



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Was bedingt die FoMO?

Eine Analyse demographischer und kontextueller, sozialer,
psychischer und emotionaler, Verhaltens- und Persönlich-
keitsfaktoren zur Erklärung eines neuen Phänomens“

verfasst von / submitted by

Lisa Klettenhofer Bakk.rer.nat. BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Arts (MA)

Wien, 2022 / Vienna 2022

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

UA 066 841

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

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Ass.-Prof. Dipl.-Psych. Dr. Tobias Dienlin

Abstract

Die Fear of Missing Out (FoMO) beschreibt die Angst, sozial lohnende Erfahrungen zu verpassen, und führt zu negativen Folgen auf psychischer, physischer und der Verhaltensebene. Um das Verständnis für die Logik des Phänomens zu erhöhen und mögliche Prädiktoren zu identifizieren, untersuchte die vorliegende Masterarbeit mithilfe eines explorativen Vorgehens den Zusammenhang der FoMO mit demographischen und kontextuellen, sozialen, psychischen und emotionalen, Verhaltens- und Persönlichkeitsfaktoren. Dazu wurde im Rahmen einer Online-Befragung die Ausprägung der FoMO sowie 27 weiterer Faktoren erhoben. Das österreichische Sample bestand aus 544 Social-Media-Nutzer*innen zwischen 14 und 75 Jahren. Mittels einer multiplen linearen Regression wurden neun potenzielle Prädiktoren der FoMO identifiziert: Neid und das Bedürfnis nach Zugehörigkeit wiesen einen positiven kausalen Zusammenhang mittlerer Stärke ($\beta > .20$) mit der FoMO auf. Kleine positive Effekte ($\beta > .10$) zeigten sich für die Attachment Anxiety, die Intensität der Social-Media-Nutzung sowie das Nutzungsmotiv „Soziale Anerkennung“ und sehr kleine Effekte ($\beta > .05$) für den beruflichen Status „In Ausbildung“, die Lebenszufriedenheit, die Attachment Avoidance und den sozialen Vergleich. Die Ergebnisse werden im Kontext des aktuellen Forschungsstandes sowie in Hinblick auf ihren Beitrag zu einem besseren Verständnis bedingender Faktoren der FoMO diskutiert.

Schlagwörter

Fear of Missing Out (FoMO), explorative Analyse, Regression, Prädiktoren, Neid, Bedürfnis nach Zugehörigkeit

Fear of Missing Out (FoMO) describes the anxiety of missing out on socially rewarding experiences and leads to negative consequences at psychological, physical and behavioural levels. To increase the understanding of the logic of the phenomenon and to identify possible predictors, this master's thesis used an exploratory approach to investigate the relationship of FoMO with demographic and contextual, social, psychological and emotional, behavioural and personality factors. For this purpose, an online survey was conducted to measure FoMO and 27 other factors. The Austrian sample consisted of 544 social media users aged 14 to 75. Using multiple linear regression, nine potential predictors of FoMO were identified: Envy and the need to belong showed a positive causal relationship of medium strength ($\beta > .20$) with FoMO. Small positive effects ($\beta > .10$) were found for attachment anxiety, the intensity of social media

use and the usage motive "Social recognition", and very small effects ($\beta > .05$) for the occupational status "In education", life satisfaction, attachment avoidance and social comparison. The results are discussed in the context of the current state of research and regarding their contribution to a better understanding of the determinants of FoMO.

Keywords

Fear of Missing Out (FoMO), exploratory analysis, regression, predictors, envy, need to belong

Vorwort

Als ich zum ersten Mal dem Begriff der FoMO begegnete, war mein Interesse gleich geweckt – es gab einen Namen für ein Gefühl, das ich selbst, wie wohl auch viele andere, schon einmal verspürt hatte. Das inspirierte mich dazu, mich dem Phänomen im Rahmen meiner Masterarbeit näher zu widmen. Wie facettenreich und insbesondere folgenreich es war und werden konnte, wurde mir erst bei der Literaturrecherche bewusst. Umso stolzer bin ich, mit dieser Arbeit einen Beitrag zum Verständnis der FoMO leisten zu können.

Der Weg von der Idee bis zur fertigen Arbeit war ein langer und durchaus herausfordernder. Umso dankbarer bin ich für all die Hilfe und Unterstützung, die ich auf fachlicher, aber auch persönlicher Ebene erhalten habe:

- Zu Beginn möchte ich mich ausdrücklich bei meinem Betreuer Ass.-Prof. Dipl.-Psych. Dr. Tobias Dienlin für das erhaltene Feedback, die äußerst hilfreichen Ratschläge und Erklärungen – insbesondere bei methodischen Fragen – sowie die motivierenden Worte und Geduld bedanken. Neben der immensen fachlichen Unterstützung war auch das besonders rasche und ausführliche Antworten auf E-Mails von unschätzbarem Wert, da kleine Hürden rasch überwunden werden konnten.
- Mein weiterer großer Dank gilt Mag. Thomas Schwabl, Primož Logar, Mag. Markus Divis und Lisa Patek MSc vom Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent, die mich bei der Umsetzung meiner Studie unterstützt und mir ein Sample von 500 Personen zur Verfügung gestellt haben. Damit wurden mir die Rekrutierung der Respondent*innen und das Erreichen der benötigten Sample-Größe ungemein erleichtert. Primož Logar danke ich dabei besonders für seine Zeit und den intensiven E-Mail-Kontakt während der Feldphase.
- Zuletzt danke ich meiner Familie für ihre unendliche Geduld, Unterstützung und die motivierenden Worte, die mir durch die schwierigeren Phasen geholfen haben. Meiner Mama, Ing. Alexandra Klettenhofer, gilt ein besonderer Dank fürs Korrekturlesen, Aufmuntern und Zuhören, das oftmals schon ausgereicht hat, um eine Lösung für Probleme zu finden. Besonders bedanken möchte ich mich außerdem bei Fabian Sucharda MEd MSc für die zahlreichen Diskussionen über meine Arbeit, sein Verständnis und seine unermüdliche Motivation.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	5
1 Einleitung	6
2 Theoretische Einbettung	8
2.1 Konzeption der Fear of Missing Out (FoMO)	8
2.2 Need-to-Belong Theory	10
3 Forschungsstand	11
3.1 Zusammenhang der FoMO mit demographischen und kontextuellen Faktoren ..	11
3.2 Zusammenhang der FoMO mit sozialen Faktoren und Bedürfnissen	13
3.2.1 Bedürfnis nach Zugehörigkeit	13
3.2.2 Soziales Netzwerk und wahrgenommene soziale Unterstützung	14
3.2.3 Attachment Anxiety und Attachment Avoidance	16
3.3 Zusammenhang der FoMO mit psychischen und emotionalen Faktoren	17
3.4 Zusammenhang der FoMO mit Verhaltensfaktoren	20
3.4.1 Nutzung sozialer Medien und Nutzungsmotive	20
3.4.2 Freizeitgestaltung und Offline-Aktivitäten	23
3.5 Zusammenhang der FoMO mit Persönlichkeitsfaktoren	24
4 Forschungsfragen	25
5 Methode und Studienablauf	26
5.1 Studiendesign und Sample	26
5.1.1 Poweranalyse	26
5.1.2 Ablauf und Durchführung der Studie	27
5.1.3 Sample	28
5.2 Fragebogen	29
5.3 Messung der Variablen und Indexerstellung	30
5.3.1 Fear of Missing Out (FoMO)	31
5.3.2 Messung demographischer und kontextueller Faktoren	31
5.3.3 Messung sozialer Faktoren	31
5.3.4 Messung psychischer und emotionaler Faktoren	33
5.3.5 Messung von Verhaltensfaktoren	35
5.3.6 Messung von Persönlichkeitsfaktoren	39
5.4 Datenanalyse	40
6 Ergebnisse	41
6.1 Verteilung der FoMO	42

6.2	Zusammenhang der FoMO mit demographischen und kontextuellen Faktoren .	42
6.3	Zusammenhang der FoMO mit sozialen Faktoren	46
6.4	Zusammenhang der FoMO mit psychischen und emotionalen Faktoren.....	48
6.5	Zusammenhang der FoMO mit Verhaltensfaktoren	50
6.5.1	Zusammenhang der FoMO mit der Social-Media-Nutzung	50
6.5.2	Zusammenhang der FoMO mit Freizeitaktivitäten	52
6.6	Zusammenhang der FoMO mit Persönlichkeitsfaktoren	53
6.7	Gesamtmodell	54
6.8	Ergebnisse eines alternativen Regressionsmodells	58
6.8.1	Beschreibung des Alternativsamples	58
6.8.2	Beschreibung des alternativen Modells und Unterschiede zum Hauptmodell....	59
7	Diskussion.....	61
7.1	Limitationen	69
7.2	Ausblick	71
8	Fazit.....	73
	Literaturverzeichnis.....	75
	Abbildungsverzeichnis	87
	Tabellenverzeichnis.....	87
	Appendix	88
	Fragebogen	88
	Korrelationstabellen.....	103
	Koeffizienten des alternativen Regressionsmodells	107

Abkürzungsverzeichnis

FoMO.....	Fear of Missing Out
KI.....	Konfidenzintervall
PIU.....	Problematische Internetnutzung (Problematic Internet Use)
SCO.....	Sozialer Vergleich (Social Comparison Orientation)
SDT.....	Self-Determination Theory
SESOL.....	Kleinste interessierende Effektstärke (Smallest Effect Size of Interest)
SN-Nutzung.....	Social-Media-Nutzung

1 Einleitung

Kommunikation – eines der wichtigsten menschlichen Bedürfnisse – unterliegt einem stetigen Wandel, sowohl in Hinblick auf die genutzten Kanäle als auch die Art der Kommunikation. Dieser hat gerade in den letzten Jahren an Geschwindigkeit zugenommen (Tanhan et al., 2022, S. 74). Im Zuge der aktuellen Mediatisierung durchdringen digitale Medien nicht nur zunehmend Kultur und Gesellschaft, sondern nehmen zudem Einfluss auf Prozesse der Kommunikation und Interaktion (Hepp et al., 2014, S. 11-12; Holte & Ferraro, 2020, S. 7). Speziell soziale Netzwerke etablierten sich dabei zu einem festen Bestandteil des Alltags und nehmen insbesondere unter jungen Menschen eine bedeutsame Rolle in Hinblick auf die kommunikative Vernetzung und soziale Beziehungen ein (Hepp et al., 2014, S. 33). Sie stellen in Echtzeit eine Vielzahl an gesellschaftlichen Informationen bereit und machen so Events, Aktivitäten und Konversationen von Familie, Freund*innen und Bekannten, die in diesen Medien stattfinden, leicht zugänglich (Przybylski et al., 2013, S. 1841). Dadurch erlauben und fördern sie eine Vernetzung mit anderen Menschen und zeigen mögliche lohnenswerte Chancen für soziale Interaktion auf. Gleichzeitig werden jedoch auch Gelegenheiten, die nicht wahrgenommen werden können, sichtbar (Przybylski et al., 2013, S. 1846). Harmlos erscheinende Beiträge in sozialen Netzwerken vermitteln anderen dadurch das Gefühl, etwas zu verpassen (Holte & Ferraro, 2020, S. 7). In Folge rückte die Fear of Missing Out (FoMO) seit 2013, insbesondere aber in den vergangenen fünf Jahren, in den Fokus der wissenschaftlichen Forschung (Tandon et al., 2021, S. 813). Diese wird definiert als „*pervasive apprehension that others might be having rewarding experiences from which one is absent*“ (Przybylski et al., 2013, S. 1841) – als Angst, aufgrund sozialer Exklusion lohnende Erfahrungen, die andere Personen machen, zu verpassen.

Obwohl es sich bei der FoMO nicht um ein gänzlich neues Konzept handelt, offenbarte sich ihre Relevanz als soziales Phänomen erst durch den Aufstieg digitaler und sozialer Medien sowie die Zunahme virtueller Kontakte (Abel et al., 2016, S. 33; Modzelewski, 2020, S. 218). Dementsprechend untersuchten aktuelle Studien die FoMO meist im Kontext der Nutzung digitaler Medien und Kanäle wie Internet, Smartphone oder soziale Netzwerke. Bisherige Forschungsergebnisse zeigten auf, dass das Auftreten der FoMO im Besonderen mit einer problematischen Internetnutzung (Problematic Internet Use, PIU) in Zusammenhang steht (z.B. Elhai et al., 2018, S. 296; Oberst et al., 2017, S. 57; Roberts & David, 2020, S. 390). Darüber hinaus verwiesen diverse Untersuchungen auf weitere negative Folgen und Wechselwirkungen der FoMO auf psychischer, physischer und sozialer Ebene sowie in Hinblick auf das Verhalten und die akademischen Leistungen der Betroffenen. Dazu gehörten beispielsweise eine schlechtere

Stimmung und eine niedrigere Lebenszufriedenheit (Błachnio & Przepiórka, 2018, S. 517; Przybylski et al., 2013, S. 1846), mehr Müdigkeit und Stress sowie schlechtere Prüfungsergebnisse (Milyavskaya et al., 2018, S. 734) und eine geringere soziale Verbundenheit (Roberts & David, 2020, S. 390). Zudem hing eine stärkere Intensität der FoMO bei Studierenden mit problematischen Verhaltensweisen wie einer vermehrten Facebook-Nutzung während Vorlesungen sowie einer häufigeren Smartphone-Nutzung während des Autofahrens zusammen (Przybylski et al., 2013, S. 1846).

Zukünftige technologische Entwicklungen könnten das Auftreten der FoMO als soziales Phänomen zusätzlich verstärken. Um weiteren schädlichen Effekten vorzubeugen und entgegenzuwirken, ist ein besseres Verständnis für die grundlegende Logik der FoMO vonnöten (Dogan, 2019, S. 527). Auch der von Tandon et al. (2021, S. 801) entwickelte Forschungsrahmen verweist auf die Bedeutung der weiteren Analyse von Faktoren, die die FoMO bedingen und auslösen – sowohl im sozialen Umfeld als auch auf individueller Ebene sowie in Bezug auf die Mediennutzung. Bisherige Studien konzentrierten sich meist auf die Untersuchung weniger ausgewählter Aspekte, die mit der FoMO in Zusammenhang stehen, beispielsweise auf demographische und Persönlichkeitsfaktoren (z.B. Rozgonjuk et al., 2021) oder verschiedene Aspekte der problematischen Nutzung neuer Medien und Technologien, wie das Review von Elhai, Yang et al. (2020) zeigte. Gerade in Bezug auf letzteren Zusammenhang wurde die FoMO zudem oft als Prädiktor oder Mediator herangezogen (Yang et al., 2020, S. 4) und stand nicht selbst im Fokus der Untersuchung. Eine umfassende Analyse der (potenziellen) auslösenden Faktoren der FoMO wurde bisher nicht durchgeführt. Gewisse Prädispositionen könnten jedoch beeinflussen, in welchem Ausmaß die Angst vor sozialer Exklusion bei einer Person auftritt, weshalb eine Untersuchung der Prädiktoren der FoMO als nützlich gilt (Blackwell et al., 2017, S. 71). Gerade die Inklusion von zusätzlichen Variablen könnte darüber hinaus dazu beitragen, ein nuancierteres Bild der FoMO zu erhalten (Tandon et al., 2021, S. 800).

Diese Forschungslücke soll nun in der vorliegenden Arbeit durch eine umfassende und vergleichende Analyse (potenzieller) Prädiktoren adressiert werden, wobei explorativ vorgegangen wird. Dadurch soll das Verständnis für das Phänomen erweitert und in Folge die Identifikation protektiver Faktoren ermöglicht werden. Zu diesem Zweck soll folgende forschungsleitende Fragestellung bearbeitet werden: *Inwiefern hängen demographische und kontextuelle, soziale, psychische und emotionale, Verhaltens- und Persönlichkeitsfaktoren mit dem Auftreten der FoMO zusammen und inwiefern stellen sie potenzielle Prädiktoren des Phänomens dar?*

Die vorliegende Arbeit nimmt zunächst eine theoretische Einbettung des Phänomens vor, wobei die Need-to-Belong-Theory den theoretischen Rahmen bildet, und gibt einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand rund um die FoMO. Im Zuge der Darstellung der bisherigen Forschungsergebnisse werden potenzielle Prädiktoren der FoMO identifiziert, gegliedert und, basierend darauf, die Forschungsfragen formuliert. Das nächste Kapitel umfasst die Beschreibung der methodischen Umsetzung der empirischen Studie, der Operationalisierung der Variablen und der Analyse der erhobenen Daten. Anschließend werden die Ergebnisse der Studie präsentiert. Im Zuge dessen erfolgt die Beantwortung der Forschungsfragen. Abschließend werden die Ergebnisse diskutiert, Limitationen sowie weiteres Forschungspotenzial aufgezeigt und ein Fazit gezogen.

2 Theoretische Einbettung

Im Rahmen dieses Kapitels erfolgt zunächst die Konzeption der FoMO, um das zentrale Phänomen der vorliegenden Arbeit und dessen Relevanz zu klären. Im Anschluss wird eine theoretische Einbettung der Thematik aus der Perspektive der Need-to-Belong Theory vorgenommen.

2.1 Konzeption der Fear of Missing Out (FoMO)

Bei der FoMO handelt es sich um ein neues Phänomen, das erst 2013, insbesondere aufgrund einer Studie von Przybylski et al. (2013), in den Fokus der wissenschaftlichen Forschung rückte. Sie wird definiert als „*pervasive apprehension that others might be having rewarding experiences from which one is absent*“ (Przybylski et al., 2013, S. 1841). Mit dieser allgegenwärtigen Sorge, lohnende Erfahrungen zu verpassen, geht der Wunsch einher, ununterbrochen mit anderen Personen und deren Aktivitäten in Kontakt zu stehen sowie stets auf dem neuesten Stand zu sein (Przybylski et al., 2013, S. 1841). Für Przybylski et al. (2013, S. 1842) reflektiert das Konzept der FoMO mögliche Ängste und Sorgen von Personen in Bezug auf die In- sowie Exklusion bei Ereignissen, Erfahrungen oder Konversationen in ihrem sozialen Umfeld. Die FoMO kann sich dabei auf Aktivitäten, Erfahrungen, Informationen sowie Gegenstände beziehen (Modzelewski, 2020, S. 217). Begünstigt wird das Auftreten zudem durch eine große Anzahl an Auswahlmöglichkeiten, die das Treffen von Entscheidungen erschweren und das Wohlbefinden beeinträchtigen können (Modzelewski, 2020, S. 219). Eine große Auswahl an möglichen sozialen Aktivitäten und Erfahrungen löst einerseits Unsicherheit darüber aus, welche Option die beste darstellt und ob die richtige Wahl getroffen wurde, andererseits führt sie bereits

im Vorfeld zu Gefühlen des Bedauerns in Hinblick auf die anderen verpassten Chancen (Milyavskaya et al., 2018, S. 725-726). Dieses typische Phänomen der heutigen Zeit wird als Auswahlparadoxon bezeichnet (Modzelewski, 2020, S. 219).

Insbesondere neue Technologien und Medien, darunter Social Media, ermöglichen einen nahezu uneingeschränkten Zugang zu Informationen und virtuellen Kontakten. Folglich gelten sie auch als Auslöser für das zunehmende Interesse der Forschung rund um die FoMO (z.B. Abel et al., 2016, S. 33; Dogan, 2019, S. 527; Modzelewski, 2020, S. 218; Przybylski et al., 2013, S. 1841). Doch obwohl in den letzten Jahren ein starker Anstieg an Studien rund um die FoMO zu verzeichnen ist, ist der aktuelle Forschungsstand lückenhaft (Tandon et al., 2021, S. 795). Zudem wird die ursprüngliche Konzeption des Phänomens zunehmend hinterfragt. Beispielsweise schlagen Wegmann et al. (2017, S. 34-35) ein alternatives Verständnis der FoMO als komplexes Konstrukt vor, in dem zwei Dimensionen unterschieden werden: Einerseits wird die FoMO als individuelle Prädisposition verstanden und steht damit für eine feste Charaktereigenschaft sowie die grundsätzliche Angst, etwas zu verpassen. Diese Form bezeichnen die Autor*innen als „Trait-FoMO“. Im Gegensatz dazu steht die „State-FoMO“, die durch den ständigen Zugang zu Online-Kommunikation und –Aktivitäten ausgelöst wird. Dadurch wird der subjektive Eindruck, relevante Themen zu verpassen, verstärkt. Die State-FoMO ist weniger stabil und kontextabhängig und wird als spezifische Kognition verstanden (Wegmann et al., 2017, S. 35). Dass die FoMO nicht nur als Charaktereigenschaft interpretiert werden, sondern auch situationsabhängig auftreten kann, unterstreicht auch die Studie von Milyavskaya et al. (2018, S. 734): Sie wurde häufiger zu einer späteren Tageszeit, gegen Ende der Woche sowie während bestimmter, insbesondere verpflichtender Tätigkeiten empfunden. Laut den Autor*innen handelt es sich bei der FoMO daher nicht um ein „*triviales Phänomen*“ (Milyavskaya et al., 2018, S. 735).

