftretenshäufigkeit von PPhubbing.....                                                                             | 34 |
| 5.1.1 | Prävalenz von PPhubbing bei jungen Erwachsenen .....                                                                | 34 |
| 5.1.2 | PPhubbing und soziodemographische Merkmale der Befragten und<br>der PartnerInnen.....                               | 34 |
| 5.1.3 | PPhubbing und Partnerschaftsvariablen.....                                                                          | 36 |
| 5.2   | Rahmenbedingung des Ausmaßes von PPhubbing .....                                                                    | 38 |
| 5.3   | Gründe für PPhubbing .....                                                                                          | 40 |
| 5.4   | Smartphone-Inhalte bei PPhubbing .....                                                                              | 41 |
| 5.5   | Orte bei PPhubbing .....                                                                                            | 44 |
| 5.6   | PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit.....                                                                      | 45 |
| 5.7   | Mediationsanalysen zur Partnerschaftszufriedenheit.....                                                             | 47 |
| 5.7.1 | PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit mit Mediator<br>PPhubbing-Konflikt.....                                   | 47 |
| 5.7.2 | PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit mit Mediatoren<br>PPhubbing, neg. Empfindung und PPhubbing-Konflikt ..... | 48 |
| 5.8   | Stellenwert von PPhubbing im Zuge der Vorhersage der<br>Partnerschaftszufriedenheit .....                           | 49 |
| 6     | Diskussion .....                                                                                                    | 51 |
| 6.1   | Interpretation der Ergebnisse .....                                                                                 | 51 |
| 6.2   | Stärken und Einschränkungen.....                                                                                    | 56 |
| 6.3   | Folgearbeiten.....                                                                                                  | 58 |
| 6.4   | Praktische Implikationen.....                                                                                       | 60 |
|       | Literaturverzeichnis.....                                                                                           | 61 |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| Abbildungsverzeichnis .....  | 69  |
| Tabellenverzeichnis.....     | 70  |
| Abkürzungsverzeichnis.....   | 72  |
| Anhang A .....               | 74  |
| Zusammenfassung.....         | 74  |
| Abstract.....                | 75  |
| Anhang B .....               | 76  |
| Fragebogen.....              | 76  |
| Variablen-Übersicht.....     | 90  |
| Website .....                | 98  |
| Anhang C .....               | 99  |
| Zusätzliche Abbildungen..... | 99  |
| Zusätzliche Tabellen .....   | 100 |



# 1 EINLEITUNG

Das Smartphone, dessen Entstehung seine Anfänge in den frühen 90er Jahren nahm (Álvarez, 2016; Becker, 2013; Janssen, 2014; Microsoft Corporation, 2009; Wittlich & Schönball, 2017), hat sich beginnend mit der Einführung des Apple iPhones im Jahr 2007 (Apple, 2007; vgl. Jacobsen, 2017), besonders bei jungen Erwachsenen zu einem Alltagsgegenstand und sogar Statussymbol entwickelt. Es ist ein Hilfsmittel mit praktischem und sozialem Nutzen (Hales, Dvir, Wesselmann, Kruger & Finkenauer, 2018) und ermöglicht, zeit- und ortsflexibel erreichbar zu sein, was von großer Bedeutung für die Beziehungsgestaltung ist (Döring, 2003). So können mitunter Zuneigung ausgedrückt oder ernste Themen diskutiert werden, welche die häufigsten Gründe für eine Mediennutzung in Partnerschaften darstellen (Coyne, Stockdale, Busby, Iverson & Grant, 2011).

Mittlerweile verwenden 97 % der ÖsterreicherInnen im Alter von 15 bis 29 Jahren ein Smartphone (Spectra, 2018, S. 11). Der Bildschirm des Geräts wird im Durchschnitt 88 Mal pro Tag aktiviert (Markowetz, 2015), während die tägliche Smartphone-Nutzungsdauer jungen Erwachsener bei insgesamt drei Stunden liegt (David, Roberts & Christenson; 2018; Markowetz, 2015; Montag et al., 2015). Lediglich sieben Minuten dieser Nutzungsdauer entfallen auf Telefonate. Dies spiegelt die unzähligen Funktionalitäten bzw. Applikationen des Geräts wider, welche dank der Internetfähigkeit des Smartphones genutzt werden können (Markowetz, 2015; Montag et al., 2015; Willemse, 2016). In Österreich hat sich die Internetnutzung am Smartphone seit dem Jahr 2012 mehr als verdoppelt (Eurostat, 2019), was auf ein wachsendes App-Angebot schließen lässt. Die aktuelle Forschung analysiert demnach die Nutzungsfrequenz und -intensität im herkömmlichen Sinne, womit eine neutrale Sicht auf dieses Kommunikationsinstrument geworfen wird.

Andererseits kann das Smartphone ebenso kritisch betrachtet und in den Kontext Sucht gesetzt werden (Panova & Carbonell, 2018). Der Großteil der jüngeren Generation im Alter von unter 30 Jahren im Gegensatz zu Personen über 30 Jahren meint, nicht ohne das eigene Smartphone leben zu können. Manche der jungen Personen würden sogar eher auf das Frühstück als darauf verzichten (Anshari et al., 2016). Wird das Mobiltelefon nicht aktiv genutzt, so können Gefühle von Anspannung, Unruhe,

Ängstlichkeit und Sorge, aber genauso von Erwartung, Hoffnung und Neugierde, entstehen (Karadağ et al., 2016).

Das problematische Smartphone-Nutzungsverhalten bleibt auch den AnwenderInnen nicht verborgen und so wählten Jugendliche aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, das Kofferwort „Smombie“, zum Jugendwort des Jahres 2015 (Langenscheidt, n. d.). Die Kombination aus den Worten Smartphone und Zombie umschreiben das gleichsam ferngesteuerte Verhalten von Smartphone-NutzerInnen. Zum einen kann man sich durch die Nutzung von digitalen Technologien selbst tagtäglichen Störungen aussetzen, zum anderen kommt man zum Beispiel durch den Smartphone-Gebrauch in die Lage, andere Personen zu stören. Mobiltelefone stellen jene elektronischen Geräte dar, welche Interaktionen von romantischen PartnerInnen und die Paarkommunikation am erheblichsten beeinträchtigen können (González-Rivera, Segura-Abreu & Urbistondo-Rodríguez, 2018; McDaniel & Coyne, 2016). Unterbrechungen der Interaktion, bei denen nicht dem Gegenüber, sondern dem Smartphone die Aufmerksamkeit gewidmet wird, kommen beispielsweise durch Anrufe, Textnachrichten oder Benachrichtigungen zustande und werden durch den neuartigen Begriff *Phubbing* bezeichnet.

Die Thematik hat mittlerweile eine deutliche mediale Präsenz erfahren (vgl. Felser, 2016; „Gegenüber wegen Handys ignorieren: “Phubbing“ wird Usus.“, 2016; TEDxTalks, 2014). Obwohl Phubbing als zeitgeistiges Phänomen verstanden werden kann, sind die Mechanismen nicht wirklich neu. Zum Beispiel könnte das Lesen einer Zeitung, die als Aufmerksamkeitsmittelpunkt dient, ebenso eine Interaktionsstörung auslösen. Allerdings konnte bereits gezeigt werden, dass der Blick auf das Mobiltelefon, der Interaktion mehr als der Blick in die Zeitung schadet (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018).

Als Informationsquelle hat das Internet zweifelsohne an Bedeutung gewonnen (Becker, 2013). Umso mehr stellt das Smartphone, als Kombination aus herkömmlichem Mobiltelefon und Internet, eine mögliche Gefahrenquelle für eine intakte Kommunikation dar. Der abschweifende Blick auf das Smartphone kann als nicht angemessene Aufmerksamkeit dem Gegenüber oder sogar als Unhöflichkeit gedeutet werden (Vanden Abeele, Antheunis & Schouten, 2016). Durch die Ablenkung reduziert sich die Häufigkeit des Blickkontakts, wodurch subtile Signale, Gesichtsausdrücke und Veränderungen der Stimmlage des/der GesprächspartnerIn womöglich nicht wahrgenommen werden (Misra, Cheng, Genevieve & Yuan, 2016). Auch Nähe und Verbundenheit dem/der GesprächspartnerIn gegenüber, sowie die Gesprächsqualität können negativ

beeinflusst werden. Allein schon das Vorhandensein eines Mobiltelefons kann zwischenmenschliche Beziehungen und Interaktionen beeinträchtigen (Przybylski & Weinstein, 2013).

Die vorliegende Arbeit soll als Statuserhebung speziell Phubbing im Kontext romantischer Beziehungen, mit der Bezeichnung *Partner Phubbing* (PPhubbing) näher beleuchten und knüpft an die bisherige Forschung an (vgl. Roberts & David, 2016). Zur Erweiterung dieses Forschungsstandes soll unter anderem der Stellenwert von PPhubbing in Hinblick auf die Partnerschaftszufriedenheit untersucht werden. Zielgruppe sind jene junge Erwachsene – ab 18 Jahren (vgl. Berk, 2011; Schneider & Lindenberger, 2012), die zum Zeitpunkt der Erhebung größtenteils der Generation Y angehörten (vgl. Appel & Michel-Dittgen, 2013; Hurrelmann & Albrecht, 2014) und zugleich die *digital natives* (Prensky, 2001) der Geburtsjahrgänge nach 1980 (Hepp, Berg & Roitsch, 2014) – die erste Generation, die mit digitalen Medien groß geworden ist – repräsentieren.

## 2 THEORETISCHER HINTERGRUND

Im Folgenden wird erklärt, wie sich (Partner) Phubbing definiert und wie es zu diesem Begriff kam. Nach einem Überblick über den aktuellen Forschungsstand, wird dargelegt, unter welchen Umständen Phubbing vermehrt auftritt, welche Gründe dem Smartphone-Verhalten zugrunde liegen und welche Folgen daraus resultieren können.

### 2.1 Definition von (Partner) Phubbing

Phubbing ist ein Portmanteau bzw. Kofferwort und setzt sich aus den englischen Worten *phone* und *snubbing* (engl.: to snub sb. = jdm. eine Abfuhr erteilen/ jdn. vor den Kopf stoßen) zusammen. Der Begriff Phubbing steht für eine Unterbrechung oder Störung einer Interaktion mit einer oder mehreren Personen, bei der dem Smartphone anstatt dem Gegenüber die Aufmerksamkeit gewidmet wird. Eine soziale Interaktion (z. B. einer Unterhaltung) kommt zustande, wenn „...das Verhalten von zwei Menschen voneinander abhängig ist, sodass jedes Verhalten des einen eine Reaktion auf das vorangehende Verhalten des anderen ist...“ (Asendorpf, Banse & Neyer, 2017, S. 11). Da das Smartphone die Grundlage für Phubbing darstellt, soll dieses ebenso definiert werden: „Smartphones sind mit hoher Intelligenz ausgestattete mobile Telefone mit größerem Display, die eine Symbiose aus Handy, Media-Player, MP3-Player, Personal

Information Manager (PIM), Digitalkamera, Smartphone-Browser, E-Mail-System, GPS-System und anderen Funktionseinheiten bilden“ (ITwissen.info, 2016).

Um Partner Phubbing (PPhubbing) handelt es sich, wenn dieses Verhalten speziell in romantischen Beziehungen auftritt. Eine intime bzw. enge Partnerschaft verdeutlicht sich durch folgende Kriterien: eine starke interpersonale Verbundenheit und emotionale Nähe, eine langfristige, zukunftsorientierte Perspektive, einen exklusiven Charakter und sexuelle Intimität (Bodenmann, 2016; vgl. Asendorpf, Banse & Neyer, 2017). Jene Person, welche aufgrund des Smartphones die Interaktion mit dem/der PartnerIn stört bzw. unterbricht und den/die PartnerIn somit vor den Kopf stößt bzw. abblitzen lässt, *phubbt* und kann als *Phubber* bzw. *Phubberin* bezeichnet werden (engl.: to phubb sb.). Die andere Person, welche sich aufgrund dessen gleichgültig behandelt oder abgewiesen fühlt, wurde *gephubbt* (engl.: to be phubbed) und wird *Phubbee* genannt (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; Roberts & David, 2016).

## 2.2 Begriffsgeschichte von (Partner) Phubbing

Im Mai 2012 versammelte sich ein Team von SprachexpertInnen an der Universität von Sydney, Australien. Ihre Absicht war es, ein passendes Wort zu kreieren, welches die Ablenkung durch Smartphones im Rahmen von Interaktionen treffend beschreibt. Dieser Begriff sollte als Schlagwort dazu verwendet werden, um die Menschen dafür zu sensibilisieren, ihr Handy wegzulegen, wieder miteinander zu sprechen und wurde folgendermaßen definiert: „The act of snubbing someone in a social setting by looking at your phone instead of paying attention“ (McCann, 2013 - Link nicht mehr verfügbar, 2017 neu veröffentlicht).

Im Jahr 2013 wurde eine Bewegung namens „stop phubbing“ mit dem Gründer Alex Haigh bekannt gemacht, für die eine Homepage (stopphubbing.com) erstellt und eine Facebook-Seite (Stop Phubbing, 2012) angelegt wurde. Dies sollte eine weltweite, mediale Debatte über das unangemessene Smartphone-Verhalten auslösen (McCann, n.d.).

Im Zuge der „stop phubbing“-Diskussion veröffentlichte die Werbeagentur McCann-Melbourne ein Youtube-Video mit dem Namen „Phubbing: A Word is Born“ (siehe McCann, 2013, 2017). Damit wurde bekannt, dass die Entwicklung und Verbreitung des Wortes Phubbing im Rahmen einer Marketingkampagne stattfand und zur Vermarktung der sechsten Auflage des nationalen Lexikons Australiens – Macquarie

beitragen sollte. Hintergrund ist, dass sich die Sprache kontinuierlich verändert und Lexika laufend einer Aktualisierung bedürfen (McCann, n.d.). Das englische Substantiv *phubbing* wurde bereits in das Online-Wörterbuch Lexico.com aufgenommen, welches zu den Oxford Wörterbüchern zählt (Oxford University Press, 2019).

Roberts und David (2016) beschäftigten sich in weiterer Folge mit Phubbing in Partnerschaften und prägten erstmals den Begriff Partner Phubbing. Ihre Untersuchungen bezogen sich jedoch nicht explizit auf den Gegenstand Smartphone, sondern allgemeiner auf „cell phone“. Vorläufer dazu, war der von McDaniel und Coyne (2016) geprägte Begriff *Technoference*, welcher die täglichen Störungen oder Unterbrechungen in Paarinteraktionen aufgrund technischer Geräte bezeichnet.

## 2.3 Überblick über den Forschungsstand

### 2.3.1 Phubbing

Der Großteil der aktuellen Studienlage bezieht sich auf Phubbing im Allgemeinen wie beispielsweise bei Dyaden, die sich in keiner Partnerschaft miteinander befinden und erstreckt sich von quantitativen (z. B. Al-Saggaf & MacCulloch, 2019; Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Franchina, Vanden Abeele, Van Rooij, Lo Coco & De Mare, 2018) und qualitative Vorgehensweisen (z. B. Karadağ et al., 2016; Miller-Ott & Kelly, 2017) über Kombinationen dieser beiden Studiendesigns bzw. Mixed-Methods-Studien (z. B. Abramova, Baumann, Krasnova & Lessmann, 2017; Klein, 2014; Vanden Abeele, Hendrickson, Pollmann & Ling, 2019), bis hin zu reinen Literaturarbeiten (z. B. Nazir & Pişkin, 2016).

Besonders hervorzuheben sind die experimentellen Untersuchungsdesigns bzw. randomisierten kontrollierten Studien zum Thema Phubbing (z. B. Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; David & Roberts, 2017; Vanden Abeele et al., 2016; Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018), wegen der experimentellen Variation der unabhängigen Variable/n (z. B. proaktive, reaktive und keine Handynutzung bei Vanden Abeele et al., 2016) und der randomisierten Zuteilung zu den jeweiligen Untersuchungsgruppen (Döring & Bortz, 2016). Hierzu zählen ebenso Arbeiten, die sich bereits mit der Thematik auseinandersetzten, bevor der Begriff Phubbing eingeführt wurde (z. B. Przybylski & Weinstein, 2013).

Auch ähnliche Begrifflichkeiten zu Phubbing, wie der iPhone Effekt, fanden bereits in einem Feldexperiment von Misra et al. (2016) ihre Anwendung. Der iPhone Effekt

bezeichnet die Situation, in welcher eine Person ihr iPhone hervorholt und unmittelbar darauf der Rest der Gruppe dieses Verhalten spiegelt und letztlich alle Konversationen und Blickkontakte enden (Urban Dictionary, 2009).

### 2.3.2 Technoference und Partner Phubbing

Im Kontext romantischer Beziehungen gibt es Arbeiten, die sich mit der generellen Mediennutzung mit Bestandteil Mobiltelefon oder Smartphone beschäftigen, zu denen jene mit dem Untersuchungsgegenstand Technoference zählen (z. B. Coyne, Stockdale, Busby, Iverson & Grant, 2011; González-Rivera, Hernández Gato, et al., 2018; McDaniel & Coyne, 2016; McDaniel & Drouin, 2019). Erfasst wurde Technoference jeweils mit einer adaptierten Form der *Technology Interference in Life Examples Scale* (TILES) von McDaniel und Coyne (2016; bei González-Rivera, Hernández Gato, et al., 2018; McDaniel & Drouin, 2019). Ebenfalls relevant erscheinen hierbei Untersuchungen, die sich mit problematischer Mediennutzung im Zusammenhang mit Partnerschaftszufriedenheit auseinandersetzen, auch wenn diese nicht den PPhubbing-Studien zuzuordnen sind (z. B. Spencer, Lamertsen, Hubler & Burr, 2017).

Der überwiegende Teil an Forschungsarbeiten, deren Studienschwerpunkt PPhubbing zugrunde liegt, erfasste diesen Aspekt in quantitativen Online-Erhebungen mithilfe der *Partner Phubbing Scale* von Roberts und David (2016; z. B. Cizmeci, 2017; González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018; Roberts & David, 2016; Wang, Xie, Wang, Wang & Lei, 2017; Wang, Zhao & Lei, 2019). Die Untersuchung der Problematik fand gleichfalls mittels Single-Item Anwendung (z. B. Halpern & Katz, 2017). Das Ausmaß an qualitativen Untersuchungen (z. B. Miller-Ott & Kelly, 2015) und Mixed-Methods-Studien (z. B. Krasnova, Abramova, Notter & Baumann, 2016) hält sich im Kontext Partnerschaften noch in Grenzen.

Da es sich in der Partnerschaftsforschung nicht um einzelne Individuen, sondern um eine Dyade handelt (Asendorpf, Banse & Neyer, 2017; Banse, 2003), scheint die Betrachtung des Phänomens aus Sicht beider Partner relevant. Die Mehrzahl der Studien erfragte ausschließlich eine Perspektive der Dyade und zwar in der Regel jene, des Phubbees bzw. der vom Smartphone-Verhalten des/der PartnerIn betroffenen Person (z. B. Cizmeci, 2017; Coyne et al., 2011; González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018; Krasnova et al., 2016; Roberts & David, 2016; Wang et al., 2017; Wang et al., 2019). Gelegentlich ist allein der weibliche Standpunkt zur Thematik von Interesse (González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; McDaniel & Coyne, 2016). Analysen zum

interaktionsstörenden Verhalten beider Partner einer romantischen Beziehung und seiner Auswirkungen auf die jeweils andere Person, konnten bisher nur in jüngster Forschung von McDaniel und Drouin (2019) gefunden werden. In der Literatur findet sich vorrangig das wahrgenommene, störende Verhalten des/der PartnerIn, da die Skalen PPhubbing und TILES eben dieses erfassen. Allein Halpern und Katz (2017) untersuchten PPhubbing und die Konflikte, welche aufgrund des Mobiltelefons entstehen aus Sicht des/der PhubberIn.

Da in der vorliegenden Arbeit neben der wahrgenommenen, erlebten Häufigkeit von PPhubbing, der Konflikt, zu dem es aufgrund von PPhubbing kommen kann in Hinblick auf die Partnerschaftszufriedenheit relevant erscheint, soll kurz auf die quantitativen Erhebungsvarianten dieser Aspekte in vorangegangenen Publikationen eingegangen werden. In den Technoference-Studien (González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; McDaniel & Coyne, 2016; McDaniel & Drouin, 2019) wurde der Konflikt bezüglich des Technologie-Gebrauchs basierend auf der von McDaniel und Coyne (2016) entwickelten Skala *Conflict over Technology Use* erhoben. Die Skala *Cell Phone Conflict* bzw. des Konflikts aufgrund des Mobiltelefons von Roberts und David (2016) kam in einer weiteren Studie in angepasster Form zum Einsatz (González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018). In einigen Studien zu PPhubbing und Technoference wurde die Partnerschaftszufriedenheit näher betrachtet (Cizmeci, 2017; Coyne et al., 2011; González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018; McDaniel & Coyne, 2016; McDaniel & Drouin, 2019; Roberts & David, 2016; Wang et al., 2017; Wang et al., 2019), während in anderen das breitere Konzept der Partnerschaftsqualität untersucht wurde (Halpern & Katz, 2017; McDaniel & Drouin, 2019). Die Partnerschaftszufriedenheit wurde in den hier relevanten Studien meist anhand adaptierter Fassungen der *Relationship Assessment Scale* von Hendrick (1988; z. B. bei Cizmeci, 2017; González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018), der *Satisfaction Scale* von Murray, Holmes, Griffin und Derrick (2015; z. B. bei Roberts & David, 2016; Wang et al., 2017; Wang et al., 2019) oder anhand des *Quality of Marriage Index* von Norton (1983; bei McDaniel & Coyne, 2016; McDaniel & Drouin, 2019) erhoben.

## 2.4 Auftreten von (Partner) Phubbing

### 2.4.1 Verbreitung

Wie unter anderem in Forschungsarbeiten aus Australien (Al-Saggaf & MacCulloch, 2019), Großbritannien (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016), der Türkei (Cizmeci, 2017) und den Niederlanden (Vanden Abeele et al., 2019) festgestellt werden konnte, stellt Phubbing ein weitverbreitetes Phänomen dar. Ob erlebtes als auch selbstinitiiertes Phubbing unter Frauen üblicher ist als bei Männern (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; vgl. Coyne et al., 2011), oder ob sich hierbei kein Geschlechterunterschied zeigt (Al-Saggaf & MacCulloch, 2019; Vanden Abeele et al., 2019), bleibt noch unklar. Bezüglich Partner Phubbing berichten Frauen gegenüber Männern jedoch ein höheres Ausmaß zu erleben und scheinen das Verhalten daher eher wahrzunehmen (Cizmeci, 2017; González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018). Ebenso unterscheiden sich Studienergebnisse hinsichtlich des Alters der PhubberInnen. Es konnte sowohl gezeigt werden, dass jüngere gegenüber älteren Personen öfter phubben (Al-Saggaf & MacCulloch, 2019) und Medien während der Paarinteraktion nutzen, um mit anderen zu kommunizieren (Coyne et al., 2011) als auch, dass es keine Unterschiede zwischen den Altersgruppen gibt (Cizmeci, 2017).

Weiters weisen Forschungsergebnisse darauf hin, dass bei zunehmend höherem Bildungsstand, PPhubbing abnimmt. Auch zur Partnerschaftsdauer fanden sich widersprüchliche Ergebnisse. Diese steht entweder in einem negativen Verhältnis mit der Häufigkeit, mit welcher sich Befragte mit anderen während der Paarinteraktion in Verbindung setzen (Coyne et al., 2011) oder in keinerlei Verbindung zu PPhubbing (Cizmeci, 2017; Wang et al., 2017). Dies könnte jedoch auch auf eine kategoriale Erfassung der Beziehungsdauer zurückzuführen sein, denn Wang et al. (2017) unterschieden nur sehr grob in sieben Jahre und weniger versus acht Jahre und mehr. Überdies hinaus zeigt sich die partnerschaftliche, interaktionsunterbrechende Mediennutzung seltener bei nicht verheirateten gegenüber verheirateten Personen (Coyne et al., 2011). PhubberInnen wohnen gleichermaßen in urbanen wie ländlichen Regionen, nutzen das Smartphone aber eher gegenüber Personen, zu denen sie in einem engeren anstatt einem entfernteren Verhältnis stehen. Familie und Freunde werden daher eher als Fremde und Leute auf der Arbeit gephubbt. Genauso wie eher PartnerInnen, Geschwister und Kinder betroffen sind als Großeltern (Al-Saggaf & MacCulloch, 2019).

### 2.4.2 Häufigkeit und Dauer

PhubberInnen haben Schwierigkeiten retrospektiv Angaben zur Häufigkeit von Phubbing zu machen (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Dies spiegelt sich im Vergleich zweier Studien mit unterschiedlichen Erhebungsmethoden wider. Beinahe die Hälfte der Befragten einer quantitativen Untersuchung gab an, zweimal am Tag oder häufiger zu phubben (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016), während das problematische Smartphone-Verhalten innerhalb einer zehn minütigen Unterhaltungssequenz einer Dyaden-Beobachtungsstudie im Durchschnitt über dreimal auftrat und das Maximum sogar bei elf Mal lag (Vanden Abeele et al., 2019). Die durchschnittliche Beschäftigungsdauer mit dem Handy innerhalb einer einzelnen Phubbing-Situation beträgt zwischen ein und drei Minuten (Klein, 2014; Vanden Abeele et al., 2019). Darüber hinaus beschäftigen sich PhubberInnen länger mit dem Gerät, wenn es zuvor geläutet hat, weil dann nicht nur auf das Klingeln reagiert wird, sondern zugleich auch andere Apps auf ihre Aktualität hin kontrolliert werden (Klein, 2014). In einer amerikanischen Studie gaben 8,8 % der StudienteilnehmerInnen eine tägliche Phubbing-Dauer von einer Stunde oder länger an (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Erwähnenswert scheint, dass Personen meinen häufiger und länger ge-phubbt zu werden, als selbst zu phubben (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016) und generell Schwierigkeiten haben, sich korrekt an die eigene Mobiltelefonnutzung und jene des/der GesprächspartnerIn zurückzuerinnern (Vanden Abeele et al., 2019).

### 2.4.3 Inhalte, Orte und Situationen

Im Rahmen einer Beobachtungsstudie wurden die Nutzungshäufigkeit und -dauer von Smartphone-Aktivitäten deutscher Studierender während ihrer Vorlesungseinheit an der Universität dokumentiert. Abramova et al. (2017) betrachteten das Verhalten in Hinblick auf den Vortragenden der Lehrereinheit als Interaktionsunterbrechung und bezeichneten dieses als Phubbing. Ob in diesem Kontext tatsächlich von einer Phubbing-Situation gesprochen werden kann, ist zu diskutieren, da es eventuell nicht immer eindeutig ist, ob vor der Geräte-Störung tatsächlich eine Interaktion des Vortragenden und des Studierenden bestanden hat. Trotzdem sollen ihre Studienergebnisse nicht unerwähnt bleiben. Folgende Smartphone-Inhalte wurden in absteigender Reihenfolge ihrer Auftretenshäufigkeit verwendet: Senden von Nachrichten, Internetsurfen oder Social Networking Aktivitäten, Betrachten des Startbildschirms zur Überprüfung der

Uhrzeit oder auf Benachrichtigung, fokussiertes Lesen, Spielen und Fotografieren (Abramova et al., 2017). Auch in der Untersuchung von Klein (2014) wurden digitale Kommunikationsdienste wie Chatprogramme, E-Mail und Messenger gefolgt von Social Media Plattformen am häufigsten während dem Phubben genutzt. Die StudienteilnehmerInnen erlebten Phubbing am häufigsten in öffentlichen Verkehrsmitteln, gefolgt von Cafés bzw. Restaurants und dem privaten Zuhause (Klein, 2014). Krasnova et al. (2016) beschäftigten sich mit diesem Thema im Kontext Partnerschaften. Die letzte PPhubbing-Erfahrung, welche nach Meinung der Befragten zu lange andauerte, war mit absteigender Häufigkeit an folgenden Orten bzw. Situationen erlebt worden: als die Paare zu Hause Zeit verbrachten, im Bett vor dem Einschlafen, bei einem gemeinsamen Essen zu Hause, unterwegs in einem öffentlichen Verkehrsmittel oder dem Auto und beim Ausgehen. Al-Saggaf und MacCulloch (2019) stellten zudem fest, dass Phubbing eher in Situationen auftritt, in denen internalisierte Normen dieses Verhalten erlauben. Die StudienteilnehmerInnen gaben an, eher beim Reisen oder Pendeln und in einer Arbeitspause zu phubben als beim Socializing und bei Meetings. Ebenso würden sie eher im öffentlichen als im privaten Verkehrsmittel phubben. Andere zu phubben schätzten die Befragten auch bei einer Kaffee- oder Mittagspause als wahrscheinlicher ein als im Bett oder während dem Shopping.

## 2.5 Hintergründe von Phubbing

Die Aufmerksamkeit kann durch akustische oder visuelle Signale mittels Push-Mitteilungen oder eingehender Nachrichten zum Mobiltelefon gelenkt werden. Viele PhubberInnen haben unabhängig davon die Angewohnheit, häufig auf das Smartphone zu sehen (Abramova et al., 2017; Klein, 2014), wobei der Griff zum Smartphone oft unbewusst und automatisch erfolgt (Klein, 2014). Dies trifft besonders auf jene zu, bei denen das Mobiltelefon als Ersatz für eine Armbanduhr dient und die folglich die Uhrzeit in Erfahrung bringen wollen (Abramova et al., 2017).

Das erstmalige Entsperren des Smartphones kann, zumindest bei Phubbing im universitären Kontext, auf Langeweile während der Vorlesung oder Konzentrationsprobleme zurückgeführt werden (Abramova et al., 2017). Auch Ärger, Desinteresse am Gegenüber oder sich in der eigenen Umgebung nicht wohlfühlen, stellen Auslöser für Phubbing dar (Karadağ et al., 2016; Klein, 2014). Wird länger gephubbt, so werden häufig aufgeschobene oder zeitlich drängende, private To-dos, wie die Vereinbarung

von Treffen mit Freunden, erledigt (Abramova et al., 2017). Der wahrscheinlichste bzw. häufigste Grund für Phubbing ist der, um mit anderen Personen durch Erhalt und Versand von Nachrichten in Kontakt zu treten (Abramova et al., 2017; Karadağ et al., 2016; Klein, 2014).

Weiters lässt sich die Störung der Interaktion durch das Smartphone aufgrund eines gesteigerten Mitteilungs- oder Selbstdarstellungsbedürfnisses im Zusammenhang mit Social Media erklären. Um ständig *up to date* zu bleiben, folgen PhubberInnen den Beiträgen, welche von anderen auf sozialen Medien geteilt werden und lesen Kommentare von anderen NutzerInnen (Karadağ et al., 2016; Klein, 2014).

Die Forschung befasst sich zunehmend mit dem Phubbing-Grund der Angst, etwas zu verpassen (Klein, 2014), welche in der Literatur als *fear of missing out* (FOMO) bezeichnet wird (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Franchina et al., 2018). Bei dieser intrapersonellen Eigenschaft handelt es sich um die Erkenntnis, dass eine lohnende Erfahrung, die anderen zuteilwird, verpasst werden könnte und daher versucht wird, kontinuierlich *up to date* zu bleiben. FOMO scheint einen Prädiktor für Phubbing darzustellen. Demnach greifen Personen zum Smartphone und beginnen ihr Gegenüber zu phubben, um der Angst etwas zu verpassen, vorzubeugen. FOMO sagt das Phubbing-Verhalten aber nicht bloß direkt vorher, sondern auch indirekt über den Zusammenhang mit problematischer Social Media-Nutzung (Franchina et al., 2018). FOMO, Internetabhängigkeit und eine geringe Selbstkontrolle sagen die Smartphone-Abhängigkeit vorher, welche wiederum das Ausmaß von Phubbing prognostiziert. Phubbing wird demzufolge als direkte Konsequenz eines problematischen Smartphone-Nutzungsverhaltens angesehen (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016).

## 2.6 Auswirkungen von (Partner) Phubbing

### 2.6.1 Aufmerksamkeitsgestaltung

Beim Phubben wandert die Aufmerksamkeit während einer Interaktion zum Smartphone, wodurch es PhubberInnen schwerfällt, Blickkontakt zum/zur GesprächspartnerIn aufzubauen und beizubehalten (Karadağ et al., 2016). Je häufiger eine Person im Gespräch sein/ihr Gegenüber phubbt, desto abgelenkter wirkt diese (Vanden Abele et al., 2019).

Häufiges Phubben beeinträchtigt die visuelle Aufmerksamkeit negativ, da die Blicke zunehmend auf das Smartphone gerichtet sind. Demgegenüber hat die Dauer der

Smartphone-Nutzung negative Auswirkungen auf die auditive Aufmerksamkeit, weil bei längerer Fokussierung auf die Smartphone-Inhalte kaum noch aufmerksam zugehört werden kann (Abramova et al., 2017). Bei geringer und kurzweiliger Smartphone-Aktivität können PhubberInnen ihre Aufmerksamkeit in zwei Richtungen teilen, um die Gesprächsinhalte weiterhin nachvollziehen zu können (Karadağ et al., 2016). Hin- gegen kann eine eingängige Beschäftigung mit dem Mobiltelefon ebenso zu einem Auf- merksamkeitsverlust führen, weswegen einer Unterhaltung schlussendlich nicht mehr gänzlich gefolgt werden kann (Karadağ et al., 2016; Klein, 2014).

### 2.6.2 Wahrnehmung des Verhaltens und des Gegenübers

Die subjektive Wahrnehmung des Gegenübers scheint eine große Rolle in Bezug darauf zu spielen, ob Phubbing als unangebrachtes Verhalten gewertet wird oder nicht. Wird das Smartphone in Gegenwart einer anderen Person häufig genutzt, so wird dies als störender empfunden als eine einmalige, länger andauernde Mobiltelefon-Nutzung (Klein, 2014). Der Smartphone-Gebrauch binnen einer Face-to-Face-Kommunikation führt zur Missachtung der Anstandsregel, seinem Gegenüber Aufmerksamkeit und Pri- orität zuzusprechen (Burkart, 2007).

Ein Experiment zur Eindrucksbildung in Bezug auf den/die GesprächspartnerIn zeigte, dass die Verwendung des Handys während der Unterhaltung nicht nur als un- aufmerksames, sondern auch sehr unhöfliches Verhalten gedeutet werden kann. Die proaktive Mobiltelefon-Nutzung bzw. das selbstinitiierte Nachrichtenlese-Verhalten am Handy führt dabei zu einer negativeren Eindrucksbildung als die reaktive Nutzung bzw. das Nachrichtenlese-Verhalten als Reaktion auf eine Benachrichtigung. Entgegen der Annahmen der AutorInnen, hat die Mobiltelefon-Nutzung während eines Ge- sprächs keine Auswirkungen auf die soziale Attraktivität des Gegenübers, sprich ob je- mand gemocht wird oder nicht (Vanden Abeele et al., 2016).

### 2.6.3 Erwartung, Toleranz und Akzeptanz

Die Analyse von Fokusgruppen-Interviews ergab, dass die Erwartung bezüglich des Erhalts der Aufmerksamkeit des Gegenübers kontextabhängig ist. Bei formellen Dates oder während intim verbrachter Zeit, wird die volle Aufmerksamkeit des/der romantischen PartnerIn erwartet. Die Einschätzungen, was unter einer angemessenen Smartphone-Nutzung in informellen Situationen, wie gemeinsam verbrachter Zeit, ver- standen werden kann, variieren stark. Wird die ungeteilte Aufmerksamkeit erwünscht,

wird von dem/der GesprächspartnerIn erwartet, die Smartphone-Nutzung weitgehend zu unterlassen. In Situationen wie strukturloser, gemeinsamer Zeit, in denen die ungeteilte Aufmerksamkeit der romantische Partner nicht zwingend erbracht werden muss, wird lediglich erwartet, dass die Mobiltelefon-Nutzung nicht exzessiv ausfällt. Dies betrifft besonders etabliertere Beziehungen und nicht die erste Dating-Phase (Miller-Ott & Kelly, 2015).

In einer interpersonellen Beziehung verkörpert ein Partner nicht nur den Handelnden, sondern auch den Behandelten (Heil, 1991). Genauso verhält es sich bei der problematischen Smartphone-Nutzung. Personen werden geHubbt, phubben aber selbst andere gleichermaßen und wechseln demnach stetig ihre Rolle von Protagonist und Rezipient (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Dieses Wechselverhältnis mündet in unterschiedlichen Handlungs- und Wahrnehmungsperspektiven der Partner (Heil, 1991). Ist den Phubbees der Rollenwechsel bewusst, können sie das Verhalten womöglich nachempfinden und eher akzeptieren, geHubbt zu werden (Karadağ et al., 2016; Klein, 2014). Das Verständnis für Phubbing ist außerdem größer, wenn der Griff zum Smartphone vorher angekündigt und erklärt wird oder wenn auf das Läuten des Handys reagiert wird (Klein, 2014; Miller-Ott & Kelly, 2015). Außerdem sind sich Phubbees der sozialen Verpflichtung ihrer GesprächspartnerInnen – darauf zu reagieren, wenn jemand versucht einen zu kontaktieren – bewusst. Dieser Umstand macht sie toleranter für die reaktive als für die proaktive Nutzung, bei welcher der/die GesprächspartnerIn ohne akustische Benachrichtigung zum Handy greift (Vanden Abeele et al., 2016). Die Smartphone-Nutzung wird darüber hinaus eher akzeptiert, wenn diese einen wichtigen Kontakt, wie den Chef oder die eigene Mutter betrifft und nur kurz stattfindet (Miller-Ott & Kelly, 2015).

#### 2.6.4 Gefühle und Empfindungen

Auch in der heutigen Gesellschaft strebt ein Großteil der Bevölkerung fortwährend nach einer beständigen, engen Beziehung, um ihr Bedürfnis nach Zugehörigkeit, Liebe und Zuneigung zu befriedigen (Asendorpf, Banse & Neyer, 2017; Maslow, 1954/1987). Nach der Theorie der menschlichen Motivation von Abraham Maslow zählt dieses Bedürfnis zu den grundlegenden mit dem Ziel, Gefühle der Einsamkeit, Zurückweisung und Ächtung zu überwinden. Maslow spricht ebenso von dem Wunsch der Menschen sich geachtet zu fühlen und das Bedürfnis nach Aufmerksamkeit und Wertschätzung zu stillen (Maslow, 1954/1987).

Studien zeigen, dass beim Phubben diese Bedürfnisse womöglich nicht erfüllt werden und sogar ganz im Gegensatz dazu, negative Emotionen bei der ge-phubbt Person entstehen können. Der Phubbee wird sich womöglich von seinem/ihrem Gegenüber nicht respektiert, wertgeschätzt (Karadağ et al., 2016; Klein, 2014) und sich sozial ausgeschlossen fühlen (David & Roberts, 2017). Ebenso kann ein Gefühl von Desinteresse und Vernachlässigung aufkommen (Klein, 2014). Die erlebte Ausgrenzung, welche entsteht, wenn der/die InteraktionspartnerIn das Smartphone verwendet, wird als schmerzhaft empfunden und von Frauen stärker erlebt als von Männern (Hales et al., 2018).

Tritt Phubbing während ernsthaften Unterhaltungen auf, so fühlen sich Betroffene meist stärker ausgegrenzt bzw. ignoriert gegenüber jenen Personen, deren Gespräch nicht durch das Smartphone gestört wird (Hales et al., 2018). Ebenso können bei ernstesten Gesprächsthemen die psychischen Grundbedürfnisse durch die Interaktionsstörung bedroht werden, zu denen in den betreffenden Forschungsarbeiten Zugehörigkeit, Selbstwert, Kontrolle und bedeutsame Existenz zählen (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; Hales et al., 2018). Wird der Grad der Ernsthaftigkeit des Diskussionsinhalts außer Acht gelassen, so schadet es der Zugehörigkeit zudem mehr, wenn im Laufe einer Interaktion auf das Mobiltelefon, anstelle einer Zeitung gestarrt wird. Ebenso behindert das „Telefon-Starren“ die Zugehörigkeit mehr, wenn zugehört anstatt gesprochen wird. Die erlebte Ausgrenzung, welche den ständigen Blicken auf das Mobiltelefon verschuldet ist, steht nicht nur in einem negativen Zusammenhang zur Zugehörigkeit (Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018), sondern auch zu den übrigen angeführten, psychischen Grundbedürfnissen. Letztere Assoziation wird sowohl in ernsthaften als auch lockeren Unterhaltungen partiell über die Beziehungsabwertung mediiert (Hales et al., 2018; siehe auch Vanden Abeele & Postma-Nilsenova, 2018).

Im Kontext Partnerschaft setzten sich Krasnova et al. (2016) mit den erlebten Emotionen aufgrund von PPhubbing auseinander. Viele der Befragten gaben an, neutrale oder indifferente Gefühle wahrzunehmen, während nur ein kleiner Teil positive Emotionen mitteilte. Der überwiegende Anteil der StudienteilnehmerInnen beschrieb in diesem Moment negative Gefühle wie den wahrgenommenen Aufmerksamkeitsverlust des/der PartnerIn, Wut, Traurigkeit oder Langeweile verspürt zu haben.

Unterhaltungen ohne, im Unterschied zu jenen mit mobilen Kommunikationstechnologien, werden als hochwertiger eingestuft. Studien implizieren, dass das empathische Interesse bzw. die empfundene Empathie gegenüber seinem/seiner

GesprächspartnerIn höher ist, wenn während der Unterhaltung kein Mobiltelefon vorhanden ist (Misra et al., 2016; Przybylski & Weinstein, 2013). Ebenfalls zeigt das Verhältnis, in dem die GesprächsteilnehmerInnen zueinanderstehen, seine Auswirkungen. Ist ein Mobilgerät präsent, so ist die Empathie während der Interaktion geringer, wenn die Personen in einem nahen Beziehungsverhältnis und nicht in einer entfernteren freundschaftlichen Nähe zueinanderstehen (Misra et al., 2016).

Zudem konnte in einem Laborexperiment festgestellt werden, dass allein das bloße Vorhandensein von mobilen Kommunikationsgeräten, ohne diese auch tatsächlich zu verwenden, negative Auswirkungen auf die interpersonelle Verbundenheit als auch das Vertrauen in Face-to-Face Interaktionen hat. Auch das Verständnis gegenüber seinem/seiner GesprächspartnerIn kann dabei in Mitleidenschaft gezogen werden (Przybylski & Weinstein, 2013).

Berücksichtigt man den Gesprächsinhalt, zeigt sich, dass besonders bei bedeutsamen Gesprächsthemen, die Verbundenheit, das Vertrauen, das Verständnis und die Empathie durch die Präsenz eines Mobiltelefons beeinträchtigt werden. Bei lockeren Themen hingegen spielt es keine Rolle, ob das mobile Kommunikationsgerät absent oder präsent ist (Przybylski & Weinstein, 2013). In einem Feldexperiment von Misra et al. (2016), welches an die Forschungsergebnisse von Przybylski und Weinstein (2013) anknüpft, zeigten sich hingegen keine Auswirkungen bei Vorhandensein eines mobilen Gerätes, der Vertrautheit der GesprächspartnerInnen oder des Gesprächsthemas, auf die Verbundenheit der beiden zueinander (Przybylski & Weinstein, 2013).

Jene Dyaden, die ihre Unterhaltung in Anwesenheit anstatt Abwesenheit eines Mobiltelefons führen, bewerten die wahrgenommene Beziehungsqualität in der Interaktion geringer (Przybylski & Weinstein, 2013). In Hinblick auf Technoference durch Mobiltelefone, erscheint es nicht überraschend, dass Personen, die hierbei höhere Angaben machen, zugleich tägliche Face-to-Face Interaktionen mit ihrem/ihrer PartnerIn weniger positiv empfinden (McDaniel & Drouin, 2019) und die Gesprächsintimität geringer einschätzen (Vanden Abeele et al., 2019). Aufgrund der Interaktionsstörung durch das Smartphone leidet zudem die Gesprächsqualität, da sich die PhubberInnen von der Unterhaltung kognitiv zurückziehen und somit den natürlichen Gesprächsverlauf hemmen (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; Vanden Abeele et al., 2016).

### 2.6.5 Reaktion

Im Bereich Partnerschaften, ist die häufigste unmittelbare Reaktion auf PPhubbing, verbal aktiv gegen die Smartphone-Nutzung des/der PartnerIn einzuschreiten, indem z. B. darum gebeten wird, das Mobiltelefon wegzulegen. Bedeutend seltener geht es in einer Äußerung um Neugierde. Diesbezüglich könnte z. B. in Erfahrung gebracht werden, welchen Smartphone-Inhalt der/die PhubberIn gerade nutzt oder wer der/die absente GesprächspartnerIn ist (Krasnova et al., 2016). Tritt eine Erwartungsverletzung hinsichtlich des Smartphone-Nutzungsverhaltens des Gegenübers auf, so wird dies in etablierteren Beziehungen meist direkt kommuniziert und kann sogar mithilfe einer sarkastischen Bemerkung ausgedrückt werden (Miller-Ott & Kelly, 2015). Wird Ärger kundgetan, kann dieser zu einer Konfrontation oder einem Gesprächsabbruch führen (Klein, 2014).

Zu den nonverbalen Handlungsstrategien von betroffenen Personen zählen, geduldig im Stillen darauf zu warten bis der/die PhubberIn das Gerät wieder zur Seite legt (Karadağ et al., 2016; Klein, 2014; Krasnova et al., 2016; Vanden Abeele et al., 2019). In romantischen Beziehungen kommt es gleichermaßen vor, dass sich der/die gephubbte PartnerIn eine alternative Beschäftigung sucht (Krasnova et al., 2016) oder dass das Verhalten mittels Griff zum eigenen Smartphone gespiegelt wird, da die volle Aufmerksamkeit des Gegenübers nicht erhältlich ist (Karadağ et al., 2016; Klein, 2014; Krasnova et al., 2016; Vanden Abeele et al., 2019). Dieser soziale Ausschluss, welcher zu einem gesteigerten Bedürfnis nach Aufmerksamkeit führt, resultiert darin, dass Personen sich den sozialen Medien mithilfe ihres Smartphones zuwenden, um das Gefühl von Inklusion wiederzuerlangen (David & Roberts, 2017).

### 2.6.6 Konflikt

Ein sozialer Konflikt „wird als Spannungssituation aufgefasst, in der zwei oder mehrere Parteien, die voneinander abhängig sind, versuchen, scheinbar oder tatsächlich unvereinbare Handlungspläne bzw. inkompatible Handlungen bzw. Handlungstendenzen zu verwirklichen“ (Spieß, 2018, S. 922). Konflikte oder Meinungsverschiedenheiten können sowohl von unbedeutenden als auch schwerwiegenden Thematiken ausgehen. Der Partnerschaftserfolg bzw. weitere Entwicklungsverlauf der Partnerschaft ist von der Interpretation bzw. Ursachenzuschreibung der Konflikthalte abhängig (Bierhoff & Grau, 1999).

Je häufiger Interaktionen durch das Mobiltelefon gestört werden, umso häufiger kommt es in Partnerschaften zu Konflikten aufgrund des Mobiltelefons bzw. Smartphones (González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018; Halpern & Katz, 2017). Genauso konnten Untersuchungen einen positiven Zusammenhang von Technoference und den Konflikten aufgrund der Nutzung von Technologien feststellen, welcher besagt, dass auch Interaktionsstörungen aufgrund des Fernsehers, Computers oder des Tablets zu Konflikten in Bezug auf diese technischen Geräte führen können (González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; McDaniel & Coyne, 2016; McDaniel & Drouin, 2019). Selbst wenn diverse zusätzliche Einflüsse auf diese Assoziation kontrolliert werden, sagt eine höhere Technoference, weiterhin mehr Konflikte aufgrund technischer Nutzung vorher (McDaniel & Drouin, 2019).

David, Roberts und Christenson (2018) legten in ihrer Untersuchung einen positiven Zusammenhang der gesamten Smartphone-Nutzungsdauer und des Beziehungskonflikts von sich nahestehenden Personen dar. Bei näherer Betrachtung der Nutzungsdauer der einzelnen App-Kategorien zeigte sich, dass die folgenden neun App-Kategorien den Beziehungskonflikt vorhersagen: Nachrichten (*news*), Hilfsmittel (*utilities*), Shopping, Finanzen, Gesundheit, Lifestyle und Apple spezifische Apps. Interessanterweise standen die App-Kategorien Produktivität und Wetter mit weniger Beziehungskonflikt in Zusammenhang.

In Partnerschaften wird eine höhere Technoference von Mobiltelefonen, welche PPhubbing entspricht, mit einer höheren Bindungsangst assoziiert (McDaniel & Drouin, 2019). Überdies moderiert der Bindungsstil einer Person den Zusammenhang zwischen PPhubbing und dem Mobiltelefon-Konflikt. Jene mit einem ängstlichen Bindungsstil gaben höhere Werte beim Mobiltelefon-Konflikt an, als jene mit weniger ängstlichem Bindungsstil (Roberts & David, 2016).

### 2.6.7 Partnerschaftszufriedenheit und -qualität

Neben der Partnerschaftsstabilität ist die Partnerschaftszufriedenheit, als ein Aspekt der Partnerschaftsqualität, maßgeblich für den Partnerschaftserfolg und somit von hoher Relevanz in der Partnerschaftsforschung (Asendorpf, Banse & Neyer, 2017; Banse, 2003). In der jüngsten Forschung zeigt sich ein heterogenes Bild bezüglich der Assoziation von PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit. Es existieren sowohl Studienergebnisse, die einen bivariaten signifikant, negativen Zusammenhang der beiden Variablen feststellen konnten (González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018; Wang

et al., 2017) als auch Untersuchungen, die entgegen ihrer Annahme, an einer türkischen Stichprobe konträre Ergebnisse mit einem geringen positiven Einfluss von PPhubbing auf die Partnerschaftszufriedenheit darlegten. Cizmeci (2017) begründete die unerwarteten Ergebnisse unter anderem anhand kultureller Gegebenheiten bzw. aufgrund des hohen Stellenwerts, den die Institution Ehe in der Türkei hat, weswegen verheiratete Frauen womöglich sozial erwünschte Angaben bezüglich der Partnerschaftszufriedenheit gemacht hatten.

Hierbei sind ebenso jene Studien zu berücksichtigen, die die angeführten Interessensgebiete breiter fassten und Zusammenhänge zwischen Partnerschaftszufriedenheit und des allgemeineren Begriffs Technoference finden konnten (González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; McDaniel & Coyne, 2016; nicht signifikant bei McDaniel & Drouin, 2019). Coyne et al. konnten bereits 2011 einen negativen Zusammenhang zwischen der Frage, wie häufig sich die StudienteilnehmerInnen mit anderen während der Paarinteraktion über digitale Medien in Verbindung setzen würden und der Partnerschaftszufriedenheit feststellen.

Im Umkehrschluss sind auch die Untersuchungen bezüglich der gefundenen, negativen Assoziation von PPhubbing und der Partnerschaftsqualität zu berücksichtigen (Halpern & Katz, 2017). Schlussendlich finden sich gleichermaßen Arbeiten zum Zusammenhang von Technoference und Partnerschaftsqualität, die hier von Interesse sind (McDaniel & Drouin, 2019).

Abgesehen von der 14-tägigen Tagebuchstudie von McDaniel und Drouin (2019) ist im Kontext Partnerschaften allein die Untersuchung von Halpern und Katz (2017) bekannt, welche zu dieser Thematik mehrere Erhebungszeitpunkte beinhaltete. In ihrer Längsschnittuntersuchung mit zwei Erhebungswellen im Abstand von einem Jahr, konnten sie einen negativen, kausalen Richtungszusammenhang von häufigerem Nachrichtenversand über das Mobiltelefon auf eine geringere, wahrgenommene Partnerschaftsqualität aufzeigen. In umgekehrter Richtung konnte dieser Zusammenhang nicht festgestellt werden. Die Häufigkeit des Nachrichtenversands stand in positiver Verbindung zu PPhubbing.

Auch Moderatorvariablen wie der Familienstand (Wang et al., 2019) und Mediatorvariablen wie der Konflikt aufgrund des Mobiltelefons oder der Nutzung technischer Geräte an sich (McDaniel & Coyne, 2016; Roberts & David, 2016), welche auf den Zusammenhang von PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit einwirken, konnten gefunden werden. Wang et al. (2019) konnten nur bei verheirateten Paaren einen

Zusammenhang von PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit feststellen. In der quantitativen Studie von Halpern und Katz (2017) konnte zwar eine signifikante Korrelation zwischen PPhubbing und der Partnerschaftsqualität festgestellt werden, aber in deren Strukturmodell zeigte sich mit den zwei weiteren Mediatoren – Konflikte bezüglich des Mobiltelefons und dem Mangel an Intimität – kein direkter Effekt, sondern lediglich ein indirekter über jeweils beide Mediatoren.

González-Rivera, Segura-Abreu et al. (2018) berichteten, dass Frauen nicht nur ein höheres Ausmaß von PPhubbing, sondern auch mehr Mobiltelefon-Konflikte und eine geringere Partnerschaftszufriedenheit als Männer erleben würden. Die AutorInnen argumentierten dies, einerseits aufgrund eines größeren Bewusstseins der Frauen in Bezug auf die Mobiltelefon-Nutzung und andererseits aufgrund von höheren Erwartungen hinsichtlich der gemeinsam verbrachten Qualitätszeit in romantischen Beziehungen. Eine türkische Studie konnte ganz im Gegensatz dazu eine höhere Einschätzung der Partnerschaftszufriedenheit durch Frauen als durch Männer feststellen (Cizmeci, 2017).

Die Partnerschaftszufriedenheit fungiert in manchen konzeptuellen Studienmodellen selbst als Mediator. PPhubbing, aber auch Technoference generell, wirken sich indirekt über die Partnerschaftszufriedenheit auf das psychische Wohlbefinden und die mentale Gesundheit aus, wozu unter anderem Depression, Angst, Stress und Lebenszufriedenheit zählen (González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018; Roberts & David, 2016; Wang et al., 2017). Bei Wang et al. (2017) konnte der über die Partnerschaftszufriedenheit vermittelte Zusammenhang von PPhubbing und Depression nur bei Paaren gezeigt werden, die mehr als 7 Jahre verheiratet waren.

## 2.6.8 Wohlbefinden und mentale Gesundheit

Ein größeres Ausmaß von (Partner) Phubbing bzw. ebenso von Technoference steht in einem negativen Zusammenhang mit der mentalen Gesundheit und bringt folglich vermehrt Symptome von Depression aber auch von Angst und Stress mit sich (David & Roberts, 2017; González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018; McDaniel & Coyne, 2016; McDaniel & Drouin, 2019; Roberts & David, 2016).

Außerdem demonstriert die Forschung Einflüsse von (Partner) Phubbing bzw. Technoference auf das persönliche Wohlbefinden, welche direkt oder indirekt

vermittelt werden (David & Roberts, 2017; González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018; Roberts & David, 2016). Die aktuellen Forschungsmodelle veranschaulichen die Vermittlung dieses Zusammenhangs über Partnerschaftszufriedenheit (González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; Roberts & David, 2016), das Gefühl ignoriert zu werden, das Bedürfnis nach Aufmerksamkeit und die Nutzungsintensität von sozialen Medien (David & Roberts, 2017).

In diesem Kontext konnte gezeigt werden, dass PPhubbing und Technoference mit einer geringeren Lebenszufriedenheit (González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018; McDaniel & Coyne, 2016; Roberts & David, 2016), als auch einem geringeren Selbstwertgefühl in Verbindung stehen (González-Rivera, Hernández Gato et al., 2018). Bei Wang et al. (2019) hingegen konnte kein bivariater signifikanter Zusammenhang von PPhubbing und dem Selbstwertgefühl gefunden werden.

### 3 FRAGESTELLUNGEN UND HYPOTHESEN

Ziel der vorliegenden Studie ist neben der Beschreibung und Erklärung von Partner Phubbing vor allem, den Stellenwert von PPhubbing in einer heterosexuellen Paarbeziehung festzumachen. Aus der Forschungsfrage zum Einfluss von PPhubbing auf die Partnerschaftszufriedenheit bei jungen Erwachsenen können, aus den im theoretischen Teil dargestellten Erkenntnissen zur Thematik, folgende Fragestellungen (FS) formuliert werden.

#### 3.1 Beschreibung und Erklärung von PPhubbing

FS1: Wie häufig tritt PPhubbing auf?

FS2: Unter welchen Umständen tritt PPhubbing auf?

FS3: Welche Gründe für PPhubbing werden in der eigenen Partnerschaft am häufigsten vermutet?

FS4: Welche Rolle spielen die Smartphone-Inhalte beim PPhubben?

FS4a: Welche Smartphone-Inhalte werden beim PPhubben am häufigsten genutzt?

FS4b: Wird beim PPhubben die Nutzung bestimmter Smartphone-Inhalte als störender empfunden als die anderer?

FS5: Welche Rolle spielt es, wo man gephubbt wird?

FF5a: An welchen Orten tritt PPhubbing am häufigsten auf?

FF5b: Wird PPhubbing an bestimmten Orten störender empfunden als an anderen?

## 3.2 Einfluss von PPhubbing auf die Partnerschaft

Sofern eine Fragestellung die Formulierung einer entsprechenden Hypothese (H) gestattet, sind im Folgenden die einseitig gerichteten Alternativhypothesen formuliert.

FS6: Führt häufigeres PPhubbing zu einer geringeren Partnerschaftszufriedenheit? (vgl. Roberts & David, 2016)

H: Es besteht ein signifikant negativer Zusammenhang zwischen PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit.

FS7: Mediiert der Konflikt, welcher aufgrund von PPhubbing entsteht (*PPhubbing-Konflikt*), den negativen Zusammenhang zwischen PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit? (vgl. Roberts & David, 2016)

H: Es besteht ein signifikant negativer Zusammenhang zwischen PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit, welcher über den PPhubbing-Konflikt mediiert wird.

FS8: Mediiert die negative Empfindung, welche aufgrund von PPhubbing entsteht (*PPhubbing-neg. Empfindung*), als auch der PPhubbing-Konflikt den negativen Zusammenhang zwischen PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit?

FS9: Welchen Anteil hat PPhubbing an der Vorhersage der Partnerschaftszufriedenheit?

# 4 METHODE

## 4.1 Untersuchungsdesign

Die vorliegende grundlagenwissenschaftliche Untersuchung wurde aus ökonomischen Gründen als Online-Erhebung in einem Querschnittsdesign durchgeführt. Das Erkenntnisinteresse der empirischen Studie war vorrangig explorativ. Die Studie weist jedoch auch deskriptive und in Abhängigkeit vom Forschungsstand explanative Elemente auf und lässt sich aufgrund fehlender Randomisierung und experimenteller Manipulation den nicht-experimentellen Studien bzw. Ex-post-facto-Studien zuordnen (vgl. Döring & Bortz, 2016).

Die gewonnenen Daten der quantitativen Feldstudie beruhen auf der Befragung einer Ad-hoc-Stichprobe. Befragt wurde jeweils eine Person zur Partnerschaft selbst und

zum PPhubbing-Verhalten des/der PartnerIn, weshalb von einer Selbst- und auch einer Fremdbeurteilung gesprochen werden kann. Die Ermittlung eines optimalen Stichprobenumfangs im Rahmen einer Fallzahlplanung war aufgrund der explorativen Vorgehensweise nicht erforderlich.

## 4.2 Vorgehen

Als Messinstrument kam ein eigens erstellter Online-Fragebogen zum Einsatz, welcher mittels der Befragungssoftware SoSci Survey programmiert wurde. Der Link zum Fragebogen war unter der URL <https://www.soscisurvey.de/partnerphubbing/> im Zeitraum von 03.09.2017 bis 03.10.2017 zugänglich.

Das deutschsprachige Inventar wurde vor Veröffentlichung im Rahmen eines Pretests an einer Gruppe von 15 Personen erprobt. Hiermit sollten Durchführbarkeit, Ökonomie und Verständlichkeit sichergestellt werden. Auf Basis der Rückmeldungen wurde das Inventar gekürzt und verbessert.

### 4.2.1 Voraussetzungen für eine Studienteilnahme

Für eine gültige Teilnahme wurden bestimmte Ein- und Ausschlusskriterien festgelegt. Die Voraussetzungen waren, sich in einer heterosexuellen Partnerschaft zu befinden, ein Lebensalter der Befragten und deren PartnerInnen zwischen 18 und 35 Jahren und der Smartphone-Besitz beider Partner. Der Besitz eines herkömmlichen Mobiltelefons war für eine Studienteilnahme nicht hinreichend, da die Internetfähigkeit von Smartphones den AnwenderInnen bedeutend mehr Nutzungsmöglichkeiten eröffnet und folglich eine längere Nutzungsdauer wahrscheinlicher macht (vgl. Willemse, 2016). Romantische Beziehungen mit mehreren Personen gleichzeitig – im Sinne von offenen Beziehungen – führten zum Ausschluss aus der Studie.

### 4.2.2 Stichprobenrekrutierung

Die Rekrutierung der StudienteilnehmerInnen erfolgte über Online-Foren mit Themenschwerpunkt Smartphone, den Versand von E-Mails und besonders anhand sozialer Netzwerke. Über das Business-Netzwerk Xing konnte in drei Gruppen mit jeweils zwei Posts eine Reichweite von weit über 630 Personen, welche die Posts gesehen hatten, erzielt werden. Über den Mikroblogging-Dienst Twitter konnte der Fragebogen mittels zweier Tweets mit mehreren Hashtags, welche über Retweets durch andere Personen verbreitet wurden, in Umlauf gebracht werden. Ebenso wurde ein Benutzer-

Konto bei Google+ angelegt, wodurch unter Verwendung von diversen Hashtags auf den Post zur Studie aufmerksam gemacht wurde.

Der Großteil der Stichprobe konnte mithilfe des sozialen Netzwerks Facebook generiert werden. Es wurden in 49 Facebook-Gruppen (siehe Tabelle 1) 71 Posting-Versuche mit zahlreichen Kommentaren und Pushs unternommen.

Tabelle 1

*Facebook-Stichprobenrekrutierung über Gruppen inkl. ihrer Mitgliederanzahl nach Reichweite*

| Facebook          | insgesamt | veröffentlicht | tatsächlich erreicht |
|-------------------|-----------|----------------|----------------------|
| Gruppen           | 49        | 45             | 32                   |
| Gruppenmitglieder | 361.165   | 342.023        | 237.997              |

*Anmerkungen.* Gruppen inkl. ihrer Mitgliederanzahl bei denen ein Posting-Versuch stattfand (*insgesamt*), es zu einer Veröffentlichung des Posts kam (*veröffentlicht*) und bei denen die Kontrolle über die Rekrutierungsphase behalten werden konnte und die Posts nicht von Dritten entfernt wurden (*tatsächlich erreicht*).

Die 49 Gruppen waren bezüglich des Öffentlichkeitsgrades in 10 öffentliche, 38 geschlossene und eine geheime Gruppe unterscheidbar und zudem in fünf Kategorien einzuteilen: 27 Gruppen mit studienbezogenem Kontext, drei Gruppen, die der StudienteilnehmerInnen-Rekrutierung dienten, sechs Gruppen mit Fokus auf Partnerschaft(sprobleme), sieben *Share & Care*-Gruppen und sechs Sonstige, wie Abbildung 1 zeigt.

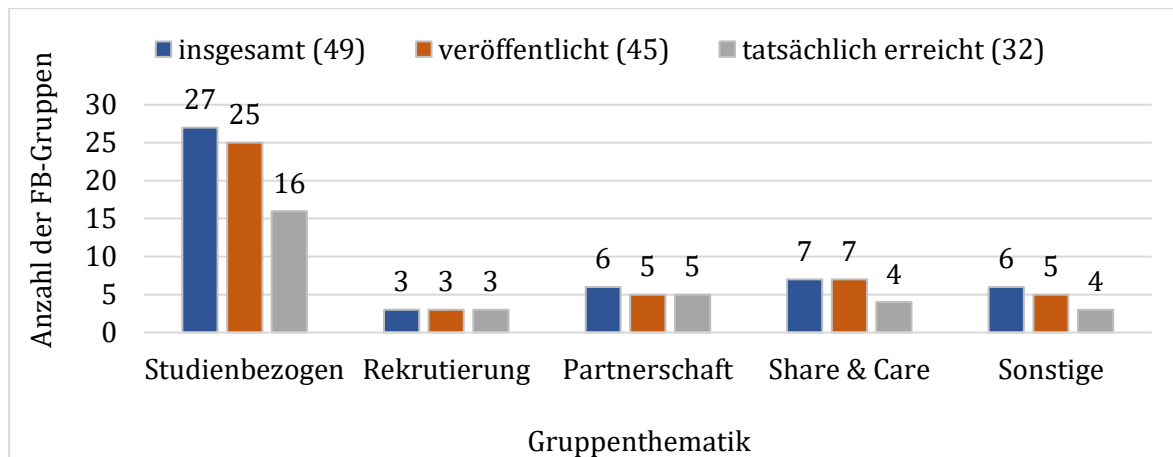


Abbildung 1. Facebook-Stichprobenrekrutierung über Gruppen, unterteilt in fünf Kategorien nach Reichweite

Bei 46 Posts der 71 Posting-Versuche konnte eine erfolgreiche und kontrollierte Erhebung registriert werden, da die Beiträge von der Studienleitung selbst entfernt werden konnten. Im Gegensatz dazu wurden bei den übrigen 25 Posting-Versuchen entweder Beiträge von den AdministratorInnen nicht veröffentlicht, gelöscht oder die Gruppenmitgliedschaft durch die Zuständigen beendet.

### 4.3 Erhebungsinstrument

Der Fragebogen umfasste zehn Seiten inklusive der ersten Instruktions- und der letzten Informationsseite zu PPhubbing. Das vollständige Erhebungsinstrument und die Variablen-Übersicht mit der Kodierung der einzelnen Items können im Anhang B eingesehen werden.

Die StudienteilnehmerInnen wurden zu Beginn über den Gegenstand der Befragung, die Ein- und Ausschlusskriterien, die gewünschte Sorgfalt bei der Fragenbeantwortung und die Freiwilligkeit sowie Anonymität der Studienteilnahme informiert. Zur vollständigen Bearbeitung des Erhebungsinstruments war ein Zeitraum von 10–15 Minuten vorgesehen. Im Rahmen der Studiendurchführung wurde für Rückfragen eine E-Mail-Adresse (partnerphubbing@gmail.com) angelegt. Im folgenden Abschnitt werden die erhobenen Variablen und die Programmierung des Fragebogens eingehend beschrieben.

### *Soziodemographische Merkmale der Befragten und der PartnerInnen*

Im Zuge der Erhebung der soziodemographischen Merkmale der StudienteilnehmerInnen wurden Fragen zum Geschlecht, Alter (eine Angabe war nur im Bereich von 18 bis 35 Jahren möglich, um erneut auf das Einschlusskriterium aufmerksam zu machen), zur Nationalität, höchsten abgeschlossenen Ausbildung und der derzeitigen Tätigkeit gestellt. Bezüglich der Angaben zu den PartnerInnen war lediglich das Alter (im Bereich von 18 bis 35 Jahren) und deren höchste abgeschlossene Ausbildung auszufüllen.

### *Partnerschaftsvariablen*

Zu den erfassten Partnerschaftsvariablen zählten der Beziehungsstatus, die aktuelle Wohnsituation, die Beziehungsdauer und die Zeit des sich gegenseitigen Sehens in einer gewöhnlichen Woche. Letztere war zur leichteren Beantwortung getrennt von Montag bis Freitag sowie Samstag und Sonntag zu beurteilen. Die Variable Beziehungsdauer wurde im Gegensatz zu vorangegangene Studien (Coyne et al., 2011; Wang et al., 2017) zum Thema Mediennutzung in romantischen Beziehungen bzw. PPhubbing nicht in einer kategorialen, sondern in einer metrischen Skalierung konzipiert, um konkretere Angaben zu erhalten.

### *Kommunikationszufriedenheit*

Als Kontrollvariable wurde ein Single-Item zur Kommunikationszufriedenheit der beiden Partner in den Fragebogen mit aufgenommen, um den Stellenwert von PPhubbing differenzierter zu betrachten.

### *Partnerschaftszufriedenheit*

Die Partnerschaftszufriedenheit wurde anhand des aus sieben Items bestehenden Inventars *Zufriedenheit in Paarbeziehungen* (ZIP) in der deutschen Version von Hassebrauck (1991) – gemäß der *Relational Assessment Scale* (RAS) von Hendrick (1988) – erhoben. Die interne Konsistenz des ZIP wird bei Hassebrauck (1991) mit  $\alpha = .87$  als zufriedenstellend hoch angegeben. Zugunsten einer vereinfachten Bearbeitung kam dieses Inventar in modifizierter Form zum Einsatz, wobei unter anderem die Likert-Skalen von sieben auf fünf Stufen reduziert wurden. Die Skalenendpunkte waren bereits im Rahmen der Erhebung entsprechend so gerichtet formuliert, dass eine

Befürwortung des Statements einem höheren Wert entsprach und somit den übrigen Fragebogenteilen angeglichen war (vgl. Porst, 2014).

### *Definition und Vorkommen von PPhubbing*

Vor der Beantwortung der PPhubbing-Fragen war ein Text, der PPhubbing definierte und erklärte, als gelesen und verstanden zu bestätigen. Um die PPhubbing-Definition nachlesen zu können und somit Verständnisproblemen vorzubeugen, wurde auf den nachfolgenden Fragebogenseiten das rot abgebildete Wort *phubbt* mit einer eigens erstellten Website (<http://www.partnerphubbing.wixsite.com/definitionen>; siehe Anhang B) verlinkt.