Trotz neuer Ansätze zum Verständnis der FoMO kam im Großteil der bestehenden Studien die originale und für verschiedene Sprachen und internationale Kontexte validierte Konzeption nach Przybylski et al. (2013) zum Einsatz (Tandon et al., 2021, S. 800-802). Aus diesem Grund wird auch in der vorliegenden Arbeit auf dieses Verständnis des Phänomens zurückgegriffen und keine Unterscheidung zwischen State- und Trait-FoMO vorgenommen.

2.2 Need-to-Belong Theory

Da die FoMO erst seit einigen Jahren in den Fokus der Forschung gerückt ist, besteht noch kein ausgereifter theoretischer Rahmen für das Phänomen (Tandon et al., 2021, S. 800). Bisher wurde sie vor allem aus der Perspektive der Self-Determination Theory (SDT) (Deci & Ryan, 1985) untersucht (z.B. Elhai et al., 2018, S. 290, 2020, S. 299; Przybylski et al., 2013, S. 1841; Xie et al., 2018, S. 223). Das Konzept stellt die menschliche Motivation für ein bestimmtes Verhalten einer Person ins Zentrum, die jeweils von der Befriedigung ihrer psychologischen Bedürfnisse abhängt. Als Grundbedürfnisse werden Autonomie, Kompetenz und soziale Eingebundenheit genannt, die erfüllt sein müssen, um Wohlbefinden zu erleben (Ryan & Deci, 2000, S. 76). Wird das Bedürfnis nach sozialer Eingebundenheit nicht ausreichend adressiert, kann daraus die FoMO als negative Emotion resultieren. Das Phänomen der FoMO wurde dabei jedoch meist als Mediator des Zusammenhangs zwischen der Nicht-Erfüllung der Grundbedürfnisse und einem gewissen Verhalten, im vorliegenden Fall die Nutzung sozialer Medien, untersucht (Przybylski et al., 2013, S. 1842). Somit liegt der Fokus der SDT auf der Erklärung der Mediennutzung und bietet noch keinen adäquaten Rahmen zur Erklärung der FoMO selbst.

Einer ähnlichen Argumentation wie die SDT folgt die Need-to-Belong Theory nach Baumeister und Leary (1995). Laut den Autoren verfügt jeder Mensch über „*a pervasive drive to form and maintain at least a minimum quantity of lasting, positive, and significant interpersonal relationships*” (Baumeister & Leary, 1995, S. 497), also das Bedürfnis nach positiven, bedeutsamen Beziehungen und einer langfristigen Zugehörigkeit (Need to Belong). Wird diesem Bedürfnis nicht Genüge geleistet, reichen die Folgen von negativen Emotionen bis hin zu psychopathologischen Symptomen und physischen Problemen (Baumeister & Leary, 1995, S. 500). Um diesen allgegenwärtigen Drang optimal zu befriedigen, müssen zwei Kriterien erfüllt sein: Einerseits besteht das Bedürfnis nach regelmäßigen angenehmen Interaktionen mit anderen Personen, andererseits sollten die sozialen Beziehungen nicht nur stabil und langfristig ausgerichtet, sondern auch von gegenseitiger Sorge um das Wohlergehen des*r Anderen geprägt sein (Baumeister & Leary, 1995, S. 497). Demnach befriedigen Interaktionen im Rahmen von dauerhaften, intimen sozialen Beziehungen das Bedürfnis nach Zugehörigkeit stärker als Kontakte mit fremden Personen, zu denen keine enge Bindung besteht (Baumeister & Leary, 1995, S. 500). Da Menschen laut Baumeister und Leary (1995, S. 499) von Natur aus nach Zugehörigkeit streben, verorten die Autoren das Bedürfnis zu einem gewissen Grad in allen Kulturen. Gleichzeitig werden jedoch individuelle Unterschiede in Stärke und Intensität erwartet.

Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit steht auch im Zentrum der FoMO. Per definitionem kann diese als Wunsch nach sozialer Inklusion bzw. Angst vor Exklusion verstanden werden (Przybylski et al., 2013, S. 1841). Unsicherheit in Bezug auf die eigene soziale Zugehörigkeit stellt laut Dogan (2019, S. 525) einen Treiber des Phänomens dar. Es wird in diversen Studien zudem mit negativen psychischen und physischen Folgen wie einer schlechteren Stimmung (Błachnio & Przepiórka, 2018, S. 517; Przybylski et al., 2013, S. 1846), mehr Müdigkeit und Stress (Milyavskaya et al., 2018, S. 734) in Verbindung gebracht. Dementsprechend kann ein enger Zusammenhang zwischen der FoMO und dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit festgestellt werden. In weiterer Folge wird argumentiert, dass die FoMO – wie auch das Bedürfnis nach Zugehörigkeit – in Stärke und Intensität individuell unterschiedlich auftritt. Welche Faktoren und Prädispositionen dafür verantwortlich sind und in welchem Ausmaß sie das Phänomen und dessen Auftreten prägen, wurde bisher jedoch nicht ausführlich untersucht. Dieser Frage wird im Rahmen der vorliegenden Arbeit nachgegangen.

3 Forschungsstand

In den folgenden Kapiteln wird der aktuelle Forschungsstand zum Zusammenhang der FoMO mit diversen Faktoren beleuchtet. Zu diesem Zweck wurden die Faktoren basierend auf der bestehenden Literatur in fünf Kategorien gegliedert: Demographie und Kontext, soziale Faktoren und Bedürfnisse, psychische und emotionale Faktoren, Verhaltensfaktoren sowie Persönlichkeit. Im Zuge dessen werden auf Basis der bisherigen Forschungsergebnisse für jede Kategorie Forschungsfragen abgeleitet.

3.1 Zusammenhang der FoMO mit demographischen und kontextuellen Faktoren

Individuelle Unterschiede in Hinblick auf das Auftreten der FoMO sowie deren Ausmaß wurden in bisherigen Studien unter anderem anhand von demographischen Merkmalen untersucht. Diese gelten als mögliche Einflussfaktoren. In erster Linie lag der Fokus dabei auf Alter und Geschlecht. Die bisherigen Forschungsergebnisse lassen jedoch gerade in Hinblick auf das Geschlecht nicht immer eindeutige Schlüsse zu. So fanden Rozgonjuk et al. (2021, S. 3) keinen signifikanten Einfluss des Geschlechts auf die FoMO, ein höheres Ausmaß der FoMO wurde jedoch mit einem niedrigeren Alter assoziiert. Indes wiesen Balta et al. (2020, S. 633) auf eine signifikant höhere Trait-FoMO bei Frauen als bei Männern hin. Auch Alabri (2022, S. 5) fand eine signifikant höhere FoMO bei Frauen im Vergleich zu Männern. Elhai, Yang et al. (2020, S. 4) verwiesen in ihrem Review ebenfalls auf eine stärkere Ausprägung des Phänomens bei

Frauen sowie jüngeren Personen. Przybylski et al. (2013, S. 1844) kamen in Bezug auf den Einfluss des Alters zum selben Schluss. Im Gegensatz zu den zuvor beschriebenen Ergebnissen berichteten in ihrer Studie jedoch die männlichen Probanden von einem stärkeren Auftreten der FoMO. Der Interaktionseffekt verwies auf die höchsten FoMO-Werte bei jungen Teilnehmer*innen, insbesondere bei jungen Männern.

Für die Bedeutung des Geschlechts als Einflussfaktor auf das Auftreten der FoMO konnten bisher dementsprechend widersprüchliche Ergebnisse gefunden werden, während das Phänomen in Hinblick auf das Alter verstärkt mit der jüngeren Generation assoziiert wurde. Daher lag auch der Fokus der Forschung rund um die FoMO bisher auf deren Auftreten bei Jugendlichen oder jungen Erwachsenen. In einer Vielzahl an Studien wurden Untersuchungsgruppen bestehend aus Schüler*innen oder Studierenden herangezogen (z.B. Casale et al., 2018; Casale & Fioravanti, 2020; Dempsey et al., 2019; Milyavskaya et al., 2018; Oberst et al., 2017; Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018; Tomczyk & Solecki, 2019; Yin et al., 2019).

Tandon et al. (2021, S. 800, 803) betonten in ihrem Review jedoch die Notwendigkeit, neben Alter und Geschlecht auch weitere demographische Variablen in die Untersuchungen der FoMO miteinzubeziehen, um ein differenzierteres Bild des Phänomens zu erhalten. Genannt wurden beispielsweise die Ausbildung, der Beruf sowie das Einkommen. Alt und Boniel-Nissim (2018, S. 1271) fanden eine negative Assoziation der FoMO mit dem Bildungsstand – die FoMO stand demnach mit einem niedrigeren Bildungsstand in Zusammenhang. Eine Studie von Tomczyk und Selmanagic-Lizde (2018, S. 547) lieferte zudem Hinweise darauf, dass der Bildungsstand der Eltern in Zusammenhang mit der FoMO stehen könnte. Das Risiko für das Auftreten des Phänomens war insbesondere bei jenen Personen mit weniger gebildeten Müttern höher. Zudem war eine leichte, wenn auch nicht signifikante Steigerung der problematischen Internetnutzung unter jungen Menschen aus Familien mit niedrigerem Einkommen zu verzeichnen. Diese Ergebnisse unterstützten die Relevanz der Einbeziehung weiterer demographischer Faktoren.

Auch kontextuelle Faktoren könnten das Ausmaß der FoMO beeinflussen. Milyavskaya et al. (2018, S. 729) zeigten, dass die FoMO zur späteren Tageszeit sowie gegen Ende der Woche, insbesondere am Donnerstag und Freitag sowie – in geringerem Maß – am Samstag im Vergleich mit Montag, verstärkt auftritt. Es wurde argumentiert, dass es sich dabei um typische Zeitpunkte für soziale Interaktion handelt, dementsprechend bestünden mehr Möglichkeiten für

soziale Aktivitäten, gleichzeitig könnten jedoch mehr Aktivitäten verpasst werden. Daraus ergibt sich folgende Forschungsfrage:

FF1a: In welchem Ausmaß hängen die demographischen Faktoren Alter, Geschlecht, Ausbildung, Ausbildung der Eltern, Beruf und Einkommen sowie die kontextuellen Faktoren Tageszeit und Wochentag mit der FoMO zusammen?

Der Einfluss aller demographischen und kontextuellen Faktoren soll zudem in einen direkten Vergleich gestellt werden um zu ermitteln, inwiefern sich die Stärke des Effekts auf die FoMO unterscheidet, welche Faktoren das Phänomen also am stärksten bedingen. Daher wird folgende Forschungsfrage formuliert:

FF1b: Welche demographischen und kontextuellen Faktoren leisten den größten Beitrag zur Vorhersage der FoMO in Hinblick auf die Effektstärke?

3.2 Zusammenhang der FoMO mit sozialen Faktoren und Bedürfnissen

Die FoMO geht mit dem Bedürfnis nach sozialer Verbundenheit einher (Przybylski et al., 2013, S. 1847). Dementsprechend behandelte die bestehende Literatur auch soziale Faktoren im Zusammenhang mit der FoMO, unter anderem den Einfluss des sozialen Netzwerks, der sozialen Unterstützung sowie der sozialen Bedürfnisse, die in den folgenden Unterkapiteln dargestellt werden.

3.2.1 Bedürfnis nach Zugehörigkeit

Basierend auf der Need-to-Belong-Theory (Baumeister & Leary, 1995), die den theoretischen Rahmen der vorliegenden Arbeit bildet, sind stabile soziale Beziehungen notwendig, um das Bedürfnis nach Zugehörigkeit zu erfüllen und Wohlbefinden zu erleben. Ist das Bedürfnis nach Zugehörigkeit nicht erfüllt, gilt dies als Auslöser der FoMO (Dogan, 2019, S. 526). Wie bereits beschrieben, ist die Ausprägung des Bedürfnisses nach Zugehörigkeit individuell unterschiedlich (Baumeister & Leary, 1995, S. 499). Dementsprechend ist es nicht bei jedem Menschen gleich stark ausgeprägt, was in Folge mit der FoMO in Zusammenhang stehen könnte. Yin et al. (2019, S. 5) lieferten in ihrer Studie bereits Evidenz für den signifikanten positiven Zusammenhang mittlerer Stärke ($r = .23$) zwischen der FoMO und dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit. Laut Alabri (2022, S. 6) stellte es darüber hinaus einen signifikanten Prädiktor der FoMO dar,

wobei mit $\beta = .55$ ein sehr starker Effekt gefunden wurde. Dementsprechend führte ein höheres Bedürfnis nach Zugehörigkeit zu mehr FoMO. Neben dem direkten Effekt sagte die Variable die FoMO auch indirekt über eine vermehrte Mediennutzung vorher (Alabri, 2022, S. 7). Daraus ergibt sich folgende Forschungsfrage:

FF2a: In welchem Ausmaß hängt das Bedürfnis nach Zugehörigkeit mit der FoMO zusammen?

3.2.2 Soziales Netzwerk und wahrgenommene soziale Unterstützung

Auch die Bedeutung des sozialen Netzwerks sowie der sozialen Unterstützung für das Auftreten der FoMO war bereits Gegenstand einiger Studien. So korrelierte die FoMO bei Roberts und David (2020, S. 390) negativ mit der sozialen Verbundenheit. Dieser Effekt kehrte sich jedoch unter Einbeziehung der intensiveren Nutzung sozialer Netzwerke um: Wenn die FoMO die Social-Media-Nutzung (SN-Nutzung) zu Zwecken der Pflege sozialer Beziehungen erhöhte, war demnach ein positiver Effekt auf die soziale Verbundenheit feststellbar. Brown und Kuss (2020, S. 5) untersuchten ebenfalls den Zusammenhang der FoMO und der sozialen Verbundenheit in Abhängigkeit von der SN-Nutzung. Die Teilnehmer*innen verzichteten im Rahmen der Studie sieben Tage lang auf soziale Medien. Dementsprechend wurde hier von einer anderen Kausalität ausgegangen: Die Nutzungsintensität sozialer Medien wurde als Prädiktor der FoMO sowie der sozialen Verbundenheit untersucht (Brown und Kuss, 2020, S. 3), während Roberts und David (2020, S. 387) davon ausgingen, dass die FoMO einen Treiber der SN-Nutzung darstellt. Beide Studien zeigten jedoch denselben Zusammenhang zwischen den beiden Konstrukten: Auch Brown und Kuss (2020, S. 8) fanden eine mittlere negative Korrelation zwischen der Veränderung der sozialen Verbundenheit und der FoMO bei einer einwöchigen Abstinenz von sozialen Medien. Die Erhöhung der sozialen Verbundenheit in Folge des Verzichts auf Social Media ging demnach mit einer niedrigeren FoMO einher. Umgekehrt führte eine verringerte soziale Verbundenheit jedoch zu einem höheren Ausmaß an FoMO (Brown & Kuss, 2020, S. 13).

Untersucht wurde zudem die Rolle der sozialen Unterstützung. Xie et al. (2018, S. 226) wiesen eine positive Assoziation zwischen der FoMO und der wahrgenommenen Unterstützung durch Freund*innen bei chinesischen Studierenden nach. Einerseits bestand ein direkter Effekt, andererseits fungierte die Unterstützung durch Freund*innen auch als Moderator des Zusammenhangs der relativ empfundenen Benachteiligung im Vergleich mit anderen und der FoMO.

Demnach stand eine stärkere Unterstützung mit einem höheren Ausmaß an FoMO im Zusammenhang, was zunächst widersprüchlich erscheint. Die Autor*innen erklärten dies dadurch, dass mit der verstärkten Unterstützung auch die Sorge, relevante Informationen zu verpassen, zunähme (Xie et al., 2018, S. 226-227). Gerade im Jugendalter kommt den Peers eine höhere Bedeutung zu, während der elterliche Einfluss sinkt (Smetana et al., 2015, S. 79). Daher könnte die soziale Unterstützung durch Gleichaltrige für Jugendliche und junge Erwachsene einen besonders hohen Stellenwert einnehmen. Im Gegensatz dazu korrelierte die FoMO bei Dou et al. (2021, S. 4) negativ mit der wahrgenommenen sozialen Unterstützung. Das Sample bestand ebenfalls aus chinesischen Studierenden, allerdings wurde neben der sozialen Unterstützung durch Freund*innen auch jene durch Familie und Partner*in miteinbezogen. Der Zusammenhang wurde zudem durch die Erfüllung der psychologischen Grundbedürfnisse Kompetenz, Autonomie und Verbundenheit mediert. Insgesamt wurde die Bedeutung der wahrgenommenen sozialen Unterstützung in Hinblick auf das Auftreten der FoMO somit noch nicht vollständig geklärt.

Neben der wahrgenommenen Qualität des sozialen Netzwerks, gemessen anhand der sozialen Verbundenheit und Unterstützung, könnte auch die Größe des eigenen sozialen Netzwerks das Auftreten der FoMO beeinflussen. Jung et al. (2019, S. 8-9) identifizierten diesen Aspekt als möglichen präventiven Faktor für die PIU. Da die FoMO in einem engen Zusammenhang mit der PIU steht, kann angenommen werden, dass die Quantität sozialer Beziehungen auch hier von Bedeutung für das Auftreten des Phänomens ist. Inwiefern tatsächlich ein Zusammenhang besteht, wurde jedoch bisher nicht erforscht.

Der Überblick über die bisherigen Studienergebnisse zeigt ein unklares Bild in Hinblick auf den Zusammenhang zwischen der sozialen Verbundenheit und Unterstützung sowie der Größe des sozialen Netzwerks mit der FoMO. Daher können basierend auf dem aktuellen Forschungsstand keine eindeutigen Annahmen über die Richtung des Zusammenhangs getroffen werden. Aus diesem Grund wird die folgende Forschungsfrage formuliert:

FF2b: In welchem Ausmaß hängen die soziale Verbundenheit, die wahrgenommene soziale Unterstützung sowie die Größe des sozialen Netzwerks mit der FoMO zusammen?

3.2.3 Attachment Anxiety und Attachment Avoidance

Da die FoMO mit dem Wunsch nach sozialer Inklusion einhergeht, könnte auch die Art, wie soziale Bindungen eingegangen werden, einen möglichen Einflussfaktor für die Ausprägung des Phänomens darstellen. Es wird zwischen zwei Dimensionen unterschieden: Attachment Anxiety, die Unsicherheit in sozialen Beziehungen verbunden mit der Suche nach Bestätigung, und Attachment Avoidance, die Vermeidung von Intimität und Nähe aufgrund bzw. zugunsten von Autonomie und Unabhängigkeit (Blackwell et al., 2017, S. 69).

Je nach Ausprägung der beiden Dimensionen können vier Arten sozialer Bindung identifiziert werden: „Ängstlich“, „Ablehnend“, „Sicher“ und „Besorgt“. Der ängstliche und der ablehnende Bindungsstil gehen jeweils mit einer höheren Vermeidung sozialer Bindungen einher, wobei aus verschiedenen Motiven heraus gehandelt wird. Während bei ersterem Stil insbesondere die Angst vor Zurückweisung zur Vermeidung sozialer Bindung führt, sind soziale Beziehungen für letzteren von geringerem persönlichem Wert, weshalb bewusst darauf verzichtet wird. Im Gegensatz dazu weisen der sichere und der besorgte Stil eine geringe Tendenz zur Vermeidung sozialer Bindungen auf, sondern suchen vermehrt nach intimen Beziehungen. Ebenso wie der ängstliche Stil ist jedoch auch der besorgte Stil von der Sorge, verlassen und zurückgewiesen zu werden, geprägt. Daher wird vermehrt nach Zeichen zur Bestätigung der Zuneigung gesucht und Beziehungen sind eher von Abhängigkeit geprägt. Beim sicheren Stil liegt der Fokus hingegen auf autonomen, unabhängigen sozialen Beziehungen (Baek et al., 2014, S. 523-524).