Zusätzlich wiederholte die darauffolgende Filterfrage „Haben Sie folgendes schon erlebt? Mein/e PartnerIn verwendet sein/ihr Smartphone in meinem Beisein und unterbricht damit unsere Interaktion miteinander (z. B. Gespräch, Kuscheln)“ einen Teil der PPhubbing-Definition, ohne den Begriff selbst zu verwenden. Die Antwortmöglichkeit „Ist noch nie vorgekommen.“ beendete die weitere Fragebogenteilnahme, wohingegen die Option „Ist schon mindestens einmal vorgekommen.“ zur Fortsetzung der Befragung führte.

### *Partner Phubbing Scale*

Um Partner Phubbing zu erheben, entwickelten Roberts und David (2016) ein neun Items umfassendes, vergleichsweise hoch reliables Inventar ( $\alpha = .92$ ) anhand einer 5-stufigen Likert-Skala. Davon basierten drei Items, die auf den Kontext Handy angepasst wurden, auf der *Technology Interference in Life Examples Scale* (TILES), welche von McDaniel und Coyne (2016) entwickelt worden war. Das am häufigsten auftretende Szenario betreffend die fünf Technologie-Interferenzen war, dass der Partner einer Studienteilnehmerin sein Telefon, mobiles Gerät oder Tablet in der Paar-Freizeit benutzt. Dieses Item der TILES Skala von McDaniel und Coyne (2016) entspricht dem Item 6 bei Roberts und David (2016), wobei 62 % der Teilnehmerinnen angegeben hatten, dass dieses Szenario einmal am Tag (*once a day*) oder häufiger auftreten würde (McDaniel & Coyne, 2016).

Bei Wang et al. (2017) kamen die neun Items zu PPhubbing bereits unverändert zum Einsatz. Die interne Skalen-Konsistenz lag in ihrer Studie bei  $\alpha = .80$ . In einer Studie von Cizmeci (2017) wurde eine Reliabilität von  $\alpha = .89$  angegeben.

PPhubbing wurde in der vorliegenden Studie anhand einer adaptierten, deutschen Übersetzung der neun PPhubbing Scale Items von Roberts und David (2016) ermittelt, wobei die Skalenendpunkte der 5-stufigen Likert Skalen mit *nie* und *ständig* benannt wurden. Item 7 wurde zur besseren Verständlichkeit positiv formuliert und war bei der Verrechnung im Gegensatz zum englischen Original nicht mehr umzupolen.

#### *Häufigkeit, negative Empfindung und Konflikt bezüglich PPhubbing*

Anhand von drei visuellen Analogskalen wurden die PPhubbing-Häufigkeit, die negative Empfindung und der Konflikt, die bzw. der ggf. aufgrund von PPhubbing entsteht, festgestellt.

#### *Smartphone-Inhalte bei PPhubbing*

Unter Smartphone-Inhalten sind diverse Smartphone-Anwendungsmöglichkeiten, wie z. B. Kommunikation mit Abwesenden, zu verstehen.

Bezüglich neun vorgegebener Smartphone-Inhalte und eines zusätzlichen *anderen Inhalts*, der selbst angegeben werden konnte, war zu beurteilen, wie häufig der/die PartnerIn beim Phubben einzelne Inhalte nutzt. Zur besseren Bearbeitbarkeit konnte die Beantwortung dieser ersten Frage anhand der Implementierung von Java-Scripts unmittelbar auf der gleichen Fragebogenseite ausgewertet werden. Wurde auf der 5-stufigen Likert-Skala die Option *nie* oder die Restkategorie *weiß nicht* gewählt, war die Befragung bezüglich dieses Smartphone-Inhalts abgeschlossen. Entschied sich der/die Befragte für einen der übrigen vier Skalenpunkte, die ein Auftreten des Inhalts feststellten, so erschien eine Folgefrage bei der eingeschätzt werden sollte, wie sehr der/die Befragte die Nutzung dieses Inhalts beim Phubben als störend empfindet.

#### *Orte bei PPhubbing*

Die Auftretenshäufigkeit als auch die negative Empfindung aufgrund von PPhubbing an vier angeführten Orten und einem *anderen Ort*, wurden nach dem gleichen Prinzip wie zuvor bei den Smartphone-Inhalten erfasst. Lediglich die Kategorie *weiß nicht* war bei der jeweils ersten Frage zur Auftretenshäufigkeit nicht verfügbar.

#### *Gründe für PPhubbing*

Die vermuteten Gründe für PPhubbing in der Beziehung wurden anhand von 13 Wahloptionen mit möglicher Mehrfachnennung abgefragt. Davon waren zwölf Gründe vorgegeben und ein *anderer Grund* bot ein offenes Antwortformat.

### *Antwortformat*

Im Rahmen der Online-Programmierung wurden einzelne Items als „Pflichtfelder“ (Geschlecht, Alter des/der Befragten zwischen 18 und 35 Jahren, Vorkommen PPhubbing) festgelegt, deren Bearbeitung erforderlich war. Beim Alter des/der PartnerIn (zwischen 18 und 35 Jahren) und den visuellen Analogskalen wurde durch „Nachhaken“ kontrolliert, ob ein Überspringen der Frage tatsächlich gewollt war. Für die übrigen Items war ein Auslassen der Beantwortung theoretisch möglich.

### *Motivationale Aspekte*

Das Erhebungsinstrument wurde mit Abbildungen versehen, welche zwei unterschiedlichen Zwecken dienten. Jene Bilder, welche neben den Instruktionen zur Beantwortung des folgenden Fragenblocks angebracht waren, dienten dem besseren Verständnis der Aufgabenstellung. Zwischen den zwei längsten Fragebogenseiten wurde eine Illustration eingefügt, welche die Motivation aufrechterhalten und den Text optisch auflockern sollte. Außerdem wurde unter diesem Bild auf das baldige Ende des Fragebogens verwiesen: „Bald ist es geschafft! Danke fürs Durchhalten!“ (siehe Fragebogenseite 7). Ein kontinuierlicher Balken am Ende jeder Fragebogenseite verwies zudem auf den Fortschritt der Bearbeitung.

Am Ende der Bearbeitung erhielt der/die StudienteilnehmerIn ausführliche Informationen zur Entstehung des Begriffs PPhubbing. Als zusätzlicher Anreiz zur Teilnahmebereitschaft wurden bei vollständiger Bearbeitung des Fragebogens drei Amazon-Gutscheine à 20€ zur Verlosung gebracht.

## **4.4 Auswertung**

### **4.4.1 Statistische Analysen**

Die deskriptiv- und inferenzstatistischen Analysen wurden mit der Statistiksoftware IBM SPSS® 24 durchgeführt. Die Mediationsanalysen wurden mit Hilfe des PROCESS-Tools 3.0 für SPSS berechnet (Hayes, 2018).

Das Signifikanzniveau wurde mit  $\alpha = 5\%$ , entsprechend der Irrtumswahrscheinlichkeit, festgelegt, sodass ein Ergebnis im Rahmen der inferenzstatistischen Analysen mit  $p < .05$  als signifikant bezeichnet wird. Zur Beurteilung der inhaltlichen Bedeutsamkeit von Ergebnissen wurden die Effektstärken gemäß der Klassifikation nach Cohen (1988) herangezogen.

Im Zuge der Deskriptivstatistik wurden für metrische Parameter die Lage- und Streuungsmaße herangezogen und für nominalskalierte Variablen die Häufigkeiten und ihre entsprechenden Anteilswerte (in Prozent) ermittelt. Zur Darstellung der durchschnittlichen Ausprägung metrischer Variablen wurden Säulendiagramme mittels Microsoft® Office 365 Excel® 2016 angefertigt. Zur Illustration des Zusammenhangs zweier metrischer Variablen wurde ein bivariates Streudiagramm mittels IBM SPSS® 24 erstellt.

Die Normalverteilung metrischer Parameter konnte aufgrund der Gültigkeit des zentralen Grenzwerttheorems bei Stichprobenumfängen ab ca. 30 Fällen angenommen werden (vgl. Bortz & Schuster, 2010; Döring & Bortz, 2016; Field, 2018).

Um zu prüfen, dass signifikante Zusammenhänge nicht zufällig zustande gekommen sein könnten und um Ergebnisse noch weiter absichern zu können, wurde gegebenenfalls ein Bootstrapping durchgeführt. Zur Schätzung von Konfidenzintervallen und Standardfehlern wurde bei den einfachen Korrelationsanalysen eine wiederholte Stichprobenziehung aus  $n = 1000$  und bei den Mediationsanalysen aus  $n = 5000$  durchgeführt (vgl. Bühl, 2019).

#### 4.4.2 Umgang mit fehlenden Werten

Aufgrund einer geringen Anzahl von Pflichtfeldern im Fragebogen kam es vermehrt zu fehlenden Werten im Datensatz. Daher wurde bei der Indexerstellung des Mean Scores der neun Partner Phubbing Items als auch der sieben Items zur Erfassung der Partnerschaftszufriedenheit jeweils die 80 %-Regel, die als übliche Vorgehensweise gilt, angewandt. Folglich mussten bei den PPhubbing Items zumindest sieben Items und bei den Items zur Partnerschaftszufriedenheit zumindest sechs Items von einer Person beantwortet worden sein, damit die Angaben für die Verrechnung herangezogen werden konnten.

Die Analysen im inferenzstatistischen Teil der Arbeit beruhen auf einem listenweisen Fallausschluss, sofern mehrere Variablen gleichzeitig zu berücksichtigen waren; hierbei wurden keine Daten-Imputationen vorgenommen.

## 4.5 Stichprobe

### 4.5.1 Rücklaufstatistik

Insgesamt haben 6971 Personen den Link zum Online-Fragebogen registriert, davon haben 940 Personen mit der Bearbeitung des Fragebogens begonnen. Die Erhebung haben 258 (27,4 %) Personen nicht vollständig oder korrekt abgeschlossen; drei davon erfüllten das Einschlusskriterium bezüglich des Alters des/der PartnerIn nicht und eine Person wies ein fehlerhaftes Antwortverhalten auf. Somit standen 682 Personen als Stichprobenumfang für die nachfolgenden Analysen zur Verfügung, womit eine Beendigungsquote von 72,6 % vorlag. Abbildung 2 zeigt die Rücklaufstatistik.

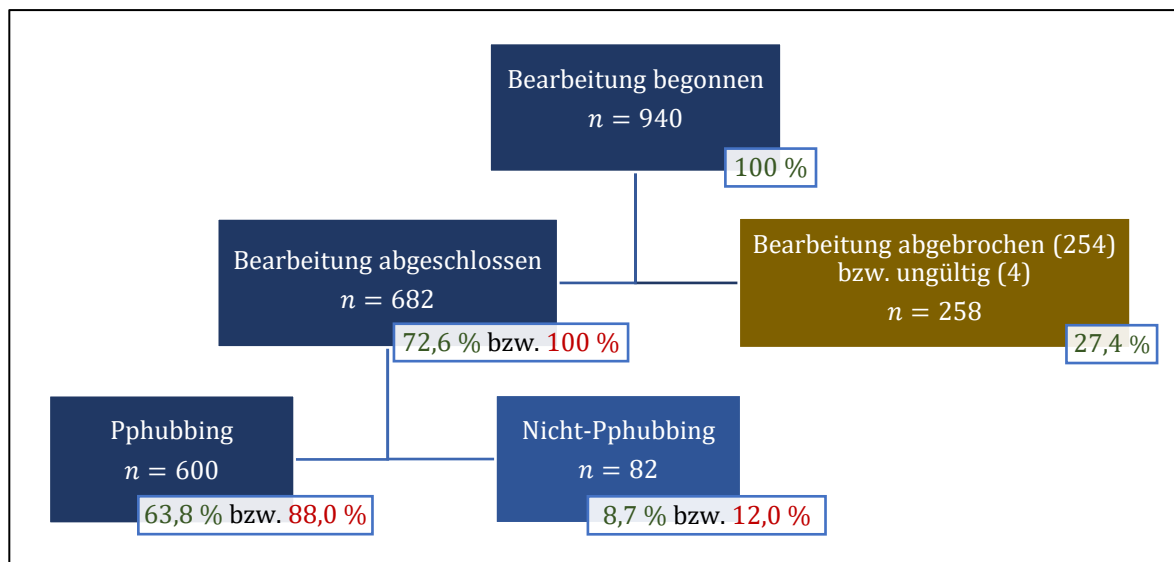


Abbildung 2. Flussdiagramm zum Rücklauf mit Beendigungsquoten

Von den 682 Teilnehmenden gaben 82 (12,0 %) Personen unter dem Punkt Vorkommen von PPhubbing an, dass sie noch nie von ihrem/ihrer PartnerIn gephubbt worden waren und repräsentierten somit die *Gruppe Nicht-PPhubbing*. Von den übrigen 600 (88,0 %) Fragebogen-TeilnehmerInnen wurde die Filterfrage zur PPhubbing-Erfahrung positiv beantwortet, womit für diese *Gruppe PPhubbing* weitere Fragen zum Thema PPhubbing folgten.

Die mediane Bearbeitungszeit des Inventars lag in der gesamten Stichprobe bei 8:19 Minuten, für die Gruppe PPhubbing bei 8:42 und die Gruppe Nicht-PPhubbing bei 3:40 Minuten.

## 4.5.2 Beschreibung der Untersuchungsstichprobe

Eine detaillierte Darstellung der soziodemographischen Merkmale und Partnerschaftsvariablen kann Tabelle 13 im Anhang C entnommen werden.

Die Gelegenheitsstichprobe ( $N = 682$ ) der jungen Erwachsenen im Alter zwischen 18 und 35 Jahren setzte sich aus 516 (75,7 %) Frauen und 166 (24,3 %) Männern zusammen. Das mittlere Lebensalter der Befragten lag bei 26.1 ( $SD = 4.4$ ) Jahren; jenes der entsprechenden PartnerInnen bei 27.3 ( $SD = 4.5$ ). Die Stichprobe setzte sich aus folgenden Nationalitäten zusammen: 504 (73,9 %) ÖsterreicherInnen, 145 (21,3 %) Deutschen und 33 (4,8 %) Personen aus anderen Herkunftsländern – darunter 13 ItalienerInnen.

Aufgrund der Mehrfachantwortmöglichkeit bei der Frage nach den derzeitigen Tätigkeiten sind die möglichen Kombinationen zur Veranschaulichung der momentanen Lebenssituation aus Tätigkeitsbereich und Ausbildungssituation in Tabelle 2 differenziert dargestellt.

Tabelle 2

*Häufigkeiten und Anteilswerte (Zellenprozente) zu Tätigkeitsbereich und Ausbildungssituation zur Beschreibung der momentanen Lebenssituation der Befragten*

| Momentane Lebenssituation  | Ausbildungssituation       |                 |               |                       |                       | Gesamt         |
|----------------------------|----------------------------|-----------------|---------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
|                            | k.A. / nicht<br>zuordenbar | kein<br>Studium | Studium       | Zusatzaus-<br>bildung | Berufsaus-<br>bildung |                |
| keine berufliche Tätigkeit | 1<br>0,1 %                 | 26<br>3,8 %     | 0             | 0                     | 0                     | 27<br>4,0 %    |
| berufliche Tätigkeit       | 4<br>0,6 %                 | 243<br>35,6 %   | 94<br>13,8 %  | 7<br>1,0 %            | 5<br>0,7 %            | 353<br>51,8 %  |
| in Ausbildung              | 7<br>1,0 %                 | 1<br>0,1 %      | 251<br>36,8 % | 8<br>1,2 %            | 12<br>1,8 %           | 279<br>40,9 %  |
| Karenz/Elternschaft/HH     | 0                          | 19<br>2,8 %     | 3<br>0,4 %    | 0                     | 1<br>0,1 %            | 23<br>3,4 %    |
| Gesamt                     | 12<br>1,8 %                | 289<br>42,4 %   | 348<br>51,0 % | 15<br>2,2 %           | 18<br>2,6 %           | 682<br>100,0 % |

Anmerkungen. HH = Haushalt.

Die vergleichsweise höchsten Anteilswerte zum Erhebungszeitpunkt waren Studierende in Ausbildung (36,8 %), gefolgt von nicht studierenden Personen mit

beruflicher Tätigkeit (35,6 %) und Studierenden mit beruflicher Tätigkeit (13,8 %). Die übrigen Befragten (13,8 %) wiesen andere Kombinationen auf (siehe Tabelle 2). Studierende machten mit 348 (51,0 %) den größten Anteil bezüglich des Ausbildungsstatus aus. Von diesen haben 326 ihr Studienfach bzw. Fächerkombinationen explizit angegeben. Davon waren 73 (22,4 %) Psychologie-Studierende.

Bezüglich der höchsten abgeschlossenen Ausbildung zum Erhebungszeitpunkt verfügten 81 (11,9 %) Befragte über keine Hochschulreife, 591 (86,7 %) gaben eine Hochschulreife oder ein noch höheres Ausbildungsniveau an, während 10 (1,5 %) Personen hierzu keine Angaben tätigten. Die Befragten gaben bezüglich des Ausbildungsniveaus ihrer PartnerInnen für 180 (26,5 %) keine Hochschulreife, für 481 (70,6 %) eine Hochschulreife oder höhere Ausbildung an, wogegen 21 (3,1 %) zum Ausbildungsstatus des/der PartnerIn keine Angaben machten.

Die Stichprobe ( $n = 679$ ) umfasste 83 (12,2 %) verheiratete und 596 (87,8 %) Befragte in einer Beziehung. Von drei Teilnehmenden wurde der Beziehungsstatus nicht bekannt gegeben. Zur Wohnsituation gaben von 681 Personen 240 (35,2 %) an, nicht mit dem/der PartnerIn, 360 (52,9 %) mit dem/der PartnerIn und 81 (11,9 %) mit dem/der PartnerIn und Kind(ern) zusammen zu wohnen. Tabelle 3 zeigt die Beziehungsdauer und die Zeit des sich gegenseitigen Sehens ohne, dass dabei die Nachtruhe zu berücksichtigen war.

Tabelle 3

*Kennwerte der Beziehungsdauer in Jahren und der Zeit des sich gegenseitigen Sehens in Stunden*

| Variable                   | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>min</i> | <i>max</i> | <i>Md</i> |
|----------------------------|----------|----------|-----------|------------|------------|-----------|
| Beziehungsdauer in Jahren  | 602      | 4.03     | 3.25      | 0.08       | 18.58      | 3.17      |
| h/Woche die man sich sieht | 624      | 45.14    | 21.58     | 0          | 146        | 45.0      |

*Anmerkungen.* *n* = gültige Fälle, *M* = Mittelwert, *SD* = Standardabweichung, *min* = Minimum, *max* = Maximum, *Md* = Median.

## 4.6 Reliabilitätsanalysen

Die interne Konsistenz der Skalenitems wurde anhand des Reliabilitätsmaßes gemäß Cronbachs  $\alpha$  überprüft. Dieses stichprobenabhängige Gütemaß beschreibt die Zuverlässigkeit und Messgenauigkeit einer Skala (Rost, 2004). Sofern die Reliabilität ein

akzeptables Ausmaß erreicht, kann anhand der Verrechnungsvorschriften der Skalenindex gebildet werden, womit die empirischen Verhaltensrelationen durch den resultierenden Testwert adäquat abgebildet werden (Moosbrugger & Kelava, 2012).

#### 4.6.1 Zufriedenheit in Partnerschaften (ZIP)

Von den 682 Befragten mit und ohne PPhubbing-Erfahrung haben 681 (99,9 %) den ZIP zur Erfassung der Partnerschaftszufriedenheit vollständig bearbeitet. Die sieben Items des ZIP zeigten mit Cronbachs  $\alpha = .89$  ( $n = 681$ ) eine ausreichende interne Konsistenz zur Bildung eines ungewichteten additiven Index (vgl. Döring & Bortz, 2016). Zwei Items (Nr. 4 und 7) waren zu invertieren.

Der Median der korrigierten Itemtrennschärfen zeigte mit  $Md\ r_{it} \geq .72$  ein akzeptables Ausmaß, wobei als unterste Trennschärfe bei Item 7  $r_{it} \geq .51$  zu beobachten war. Als Markeritem mit der höchsten Trennschärfe war Item 2 „Wie zufrieden sind Sie im Großen und Ganzen mit Ihrer Beziehung?“ mit  $r_{it} \geq .81$  festzustellen. Die Itemkennwerte mit korrigierter Trennschärfe für die gesamte Stichprobe und die beiden Teilstichproben sind in Abbildung 8 im Anhang C zu finden.

#### 4.6.2 Partner Phubbing (PPhubbing) Scale

Von den 600 Befragten mit PPhubbing-Erfahrung haben 594 (99,0 %) die Partner Phubbing Items vollständig bearbeitet. Die neun Items der PPhubbing Scale legten mit Cronbachs  $\alpha = .89$  ( $n = 594$ ) ebenfalls eine ausreichende interne Konsistenz zur Bildung eines ungewichteten additiven Index dar.

Der Median der zugehörigen korrigierten Itemtrennschärfen zeigte mit  $Md\ r_{it} \geq .65$  ein akzeptables Ausmaß, wobei die unterste Trennschärfe bei Item 4 bei  $r_{it} \geq .49$  lag. Als Markeritem mit der höchsten Trennschärfe war Item 7 „Mein/e PartnerIn verwendet sein/ihr Smartphone, wenn wir gemeinsam unterwegs sind.“ mit  $r_{it} \geq .74$  zu beobachten. Die Abbildung 9 im Anhang C zeigt die Itemkennwerte mit korrigierter Trennschärfe.

#### *Visuelle Analogskala zu PPhubbing*

Neben der PPhubbing Scale war eine weitere Frage „Wie häufig kommt es vor, dass Ihr/e PartnerIn Sie phubbt?“ (*nie bis ständig*) mittels visueller Analogskala zu beantworten. Die Korrelation des Single-Items mit der PPhubbing Scale ergab mit  $r = .81$ ,  $p < .001$ , 95 %-KI für  $r$  [0.79, 0.84] ein signifikantes, deutlich positives Ausmaß.

## 5 ERGEBNISSE

### 5.1 Auftretenshäufigkeit von PPhubbing

Zur Beantwortung der ersten Fragestellung bezüglich des Vorkommens von PPhubbing, wurde zunächst die allgemeine Auftretenshäufigkeit bei jungen Erwachsenen untersucht. Anschließend wurden die beiden Gruppen *PPhubbing* vs. *Nicht-PPhubbing* einander gegenübergestellt und hinsichtlich der soziodemographischen Eigenschaften und der Partnerschaftsvariablen verglichen.

#### 5.1.1 Prävalenz von PPhubbing bei jungen Erwachsenen

In der Stichprobe ( $N = 682$ ) gaben 600 (88,0 %; 95 %-KI [85,5 %; 90,4 %]) Personen an, zumindest einmal durch den/die PartnerIn gephubbt worden zu sein. Diese repräsentieren im Folgenden die Gruppe *PPhubbing*. Die übrigen 82 (12,0 %) Befragten ohne PPhubbing-Erfahrung verkörpern die Gruppe *Nicht-PPhubbing* (siehe Abbildung 2). Eine umfassende Darstellung der soziodemographischen Eigenschaften und Partnerschaftsvariablen bezüglich PPhubbing ist in Tabelle 13 im Anhang C zu sehen.

#### 5.1.2 PPhubbing und soziodemographische Merkmale der Befragten und der PartnerInnen

##### *PPhubbing und Geschlecht*

Es konnte mit  $\chi^2(1, N = 682) = 6.15, p = .013, \omega = .10$  ein signifikanter Verteilungsunterschied des PPhubbing-Anteils bezüglich des Geschlechts der Befragten beobachtet werden. Der Anteilswert der Frauen lag bei 89,7 % und jener, der Männern bei 82,5 %.

Um auch die unterschiedlichen Teilstichprobengrößen zu berücksichtigen, wurden die entsprechenden Konfidenzintervalle sowohl für Frauen zu 95 %-KI [87,1 %; 92,3 %] als auch für Männer zu 95 %-KI [76,8 %; 88,3 %] ermittelt. Die beiden Konfidenzintervalle wiesen eine Überschneidung auf.

##### *PPhubbing, Geschlecht und Alter der Befragten*

Da ein Lebensalter zwischen 18 und 35 Jahren als Einschlusskriterium für die Studienteilnahme fungierte, erfolgt eine detaillierte Beschreibung nach Geschlecht und den zwei Gruppen PPhubbing vs. Nicht-PPhubbing (siehe Tabelle 4).

Tabelle 4

*Kennwerte ( $M \pm SD$ ) des Lebensalters in Jahren (inkl. Zellenhäufigkeit) bezügl. Geschlecht und PPhubbing*

| Geschlecht | PPhubbing            | Nicht-PPhubbing     | Gesamt               |
|------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| weiblich   | 25.2 $\pm$ 4.2 (463) | 26.9 $\pm$ 4.6 (53) | 25.4 $\pm$ 4.2 (516) |
| männlich   | 28.7 $\pm$ 4.1 (137) | 27.9 $\pm$ 4.3 (29) | 28.6 $\pm$ 4.2 (166) |
| Gesamt     | 26.0 $\pm$ 4.4 (600) | 27.2 $\pm$ 4.5 (82) | 26.1 $\pm$ 4.4 (682) |

Die Prüfgröße der zweifaktoriellen Varianzanalyse für die Interaktion aus der Gruppe PPhubbing x Geschlecht fiel mit  $F(1, 678) = 5.75$ ,  $p = .017$ ,  $\eta^2 = .01$  signifikant aus, womit die beiden Haupteffekte Geschlecht mit  $F(1, 678) = 18.63$ ,  $p < .001$ ,  $\eta^2 = .03$  und Gruppe PPhubbing mit  $F(1, 678) = 0.71$ ,  $p = .400$ ,  $\eta^2 < .01$  differenziert zu interpretieren waren. Mit nachfolgenden  $t$ -Tests stellte sich für den Vergleich der beiden PPhubbing Gruppen im Lebensalter des/der Befragten mit  $t(680) = -2.41$ ,  $p = .016$ ,  $d = -0.28$ , 95 %-KI für  $d[-0.52, -0.05]$  ein signifikanter Unterschied mit einem um 1.2 Jahre höheren Alter bei der Gruppe Nicht-Pphubbing heraus. Für das Geschlecht zeigte sich innerhalb der Gruppe PPhubbing mit  $t(598) = -8.73$ ,  $p < .001$ ,  $d = -0.85$ , 95 %-KI für  $d[-1.05, -0.65]$  ein signifikanter Unterschied für ein um 3.5 Jahre höheres Lebensalter bei Männern, demgegenüber sich innerhalb der Gruppe Nicht-PPhubbing mit  $t(80) = -0.97$ ,  $p = .333$ ,  $d = -0.23$ , 95 %-KI für  $d[-0.68, 0.23]$  ein nicht signifikanter Unterschied von einem Jahr herausstellte.

#### *PPhubbing, Geschlecht und Altersdifferenz der Befragten zu den PartnerInnen*

Da das Lebensalter der Befragten und der PartnerInnen abgefragt wurde, konnte der Altersunterschied innerhalb des Paares berechnet werden. In beiden PPhubbing-Gruppen erwies sich, dass Männer, unabhängig davon, ob sie die Befragten oder die Beurteilten repräsentierten, jeweils signifikant älter als ihre Partnerinnen waren ( $p$ 's  $< .01$ ). Die Altersdifferenzen bewegten sich zwischen 1.2 und 2.9 Jahren.

#### *PPhubbing und Nationalität*

Die Anteilswerte von PPhubbing unterschieden sich bezüglich der Herkunft der Befragten nicht signifikant;  $\chi^2(2, N = 682) = 1.18$ ,  $p = .554$ ,  $\omega = .04$ . Für Österreich konnten mit 441 Fällen (von 504) 87,5 %, für Deutschland mit 131 (von 545) 90,3 %

und für Befragte aus anderen Ländern mit 28 (von 33) 84,8 % vergleichbare Werte beobachtet werden.

#### *PPhubbing und höchste abgeschlossene Ausbildung der Befragten und der PartnerInnen*

Die PPhubbing-Quoten, über acht unterschiedliche Ausbildungsniveaus der Befragten hinweg, bewegten sich zwischen 84,8 % (Master/Dipl.) und 100 % (sonstige Ausbildungsabschlüsse), wobei die Prüfgröße  $\chi^2$  (korr. mittels exaktem Test nach Fisher, c. F.,  $N = 682$ ) = 3.14,  $p = .866$ ,  $\omega = .07$  einen nicht signifikanten Verteilungsunterschied mit vergleichbaren Werten anzeigte.

Bezüglich der acht differenten Ausbildungslevels der PartnerInnen lagen die PPhubbing-Anteile zwischen 85,7 % (Hochschulverwandte Ausbildung) und 95,7 % (sonstige Ausbildungsabschlüsse), wobei die Prüfgröße  $\chi^2(7, N = 682) = 4.08$ ,  $p = .770$ ,  $\omega = .08$  ebenso einen nicht signifikanten Verteilungsunterschied mit vergleichbaren Prozentwerten aufwies.

#### *PPhubbing und derzeitige Tätigkeit*

Die PPhubbing-Raten der Befragten, über vier Tätigkeitsbereiche (keine berufliche Tätigkeit, berufliche T., in Ausbildung, Karenz/ Elternschaft/ Haushalt) hinweg, lagen zwischen 85,2 % (keine berufliche Tätigkeit) und 88,9 % (in Ausbildung), wobei die Prüfgröße  $\chi^2$  (korr. mittels exaktem Test nach Fisher, c. F.,  $N = 682$ ) = 0.81,  $p = .849$ ,  $\omega = .03$  einen nicht signifikanten Verteilungsunterschied mit vergleichbaren Werten darlegte.

Die Häufigkeiten und Anteilswerte bezüglich der zwei PPhubbing-Gruppen sind für die derzeitige Tätigkeit der Befragten in Tabelle 13 (Anhang C) in zusammengefasster Form dargestellt, wogegen Tabelle 14 (Anhang C) jene Variablenausprägungen zeigt, welche tatsächlich abgefragt wurden.

### 5.1.3 PPhubbing und Partnerschaftsvariablen

#### *PPhubbing und Beziehungsdauer*

Die Dauer der Partnerschaft in Abhängigkeit von den beiden PPhubbing-Gruppen ergab mit  $U(n = 602) = 16569.0$  ( $z = -1.66$ ),  $p = .097$ ,  $r = .07$  einen nicht signifikanten Unterschied; für 531 gephubbte Personen lag die Beziehungsdauer bei durchschnittlich 4.1 ( $SD = 3.2$ ;  $Med = 3.3$ ) Jahren. Die Beziehungsdauer von 71 nicht-

gephubbbten Befragten lag bei 3.8 ( $SD = 3.7$ ;  $Md = 2.6$ ). Anzumerken ist, dass 80 StudienteilnehmerInnen keine Angabe bezüglich ihrer Beziehungsdauer machten.

#### *PPhubbing und Beziehungsstatus*

Der Beziehungsstatus (in einer Beziehung vs. verheiratet/ eingetragene Partnerschaft) bezüglich der beiden PPhubbing-Gruppen zeigte mit  $\chi^2(1, n = 679) = 2.04$ ,  $p = .153$ ,  $\omega = .05$  einen nicht signifikanten Verteilungsunterschied.

#### *PPhubbing und aktuelle Wohnsituation*

Die Wohnsituation (ohne PartnerIn/ mit PartnerIn/ mit PartnerIn und Kind(ern)) bezüglich der beiden Gruppen demonstrierte mit  $\chi^2(2, n = 681) = 2.31$ ,  $p = .316$ ,  $\omega = .06$  ein nicht signifikantes Ergebnis.

Um darüber hinaus das Ausmaß von PPhubbing (siehe Tabelle 5) lediglich innerhalb der PPhubbing-Gruppe ( $n = 600$ ) bezüglich der Wohnsituation zu prüfen, wurde eine einfaktorielle Welch-Varianzanalyse durchgeführt. Die Varianzhomogenität, geprüft mittels Levene-Test, war mit  $p = .004$  nicht aufrecht zu erhalten.

Tabelle 5

*Kennwerte des Ausmaßes von PPhubbing bezüglich der Wohnsituation*

| Wohnsituation               | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | 95 %-KI für <i>M</i> |      |
|-----------------------------|----------|----------|-----------|----------------------|------|
|                             |          |          |           | UG                   | OG   |
| ohne PartnerIn              | 207      | 2.77     | 0.75      | 2.66                 | 2.87 |
| mit PartnerIn               | 323      | 2.89     | 0.79      | 2.81                 | 2.98 |
| mit PartnerIn und Kind(ern) | 69       | 3.24     | 0.96      | 3.01                 | 3.47 |
| Gesamt                      | 599      | 2.89     | 0.81      | 2.83                 | 2.96 |

*Anmerkungen.* PPhubbing-Score (1-5), *n* = gültige Fälle, *M* = Mittelwert, *SD* = Standardabweichung, *UG* = Untere Grenze, *OG* = Obere Grenze.

Die Prüfgröße erbrachte mit *Welch's*  $F(2, 177.88) = 7.23$ ,  $p = .001$ ,  $\eta^2 = .03$  ein signifikantes Ergebnis; anhand von post hoc paarweisen Vergleichen nach Games-Howell stellte sich für die Gruppen *ohne PartnerIn* vs. *mit PartnerIn und Kind(ern)* mit  $p = .001$  sowie *mit PartnerIn* vs. *mit PartnerIn und Kind(ern)* mit  $p = .017$  ein signifikantes Ergebnis mit jeweils höheren Ausprägungen von PPhubbing bei einer Wohnsituation mit PartnerIn und Kind(ern) heraus. Demgegenüber zeigte sich im Vergleich

ohne PartnerIn vs. mit PartnerIn mit  $p = .148$  ein nicht signifikanter Unterschied im PPhubbing-Ausmaß.

#### *PPhubbing und Zeit des sich gegenseitigen Sehens*

Die durchschnittliche Zeit in Stunden, die sich die PartnerInnen in einer gewöhnlichen Woche sehen, wurde bezüglich der zwei PPhubbing-Gruppen verglichen. Mit  $U(n = 624) = 20480.0$  ( $z = -0.07$ ),  $p = .941$ ,  $r < .01$  war ein nicht signifikantes Ergebnis zu beobachten. Das Zeitausmaß in den Gruppen PPhubbing ( $n = 549$ ,  $M = 44.8$ ,  $SD = 20.2$ ,  $Md = 45$ ) und Nicht-PPhubbing ( $n = 75$ ,  $M = 47.7$ ,  $SD = 30.1$ ,  $Md = 44$ ) war vergleichbar.

## 5.2 Rahmenbedingung des Ausmaßes von PPhubbing

Die Fragestellung, unter welchen Umständen PPhubbing häufiger auftritt, wurde anhand jener Personen, die der PPhubbing-Gruppe ( $n = 600$ ) angehörten, beantwortet. Im Folgenden wurden daher Zusammenhänge der metrischen Variable PPhubbing-Ausmaß mit den soziodemographischen Merkmalen der Befragten und der PartnerInnen, den Partnerschaftsvariablen sowie Aspekten der Zufriedenheit berechnet (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6

*Korrelationskoeffizient  $r$  nach Pearson für die Assoziation mit PPhubbing ( $n = 486$ )*

| Variable                                       | PPhubbing         |
|------------------------------------------------|-------------------|
| Kommunikationszufriedenheit                    | -.39***           |
| Partnerschaftszufriedenheit                    | -.36***           |
| Alter des/der Befragten                        | -.02              |
| Alter des/der PartnerIn                        | .00               |
| Altersdifferenz der Partner                    | -.02              |
| Stunden/Woche die man sich sieht               | .04               |
| Beziehungsdauer in Jahren                      | .02               |
| Geschlecht (männlich)                          | -.11 <sup>a</sup> |
| Beziehungsstatus (verheiratet/eingetragene P.) | .04 <sup>a</sup>  |
| Wohnsituation (dichotom; mit PartnerIn)        | .10 <sup>a</sup>  |

Anmerkungen.  $n$  = gültige Fälle nach listenweisem Fallausschluss, \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

<sup>a</sup> Punktbiserialer Korrelationskoeffizient ( $r_{pb}$ ).

Es konnte festgestellt werden, dass mit zunehmendem PPhubbing-Ausmaß Partnerschafts- und Kommunikationszufriedenheit signifikant niedriger ausfallen. Ebenso konnte anhand des negativen Korrelationskoeffizienten gezeigt werden, dass Frauen mit einem höheren PPhubbing-Ausmaß ihrer männlichen Partner konfrontiert waren als umgekehrt. Weiters war das Zusammenleben des Paares mit einem höheren Ausmaß von PPhubbing verbunden.

Um auch das Zusammenwirken verschiedener Faktoren auf das Ausmaß von PPhubbing zu untersuchen, wurde eine multiple lineare Regression berechnet. Unter schrittweiser Rückwärtsselektion der Prädiktoren Beziehungsstatus, Alter des/der Befragten, Beziehungsdauer, Zeit des sich gegenseitigen Sehens in Stunden pro Woche sowie Geschlecht, Altersdifferenz der Partner und Wohnsituation (dichotomisiert: ohne vs. mit PartnerIn) wurde das Kriterium PPhubbing vorhergesagt. Die signifikante, globale Modellzusammenfassung wies mit  $F(3, 482) = 4.90$ ,  $p = .002$  auf drei Prädiktoren mit Erklärungswert hin. Tabelle 7 stellt die Koeffizienten der verbliebenen Prädiktoren im letzten Modellschritt zur Prognose des Kriteriums Pphubbing dar und Tabelle 15 im Anhang C die Zusammenfassung sämtlicher Koeffizienten.

Tabelle 7

*Koeffizienten der Prädiktoren mit Erklärungswert im Modell für das Kriterium PPhubbing ( $n = 486$ )*

|                                       | $B$   | $SE(B)$ | $\beta$ | $R^2_{adj}$ |
|---------------------------------------|-------|---------|---------|-------------|
| Schritt 5                             |       |         |         | .024**      |
| Konstante                             | 2.96  | 0.17    |         |             |
| Geschlecht ( $x_1$ )                  | -0.29 | 0.09    | -.15**  |             |
| Altersdifferenz der Partner ( $x_2$ ) | -0.02 | 0.01    | -.09°   |             |
| Wohnsituation ( $x_3$ )               | 0.18  | 0.08    | .11*    |             |

*Anmerkungen.*  $B$  = unstandardisierter Regressionsparameter,  $SE(B)$  = Standardfehler des Regressionsparameters,  $\beta$  = standardisierter Regressionsparameter,  $R^2_{adj}$  = korrigierter, erklärter Varianzanteil, ° $p < .10$  (Tendenz), \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

Der erklärte Varianzanteil ( $R^2_{adj}$ ) am Kriterium lag bei 2,4 %. Für das Geschlecht konnte mit  $\beta = -.15$  ( $p = .002$ ) eine signifikant negative Gewichtung für Männer gezeigt werden. Für die Wohnsituation war mit  $\beta = .11$  ( $p = .015$ ) eine signifikanter

Erklärungswert für ein höheres PPhubbing-Ausmaß bei Zusammenleben der Partner zu verzeichnen. Die Altersdifferenz der Partner war mit  $\beta = -.09$  ( $p = .067$ ) ein tendenziell signifikanter, negativer Prädiktor – je größer die Differenz, desto niedriger das PPhubbing-Ausmaß. Die entsprechende Regressionsgleichung zur Prognose von PPhubbing kann mit

$$\hat{y}_i = 2.96 + (-0.29 * x_1) + (-0.02 * x_2) + 0.18 * x_3$$

dargestellt werden, womit eine individuelle Schätzung möglich ist.

### 5.3 Gründe für PPhubbing

Die Teilnehmenden konnten aus angeführten Gründen für PPhubbing, welche am ehesten in Ihrer Beziehung zutreffend waren, auswählen. Die Tabelle 8 demonstriert die Nennungshäufigkeiten der Gründe in einer Hitliste. Anzumerken ist, dass sich eine Person für keine der genannten Gründe entschieden hat.

Tabelle 8

*Gründe für PPhubbing, hierarchisch nach Häufigkeiten und Anteilswerten gerangreicht (Mehrfachnennung möglich,  $n = 600$ )*

| Nr. | Grund: Ich glaube mein/e PartnerIn phubbt mich, ...                                      | <i>n</i> | %    |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------|
| 1   | ... weil ihm/ihr gerade etwas eingefallen ist, was er/sie schnell nachsehen möchte.      | 471      | 78,5 |
| 2   | ... weil er/sie die Angewohnheit hat häufig auf das Handy zu sehen.                      | 367      | 61,2 |
| 3   | ...weil er/sie auf die Signale des Smartphones (Läuten, Vibrieren) reagiert.             | 330      | 55,0 |
| 4   | ... weil er/sie sich über tagesaktuelle Ereignisse am Laufenden halten möchte.           | 267      | 44,5 |
| 5   | ... weil ich zuvor schon mein Smartphone in der Hand hatte.                              | 263      | 43,8 |
| 6   | ... weil ihm/ihr langweilig ist.                                                         | 260      | 43,3 |
| 7   | ... weil es sich um dringende/wichtige Dinge handelt, die sofort erledigt werden müssen. | 257      | 42,8 |
| 8   | ... weil wir uns gerade nichts mehr zu erzählen haben.                                   | 170      | 28,3 |

| Nr. | Grund: Ich glaube mein/e PartnerIn phubbt mich, ...                                                                | <i>n</i> | %    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------|
| 9   | ... weil er/sie sonst einfach nicht dazu kommt, die Dinge nachzu-<br>sehen oder mit den Personen zu kommunizieren. | 165      | 27,5 |
| 10  | ... weil er/sie Angst davor hat, (online) etwas zu verpassen.                                                      | 96       | 16,0 |
| 11  | ... weil er/sie keine Lust (mehr) hat sich mit mir zu unterhalten.                                                 | 53       | 8,8  |
| 12  | ... weil er/sie sich nicht für mich interessiert.                                                                  | 29       | 4,8  |
| 13  | Anderer Grund                                                                                                      | 25       | 4,2  |

Anmerkungen. *n* = gültige Fälle, % = Anteilswert in Prozent für die gültigen Fälle.

Die drei am häufigsten genannten Gründe für PPhubbing waren: Schnelles Nachsehen von Smartphone-Inhalten (95 %-KI[ 75,2 %; 81,8 %]), die Angewohnheit auf das Smartphone zu sehen (95 %-KI[ 57,3 %; 65,1 %]), welche beide einer proaktiven Smartphone-Nutzung entsprechen, sowie die Reaktion auf die Signale des Gerätes (95 %-KI[ 51,0 %; 59,0 %]) – eine reaktive Smartphone-Nutzung. Demgegenüber wurden die Angst des/der PartnerIn etwas zu verpassen, keine Lust sich zu unterhalten und das Desinteresse dem/der Befragten gegenüber am seltensten genannt. Unter der offenen Antwortoption *anderer Grund* bezogen sich 12 der 25 freiwilligen Angaben auf die Themen Sucht, Spielen oder Arbeit.

## 5.4 Smartphone-Inhalte bei PPhubbing

Zur Veranschaulichung der Nutzungshäufigkeit von einzelnen Smartphone-Inhalten beim PPhubben und der entsprechenden negativen Empfindung aufgrund der Nutzung dieser Inhalte wurde ein Säulendiagramm erstellt (siehe Abbildung 3). Im Rahmen dieser Fremdbeurteilung der PartnerInnen durch die Befragten war für die Nutzungshäufigkeit zu berücksichtigen, dass bestimmte Smartphone-Inhalte während des Phubbings *nie* genutzt werden oder deren Nutzung nicht bekannt war (*weiß nicht*). Die Beurteilung des Ausmaßes der eigenen negativen Empfindung bzw. der empfundenen Störung bei bzw. durch Nutzung des jeweiligen Smartphone-Inhalts beim PPhubben war daher nur jenen Befragten möglich, die auch eine zumindest *seltene* Nutzungshäufigkeit angeführt hatten. Somit beruhen die Angaben im Säulendiagramm auf den jeweils gültigen Fällen. Die Deskriptivstatistiken mit den zugehörigen Stichprobenumfängen können der Tabelle 16 im Anhang C entnommen werden.

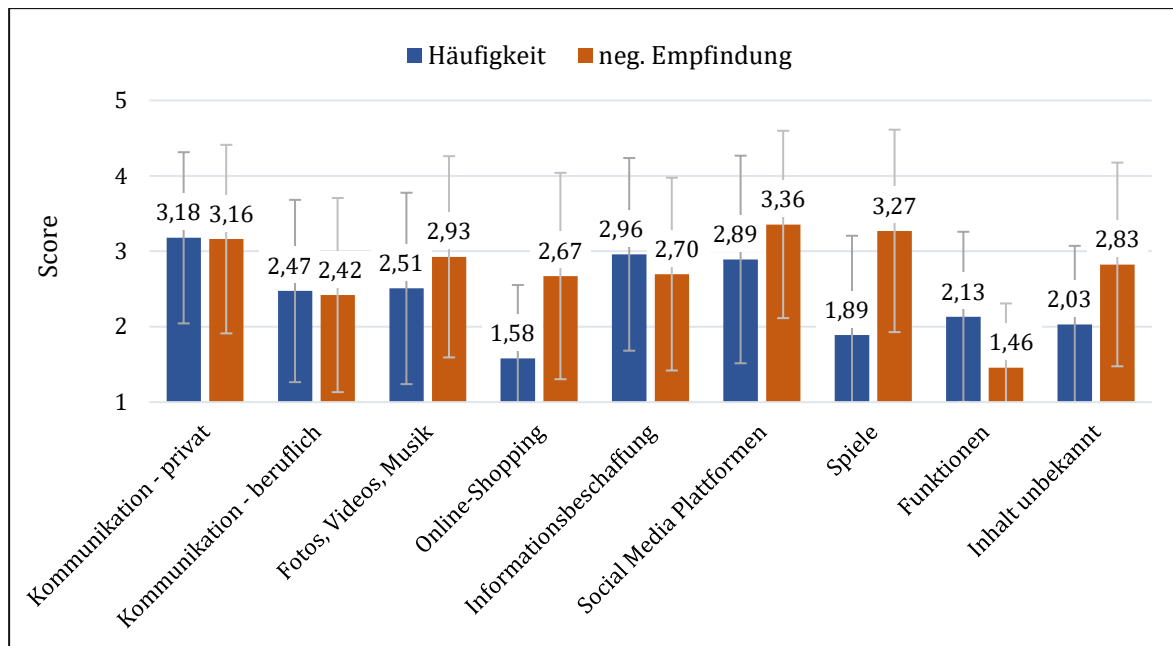


Abbildung 3. Deskriptivstatistik ( $M \pm 1 SD$ ) für die Nutzungshäufigkeit (1) *nie* bis (5) *ständig* und das Ausmaß der empfundenen Störung (1) *trifft gar nicht zu* bis (5) *trifft voll und ganz zu* von bzw. durch Smartphone-Inhalte/n beim PPhubben

Als häufigste genutzte Smartphone-Inhalte durch den/die PartnerIn während des Phubbings wurde die Kommunikation im privaten Kontext, gefolgt von Informationsbeschaffung und Social Media Plattformen angeführt, wohingegen Online-Shopping relativ selten genannt wurde. Dabei als am ehesten störend wurde die Nutzung von Social Media Plattformen, gefolgt von Spielen und private Kommunikation angesehen, wogegen das Nutzen von Smartphone-Funktionen, wie Wecker, Uhrzeit, Taschenrechner oder Notizen als wenig störend angegeben wurde.

Um auch den Grad der Passung zwischen Nutzungshäufigkeit und Ausmaß der empfundenen Störung bestimmen zu können, wurde anhand jener Personen, die beides angegeben hatten, die Produkt-Moment-Korrelation ermittelt (siehe Tabelle 9).

Tabelle 9

*Koeffizient der Produkt-Moment-Korrelation  $r$  für die gerangreichte Korrespondenz zwischen Ausmaß der Nutzung der Smartphone-Inhalte und der negativen Empfindung der Nutzung dieser Inhalte im Rahmen von PPhubbing*

| Smartphone-Inhalt     | $n$ (%) <sup>a</sup> | $r$    | Häufigkeit                         |                      | Empfindung         |
|-----------------------|----------------------|--------|------------------------------------|----------------------|--------------------|
|                       |                      |        | weiß nicht<br>/ k. A. <sup>b</sup> | nie (%) <sup>c</sup> | k. A. <sup>d</sup> |
| Social Media          | 458 (76,3)           | .47*** | 9/1                                | 126 (21,0)           | 6                  |
| Spiele                | 233 (38,8)           | .39*** | 5/4                                | 351 (58,5)           | 7                  |
| Fotos, Videos, Musik  | 425 (70,8)           | .36*** | 5/4                                | 157 (26,2)           | 9                  |
| Online-Shopping       | 195 (32,5)           | .35*** | 8/2                                | 391 (65,2)           | 4                  |
| Infobeschaffung       | 489 (81,5)           | .34*** | 8/2                                | 93 (15,5)            | 8                  |
| Inhalt unbekannt      | 344 (75,3)           | .33*** | -/2                                | 235 (39,2)           | 19                 |
| Kommunikation berufl. | 429 (71,5)           | .31*** | 8/1                                | 146 (24,3)           | 16                 |
| Kommunikation privat  | 538 (89,7)           | .28*** | 6/1                                | 39 (6,5)             | 16                 |
| Funktionen            | 370 (61,7)           | .09°   | 1/11                               | 213 (35,5)           | 5                  |

*Anmerkungen.*  $n$  = gültige Fälle (summiert sich gemeinsam mit den übrigen Personen auf  $N = 600$ ), % = Anteilswert in Prozent, ° $p < .10$  (Tendenz), \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

<sup>a</sup> Personen die sowohl bei der Frage nach der Nutzungshäufigkeit eines Smartphone-Inhalts einen Wert von 2 bis 5 (*ständig*) als auch bei der Frage danach, ob sie die Nutzung des Inhalts als störend empfinden würden einen Wert von 1 (*trifft gar nicht zu*) bis 5 (*trifft voll und ganz zu*) angaben. <sup>b</sup> Personen, die bei der Frage nach der Nutzungshäufigkeit *weiß nicht* angaben oder keine Angabe machten. <sup>c</sup> Personen die bei der Frage nach der Nutzungshäufigkeit den Wert 1 (*nie*) angaben. <sup>d</sup> Personen die bei der Nutzungshäufigkeit einen Wert zwischen 2 und 5 (*ständig*) machten, aber keine Angabe bei der zweiten Frage (neg. Empfindung) machten.

Aus dem hierarchisch angeordneten Zusammenhang zwischen Nutzungsfrequenz der Smartphone-Inhalte und dem Niveau der negativen Empfindung aufgrund der Nutzung dieser Inhalte beim PPhubben, konnte die vergleichsweise engste Assoziation für Social Media Plattformen, gefolgt von Spielen beobachtet werden. Demgegenüber ist die Nutzungshäufigkeit bei Smartphone-Funktionen nahezu unabhängig von der mitgeteilten Empfindung.

## 5.5 Orte bei PPhubbing

Analog zu den Smartphone-Inhalten wurde zur Veranschaulichung der PPhubbing-Häufigkeit an bestimmten Orten und der entsprechend empfundenen Störung aufgrund von PPhubbing an den jeweiligen Orten das Säulendiagramm in Abbildung 4 erstellt. Im Rahmen dieser Fremdbeurteilung der PartnerInnen durch die Befragten war für die Smartphone-Nutzungshäufigkeit zu berücksichtigen, dass an bestimmten Orten *nie* gephubbt wird. Die Beurteilung des Ausmaßes der negativen Empfindung bzw. der empfundenen Störung aufgrund von PPhubbing an bestimmten Orten war daher nur jenen möglich, die auch eine zumindest *seltene* Häufigkeit angeführt hatten. Somit beruhen die Angaben im Säulendiagramm auf den jeweils gültigen Fällen. Die Deskriptivstatistiken mit den zugehörigen Stichprobenumfängen bezüglich Orte beim PPhubben können der Tabelle 17 im Anhang C entnommen werden.

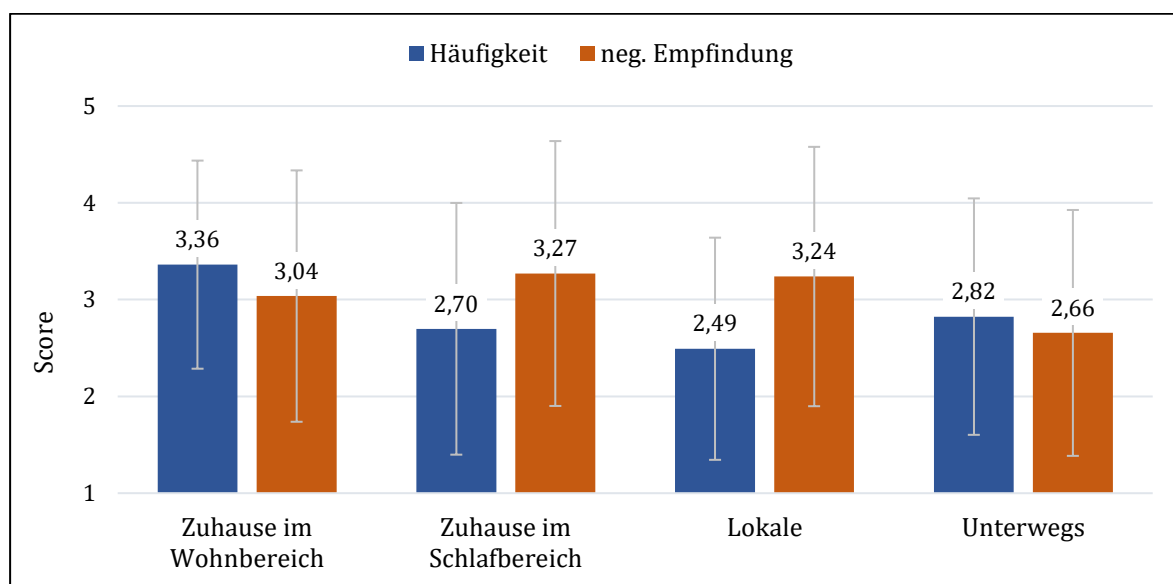


Abbildung 4. Deskriptivstatistik ( $M \pm 1 SD$ ) für die Nutzungshäufigkeit (1) *nie* bis (5) *ständig* und das Ausmaß der empfundenen Störung (1) *trifft gar nicht zu* bis (5) *trifft voll und ganz zu* an bestimmten Orten beim PPhubben

Bei hierarchischer Betrachtung trat PPhubbing zuhause im Wohnbereich am häufigsten auf, dementgegen PPhubbing in Lokalen vergleichsweise selten genannt wurde. Zudem wurde PPhubbing am ehesten störend zuhause im Schlafbereich empfunden. Unterwegs wurde das Verhalten als weniger negativ wahrgenommen.

Um auch den Grad der Passung zwischen PPhubbing-Häufigkeit und Ausmaß der empfundenen Störung von PPhubbing an bestimmten Orten ermitteln zu können, wurde anhand jener Personen, die beides angegeben hatten, der Koeffizient der Produkt-Moment-Korrelation berechnet (siehe Tabelle 10).

Tabelle 10

*Koeffizient der Produkt-Moment-Korrelation  $r$  für die gerangreichte Korrespondenz zwischen der PPhubbing-Häufigkeit und der entsprechenden negativen Empfindung aufgrund von PPhubbing an einem bestimmten Ort*

| Ort           | $n$ (%) <sup>a</sup> | $r$    | Häufigkeit         |                      | Empfindung         |
|---------------|----------------------|--------|--------------------|----------------------|--------------------|
|               |                      |        | k. A. <sup>b</sup> | nie (%) <sup>c</sup> | k. A. <sup>d</sup> |
| Wohnbereich   | 574 (95,7)           | .49*** | 2                  | 15 (2,5)             | 9                  |
| Schlafbereich | 456 (76,0)           | .43*** | 3                  | 132 (22,0)           | 9                  |
| Lokale        | 461 (76,8)           | .42*** | 1                  | 126 (21,0)           | 12                 |
| Unterwegs     | 497 (82,8)           | .32*** | 2                  | 93 (15,5)            | 8                  |

*Anmerkungen.*  $n$  = gültige Fälle (summiert sich gemeinsam mit den übrigen Personen auf  $N = 600$ ), % = Anteilswert in Prozent, \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

<sup>a</sup> Personen die sowohl bei der Frage nach der PPhubbing-Häufigkeit an einem bestimmten Ort einen Wert zwischen 2 und 5 (*ständig*) als auch bei der Frage danach, wie sehr sie es als störend empfinden würden an diesem Ort ge hubbt zu werden einen Wert zwischen 1 (*trifft gar nicht zu*) bis 5 (*trifft voll und ganz zu*) angaben. <sup>b</sup> Personen die bei der Frage nach der PPhubbing-Häufigkeit keine Angabe machten. <sup>c</sup> Personen die bei der Frage nach der PPhubbing-Häufigkeit den Wert 1 (*nie*) angaben. <sup>d</sup> Personen die bei der PPhubbing-Häufigkeit einen Wert von 2 bis 5 (*ständig*) angaben, aber keine Angabe bei der zweiten Frage (neg. Empfindung) machten.

Die Orte, an denen ge hubbt wird, wurden nach dem Ausmaß der Zusammenhänge zwischen der PPhubbing-Frequenz und dem Niveau der negativen Empfindung aufgrund von PPhubbing hierarchisch gerangreicht. An erster Stelle konnte der Wohnbereich, gefolgt vom Schlafbereich ermittelt werden, wogegen der Zusammenhang im nicht-häuslichen Bereich weniger deutlich ausgeprägt ist.

## 5.6 PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit

Der Zusammenhang zwischen dem Ausmaß von PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit konnte zu  $r(600) = -.40$  ( $p < .001$  einseitig), 95 %-KI (Boot-

strap = 1000) für  $r$   $[-0.48, -0.31]$  ermittelt werden. Unter Annahme eines linearen Zusammenhangs, beträgt der erklärte Varianzanteil  $R^2 = (-.398)^2 = 15,8 \%$ , während unter Annahme einer kubischen Regressionsfunktion 18,3 % erreicht werden. Die Abbildung 5 veranschaulicht den Zusammenhang der beiden Variablen in einem bivariaten Streudiagramm.

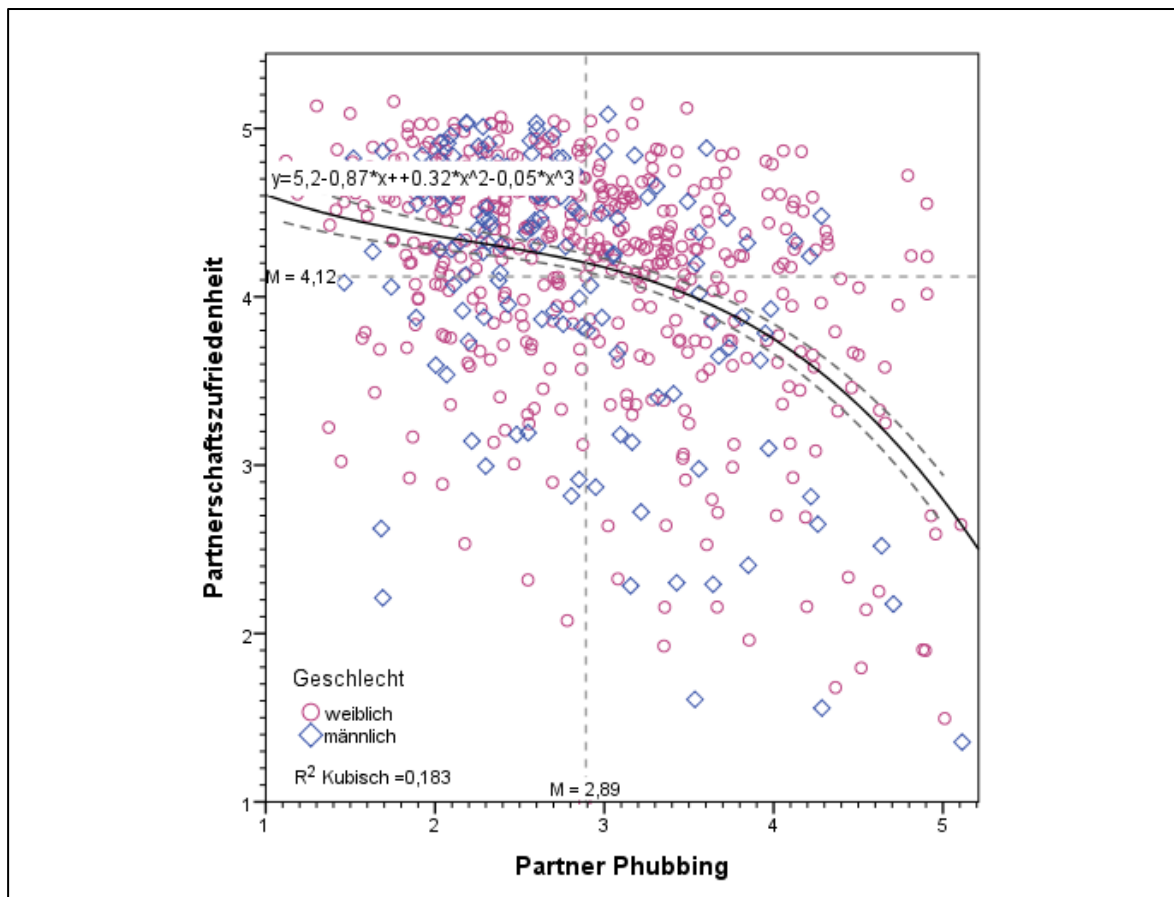


Abbildung 5. Bivariates Streudiagramm für den Zusammenhang von PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit mit kubischer Regressionsfunktion unter Berücksichtigung des Geschlechts

Um auch eine Vergleichbarkeit mit der nachfolgenden Regressionsanalyse und der daran anschließenden partiellen Korrelation (siehe Kapitel 5.8) zu ermöglichen, wurde der Korrelationswert für den Zusammenhang zwischen PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit zusätzlich anhand eines listenweisen Fallausschlusses errechnet. Mit  $r(486) = -.36$ ,  $p < .001$ , 95 %-KI (Bootstrap = 1000) für  $r[-0.44, -0.27]$  wurde ebenfalls ein signifikanter, negativer Zusammenhang festgestellt.

Die Beurteilung der Höhe dieses bivariaten Zusammenhangs, lediglich bestehend aus PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit, ist im Folgenden durch Hinzunahme von Mediatoren und Kontrollvariablen zu relativieren bzw. zu erweitern.

## 5.7 Mediationsanalysen zur Partnerschaftszufriedenheit

Die entsprechenden Variablen wurden aufgrund ihrer unterschiedlichen Skalierung (Visuelle Analog-Skala, Likert-Skala) anhand einer z-Transformation standardisiert in die nachfolgenden Modellprüfungen nach Andrew F. Hayes eingebracht.

Die Berücksichtigung von einer oder mehreren Kontrollvariablen, die den Zusammenhang zwischen der Auftretenshäufigkeit von PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit mediierten, erwies sich als zielführend, um die Interpretation von Artefakten zu vermeiden.

### 5.7.1 PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit mit Mediator PPhubbing-Konflikt

Zur Beantwortung der Forschungsfrage 7 wurde der Einfluss der Auftretenshäufigkeit von PPhubbing auf die Partnerschaftszufriedenheit unter Berücksichtigung des Konflikts, der aufgrund von PPhubbing auftritt, untersucht. Abbildung 6 zeigt die entsprechende Mediationsanalyse gemäß Modell 4 nach Hayes.

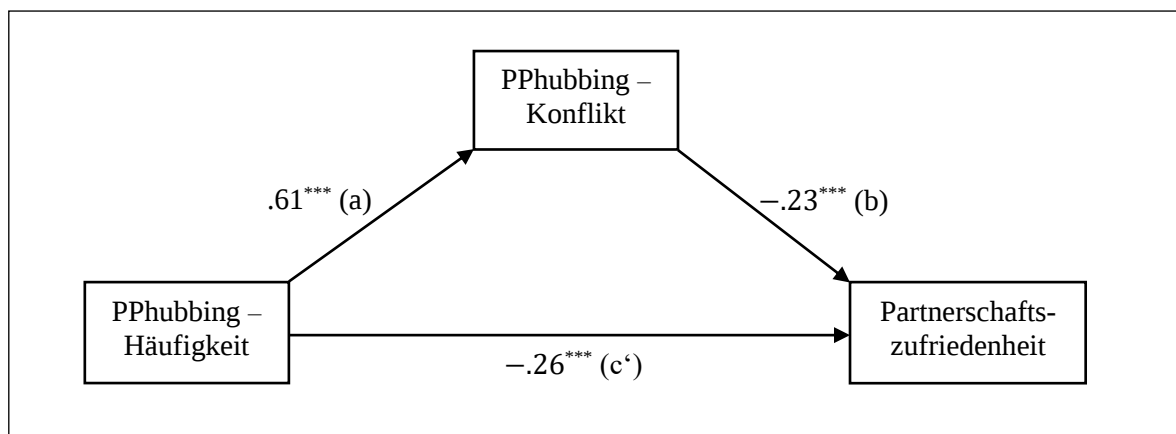


Abbildung 6. Ergebnisse der Mediationsanalyse (nach Andrew F. Hayes, Modell 4) mit standardisierten Koeffizienten; hier stellen alle Pfeile signifikante ( $^{***} p < .001$ ) Effekte dar ( $n = 598$ )

Die standardisierten Pfadkoeffizienten ergaben für den direkten Effekt (c') mit Berücksichtigung des Mediators PPhubbing-Konflikt,  $r = -.26$ ,  $p < .001$ , 95 %-KI für

$r [-.35; -.17]$  und für den indirekten Effekt ( $a*b$ ), der hier auch als standardisierter Schätzer bezeichnet werden kann, mit  $r = -.14$ , 95 %-KI für  $r [-.22; -.07]$  jeweils signifikante Ergebnisse.

Der totale Effekt ( $c$ ), der sich als Zusammensetzung des direkten ( $c'$ ) und des indirekten Effekts ( $a*b$ ) in einem linearen, additiven Modell darstellt, zeigte für die Auftretenshäufigkeit von PPhubbing auf die Partnerschaftszufriedenheit (ohne den Mediator PPhubbing-Konflikt) mit  $r(df_1 = 1, df_2 = 596) = -.40$ ,  $p < .001$ , 95 %-KI für  $r [-.48; -.33]$  ein mittelhohes, signifikant negatives Ausmaß.

### 5.7.2 PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit mit Mediatoren PPhubbing, neg. Empfindung und PPhubbing-Konflikt

Zur Untersuchung der Forschungsfrage 8 wurde der Einfluss der Auftretenshäufigkeit von PPhubbing auf die Partnerschaftszufriedenheit unter Berücksichtigung der negativen Empfindung, die aufgrund von PPhubbing entsteht und gleichzeitig des Konflikts, der aufgrund von PPhubbing auftritt, mittels Mediationsanalyse gemäß Modell 6 nach Hayes geprüft. Diese Modellannahme stellt somit eine Erweiterung des Modells zur Forschungsfrage 7 dar und wird in Abbildung 7 veranschaulicht.

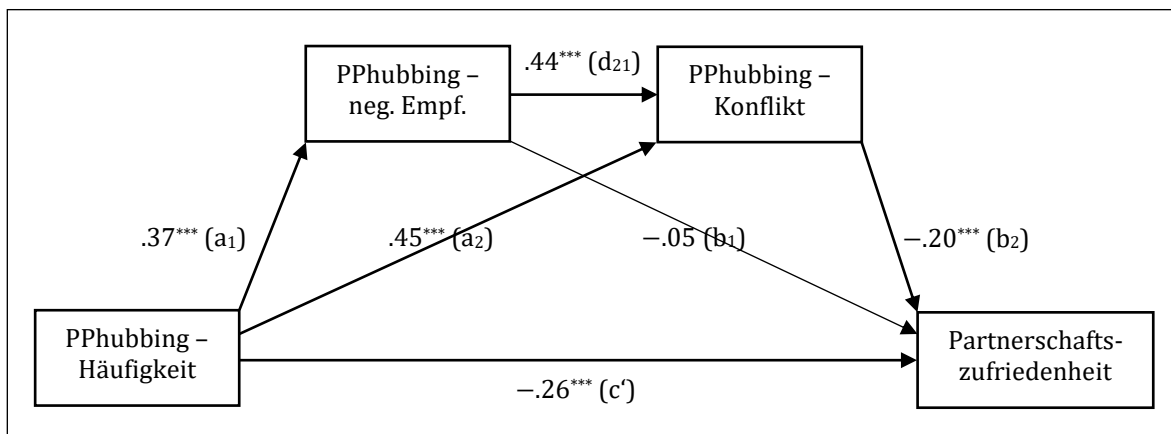


Abbildung 7. Ergebnisse der Mediationsanalyse (nach Andrew F. Hayes, Modell 6 mit zwei Mediatoren) mit standardisierten Koeffizienten; hervorgehobene Pfeile stellen signifikante ( $^{***} p < .001$ ), nicht hervorgehobene Pfeile nicht signifikante Effekte dar ( $n = 595$ )

Die standardisierten Pfadkoeffizienten ergaben für den direkten Effekt ( $c'$ ) mit Berücksichtigung der Mediatoren, negative Empfindung und Konflikt aufgrund von PPhubbing,  $r = -.26$ ,  $p < .001$ , 95 %-KI für  $r [-.35; -.17]$ . Zur Berechnung des

totalen indirekten Effekts (IndTotal), der mit  $r = -.14 [-.22; -.07]$  signifikant ausfiel und als standardisierter Schätzer fungiert, wurden die drei indirekten Teileffekte (Ind1( $a_1*b_1$ ) =  $-.02 [-.05; .02]$ , Ind2( $a_2*b_2$ ) =  $-.09 [-.16; -.03]$ , Ind3( $a_1*d_{21}*b_2$ ) =  $-.03 [-.06; -.01]$ ) berücksichtigt. Anzumerken ist, dass der Teileffekt Ind1 im Gegensatz zu Ind2 und Ind3 nicht signifikant war.