Blackwell et al. (2017, S. 70-71) identifizierten die beiden Dimensionen von sozialer Bindung, Attachment Anxiety und Attachment Avoidance, als Prädiktoren der Social-Media-Sucht. Die Interkorrelationen zwischen den in der Studie inkludierten Variablen zeigten zudem einen signifikant positiven Zusammenhang beider Bindungsarten mit der FoMO. Insbesondere mit der Attachment Anxiety bestand eine sehr starke Korrelation ($r = .64$), mit der Attachment Avoidance eine geringe ($r = .15$). Diese Assoziation wird von Holte und Ferraro (2020, S. 6) unterstützt, die Attachment Anxiety als signifikanten Prädiktor der FoMO identifizierten. Es bestand ein positiver Zusammenhang mit hoher Effektstärke ($\beta = .59$), dementsprechend führte eine höhere Angst vor sozialer Exklusion zu einem verstärkten Auftreten der FoMO. Um diese Assoziation näher zu untersuchen, wird die folgende Forschungsfrage formuliert:

FF2c: In welchem Ausmaß hängen die Attachment Anxiety und Attachment Avoidance mit der FoMO zusammen?

Abschließend soll die Stärke des Effekts potenzieller Prädiktoren, die unter den sozialen Faktoren identifiziert wurden, auf die FoMO verglichen werden, um das Verständnis für die stärksten Treiber des Phänomens zu vertiefen. Zu diesem Zweck wird die folgende Forschungsfrage formuliert:

FF2d: Welche sozialen Faktoren leisten den größten Beitrag zur Vorhersage der FoMO in Hinblick auf die Effektstärke?

3.3 Zusammenhang der FoMO mit psychischen und emotionalen Faktoren

Die FoMO wurde bereits im Kontext diverser psychischer und emotionaler Faktoren untersucht. Im vorliegenden Kapitel erfolgt daher die Beschreibung relevanter Konstrukte, die bereits mit der FoMO assoziiert wurden und das Auftreten des Phänomens potenziell bedingen. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf Faktoren des Wohlbefindens und der Lebensqualität.

Der Zusammenhang der FoMO mit dem Wohlbefinden und der wahrgenommenen Lebensqualität wird in der Literatur anhand verschiedener Aspekte untersucht. Um Wohlbefinden zu erfahren, müssen laut der SDT von Deci und Ryan (1985) die drei grundlegenden psychologischen Bedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und Verbundenheit erfüllt werden. Die Befriedigung der Bedürfnisse wird negativ mit der FoMO assoziiert. Sind diese nicht erfüllt, tritt die FoMO hingegen verstärkt auf (Przybylski et al., 2013, S. 1845). Zum selben Ergebnis kommen auch Xie et al. (2018, S. 225): Sie identifizierten die Bedürfnisbefriedigung als protektiven Faktor in Hinblick auf die mentale Gesundheit.

Mehrere Studien betrachteten zudem den Zusammenhang zwischen der allgemeinen Lebenszufriedenheit und der FoMO. Błachnio und Przepiórka (2018, S. 517) wiesen einen negativen kausalen Zusammenhang zwischen den beiden Variablen nach. Obwohl in diesem Fall die FoMO als Prädiktor herangezogen wurde, verwiesen die Autor*innen darauf, dass auch eine umgekehrte Kausalität möglich sei. Dies konnte im Rahmen der Studie nicht geklärt werden. Auch Elhai, Yang, et al. (2020, S. 4) kamen in ihrem Review zu dem Schluss, dass die FoMO mit einer niedrigeren Lebenszufriedenheit in Zusammenhang stünde. Przybylski et al. (2013, S. 1845) berichteten ebenfalls eine signifikante negative Korrelation dieser Variablen.

Als weiterer Aspekt des Wohlbefindens wurde der Zusammenhang der FoMO mit der Stimmungslage in der Literatur untersucht. So hatte die FoMO als Prädiktor einen signifikanten negativen Einfluss auf die Gemütslage über einen Monat hinweg: Eine stärker ausgeprägte FoMO führte demnach zu einer schlechteren Stimmung (Przybylski et al., 2013, S. 1845). Auch die Stimmung im Laufe eines Tages, insbesondere negative Gefühle, standen mit einer höheren FoMO in Zusammenhang (Milyavskaya et al., 2018, S. 734). Ein weiterer Aspekt des psychologischen Wohlbefindens ist das Selbstbewusstsein. Buglass et al. (2017, S. 252) zeigten hier eine negative Korrelation mit der FoMO. Ein höheres Maß an FoMO wurde mit einem niedrigeren Selbstbewusstsein assoziiert. Sholihat et al. (2020) wiesen ebenfalls einen Zusammenhang zwischen dem Selbstbewusstsein und der FoMO nach, wobei die Autor*innen hier ein niedrigeres Selbstbewusstsein als Prädiktor der FoMO verstanden.

Eine spezielle negative Emotion, die mit der FoMO in Verbindung gebracht wurde, ist Neid. Neid ist ein unangenehmes und oftmals schmerzhaftes Empfinden, das von Minderwertigkeitsgefühlen, Feindseligkeit und Missgunst geprägt ist. Ausgelöst wird er durch den Vergleich mit anderen, die etwas besitzen, das man sich selbst wünscht (Smith & Kim, 2007, S. 49). Vorteile anderer Personen werden dabei meist als unfair empfunden. Negative Folgen des Neids sind beispielsweise Vorurteile, Schadenfreude oder Unglücklichsein (Smith & Kim, 2007, S. 61). Basierend auf dieser Definition erscheint es plausibel, dass Neid in Bezug auf Erlebnisse anderer Personen, an denen man selbst nicht teilhaben kann, auch in Zusammenhang mit der FoMO steht oder diese sogar bedingen könnte. Hinweise darauf lieferten Yin et al. (2019, S. 5): Sie identifizierten einen starken positiven Zusammenhang ($r = .39$) zwischen den beiden Konstrukten sowie die Rolle des Neids als Treiber der FoMO mit mittlerer bis großer Effektstärke ($\beta = .29$). Sie untersuchten den Neid zudem als Mediator des Zusammenhangs zwischen der Social-Media-Sucht und der FoMO. Ein niedrigeres Empfinden von Neid durch die Regulation der eigenen Emotionen könnte demnach auch die FoMO, die hier als Folge der Social-Media-Sucht konzeptioniert wurde, verringern (Yin et al., 2019, S. 6). Wang et al. (2019, S. 139) fanden ebenfalls eine positive Korrelation zwischen Neid und FoMO mit vergleichbarer Effektstärke ($r = .38$) und verstanden die FoMO als Mediator des Zusammenhangs zwischen dem Neid und einer problematischen Smartphone-Nutzung (Wang et al., 2019, S. 140).

Servidio et al. (2021, S. 4) zeigten zudem eine signifikant positive Korrelation zwischen der Neigung, soziale Vergleiche von sich selbst mit anderen Personen anzustellen, der sogenannten Social Comparison Orientation (SCO), und der FoMO. Die SCO wird unter anderem durch den

vermehrten Vergleich der eigenen Aktivitäten und sozialen Kontakte mit jenen anderer Personen charakterisiert (Gibbons & Buunk, 1999, S. 142) und gilt als grundlegendes menschliches Anliegen (Buunk & Gibbons, 2005, S. 15). Gerade soziale Netzwerke bieten viele Möglichkeiten zur Selbst-Präsentation, was den sozialen Vergleich mit anderen vereinfacht (Servidio et al., 2021, S. 2). Personen, die eine verstärkte Tendenz zum sozialen Vergleich aufweisen, vergleichen sich jedoch nicht nur mehr mit anderen Personen, sondern reagieren auch mit stärkeren Gefühlen und machen sich Gedanken, was dies für ihre eigenen sozialen Beziehungen bedeutet (Buunk & Gibbons, 2005, S. 19). Sie machen demnach ihre Gefühle und Zufriedenheit bezüglich der eigenen sozialen Beziehungen abhängig vom Vergleich mit Beziehungen anderer Personen (Buunk & Gibbons, 2005, S. 21). Daher könnte die vermehrte Tendenz zum sozialen Vergleich einen Treiber der FoMO darstellen, wie Reer et al. (2019, S. 1495) bereits mit sehr hoher Effektstärke nachwiesen ($\beta = .52$). Wenn die eigene soziale Stellung mit einer vermeintlich lohnenswerteren Beziehung anderer Personen verglichen wird, könnte dies die Angst, etwas zu verpassen, erhöhen.

Auch das Empfinden von Stress steht laut Milyavskaya et al. (2018, S. 730) bei Studierenden mit der FoMO in einem positiven Zusammenhang, wobei das Stresslevel in Bezug auf die Ausbildung, den interpersonellen Bereich und allgemein betrachtet wurde. Die FoMO galt hier als Prädiktor des Stresses. Dou et al. (2021, S. 4) verwiesen ebenfalls auf eine positive Korrelation des wahrgenommenen Stresses mit der FoMO bei chinesischen Studierenden. Obwohl bisher die entgegengesetzte Kausalität nachgewiesen wurde, könnte auch mehr Stress und damit weniger Zeit für soziale Aktivitäten zu einer höheren FoMO führen.

Ausgehend von den bisherigen Forschungsergebnissen wird daher folgende Forschungsfrage aufgestellt, um den Zusammenhang der psychischen und emotionalen Faktoren mit der FoMO sowie deren potenzielle Bedeutung als Prädiktoren zu untersuchen:

FF3: In welchem Ausmaß hängen die psychischen und emotionalen Faktoren a) Erfüllung der psychologischen Grundbedürfnisse, b) allgemeine Lebenszufriedenheit, c) Stimmungslage, d) Selbstbewusstsein, e) Neid, f) sozialer Vergleich und g) Stress mit der FoMO zusammen und h) welche dieser Faktoren leisten den größten Beitrag zur Vorhersage der FoMO in Hinblick auf die Effektstärke?

3.4 Zusammenhang der FoMO mit Verhaltensfaktoren

In Bezug auf den Zusammenhang der FoMO mit Verhaltensfaktoren werden einerseits die Nutzung neuer Technologien und sozialer Medien sowie deren problematische Folgen betrachtet. Diese nehmen auch in der bisherigen Forschung rund um die FoMO einen hohen Stellenwert ein: Der Effekt der FoMO auf die SN- und Smartphone-Nutzung sowie deren Rolle in Bezug auf problematische Verhaltensweisen auf dem Smartphone oder im Internet stellen den Hauptkontext vieler Studien dar (Tandon et al., 2021, S. 791-794). Andererseits wird die Bedeutung der Freizeitgestaltung sowie von Offline-Aktivitäten für das Auftreten der FoMO beleuchtet.

3.4.1 Nutzung sozialer Medien und Nutzungsmotive

Die FoMO wird, wie bereits beschrieben, oftmals im Kontext der Nutzung sozialer Medien untersucht. Unter sozialen Medien werden dabei interaktive Plattformen im Internet oder als mobile Applikation verstanden, die das Teilen, Erstellen und Austauschen von Informationen, Ideen, Fotos und Videos in einer virtuellen Gemeinschaft bzw. „Community“ ermöglichen und damit für viele Nutzer*innen einen bedeutsamen Kommunikationskanal darstellen (Naslund et al., 2016, S. 114). Die FoMO wird dabei meist als Prädiktor oder Mediator im Zusammenhang mit der SN-Nutzung konzeptioniert. So zeigten die Ergebnisse von Abel et al. (2016, S. 41), dass die FoMO den Drang auslöste, vermehrt die eigenen Social-Media-Accounts nach Neuigkeiten zu überprüfen, beispielsweise auf Facebook, Twitter und Instagram. Auch die Studien von Elhai, Yang et al. (2020, S. 4) und Przybylski et al. (2013, S. 1845) lieferten Evidenz für einen Zusammenhang der häufigeren SN-Nutzung und der FoMO.

Darüber hinaus wurde das Phänomen nicht nur mit der Häufigkeit, sondern auch mit einer problematischen SN- und Internet-Nutzung bis hin zur Social-Media-Sucht assoziiert. Die PIU erfüllt bereits die Kriterien einer Sucht, tritt allerdings im Gegensatz zur Internet-Sucht noch nicht in Form klarer Krankheitsstadien auf, geht nicht mit einer Stigmatisierung einher und ist nur vage definiert. Der Begriff umfasst Phänomene wie die Nomophobie, worunter die Handysucht bzw. Angst, ohne sein Mobiltelefon zu sein, verstanden wird, sowie weiteres Verhalten in Bezug auf die Internetnutzung, das von der Norm abweicht (Tomczyk et al., 2020, S. 3). Das Auftreten und das Ausmaß der PIU unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen, in deren Leben das Internet eine zentrale Rolle einnimmt, wird durch individuelle, kontextuelle und Internet-bezogene Faktoren bestimmt (Anderson et al., 2017, S. 451).

Aktuelle Studien lieferten bereits Evidenz für einen Zusammenhang dieses Verhaltens und der FoMO: Casale et al. (2018, S. 85) wiesen für die Altersgruppe der jungen Erwachsenen einen direkten Zusammenhang zwischen der FoMO und der PIU sowie der problematischen SN-Nutzung nach. Auch bei Błachnio und Przepiórka (2018, S. 516-517) stellte die FoMO einen Prädiktor der Facebook-Sucht dar. Die FoMO fungierte zudem als Mediator zwischen Variablen wie sozialer Angst und einer problematischen Nutzung dieser Technologien und Medien (Dempsey et al., 2019, S. 5). Darüber hinaus medierte sie den Zusammenhang zwischen psychopathologischen Symptomen wie Depression oder Angst und den negativen Folgen der SN-Nutzung (z.B. Elhai et al., 2018, S. 296; Oberst et al., 2017, S. 57). Yin et al. (2019, S. 5-7) stellten des Weiteren einen positiven Zusammenhang zwischen der Social-Media-Sucht und der FoMO fest, der von Neid mediiert wird. Die Autor*innen beschrieben hier die Social-Media-Sucht als Auslöser der FoMO. Die Studien ermittelten insgesamt mittlere bis starke bivariate Korrelationen zwischen der FoMO und der Häufigkeit der SN-Nutzung sowie der problematischen SN-Nutzung und SN-Sucht (Elhai, Yang, et al., 2020, S. 3).

Insgesamt zeigt der Überblick über den Forschungsstand, dass die Kausalität der Korrelation zwischen der (problematischen) Medien-Nutzung und der FoMO nicht völlig geklärt ist. Beyens et al. (2016, S. 6) bezeichneten das Zusammenspiel als Teufelskreis, in dem die Allgegenwart digitaler Medien sowie die Online-Interaktion das Auftreten des Phänomens fördern. Es treibt die Menschen damit hin zur SN-Nutzung, wodurch sich wiederum die Intensität der FoMO verstärkt. Auch Roberts und David (2020, S. 390) halten eine bi-direktionale Kausalität für möglich. Daher wurde die Intensität der SN-Nutzung als möglicher Prädiktor der FoMO in die Analyse miteinbezogen. Da der Fokus vieler Studien bisher auf der Facebook-Nutzung lag, bestehen in Bezug auf den Zusammenhang der FoMO mit der Nutzung anderer sozialer Netzwerke noch Forschungslücken, weshalb eine Unterscheidung zwischen verschiedenen Plattformen Potenzial für weitere Forschung bietet (Tandon et al., 2021, S. 795). 2021 waren die meistgenutzten sozialen Netzwerke der Österreicher*innen – unter Ausschluss von Messenger-Diensten wie WhatsApp, die nicht der in der vorliegenden Arbeit herangezogenen Definition sozialer Medien entsprechen – laut dem Digital News Report in absteigender Reihenfolge basierend auf der Nutzungshäufigkeit YouTube, Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, Snapchat und TikTok (Gadringer et al., 2021, S. 92).

Die Nutzung sozialer Medien weist jedoch individuelle Unterschiede auf. Laut Baek et al. (2014, S. 538) ist das Verhältnis von SN-Nutzung, Nutzungsmotiven und psychischen Folgen

kein stabiles, da Nutzer*innen dieser Aktivität sowie anderen Personen im Netzwerk mit differenten Erwartungen begegnen. So unterschieden die Autor*innen zwischen dem Ausdrucksmotiv (Zwischenmenschlicher Nutzen), instrumentellen Motiven (Bequemlichkeit und Informationssuche) sowie Unterhaltungsmotiven (Unterhaltung und Zeitvertreib) als Treiber für die SN-Nutzung (Baek et al., 2014, S. 529-530). Brown und Kuss (2020, S. 9-10) ermittelten im Rahmen ihrer Studie Bewältigung, Gewohnheit und Langeweile als Motive. So kann die SN-Nutzung als Bewältigungsmechanismus bzw. zur Vermeidung bestimmter Situationen dienen, eine Gewohnheit und ständige Suche nach Reizen darstellen oder als durchgehend verfügbare Unterhaltung das Auftreten von Langeweile verhindern.

Pertegal et al. (2019, S. 10-12) legten den Fokus auf Motive Jugendlicher und junger Erwachsener und identifizierten basierend auf einer Literaturrecherche sowie qualitativen Fokusgruppen insgesamt neun Motive für die SN-Nutzung: Dating, neue Freundschaften, soziale Verbundenheit, Folgen und Beobachten, Unterhaltung, soziale Anerkennung, Meinungen ausdrücken und Information. Insbesondere die Motive „Meinungen ausdrücken“ und „Folgen und Beobachten“ von Freund*innen und dem sozialen Umfeld wiesen einen Zusammenhang mit einer stärkeren Wahrnehmung sozialer Unterstützung sowie einer höheren Lebenszufriedenheit auf. Im Gegensatz dazu korrelierte Einsamkeit positiv mit dem Motiv „Soziale Verbundenheit“ (Pertegal et al., 2019, S. 16). Soziale Netzwerke könnten demnach als „soziale Kompensation“ (Pertegal et al., 2019, S. 16) fungieren. Dementsprechend könnte die SN-Nutzung potenziell positive Auswirkungen auf Jugendliche und junge Erwachsene und deren Wohlbefinden haben, sofern diese für die Pflege und den Erhalt sozialer Kontakte genutzt werden (Pertegal et al., 2019, S. 16-17). Auch Roberts und David (2020, S. 390) lieferten in ihrer Studie einen Hinweis darauf, dass sich die SN-Nutzung zum Zweck sozialer Interaktion positiv auf die soziale Verbundenheit auswirkt. Somit könnten nicht nur die Intensität, sondern auch die Motive für die SN-Nutzung das Auftreten der FoMO bedingen.

Basierend auf dem aktuellen Forschungsstand ergibt sich die folgende Forschungsfrage:

FF4a: In welchem Ausmaß hängen die Dauer und Intensität der Social-Media-Nutzung sowie die Nutzungsmotive mit der FoMO zusammen?

3.4.2 Freizeitgestaltung und Offline-Aktivitäten

Ein Zusammenhang mit dem Phänomen ist zudem in Hinblick auf die Freizeitgestaltung sowie verschiedene Aktivitäten im Alltag zu verzeichnen. Bei Studierenden zeigte sich, dass die Durchführung verpflichtender Aufgaben wie das Lernen oder Arbeiten mit einem Anstieg der FoMO verbunden war (Milyavskaya et al., 2018, S. 734). Zudem standen laut Abel et al. (2016, S. 41) gute Studienleistungen in Zusammenhang mit einer stärkeren Ausprägung des Phänomens, da durch den erhöhten Lernaufwand für die guten Prüfungsergebnisse der Eindruck entstand, andere soziale Aktivitäten zu verpassen.

Weitere Studien verwiesen jedoch auf einen möglichen Zusammenhang anderer Gewohnheiten und Tätigkeiten mit einer reduzierten FoMO. Eine wesentliche Rolle spielten in diesem Kontext Freizeit-Aktivitäten im Offline-Bereich. Laut Tomczyk und Selmanagic-Lizde (2018, S. 547) standen diese mit einem geringeren Maß an FoMO in Verbindung. Tomczyk und Solecki (2019, S. 9-10) betonten zudem die Bedeutung der Entwicklung und Pflege von Hobbys und Offline-Aktivitäten sowie eines festen Tagesablaufs zur Bekämpfung von PIU. Aufgrund des Zusammenhangs mit der FoMO könnten die Erkenntnisse auch auf dieses Phänomen umgelegt werden. Somit liefert die Literatur Hinweise darauf, dass Offline-Aktivitäten zu einem reduzierten Auftreten der FoMO führen könnten. Differierende Ergebnisse zeigten sich in Hinblick auf die Art der Aktivität. Während bei Tomczyk und Selmanagic-Lizde (2018, S. 546) auch verpflichtende Aufgaben wie Hausarbeit mit einer niedrigeren FoMO zusammenhingen, beschrieben Milyavskaya et al. (2018, S. 734) und Abel et al. (2016, S. 41) eine stärkere Ausprägung des Phänomens bei verpflichtenden Aufgaben wie Lernen oder Arbeiten.

Neben Hobbies im Offline-Bereich kann die Freizeitgestaltung jedoch auch durch Online-Aktivitäten erfolgen. Tandon et al. (2021, S. 802-803) unterstrichen das Verständnis der FoMO als umfassendes digitales Phänomen und betonten die Relevanz der Miteinbeziehung von verschiedenen digitalen Applikationen wie Online-Dating, Online-Shopping oder Streaming über Plattformen wie Netflix. Inwiefern diese mit der FoMO in Zusammenhang stehen, wurde bisher jedoch nicht untersucht. Zudem könnte ein Unterschied zwischen Online-Aktivitäten zum Zweck sozialer Interaktion und individuellen Online-Aktivitäten bestehen: Eine verstärkte Nutzung sozialer Netzwerke zur Pflege sozialer Kontakte – ausgelöst durch die FoMO – könnte zu einem erhöhten Gefühl der sozialen Verbundenheit führen (Roberts & David, 2020, S. 390). Darüber hinaus führte die Abstinenz von sozialen Medien bei Brown und Kuss (2020, S. 11-

13) zu individuell unterschiedlichen Reaktionen, die von einer Verringerung bis zu einer Erhöhung der sozialen Verbundenheit reichen. Online-Aktivitäten können bei Nutzer*innen dementsprechend sowohl ein Gefühl der sozialen Exklusion, aber auch Inklusion hervorrufen. Die Studienergebnisse bezogen sich konkret auf die Nutzung sozialer Medien, jedoch ermöglichen auch anderweitige Online-Kanäle wie Dating-Apps soziale Interaktionen. Daher ist ein Zusammenhang mit der FoMO auch abseits der SN-Nutzung denkbar.

Insgesamt scheint also ein Zusammenhang der FoMO sowohl mit der Offline- als auch mit der Online-Welt, mit individuellen oder sozialen Aktivitäten möglich. Daher kann die folgende Forschungsfrage abgeleitet werden:

FF4b: In welchem Ausmaß hängt die Freizeitgestaltung durch verpflichtende, individuelle und soziale Offline- sowie individuelle und soziale Online-Aktivitäten mit der FoMO zusammen?

Zuletzt soll wiederum ein Vergleich der Effektstärke aller untersuchten Verhaltensfaktoren vorgenommen werden, um die einflussreichsten Prädiktoren der FoMO zu identifizieren:

FF4c: Welche Verhaltensfaktoren leisten den größten Beitrag zur Vorhersage der FoMO in Hinblick auf die Effektstärke?

3.5 Zusammenhang der FoMO mit Persönlichkeitsfaktoren

Mehrere Studien untersuchten den Zusammenhang zwischen Persönlichkeitszügen und dem Auftreten der FoMO, um individuelle Unterschiede der Ausprägung des Phänomens zu ermitteln. Dabei wurden meist die Big Five der Persönlichkeit als eines der populärsten Konzepte zur Beschreibung der Persönlichkeit herangezogen (Rozgonjuk et al., 2021, S. 1). Zu den fünf Dimensionen gehören Extraversion, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit, Neurotizismus und Offenheit für Erfahrungen. Eine hohe Ausprägung der ersten Dimension Extraversion steht dabei für eine gesellige, durchsetzungsfähige und kommunikative Person, eine geringe Ausprägung im Gegensatz dazu für einen introvertierten und zurückhaltenden Charakter. Die beiden Pole der Verträglichkeit stehen auf der einen Seite für großes Vertrauen und Hilfsbereitschaft, auf der anderen Seite für Misstrauen und ein abweisendes Verhalten gegenüber anderen Menschen. Die Gewissenhaftigkeit reicht von Verlässlichkeit und Zielstrebigkeit bis hin zu Unacht-

samkeit und Trägheit. Beim Neurotizismus steht eine hohe Ausprägung für Ängstlichkeit, Reizbarkeit sowie eine wenig stabile Gemütslage, während der Gegenpol in Hinblick auf die Emotionen gefestigter und weniger anfällig für Stress ist. Die fünfte Dimension Offenheit beschreibt zuletzt (kunst-)interessierte, fantasievolle und neugierige bis hin zu konservativen, unflexiblen Personen mit wenig Interesse an Neuem und Abwechslung (Rammstedt et al., 2017, S. 234).

Rozgonjuk et al. (2021, S. 3) zeigten eine moderate positive Korrelation zwischen der FoMO und der Ausprägung der Dimension Neurotizismus und eine schwache negative Korrelation mit den übrigen vier Dimensionen, wobei vor allem der Zusammenhang mit Gewissenhaftigkeit als robust beschrieben wurde (Rozgonjuk et al., 2021, S. 5). Auch in der Studie von Blackwell et al. (2017, S. 70) sowie bei Alt und Boniel-Nissim (2018, S. 1270) ergab sich ein signifikant positiver Zusammenhang zwischen dem Neurotizismus und der FoMO, die Korrelation mit der Dimension Extraversion war jedoch nicht signifikant. Sholihat et al. (2020) zeigten zudem für Personen mit einer stärkeren Ausprägung der Verträglichkeit eine stärkere Neigung, FoMO zu empfinden. Auch die Untersuchung von Brazil und Rys (2020, S. 795) unterstützte die Annahme, dass die Persönlichkeitszüge Verträglichkeit, Neurotizismus und Extraversion als Prädiktoren der FoMO fungieren. Milyavskaya et al. (2018, S. 729) fanden hingegen keine Hinweise auf den Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und der FoMO.

Der bisherige Forschungsstand zeigt insgesamt eine gewisse Tendenz des Zusammenhangs der Big Five mit der FoMO für die Dimension Neurotizismus. Für die übrigen Faktoren können jedoch noch keine klaren Annahmen getroffen werden. Dementsprechend wird die folgende Forschungsfrage aufgestellt:

FF5: In welchem Ausmaß hängen die Big Five der Persönlichkeit mit der FoMO zusammen und leisten einen Beitrag zur Vorhersage der FoMO in Hinblick auf die Effektstärke?

4 Forschungsfragen

Im Rahmen der Darstellung des aktuellen Forschungsstandes wurde ein Überblick über diverse Konstrukte und Variablen, die (potenziell) mit der FoMO in Zusammenhang stehen, gegeben. Es erfolgte dabei eine Gliederung in fünf Faktorenbereiche, für die jeweils eine oder mehrere Forschungsfragen aufgestellt wurden. Diese behandeln einerseits die generelle Existenz eines (kausalen) Zusammenhangs mit der FoMO, andererseits soll auch die Stärke dieses Zusammenhangs untersucht und verglichen werden.

Zusätzlich dazu soll nun eine weitere explorative Forschungsfrage formuliert werden. Neben dem Vergleich der Faktoren innerhalb der identifizierten Kategorien soll auch ein Vergleich über alle Faktoren hinweg durchgeführt werden, um Aussagen darüber treffen zu können, welche individuellen Aspekte die FoMO generell am stärksten bedingen. Zu diesem Zweck wird folgende Forschungsfrage aufgestellt:

FF6: Welche der demographischen und kontextuellen, sozialen, psychischen und emotionalen sowie Verhaltens- und Persönlichkeitsfaktoren leisten insgesamt den größten Beitrag zur Vorhersage der FoMO in Hinblick auf die Effektstärke?

5 Methode und Studienablauf

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde quantitativ vorgegangen und eine standardisierte Befragung in Form eines Online-Fragebogens durchgeführt. In den folgenden Unterkapiteln wird die methodische Umsetzung der Studie erläutert. Es erfolgt eine Beschreibung des Studiendesigns, des Samples, des Messinstrumentes sowie der Variablen und Indexerstellung.

5.1 Studiendesign und Sample

Zunächst werden die Poweranalyse zur Ermittlung der Stichprobengröße, der Ablauf der Studie sowie das Sample beschrieben.

5.1.1 Poweranalyse

Um zu gewährleisten, dass eine adäquate statistische Power der Studie gegeben war, wurde zur Bestimmung der notwendigen Stichprobengröße zunächst eine Poweranalyse durchgeführt. Zu diesem Zweck wurde das R-Package pwr (Version:1.3-0) herangezogen. Die Poweranalyse wird dabei nach Cohen (1988) durchgeführt.

Laut Cohen (1992, S. 156) sollten Studien mindestens eine statistische Power von 80% aufweisen – dies wird als allgemeiner Richtwert empfohlen. Um die Wahrscheinlichkeit, das Phänomen tatsächlich nachzuweisen, zu erhöhen, wurde für die Power ein Wert von 95% gewählt. Das Signifikanzlevel α wurde mit 5% festgelegt. In aktuellen Diskursen wird die Verwendung des meist üblichen Alphas von 5% zur Bestimmung der statistischen Signifikanz hinterfragt und das Einführen einer neuen Norm von $p \leq .005$ vorgeschlagen (Benjamin et al., 2018, S. 6).

Lakens, Adolphi, et al. (2018, S. 169-170) argumentieren hingegen, dass die Einführung einer neuen Norm keine Lösung darstellt. Stattdessen sei eine individuelle Bewertung und Begründung im Rahmen einer Studie durch die jeweiligen Forscher*innen zu empfehlen. Ein Alpha von .005 würde im Vergleich mit .05 ein um 70% größeres Sample benötigen (Lakens, Adolphi, et al., 2018, S. 169). Daher fiel die Entscheidung für ein Alpha von 5% ($p < .05$) aus Gründen der Umsetzbarkeit in Hinblick auf die vorhandenen zeitlichen und finanziellen Ressourcen.

Um die Effektstärke zu bestimmen, wurde zunächst die bestehende Literatur herangezogen. Dieses Vorgehen wird von Lakens et al. (2018, S. 262) als möglicher Ansatz zur Ermittlung der kleinsten interessierenden Effektstärke, der SESOI (Smallest Effect Size of Interest), beschrieben. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird jedoch der Zusammenhang der FoMO mit einer Vielzahl an Variablen untersucht, für die verschieden große Effekte existieren. Zudem können in der Literatur für denselben untersuchten Zusammenhang verschiedene Effektstärken gefunden werden, wie beispielsweise Akbari et al. (2021, S. 889) in ihrer Meta-Analyse zeigen: Für den Zusammenhang zwischen der Trait-FoMO und der Internetnutzung variierte die Effektstärke aus 85 Studien zwischen $r = .11$ und $r = .63$. Daher wurde für die Poweranalyse eine Effektstärke von .15 angenommen, um auch geringe Effekte erheben zu können. Auf Basis dieser Annahmen ergab sich eine Mindestsamplegröße von 571 Teilnehmer*innen.

5.1.2 Ablauf und Durchführung der Studie

Vor der Feldphase wurde ein qualitativer Pretest des Fragebogens durchgeführt, um das Erhebungsinstrument auf Verständlichkeit zu überprüfen sowie die Ausfülldauer abschätzen zu können. Der Fragebogen wurde dabei an zwölf Personen zwischen 13 und 81 Jahren ($M = 40.83$; $SD = 19.28$) verschickt, um Feedback aus allen Altersgruppen zu erhalten. Gleichzeitig sollte dadurch sichergestellt werden, dass dieser für alle Teilnehmer*innen und auf verschiedenen Endgeräten umsetzbar ist. Im Anschluss wurden Formulierungen leicht adaptiert, das Layout einiger Seiten des Fragebogens übersichtlicher gestaltet, die Darstellung von Textboxen zur offenen Zahleneingabe verbessert und verbale sowie numerische Beschriftungen aller Skalenpunkte bei Matrixfragen ergänzt. Die Ausfülldauer wurde in der Einleitung des Fragebogens auf Basis des Pretests mit 15 bis 20 Minuten angegeben.

Die Datenerhebung erfolgte zwischen dem 22. April und 10. Mai 2022 in zwei Phasen. Zwischen dem 22. April und 2. Mai 2022 wurde zunächst ein repräsentatives Sample für die österreichische Bevölkerung bestehend aus 500 Personen zwischen 14 und 75 Jahren rekrutiert. Das Sample stammte aus dem Online-Panel des Markt- und Meinungsforschungsinstitutes Market-agent, in dem der Umfragelink ausgeschickt wurde. Dabei wurden Quoten für Alter und Geschlecht integriert und das Feld diesen Quoten entsprechend gesteuert. Die Respondent*innen erhielten über den Panel-Anbieter ein Incentive in Form von Bonuspunkten, die gegen Geld oder Gutscheine eingetauscht werden können.

Nach Beendigung der ersten Phase wurden zwischen dem 3. und 10. Mai 2022 weitere Teilnehmer*innen über Messenger-Dienste und soziale Medien rekrutiert, wobei der Fokus auf Personen zwischen 14 und 26 Jahren lag. Diese Altersgruppe wird in aktuellen Studien am häufigsten untersucht, da Jugendliche und junge Erwachsene als Hauptbetroffene der FoMO gelten (z.B. Elhai, Yang, et al., 2020, S. 4; Przybylski et al., 2013, S. 1844; Rozgonjuk et al., 2021, S. 3), weshalb auch in der vorliegenden Arbeit die Samplegröße für die Hauptzielgruppe erhöht werden sollte. Es wurden 86 weitere Respondent*innen rekrutiert. Diese erhielten kein Incentive. Eine Person hatte nicht alle Items zur Messung der FoMO vollständig bewertet, wodurch der Index nicht korrekt berechnet werden konnte. Da es sich bei der FoMO um das zentrale Konstrukt der Studie handelt, wurde die Person aus dem finalen Sample ausgeschlossen. Insgesamt bestand das rekrutierte Sample somit aus 585 Respondent*innen. Die durchschnittliche Ausfülldauer des Fragebogens betrug 19.2 Minuten ($SD=13.7$). Starke Ausreißer, beispielsweise wenn die Fragebogenteilnahme pausiert und erst nach einigen Stunden fortgesetzt wurde, wurden aus der Berechnung der durchschnittlichen Ausfülldauer ausgeschlossen.

5.1.3 Sample

Das zuvor beschriebene Vorgehen im Rahmen der Rekrutierung zielte darauf ab, ein repräsentatives Sample in Hinblick auf die FoMO zu erhalten. Um Aussagen über die Bedeutung der demographischen Faktoren in Hinblick auf das Auftreten der FoMO treffen zu können, wurde ein diverses Sample in Bezug auf Geschlecht, Alter sowie weitere demographische Merkmale rekrutiert, der Anteil der Jugendlichen und jungen Erwachsenen jedoch bewusst erhöht ($N=585$). Insgesamt wurden Personen zwischen 14 und 75 Jahren miteinbezogen. Die untere Altersgrenze wurde festgelegt um sicherzustellen, dass die Teilnehmer*innen in der Lage waren, die Fragestellungen zu verstehen und zu beantworten. 41 Personen des Samples gaben an,

keinerlei soziale Medien zu nutzen. Die FoMO ist laut ihrer Definition jedoch mit der SN-Nutzung verknüpft und wird im Rahmen der aktuellen Forschung oftmals in diesem Kontext untersucht. Aus Gründen der Relevanz wurden daher Nicht-Nutzer*innen sozialer Medien aus der Hauptanalyse ausgeschlossen. Das endgültige Sample umfasste in Folge 544 Personen.

Das Durchschnittsalter im Hauptsample betrug 39.9 Jahre ($SD = 16.9$). 36% des Samples waren unter 30 Jahre alt. 52% der Respondent*innen waren weiblich, 47% männlich und 1% divers. Das Sample bestand fast ausschließlich aus Österreicher*innen (99%). 59% des Samples hatten eine Matura oder einen höheren Abschluss, 28% einen Lehrabschluss und 8% einen Pflichtabschluss. 1% verfügte über keine abgeschlossene Ausbildung. Die übrigen 4% hatten sonstigen Abschluss oder machten keine Angabe. Die Eltern der Respondent*innen verfügten häufiger über Lehrabschlüsse. Dies traf auf 30% der Mütter und 41% der Väter zu. Bei 25% der Mütter stellte der Pflichtschulabschluss die höchste abgeschlossene Ausbildung dar, für die Väter gaben dies 13% an. Je rund ein Drittel der Eltern hatte eine Matura oder einen höheren Abschluss (Mütter: 33%; Väter: 35%).

Mehr als die Hälfte der Teilnehmer*innen war erwerbstätig (55%), wobei 7% selbstständig und die übrigen 49% in der Privatwirtschaft oder im öffentlichen Dienst angestellt waren. Knapp ein Fünftel war in Ausbildung oder absolvierte den Präsenz- bzw. Zivildienst (20%). Bei 15% handelte es sich um Pensionist*innen. 6% waren aus unterschiedlichen Gründen nicht erwerbstätig (arbeitslos/ ausschließlich haushaltsführend/ Elternkarenz). 3% hatten einen sonstigen beruflichen Status oder machten keine Angabe. In Hinblick auf das Einkommen verfügten je rund 27% über bis zu 2000€, 2001€ bis 3500€ und mehr als 3500€. 19% machten keine Angabe.

Die Teilnehmer*innen nutzten soziale Medien durchschnittlich 3:29 Stunden pro Tag ($SD = 4:47$) und waren auf 2.9 ($SD = 1.6$) Netzwerken aktiv.

5.2 Fragebogen

Der Online-Fragebogen wurde mithilfe der Web-Applikation SoSci Survey erstellt. Zu Beginn wurden die Teilnehmer*innen im Rahmen einer Einleitung über das Thema und die Rahmenbedingungen der Studie informiert. Dabei erfolgte zudem eine Aufklärung über die Freiwilligkeit und Anonymität der Teilnahme, die Erhebung und Verarbeitung der Daten sowie den Datenschutz.

Im Anschluss an die Einleitung wurden zum Zweck der Quotierung zunächst Geschlecht und Alter erhoben. Danach folgte der Hauptteil der Befragung, in dessen Rahmen alle Variablen nach thematischen Blöcken geordnet abgefragt wurden. Zu Beginn wurde den Respondent*innen die Skala zur Erhebung der FoMO als abhängige Variable gezeigt um zu verhindern, dass die Bewertung der Items durch die Beantwortung der weiteren Skalen beeinflusst wird. Anschließend wurden die sozialen, Verhaltens-, psychischen und emotionalen sowie Persönlichkeitsfaktoren abgefragt. Zuletzt folgte die Erhebung weiterer soziodemographischer Faktoren. Insgesamt wurden damit die FoMO sowie 27 weitere Variablen abgefragt.

Nach Beendigung der Umfrage wurden die Teilnehmer*innen im Rahmen eines kurzen Debriefings über das Phänomen der FoMO sowie dessen Bedeutung aufgeklärt.

5.3 Messung der Variablen und Indexerstellung

In den folgenden Unterkapiteln werden alle für die Untersuchung relevanten Variablen beschrieben sowie deren Messung erläutert. Zur Messung der FoMO sowie der unabhängigen Variablen wurden validierte Skalen, die bereits im Rahmen früherer Studien getestet wurden, herangezogen. Zudem wird Cronbach's Alpha berichtet, das ein Maß für die Reliabilität der Skalen basierend auf deren interner Konsistenz darstellt (Barbera et al., 2021, S. 258), und die Indexbildung erläutert.

Sofern nicht anders beschrieben, wurde zur Bewertung der Items eine siebenstufige Skala von 1=„Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7=„Trifft voll und ganz zu“ herangezogen, wobei für alle sieben Skalenpunkte sowohl eine numerische als auch verbale Beschriftung im Fragebogen angegeben wurde. Diese Vereinheitlichung wurde vorgenommen, um eine bessere Vergleichbarkeit der Variablen im Rahmen der Analyse zu gewährleisten. Die Verwendung dieser Skalen-Labels wird zudem von Janke und Glöckner-Rist (2012, S. 2) in Hinblick auf die deutsche Version der Satisfaction with Life Scale nach Schumacher (2003) empfohlen und im Vergleich zu Formulierungen wie „Lehne stark ab“ bis „Stimme stark zu“ bevorzugt. Letztere Übersetzung könne laut den Autor*innen in der deutschen Sprache mit Wahrheits- oder Werturteilen verbunden sein. Diese Empfehlung wurde dementsprechend in der vorliegenden Arbeit für alle Skalen angewendet.