Der totale Effekt ( $c$ ), der sich aus direktem ( $c'$ ) und indirektem Effekt (IndTotal) zusammenstellt, zeigte für die Auftretenshäufigkeit von PPhubbing auf die Partnerschaftszufriedenheit (ohne Mediatoren) mit  $r(df_1 = 3, df_2 = 591) = -.40, p < .001$ , 95 %-KI für  $r [-.47; -.33]$  ein mittelhohes, signifikant negatives Ausmaß.

## 5.8 Stellenwert von PPhubbing im Zuge der Vorhersage der Partnerschaftszufriedenheit

Um den Stellenwert des PPhubbings im Rahmen der Partnerschaftszufriedenheit abschätzen zu können, wurde eine Modellprüfung mittels multipler linearer Regression durchgeführt. Als Prädiktoren wurden Geschlecht, Beziehungsstatus, Wohnsituation (dichotomisiert: ohne vs. mit PartnerIn), Kommunikationszufriedenheit, Alter des/der Befragten, Altersdifferenz der Partner, Zeit des sich gegenseitigen Sehens in Stunden pro Woche, Beziehungsdauer und Auftretenshäufigkeit von PPhubbing berücksichtigt. Die Berechnung erfolgte mit einem listenweisen Fallausschluss mit  $n = 486$  gültigen Fällen mit vollständigen Protokollen.

Die Aufnahme der Prädiktoren erfolgte aufgrund des explorativen Kontexts mit der schrittweisen Rückwärts-Methode. Die unauffälligen Toleranz-Koeffizienten wiesen mit  $\geq .61$  auf keine Multikollinearität der unabhängigen Variablen hin. Die Normalverteilung der standardisierten Residuen konnte angenommen werden. Die globale Modellzusammenfassung deutete mit  $F(5, 480) = 156.22, p < .001$  auf fünf Prädiktoren mit signifikanten Erklärungswert hin. Die Tabelle 11 zeigt die Koeffizienten der verbliebenen Prädiktoren im letzten Modellschritt zur Prognose des Kriteriums Partnerschaftszufriedenheit. Die Zusammenfassung sämtlicher Koeffizienten befindet sich in Tabelle 18 im Anhang C.

Tabelle 11

*Koeffizienten der Prädiktoren mit Erklärungswert im Modell für das Kriterium Partnerschaftszufriedenheit (n = 486)*

|                                       | <i>B</i> | <i>SE(B)</i> | $\beta$ | $R^2_{adj}$ |
|---------------------------------------|----------|--------------|---------|-------------|
| Schritt 5                             |          |              |         | .615***     |
| Konstante                             | 2.61     | 0.15         |         |             |
| Geschlecht ( $x_1$ )                  | -0.11    | 0.05         | -.07*   |             |
| Beziehungsstatus ( $x_2$ )            | 0.17     | 0.07         | .08*    |             |
| Wohnsituation ( $x_3$ )               | 0.14     | 0.04         | .10**   |             |
| Kommunikationszufriedenheit ( $x_4$ ) | 0.02     | 0.00         | .73***  |             |
| PPhubbing ( $x_5$ )                   | -0.08    | 0.03         | -.09**  |             |

*Anmerkungen.* *B* = unstandardisierter Regressionsparameter, *SE(B)* = Standardfehler des Regressionsparameters,  $\beta$  = standardisierter Regressionsparameter,  $R^2_{adj}$  = korrigierter, erklärter Varianzanteil, \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

Der erklärte Varianzanteil am Kriterium erreichte mit  $R^2_{adj} = 61,5\%$  ein akzeptables Ausmaß. Die Kommunikationszufriedenheit zeigte mit  $\beta = .73$  ( $p < .001$ ) das vergleichsweise größte Gewicht für die Vorhersage der Partnerschaftszufriedenheit. Die Wohnsituation mit Zusammenleben der beiden Partner wies mit  $\beta = .10$  ( $p = .001$ ) auf einen schwach positiven Beitrag hin. Die Häufigkeit von PPhubbing übte auf die Partnerschaftszufriedenheit mit  $\beta = -.09$  ( $p = .003$ ) einen negativen Effekt aus. Der Beziehungsstatus ergab für verheiratete Personen und jene, die sich in einer eingetragenen Partnerschaft befanden, mit  $\beta = .08$  ( $p = .010$ ) einen positiven Beitrag. Für das Geschlecht konnte mit  $\beta = -.07$  ( $p = .017$ ) ein signifikant, negativer Wert für die Männer gezeigt werden. Die entsprechende Regressionsgleichung zur Prognose der Partnerschaftszufriedenheit kann demnach mit

$$\hat{y}_i = 2.61 + (-0.11 * x_1) + 0.17 * x_2 + 0.14 * x_3 + 0.02 * x_4 + (-0.08 * x_5)$$

dargestellt werden, womit eine individuelle Schätzung möglich ist. Im Zuge der Modellprüfung wurden Variablen ohne signifikanten Erklärungswert sukzessive ausgeschlossen. Hierzu zählten die Beziehungsdauer in Jahren ( $p = .919$ ), die Altersdifferenz der beiden Partner ( $p = .496$ ), das eigene Alter zum Zeitpunkt der Befragung ( $p = .282$ ) und das zeitliche Ausmaß, in dem man seinen/seine PartnerIn pro Woche sieht ( $p = .178$ ).

In einer weiterführenden Analyse wurde mittels partieller Korrelation der Zusammenhang von PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit unter Berücksichtigung der bedeutsamen Kontrollvariablen Kommunikationszufriedenheit untersucht, um das Ausmaß der ermittelten Gewichtung von PPhubbing abzusichern. Hierbei wurden die übrigen Prädiktoren der multiplen Regressionsanalyse nicht miteinbezogen, da sie keine Kommunikationsaspekte abbilden. Es konnte demnach ein schwach negativer, signifikanter Zusammenhang mit  $r(df = 483) = -.10, p = .032, 95\% \text{-KI (Bootstrap} = 1000) \text{ für } r [ < -0.01, -0.19]$  festgestellt werden.

## 6 DISKUSSION

Die vorliegende Arbeit stellt neben der Beschreibung von Partner Phubbing im jungen Erwachsenenalter, einen Beitrag zur Untersuchung des Einflusses von PPhubbing auf die Partnerschaftszufriedenheit in heterosexuellen Paarbeziehungen dar.

### 6.1 Interpretation der Ergebnisse

PPhubbing zeichnet sich in dieser Online-Studie, ebenso wie in vorangegangenen Arbeiten, mit zumindest 85,5 % als ein weit verbreitetes Phänomen bei jungen Erwachsenen mit Smartphone-Besitz ab (Al-Saggaf & MacCulloch, 2019; Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Cizmeci, 2017; Vanden Abeele et al., 2019). Dies wird auf die immense Smartphone-Nutzungshäufigkeit von 97 % unter den 15- bis 29-jährigen ÖsterreicherInnen zurückgeführt (Spectra, 2018, S. 11) und verdeutlicht, dass diese Art von Technologie sich zu einem allgegenwärtigen und unentbehrlichen Teil unseres Lebens entwickelt hat (Morris & Cravens Pickens, 2017).

Das Erleben von PPhubbing bezüglich des Geschlechts wurde, um einen Stichprobenbias zu vermeiden, mittels Konfidenzintervallen berechnet, wonach ein nicht signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern festzustellen war. Es kann aufgrund der Ergebnisse nicht postuliert werden, dass Frauen mit 87,1 % PPhubbing häufiger erleben als Männer mit 76,8 %. Diese Resultate spiegeln die unklare Ergebnislage bezüglich des Geschlechterunterschieds in wissenschaftlichen Arbeiten wider und stehen mit den nicht signifikanten Ergebnissen von Al-Saggaf und MacCulloch (2019) und Vanden Abeele et al. (2019) in Einklang. In der vorliegenden Arbeit konnte erstmalig gezeigt werden, dass die typische gephubbte Person um 1.2 Jahre jünger als die Nicht-

gephubbt ist, sofern man dabei das Altersspektrum von 18 bis 35 Jahren berücksichtigt. Die mediane Beziehungsdauer der Personen mit PPhubbing-Erfahrung lag bei 3.3 Jahren. Ob Phubbing in der Beziehung auftritt oder nicht, war von dem Ausbildungsniveau der Befragten und PartnerInnen, der Nationalität, der Tätigkeit, des Beziehungsstatus sowie der Zeit des sich gegenseitigen Sehens unabhängig. Ganz im Gegensatz dazu, konnten Coyne et al. (2011) einen Unterschied im Beziehungsstatus (nicht verheiratet vs. verheiratet) hinsichtlich der interaktionsunterbrechenden Mediennutzung feststellen. Bezüglich des Ausmaßes von erlebtem PPhubbing erwies sich jedoch die Wohnsituation mit PartnerIn und Kind(ern) gegenüber anderen Konstellationen ohne Kind(ern) als vergleichsweise problematischer.

Bedeutsam für das Verständnis der PPhubbing-Thematik ist, unter welchen Umständen dieses Phänomen häufiger auftritt. Sofern das Ausmaß des empfundenen PPhubbings über einfache Zusammenhänge mit der Partnerschafts- und Kommunikationsunzufriedenheit in Verbindung gebracht wird, konnten moderate, negative Assoziationen festgestellt werden. Ebenso war zu beobachten, dass Frauen mit einem etwas höheren PPhubbing-Ausmaß ihrer männlichen Partner konfrontiert waren bzw. das Verhalten eher wahrnahmen, wie dies auch in anderen Forschungsarbeiten gezeigt werden konnte (Cizmeci, 2017; González-Rivera, Segura-Abreu et al., 2018). Bezüglich Wohnsituation war ein gemeinsamer Haushalt mit einem geringfügig höheren Ausmaß von PPhubbing assoziiert. Darüber hinaus konnte mittels Modellprüfung gezeigt werden, dass für ein geringeres Ausmaß von PPhubbing das männliche Geschlecht, ein getrennter Haushalt und zusätzlich eine höhere Altersdifferenz der Partner als protektive Faktoren auftreten.

Als die drei am häufigsten angeführten Gründe für PPhubbing konnten spontanes Prüfen von Smartphone-Inhalten, automatisierter Smartphone-Check sowie die Reaktion auf die Signale des Gerätes festgestellt werden, wobei sich die beiden letztgenannten ebenso in früheren Studien unabhängig von Partnerschaften zeigten (Abramova et al., 2017; Klein, 2014). Von diesen Kategorien war das spontane Prüfen der Inhalte mit Abstand die meist genannte Ursache für PPhubbing. Dieses und der automatisierte Smartphone-Check entsprechen gemäß Vanden Abeele et al. (2016) der proaktiven, wohingegen das Reagieren auf Smartphone-Signale der reaktiven Handynutzung entspricht. Aufgrund der wahrgenommenen sozialen Verpflichtung in dieser Phubbing-Situation zeigen sich demnach die GesprächspartnerInnen toleranter (Vanden Abeele et al., 2016). Hingegen wurden Desinteresse dem/der Befragten gegenüber, die

mangelnde Lust sich zu unterhalten (Karadağ et al., 2016; Klein, 2014) und die Angst des/der PartnerIn etwas zu verpassen, welche als FOMO bekannt ist (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Franchina et al., 2018), vergleichsweise selten registriert. Es kann daraus abgeleitet werden, dass die Verwendung des Smartphones vorwiegend als viel genutzter Alltagsgegenstand angesehen wird und weniger aus Desinteresse am/an der PartnerIn.

Im Zusammenhang mit PPhubbing sind Quantität und Qualität bezüglich der Smartphone-Nutzung des/der PartnerIn zu unterscheiden. Zu den vergleichsweise am öftesten genutzten Smartphone-Inhalten durch den/die PartnerIn zählen im Rahmen dieser Studie die Kommunikation im privaten Rahmen, die Informationsbeschaffung und Social Media Plattformen. Auch bei Abramova et al. (2017) konnten diese drei Inhalte in der gleichen Reihenfolge ihrer Häufigkeit als die am öftesten genutzten Smartphone-Aktivitäten während des Phubbings festgemacht werden. Die Ergebnisse diesbezüglich stimmen zudem mit jenen von Klein (2014) überein. Online-Shopping hingegen, wurde relativ selten angeführt. Die Nutzung von Social Media Plattformen, gefolgt von Spielen und privater Kommunikation, wurde als am ehesten störend angesehen. Demgegenüber wurde das Verwenden von nützlichen Smartphone-Funktionen, wie Wecker, Uhrzeit, Taschenrechner oder Notizen als wenig negativ empfunden. Aus diesen beiden Aspekten, der Nutzungshäufigkeit und dem Grad der empfundenen Störung, konnte ein sogenannter Passungsgrad abgeleitet werden. Vor allem für Social Media, Spiele, aber auch Fotos, Videos und Musik konnte gezeigt werden, dass eine häufige Nutzung beim PPhubben deutlich mit einem negativen Empfinden diesbezüglich einhergeht. Hingegen stehen Smartphone-Inhalte, die technische Notwendigkeiten im Sinne von Funktionen, wie Wecker oder Taschenrechner etc. repräsentieren oder deren Nutzung nur kurze Zeit beanspruchen, in keinem besonderen Zusammenhang mit dem Ausmaß der mitgeteilten negativen Empfindung. Die vorliegende Arbeit erweiterte den Forschungsstand bezüglich der Nutzung der Inhalte beim Phubben und untersuchte diese erstmalig im Kontext Partnerschaft. Ebenso stellt sie neue statistische Analysen bezüglich der empfundenen Störung einzelner Inhalte zur Verfügung.

Nicht nur die Smartphone-Inhalte können eine Rolle spielen, sondern auch der Ort des Geschehens muss bezüglich des Ausmaßes von PPhubbing und der empfundenen Störung berücksichtigt werden. Die StudienteilnehmerInnen erlebten PPhubbing zuhause im Wohnbereich am häufigsten und in Lokalen vergleichsweise seltener. Selbiges konnten Krasnova et al. (2016) feststellen, während sich bei Klein (2014) die

öffentlichen Verkehrsmittel als häufigster Phubbing-Ort herausstellten. Diese Unstimmigkeit lässt sich darauf zurückführen, dass Klein (2014) im Gegensatz zu Krasnova et al. (2016) Phubbing nicht im partnerschaftlichen Kontext untersuchte. Dies lässt darauf schließen, dass sich Orte, an denen am häufigsten gephubbt wird, je nach Bekanntheits- und Näheverhältnis von PhubberIn zu Phubbee unterscheiden. Als am ehesten störend wurde PPhubbing zuhause im Schlafbereich empfunden, wohingegen das Phänomen unterwegs weniger negativ auffiel. Hinsichtlich des Passungsgrades konnten für den häuslichen Bereich engere Beziehungen zwischen Nutzung und negativer Empfindung als im öffentlichen Bereich gezeigt werden. Diese Studie konnte bisherige Ergebnisse bezüglich der Phubbing-Orte in Partnerschaften replizieren und zusätzlich um die empfundene Störung von Phubbing an einzelnen Orten erweitern.

Als ein zentraler Aspekt der vorliegenden Arbeit war der Beitrag von PPhubbing auf die Partnerschaftszufriedenheit zu klären. Jener Zusammenhang, der nur das Ausmaß von PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit berücksichtigt, konnte wie bei González-Rivera, Segura-Abreu et al. (2018) als moderat negativ beurteilt werden. Bei Wang et al. (2017) stellte sich ebenso ein bivariater, negativer Zusammenhang heraus, welcher aber nach Cohen (1988) als klein zu beurteilen ist. Dies ist vermutlich auf die eingesetzten Erhebungsinstrumente zurückzuführen. González-Rivera, Segura-Abreu et al. (2018) brachten die gleichen Skalen wie in der vorliegenden Studie zum Einsatz, während Wang et al. (2017) die Partnerschaftszufriedenheit anhand eines anderen Fragebogensegments erfasste. Aufgrund des höheren erklärten Varianzanteils wäre zudem die Annahme eines kubischen gegenüber einem linearen Zusammenhang vorzuziehen. Da es sich aber hierbei einerseits um einen einfachen Zusammenhang ohne kausale Interpretationsmöglichkeit handelt und andererseits das Einhergehen anderer Einflussgrößen nicht berücksichtigt wurde, waren weiterführende Modellprüfungen mit zusätzlichen Mediatoren bzw. Prädiktoren vorzunehmen.

Wie auch in Forschungsarbeiten zu PPhubbing und Technoference konnte in dieser Untersuchung eine Vermittlung des Zusammenhangs der PPhubbing-Häufigkeit und der Partnerschaftszufriedenheit über den Konflikt aufgrund von PPhubbing gezeigt werden (McDaniel & Coyne, 2016; Roberts & David, 2016). Unter Berücksichtigung des PPhubbing-Konflikts konnte diese Assoziation nicht vollständig erklärt werden, weswegen dieses erweiterte Modell auch als partielle Mediation bezeichnet werden kann. Die zusätzliche Berücksichtigung der negativen Empfindung aufgrund von PPhubbing neben dem PPhubbing-Konflikt erbrachte jedoch keinen weiteren Erklärungswert für

den Zusammenhang zwischen der Auftretenshäufigkeit von PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit. Daher kann das Modell mit *einem* Mediator gegenüber jenem mit zwei Mediatoren aufgrund der sparsameren Struktur empfohlen werden.

Um Artefakte im Sinne einer Überschätzung des Zusammenhangs von PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit zu vermeiden, war bei der Erforschung der Wirkung von PPhubbing die allgemeine Kommunikationszufriedenheit, als bedeutsamster Beitrag in der Partnerschaft anzusehen. Dies erscheint nicht überraschend, da bereits Vanden Abeele et al. (2016) die negativen Auswirkungen des Versands von Textnachrichten auf die Gesprächsqualität veranschaulichten und Chotpitayasunondh und Douglas (2018) jene Effekte von Phubbing auf die wahrgenommene Kommunikationsqualität darlegten. Neben der Wohnsituation mit Zusammenleben beider Partner, dem Beziehungsstatus für Verheiratete mit kleinen positiven Effekten und dem männlichen Geschlecht mit kleinem negativen Beitrag übte die Häufigkeit von PPhubbing auf die Partnerschaftszufriedenheit einen schwach, negativen Einfluss aus. Die Ergebnisse legen auch nahe, dass den zeitlichen partnerschaftlichen Aspekten (Beziehungsdauer, Stundenausmaß pro Woche die sich die Partner sehen) sowie den zeitlichen soziodemographischen Merkmalen (Alter des/der Befragten, Altersdifferenz der beiden Partner) für die Partnerschaftszufriedenheit – sofern die Kommunikationsaspekte im Zentrum der Betrachtung stehen – kein bedeutender Einfluss zukommt.

Roberts und David (2016) wollen mit der von ihnen konstruierten PPhubbing Scale die subjektive Auftretenshäufigkeit von PPhubbing erfassen, wodurch sich kein objektives Zeitausmaß ableiten lässt. Da die als Statement formulierten Items zwar anhand eines Häufigkeitsratings zu beantworten sind, aber genauso gut als Intensität abgefragt werden könnten, können die Itemformulierungen als relativ unspezifisch charakterisiert werden.

Bezüglich der inhaltlichen Gültigkeit der PPhubbing Items ist zu hinterfragen, ob diese bisweilen nicht zu wenig konkret formuliert sind, da sie nicht von vornherein eine Störung bzw. Unterbrechung der Interaktion der beiden Partner beinhalten. Zum Beispiel suggeriert Item 6, dass die Handynutzung in der Freizeit, die gemeinsam verbracht werden kann, automatisch eine Interaktionsunterbrechung beschreibt. Dieser Kritikpunkt wurde auch bereits im Rahmen des Pretests erkannt und vorgebracht.

Um dies als Verbesserungsmöglichkeit aufzugreifen, wurde zusätzlich ein Single-Item mit einer visuellen Analogskalierung als sparsamere, experimentelle Alternative gegenüber der PPhubbing Scale vorgegeben. Zwar korrelierte dieses Item mit der

PPhubbing Scale zu  $r = .81$ , allerdings ist dieses Item nur mit vorangehender Definition und Instruktion nutzbar.

Zusammenfassend konnte gezeigt werden, dass PPhubbing einen kleinen, aber vermutlich stabilen Aspekt der Zufriedenheit in heterosexuellen Partnerschaften bei jungen Erwachsenen, darstellt. Die Beschäftigung mit Smartphones als Teil der Partnerschaftskommunikation beeinträchtigt die Partnerschaftszufriedenheit, und zwar umso stärker, je häufiger PPhubbing auftritt. Anhand multivariater Modellprüfungen konnte demonstriert werden, dass nicht nur ein einfacher, bidirektionaler Zusammenhang zwischen PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit besteht, sondern auch ein direkter, negativer Einfluss von PPhubbing auf die Partnerschaftszufriedenheit angenommen werden kann. Ebenso ist es naheliegend, dass Partnerschaftszufriedenheit auch ihrerseits PPhubbing beeinflusst und die Problemlage vermutlich alternativ durch einen Prozess mit einer Negativspirale erklärbar ist. Dargelegt werden konnte auch, dass Qualität (Inhalte), Kontext (Örtlichkeit, Umstände und Gründe) und Quantität (Ausmaß) der Smartphone-Nutzung während partnerschaftlichen Interaktionen die Partnerschaftszufriedenheit beeinflussen.

Die wichtigste Erkenntnis der Arbeit ist, dass neben dem wichtigen Aspekt der alt-hergebrachten Kommunikation dem PPhubbing, ebenfalls ein kleiner, robuster Beitrag für die Partnerschaftszufriedenheit zukommt.

## 6.2 Stärken und Einschränkungen

Die Studie liefert einen Beitrag zum Erkenntnisgewinn des Gewichts von PPhubbing bei jungen Erwachsenen im Rahmen einer umfangreichen Stichprobe mit ausreichend großen Teilstichproben. Bei dem eingesetzten Erhebungsinstrument wurde bereits in der Konstruktionsphase großes Augenmerk auf die Erhöhung der Teilnahmebereitschaft und Ökonomie gelegt. Es wurde demnach der Befragungsgegenstand kommuniziert, wobei der Begriff PPhubbing erläutert wurde und Informationen zur Entstehung des Begriffs zur Verfügung gestellt wurden. Bei der Bearbeitung waren vorrangig geschlossene Antwortformate, jedoch nur vereinzelt Pflichtfelder vorgegeben. Zusätzlich wurden auch freie Antwortfelder mit Ausweichoptionen dargeboten. Auflockernde Illustrationen sollten der Verständniserleichterung und Motivationsförderung dienen. Die Programmierung der Fragen zu Smartphone-Inhalten und Orten bei PPhubbing mittels Java-Scripts sollte eine möglichst angepasste Fragebogenvorgabe

gewährleisten. Die PPhubbing Scale wurde vorab ins Deutsche übersetzt; in der untersuchten Stichprobe konnte anhand einer vergleichsweise hohen Reliabilität ( $\alpha = .89$ ) mit ansprechenden Item-Trennschärfen die interne Konsistenz gezeigt werden.

Bezüglich der Limitationen der Studie ist anzumerken, dass es sich bei der durchgeführten Untersuchung um eine Statuserhebung in einer Gelegenheitsstichprobe handelte, womit kein Längsschnitt- sondern ein Querschnittsdesign vorlag. Somit waren weder Aussagen über Veränderungen noch Kausalschlüsse abzuleiten. Ferner wurden Selbstberichte aufgrund von subjektiven Fragebogendaten in einer Online-Erhebung erhoben, womit lediglich eine Fremdbeurteilung des/der jeweiligen PartnerIn vorliegt. Für die Bearbeitung des Fragebogens waren zumindest ausreichende Deutschkenntnisse erforderlich. Die abgefragten Aspekte umfassten neben den aktuellen auch retrospektive Elemente in einer Paarbeziehung, sodass z. B. Konflikthäufigkeit aus der Erinnerung anzugeben waren.

Da die vorliegende Untersuchung nicht auf einer zufällig ausgewählten Stichprobe beruht, handelte es sich hierbei nicht um eine repräsentative Stichprobe (vgl. Rost, 2004). Ein Selektionsbias konnte im Rahmen der Online-Rekrutierung nicht völlig ausgeschlossen werden. Bei der Generalisierbarkeit der Ergebnisse war daher darauf zu achten, dass aufgrund des erhöhten Frauenanteils der Befragten (3:1) in der allgemeinen Stichprobe als auch in der Gruppe PPhubbing eine Geschlechterrepräsentativität nicht erreicht werden konnte. Hierzu kann angeführt werden, dass in der vorliegenden Arbeit aufgrund von testökonomischen Überlegungen auf eine Parallelisierung der Geschlechter verzichtet wurde. Als weitere Limitation ist zu vermerken, dass der Großteil der Befragten über ein hohes Ausbildungsniveau verfügte. Darüber hinaus befanden sich von allen Studierenden etwa ein Viertel im Hauptfach Psychologie.

Die Erhebung basiert auf den freiwilligen Angaben der Befragten, womit ein abstrakt empfundenes Ausmaß von PPhubbing erfasst wurde. Nicht erfasst wurden ein objektives Ausmaß bzw. die Frequenz im Sinne von Zeitspannen, wie dies in anderen Studien versucht wurde (Klein, 2014; Vanden Abeele et al., 2019). Daher können auf Grundlage dieser Studie keine Verhaltensempfehlungen für den sinnvollen Gebrauch von Smartphones im Beisein des/der PartnerIn bezüglich Nutzungszeiten abgeleitet werden.

## 6.3 Folgearbeiten

Als zentraler Aspekt für weiterführende Arbeiten ist besonders die Definition des Konstrukts (Partner) Phubbing hervorzuheben. Wesentlich ist, dass der Begriff PPhubbing nicht mit der Smartphone-Nutzung im Beisein des/der PartnerIn gleichzusetzen ist, da diese keine Interaktionsunterbrechung beinhalten muss. PPhubbing kann aufgrund seiner Definition einerseits als Störung – verstanden als eine Unterbrechung einer Handlung – oder andererseits als Störung im Sinne einer negativen Empfindung gesehen werden. Zweitere Betrachtungsweise beinhaltet somit eine negative Konnotation, welche bei ersterer nicht vorhanden sein muss. Dieser Umstand sollte von Folgearbeiten vorab jeweils klar festgelegt werden, um Studienergebnisse möglichst vergleichbar zu machen. Dementsprechend sollte ein Augenmerk auf die einzelnen Items der PPhubbing Scale (Roberts & David, 2016) gerichtet werden, da nicht alle davon eine offensichtliche Unterbrechung der Interaktion erheben bzw. auch nicht alle dargestellten Situationen als störend wahrgenommen werden müssen. Sollte sich das Forschungsinteresse auf jüngere Generationen beziehen, sollte dabei auch berücksichtigt werden, dass diese die Smartphone-Nutzung im Beisein anderer Personen als selbstverständliche, nicht-störende, sondern natürliche Verhaltensweise empfinden können (Cizmeci, 2017). Smartphone-Inhalte können ebenso gemeinsam betrachtet werden, womit der Bildschirm geteilt wird, in die Kommunikation integriert wird (Vanden Abeele et al., 2019) und folglich keine Interaktionsunterbrechung mehr darstellen würde. Erhebungsinstrumente zu PPhubbing müssen daher kontinuierlich hinsichtlich der inhaltlichen Gültigkeit modifiziert werden.

Zur Erhöhung der internen Validität wäre es auch denkbar, Studien mit experimentellem Design durchzuführen, wie dies in jüngerer Forschung auch bereits umgesetzt wurde (z. B. Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; David & Roberts, 2017). Allerdings muss hierbei unter Umständen eine verminderte externe Validität einkalkuliert werden. Ebenso können qualitative Interviews (z. B. Karadağ et al., 2016), Verhaltensbeobachtung (z. B. Abramova, et al., 2017; Klein, 2014; Vanden Abeele et al., 2019) und Echtzeiterfassung der Smartphone-Nutzung über Online-Tools bzw. Apps, wie dies bereits bei der App Menthal umgesetzt wurde (Markowetz, 2015; Montag et al., 2015) als alternative Operationalisierungstechniken mit entsprechenden Erhebungsmethoden dienen und auf den Kontext Partnerschaften angewandt werden. Um auch

Veränderungen im PPhubbing-Verhalten im Zusammenhang mit der Partnerschaftszufriedenheit abbilden zu können, sind Longitudinalstudien anzuregen.

Bei nachfolgenden Untersuchungen ist, sofern ein Geschlechtervergleich angestrebt wird, auf ein möglichst ausgewogenes Verhältnis der Geschlechter zu achten. Hierzu ist die Erhebung beider Partner in heterosexuellen Paarbeziehungen denkbar, womit per se eine ausgeglichene Geschlechterverteilung erreicht wird. Diese Erfassungsart in Form von Dyaden kann jedoch die Einschränkung mit sich bringen, dass Generationsvergleiche von Smartphone-NutzerInnen aufgrund des unterschiedlichen Alters von PartnerInnen erschwert umsetzbar sind.

Bezüglich der Smartphone-Inhalte und -Orte, wie sie in dieser Studie erhoben wurden, ließen sich noch weitere Aspekte und ihre Akzeptanz, wie z. B. berufliche Bereitschaftsdienste und andere Lokalisationen wie z. B. Urlaubsort erfassen, bei denen PPhubbing auftreten kann.

Die Smartphone-Abhängigkeit als Grund für PPhubbing könnte in Folgearbeiten explizit berücksichtigt werden, da in der vorliegenden Studie lediglich die Angewohnheit, häufig auf das Smartphone zu sehen, erfragt wurde. Zu klären wären daher krankheitsbezogene Aspekte im Zusammenhang mit PPhubbing, wie die Smartphonesucht, FOMO (vgl. Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Franchina et al., 2018) und die Angst, ohne das Smartphone zu sein, in der Literatur auch als Nomophobie „**No-Mobile-Phone-Phobia**“ bezeichnet (Anshari, Alas & Sulaiman, 2019).

Wie auch bereits von anderen AutorInnen (Roberts & David, 2016; Vanden Abeele et al., 2016) vorgeschlagen, wäre die PPhubbing-Häufigkeit im Zusammenhang mit dem Selbstwertgefühl des/der GesprächspartnerIn untersuchenswert.

Romantische Eifersucht bzw. Vertrauen, Selbstwertgefühl und das unerlaubte Kontrollieren der Smartphone-Inhalte des/der PartnerIn bieten sich im Hinblick auf die Entstehung des Smartphone-Konflikts im Rahmen von PPhubbing als zusätzliche Prädiktoren an.

Für nachfolgende Arbeiten wird weiters empfohlen, den belegten negativen Effekt von PPhubbing auf seine stabile Vorhersagekraft für die Partnerschaftszufriedenheit zu untersuchen. Hierbei sollten auch ergänzende Prädiktoren, wie beispielsweise die Smartphone-Verwendung von Viel- und Wenig-NutzerInnen sowie die körperliche Nähe in Beziehungen, berücksichtigt werden.

## 6.4 Praktische Implikationen

Das Smartphone als Teil der alltäglichen Kommunikation lässt sich nicht mehr wegdenken und verkörpert einen bedeutenden Faktor im zwischenmenschlichen Bereich. Es vermag sowohl Menschen miteinander zu vernetzen (Coyne et al., 2011), jedoch auch Interaktionen zu stören. Zur Verbesserung der Kommunikationsqualität bzw. um eine exzessive Smartphone-Nutzung im Laufe einer Unterhaltung zu vermeiden, ist es empfehlenswert das Gerät nicht auf dem Tisch gegenüber dem/der GesprächspartnerIn zu platzieren, sondern es aus dem Sichtfeld zu räumen oder den Flugmodus des Smartphones zu aktivieren. So kann eine Ablenkung vom Gesprächsthema durch eingehende Nachrichten oder Benachrichtigungen vermieden werden (Abramova et al., 2017). Generell empfiehlt es sich, das Ausmaß von Phubbing in Partnerschaften möglichst gering zu halten, um Konflikte aufgrund des Smartphones zu umgehen und in weiterer Folge die Partnerschaft nicht zusätzlich zu belasten. Auch die Nutzung bestimmter Inhalte an verschiedenen Orten im Kontext von PPhubbing demonstriert ein Störungspotenzial in unterschiedlichem Ausmaß, dessen man sich bewusst sein sollte. Paare sollten sich daher überlegen, was und wieviel sie in ihrer gemeinsam verbrachten Zeit am Smartphone konsumieren wollen (vgl. TEDx Talks, 2014). Ein Medienfasten bzw. ein Verzicht auf die Smartphone-Nutzung über einen gewissen Zeitraum (vgl. Arbeitsblatt 3 von Willemse, 2016) kann dabei helfen, sich der eigenen Nutzungsgewohnheiten bewusst zu werden und einen neuen Zugang hinsichtlich achtsamen Gebrauchs zu finden. Morris und Cravens Pickens (2017) zeigten in ihrer Studie, dass dieser Verzicht –*Unplugging*– einen Einfluss auf die physische Gesundheit, das psychische und emotionale Wohlbefinden hat und Verbesserungen bei zwischenmenschlichen Beziehungen bewirken kann.

PPhubbing stellt einen Teilaspekt in der Partnerschaftszufriedenheit dar. Wird diese in Mitleidenschaft gezogen, muss neben der Reduktion von PPhubbing auch die Steigerung der allgemeinen Kommunikationszufriedenheit berücksichtigt werden. Dies gilt besonders für PartnerInnen, die zusammenwohnen und verheiratete Paare.

Besonders jenen Personen, welche die Angewohnheit haben, sich häufig mit dem Smartphone zu beschäftigen, können *Smartphone-Etiketten* (siehe „technology use etiquette“ von McDaniel & Coyne, 2016) helfen. Ist der Griff zum Smartphone unabdingbar, empfiehlt es sich zumindest das Verhalten vorab anzukündigen (vgl. Klein, 2014).

# LITERATURVERZEICHNIS

- Abramova, O., Baumann, A., Krasnova, H. & Lessmann, S. (2017). To phub or not to phub: Understanding off-task smartphone usage and its consequences in the academic environment. *Proceedings of the 25th European Conference on Information Systems (ECIS), Guimarães, Portugal, 127*, 1984–1999. Retrieved from [https://aisel.aisnet.org/ecis2017\\_rp/127](https://aisel.aisnet.org/ecis2017_rp/127)
- Al-Saggaf, Y. & MacCulloch, R. (2019). Phubbing and social relationships: Results from an Australian sample. *Journal of Relationships Research, 10*, e10, 1–10. <https://dx.doi.org/10.1017/jrr.2019.9>
- Álvarez, S. (2016, 10. August). „Nokia 9000 Communicator“ vor 20 Jahren. 2700 D-Mark kostete das weltweit erste Smartphone. *Der Tagesspiegel*. Verfügbar unter <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/nokia-9000-communicator-vor-20-jahren-2700-d-mark-kostete-das-weltweit-erste-smartphone/13990888.html>
- Anshari, M., Alas, Y., Hardaker, G., Jaidin, J. H., Smith, M. & Ahad, A. D. (2016). Smartphone habit and behavior in Brunei: Personalization, gender, and generation gap. *Computers in Human Behavior, 64*, 719–727. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.07.063>
- Anshari, M., Alas, Y. & Sulaiman, E. (2019). Smartphone addictions and nomophobia among youth. *Vulnerable Children and Youth Studies, 14*, 242–247. <https://dx.doi.org/10.1080/17450128.2019.1614709>
- Appel, W. & Michel-Dittgen, B. (Hrsg.). (2013). *Digital Natives: Was Personaler über die Generation Y wissen sollten*. Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-00543-6>
- Apple. (2007, January 9). Apple reinvents the phone with iPhone. Retrieved from <https://www.apple.com/newsroom/2007/01/09Apple-Reinvents-the-Phone-with-iPhone/>
- Asendorpf, J., Banse, R. & Neyer, F. J. (2017). *Psychologie der Beziehung* (2., vollständig überarbeitete Aufl.). Bern: Hogrefe.
- Banse, R. (2003). Partnerschaftsdiagnostik. In I. Grau & H. W. Bierhoff (Hrsg.), *Sozialpsychologie der Partnerschaft* (S. 13–42). Berlin: Springer.