5.3.1 Fear of Missing Out (FoMO)

Das Phänomen der FoMO wurde in der Literatur bereits ausführlich operationalisiert und Skalen zu dessen Messung entwickelt. Viele Arbeiten nahmen dabei auf eine der ersten Studien zur FoMO sowie die darin entwickelte „Fear of Missing Out Scale“ Bezug (Przybylski et al., 2013, S. 1847). Die Autor*innen identifizierten verschiedene Ängste und Sorgen in Hinblick auf die Inklusion bzw. Exklusion von Erlebnissen, Erfahrungen und Konversationen, die in den eigenen sozialen Kreisen stattfinden, als Indikatoren der FoMO. Konkrete Beispiele sind die Angst, lohnende Erfahrungen zu verpassen, die Sorge, dass Freund*innen ohne die eigene Anwesenheit Spaß haben und Insiderwitze entwickeln, die Relevanz, eigene Erlebnisse online zu teilen, oder sich auch im Urlaub regelmäßig zu erkundigen, was Freund*innen zwischenzeitlich unternehmen. Die Skala bestand aus zehn Items (z.B. „Ich fürchte, andere machen mehr lohnende Erfahrungen als ich.“). In Anlehnung an Rozgonjuk et al. (2021, S. 2) wurde die deutsche Übersetzung der Skala nach Spitzer (2015, S. 594) herangezogen.

Cronbach's Alpha betrug .85. Eine interne Konsistenz war somit gegeben und eine Indexbildung dementsprechend möglich. Der Mittelwert betrug 3.45 ($SD = 1.09$).

5.3.2 Messung demographischer und kontextueller Faktoren

Im Rahmen der Erhebung der Demographie wurden das Alter, das Geschlecht, die höchste abgeschlossene Ausbildung sowie die Ausbildung der Eltern, die berufliche Situation und die finanzielle Situation (anhand des monatlichen Nettoeinkommens des Haushalts) abgefragt. Die kontextuellen Faktoren Wochentag und Tageszeit wurden aus dem erhobenen Datum und der Startzeit der Umfrage-Teilnahme extrahiert. Der Tag wurde im Anschluss in Anlehnung an Milyavskaya et al. (2018, S. 729) in zweistündige Blöcke gegliedert und effektkodiert (1=00:00 – < 02:00 Uhr bis 12=22:00 – < 24:00 Uhr).

5.3.3 Messung sozialer Faktoren

Bedürfnis nach Zugehörigkeit

Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit wurde anhand der Need to Belong Scale nach Leary et al. (2013, S. 624) erhoben. Die Autor*innen zeigten, dass die Skala ein adäquates und valides Instrument darstellt, um individuelle Unterschiede in Bezug auf die Ausprägung des Bedürfnisses zu untersuchen (Leary et al., 2013, S. 622). Sie bestand aus zehn Aussagen. Die Items

lauteten beispielsweise „Ich brauche das Gefühl, dass es Menschen gibt, an die ich mich in schweren Zeiten wenden kann“, „Ich möchte, dass andere Menschen mich akzeptieren“ oder „Ich habe ein starkes Bedürfnis nach Zugehörigkeit“. Cronbach's Alpha betrug .78, dementsprechend erfolgte eine Indexbildung mit allen zehn Items. Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit wies einen Mittelwert von 4.01 ($SD=0.90$) auf.

Soziales Netzwerk und soziale Unterstützung

Die soziale Verbundenheit gilt als ein Aspekt des Bedürfnisses nach Zugehörigkeit und wurde anhand einer aus acht Items bestehenden Skala von Lee und Robbins (1995, S. 236) gemessen. Die Items lauteten beispielsweise „Ich fühle mich von meiner Umwelt abgekapselt“, „Ich fühle mich anderen Menschen so fern“ oder „Selbst unter meinen Freund*innen gibt es kein Gefühl der Geschwisterlichkeit/Verbundenheit“. Cronbach's Alpha wies einen Wert von .92 auf. Das Konstrukt hatte damit eine hohe interne Konsistenz. Dementsprechend wurden alle acht Items für die Indexbildung herangezogen ($M=5.19$; $SD=1.32$).

Die wahrgenommene soziale Unterstützung wurde anhand der Perceived Social Support Scale nach Zimet et al. (1988) gemessen. Diese bestand aus zwölf Items, wobei jeweils vier Items die wahrgenommene Unterstützung durch Freund*innen, z.B. „Meine Freund*innen versuchen wirklich, mir zu helfen“, Familie, z.B. „Ich bekomme die emotionale Hilfe und Unterstützung von meiner Familie, die ich brauche“, und den*die Partner*in, z.B. „Es gibt einen besonderen Menschen, mit dem ich Freud und Leid teilen kann“ maßen. Für die insgesamt wahrgenommene soziale Unterstützung unter Einbeziehung aller zwölf Items betrug Cronbach's Alpha .94 ($M=5.45$; $SD=1.24$).

Die Größe des sozialen Netzwerks bzw. Quantität der sozialen Ressourcen einer Person wurde in Anlehnung an Jung et al. (2019, S. 5) anhand eines einzelnen Items ermittelt. Dieses lautete: „Wie viele Menschen haben Sie in Ihrer Nähe, auf die Sie sich in schwierigen Zeiten verlassen können, z. B. um auf Kinder oder Haustiere aufzupassen, Sie ins Krankenhaus oder zum Einkaufen zu fahren oder um Ihnen zu helfen, wenn Sie krank sind?“. Es wurde anhand einer offenen Zahleneingabe beantwortet. Durchschnittlich verfügten die Respondent*innen über ein enges soziales Netzwerk von knapp fünf Personen ($M=4.93$; $SD=3.52$), die Spannweite betrug jedoch 25, mit einem Minimum von null und einem Maximum von 25 Personen.

Attachment Anxiety und Attachment Avoidance

Zur Messung der Art des Eingehens von sozialer Bindung wurde eine überarbeitete Version der Experience in Close Relationships Scale nach Baek et al. (2014, S. 540) herangezogen. Diese bestand aus je fünf Items zur Messung der Attachment Anxiety (z.B. „Ich habe Angst, allein zu sein“) sowie der Attachment Avoidance (z.B. „Ich fühle mich nicht wohl dabei, mich den Menschen um mich herum zu öffnen“). Cronbach's Alpha betrug für die Attachment Anxiety .84. Dementsprechend wurden alle fünf Items in die Indexbildung miteinbezogen ($M=3.37$; $SD=1.32$). Für die Attachment Avoidance ergab sich für Cronbach's Alpha ein Wert von .77. Bei Exklusion des Items „Ich wende mich für viele Angelegenheiten an die Menschen um mich herum“ erhöhte sich Cronbach's Alpha jedoch auf .87. Daher wurde dieses Item von der Indexbildung ausgeschlossen. Der Mittelwert für dieses Konstrukt betrug 3.12 ($SD=1.37$).

5.3.4 Messung psychischer und emotionaler Faktoren

Psychologische Grundbedürfnisse Autonomie, Kompetenz und Verbundenheit

Zur Messung der Erfüllung der psychologischen Grundbedürfnisse Autonomie, Kompetenz und Verbundenheit wurde die Need Satisfaction Scale nach La Guardia et al. (2000, S. 384) herangezogen, die auch bei Przybylski et al. (2013, S. 1844) zum Einsatz kam. Diese bestand aus neun Items, wobei je drei Items ein Grundbedürfnis abtesteten. Ein Item für Autonomie lautet beispielsweise „Ich fühle mich frei zu sein, wer ich bin“, für Kompetenz „Ich fühle mich als kompetente Person“ und für Verbundenheit „Ich fühle mich geliebt und umsorgt“. Über alle Items hinweg wurde die durchschnittliche Befriedigung der Grundbedürfnisse ermittelt. Für die Autonomie wies Cronbach's Alpha einen Wert von .72 ($M=5.22$; $SD=1.22$) auf, für die Kompetenz von .80 ($M=5.11$; $SD=1.22$) und für die Verbundenheit von .80 ($M=5.02$; $SD=1.27$). Über alle neun Items hinweg betrug Cronbach's Alpha .88. Dementsprechend konnte ein Gesamtindex für die Befriedigung der Grundbedürfnisse sowie für jedes einzelne Grundbedürfnis gebildet werden. Der Mittelwert der Erfüllung der Grundbedürfnisse insgesamt betrug 5.12 ($SD=1.06$).

Lebenszufriedenheit

Die Lebenszufriedenheit wurde anhand der deutschen Version der Satisfaction with Life Scale nach Schumacher (2003), basierend auf der englischsprachigen Skala von Diener et al. (1985), ermittelt. Diese bestand aus fünf Items, z.B. „In den meisten Bereichen entspricht mein Leben meinen Idealvorstellungen“ oder „Meine Lebensbedingungen sind ausgezeichnet“. Cronbach's

Alpha betrug .89, das Konstrukt nach der Indexbildung wies einen Mittelwert von 4.72 ($SD=1.30$) auf.

Aktuelle Stimmungslage

Die Messung der aktuellen Stimmungslage erfolgte in Anlehnung an die Skala von Emmons (1992, S. 294), die auch bei Milyavskaya et al. (2018, S. 728) zum Einsatz kam. Dabei wurde für neun Adjektive zur Beschreibung der Stimmung gefragt, wie stark diese in den vergangenen 24 Stunden empfunden worden waren. Die Items wurden auf einer Skala von 1=„Empfinde ich gar nicht“ bis 7=„Empfinde ich extrem stark“ bewertet. Inkludiert waren die fünf Adjektive „deprimiert“, „unglücklich“, „frustriert“, „besorgt/ängstlich“ und „wütend/feindselig“ zur Messung der negativen Stimmung sowie die vier Items „glücklich“, „fröhlich“, „Vergnügen/Spaß“ und „zufrieden“ zur Erhebung der positiven Stimmung. Für die negative Stimmung betrug Cronbach's Alpha .86 ($M=3.08$; $SD=1.37$), für die positive Stimmung .89 ($M=4.85$; $SD=1.15$).

Selbstbewusstsein

Das Selbstbewusstsein als weiterer Indikator des Wohlbefindens wurde anhand der aus zehn Items bestehenden Skala nach Rosenberg (1965, S. 17-18) in der deutschen Übersetzung nach von Collani und Herzberg (2003, S. 22) gemessen. Diese bestand aus je fünf positiv formulierten, z.B. „Im Großen und Ganzen bin ich zufrieden mit mir“, und fünf negativ formulierten Items, z.B. „Manchmal denke ich, dass ich überhaupt nicht gut bin“. Die inversen Items wurden im Rahmen der Analyse umkodiert, um einen Gesamtwert für das Selbstbewusstsein ermitteln zu können. Mit einem Wert von .92 für Cronbach's Alpha wies die Skala eine hohe interne Konsistenz auf. Dementsprechend war eine Indexbildung mit allen zehn Items möglich ($M=5.20$; $SD=1.19$).

Neid

Neid wurde anhand der Skala von Tandoc et al. (2015, S. 142-143) gemessen. Diese bestand aus acht Items, z.B. „Es ist so frustrierend zu sehen, dass manche Menschen immer eine gute Zeit haben“ oder „Viele meiner Freund*innen haben ein besseres Leben als ich“. Cronbach's Alpha betrug .80. Der gebildete Index wies einen Mittelwert von 3.55 ($SD=1.03$) auf.

Sozialer Vergleich (Social Comparison Orientation, SCO)

Die Tendenz zum sozialen Vergleich wurde anhand des Iowa–Netherlands Comparison Orientation Measure nach Gibbons und Buunk (1999, S. 142) ermittelt. Die Skala bestand aus insgesamt elf Items (z.B. „Ich achte immer stark darauf, wie ich Dinge im Vergleich mit anderen mache“, „Ich möchte immer wissen, was andere Personen in einer ähnlichen Situation machen würden“). Cronbach’s Alpha betrug .87 ($M=3.82$; $SD=1.06$).

Stress

Der empfundene Stress wurde in Anlehnung an Milyavskaya et al. (2018, S. 728) über die vergangenen zwei Wochen auf einer siebenstufigen Skala von 1=„Gar kein Stress“ bis 7=„Sehr viel Stress“ gemessen. Dabei wurde zwischen Stress in Ausbildung oder Beruf ($M=4.08$; $SD=1.89$), interpersonellem Stress, z.B. innerhalb der Familie/Partnerschaft oder im Freundeskreis ($M=3.44$; $SD=1.60$), und allgemeinem Stress im Alltag, beispielsweise in Bezug auf andere Aktivitäten oder Pflichten ($M=3.92$; $SD=1.53$), unterschieden.

5.3.5 Messung von Verhaltensfaktoren

Nutzung sozialer Medien und Nutzungsmotive

In Hinblick auf die SN-Nutzung sollte ermittelt werden, welche Plattformen in welchem Ausmaß genutzt werden. Zu diesem Zweck wurde den Respondent*innen in Anlehnung an Franchina et al. (2018, S. 5-6) eine Liste an sozialen Netzwerken vorgelegt, für die zunächst anhand einer Mehrfachauswahl die Nutzung oder Nicht-Nutzung angegeben wurde. Dabei lag der Fokus auf den meistgenutzten sozialen Medien der Österreicher*innen. Laut dem Digital News Report 2021 handelte es sich dabei (in absteigender Reihenfolge basierend auf der Nutzungshäufigkeit) um YouTube, Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, Snapchat und TikTok (Gadringer et al., 2021, S. 92-93). Messenger-Dienste wie WhatsApp wurden dabei nicht miteinbezogen, da diese nicht der in der vorliegenden Arbeit herangezogenen Definition sozialer Medien entsprechen. Auch LinkedIn wurde aufgrund des Fokus auf Beruf und Karriere ausgeschlossen. Am Ende der Liste wurde das exklusive Item „Ich nutze gar keine sozialen Netzwerke/habe gar keinen Social-Media-Account“ ergänzt. Insgesamt 41 Personen wählten diese Option.

Im Anschluss wurde in Anlehnung an das Vorgehen der Facebook Intensity Scale von Ellison et al. (2007, S. 1150) die durchschnittliche Nutzungsdauer pro Tag für alle aktiven Plattformen

in Stunden und Minuten als Self-Report-Messung erhoben. Anstelle von vorgegebenen Kategorien wurde eine freie Eingabe im Format „hh:mm“ verwendet. Fehlende Werte wurden durch 00:00 ersetzt. Den Respondent*innen wurde empfohlen, die Dauer unter Zuhilfenahme des Mobiltelefons bzw. einer Screen-Time-App anzugeben, um einen möglichst genauen Wert zu erzielen. 14% nutzten ihr Handy bzw. eine Screen-Time-App für die Angabe der Nutzungsdauer. Der Großteil der Respondent*innen (85%) schätzte sie selbst ab. Es ergab sich eine durchschnittliche Gesamtnutzungsdauer von 3:29 Stunden pro Tag ($SD = 4:47$).

Tabelle 1 Durchschnittliche Dauer der Social-Media-Nutzung pro Tag

	Mittelwert, M (hh:mm)	Standardabweichung, SD (hh:mm)
Gesamtdauer der Social-Media-Nutzung	03:29	04:47
YouTube	00:51	01:50
Facebook	00:48	01:48
Instagram	00:46	01:32
Pinterest	00:08	00:45
Twitter	00:05	00:25
Snapchat	00:22	01:10
TikTok	00:24	01:18

Die generelle Intensität der SN-Nutzung wurde ebenfalls anhand der aus sechs Items bestehenden Facebook Intensity Scale von Ellison et al. (2007, S. 1150) gemessen. Diese wurde in Anlehnung an Roberts und David (2020, S. 389) für die allgemeine SN-Nutzung adaptiert. Die Items lauten beispielsweise „Soziale Medien sind Teil meiner täglichen Aktivitäten“. Cronbach's Alpha betrug dafür .87, daher war eine Indexbildung mit allen sechs Items möglich ($M = 3.54$; $SD = 1.39$).

Die Gründe für die SN-Nutzung wurden in Anlehnung an Pertegal et al. (2019, S. 11) erhoben. Die Autor*innen unterschieden zwischen neun verschiedenen Motiven, von denen acht für die vorliegende Arbeit herangezogen wurden. Das Motiv „Akademische Zwecke“ wurde ausgeschlossen, da es sich in erster Linie an Schüler*innen und Studierende richtete. Da das Sample jedoch auch Personen bis 75 Jahre umfasste, die sich nicht (mehr) in Ausbildung befanden, wäre eine Beantwortung nicht für alle Respondent*innen möglich gewesen. Pertegal et al. maß jedes Motiv anhand von drei Items. Aufgrund der starken inhaltlichen Ähnlichkeit der Items sowie zur Reduktion der Fragebogenlänge wurden jeweils nur zwei Items pro Nutzungsmotiv in den Fragebogen aufgenommen. Insgesamt bestand die Skala somit aus 16 Items.

Das Motiv „Dating“ (z.B. „Um sich zu verabreden/ ein Date zu organisieren“) wies einen Wert von .69 für Cronbach’s Alpha auf, „Neue Freundschaften“ (z.B. „Um neue Freund*innen zu finden“) einen Wert von .85. Für „Soziale Verbundenheit“ (z.B. „Um mich sozial integriert zu fühlen“) betrug Cronbach’s Alpha .78, für „Folgen und Beobachten“ (z.B. „Um auf dem Laufenden zu bleiben, was meine Mitmenschen/Freund*innen in ihrem täglichen Leben tun“) .60, für „Unterhaltung“ (z.B. „Um mich zu amüsieren/ zur Unterhaltung“) .68 und für „Soziale Anerkennung“ (z.B. „Um zu überprüfen, ob andere meine Beiträge/ Posts liken/ kommentieren“) .68. Für das Nutzungsmotiv „Meinungen ausdrücken“ (z.B. „Um meine Gefühle, Gedanken und Meinungen auszudrücken“) wies Cronbach’s Alpha einen Wert von .77 auf, für das letzte Motiv „Information“ (z.B. „Um über aktuelle Ereignisse auf der Welt informiert sein/ die Nachrichten zu verfolgen“) .70. Cronbach’s Alpha unterschritt für ein paar der Motive knapp den Wert von .70. Trotzdem wurden für alle Nutzungsmotive die Indizes gebildet, um die verschiedenen Facetten zu erfassen. Die jeweiligen Mittelwerte und Standardabweichungen sind in der folgenden Tabelle ersichtlich:

Tabelle 2 Motive für die Social-Media-Nutzung (Deskriptive Statistik)

	Mittelwert, <i>M</i>	Standardabweichung, <i>SD</i>
Dating	2.32	1.45
Neue Freundschaften	2.66	1.56
Soziale Verbundenheit	3.14	1.56
Folgen und Beobachten	3.49	1.56
Unterhaltung	4.67	1.55
Soziale Anerkennung	2.41	1.40
Meinungen ausdrücken	2.86	1.56
Information	4.74	1.56

Anm.: Beantwortung auf einer siebenstufigen Skala von 1=„Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7=„Trifft voll und ganz zu“

Freizeitgestaltung und Offline-Aktivitäten

Zur Erhebung der Ausübung von Freizeitaktivitäten wurde in Anlehnung an Tomczyk und Selmanagic-Lizde (2018 S. 543) die Skala von Tomczyk et al. (2018, S. 706) herangezogen und durch jene Skala von Tomczyk und Solecki (2019, S. 5) ergänzt und adaptiert. Die Skalen fragten die Häufigkeit der Ausübung diverser Freizeitaktivitäten ab, die nicht direkt mit neuen Technologien in Zusammenhang stehen. Dazu gehören Gespräche mit Freund*innen bzw. Familienmitgliedern, persönliche Treffen mit anderen Personen, das Lesen von Büchern oder Ma-

gazines, Fernsehen, Hausarbeit, berufliche Nebentätigkeit (z.B. ehrenamtliche Tätigkeit), Bildung (z.B. Lernen), sportliche Aktivität und sonstige Hobbys. Für die vorliegende Untersuchung wurde die Skala um weitere Freizeit-Aktivitäten aus dem Online-Bereich erweitert, um auch deren Zusammenhang mit der FoMO ermitteln zu können. Dazu gehörten basierend auf den Vorschlägen von Tandon et al. (2021, S. 802) sowie der Skala von Tomczyk und Solecki (2019, S. 5) Streaming über Plattformen wie Netflix, Online-Shopping, Online-Dating, Lesen von Online-Magazinen/ -Zeitungen/ Blogs, Musikhören, Chatten oder Videochat mit Freund*innen.