- Becker, J. (2013). *Die Digitalisierung von Medien und Kultur*. Wiesbaden: Springer.  
<https://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-00729-4>
- Berk, L. E. (2011). *Entwicklungspsychologie* (5., aktualisierte Aufl.). München: Pearson Studium.
- Bierhoff, H. W. & Grau, I. (1999). *Romantische Beziehungen. Bindung, Liebe, Partnerschaft*. Bern: Hans Huber.
- Bodenmann, G. (2016). *Lehrbuch Klinische Paar- und Familienpsychologie* (2., überarbeitete Aufl.). Bern: Hogrefe.
- Bortz, J. & Schuster, C. (2010). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler* (7. Aufl.). Heidelberg: Springer. Verfügbar unter <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-642-12770-0>
- Bühl, A. (2019). *SPSS. Einführung in die moderne Datenanalyse ab SPSS 25* (16., aktualisierte Aufl.). Halbergmoos: Pearson.
- Burkart, G. (2007). *Handyman. Wie das Mobiltelefon unser Leben verändert hat*. Frankfurt am Main: Campus.
- Chotpitayasunondh, V. & Douglas K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9–13. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>
- Chotpitayasunondh, V. & Douglas K. M. (2018). The effects of “phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48, 304–316. <https://dx.doi.org/10.1111/jasp.12506>
- Cizmeci, E. (2017). Disconnected, though satisfied: Pphubbing behavior and relationship satisfaction. *Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 7 (2), 364–375. <https://dx.doi.org/10.7456/10702100/018>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Coyne, S. M., Stockdale, L., Busby, D., Iverson, B. & Grant, D. M. (2011). “I luv u :)!”: A descriptive study of the media use of individuals in romantic relationships. *Family Relations*, 60, 150–162. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1741-3729.2010.00639.x>
- David, M. E. & Roberts, J. A. (2017). Phubbed and alone: phone snubbing, social exclusion, and attachment to social media. *Journal of the Association for Consumer Research*, 2, 155–163. <https://dx.doi.org/10.1086/690940>
- David, M. E., Roberts, J. A. & Christenson, B. (2018). Too much of a good thing: Investigating the association between actual smartphone use and individual well-being.

- International Journal of Human-Computer Interaction*, 34, 265–275. <https://dx.doi.org/10.1080/10447318.2017.1349250>
- Deutsche Gesellschaft für Psychologie (DGP). (Hrsg.). (2016). *Richtlinien zur Manuskriptgestaltung* (4. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Döring, N. (2003). Neuere Entwicklungen in der Partnerschaftsdiagnostik: Wechselwirkungen zwischen Telekommunikation und Paarbeziehung. In I. Grau & H. W. Bierhoff (Hrsg.), *Sozialpsychologie der Partnerschaft* (S. 533–565). Berlin: Springer.
- Döring, N. & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften* (5., vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Aufl.). Berlin: Springer. <https://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-41089-5>
- Eurostat. (2019, 3. September). Einzelpersonen - Mobiler Internet-Zugang [Tabelle]. Verfügbar unter [https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc\\_ci\\_im\\_i&lang=de](https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_ci_im_i&lang=de)
- Felser, R. (2016, 18. Juli). „Phubbing“: Erst die Nachricht, dann das Gespräch. *Computerwelt*. Verfügbar unter <https://www.computerwelt.at/news/hardware/smartphone-tablet/detail/artikel/116547-phubbing-erst-die-nachricht-dann-das-gespraech/>
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). Los Angeles, CA: SAGE.
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G. & De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among flemish adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15, 2319. <https://dx.doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Gegenüber wegen Handys ignorieren: „Phubbing“ wird Usus. (2016, 19. Juli). *DerStandard*. Verfügbar unter <http://derstandard.at/2000041325236/Gegenueber-wegen-Handy-ignorieren-Phubbing-wird-Usus>
- González-Rivera, J. A., Hernández Gato, I., Martínez Núñez, R., Matos López, J., Galindo Tirado, M. & García Rivera, S. (2018). Interferencia de la tecnología en las relaciones de pareja y su impacto en la salud mental de la mujer puertorriqueña. *Revista Puertorriqueña de Psicología*, 29, 56–71. Retrieved from <http://www.ojs.repsasppr.net/index.php/rep/article/view/412>
- González-Rivera, J. A., Segura-Abreu, L. M. & Urbistondo-Rodríguez, V. (2018). Phubbing en las relaciones románticas: Uso del celular, satisfacción en la pareja bienestar

- psicológico y salud mental. *Interacciones*, 4, 81–91. <https://dx.doi.org/10.24016/2018.v4n2.117>
- Hales, A. H., Dvir, M., Wesselmann, E. D., Kruger, D. J. & Finkenauer, C. (2018). Cell phone-induced ostracism threatens fundamental needs. *The Journal of Social Psychology*, 158, 460–473. <https://dx.doi.org/10.1080/00224545.2018.1439877>
- Halpern, D. & Katz, J. E. (2017). Texting's consequences for romantic relationships: A cross-lagged analysis highlights its risks. *Computers in Human Behavior*, 71, 386–394. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.051>
- Hassebrauck, M. (1991). ZIP – Ein Instrumentarium zur Erfassung der Zufriedenheit in Paarbeziehungen. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 22, 256–259.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis. A regression-based approach* (2nd ed.). New York, NY: Guilford Press.
- Heil, F. E. (1991). Ehe und Partnerschaft als Gegenstand psychologischer Forschung. In M. Amelang, H.-J. Ahrens & H. W. Bierhoff (Hrsg.), *Partnerwahl und Partnerschaft. Formen und Grundlagen partnerschaftlicher Beziehungen* (S. 1–30). Göttingen: Hogrefe.
- Hendrick, S. S. (1988). A generic measure of relationship satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*, 50, 93–98.
- Hepp, A., Berg, M. & Roitsch, C. (2014). *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-02425-3>
- Hurrelmann, K. & Albrecht, E. (2014). *Die heimlichen Revolutionäre. Wie die Generation Y unsere Welt verändert*. Weinheim: Beltz.
- ITwissen.info. (2016, 26. November). Smartphone. Verfügbar unter <https://www.itwissen.info/Smartphone-smart-phone.html>
- Jacobsen, N. (2017). *Das Apple-Imperium 2.0. Die neuen Herausforderungen des wertvollsten Konzerns der Welt* (2., überarbeitete Aufl.). Wiesbaden: Springer. <https://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-09548-2>
- Janssen, J.-K. (2014, 17. August). 20 Jahre Smartphone: Mit IBMs Simon fing alles an. *Heise online*. Verfügbar unter <https://www.heise.de/newsticker/meldung/20-Jahre-Smartphone-Mit-IBMs-Simon-fing-alles-an-2293693.html>
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M. et al. (2016). The virtual world's current addiction: Phubbing. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3, 250–269. <https://dx.doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0013>

- Klein, V. (2014). Gemeinsam einsam: Phänomen Phubbing. Untersuchungen zur unangebrachten Smartphone-Nutzung im privaten und öffentlichen Miteinander. *Information – Wissenschaft & Praxis*, 65, 335–340. <https://doi.org/10.1515/iwp-2014-0052>
- Krasnova, H., Abramova, O., Notter, I. & Baumann, A. (2016, June). *Why phubbing is toxic for your relationship: Understanding the role of smartphone jealousy among “generation Y” users*. Paper presented at the Twenty-Fourth European Conference on Information Systems (ECIS), Istanbul, Turkey. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/301287646>
- Langenscheidt. (n. d.). Die Jugendwörter 2008-2017. Verfügbar unter <https://www.langenscheidt.com/jugendwort-des-jahres>
- Markowetz, A. (2015). *Digitaler Burnout. Warum unsere permanente Smartphone-Nutzung gefährlich ist*. München: Droemer.
- Maslow, A. H. (1987). *Motivation und Persönlichkeit* (Kruntorad, Übers.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt. (Original erschienen 1954: Motivation and Personality)
- McCann. (n. d.). *Phubbing – a word is born* [Video file]. Retrieved from <https://mccann.com.au/project/phubbing-a-word-is-born/>
- McCann. (2013, October 7). *Phubbing: a word is born* [Video file; Link nicht mehr verfügbar, siehe McCann, 2017]. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=ZSOfuUYCV\\_0](https://www.youtube.com/watch?v=ZSOfuUYCV_0)
- McCann. (2017, July 23). *Phubbing: a word is born (Macquarie Dictionary Direct Campaign)* [Video file]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=MBCYpAl6jpk>
- McDaniel, B. T. & Coyne, S. M. (2016). “Technoference”: The interference of technology in couple relationships and implications for women’s personal and relational well-being. *Psychology of Popular Media Culture*, 5, 85–98. <https://dx.doi.org/10.1037/ppm0000065>
- McDaniel, B. T. & Drouin, M. (2019). Daily technology interruptions and emotional and relational well-being. *Computers in Human Behavior*, 99, 1–8. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.027>
- Microsoft Corporation. (2009, July 25). *Bellsouth, IBM unveil personal communicator phone* [PDF]. Retrieved from <https://www.microsoft.com/buxtoncollection/a/pdf/press%20release%201993.pdf>

- Miller-Ott, A. E. & Kelly, L. (2015). The presence of cell phones in romantic partner face-to-face interactions: An expectancy violation theory approach. *Southern Communication Journal*, 80, 253–270. <https://dx.doi.org/10.1080/1041794X.2015.1055371>
- Miller-Ott, A. E. & Kelly, L. (2017). A politeness theory analysis of cell-phone usage in the presence of friends. *Communication Studies*, 68, 190–207. <https://dx.doi.org/10.1080/10510974.2017.1299024>
- Misra, S., Cheng, L., Genevieve, J. & Yuan, M. (2016). The iPhone effect: The quality of in-person social interactions in the presence of mobile devices. *Environment and Behavior*, 48, 275–298. <https://dx.doi.org/10.1177/0013916514539755>
- Montag, C., Blaszkiewicz, K., Sariyska, R., Lachmann, B., Andone, I., Trendafilov, B. et al. (2015). Smartphone usage in the 21st century: who is active on WhatsApp?. *BMC Research Notes*, 8 (331), 1–6. <https://dx.doi.org/10.1186/s13104-015-1280-z>
- Morris, N. & Cravens Pickens, J. D. (2017). “I’m not a gadget”: A grounded theory on unplugging. *The American Journal of Family Therapy*, 45, 264–282. <https://dx.doi.org/10.1080/01926187.2017.1365665>
- Moosbrugger, H. & Kelava, A. (Hrsg.). (2012). *Testtheorie und Fragebogenkonstruktion* (2., aktualisierte und überarbeitete Aufl.). Berlin: Springer. <https://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-20072-4>
- Murray, S. L., Holmes, J. G., Griffin, D. W. & Derrick, J. L. (2015). The equilibrium model of relationship maintenance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 108, 93–113. <https://dx.doi.org/10.1037/pspi0000004>
- Nazir, T. & Pişkin, M. (2016). Phubbing: A technological invasion which connected the world but disconnected humans. *International Journal of Indian Psychology*, 3 (4), 39–46. Retrieved from <https://ijip.in/article-details/?dip=18-01-195-20160304>
- Norton, R. (1983). Measuring marital quality: A critical look at the dependent variable. *Journal of Marriage and the Family*, 45, 141–151. <https://dx.doi.org/10.2307/351302>
- Oxford University Press. (2019). Definition of phubbing in English. Retrieved from <https://www.lexico.com/en/definition/phubbing>
- Panova, T. & Carbonell, X. (2018). Is smartphone addiction really an addiction? *Journal of Behavioral Addictions*, 7, 252–259. <https://dx.doi.org/10.1556/2006.7.2018.49>
- Porst, R. (2014). *Fragebogen* (4., erweiterte Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-02118-4>

- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9 (5), 1–6. <https://dx.doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Przybylski, A. K. & Weinstein, N. (2013). Can you connect with me now? How the presence of mobile communication technology influences face-to-face conversation quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30, 237–246. <https://dx.doi.org/10.1177/0265407512453827>
- Roberts, J. A. & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134–141. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.058>
- Rost, J. (2004). *Lehrbuch Testtheorie – Testkonstruktion* (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl.). Bern: Hans Huber.
- Schneider, W. & Lindenberger, U. (Hrsg.). (2012). *Entwicklungspsychologie* (7., vollständig überarbeitete Aufl.). Weinheim: Beltz. Verfügbar unter <https://content-select.com/de/portal/media/view/519cc143-11b4-46d7-a254-253e5dbbeaba>
- Spectra Marktforschungsgesellschaft mbH. (2018, 20. September). *Spectra Digi-Monitor Österreich (Teil 1). Juli 2018* [PDF]. Verfügbar unter [https://www.spectra.at/fileadmin/news/2018/Spectra\\_Digi-Monitor\\_Teil1\\_2018.pdf](https://www.spectra.at/fileadmin/news/2018/Spectra_Digi-Monitor_Teil1_2018.pdf)
- Spencer, T. A., Lamertsen, A., Hubler, D. S. & Burr, B. K. (2017). Assessing the mediating effect of relationship dynamics between perceptions of problematic media use and relationship satisfaction. *Contemporary family therapy*, 39, 80–86. <https://dx.doi.org/10.1007/s10591-017-9407-0>
- Spieß, E. (2018). Konflikt, sozialer. In M. A. Wirtz (Hrsg.), *Dorsch – Lexikon der Psychologie* (18. Aufl., S. 922). Bern: Hogrefe.
- Stop Phubbing. (2012, May 29). In *Facebook* [Fan page]. Retrieved 2019, February 24 from <https://www.facebook.com/Stop.Phubbing/>
- TEDx Talks (2014, October 20). Lior Frenkel: *Why we should rethink our relationship with the smartphone* [Video file]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Pgo65s1R6TM>
- Urban Dictionary. (2009, November 9). Iphone effect. Retrieved from <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=iphone+effect>
- Vanden Abeele, M. M. P., Antheunis, M. L. & Schouten, A. P. (2016). The effect of mobile messaging during a conversation on impression formation and interaction quality.

- Computers in Human Behavior*, 62, 562–569. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.005>
- Vanden Abeele, M. M. P., Hendrickson, A. T., Pollmann, M. M. H. & Ling, R. (2019). Phubbing behavior in conversations and its relation to perceived conversation intimacy and distraction: An exploratory observation study. *Computers in Human Behavior*, 100, 35–47. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.004>
- Vanden Abeele, M. M. P. & Postma-Nilsenova, M. (2018). More than just gaze: An experimental vignette study examining how phone-gazing and newspaper-gazing and phubbing-while-speaking and phubbing-while-listening compare in their effect on affiliation. *Communication Research Reports*, 35, 303–313. <https://dx.doi.org/10.1080/08824096.2018.1492911>
- Wang, X., Xie, X., Wang, Y., Wang, P. & Lei, L. (2017). Partner phubbing and depression among married Chinese adults: The roles of relationship satisfaction and relationship length. *Personality and Individual Differences*, 110, 12–17. <https://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.014>
- Wang, X., Zhao, F. & Lei, L. (2019). Partner phubbing and relationship satisfaction: Self-esteem and marital status as moderators. *Current Psychology*. Advance online publication. <https://dx.doi.org/10.1007/s12144-019-00275-0>
- Willemse, I. (2016). *Onlinesucht. Ein Ratgeber für Eltern, Betroffene und ihr Umfeld*. Bern: Hogrefe.
- Wittlich, H. & Schönball, R. (2017, 9. Jänner). 10 Jahre iPhone. Das erste Smartphone war ein Nokia. *Der Tagesspiegel*. Verfügbar unter <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/10-jahre-iphone-das-erste-smartphone-war-ein-nokia/19221898.html>

# ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Folgende Abbildungen befinden sich im Fließtext der Arbeit:

|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 1. Facebook-Stichprobenrekrutierung über Gruppen, unterteilt in fünf Kategorien nach Reichweite .....                                                                                                                                                                     | 24 |
| Abbildung 2. Flussdiagramm zum Rücklauf mit Beendigungsquoten .....                                                                                                                                                                                                                 | 30 |
| Abbildung 3. Deskriptivstatistik ( $M \pm 1 SD$ ) für die Nutzungshäufigkeit (1) nie bis (5) ständig und das Ausmaß der empfundenen Störung (1) trifft gar nicht zu bis (5) trifft voll und ganz zu von bzw. durch Smartphone-Inhalte/n beim PPhubben.....                          | 42 |
| Abbildung 4. Deskriptivstatistik ( $M \pm 1 SD$ ) für die Nutzungshäufigkeit (1) nie bis (5) ständig und das Ausmaß der empfundenen Störung (1) trifft gar nicht zu bis (5) trifft voll und ganz zu an bestimmten Orten beim PPhubben.....                                          | 44 |
| Abbildung 5. Bivariates Streudiagramm für den Zusammenhang von PPhubbing und Partnerschaftszufriedenheit mit kubischer Regressionsfunktion unter Berücksichtigung des Geschlechts.....                                                                                              | 46 |
| Abbildung 6. Ergebnisse der Mediationsanalyse (nach Andrew F. Hayes, Modell 4) mit standardisierten Koeffizienten; hier stellen alle Pfeile signifikante ( $*** p < .001$ ) Effekte dar ( $n = 598$ ).....                                                                          | 47 |
| Abbildung 7. Ergebnisse der Mediationsanalyse (nach Andrew F. Hayes, Modell 6 mit zwei Mediatoren) mit standardisierten Koeffizienten; hervorgehobene Pfeile stellen signifikante ( $*** p < .001$ ), nicht hervorgehobene Pfeile nicht signifikante Effekte dar ( $n = 595$ )..... | 48 |

Folgende Abbildungen befinden sich im Anhang C *Zusätzliche Abbildungen*:

|                                                                                                                                                                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 8. Itemkennwerte ( $M \pm 1 SD$ ) mit korrigierter Trennschärfe für Zufriedenheit in Paarbeziehungen (ZIP) (Gesamt $n = 681$ , Gruppe PPhubbing $n = 599$ , listenweiser Fallausschluss; Gruppe Nicht-PPhubbing $n = 82$ ) ..... | 99 |
| Abbildung 9. Itemkennwerte ( $M \pm 1 SD$ ) mit korrigierter Trennschärfe für Partner Phubbing Scale ( $n = 594$ , listenweiser Fallausschluss) .....                                                                                      | 99 |

# TABELLENVERZEICHNIS

Folgende Tabellen befinden sich im Fließtext der Arbeit:

|                                                                                                                                                                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabelle 1. Facebook-Stichprobenrekrutierung über Gruppen inkl. ihrer<br>Mitgliederanzahl nach Reichweite .....                                                                                                                                  | 23 |
| Tabelle 2. Häufigkeiten und Anteilswerte (Zellenprozentage) zu Tätigkeitsbereich<br>und Ausbildungssituation zur Beschreibung der momentanen<br>Lebenssituation der Befragten.....                                                              | 31 |
| Tabelle 3. Kennwerte der Beziehungsdauer in Jahren und der Zeit des sich<br>gegenseitigen Sehens in Stunden .....                                                                                                                               | 32 |
| Tabelle 4. Kennwerte ( $M \pm SD$ ) des Lebensalters in Jahren (inkl. Zellenhäufigkeit)<br>bezügl. Geschlecht und PPhubbing.....                                                                                                                | 35 |
| Tabelle 5. Kennwerte des Ausmaßes von PPhubbing bezüglich der Wohnsituation ...                                                                                                                                                                 | 37 |
| Tabelle 6. Korrelationskoeffizient $r$ nach Pearson für die Assoziation mit PPhubbing<br>( $n = 486$ ).....                                                                                                                                     | 38 |
| Tabelle 7. Koeffizienten der Prädiktoren mit Erklärungswert im Modell für das<br>Kriterium PPhubbing ( $n = 486$ ) .....                                                                                                                        | 39 |
| Tabelle 8. Gründe für PPhubbing, hierarchisch nach Häufigkeiten und<br>Anteilswerten gerangreicht (Mehrfachnennung möglich, $n = 600$ ).....                                                                                                    | 40 |
| Tabelle 9. Koeffizient der Produkt-Moment-Korrelation $r$ für die gerangreichte<br>Korrespondenz zwischen Ausmaß der Nutzung der Smartphone-Inhalte<br>und der negativen Empfindung der Nutzung dieser Inhalte im Rahmen<br>von PPhubbing ..... | 43 |
| Tabelle 10. Koeffizient der Produkt-Moment-Korrelation $r$ für die gerangreichte<br>Korrespondenz zwischen der PPhubbing-Häufigkeit und der<br>entsprechenden negativen Empfindung aufgrund von PPhubbing an<br>einem bestimmten Ort .....      | 45 |
| Tabelle 11. Koeffizienten der Prädiktoren mit Erklärungswert im Modell für das<br>Kriterium Partnerschaftszufriedenheit ( $n = 486$ ) .....                                                                                                     | 50 |
| Tabelle 12. Statistische Kennwerte und Abkürzungen.....                                                                                                                                                                                         | 72 |

Folgende Tabellen befinden sich im Anhang C *Zusätzliche Tabellen*:

|                                                                                                                                                                                            |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabelle 13. Stichprobenbeschreibung mit Häufigkeiten und Anteilswerten<br>(Spaltenprozenze) bezüglich der Gruppen PPhubbing und Nicht-<br>PPhubbing .....                                  | 100 |
| Tabelle 14. Häufigkeiten und Anteilswerte (Zeilenprozenze) der Verteilung des<br>PPhubbings innerhalb der Gruppen bezüglich der derzeitigen<br>Tätigkeit .....                             | 102 |
| Tabelle 15. Multiple lineare Regressionsanalyse (schrittweise rückwärts) für<br>sieben Prädiktoren für das Kriterium PPhubbing ( $n = 486$ ).....                                          | 102 |
| Tabelle 16. Deskriptivstatistik ( $M \pm SD$ ) für die Nutzungshäufigkeit (1–5) und das<br>Ausmaß der empfundenen Störung (1–5) von bzw. durch<br>Smartphone-Inhalte/n beim PPhubben ..... | 104 |
| Tabelle 17. Deskriptivstatistik ( $M \pm SD$ ) für die Nutzungshäufigkeit (1–5) und das<br>Ausmaß der empfundenen Störung (1–5) an bestimmten Orten beim<br>PPhubben.....                  | 104 |
| Tabelle 18. Multiple lineare Regressionsanalyse (schrittweise rückwärts) für<br>neun Prädiktoren für das Kriterium Partnerschaftszufriedenheit<br>( $n = 486$ ) .....                      | 105 |

# ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Tabelle 12 *Statistische Kennwerte und Abkürzungen* (wörtlich übernommen von: Bortz & Schuster, 2010, S. 128, 579ff; DGP, 2016, S. 69ff)

| Abkürzung,<br>Symbol | Statistischer Kennwert                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| $\alpha$             | Wahrscheinlichkeit, die Alternativhypothese anzunehmen, obwohl in der Population die Nullhypothese gilt (Fehler erster Art, Typ I Fehler), wird auch verwendet für Cronbachs Alpha Koeffizient (Interne Konsistenz als eine Form der Reliabilität) |
| $B$                  | Unstandardisierter Regressionskoeffizient bzw. - parameter                                                                                                                                                                                         |
| $\beta$              | Standardisierter Regressionskoeffizient bzw. - parameter                                                                                                                                                                                           |
| $\chi^2$             | (Kleinbuchstabe Chi) bspw. für Chi-Quadrat-Wert bei Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest                                                                                                                                                                |
| $d$                  | Effektstärke nach Cohen, als Teststärke eines Signifikanztests                                                                                                                                                                                     |
| $df$                 | Anzahl der Freiheitsgrade; Anzahl der bei der Berechnung eines Kennwerts frei variierbaren Werte                                                                                                                                                   |
| $\eta^2$             | (Kleinbuchstabe Eta) häufig für partielles Eta-Quadrat, Effektstärke für Varianzanalysen                                                                                                                                                           |
| $F$                  | $F$ -Wert von $F$ -Test, welcher die Nullhypothese überprüft, dass die beiden zu vergleichenden Stichproben aus Grundgesamtheiten mit gleichen Varianzen stammen                                                                                   |
| $KI$                 | Konfidenzintervall bzw. Wertebereich, in dem sich der Populationsparameter mit einer vorgegebenen Sicherheit (95 %) befindet, UG bezeichnet hierbei die untere Grenze und OG die obere Grenze des Intervalls                                       |
| $M$                  | (arithmetischer) Mittelwert; ergibt sich, wenn die Summe aller Werte einer Stichprobe durch die Gesamtzahl der Werte geteilt wird                                                                                                                  |
| $Md$                 | Median; Wert einer Verteilung, der die Gesamtzahl der Fälle halbiert                                                                                                                                                                               |
| $min/max$            | Minimum und Maximum; kleinster und größter Wert                                                                                                                                                                                                    |

| Abkürzung,<br>Symbol | Statistischer Kennwert                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| $N$                  | Größe der Gesamtstichprobe                                                                                                                                                                                                           |
| $n$                  | Größe der Teilstichprobe; Anzahl der gültigen Fälle bzw. der Elemente eines definierten Teils der Gesamtstichprobe                                                                                                                   |
| $n. s.$              | nicht (statistisch) signifikant                                                                                                                                                                                                      |
| $\omega$             | (Kleinbuchstabe Omega) bspw. für Effektstärkenmaß bei Varianzanalysen                                                                                                                                                                |
| $p$                  | Wahrscheinlichkeit, dass das gefundene Ergebnis oder ein extremeres Ergebnis bei Gültigkeit der Nullhypothese eintritt (in dieser Arbeit wird $p < .10$ als Tendenz interpretiert und $p < .05$ zeigt ein signifikantes Ergebnis an) |
| %                    | Prozent                                                                                                                                                                                                                              |
| $r$                  | Pearsons Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient als Zusammenhangsmaß, welches einen Wert zwischen $-1$ und $+1$ annimmt.                                                                                                             |
| $r_{pb}$             | Punktbiserialer Korrelationskoeffizient                                                                                                                                                                                              |
| $R^2$                | Determinationskoeffizient                                                                                                                                                                                                            |
| $R^2_{adj}$          | Korrigierter, erklärter Varianzanteil                                                                                                                                                                                                |
| $SD$                 | Standardabweichung; Wurzel aus der Varianz                                                                                                                                                                                           |
| $SE$                 | Standardfehler; Standardabweichung einer Stichprobenverteilung                                                                                                                                                                       |
| $t$                  | $t$ -Wert von $t$ -Test für unabhängige Stichproben (statistischer Signifikanztest, der zwei Gruppen auf einen Unterschied bezüglich ihrer Mittelwerte eines intervallskalierten Merkmals untersucht)                                |
| $U$                  | $U$ -Wert von Mann-Whitney $U$ -Test (verteilungsfreier Signifikanztest für den Vergleich zweier unabhängiger Stichproben auf der Basis rangskalierter Daten)                                                                        |

# ANHANG A

## Zusammenfassung

Durch die voranschreitende Entwicklung von Mobiltelefonen wurden Smartphones zu kompakten, tragbaren Computern, die orts- und zeitunabhängig durch ihre Internetfähigkeit, Zugriff auf unzählige Inhalte gewähren. Doch die bahnbrechenden Fortschritte der letzten Jahrzehnte erleichtern die zwischenmenschliche Kommunikation mit abwesenden Personen nicht nur, sondern können Face-to-Face Interaktionen ebenso negativ beeinträchtigen. Die vorliegende grundlagenwissenschaftliche Arbeit beschäftigt sich mit der Störung oder Unterbrechung einer Interaktion durch das Smartphone in heterosexuellen Partnerschaften, welche mit dem Begriff Partner Phubbing (PPhubbing) bezeichnet wird. Ziel der empirischen Studie ist, das Verhalten näher zu beschreiben, zu erklären und den Einfluss davon auf die Partnerschaft zu untersuchen.

In einem nicht-experimentellen Studiendesign wurden Daten einer Ad-hoc-Stichprobe von 682 jungen Erwachsenen zur Partnerschaft und zum PPhubbing-Verhalten des/der PartnerIn, mittels Online-Fragebogen erhoben.

Die Ergebnisse veranschaulichen, dass PPhubbing ein weit verbreitetes Phänomen darstellt. Sie liefern Einblicke, unter welchen Gegebenheiten das Verhalten sowohl eher als auch vermehrt auftritt. In dieser Studie wird dargelegt, warum und wo gephubbt wird und welche Smartphone-Inhalte bei der Interaktionsunterbrechung genutzt werden. Ebenso wird aufgezeigt, an welchen Orten PPhubbing und welche Inhalte währenddessen am störendsten empfunden wird bzw. werden. Es konnte zwischen PPhubbing und der Partnerschaftszufriedenheit ein negativer Zusammenhang gefunden werden, der zudem über den Konflikt aufgrund von PPhubbing partiell mediiert wird. Weiterführende Analysen zur Ermittlung des Stellenwerts von PPhubbing demonstrierten, dass vor allem die Kommunikationszufriedenheit einen wesentlichen Beitrag an der Vorhersage der Partnerschaftszufriedenheit leistet und der Einfluss des problematischen Smartphone-Verhaltens nicht überschätzt werden darf.

Für Folgearbeiten werden ein longitudinales, experimentelles Studiendesign mit klarer Operationalisierung des Begriffs PPhubbing, ein darauf angepasstes Erhebungsinstrument und die Erfassung der Sichtweise beider Partner angeregt.

## Abstract

Due to the gradual development of mobile phones, smartphones have become compact, portable computers that provide unlimited access to vast web content regardless of location and time. But the groundbreaking progress of the past decades not only facilitates interpersonal communication with absent people but can also impact face-to-face interactions negatively. This basic scientific thesis focuses on interruptions in interactions within heterosexual romantic relationships caused by smartphones and the usage of such devices. In scientific language this is also referred to as partner phubbing (pphubbing). The aim of this empirical study is to describe and explain the behaviour and investigate its influence on relationships.

In a non-experimental study design, an online questionnaire was used to acquire data from a convenience sample of 682 young adults on their relationship and their partner's phubbing behaviour.

The results demonstrate that pphubbing is a widespread phenomenon. They provide insights under which circumstances the behaviour occurs more likely and more often. The data also reveals the reasons, occasions and means for pphubbing. It is also shown which locations and which app usages interfere the most. An important link between pphubbing and relationship dissatisfaction was found, which in addition is partially mediated by the conflict due to pphubbing. However, further analyses determining the significance of pphubbing demonstrated that satisfaction in communication, significantly contributes to predicting relationship satisfaction; thus, the impact of problematic smartphone behaviour should not be overestimated.

For follow-up work, a longitudinal experimental study design with clear operationalization of the term pphubbing, an adapted survey tool and the acquisition of the perspective of both partners are suggested.

# ANHANG B

## Fragebogen

### Fragebogenseite 1: Instruktion



Liebe/r TeilnehmerIn!

Diese wissenschaftliche Studie wird im Zuge meiner Masterarbeit im Studienfach Psychologie an der Universität Wien durchgeführt und beschäftigt sich mit **Partner Phubbing – einem speziellen Smartphone-Verhalten** – im jungen Erwachsenenalter. Der Begriff wird im Laufe des Fragebogens erläutert und für den Fall, dass diese Studie Ihr Interesse weckt, erhalten Sie am Ende des Fragebogens Informationen zur Entstehung des Begriffs.

Bitte füllen Sie den Fragebogen nur aus, wenn Folgendes auf Sie zutrifft:

- Sie befinden sich aktuell in einer **heterosexuellen Partnerschaft/Ehe**.
- Sie und Ihr/e PartnerIn sind **beide zwischen 18 und 35 Jahre** alt.
- Sie und Ihr/e PartnerIn besitzen **beide ein Smartphone**. Der Besitz eines herkömmlichen Mobiltelefons genügt nicht für die Studienteilnahme.

Bitte füllen Sie den Fragebogen nicht aus, wenn Sie sich derzeit in einer romantischen Beziehung mit mehreren Personen befinden.



Bitte lesen Sie die folgenden Instruktionen genau durch und beantworten Sie alle Fragen sorgfältig. Sollten Sie sich bei einer Frage nicht ganz sicher sein, entscheiden Sie sich bitte für die Antwortmöglichkeit, die am ehesten zutrifft. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten, da Ihre persönliche Einschätzung bzw. Wahrnehmung gefragt ist.

Die Bearbeitung des Fragebogens wird in etwa 10–15 Minuten dauern.

Ihre Studienteilnahme erfolgt freiwillig und selbstverständlich anonym. Die Angaben werden ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke genutzt und lediglich gruppenbezogen analysiert, weshalb keine Rückschlüsse auf Ihre Person möglich sind. Es steht Ihnen frei die Untersuchung jederzeit ohne Angabe von Gründen abubrechen.

Wenn Sie mit der Teilnahme einverstanden sind, klicken Sie auf "Weiter".

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Ann-Sophie Denninger, BSc

Bei Fragen stehe ich gerne unter [partnerphubbing@gmail.com](mailto:partnerphubbing@gmail.com) zur Verfügung.