Zur Reduktion der Fragebogenlänge wurde nicht jede Aktivität einzeln abgefragt, sondern eine Gruppierung in fünf Kategorien durchgeführt, die jeweils mit Beispielen ergänzt wurden. Diese lauteten: verpflichtende Offline-Aktivitäten (z.B. Hausarbeit, Gartenarbeit, Lernen, Einkaufen), freiwillige individuelle Offline-Aktivitäten (z.B. Lesen, Puzzlen, Musizieren, kreative Tätigkeiten, Sport), freiwillige Offline-Aktivitäten mit Sozialkontakten (z.B. Treffen mit Familie/ Freund*innen, Vereinssport, Orchester/Chor), individuelle Online-Aktivitäten ohne SN-Nutzung (z.B. Streaming, Online-Magazine/-Zeitungen/Blogs, Online-Shopping, Computerspielen) und Online-Aktivitäten mit Sozialkontakten (z.B. Chatten oder Video-Chat mit Freund*innen, Online-Dating). Für diese wurde jeweils die Zeit erhoben, die im Laufe der vergangenen sieben Tage durchschnittlich pro Tag dafür aufgewendet wurde. Dies erfolgte anhand einer Zahleneingabe in Stunden und Minuten im Format hh:mm. Tabelle 3 enthält einen Überblick über die jeweilige Dauer der Aktivitäten pro Tag.

Tabelle 3 Durchschnittliche Dauer der Freizeitaktivitäten pro Tag

	Mittelwert, <i>M</i> (hh:mm)	Standardabweichung, <i>SD</i> (hh:mm)
Verpflichtende Offline-Aktivitäten	02:00	02:20
Individuelle Offline-Aktivitäten	01:30	02:14
Soziale Offline-Aktivitäten	01:35	02:11
Individuelle Online-Aktivitäten (ohne SN-Nutzung)	01:23	02:04
Soziale Online-Aktivitäten	00:46	01:35

5.3.6 Messung von Persönlichkeitsfaktoren

Zur Messung der Persönlichkeitsfaktoren wurde eine Skala zur Ermittlung der Big Five – Extraversion, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit, Neurotizismus und Offenheit – herangezogen. Um die Fragebogenlänge zu reduzieren, kam die deutsche Version des nur aus zehn Items bestehenden BFI-10 nach Rammstedt und John (2007, S. 211) zum Einsatz, die bereits mehrfach validiert wurde, unter anderem im Rahmen einer repräsentativen Studie in der deutschen Bevölkerung (Rammstedt et al., 2017, S. 244). Die Skala bestand aus je zwei Items pro Persönlichkeitsdimension, wobei jeweils der positive und der negative Pol abgedeckt wurden. Für die Extraversion lauteten diese beispielsweise „Ich gehe aus mir heraus, bin gesellig“ für den positiven Pol und „Ich bin eher zurückhaltend, reserviert“ für den negativen Pol. Die inversen Items wurden jeweils umkodiert.

Für die Extraversion betrug Cronbach's Alpha .75 und es wurde ein Index gebildet ($M=4.26$; $SD=1.47$). Für die übrigen vier Persönlichkeitszüge lag Cronbach's Alpha unter .70. Die Verträglichkeit wies einen Wert von .13 auf, die Gewissenhaftigkeit von .41, die Offenheit von .51 und der Neurotizismus von .59. Daher wurde für Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit und Offenheit anstelle der Indexbildung jeweils nur eines der beiden Items in die Analyse miteinbezogen. Es gibt Evidenz, dass auch Single-Item-Messungen valide Erhebungsinstrumente darstellen. Zudem weisen sie Vorteile in Hinblick auf die Verwendung, Auswertung und Effizienz auf, was deren Einsatz laut Allen et al. zulässig macht (2022, S. 2). Die Wahl wurde anhand der Definition der Persönlichkeitszüge getroffen und fiel jeweils auf das positiv formulierte Item. Die inversen Items wurden dementsprechend ausgeschlossen. Für die Verträglichkeit lautete dieses „Ich schenke anderen leicht Vertrauen, glaube an das Gute im Menschen“ ($M=4.58$; $SD=1.55$), für die Gewissenhaftigkeit „Ich erledige Aufgaben gründlich“, ($M=5.46$; $SD=1.32$) und für die Offenheit „Ich habe eine aktive Vorstellungskraft, bin fantasievoll“ ($M=4.82$; $SD=1.50$).

Für den Neurotizismus erschienen beide Items zur Erhebung der Persönlichkeitsdimension gleichermaßen relevant. Daher wurde trotz des etwas zu geringen Werts für Cronbach's Alpha ein Index gebildet, um beide Pole („Ich bin entspannt, lasse mich nicht aus der Ruhe bringen“; „Ich werde leicht nervös und unsicher“) abzudecken und keine Facette zu verlieren ($M=3.74$; $SD=1.37$).

5.4 Datenanalyse

Die Datenanalyse wurde mithilfe der Statistik-Software IBM SPSS Statistics (Version: 28.0.0.0) durchgeführt. Zur Vorbereitung der Analyse wurden die Daten zunächst aufbereitet. Inverse Items wurden rekodiert, die Reliabilitätsanalyse durchgeführt und Indizes gebildet sowie weitere Variablen berechnet (s. Kapitel 5.3). Zudem wurden alle kategorialen Variablen effektkodiert, um diese in die Regression miteinbeziehen zu können. Dies erfolgte für die demographischen Faktoren Geschlecht, Ausbildung, Ausbildung der Eltern, Beruf und Einkommen sowie für die kontextuellen Faktoren Tageszeit und Wochentag. Zu diesem Zweck wurde das Deviation-Coding als Form der Effektkodierung angewendet. Hierbei muss die Summe aller Werte Null ergeben. Dem jeweiligen Zielniveau der Variable wird dabei der Wert $\frac{k-1}{k}$ zugewiesen, den übrigen Ausprägungen $-\frac{1}{k}$ (Barr, 2019).

Um die Forschungsfragen zu beantworten, wurden zunächst die bivariaten Korrelationen nach Pearson zwischen der FoMO und den übrigen Variablen ermittelt. Im zweiten Schritt wurde eine multiple lineare Regression gerechnet, um eine Aussage über die Kausalität der Zusammenhänge treffen zu können. Dabei wurden zunächst die Voraussetzungen der Regression überprüft. Der Durbin-Watson-Wert betrug 1.982, damit bestand keine Autokorrelation zwischen den Residuen. Das Vorliegen einer Multikollinearität wurde anhand des VIF-Wertes überprüft. Dieser lag für alle Variablen unter 10. Dementsprechend bestand keine Multikollinearität und alle Variablen konnten in die Regression aufgenommen werden. Zudem wurde überprüft, ob bei den Variablen eine Normalverteilung vorliegt. Dazu erfolgte zunächst eine graphische Überprüfung anhand von Histogrammen sowie Q-Q-Diagrammen. Darin konnten keine starken Abweichungen beobachtet werden. Ergänzend wurden die Werte für Schiefe und Kurtosis herangezogen. Diese eignen sich laut Kim (2013, S. 53) insbesondere für Samplegrößen >300 und sollen die Werte 2 bzw. 7 nicht überschreiten. Die Autorin nennt diese Referenzwerte für klinische Studien, jedoch wurde auch im Kontext der FoMO-Forschung bereits darauf Bezug genommen (z.B. Dadiotis & Roussos, 2022, S. 12; Franchina et al., 2018, S. 10). Schiefe und Kurtosis überschritten die genannten Grenzwerte nicht. Dementsprechend waren die Voraussetzungen einer Regression erfüllt.

In die Regression wurden alle gebildeten Indizes, die Dauer der SN-Nutzung sowie die Dauer der Ausübung verpflichtender Offline- und freiwilliger Offline- und Online-Aktivitäten in der

Freizeit miteinbezogen. Zudem waren auch die effektkodierten Variablen, die für die demographischen und kontextuellen Faktoren gebildet wurden, Teil der Regression. Dabei wurde pro Merkmal eine der kodierten Variablen nicht in die Regression aufgenommen. Diese diente dementsprechend als Referenzkategorie für die anderen Variablen. In Bezug auf das Geschlecht wurde „Weiblich“ als Referenz herangezogen, für den Beruf die Kategorie „Unselbstständig erwerbstätig (auch Lehrling)“, die den größten Anteil des Samples ausmachte. In Bezug auf den Bildungsstand sowie den Bildungsstand der Eltern stellte die niedrigste Kategorie „Pflichtschule“ die Referenz dar. Auch in Bezug auf das Einkommen wurde die unterste Einkommensklasse (Unter 1000€) nicht miteinbezogen. Die Entscheidung für eine Referenzkategorie innerhalb der kontextuellen Faktoren wurde basierend auf der Studie von Milyavskaya et al. (2018) getroffen, in der die FoMO gegen Ende der Woche, insbesondere am Donnerstag, Freitag und Samstag, im Vergleich mit Montag verstärkt auftrat. Zudem nahm sie im Laufe des Tages zu (S. 729). Dementsprechend wurden die effektkodierten Variablen für Montag und die Uhrzeit 08:00-10:00 als Referenz herangezogen.

6 Ergebnisse

Das folgende Kapitel umfasst die Beschreibung und Darstellung der Ergebnisse. Zudem erfolgt die Beantwortung der Forschungsfragen. Dabei wird zunächst einzeln auf die identifizierten Kategorien von Einflussfaktoren eingegangen und einerseits die Korrelation der einzelnen Variablen mit der FoMO betrachtet, andererseits ihre Bedeutung als (potenzielle) Prädiktoren beleuchtet. Abschließend wird das Gesamtmodell präsentiert. Darüber hinaus wird ein alternatives Regressionsmodell vorgestellt, dessen Fokus nicht auf SN-Nutzer*innen liegt. Stattdessen wurde das gesamte Sample unabhängig vom Nutzungsverhalten in Bezug auf soziale Medien miteinbezogen. Es werden insbesondere die Unterschiede zum Hauptmodell erläutert.

Im Rahmen der Ergebnisse der Regression werden jeweils der unstandardisierte Koeffizient b sowie der standardisierte Koeffizient β berichtet. Letzterer ermöglicht einen direkten Vergleich der Indikatoren sowie die Interpretation der Effektstärke. Die Interpretation der Effektstärke erfolgt jeweils nach den Richtlinien von Funder und Ozer (2019, S. 166), die eine Revision der weithin gebräuchlichen Richtlinien nach Cohen (1988) vornahmen.

6.1 Verteilung der FoMO

Zunächst erfolgt eine kurze Beschreibung der Verteilung der FoMO im Sample. Der Mittelwert der FoMO, betrug 3.45 ($SD=1.09$), wobei die Messung auf einer siebenstufigen Skala von 1=„Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7=„Trifft voll und ganz zu“ durchgeführt wurde. Der Median lag bei 3.5, das dritte Quartil bei 4.2. Dementsprechend betrug der Wert für die FoMO bei 75% des Samples zwischen 1.0 und 4.2. Die Mitte der Skala, die der Bewertung „Neutral“ entsprach, wies den Wert 4 auf. Knapp drei Viertel des Samples litten demzufolge durchschnittlich nicht bis kaum an der FoMO. Die übrigen 25% wiesen zumindest eine leichte Zustimmung zu den Aussagen in Bezug auf die FoMO auf. Daher konnte eine Tendenz zum Auftreten des Phänomens beobachtet werden. Bei 9% betrug der Wert der FoMO durchschnittlich 5.0 („Stimme eher zu“) oder höher, was darauf hinweist, dass die Respondent*innen eher dazu neigten, FoMO zu empfinden. Eine sehr klare Zustimmung mit einem Wert von 6.0 („Stimme zu“) oder höher und damit eine deutliche Ausprägung der FoMO zeigte nur 1% des Samples.

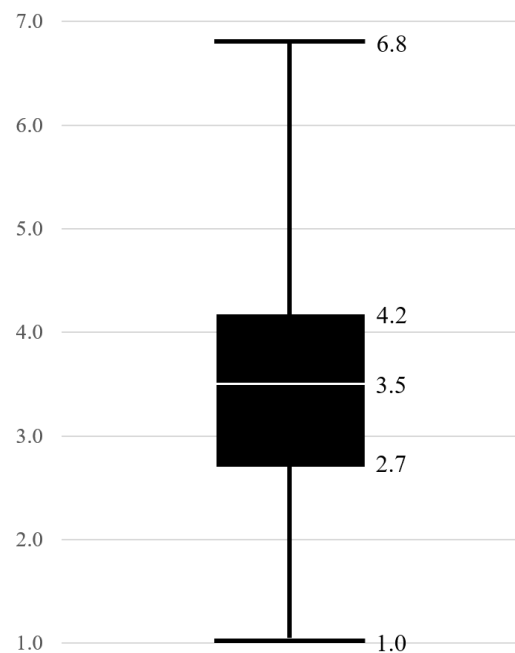


Abbildung 1 Verteilung der FoMO im Sample (Quelle: Eigene Darstellung)

6.2 Zusammenhang der FoMO mit demographischen und kontextuellen Faktoren

FF1a untersuchte den Zusammenhang demographischer und kontextueller Faktoren mit der FoMO, FF1b fragte nach dem Unterschied der Effektstärke dieser Faktoren. Die Korrelationen zwischen den Variablen sind in Tabelle 4 ersichtlich. Durch die Effektkodierung der einzelnen Ausprägungen ergab sich eine Vielzahl an demographischen und kontextuellen Variablen. Daher werden aus Gründen der Übersichtlichkeit nur ausgewählte Faktoren in der Korrelationstabelle präsentiert¹. Die Wahl fiel auf jene, die signifikant mit der FoMO korrelieren, da diese für die Beantwortung der Forschungsfragen von größter Relevanz sind.

¹ Die vollständigen Korrelationstabellen der FoMO mit demographischen und kontextuellen Faktoren werden im Appendix aufgeführt.

Die Korrelation nach Pearson zeigte einen sehr starken negativen Zusammenhang der FoMO mit dem Alter ($r = -.45, p < .001$). Mit zunehmendem Alter verringerte sich demnach die FoMO. In Hinblick auf die höchste abgeschlossene Ausbildung bestand eine geringe negative Korrelation mit der Lehre ($r = -.12, p = .004$) sowie dem Abschluss einer hochschulverwandten Lehranstalt bzw. einem Kolleg ($r = -.11, p = .009$). Im Gegensatz dazu bestand eine geringer positiver Zusammenhang mit einem Pflichtschulabschluss ($r = .11, p = .010$) sowie mit einem AHS- bzw. BHS-Abschluss mit Matura ($r = .18, p < .001$). Auch in Bezug auf den Bildungsstand der Eltern zeigten sich einige signifikante geringe bis mittlere Korrelationen mit der FoMO. Der Pflichtschulabschluss als höchster Bildungsabschluss der Mutter korrelierte signifikant negativ mit der FoMO ($r = -.11, p = .008$). Im Gegensatz dazu wiesen die Ergebnisse auf einen positiven Zusammenhang eines höheren Bildungsabschlusses der Eltern (Matura oder Universität/FH) hin: Sowohl der AHS/BHS-Abschluss mit Matura beider Elternteile (Mutter: $r = .13, p = .003$; Vater: $r = .12, p = .004$) als auch ein Universitäts- oder FH-Abschluss der Mutter ($r = .16, p < .001$) korrelierten positiv mit der FoMO.

Auch in Bezug auf die berufliche Tätigkeit waren signifikante Zusammenhänge mit der FoMO zu beobachten: Eine negative Korrelation mit der FoMO bestand in geringem Maß mit einer selbstständigen Erwerbstätigkeit ($r = -.11, p = .009$) und in geringem bis mittlerem Maß mit der Pension ($r = -.19, p < .001$). Im Kontrast dazu wurde ein starker positiver Zusammenhang zwischen dem beruflichen Status „In Ausbildung“ sowie der FoMO beobachtet ($r = .35, p < .001$). Das Alter wies zudem eine sehr starke Interkorrelation mit dem beruflichen Status „In Ausbildung“ ($r = -.56, p < .001$) sowie „Pensionist*in“ ($r = .61, p < .001$) auf. Für die übrigen demographischen Variablen bestand kein signifikanter Zusammenhang mit der FoMO – weder das Geschlecht noch das Einkommen korrelierten signifikant mit dem Phänomen.

In Hinblick auf die kontextuellen Faktoren zeigten sich insgesamt wenige Korrelationen mit der FoMO. Die FoMO hing nicht mit der Tageszeit, zu der der Fragebogen ausgefüllt wurde, zusammen. In Bezug auf den Wochentag, an dem die Studienteilnahme erfolgte, konnte jedoch ein signifikanter Zusammenhang beobachtet werden: Es bestand eine geringe negative Korrelation zwischen der FoMO und der Teilnahme am Montag ($r = -.12, p = .004$) sowie eine geringe positive Korrelation mit der Teilnahme am Donnerstag ($r = .17, p < .001$).

Tabelle 4 Korrelationen zwischen der FoMO und ausgewählten demographischen und kontextuellen Faktoren (effektkodiert)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1 FoMO	1														
2 Alter	-.45**	1													
3 Ausbildung – Pflichtschule	.11*	-.19**	1												
4 Ausbildung – Lehre	-.12**	.29**	-.18**	1											
5 Ausbildung – AHS/BHS mit Matura	.18**	-.21**	-.18**	-.40**	1										
6 Ausbildung – Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	-.11**	.07	-.08	-.17**	-.17**	1									
7 Ausbildung Mutter – Pflichtschule	-.11**	.33**	.05	.18**	-.10*	-.05	1								
8 Ausbildung Mutter – AHS/BHS mit Matura	.13**	-.13**	-.02	-.16**	.10*	-.01	-.23**	1							
9 Ausbildung Mutter – Universität/FH	.16**	-.32**	.08	-.20**	.07	.03	-.22**	-.16**	1						
10 Ausbildung Vater – AHS/BHS mit Matura	.12**	-.11*	.03	-.20**	.13**	-.02	-.10*	.34**	.05	1					
11 Beruf – Selbstständig erwerbstätig	-.11**	.08	-.08	-.05	.01	.05	.00	.08	-.01	-.02	1				
12 Beruf – In Ausbildung	.35**	-.56**	.28**	-.26**	.18**	-.04	-.19**	.10*	.26**	.04	-.13**	1			
13 Beruf – Pensionist*in	-.19**	.61**	-.02	.30**	-.17**	-.01	.29**	-.07	-.16**	-.05	-.11**	-.21**	1		
14 Montag	-.12**	.16**	-.07	.12**	-.06	.03	.01	.04	-.15**	.03	-.00	-.16**	.00	1	
15 Donnerstag	.17**	-.29**	.07	-.13**	.08	-.04	-.01	-.02	.25**	-.02	.02	.25**	-.16**	-.33**	1

** Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 1%;

* Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 5%

Neben den Korrelationen zur Ermittlung der Zusammenhänge wurde auch eine Regression gerechnet, um die Bedeutung der einzelnen Faktoren als potenzielle Prädiktoren der FoMO zu ermitteln.² Obwohl einige Korrelationen diverser demographischer sowie kontextueller Faktoren mit der FoMO gefunden werden konnten, spielten diese Kategorien im Regressionsmodell nur eine geringe Rolle. Einzig der berufliche Status „In Ausbildung“ nahm im Gesamtmodell – bezogen auf unselbstständig Erwerbstätige als Referenzkategorie – eine signifikante Rolle als Prädiktor der FoMO ein. Die Effektstärke verwies jedoch auf einen sehr geringen bis geringen positiven Effekt ($\beta = .09$, $b = 0.25$, 95% KI = [0.03, 0.47], $p = .026$).