Weiter

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017

0% ausgefüllt

## Fragebogenseite 2: soziodemographische Merkmale der Befragten



### Geschlecht:

- ☐ weiblich  
☐ männlich

### Alter (im Bereich von 18 bis 35 Jahren):

Jahre

### Nationalität:

- ☐ Österreich  
☐ Deutschland  
☐ Andere:

### Höchste abgeschlossene Ausbildung:

- ☐ Pflichtschule  
☐ Lehre, Berufsschule  
☐ Fachschule, berufsbildende mittlere Schule (z.B. HAS/HASCH)  
☐ Hochschulreife: Matura, (Fach-)Abitur  
☐ Hochschulverwandte Ausbildung (berufs- und lehrerbildende Akademie)  
☐ (Fach-)Hochschule, Universität – Bachelor  
☐ (Fach-)Hochschule, Universität – Master/Diplom  
☐ Sonstiges:

### Derzeitige Tätigkeit (*Mehrfachnennung möglich*):

- ☐ in Ausbildung zum/r   
☐ StudentIn im Studienfach   
☐ AngestellteR  
☐ ArbeiterIn  
☐ freie/r DienstnehmerIn  
☐ selbstständig  
☐ arbeitslos/arbeitssuchend  
☐ Sonstiges:

Weiter

## Fragebogenseite 2 (Fortsetzung)

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017

11% ausgefüllt

## Fragebogenseite 3: soziodemographische Merkmale der PartnerInnen und Partnerschaftsvariablen



### Beziehungsstatus:

- ☐ in einer Beziehung
- ☐ verheiratet/ eingetragene Partnerschaft

### Alter des/r PartnerIn (im Bereich von 18 bis 35 Jahren):

Jahre

### Höchste abgeschlossene Ausbildung des/r PartnerIn:

- ☐ Pflichtschule
- ☐ Lehre, Berufsschule
- ☐ Fachschule, berufsbildende mittlere Schule (z.B. HAS/HASCH)
- ☐ Hochschulreife: Matura, (Fach-)Abitur
- ☐ Hochschulverwandte Ausbildung (berufs- und lehrerbildende Akademie)
- ☐ (Fach-)Hochschule, Universität – Bachelor
- ☐ (Fach-)Hochschule, Universität – Master/Diplom
- ☐ Sonstiges:

### Aktuelle Wohnsituation:

- ☐ ohne PartnerIn
- ☐ mit PartnerIn
- ☐ mit PartnerIn und Kind(ern)

### Beziehungsdauer:

Jahr(e)  Monat(e)

### Fragebogenseite 3 (Fortsetzung)

Wie viele Stunden sehen Sie Ihre/n PartnerIn in einer gewöhnlichen Woche insgesamt im Zeitraum von Montag bis Freitag?

Bitte summieren Sie die Stunden über die 5 Wochentage, ohne dabei die Nachtruhe zu berücksichtigen.

Stunde(n)

Wie viele Stunden sehen Sie Ihre/n PartnerIn in einer gewöhnlichen Woche insgesamt am Samstag und am Sonntag?

Bitte summieren Sie die Stunden über beide Wochenendtage, ohne dabei die Nachtruhe zu berücksichtigen.

Stunde(n)

Weiter

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017

22% ausgefüllt

### Fragebogenseite 4: Kommunikations- und Partnerschaftszufriedenheit



Wie zufrieden sind Sie im Allgemeinen mit der Kommunikation mit Ihrem/r PartnerIn?

gar nicht zufrieden  sehr zufrieden

Bitte beantworten Sie folgende Fragen, indem Sie sich jeweils für einen der fünf Skalenpunkte entscheiden.

Wie gut erfüllt Ihr/e PartnerIn Ihre Wünsche und Bedürfnisse?

gar nicht gut ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr gut

Wie zufrieden sind Sie im Großen und Ganzen mit Ihrer Beziehung?

gar nicht zufrieden ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr zufrieden

Wie gut ist Ihre Beziehung im Vergleich zu den Beziehungen der meisten anderen Paare?

gar nicht gut ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr gut

Wie oft wünschen Sie sich, dass Sie diese Beziehung lieber nicht hätten?

gar nicht ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr oft

Wie gut erfüllt Ihre Beziehung Ihre ursprünglichen Erwartungen?

gar nicht gut ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr gut

Wie sehr lieben Sie Ihre/n PartnerIn?

gar nicht ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr

## Fragebogenseite 4 (Fortsetzung)

**Wie viele Probleme gibt es in Ihrer Beziehung?**

gar keine ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr viele

Weiter

---

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017 33% ausgefüllt

## Fragebogenseite 5: Definition und Vorkommen von PPhubbing



Bitte lesen Sie die Begriffsdefinitionen, um die nächsten Fragen richtig zu verstehen. Während der Beantwortung der Fragen stehen Ihnen rote Verlinkungen zu diesen Begriffen zur Verfügung.

Bei dem Begriff **Phubbing** handelt es sich um eine Unterbrechung oder Störung einer Interaktion (z.B. einer Unterhaltung) mit einer Person, bei der dem Smartphone anstatt dem Gegenüber die Aufmerksamkeit gewidmet wird.

Um **Partner Phubbing** handelt es sich, wenn dieses Verhalten in romantischen Beziehungen auftritt.

Die Person, welche aufgrund des Smartphones die Interaktion mit dem/r PartnerIn unterbricht bzw. stört und ihren/seine PartnerIn somit vor den Kopf stößt bzw. abblitzen lässt, **phubbt** (engl.: to phubb sb.). Die andere Person, welche deswegen gleichgültig abgewiesen wird, wurde **gephubbt** (engl.: to be phubbed) (Roberts & David, 2016).

Bei Fragen stehe ich gerne unter [partnerphubbing@gmail.com](mailto:partnerphubbing@gmail.com) zur Verfügung.

☐ Ich habe die angeführten Definitionen gelesen und verstanden.

**Haben Sie folgendes schon erlebt?**

Mein/e PartnerIn verwendet sein/ihr Smartphone in meinem Beisein und unterbricht damit unsere Interaktion miteinander (z.B. Gespräch, Kuscheln).

☐ Ist schon mindestens einmal vorgekommen.

☐ Ist noch nie vorgekommen.

Weiter

---

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017 44% ausgefüllt

## Fragebogenseite 6: PPhubbing (Scale, Häufigkeit, neg. Empfindung und Konflikt)



Bitte schätzen Sie die folgenden Aussagen in Bezug auf die Häufigkeit ihres Auftretens ein.

|                                                                                                                                     | nie                   | ständig               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Während einer gemeinsamen Mahlzeit holt mein/e PartnerIn sein/ihr Smartphone hervor, um dieses zu checken.                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mein/e PartnerIn platziert sein/ihr Smartphone an eine für ihn/sie sichtbare Stelle, wenn wir zusammen sind.                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mein/e PartnerIn behält sein/ihr Smartphone in der Hand, wenn er/sie bei mir ist.                                                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Wenn das Smartphone meines/r PartnerIn klingelt oder piepst, holt er/sie es hervor, auch wenn wir inmitten einer Unterhaltung sind. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mein/e PartnerIn blickt auf sein/ihr Smartphone, wenn er/sie mit mir spricht.                                                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| In der Freizeit, die mein/e PartnerIn und ich gemeinsam verbringen können, verwendet mein/e PartnerIn sein/ihr Smartphone.          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mein/e PartnerIn verwendet sein/ihr Smartphone, wenn wir miteinander reden.                                                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mein/e PartnerIn verwendet sein/ihr Smartphone, wenn wir gemeinsam unterwegs sind.                                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Wenn unser Gespräch ins Stocken kommt, checkt mein/e PartnerIn sein/ihr Smartphone.                                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Wie häufig kommt es vor, dass Ihr/e PartnerIn Sie **phubbt**?

nie  ständig

Wie sehr empfinden Sie es als störend, wenn Ihr/e PartnerIn Sie phubbt?

gar nicht  sehr

Wie häufig kommt es in Ihrer Beziehung zum Konflikt, weil Ihr/e PartnerIn Sie phubbt?

nie  ständig

Weiter

## Fragebogenseite 7 – Originalansicht: Smartphone-Inhalte bei PPhubbing



Schätzen Sie bitte im Folgenden ein,

- wie häufig Ihr/e PartnerIn wohl einzelne **Inhalte** nutzt, wenn er/sie Sie **phubbt**.

Tritt dies öfter als nie auf, dann beurteilen Sie bitte,

- wie sehr Sie es als störend empfinden, dass Ihr/e PartnerIn dies tut, wenn er/sie Sie phubbt.



Wenn mein/e PartnerIn mich phubbt, nutzt er/sie:

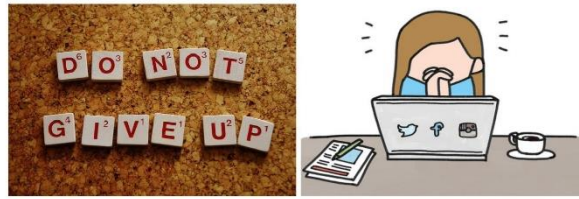
|                                                                                                                       |                                                                                                                                                 |                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Kommunikation mit Abwesenden – privater Inhalt (z.B. Chatprogramme, E-Mail, Messenger)</b>                         |                                                                                                                                                 |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                                                        | nie <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> ständig | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| <b>Kommunikation mit Abwesenden – beruflicher/ausbildungsbezogener Inhalt (z.B. Chatprogramme, E-Mail, Messenger)</b> |                                                                                                                                                 |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                                                        | nie <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> ständig | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| <b>Fotos, Videos und Musik</b>                                                                                        |                                                                                                                                                 |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                                                        | nie <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> ständig | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| <b>Online-Shopping (z.B. Amazon, Zalando)</b>                                                                         |                                                                                                                                                 |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                                                        | nie <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> ständig | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| <b>Informationsbeschaffung (z.B. News lesen, Surfen/Recherche im Internet)</b>                                        |                                                                                                                                                 |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                                                        | nie <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> ständig | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| <b>Social Media Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)</b>                                                              |                                                                                                                                                 |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                                                        | nie <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> ständig | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| <b>Spiele</b>                                                                                                         |                                                                                                                                                 |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                                                        | nie <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> ständig | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| <b>Funktionen (z.B. Uhrzeit, Wecker, Taschenrechner, Notizen)</b>                                                     |                                                                                                                                                 |                                   |
|                                                                                                                       |                                                                                                                                                 | Weiß nicht. <input type="radio"/> |

|                |                                                                                                                                                 |                       |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Kommt ... vor. | nie <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> ständig | <input type="radio"/> |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|

|                                                                                            |                                                                                                                                                 |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>Was mein/e PartnerIn am Smartphone tut, wenn er/sie mich phubbt, ist mir unbekannt.</b> |                                                                                                                                                 |  |
| Kommt ... vor.                                                                             | nie <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> ständig |  |

|                                           |  |  |
|-------------------------------------------|--|--|
| <b>Anderer Inhalt</b>                     |  |  |
| ggf. bitte ausfüllen <input type="text"/> |  |  |

## Fragebogenseite 7 – Originalansicht (Fortsetzung)



Bald ist es geschafft! Danke fürs Durchhalten!

Weiter

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017

67% ausgefüllt

## Fragebogenseite 7 – Erweiterte Ansicht



Schätzen Sie bitte im Folgenden ein,

- wie häufig Ihr/e PartnerIn wohl einzelne **Inhalte** nutzt, wenn er/sie Sie **phubbt**.

Tritt dies öfter als nie auf, dann beurteilen Sie bitte,

- wie sehr Sie es als **störend** empfinden, dass Ihr/e PartnerIn dies tut, wenn er/sie Sie phubbt.

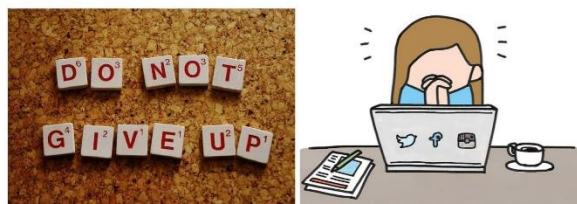


**Wenn mein/e PartnerIn mich phubbt, nutzt er/sie:**

| Kommunikation mit Abwesenden – privater Inhalt (z.B. Chatprogramme, E-Mail, Messenger)                         |                     |                                                                                                                          |                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Kommt ... vor.                                                                                                 | nie                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | ständig                           |
| Empfinde ich als störend.                                                                                      | trifft gar nicht zu | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>            | trifft voll und ganz zu           |
|                                                                                                                |                     |                                                                                                                          | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| Kommunikation mit Abwesenden – beruflicher/ausbildungsbezogener Inhalt (z.B. Chatprogramme, E-Mail, Messenger) |                     |                                                                                                                          |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                                                 | nie                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | ständig                           |
| Empfinde ich als störend.                                                                                      | trifft gar nicht zu | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>            | trifft voll und ganz zu           |
|                                                                                                                |                     |                                                                                                                          | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| Fotos, Videos und Musik                                                                                        |                     |                                                                                                                          |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                                                 | nie                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | ständig                           |
| Empfinde ich als störend.                                                                                      | trifft gar nicht zu | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>            | trifft voll und ganz zu           |
|                                                                                                                |                     |                                                                                                                          | Weiß nicht. <input type="radio"/> |

## Fragebogenseite 7 – Erweitere Ansicht (Fortsetzung)

| Online-Shopping (z.B. Amazon, Zalando)                                              |                     |                                                                                                                          |                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Kommt ... vor.                                                                      | nie                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | ständig                           |
| Empfinde ich als störend.                                                           | trifft gar nicht zu | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>            | trifft voll und ganz zu           |
|                                                                                     |                     |                                                                                                                          | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| Informationsbeschaffung (z.B. News lesen, Surfen/Recherche im Internet)             |                     |                                                                                                                          |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                      | nie                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | ständig                           |
| Empfinde ich als störend.                                                           | trifft gar nicht zu | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>            | trifft voll und ganz zu           |
|                                                                                     |                     |                                                                                                                          | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| Social Media Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)                                   |                     |                                                                                                                          |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                      | nie                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | ständig                           |
| Empfinde ich als störend.                                                           | trifft gar nicht zu | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>            | trifft voll und ganz zu           |
|                                                                                     |                     |                                                                                                                          | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| Spiele                                                                              |                     |                                                                                                                          |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                      | nie                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | ständig                           |
| Empfinde ich als störend.                                                           | trifft gar nicht zu | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>            | trifft voll und ganz zu           |
|                                                                                     |                     |                                                                                                                          | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| Funktionen (z.B. Uhrzeit, Wecker, Taschenrechner, Notizen)                          |                     |                                                                                                                          |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                      | nie                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | ständig                           |
| Empfinde ich als störend.                                                           | trifft gar nicht zu | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>            | trifft voll und ganz zu           |
|                                                                                     |                     |                                                                                                                          | Weiß nicht. <input type="radio"/> |
| Was mein/e PartnerIn am Smartphone tut, wenn er/sie mich phubbt, ist mir unbekannt. |                     |                                                                                                                          |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                      | nie                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | ständig                           |
| Empfinde ich als störend.                                                           | trifft gar nicht zu | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>            | trifft voll und ganz zu           |
| Anderer Inhalt                                                                      |                     |                                                                                                                          |                                   |
| <input type="text" value="Nennung eines anderen Inhalts"/>                          |                     |                                                                                                                          |                                   |
| Kommt ... vor.                                                                      | nie                 | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | ständig                           |
| Empfinde ich als störend.                                                           | trifft gar nicht zu | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>            | trifft voll und ganz zu           |



Bald ist es geschafft! Danke fürs Durchhalten!

Weiter

## Fragebogenseite 7 – Erweiterte Ansicht (Fortsetzung)

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017

67% ausgefüllt

## Fragebogenseite 8– Originalansicht: Orte bei PPhubbing

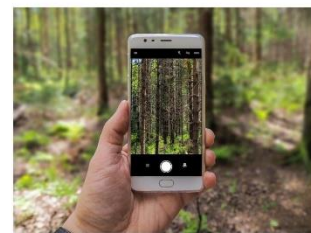


Schätzen Sie bitte im Folgenden ein,

- wie häufig Ihr/e PartnerIn Sie an einem bestimmten **Ort phubbt**.

Tritt dies öfter als nie auf, dann beurteilen Sie bitte,

- wie sehr Sie es als störend empfinden, an diesem Ort gephubbt zu werden.



**Mein/e PartnerIn phubbt mich:**

**Zuhause im Wohnbereich (z.B. auf der Couch)**

Wenn Sie nicht mit Ihrem/r PartnerIn zusammenwohnen, dann denken Sie bitte an das Zuhause, wo Sie häufiger gemeinsam Zeit verbringen.

Kommt ... vor. nie ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ständig

**Zuhause im Schlafbereich**

Kommt ... vor. nie ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ständig

**In Lokalen (z.B. Cafés, Restaurants, Bars, Clubs)**

Kommt ... vor. nie ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ständig

**Unterwegs (z.B. in öffentlichen Verkehrsmitteln, im Auto, auf der Straße)**

Kommt ... vor. nie ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ständig

**Anderer Ort**

ggf. bitte ausfüllen

Weiter

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017

78% ausgefüllt

## Fragebogenseite 8 – Erweiterte Ansicht: Orte bei PPhubbing



## Fragebogenseite 8 – Erweiterte Ansicht (Fortsetzung)

Schätzen Sie bitte im Folgenden ein,

- wie häufig Ihr/e PartnerIn Sie an einem bestimmten **Ort phubbt**.

Tritt dies öfter als nie auf, dann beurteilen Sie bitte,

- wie sehr Sie es als störend empfinden, an diesem Ort ge-phubbt zu werden.



**Mein/e PartnerIn phubbt mich:**

### Zuhause im Wohnbereich (z.B. auf der Couch)

Wenn Sie nicht mit Ihrem/r PartnerIn zusammenwohnen, dann denken Sie bitte an das Zuhause, wo Sie häufiger gemeinsam Zeit verbringen.

Kommt ... vor. nie ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ständig

Empfinde ich als störend. trifft gar nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ trifft voll und ganz zu

### Zuhause im Schlafbereich

Kommt ... vor. nie ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ständig

Empfinde ich als störend. trifft gar nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ trifft voll und ganz zu

### In Lokalen (z.B. Cafés, Restaurants, Bars, Clubs)

Kommt ... vor. nie ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ständig

Empfinde ich als störend. trifft gar nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ trifft voll und ganz zu

### Unterwegs (z.B. in öffentlichen Verkehrsmitteln, im Auto, auf der Straße)

Kommt ... vor. nie ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ständig

Empfinde ich als störend. trifft gar nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ trifft voll und ganz zu

### Anderer Ort

"Nennung eines anderen Orts"

Kommt ... vor. nie ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ständig

Empfinde ich als störend. trifft gar nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ trifft voll und ganz zu

Weiter

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017

78% ausgefüllt

## Fragebogenseite 9 – Originalansicht: Gründe für PPhubbing und Gewinnspiel



## Fragebogenseite 9 – Originalansicht (Fortsetzung)

Bitte geben Sie an, welche der angeführten Gründe für Partner Phubbing am ehesten in Ihrer Beziehung zutreffend sind.

Mehrfachnennung möglich.

Ich glaube mein/e PartnerIn **phubbt** mich,...

- ☐ ... weil er/sie die Angewohnheit hat häufig auf das Handy zu sehen.
- ☐ ... weil er/sie keine Lust (mehr) hat sich mit mir zu unterhalten.
- ☐ ... weil ihm/ihr gerade etwas eingefallen ist, was er/sie schnell nachsehen möchte.
- ☐ ... weil er/sie Angst davor hat, (online) etwas zu verpassen.
- ☐ ... weil wir uns gerade nichts mehr zu erzählen haben.
- ☐ ... weil er/sie sich über tagesaktuelle Ereignisse am Laufenden halten möchte.
- ☐ ... weil ihm/ihr langweilig ist.
- ☐ ... weil er/sie sonst einfach nicht dazu kommt, die Dinge nachzusehen oder mit den Personen zu kommunizieren.
- ☐ ... weil es sich um dringende/wichtige Dinge handelt, die sofort erledigt werden müssen.
- ☐ ... weil er/sie auf die Signale des Smartphones (Läuten, Vibrieren) reagiert.
- ☐ ... weil er/sie sich nicht für mich interessiert.
- ☐ ... weil ich zuvor schon mein Smartphone in der Hand hatte.
- ☐ Anderer Grund:

Wenn Sie am Gewinnspiel (Verlosung von 3 Amazon-Gutscheinen zu je € 20,-) teilnehmen möchten, geben Sie bitte Ihre E-Mail-Adresse an.

- ☐ Ich will am **Gewinnspiel** teilnehmen. Ich bin damit einverstanden, dass meine E-Mail-Adresse bis zur Ziehung der Gewinner gespeichert wird. Meine Angaben in dieser Befragung bleiben weiterhin anonym, meine E-Mail-Adresse wird nicht an Dritte weitergegeben.

Weiter

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017

89% ausgefüllt

## Fragebogenseite 9 – Erweiterte Ansicht: Gründe für PPhubbing und Gewinnspiel



Bitte geben Sie an, welche der angeführten Gründe für Partner Phubbing am ehesten in Ihrer Beziehung zutreffend sind.

Mehrfachnennung möglich.

Ich glaube mein/e PartnerIn **phubbt** mich,...

- ☐ ... weil er/sie die Angewohnheit hat häufig auf das Handy zu sehen.
- ☐ ... weil er/sie keine Lust (mehr) hat sich mit mir zu unterhalten.

## Fragebogenseite 9 – Erweiterte Ansicht (Fortsetzung)

- ☐ ... weil ihm/ihr gerade etwas eingefallen ist, was er/sie schnell nachsehen möchte.
- ☐ ... weil er/sie Angst davor hat, (online) etwas zu verpassen.
- ☐ ... weil wir uns gerade nichts mehr zu erzählen haben.
- ☐ ... weil er/sie sich über tagesaktuelle Ereignisse am Laufenden halten möchte.
- ☐ ... weil ihm/ihr langweilig ist.
- ☐ ... weil er/sie sonst einfach nicht dazu kommt, die Dinge nachzusehen oder mit den Personen zu kommunizieren.
- ☐ ... weil es sich um dringende/wichtige Dinge handelt, die sofort erledigt werden müssen.
- ☐ ... weil er/sie auf die Signale des Smartphones (Läuten, Vibrieren) reagiert.
- ☐ ... weil er/sie sich nicht für mich interessiert.
- ☐ ... weil ich zuvor schon mein Smartphone in der Hand hatte.
- ☐ Anderer Grund:

Wenn Sie am Gewinnspiel (Verlosung von 3 Amazon-Gutscheinen zu je € 20,-) teilnehmen möchten, geben Sie bitte Ihre E-Mail-Adresse an.

- ☒ Ich will am **Gewinnspiel** teilnehmen. Ich bin damit einverstanden, dass meine E-Mail-Adresse bis zur Ziehung der Gewinner gespeichert wird. Meine Angaben in dieser Befragung bleiben weiterhin anonym, meine E-Mail-Adresse wird nicht an Dritte weitergegeben.

E-Mail-Adresse:

Weiter

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017

89% ausgefüllt

## Fragebogenseite 10: Information



Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Thank  
You

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.

## Fragebogenseite 10 (Fortsetzung)

### Information zu Phubbing für Interessierte

#### Was bedeutet Phubbing?

Phubbing ist ein Kofferwort und setzt sich aus den englischen Worten *phone* und *snubbing* (to snub sb. = jmd. eine Abfuhr erteilen / vor den Kopf stoßen) zusammen.

Das Wort steht für das Verhalten sein Gegenüber vor den Kopf zu stoßen, indem man auf sein Mobiltelefon blickt anstatt Aufmerksamkeit zu schenken. Es stellt somit eine Unterbrechung oder Störung einer Interaktion zwischen einer Person, die ein Mobiltelefon benutzt und seinem Gegenüber dar (Roberts & David, 2016).

#### Seit wann gibt es den Begriff, wo kommt er her und wie wurde er bekannt?

Der Begriff Phubbing wurde im Jahr 2013 von SprachexpertInnen an der Universität von Sydney entwickelt. Um auf dieses neue Wort aufmerksam zu machen, wurde die Bewegung *Stop Phubbing* gegründet, die daran erinnern sollte, sich wieder mehr einander zu widmen und das Mobiltelefon zur Seite zu legen. Im Zuge dieser Bewegung wurde die Homepage [stopphubbing.com](http://stopphubbing.com) eingerichtet, wo man zum Download verfügbare Poster findet und eine Facebook-Seite gestaltet. Als diese Bewegung die Spitze der medialen Beachtung erhielt, wurde das Youtube-Video mit dem Namen „Phubbing: A Word is Born“ veröffentlicht (McCann., n.d.).

#### Warum wurde der Begriff entwickelt?

Mit dem Video wurde bekannt, dass sowohl die Entwicklung des Wortes Phubbing als auch die gesamte Stop Phubbing Bewegung eine Marketingstrategie der Werbeagentur McCann war. Damit wurde die sechste Auflage des nationalen Lexikons von Australien – das Macquaire – beworben. Der Zweck der Worteführung war somit, darauf hinzuweisen, dass sich die Sprache kontinuierlich verändert und man sein Lexikon auf den aktuellen Stand bringen sollte (McCann., n.d.).

#### Partner Phubbing: Was hat das alles mit mir zu tun?

Partner Phubbing (Pphubbing) wurde erstmals 2016 von Roberts und David untersucht, die in ihrer Studie Items zur Erfassung dieses Verhaltens in romantischen Beziehungen entwickelten. Deren Items kamen in diesem Fragebogen hier

erstmals in deutscher Fassung zum Einsatz. Mit Ihrer Studienteilnahme haben Sie daher einen wertvollen Beitrag zur Erforschung des Phänomens im deutschsprachigen Raum geleistet.

#### Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Ann-Sophie Denninger, BSc

---

#### Quellen:

McCann. (n.d.). *Phubbing – a word is born* [Video file]. Retrieved from <http://mccann.com.au/project/phubbing-a-word-is-born/>

Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134–141. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.058>

Aus folgenden Quellen kamen in diesem Fragebogen Items in modifizierter bzw. übersetzter Form zum Einsatz:

Hassebrauck, M. (1991). ZIP – Ein Instrumentarium zur Erfassung der Zufriedenheit in Paarbeziehungen. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 22, 256–259.

Roberts, J. A. & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134–141. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.058>

Alle Fotos, die in diesem Fragebogen gezeigt wurden, stammen von pixabay.com. Die freie Nutzung ist gestattet und es ist kein Bildnachweis nötig.

---

Ann-Sophie Denninger, BSc, Fakultät für Psychologie, Universität Wien – 2017

# Variablen-Übersicht

## Variablen-Übersicht

### Fragebogen-interne Daten

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Im Datensatz finden Sie neben Ihren Fragen folgende zusätzliche Variablen, sofern Sie die entsprechende Option beim Herunterladen des Datensatzes nicht deaktivieren.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>CASE</b> Fortlaufende Nummer der Versuchsperson<br><b>REF</b> Referenz, falls solch eine im Link zum Fragebogen übergeben wurde<br><b>LASTPAGE</b> Nummer der Seite im Fragebogens, die zuletzt bearbeitet und abgeschickt wurde<br><b>QUESTNNR</b> Kennung des Fragebogens, der bearbeitet wurde<br><b>MODE</b> Information, ob der Fragebogen im Pretest oder durch einen Projektmitarbeiter gestartet wurde<br><b>STARTED</b> Zeitpunkt, zu dem der Teilnehmer den Fragebogen aufgerufen hat<br><b>FINISHED</b> Information, ob der Fragebogen bis zur letzten Seite ausgefüllt wurde<br><b>TIME_001...</b> Zeit, die ein Teilnehmer auf einer Fragebogen-Seite verbracht hat<br>Bitte beachten Sie, dass Sie die Fragebogen-internen Variablen nicht mit der Funktion value() auslesen können. Für Interview-Nummer und Referenz stehen aber die PHP-Funktionen <a href="#">PHP-Funktion caseNumber()</a> und <a href="#">PHP-Funktion reference()</a> zur Verfügung.<br>Details über die zusätzlichen Variablen stehen in der Anleitung: <a href="#">Zusätzliche Variablen in der Datenausgabe</a> |

### Rubrik SD: Soziodemographie

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[SD01]</b> Auswahl<br>Geschlecht<br>"Geschlecht:"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>SD01</b> Geschlecht<br>1 = weiblich<br>2 = männlich<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>[SD02]</b> Offene Texteingabe<br>Alter - Befragte/r<br>"Alter (im Bereich von 18 bis 35 Jahren):"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>SD02_01</b> ... Jahre<br>Offene Eingabe (Ganze Zahl)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>[SD03]</b> Auswahl<br>Nationalität<br>"Nationalität:"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>SD03</b> Nationalität<br>1 = Österreich<br>2 = Deutschland<br>3 = Andere:<br>-9 = nicht beantwortet<br><b>SD03_03</b> Andere<br>Offene Texteingabe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>[SD04]</b> Auswahl<br>Ausbildung - Befragte/r<br>"Höchste abgeschlossene Ausbildung:"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>SD04</b> Ausbildung - Befragte/r<br>1 = Pflichtschule<br>2 = Lehre, Berufsschule<br>3 = Fachschule, berufsbildende mittlere Schule (z.B. HAS/HASCH)<br>4 = Hochschulreife: Matura, (Fach-)Abitur<br>5 = Hochschulverwandte Ausbildung (berufs- und lehrerbildende Akademie)<br>6 = (Fach-)Hochschule, Universität - Bachelor<br>7 = (Fach-)Hochschule, Universität - Master/Diplom<br>8 = Sonstiges:<br>-9 = nicht beantwortet<br><b>SD04_08</b> Sonstiges<br>Offene Texteingabe |
| <b>[SD05]</b> Mehrfachauswahl<br>Tätigkeit<br>"Derzeitige Tätigkeit (Mehrfachnennung möglich):"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>SD05</b> Tätigkeit: Ausweichoption (negativ) oder Anzahl ausgewählter Optionen<br><b>SD05_01</b> in Ausbildung zum/r<br><b>SD05_02</b> StudentIn im Studienfach<br><b>SD05_03</b> AngestellteR<br><b>SD05_04</b> ArbeiterIn<br><b>SD05_08</b> freie/r DienstnehmerIn<br><b>SD05_05</b> selbstständig<br><b>SD05_06</b> arbeitslos/arbeitssuchend                                                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SD05_07</b> Sonstiges<br>1 = nicht gewählt<br>2 = ausgewählt<br><b>SD05_01a</b> in Ausbildung zum/r (offene Eingabe)<br><b>SD05_02a</b> StudentIn im Studienfach (offene Eingabe)<br><b>SD05_07a</b> Sonstiges (offene Eingabe)<br>Offene Texteingabe |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### Rubrik AP: Angaben zum/r PartnerIn

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[AP01]</b> Offene Texteingabe<br><b>Alter - PartnerIn</b><br>"Alter des/r PartnerIn (im Bereich von 18 bis 35 Jahren):"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>AP01_01</b> ... Jahre<br>Offene Eingabe (Ganze Zahl)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>[AP02]</b> Auswahl<br><b>Ausbildung - PartnerIn</b><br>"Höchste abgeschlossene Ausbildung des/r PartnerIn:"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>AP02</b> Ausbildung - PartnerIn<br>1 = Pflichtschule<br>2 = Lehre, Berufsschule<br>3 = Fachschule, berufsbildende mittlere Schule (z.B. HAS/HASCH)<br>4 = Hochschulreife: Matura, (Fach-)Abitur<br>5 = Hochschulverwandte Ausbildung (berufs- und lehrerbildende Akademie)<br>6 = (Fach-)Hochschule, Universität - Bachelor<br>7 = (Fach-)Hochschule, Universität - Master/Diplom<br>8 = Sonstiges:<br>-9 = nicht beantwortet<br><b>AP02_08</b> Sonstiges<br>Offene Texteingabe |

#### Rubrik AB: Angaben zur Beziehung

|                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[AB01]</b> Auswahl<br><b>Beziehungsstatus</b><br>"Beziehungsstatus:"                                                                                                                                |
| <b>AB01</b> Beziehungsstatus<br>1 = in einer Beziehung<br>2 = verheiratet/ eingetragene Partnerschaft<br>-9 = nicht beantwortet                                                                        |
| <b>[AB02]</b> Lückentext<br><b>Beziehungsdauer</b><br>"Beziehungsdauer:"                                                                                                                               |
| <b>AB02_01</b> ... Jahr(e)<br><b>AB02_02</b> ... Monat(e)<br>Offene Eingabe (Ganze Zahl)                                                                                                               |
| <b>[AB03]</b> Auswahl<br><b>Wohnsituation</b><br>"Aktuelle Wohnsituation:"                                                                                                                             |
| <b>AB03</b> Wohnsituation<br>1 = ohne PartnerIn<br>2 = mit PartnerIn<br>3 = mit PartnerIn und Kind(ern)<br>-9 = nicht beantwortet                                                                      |
| <b>[AB04]</b> Offene Texteingabe<br><b>Mo-Fr: h/Woche, die man sich sieht</b><br>"Wie viele Stunden sehen Sie Ihre/n PartnerIn in einer gewöhnlichen Woche insgesamt im Zeitraum von Montag bis..."    |
| <b>AB04_01</b> ... Stunde(n)<br>Offene Eingabe (Ganze Zahl)                                                                                                                                            |
| <b>[AB05]</b> Offene Texteingabe<br><b>Sa &amp; So: h/Woche, die man sich sieht</b><br>"Wie viele Stunden sehen Sie Ihre/n PartnerIn in einer gewöhnlichen Woche insgesamt am Samstag und am Sonntag?" |
| <b>AB05_01</b> ... Stunde(n)<br>Offene Eingabe (Ganze Zahl)                                                                                                                                            |

## Rubrik ZF: Zufriedenheit

|                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[ZF01]</b> Polaritätenprofil<br><b>PZ1 Partnerschaftszufriedenheit</b><br>"Bitte beantworten Sie folgende Fragen, indem Sie sich jeweils für einen der fünf Skalenpunkte entscheiden." |
| <b>ZF01_01</b> gar nicht gut/sehr gut<br>1 = gar nicht gut<br>5 = sehr gut<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                      |
| <b>[ZF02]</b> Polaritätenprofil<br><b>PZ2 Partnerschaftszufriedenheit</b>                                                                                                                 |
| <b>ZF02_01</b> gar nicht zufrieden/sehr zufrieden<br>1 = gar nicht zufrieden<br>5 = sehr zufrieden<br>-9 = nicht beantwortet                                                              |
| <b>[ZF03]</b> Polaritätenprofil<br><b>PZ3 Partnerschaftszufriedenheit</b>                                                                                                                 |
| <b>ZF03_01</b> gar nicht gut/sehr gut<br>1 = gar nicht gut<br>5 = sehr gut<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                      |
| <b>[ZF04]</b> Polaritätenprofil<br><b>PZ4 Partnerschaftszufriedenheit</b>                                                                                                                 |
| <b>ZF04_01</b> gar nicht/sehr oft<br>1 = gar nicht<br>5 = sehr oft<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                              |
| <b>[ZF05]</b> Polaritätenprofil<br><b>PZ5 Partnerschaftszufriedenheit</b>                                                                                                                 |
| <b>ZF05_01</b> gar nicht gut/sehr gut<br>1 = gar nicht gut<br>5 = sehr gut<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                      |
| <b>[ZF06]</b> Polaritätenprofil<br><b>PZ6 Partnerschaftszufriedenheit</b>                                                                                                                 |
| <b>ZF06_01</b> gar nicht/sehr<br>1 = gar nicht<br>5 = sehr<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                                      |
| <b>[ZF07]</b> Polaritätenprofil<br><b>PZ7 Partnerschaftszufriedenheit</b>                                                                                                                 |
| <b>ZF07_01</b> gar keine/sehr viele<br>1 = gar keine<br>5 = sehr viele<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                          |
| <b>[ZF08]</b> Zweiseitiger Schieberegler<br>Kommunikation - Zufriedenheit<br>"Wie zufrieden sind Sie im Allgemeinen mit der Kommunikation mit Ihrem/r PartnerIn?"                         |
| <b>ZF08_01</b> gar nicht zufrieden/sehr zufrieden<br>1 = gar nicht zufrieden<br>101 = sehr zufrieden<br>-9 = nicht beantwortet                                                            |