Die Forschungsfragen FF1a und FF1b können dementsprechend folgendermaßen beantwortet werden: Die FoMO wies geringe bis mittlere positive Korrelationen mit den demographischen Faktoren Pflichtschulabschluss sowie AHS- bzw. BHS-Abschluss mit Matura, einem höheren Bildungsstand der Eltern (AHS-/BHS-Abschluss mit Matura und Universitäts- bzw. FH-Abschluss) und dem kontextuellen Faktor Donnerstag als Tag der Studienteilnahme auf. Ein starker positiver Zusammenhang konnte mit dem beruflichen Status „In Ausbildung“ beobachtet werden. Dieser stellte gleichzeitig einen Prädiktor der FoMO dar, die Effektstärke war mit $\beta = .09$ jedoch gering. Dementsprechend trat die FoMO stärker bei jenen Personen auf, die einen Pflichtschulabschluss oder eine AHS-/BHS-Matura als höchste abgeschlossene Ausbildung besaßen, deren Eltern über einen höheren Bildungsgrad verfügten, die sich aktuell in Ausbildung befanden und die donnerstags an der Studie teilgenommen haben, wobei mit Ausnahme des beruflichen Status „In Ausbildung“ keine Aussage über die Kausalität des Zusammenhangs getroffen werden kann.

Geringe bis mittlere negative Korrelationen mit der FoMO wurden für die Lehre und die hochschulverwandte Lehranstalt bzw. das Kolleg als höchste abgeschlossene Ausbildung, einen niedrigeren Bildungsstand der Mutter (Pflichtschulabschluss), die selbstständige Erwerbstätigkeit und die Pension als beruflichen Status sowie die Studienteilnahme am Montag gefunden. Zudem korreliert die FoMO stark negativ mit dem Alter. Folglich bestand ein Zusammenhang zwischen einer niedrigeren FoMO und Personen mit einer Lehre oder einem Kolleg als höchste abgeschlossene Ausbildung, deren Mutter über einen niedrigeren Bildungsstand verfügte, die selbstständig erwerbstätig oder in Pension waren und deren Teilnahme montags erfolgte. Zudem zeigte sich mit zunehmendem Alter eine Verringerung der FoMO.

² Die Darstellung des gesamten Regressionsmodells sowie der Koeffizienten erfolgt in Kapitel 6.7.

Mit Ausnahme des beruflichen Status‘ „In Ausbildung“ fungierten die demographischen und kontextuellen Faktoren nicht als Prädiktoren der FoMO.

6.3 Zusammenhang der FoMO mit sozialen Faktoren

FF2 untersuchte den Zusammenhang sozialer Faktoren mit der FoMO. FF2a fragte dabei nach der Rolle des Bedürfnisses nach Zugehörigkeit, FF2b nach der Bedeutung der Qualität des sozialen Netzwerks – ermittelt anhand der sozialen Verbundenheit und wahrgenommenen sozialen Unterstützung – sowie von dessen Größe. FF2c legte den Fokus auf das Eingehen sozialer Bindungen, gemessen anhand der Attachment Anxiety und Avoidance. FF2d fragte abschließend nach dem Vergleich des Einflusses aller sozialen Faktoren.

Die Korrelation nach Pearson zeigte einen hochsignifikanten Zusammenhang der FoMO mit allen sozialen Faktoren mit Ausnahme der wahrgenommenen sozialen Unterstützung. Dabei korrelierte die soziale Verbundenheit stark negativ mit der FoMO ($r = -.35, p < .001$). Eine höhere soziale Verbundenheit stand daher in Zusammenhang mit einer niedrigeren FoMO, wobei hierbei keine Aussage über die Kausalität der Beziehung getroffen werden kann.

Die Größe des sozialen Netzwerks wies eine geringe positive Korrelation mit der FoMO auf ($r = .12, p = .005$), die Attachment Avoidance eine starke positive Korrelation ($r = .30, p < .001$). Ein besonders starker positiver Zusammenhang mit der FoMO konnte mit dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit ($r = .60, p < .001$) sowie der Attachment Anxiety ($r = .66, p < .001$) beobachtet werden.

Tabelle 5 Korrelationen zwischen der FoMO und sozialen Faktoren

	1	2	3	4	5	6	7
1 FoMO	1						
2 Bedürfnis nach Zugehörigkeit	.60**	1					
3 Soziale Verbundenheit	-.35**	-.19**	1				
4 Wahrgenommene soziale Unterstützung	-.05	.07	.59**	1			
5 Größe des sozialen Netzwerks	.12**	.13**	.33**	.44**	1		
6 Attachment Avoidance	.30**	.09*	-.66**	-.42**	-.27**	1	
7 Attachment Anxiety	.66**	.70**	-.41**	-.11*	.03	.34**	1

** Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 1%

* Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 5%

Das Regressionsmodell zeigte darüber hinaus, dass sich die Attachment Avoidance und Anxiety sowie das Bedürfnis nach Zugehörigkeit dazu eigneten, die FoMO vorherzusagen. Die Attachment Avoidance hatte einen positiven, jedoch sehr geringen Effekt von $\beta = .09$ auf die FoMO ($b = 0.07$, 95% KI = $[0.00, 0.13]$, $p = .040$). Die Attachment Anxiety stellte mit einer geringen bis mittleren Effektstärke ebenfalls einen Prädiktor der FoMO dar ($\beta = .18$, $b = 0.15$, 95% KI = $[0.07, 0.23]$, $p < .001$). Eine stärkere Vermeidung sozialer Bindungen sowie mehr Angst, diese einzugehen, führten demnach zu einem verstärkten Auftreten der FoMO. Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit fungierte mit einer mittleren Effektstärke von $\beta = .20$ ($b = 0.24$, 95% KI = $[0.14, 0.35]$, $p < .001$) ebenfalls als Prädiktor der FoMO. Ein höheres Bedürfnis nach Zugehörigkeit resultierte demnach in einem stärkeren Auftreten der FoMO.

Basierend auf diesen Ergebnissen können die Forschungsfragen folgendermaßen beantwortet werden: Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit wies eine sehr starke positive Korrelation mit der FoMO auf und stellte darüber hinaus einen Prädiktor der FoMO dar, der aufgrund der mittleren Effektstärke ($\beta = .20$) eine relevante Rolle in Hinblick auf die Vorhersage des Phänomens einnahm. Ein höheres Bedürfnis nach Zugehörigkeit führte demnach zu einer verstärkten FoMO (FF2a). Des Weiteren bestand eine signifikante negative Korrelation zwischen der FoMO und der sozialen Verbundenheit sowie eine geringe positive Korrelation mit der Größe des sozialen Netzwerks. Die Qualität und Größe des sozialen Netzwerks fungierten im Regressionsmodell jedoch nicht als Prädiktoren der FoMO (FF2b). Attachment Avoidance ($\beta = .09$) und Attachment Anxiety ($\beta = .18$) korrelierten mittel bzw. sehr stark positiv mit der FoMO und stellten zudem Prädiktoren der FoMO dar. Ein stärkeres, vermeidendes Verhalten sowie vermehrte Angst beim Eingehen sozialer Beziehungen können demnach zu einem verstärkten Auftreten der FoMO führen (FF2c).

Insgesamt spielten das Bedürfnis nach Zugehörigkeit, die Attachment Anxiety sowie die Attachment Avoidance die größte Rolle als Prädiktoren der FoMO. Die Attachment Avoidance hatte dabei mit einer Effektstärke von $\beta = .09$ nur eine sehr geringe Vorhersagekraft, während die Attachment Anxiety und das Bedürfnis nach Zugehörigkeit einen kleinen bis mittleren Effekt aufwiesen und daher für die kurz- sowie langfristige Erklärung des Phänomens von praktischem Nutzen sein könnten (Funder & Ozer, 2019, S. 166) (FF2d).

6.4 Zusammenhang der FoMO mit psychischen und emotionalen Faktoren

FF3 erforschte die Rolle psychischer Faktoren in Hinblick auf das Auftreten der FoMO, wobei die Faktoren a) Erfüllung der psychologischen Grundbedürfnisse, b) allgemeine Lebenszufriedenheit, c) Stimmungslage, d) Selbstbewusstsein, e) Neid, f) sozialer Vergleich und g) Stress miteinbezogen wurden. FF3h stellte wiederum einen Vergleich der Effektstärke an und identifizierte die Variablen, die den größten Beitrag zur Erklärung des Phänomens leisteten.

Es bestand eine signifikante Korrelation aller gemessenen psychischen und emotionalen Faktoren mit der FoMO. Ein sehr starker positiver Zusammenhang konnte dabei mit der Neigung zum sozialen Vergleich mit anderen Personen ($r = .57$; $p < .001$), Neid ($r = .48$; $p < .001$) und negativer Stimmung ($r = .43$; $p < .001$) beobachtet werden. Darüber hinaus bestand ein sehr starker positiver Zusammenhang mit dem gesamten Stress, der in den vergangenen zwei Wochen empfunden wurde ($r = .40$; $p < .001$). Die gesamte Stressvariable setzte sich aus drei einzelnen Bereichen, in denen Stress empfunden wurde, zusammen, die auch als Einzelfaktoren einen mittleren bis starken Zusammenhang mit der FoMO aufwiesen: Stress in Ausbildung bzw. Beruf ($r = .34$, $p < .001$), Stress im Alltag ($r = .33$, $p < .001$) und interpersoneller Stress ($r = .27$, $p < .001$).

Ein sehr starker bis starker negativer Zusammenhang der FoMO bestand mit dem Selbstbewusstsein ($r = -.43$; $p < .001$), der Erfüllung der psychologischen Grundbedürfnisse insgesamt ($r = -.34$; $p < .001$) sowie dem erfüllten Bedürfnis nach Kompetenz ($r = -.34$; $p < .001$) und Autonomie ($r = -.32$; $p < .001$). Das dritte Bedürfnis, die Verbundenheit, korrelierte ebenfalls negativ mit mittlerer Effektstärke mit der FoMO ($r = -.20$; $p < .001$). Mit der positiven Stimmung ($r = -.10$; $p = .019$) sowie der Lebenszufriedenheit ($r = -.10$; $p = .020$) ergaben sich geringe negative Korrelationen mit der FoMO. Dementsprechend standen insbesondere ein höheres Selbstbewusstsein und die Erfüllung der Grundbedürfnisse, aber auch eine positivere Stimmung und mehr Lebenszufriedenheit im Zusammenhang mit einer niedrigeren FoMO.

Die Regression zeigte, dass unter den psychischen und emotionalen Faktoren insbesondere der Neid mit einem Effekt mittlerer Stärke ($\beta = .21$, $b = 0.22$, 95% KI = [0.12, 0.32], $p < .001$) eine bedeutsame Rolle als Prädiktor der FoMO einnahm. Einen signifikanten Beitrag zur Vorhersage der FoMO leisteten zudem die Lebenszufriedenheit ($\beta = .09$, $b = 0.07$, 95% KI = [0.00, 0.14], $p = .040$) und die Neigung zum sozialen Vergleich ($\beta = .09$, $b = 0.09$, 95% KI = [0.01,

Tabelle 6 Korrelationen zwischen der FoMO und psychischen und emotionalen Faktoren

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1 FoMO	1														
2 Erfüllung psycholo- gischer Grundbedürf- nisse (gesamt)	-.34**	1													
3 Grundbedürfnis Autonomie	-.32**	.88**	1												
4 Grundbedürfnis Kompetenz	-.34**	.85**	.67**	1											
5 Grundbedürfnis Verbundenheit	-.20**	.83**	.58**	.528**	1										
6 Lebenszufriedenheit	-.10*	.63**	.56**	.50**	.56**	1									
7 Neid	.48**	-.66**	-.61**	-.57**	-.51**	-.58**	1								
8 Selbstbewusstsein	-.43**	.77**	.66**	.75**	.58**	.54**	-.70**	1							
9 Sozialer Vergleich	.57**	-.29**	-.29**	-.32**	-.14**	-.11**	.45**	-.40**	1						
10 Negative Stimmung	.43**	-.60**	-.54**	-.51**	-.48**	-.47**	.63**	-.61**	.38**	1					
11 Positive Stimmung	-.10*	.58**	.48**	.44**	.56**	.60**	-.47**	.47**	-.10*	-.53**	1				
12 Stress gesamt	.40**	-.31**	-.34**	-.27**	-.19**	-.16**	.38**	-.36**	.39**	.47**	-.16**	1			
13 Stress in Ausbildung/Beruf	.34**	-.12**	-.18**	-.14**	.00	-.04	.22**	-.22**	.30**	.28**	-.04	.80**	1		
14 Interpersoneller Stress	.27**	-.40**	-.37**	-.30**	-.34**	-.21**	.37**	-.35**	.27**	.45**	-.20**	.72**	.28**	1	
15 Stress im Alltag	.33**	-.24**	-.27**	-.21**	-.14**	-.16**	.33**	-.29**	.36**	.38**	-.16**	.84**	.54**	.47**	1

** Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 1%;

* Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 5%

0.17], $p = .034$), die Effektstärke war jedoch nur gering. Anzumerken ist hierbei, dass der Regressionskoeffizient der Lebenszufriedenheit einen positiven Wert aufwies, die Korrelation mit der FoMO jedoch negativ war. Die übrigen Faktoren hatten keinen signifikanten Effekt im Regressionsmodell.

FF3 kann dementsprechend folgendermaßen beantwortet werden: Eine c) negative Stimmung sowie g) der empfundene Stress der vergangenen zwei Wochen in Bezug auf Beruf und Ausbildung, das soziale Umfeld und den Alltag allgemein korrelierten mittel bis sehr stark positiv mit der FoMO. Demnach standen eine vermehrte negative Stimmung sowie erhöhter Stress mit einer verstärkten FoMO in Zusammenhang. Ein mittlerer bis hoher negativer Zusammenhang mit der FoMO wurde für die Variablen a) Erfüllung der psychologischen Grundbedürfnisse und d) Selbstbewusstsein, ein geringer negativer Zusammenhang mit c) einer positiven Stimmung gefunden. Eine erhöhte Bedürfnisbefriedigung, mehr Selbstbewusstsein und eine vermehrte positive Stimmung konnten daher mit einer niedrigeren FoMO assoziiert werden. Jedoch leisteten diese Faktoren keinen signifikanten Beitrag zur Vorhersage der FoMO. Die b) allgemeine Lebenszufriedenheit ($\beta = .09$), e) der Neid ($\beta = .21$) sowie f) die Neigung zum sozialen Vergleich ($\beta = .09$) korrelierten hingegen nicht nur signifikant mit der FoMO, sondern konnten im Regressionsmodell als signifikante Prädiktoren der FoMO identifiziert werden.

Insgesamt diene insbesondere der Neid zur Vorhersage der FoMO und könnte mit einer mittleren Effektstärke auch kurzfristig zur Erklärung des Phänomens beitragen, anstatt sich erst langfristig auf dessen Auftreten auszuwirken (Funder & Ozer, 2019, S. 163). Die Lebenszufriedenheit und der soziale Vergleich leisteten ebenfalls einen signifikanten, jedoch geringen Beitrag (FF3h).

6.5 Zusammenhang der FoMO mit Verhaltensfaktoren

Für die Kategorie der Verhaltensfaktoren liegt der Fokus zunächst auf dem Zusammenhang der FoMO mit der SN-Nutzung. Anschließend wird die Bedeutung der Freizeitgestaltung und Ausübung verschiedener Aktivitäten in Hinblick auf die FoMO beleuchtet.

6.5.1 Zusammenhang der FoMO mit der Social-Media-Nutzung

FF4a untersuchte den Zusammenhang zwischen der FoMO und der SN-Nutzung, gemessen durch die Dauer und Intensität sowie die Nutzungsmotive. Aufgeschlüsselt nach sozialem

Tabelle 7 Korrelationen zwischen der FoMO und Verhaltensfaktoren in Bezug auf die SN-Nutzung

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1 FoMO	1																		
2 Gesamtzahl genutzter SN	.33**	1																	
3 Gesamtdauer SN-Nutzung	.27**	.34**	1																
4 Nutzungsdauer YouTube	.14**	.16**	.61**	1															
5 Nutzungsdauer Facebook	.01	-.01	.54**	.24**	1														
6 Nutzungsdauer Instagram	.21**	.30**	.62**	.12**	.14**	1													
7 Nutzungsdauer Pinterest	.12**	.09*	.41**	.23**	.31**	.09*	1												
8 Nutzungsdauer Twitter	.12**	.18**	.19**	.09*	.01	.04	.05	1											
9 Nutzungsdauer Snapchat	.20**	.28**	.53**	.09*	-.04	.32**	.04	.04	1										
10 Nutzungsdauer TikTok	.24**	.33**	.57**	.11**	-.06	.38**	.03	.11**	.56**	1									
11 Intensität der SN-Nutzung	.55**	.46**	.29**	.10*	.07	.27**	.07	.19**	.20**	.22**	1								
12 Motiv Dating	.38**	.16**	.25**	.15**	-.03	.12**	.09*	.10*	.30**	.24**	.39**	1							
13 Motiv Neue Freundschaften	.42**	.20**	.23**	.06	.08	.12**	.05	.16**	.24**	.21**	.48**	.61**	1						
14 Motiv Soziale Verbundenheit	.52**	.25**	.21**	.08	.05	.15**	.09*	.11*	.15**	.18**	.63**	.50**	.60**	1					
15 Motiv Folgen und Beobachten	.50**	.33**	.21**	.05	-.01	.28**	.04	.06	.15**	.22**	.61**	.38**	.40**	.59**	1				
16 Motiv Unterhaltung	.36**	.39**	.20**	.08	-.02	.26**	.05	.05	.12**	.18**	.52**	.14**	.19**	.32**	.46**	1			
17 Motiv Soziale Anerkennung	.47**	.16**	.27**	.09*	.10*	.14**	.06	.14**	.25**	.27**	.50**	.58**	.59**	.57**	.47**	.15**	1		
18 Motiv Meinungen ausdrücken	.29**	.18**	.20**	.07	.09*	.09*	.07	.18**	.16**	.18**	.46**	.48**	.57**	.54**	.33**	.15**	.56**	1	
19 Motiv Information	.27**	.37**	.14**	.06	-.03	.17**	.04	.15**	.04	.14**	.50**	.11*	.23**	.30**	.36**	.53**	.12**	.27**	1

** Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 1%; * Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 5%

Netzwerk zeigte sich, dass YouTube durchschnittlich am längsten genutzt wurde, gefolgt von Facebook und Instagram. Die Korrelationstabelle zeigte signifikante positive Korrelationen der FoMO mit allen Variablen mit Ausnahme der Dauer der Facebook-Nutzung. Die Gesamtnutzungsdauer sowie die Nutzungsdauer pro Netzwerk wiesen jeweils eine geringe bis mittlere Korrelation mit der FoMO auf ($r = .11 - r = .27$). Ein sehr starker Zusammenhang von $r = .55$ ($p < .001$) zeigte sich mit der Intensität der SN-Nutzung. Zudem korrelierte die FoMO mittel bis sehr stark mit allen acht erhobenen Nutzungsmotiven, insbesondere mit den Motiven der sozialen Verbundenheit ($r = .52, p < .001$), Folgen und Beobachten ($r = .50, p < .001$) sowie der sozialen Anerkennung ($r = .47, p < .001$).

Als Prädiktoren der FoMO im Regressionsmodell fungierten einerseits die Intensität der SN-Nutzung ($\beta = .17, b = 0.13, 95\% \text{ KI} = [0.06, 0.20], p < .001$), andererseits das Motiv der sozialen Anerkennung ($\beta = .14, b = 0.11, 95\% \text{ KI} = [0.05, 0.18], p = .001$).

FF4a kann demnach folgendermaßen beantwortet werden: Alle Variablen zur Messung der Mediennutzung in Hinblick auf Dauer, Intensität und Nutzungsmotive korrelierten gering bis sehr stark mit der FoMO – mit Ausnahme der Dauer der Facebook-Nutzung. Eine längere und intensivere Nutzung sozialer Medien stand daher mit einer höheren FoMO in Zusammenhang. Einen erklärenden Effekt von geringer Stärke hatten hingegen nur die Intensität der SN-Nutzung ($\beta = .17$) sowie das Nutzungsmotiv der sozialen Anerkennung ($\beta = .14$). Beide leisteten bei Interpretation der Effektstärke einen geringen Beitrag zur Vorhersage der FoMO, könnten aber bei einem langfristigen Auftreten von Bedeutung für das Phänomen sein. Eine intensivere SN-Nutzung sowie das Streben nach sozialer Anerkennung als Grund für dieses Verhalten, könnten dementsprechend zu einer stärkeren FoMO führen.