## Rubrik DF: Definition Phubbing

|                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[DF01]</b> Auswahl<br>Definition-Frage<br>"Bitte lesen Sie die Begriffsdefinitionen, um die nächsten Fragen richtig zu verstehen. Während der Beantwort..." |
| <b>DF01</b> Definition-Frage<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                                         |
| <b>[DF02]</b> Auswahl<br>Definition-Bestätigung                                                                                                                |
| <b>DF02</b> Definition-Bestätigung<br>1 = Ich habe die angeführten Definitionen gelesen und verstanden.<br>-9 = nicht beantwortet                              |

## Rubrik PP: Partner Phubbing

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[PP01]</b> Auswahl<br>Vorkommnis Phubbing<br>"Haben Sie folgendes schon erlebt?"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>PP01</b> Vorkommnis Phubbing<br>1 = Ist schon mindestens einmal vorgekommen.<br>2 = Ist noch nie vorgekommen.<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>[PP02]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Partner Phubbing Scale<br>"Bitte schätzen Sie die folgenden Aussagen in Bezug auf die Häufigkeit ihres Auftretens ein."                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>PP02_01</b> Während einer gemeinsamen Mahlzeit holt mein/e PartnerIn sein/ihr Smartphone hervor, um dieses zu checken.<br><b>PP02_02</b> Mein/e PartnerIn platziert sein/ihr Smartphone an eine für ihn/sie sichtbare Stelle, wenn wir zusammen sind.<br><b>PP02_03</b> Mein/e PartnerIn behält sein/ihr Smartphone in der Hand, wenn er/sie bei mir ist.<br><b>PP02_04</b> Wenn das Smartphone meines/r PartnerIn klingelt oder piepst, holt er/sie es hervor, auch wenn wir inmitten einer Unterhaltung sind.<br><b>PP02_05</b> Mein/e PartnerIn blickt auf sein/ihr Smartphone, wenn er/sie mit mir spricht.<br><b>PP02_06</b> In der Freizeit, die mein/e PartnerIn und ich gemeinsam verbringen können, verwendet mein/e PartnerIn sein/ihr Smartphone.<br><b>PP02_07</b> Mein/e PartnerIn verwendet sein/ihr Smartphone, wenn wir miteinander reden.<br><b>PP02_08</b> Mein/e PartnerIn verwendet sein/ihr Smartphone, wenn wir gemeinsam unterwegs sind.<br><b>PP02_09</b> Wenn unser Gespräch ins Stocken kommt, checkt mein/e PartnerIn sein/ihr Smartphone.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                                                                           |
| <b>[PP03]</b> Mehrfachauswahl<br>Gründe - Phubbing<br>"Bitte geben Sie an, welche der angeführten Gründe für Partner Phubbing am ehesten in Ihrer Beziehung zutreff..."                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>PP03</b> Gründe - Phubbing: Ausweichoption (negativ) oder Anzahl ausgewählter Optionen<br><b>PP03_01</b> ... weil er/sie die Angewohnheit hat häufig auf das Handy zu sehen.<br><b>PP03_02</b> ... weil er/sie keine Lust (mehr) hat sich mit mir zu unterhalten.<br><b>PP03_12</b> ... weil ihm/ihr gerade etwas eingefallen ist, was er/sie schnell nachsehen möchte.<br><b>PP03_04</b> ... weil er/sie Angst davor hat, (online) etwas zu verpassen.<br><b>PP03_13</b> ... weil wir uns gerade nichts mehr zu erzählen haben.<br><b>PP03_14</b> ... weil er/sie sich über tagesaktuelle Ereignisse am Laufenden halten möchte.<br><b>PP03_07</b> ... weil ihm/ihr langweilig ist.<br><b>PP03_05</b> ... weil er/sie sonst einfach nicht dazu kommt, die Dinge nachzusehen oder mit den Personen zu kommunizieren.<br><b>PP03_06</b> ... weil es sich um dringende/wichtige Dinge handelt, die sofort erledigt werden müssen.<br><b>PP03_08</b> ... weil er/sie auf die Signale des Smartphones (Läuten, Vibrieren) reagiert.<br><b>PP03_09</b> ... weil er/sie sich nicht für mich interessiert.<br><b>PP03_10</b> ... weil ich zuvor schon mein Smartphone in der Hand hatte.<br><b>PP03_11</b> Anderer Grund: %ZE01_01%<br>1 = nicht gewählt<br>2 = ausgewählt |
| <b>[PP04]</b> Zweiseitiger Schieberegler<br>Häufigkeit - Phubbing<br>"Wie häufig kommt es vor, dass Ihr/e PartnerIn Sie phubbt?"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>PP04_01</b> nie/ständig<br>1 = nie<br>101 = ständig<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>[PP05]</b> Zweiseitiger Schieberegler<br>Störfaktor<br>"Wie sehr empfinden Sie es als störend, wenn Ihr/e PartnerIn Sie phubbt?"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>PP05_01</b> gar nicht/sehr<br>1 = gar nicht<br>101 = sehr<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>[PP06]</b> Zweiseitiger Schieberegler<br>Konfliktfaktor<br>"Wie häufig kommt es in Ihrer Beziehung zum Konflikt, weil Ihr/e PartnerIn Sie phubbt?"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>PP06_01</b> nie/ständig<br>1 = nie<br>101 = ständig<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

## Rubrik IH: Inhalte - Häufigkeit

|                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[IH01]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Häufigkeit - Komm. - Privat</b><br>"Kommunikation mit Abwesenden - privater Inhalt (z.B. Chatprogramme, E-Mail, Messenger)"                        |
| <b>IH01_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-1 = Weiß nicht.<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                              |
| <b>[IH02]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Häufigkeit - Komm. - Beruf</b><br>"Kommunikation mit Abwesenden - beruflicher/ausbildungsbezogener Inhalt (z.B. Chatprogramme, E-Mail, Messenger)" |
| <b>IH02_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-1 = Weiß nicht.<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                              |
| <b>[IH03]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Häufigkeit - Fotos, Videos, Musik</b><br>"Fotos, Videos und Musik"                                                                                 |
| <b>IH03_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-1 = Weiß nicht.<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                              |
| <b>[IH04]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Häufigkeit - Online-Shopping</b><br>"Online-Shopping (z.B. Amazon, Zalando)"                                                                       |
| <b>IH04_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-1 = Weiß nicht.<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                              |
| <b>[IH05]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Häufigkeit - Informationsbeschaffung</b><br>"Informationsbeschaffung (z.B. News lesen, Surfen/Recherche im Internet)"                              |
| <b>IH05_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-1 = Weiß nicht.<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                              |
| <b>[IH06]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Häufigkeit - Social Media</b><br>"Social Media Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)"                                                               |
| <b>IH06_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-1 = Weiß nicht.<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                              |
| <b>[IH07]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Häufigkeit - Spiele</b><br>"Spiele"                                                                                                                |
| <b>IH07_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-1 = Weiß nicht.<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                              |
| <b>[IH08]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Häufigkeit - Funktionen</b><br>"Funktionen (z.B. Uhrzeit, Wecker, Taschenrechner, Notizen)"                                                        |
| <b>IH08_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-1 = Weiß nicht.<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                              |

|                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[IH09]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Häufigkeit - Inhalt unbekannt</b><br>"Was mein/e PartnerIn am Smartphone tut, wenn er/sie mich phubbt, ist mir unbekannt." |
| <b>IH09_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                          |
| <b>[IH10]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Häufigkeit - anderer Inhalt</b>                                                                                            |
| <b>IH10_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-9 = nicht beantwortet                                                                                          |
| <b>[IH11]</b> Offene Texteingabe<br><b>Anderer Inhalt</b><br>"Anderer Inhalt"                                                                                              |
| <b>IH11_01</b> [01]<br>Offene Texteingabe                                                                                                                                  |

### Rubrik IE: Inhalte - Empfindung

|                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[IE01]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Empfindung - Komm. - Privat</b>                                              |
| <b>IE01_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[IE02]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Empfindung - Komm. - Beruf</b>                                               |
| <b>IE02_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[IE03]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Empfindung - Fotos, Videos, Musik</b>                                        |
| <b>IE03_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[IE04]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Empfindung - Online-Shopping</b>                                             |
| <b>IE04_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[IE05]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Empfindung - Informationsbeschaffung</b>                                     |
| <b>IE05_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[IE06]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Empfindung - Social Media</b>                                                |
| <b>IE06_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[IE07]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br><b>Empfindung - Spiele</b>                                                      |
| <b>IE07_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |

|                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[IE08]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Empfindung - Funktionen                                                         |
| <b>IE08_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[IE09]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Empfindung - Inhalt unbekannt                                                   |
| <b>IE09_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[IE10]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Empfindung - anderer Inhalt                                                     |
| <b>IE10_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |

#### Rubrik OH: Ort - Häufigkeit

|                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[OH01]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Häufigkeit - Wohnbereich<br>"Zuhause im Wohnbereich (z.B. auf der Couch)"                             |
| <b>OH01_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-9 = nicht beantwortet                                                                  |
| <b>[OH02]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Häufigkeit - Schlafbereich<br>"Zuhause im Schlafbereich"                                              |
| <b>OH02_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-9 = nicht beantwortet                                                                  |
| <b>[OH03]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Häufigkeit - Lokale<br>"In Lokalen (z.B. Cafés, Restaurants, Bars, Clubs)"                            |
| <b>OH03_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-9 = nicht beantwortet                                                                  |
| <b>[OH04]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Häufigkeit - Unterwegs<br>"Unterwegs (z.B. in öffentlichen Verkehrsmitteln, im Auto, auf der Straße)" |
| <b>OH04_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-9 = nicht beantwortet                                                                  |
| <b>[OH05]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Häufigkeit - anderer Ort                                                                              |
| <b>OH05_01</b> Kommt ... vor.<br>1 = nie<br>5 = ständig<br>-9 = nicht beantwortet                                                                  |
| <b>[OH06]</b> Offene Texteingabe<br>Anderer Ort<br>"Anderer Ort"                                                                                   |
| <b>OH06_01</b> [01]<br>Offene Texteingabe                                                                                                          |

#### Rubrik OE: Ort - Empfindung

|                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[OE01]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Empfindung - Wohnbereich                                                        |
| <b>OE01_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |

|                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[OE02]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Empfindung - Schlafbereich                                                      |
| <b>OE02_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[OE03]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Empfindung - Lokale                                                             |
| <b>OE03_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[OE04]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Empfindung - Unterwegs                                                          |
| <b>OE04_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |
| <b>[OE05]</b> Skala (Extrema beschriftet)<br>Empfindung - anderer Ort                                                        |
| <b>OE05_01</b> Empfinde ich als störend.<br>1 = trifft gar nicht zu<br>5 = trifft voll und ganz zu<br>-9 = nicht beantwortet |

#### Rubrik GS: Gewinnspiel

|                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>[GS01]</b>  Getrennte Erhebung von Kontaktdaten<br>Gewinnspiel<br>"Wenn Sie am Gewinnspiel (Verlosung von 3 Amazon-Gutscheinen zu je € 20,-) teilnehmen möchten, geben Si..." |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   |

#### Rubrik ZE: Zusätzliche Eingabefelder

|                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>[ZE01]</b> Offene Texteingabe<br>Gründe<br>"Eingabefeld für Gründe"   |
| <b>ZE01_01</b> Zusätzliches Eingabefeld für Gründe<br>Offene Texteingabe |

## Partner Phubbing

Bei dem Begriff **Phubbing** handelt es sich um eine Unterbrechung oder Störung einer Interaktion (z.B. einer Unterhaltung) mit einer Person, bei der dem Smartphone anstatt dem Gegenüber die Aufmerksamkeit gewidmet wird.

Um **Partner Phubbing** handelt es sich, wenn dieses Verhalten in romantischen Beziehungen auftritt.

Die Person, welche aufgrund des Smartphones die Interaktion mit dem/r PartnerIn unterbricht bzw. stört und ihren/seine PartnerIn somit vor den Kopf stößt bzw. abblitzen lässt, **phubbt** (engl.: to phubb sb.). Die andere Person, welche deswegen gleichgültig abgewiesen wird, wurde **gephubbt** (engl.: to be phubbed).

### Quelle:

Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134–141. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.058>

### Informationen zur Website:

Diese Website wurde für die Fragebogen-Studie zum Thema Partner Phubbing im jungen Erwachsenenalter erstellt. Die Studie wird im Rahmen einer Masterarbeit im Studienfach Psychologie an der Universität Wien durchgeführt.

Der Online-Fragebogen ist unter folgender Adresse zu finden:  
<https://www.sosicurvey.de/partnerphubbing/>

### Impressum:

Vollständig verantwortlich für den Inhalt dieser Website ist:  
Ann-Sophie Denninger, BSc

Masterandin an der:  
Universität Wien, Fakultät für Psychologie  
Liebiggasse 5  
1010 Wien

Bei Fragen oder Anregungen können Sie mich gerne per E-Mail kontaktieren:  
[partnerphubbing@gmail.com](mailto:partnerphubbing@gmail.com)

# ANHANG C

## Zusätzliche Abbildungen

### Reliabilitätsanalysen zu ZIP und PPhubbing

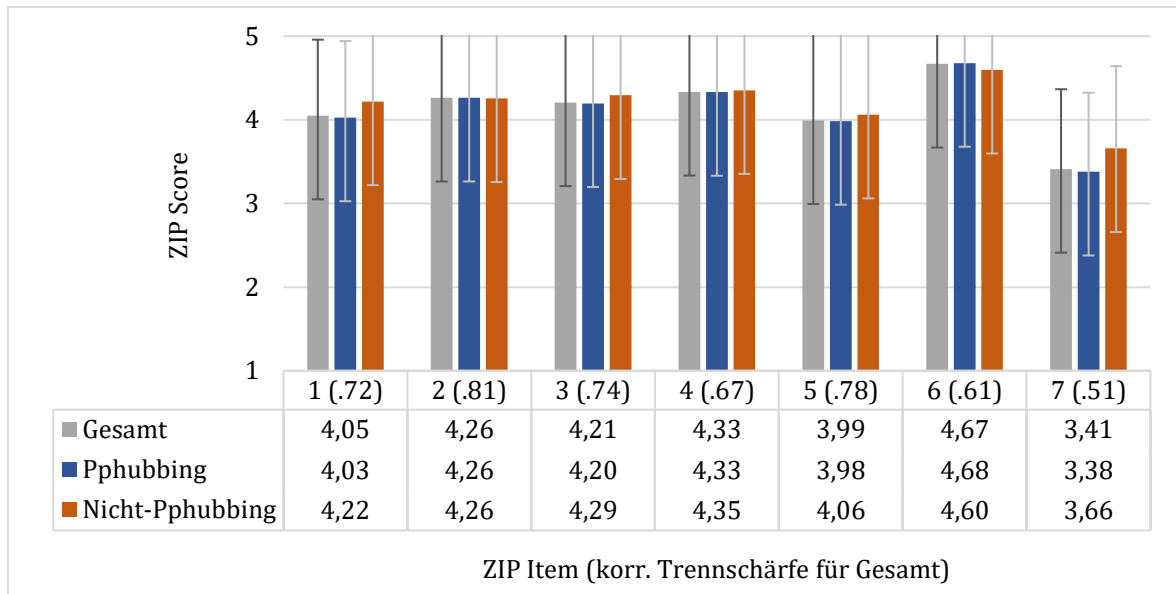


Abbildung 8. Itemkennwerte ( $M \pm 1 SD$ ) mit korrigierter Trennschärfe für Zufriedenheit in Paarbeziehungen (ZIP) (Gesamt  $n = 681$ , Gruppe PPhubbing  $n = 599$ , listenweiser Fallausschluss; Gruppe Nicht-PPhubbing  $n = 82$ )

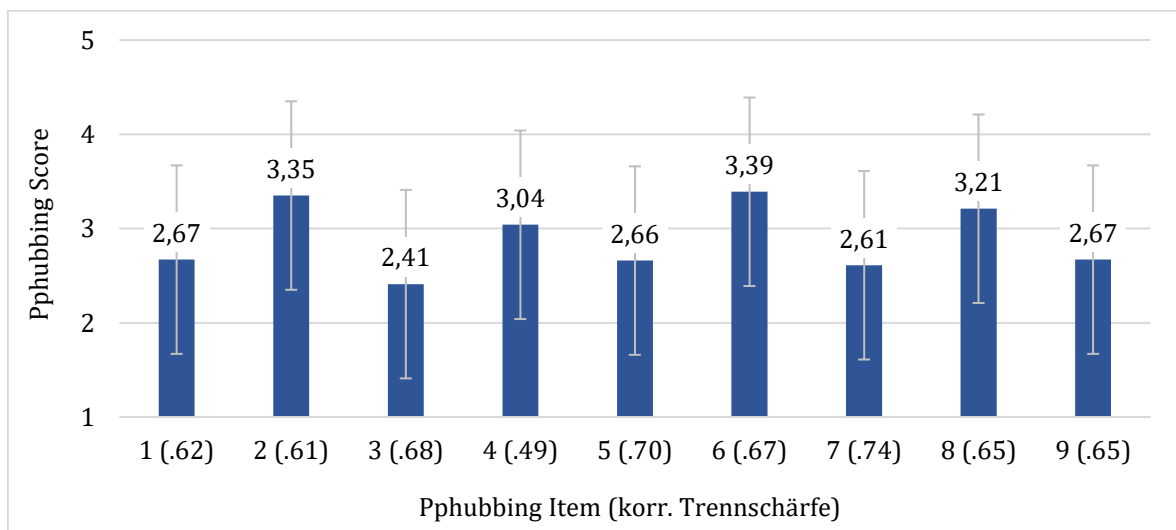


Abbildung 9. Itemkennwerte ( $M \pm 1 SD$ ) mit korrigierter Trennschärfe für Partner Phubbing Scale ( $n = 594$ , listenweiser Fallausschluss)

## Zusätzliche Tabellen

### PPhubbing mit soziodemographischen Merkmalen und Partnerschaftsvariablen

Tabelle 13

*Stichprobenbeschreibung mit Häufigkeiten und Anteilswerten (Spaltenprozente) bezüglich der Gruppen PPhubbing und Nicht-PPhubbing*

| Variable mit Ausprägungen                      | PPhubbing |      | Nicht-PPhubbing |      | Gesamt   |      |
|------------------------------------------------|-----------|------|-----------------|------|----------|------|
|                                                | <i>n</i>  | %    | <i>n</i>        | %    | <i>n</i> | %    |
| Geschlecht ( <i>n</i> = 682)                   |           |      |                 |      |          |      |
| weiblich                                       | 463       | 77,2 | 53              | 64,6 | 516      | 75,7 |
| männlich                                       | 137       | 22,8 | 29              | 35,4 | 166      | 24,3 |
| Nationalität ( <i>n</i> = 682)                 |           |      |                 |      |          |      |
| Österreich                                     | 441       | 73,5 | 63              | 76,8 | 504      | 73,9 |
| Deutschland                                    | 131       | 21,8 | 14              | 17,1 | 145      | 21,3 |
| Andere                                         | 28        | 4,7  | 5               | 6,1  | 33       | 4,8  |
| Tätigkeit ( <i>n</i> = 682)                    |           |      |                 |      |          |      |
| Keine berufliche T.                            | 23        | 3,8  | 4               | 4,9  | 27       | 4,0  |
| Berufliche T.                                  | 309       | 51,5 | 44              | 53,7 | 353      | 51,8 |
| In Ausbildung                                  | 248       | 41,3 | 31              | 37,8 | 279      | 40,9 |
| Karenz/Elternschaft/<br>Haushalt               | 20        | 3,3  | 3               | 3,7  | 23       | 3,4  |
| Ausbildung BefragteR<br>( <i>n</i> = 682)      |           |      |                 |      |          |      |
| Pflichtschule                                  | 11        | 1,8  | 1               | 1,2  | 12       | 1,8  |
| Lehre, Berufsschule                            | 44        | 7,3  | 5               | 6,1  | 49       | 7,2  |
| Fachschule, berufsbildende,<br>mittlere Schule | 17        | 2,8  | 3               | 3,7  | 20       | 2,9  |
| Hochschulreife                                 | 236       | 39,3 | 28              | 34,1 | 264      | 38,7 |
| Hochschulverwandte Aus-<br>bildung             | 16        | 2,7  | 2               | 2,4  | 18       | 2,6  |

| Variable mit Ausprägungen                     | PPhubbing |      | Nicht-PPhubbing |      | Gesamt   |      |
|-----------------------------------------------|-----------|------|-----------------|------|----------|------|
|                                               | <i>n</i>  | %    | <i>n</i>        | %    | <i>n</i> | %    |
| (Fach)-Hochschule, Universität – Bachelor     | 154       | 25,7 | 23              | 28,0 | 177      | 26,0 |
| (Fach-)Hochschule, Universität – Master/Dipl. | 112       | 18,7 | 20              | 24,4 | 132      | 19,4 |
| Sonstiges                                     | 10        | 1,7  | 0               | 0,0  | 10       | 1,5  |
| Ausbildung PartnerIn<br>( <i>n</i> = 682)     |           |      |                 |      |          |      |
| Pflichtschule                                 | 20        | 3,3  | 3               | 3,7  | 23       | 3,4  |
| Lehre, Berufsschule                           | 104       | 17,3 | 9               | 11,0 | 113      | 16,6 |
| Fachschule, berufsbildende, mittlere Schule   | 39        | 6,5  | 5               | 6,1  | 44       | 6,5  |
| Hochschulreife                                | 186       | 31,0 | 27              | 32,9 | 213      | 31,2 |
| Hochschulverwandte Ausbildung                 | 22        | 3,7  | 1               | 1,2  | 23       | 3,4  |
| (Fach)-Hochschule, Universität – Bachelor     | 97        | 16,2 | 16              | 19,5 | 113      | 16,6 |
| (Fach-)Hochschule, Universität – Master/Dipl. | 114       | 19,0 | 18              | 22,0 | 132      | 19,4 |
| Sonstiges                                     | 18        | 3,0  | 3               | 3,7  | 21       | 3,1  |
| Beziehungsstatus ( <i>n</i> = 679)            |           |      |                 |      |          |      |
| In einer Beziehung                            | 528       | 88,4 | 68              | 82,9 | 596      | 87,8 |
| Verheiratet/eingetragene Partnerschaft        | 69        | 11,6 | 14              | 17,1 | 83       | 12,2 |
| Wohnsituation ( <i>n</i> = 681)               |           |      |                 |      |          |      |
| Ohne PartnerIn                                | 207       | 34,6 | 33              | 40,2 | 240      | 35,2 |
| Mit PartnerIn                                 | 323       | 53,9 | 37              | 45,1 | 360      | 52,9 |
| Mit PartnerIn und Kind(ern)                   | 69        | 11,5 | 12              | 14,6 | 81       | 11,9 |

Anmerkungen. *n* = Anzahl der gültigen Fälle, % = Anteilswert in Prozent für die gültigen Fälle.

## PPhubbing mit derzeitiger Tätigkeit der Befragten

Tabelle 14

*Häufigkeiten und Anteilswerte (Zeilenprozente) der Verteilung des PPhubbings innerhalb der Gruppen bezüglich der derzeitigen Tätigkeit*

| Tätigkeit (Mehrfachantwort<br>mögl.; $n = 682$ ) | PPhubbing |      | Nicht-<br>PPhubbing |      | Gesamt |       |
|--------------------------------------------------|-----------|------|---------------------|------|--------|-------|
|                                                  | $n$       | %    | $n$                 | %    | $n$    | %     |
| In Ausbildung                                    | 43        | 93,5 | 3                   | 6,5  | 46     | 100,0 |
| Studentin                                        | 312       | 89,1 | 38                  | 10,9 | 350    | 100,0 |
| AngestellteR                                     | 266       | 89,9 | 30                  | 10,1 | 296    | 100,0 |
| ArbeiterIn                                       | 17        | 77,3 | 5                   | 22,7 | 22     | 100,0 |
| Freie/r DienstnehmerIn                           | 17        | 81,0 | 4                   | 19,0 | 21     | 100,0 |
| Selbstständig                                    | 23        | 76,7 | 7                   | 23,3 | 30     | 100,0 |
| Arbeitslos/arbeitssuchend                        | 25        | 86,2 | 4                   | 13,8 | 29     | 100,0 |
| Sonstiges                                        | 39        | 88,6 | 5                   | 11,4 | 44     | 100,0 |

Anmerkungen.  $n$  = gültige Fälle, % = Anteilswert in Prozent für die gültigen Fälle.

## Modellprüfung mit Outcome PPhubbing

Tabelle 15

*Multiple lineare Regressionsanalyse (schrittweise rückwärts) für sieben Prädiktoren für das Kriterium PPhubbing ( $n = 486$ )*

|                                   | $B$   | $SE(B)$ | $\beta$ | $R^2_{adj}$ |
|-----------------------------------|-------|---------|---------|-------------|
| Schritt 1                         |       |         |         | .017*       |
| Konstante                         | 2.87  | 0.27    |         |             |
| Geschlecht                        | −0.30 | 0.10    | −.16**  |             |
| Beziehungsstatus                  | 0.11  | 0.13    | .04     |             |
| Altersdifferenz der Partner       | −0.02 | 0.01    | −.10°   |             |
| Alter des/der Befragten in Jahren | 0.00  | 0.01    | −.00    |             |
| Beziehungsdauer in Jahren         | −0.01 | 0.01    | −.02    |             |

|                                    | <i>B</i> | <i>SE(B)</i> | $\beta$ | $R^2_{adj}$ |
|------------------------------------|----------|--------------|---------|-------------|
| Zeit des sich gegenseitigen Sehens | 0.00     | 0.00         | .02     |             |
| Wohnsituation                      | 0.16     | 0.09         | .10°    |             |
| Schritt 2                          |          |              |         | .019*       |
| Konstante                          | 2.86     | 0.20         |         |             |
| Geschlecht                         | −0.30    | 0.10         | −.16**  |             |
| Beziehungsstatus                   | 0.11     | 0.13         | .04     |             |
| Altersdifferenz der Partner        | −0.02    | 0.01         | −.10°   |             |
| Beziehungsdauer in Jahren          | −0.01    | 0.01         | −.02    |             |
| Zeit des sich gegenseitigen Sehens | 0.00     | 0.00         | .02     |             |
| Wohnsituation                      | 0.16     | 0.09         | .10°    |             |
| Schritt 3                          |          |              |         | .021**      |
| Konstante                          | 2.88     | 0.19         |         |             |
| Geschlecht                         | −0.30    | 0.10         | −.16**  |             |
| Beziehungsstatus                   | 0.09     | 0.12         | .04     |             |
| Altersdifferenz der Partner        | −0.02    | 0.01         | −.09°   |             |
| Zeit des sich gegenseitigen Sehens | 0.00     | 0.00         | .02     |             |
| Wohnsituation                      | 0.15     | 0.08         | .09°    |             |
| Schritt 4                          |          |              |         | .023**      |
| Konstante                          | 2.89     | 0.19         |         |             |
| Geschlecht                         | −0.30    | 0.10         | −.16**  |             |
| Beziehungsstatus                   | 0.09     | 0.12         | .04     |             |
| Altersdifferenz der Partner        | −0.02    | 0.01         | −.09°   |             |
| Wohnsituation                      | 0.17     | 0.08         | .10*    |             |
| Schritt 5                          |          |              |         | .024**      |
| Konstante                          | 2.96     | 0.17         |         |             |
| Geschlecht                         | −0.29    | 0.09         | −.15**  |             |
| Altersdifferenz der Partner        | −0.02    | 0.01         | −.09°   |             |
| Wohnsituation                      | 0.18     | 0.08         | .11*    |             |

*Anmerkungen.* *B* = unstandardisierter Regressionsparameter, *SE(B)* = Standardfehler des Regressionsparameters,  $\beta$  = standardisierter Regressionsparameter,  $R^2_{adj}$  = korrigierter, erklärter Varianzanteil, °*p* < .10 (Tendenz), \**p* < .05, \*\**p* < .01, \*\*\**p* < .001.

## Smartphone-Inhalte beim PPhubben

Tabelle 16

*Deskriptivstatistik ( $M \pm SD$ ) für die Nutzungshäufigkeit (1–5) und das Ausmaß der empfundenen Störung (1–5) von bzw. durch Smartphone-Inhalte/n beim PPhubben*

| Smartphone-Inhalt        | Häufigkeit |               | Neg. Empfindung |               |
|--------------------------|------------|---------------|-----------------|---------------|
|                          | <i>n</i>   | <i>M (SD)</i> | <i>n</i>        | <i>M (SD)</i> |
| Kommunikation privat     | 593        | 3.18 (1.14)   | 538             | 3.16 (1.25)   |
| Kommunikation beruflich  | 591        | 2.47 (1.21)   | 429             | 2.42 (1.29)   |
| Fotos, Videos, Musik     | 591        | 2.51 (1.27)   | 426             | 2.93 (1.33)   |
| Online-Shopping          | 590        | 1.58 (0.98)   | 195             | 2.67 (1.37)   |
| Informationsbeschaffung  | 590        | 2.96 (1.28)   | 489             | 2.70 (1.28)   |
| Social Media Plattformen | 590        | 2.89 (1.38)   | 458             | 3.36 (1.24)   |
| Spiele                   | 591        | 1.89 (1.32)   | 233             | 3.27 (1.34)   |
| Funktionen               | 588        | 2.13 (1.13)   | 370             | 1.46 (0.85)   |
| Inhalt unbekannt         | 598        | 2.03 (1.04)   | 344             | 2.83 (1.35)   |

## Orte beim PPhubben

Tabelle 17

*Deskriptivstatistik ( $M \pm SD$ ) für die Nutzungshäufigkeit (1–5) und das Ausmaß der empfundenen Störung (1–5) an bestimmten Orten beim PPhubben*

| Ort           | Häufigkeit |               | Neg. Empfindung |               |
|---------------|------------|---------------|-----------------|---------------|
|               | <i>n</i>   | <i>M (SD)</i> | <i>n</i>        | <i>M (SD)</i> |
| Wohnbereich   | 598        | 3.36 (1.08)   | 574             | 3.04 (1.30)   |
| Schlafbereich | 597        | 2.70 (1.30)   | 456             | 3.27 (1.37)   |
| Lokale        | 599        | 2.49 (1.15)   | 461             | 3.24 (1.34)   |
| Unterwegs     | 598        | 2.82 (1.22)   | 497             | 2.66 (1.27)   |

## Modellprüfung mit Outcome Partnerschaftszufriedenheit

Tabelle 18

*Multiple lineare Regressionsanalyse (schrittweise rückwärts) für neun Prädiktoren für das Kriterium Partnerschaftszufriedenheit ( $n = 486$ )*

|                                    | $B$   | $SE(B)$ | $\beta$ | $R^2_{adj}$ |
|------------------------------------|-------|---------|---------|-------------|
| Schritt 1                          |       |         |         | .614***     |
| Konstante                          | 2.67  | 0.19    |         |             |
| Geschlecht                         | −0.10 | 0.05    | −.06°   |             |
| Beziehungsstatus                   | 0.18  | 0.07    | .08*    |             |
| Wohnsituation                      | 0.12  | 0.05    | .09**   |             |
| Alter des/der Befragten in Jahren  | −0.00 | 0.01    | −.03    |             |
| Altersdifferenz der Partner        | 0.00  | 0.01    | .01     |             |
| Beziehungsdauer in Jahren          | 0.00  | 0.01    | .01     |             |
| Zeit des sich gegenseitigen Sehens | 0.00  | 0.00    | .04     |             |
| Kommunikationszufriedenheit        | 0.02  | 0.00    | .72***  |             |
| PPhubbing-Score                    | −0.08 | 0.03    | −.10**  |             |
| Schritt 2                          |       |         |         | .615***     |
| Konstante                          | 2.66  | 0.19    |         |             |
| Geschlecht                         | −0.10 | 0.05    | −.06°   |             |
| Beziehungsstatus                   | 0.18  | 0.07    | .08**   |             |
| Wohnsituation                      | 0.13  | 0.05    | .09**   |             |
| Alter des/der Befragten in Jahren  | −0.00 | 0.01    | −.03    |             |
| Altersdifferenz der Partner        | 0.00  | 0.01    | .01     |             |
| Zeit des sich gegenseitigen Sehens | 0.00  | 0.00    | .04     |             |
| Kommunikationszufriedenheit        | 0.02  | 0.00    | .72***  |             |
| PPhubbing-Score                    | −0.08 | 0.03    | −.10**  |             |
| Schritt 3                          |       |         |         | .616***     |
| Konstante                          | 2.68  | 0.17    |         |             |
| Geschlecht                         | −0.10 | 0.05    | −.06*   |             |
| Beziehungsstatus                   | 0.19  | 0.07    | .09**   |             |
| Wohnsituation                      | 0.13  | 0.05    | .09**   |             |
| Alter des/der Befragten in Jahren  | −0.01 | 0.01    | −.03    |             |

|                                    | <i>B</i> | <i>SE(B)</i> | $\beta$ | $R^2_{adj}$ |
|------------------------------------|----------|--------------|---------|-------------|
| Zeit des sich gegenseitigen Sehens | 0.00     | 0.00         | .04     |             |
| Kommunikationszufriedenheit        | 0.02     | 0.00         | .72***  |             |
| PPhubbing-Score                    | −0.08    | 0.03         | −.10**  |             |
| Schritt 4                          |          |              |         | .616***     |
| Konstante                          | 2.60     | 0.15         |         |             |
| Geschlecht                         | −0.11    | 0.05         | −.07*   |             |
| Beziehungsstatus                   | 0.17     | 0.07         | .08*    |             |
| Wohnsituation                      | 0.12     | 0.04         | .08**   |             |
| Zeit des sich gegenseitigen Sehens | 0.00     | 0.00         | .04     |             |
| Kommunikationszufriedenheit        | 0.02     | 0.00         | .73***  |             |
| PPhubbing-Score                    | −0.08    | 0.03         | −.10**  |             |
| Schritt 5                          |          |              |         | .615***     |
| Konstante                          | 2.61     | 0.15         |         |             |
| Geschlecht                         | −0.11    | 0.05         | −.07*   |             |
| Beziehungsstatus                   | 0.17     | 0.07         | .08*    |             |
| Wohnsituation                      | 0.14     | 0.04         | .10**   |             |
| Kommunikationszufriedenheit        | 0.02     | 0.00         | .73***  |             |
| PPhubbing-Score                    | −0.08    | 0.03         | −.09**  |             |

*Anmerkungen.* *B* = unstandardisierter Regressionsparameter, *SE(B)* = Standardfehler des Regressionsparameters,  $\beta$  = standardisierter Regressionsparameter,  $R^2_{adj}$  = korrigierter, erklärter Varianzanteil, °*p* < .10 (Tendenz), \**p* < .05, \*\**p* < .01, \*\*\**p* < .001