6.5.2 Zusammenhang der FoMO mit Freizeitaktivitäten

FF4b fragte nach dem Einfluss der Freizeitgestaltung auf die FoMO, wobei zwischen verpflichtenden Offline-, individuellen und sozialen Offline- sowie individuellen und sozialen Online-Aktivitäten unterschieden wurde. Die FoMO wies einen sehr geringen positiven Zusammenhang mit der Dauer verpflichtender Offline-Aktivitäten wie Hausarbeit oder Lernen auf ($r = .09, p = .029$). Zudem zeigte sich eine signifikant positive mittlere Korrelation zwischen der FoMO und der Dauer freiwilliger sozialer Online-Aktivitäten wie Chatten mit Freund*innen oder Online-Dating ($r = .20, p < .001$).

Tabelle 8 Korrelationen zwischen der FoMO und der täglichen Dauer verschiedener Freizeitaktivitäten

	1	2	3	4	5	6
1 FoMO	1					
2 Verpflichtende Offline-Aktivitäten	.09*	1				
3 Individuelle Offline-Aktivitäten	-.01	.35**	1			
4 Soziale Offline-Aktivitäten	.08	.36**	.32**	1		
5 Individuelle Online-Aktivitäten	.02	.13**	.29**	.21**	1	
6 Soziale Online-Aktivitäten	.20**	.15**	.10*	.28**	.07	1

** Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 1%

* Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 5%

Im Regressionsmodell spielten die Variablen zur Erfassung der Freizeitaktivitäten jedoch keine signifikante Rolle in Hinblick auf die Vorhersage der FoMO und wiesen nur äußerst geringe Effektstärken auf. In Hinblick auf FF4b kann demnach geschlossen werden, dass die FoMO mit sehr geringer bis mittlerer Stärke positiv mit dem Zeitaufwand für verpflichtende Aktivitäten sowie soziale Online-Aktivitäten korreliert und die vermehrte Ausübung daher mit einem stärkeren Auftreten des Phänomens in Verbindung steht, Variablen der Freizeitgestaltung insgesamt jedoch keinen Beitrag zur Vorhersage des Phänomens leisteten.

Unter den Verhaltensfaktoren fungierten somit nur die Intensität der SN-Nutzung ($\beta = .17$) sowie das Nutzungsmotiv der sozialen Anerkennung ($\beta = .14$) in geringem Maß als Prädiktoren, während die Nutzungsdauer einzelner Netzwerke sowie die Dauer der Ausübung verschiedener Freizeitaktivitäten im Online- und Offline-Bereich keinen signifikanten Einfluss auf das Auftreten der FoMO hatten (FF4c).

6.6 Zusammenhang der FoMO mit Persönlichkeitsfaktoren

FF5 untersuchte den Einfluss der Persönlichkeit, gemessen anhand der Big Five der Persönlichkeit, auf das Auftreten der FoMO. Es konnte ein signifikant positiver Zusammenhang mittlerer Stärke zwischen der FoMO und dem Neurotizismus gefunden werden ($r = .31$, $p < .001$). Darüber hinaus korrelierten die Gewissenhaftigkeit ($r = -.15$, $p < .001$) und Offenheit ($r = -.10$, $p = .017$) in geringem Maße negativ mit dem Phänomen. Eine höhere FoMO wurde daher mit mehr Neurotizismus, aber einer geringeren Gewissenhaftigkeit und Offenheit einer Person assoziiert. Das Regressionsmodell zeigte jedoch für keinen der Persönlichkeitszüge einen signifikanten Effekt. Dementsprechend diente die Persönlichkeit nicht als Prädiktor der FoMO.

Tabelle 9 Korrelationen zwischen der FoMO und Persönlichkeitsfaktoren

	1	2	3	4	5	6
1 FoMO	1					
2 Extraversion (Index)	-.08	1				
3 Neurotizismus (Index)	.31**	-.30**	1			
4 Verträglichkeit (1 Item)	.04	.26**	.01	1		
5 Gewissenhaftigkeit (1 Item)	-.15**	.10*	-.11*	.14**	1	
6 Offenheit (1 Item)	-.10*	.19**	-.17**	.16**	.20**	1

** Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 1%

* Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 5%

6.7 Gesamtmodell

Abschließend erfolgt die Präsentation des gesamten Regressionsmodells: Die Variablen im Modell erklärten insgesamt 63.6% der Varianz der FoMO, die die abhängige Variable darstellte (Korrigiertes R-Quadrat = .636). Die FoMO wurde von den Prädiktoren, bestehend aus demographischen und kontextuellen, sozialen, psychischen und emotionalen, Verhaltens- und Persönlichkeitsfaktoren, signifikant vorhergesagt ($F(95, 448) = 10.99; p < .001$).

Tabelle 10 Koeffizienten des Regressionsmodells zur Vorhersage der FoMO

	95% KI			β	t	p
	b	US	OS			
(Konstante)	-0.32	-1.36	0.71		-0.61	.539
Alter	-0.01	-0.01	0.00	-.08	-1.37	.171
Gender - Männlich	0.06	-0.09	0.20	.03	0.76	.448
Gender Divers	-0.12	-0.77	0.54	-.01	-0.35	.729
Beruf - Selbstständig erwerbstätig	-0.25	-0.52	0.01	-.06	-1.88	.061
Beruf - (Aktuell) Nicht erwerbstätig	0.04	-0.24	0.31	.01	0.25	.803
Beruf - In Ausbildung	0.25	0.03	0.47	.09	2.23	.026
Beruf - Pensionist*in	0.10	-0.15	0.34	.03	0.77	.441
Beruf - Sonstiges/k.A.	0.25	-0.10	0.60	.04	1.42	.156
Ausbildung - Keine abgeschlossene Ausbildung	-0.39	-0.97	0.20	-.04	-1.30	.195
Ausbildung - Lehre	-0.09	-0.36	0.18	-.04	-0.67	.501
Ausbildung - AHS/BHS mit Matura	0.05	-0.21	0.31	.02	0.38	.707
Ausbildung - Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	-0.32	-0.66	0.03	-.07	-1.80	.073
Ausbildung - Universität/FH	-0.01	-0.29	0.28	-.00	-0.05	.964
Ausbildung - Sonstiges/k.A.	-0.16	-0.55	0.23	-.03	-0.81	.416
Ausbildung Mutter - Keine abgeschlossene Ausbildung	0.20	-0.20	0.60	.03	0.98	.329
Ausbildung Mutter - Lehre	-0.05	-0.23	0.13	-.02	-0.55	.581
Ausbildung Mutter - AHS/BHS mit	0.06	-0.17	0.29	.02	0.53	.595

Matura						
Ausbildung Mutter - Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	0.18	-0.13	0.48	.04	1.15	.250
Ausbildung Mutter - Universität/FH	0.08	-0.18	0.34	.02	0.60	.550
Ausbildung Mutter - Sonstiges/k.A.	-0.02	-0.30	0.26	-.01	-0.13	.893
Ausbildung Vater - Keine abgeschlossene Ausbildung	-0.05	-0.57	0.48	-.01	-0.17	.862
Ausbildung Vater - Lehre	0.11	-0.09	0.31	.05	1.08	.282
Ausbildung Vater - AHS/BHS mit Matura	0.10	-0.15	0.35	.03	0.78	.435
Ausbildung Vater - Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	0.04	-0.37	0.44	.01	0.17	.863
Ausbildung Vater - Universität/FH	-0.09	-0.37	0.20	-.03	-0.60	.549
Ausbildung Vater - Sonstiges/k.A.	0.13	-0.17	0.43	.03	0.82	.411
Einkommen - 1001 - 1500€	0.19	-0.10	0.48	.05	1.27	.205
Einkommen - 1501 - 2000€	0.10	-0.18	0.39	.03	0.71	.476
Einkommen - 2001 - 2500€	0.19	-0.11	0.49	.05	1.23	.221
Einkommen - 2501 - 3000€	0.16	-0.14	0.45	.04	1.05	.296
Einkommen - 3001 - 3500€	0.15	-0.16	0.46	.04	0.95	.345
Einkommen - 3501 - 4000€	0.23	-0.06	0.51	.06	1.55	.121
Einkommen - 4000 - 5000€	0.16	-0.14	0.47	.04	1.04	.299
Einkommen - Mehr als 5000€	0.22	-0.10	0.53	.05	1.36	.173
Einkommen – k.A.	0.00	-0.25	0.25	-.00	-0.02	.983
Dienstag	0.04	-0.15	0.23	.02	0.42	.675
Mittwoch	-0.13	-0.41	0.15	-.03	-0.91	.365
Donnerstag	0.06	-0.14	0.25	.02	0.56	.578
Freitag	0.00	-0.22	0.22	.00	0.00	.998
Samstag	0.17	-0.14	0.47	.03	1.05	.292
Sonntag	0.24	-0.35	0.83	.03	0.81	.420
00:00 - < 02:00 Uhr	-0.18	-0.86	0.51	-.02	-0.51	.607
02:00 - < 04:00 Uhr	-0.23	-1.06	0.60	-.02	-0.55	.581
04:00 - < 06:00 Uhr	-0.65	-1.38	0.08	-.05	-1.76	.079
06:00 - < 08:00 Uhr	0.36	-0.03	0.76	.06	1.80	.072
10:00 - < 12:00 Uhr	-0.09	-0.29	0.11	-.03	-0.91	.365
12:00 - < 14:00 Uhr	-0.03	-0.24	0.19	-.01	-0.26	.796
14:00 - < 16:00 Uhr	-0.14	-0.37	0.10	-.04	-1.11	.267
16:00 - < 18:00 Uhr	-0.09	-0.30	0.12	-.03	-0.83	.407
18:00 - < 20:00 Uhr	-0.14	-0.37	0.09	-.04	-1.19	.237
20:00 - < 22:00 Uhr	-0.06	-0.32	0.21	-.01	-0.41	.682
22:00 - < 24:00 Uhr	0.18	-0.16	0.52	.03	1.04	.299
Bedürfnis nach Zugehörigkeit	0.24	0.14	0.35	.20	4.40	<.001
Soziale Verbundenheit	-0.06	-0.14	0.02	-.08	-1.52	.129
Wahrgenommene soziale Unterstützung	0.06	-0.02	0.13	.07	1.55	.122
Größe des sozialen Netzwerks	0.02	0.00	0.04	.07	1.89	.062
Attachment Avoidance	0.07	0.00	0.13	.09	2.06	.040
Attachment Anxiety	0.15	0.07	0.23	.18	3.70	<.001
Erfüllung psychologischer Grundbedürfnisse (gesamt)	-0.07	-0.19	0.05	-.07	-1.17	.243
Lebenszufriedenheit	0.07	0.00	0.14	.09	2.07	.040

Neid	0.22	0.12	0.32	.21	4.35	<.001
Selbstbewusstsein	0.07	-0.03	0.17	.08	1.46	.145
Sozialer Vergleich	0.09	0.01	0.17	.09	2.12	.034
Negative Stimmung	0.02	-0.05	0.09	.03	0.63	.527
Positive Stimmung	0.04	-0.04	0.11	.04	0.91	.366
Stress in Ausbildung/Beruf	0.05	0.00	0.09	.08	1.97	.050
Interpersoneller Stress	-0.05	-0.09	0.00	-.07	-1.86	.063
Stress im Alltag	0.00	-0.06	0.05	-.00	-0.04	.972
Gesamtzahl genutzter SN	0.00	-0.05	0.05	.00	0.03	.980
Nutzungsdauer YouTube	<0.01	0.00	0.00	.05	1.40	.161
Nutzungsdauer Facebook	<0.01	0.00	0.00	.03	0.95	.344
Nutzungsdauer Instagram	>-0.01	0.00	0.00	-.04	-1.16	.247
Nutzungsdauer Pinterest	<0.01	0.00	0.00	.01	0.25	.802
Nutzungsdauer Twitter	<0.01	0.00	0.00	.01	0.39	.694
Nutzungsdauer Snapchat	<0.01	0.00	0.00	.01	0.38	.701
Nutzungsdauer TikTok	>-0.01	0.00	0.00	-.01	-0.29	.770
Intensität der SN-Nutzung	0.13	0.06	0.20	.17	3.52	<.001
Motiv Dating	-0.03	-0.09	0.03	-.04	-0.88	.380
Motiv Neue Freundschaften	-0.01	-0.07	0.05	-.01	-0.32	.750
Motiv Soziale Verbundenheit	0.06	-0.01	0.12	.08	1.81	.071
Motiv Folgen und Beobachten	-0.01	-0.07	0.05	-.02	-0.44	.660
Motiv Unterhaltung	0.04	-0.01	0.09	.06	1.48	.141
Motiv Soziale Anerkennung	0.11	0.05	0.18	.14	3.27	.001
Motiv Meinungen ausdrücken	0.01	-0.05	0.07	.02	0.37	.715
Motiv Information	-0.03	-0.09	0.02	-.05	-1.32	.189
Verpflichtende Offline-Aktivitäten	>-0.01	0.00	0.00	-.00	-0.06	.951
Individuelle Offline-Aktivitäten	<0.01	0.00	0.00	.02	0.70	.487
Soziale Offline-Aktivitäten	>-0.01	0.00	0.00	-.04	-1.33	.183
Individuelle Online-Aktivitäten	>-0.01	0.00	0.00	-.01	-0.25	.806
Soziale Online-Aktivitäten	>-0.01	0.00	0.00	-.01	-0.35	.723
Extraversion (Index)	0.00	-0.06	0.05	-.00	-0.08	.935
Neurotizismus (Index)	-0.05	-0.11	0.01	-.06	-1.59	.112
Verträglichkeit (1 Item)	-0.04	-0.08	0.01	-.05	-1.62	.107
Gewissenhaftigkeit (1 Item)	-0.02	-0.07	0.04	-.02	-0.56	.578
Offenheit (1 Item)	-0.01	-0.05	0.04	-.01	-0.25	.806

KI: Konfidenzintervall; US: Untere Schranke; OS: Obere Schranke;

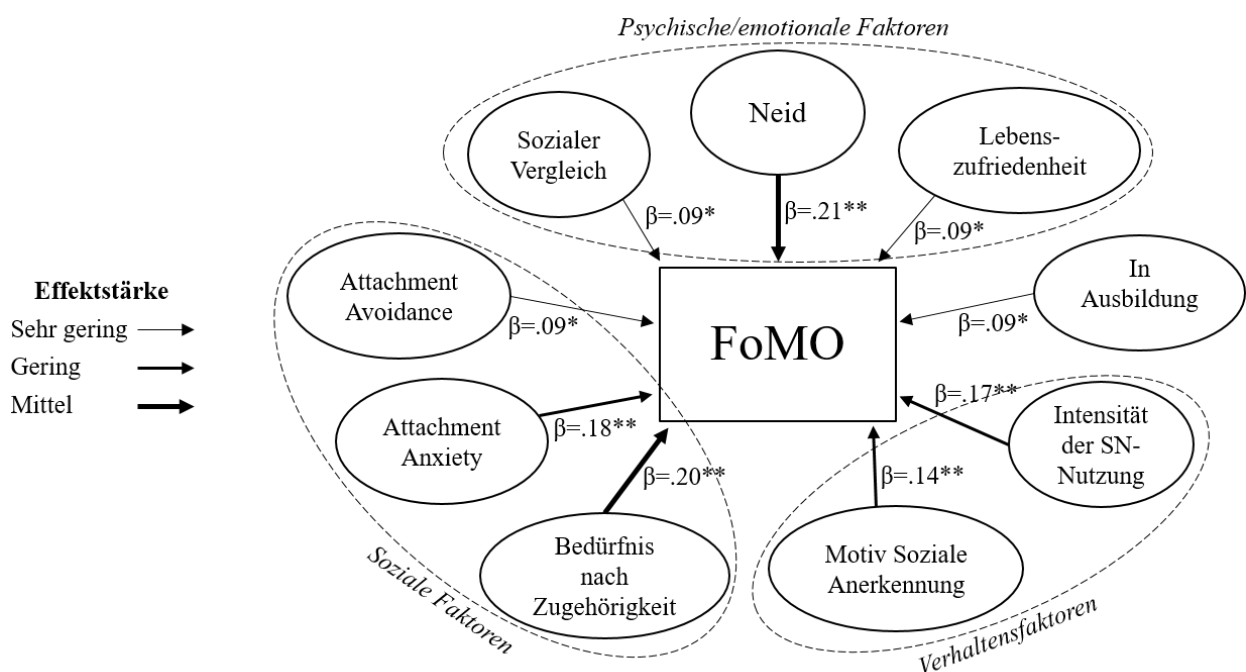
AV: FoMO

Zur Beantwortung von FF6 erfolgte ein abschließender Vergleich aller Prädiktoren des Regressionsmodells und ihrer Effektstärke um zu ermitteln, welche Faktoren den größten Beitrag zur Vorhersage der FoMO leisteten. Insgesamt wurde für neun Variablen ein signifikanter Effekt gefunden, der in Abbildung 2 dargestellt wird: Mit einer mittleren Effektstärke fungierten der Neid ($\beta = .21$) und das Bedürfnis nach Zugehörigkeit ($\beta = .20$) als stärkste Prädiktoren der FoMO

und wiesen die größte erklärende und praktische Relevanz auf. Eine höhere FoMO wurde demnach von größerem Neid in Bezug auf andere sowie einem stärkeren Bedürfnis nach Zugehörigkeit bedingt.

Einen geringen Beitrag zur Vorhersage der FoMO leisteten die Attachment Anxiety ($\beta = .18$), die Intensität der SN-Nutzung ($\beta = .17$) sowie das Nutzungsmotiv der sozialen Anerkennung ($\beta = .14$), die einen positiven Effekt geringer Stärke aufwiesen. Mehr Angst in Bezug auf das Eingehen sozialer Bindungen, eine intensivere Nutzung sozialer Netzwerke sowie die SN-Nutzung mit dem Ziel, soziale Anerkennung zu erlangen, hatten dementsprechend ein erhöhtes Auftreten der FoMO zur Folge.

Der berufliche Status „In Ausbildung“ ($\beta = .09$), die Lebenszufriedenheit ($\beta = .09$), die Neigung zum sozialen Vergleich ($\beta = .09$) und die Attachment Avoidance ($\beta = .09$) wiesen jeweils eine sehr geringe positive Effektstärke auf. Wenn sich Personen in Ausbildung befanden, verstärkt zum sozialen Vergleich mit anderen Personen sowie zur Vermeidung sozialer Bindung neigten, jedoch auch wenn sie über eine höhere Lebenszufriedenheit verfügten, führte dies tendenziell zum verstärkten Auftreten der FoMO.



** Signifikanter Effekt bei einem Signifikanzniveau von 1%

* Signifikanter Effekt bei einem Signifikanzniveau von 5%

Abbildung 2 Kausale Zusammenhänge mit der FoMO (Quelle: Eigene Darstellung)

6.8 Ergebnisse eines alternativen Regressionsmodells

Wie zuvor beschrieben, wurde für die Hauptanalyse der vorliegenden Arbeit aus Gründen der Relevanz ausschließlich ein Sample aus Nutzer*innen sozialer Medien herangezogen. Die multiple Regression wurde jedoch auch für das Gesamtsample ($N=585$) berechnet, wobei hier die Intensität der Mediennutzung sowie die Nutzungsmotive nicht als potenzielle Prädiktoren miteinbezogen werden konnten, da diese ausschließlich für Nutzer*innen sozialer Medien erhoben wurden. Die Ergebnisse dieses zweiten Modells³ werden nun ebenfalls präsentiert. Dabei liegt der Fokus auf den Unterschieden zum Hauptmodell.

6.8.1 Beschreibung des Alternativsamples

Zunächst wird eine kurze Beschreibung des Gesamtsamples vorgenommen, das nun auch Nicht-Nutzer*innen sozialer Medien enthält. Insgesamt wies dieses eine sehr ähnliche Struktur wie das Hauptsample auf: Das Durchschnittsalter betrug 40.9 Jahre ($SD=17.2$) und lag damit ein Jahr über dem Durchschnittsalter der Nutzer*innen sozialer Medien ($M=39.9$; $SD=16.9$). 51% der Respondent*innen waren weiblich, 48% männlich und 1% divers. 59% verfügten über eine Matura oder einen höheren Abschluss, 29% über einen Lehrabschluss und 8% über einen Pflichtabschluss. Unter den Eltern der Respondent*innen besaß rund ein Drittel eine Matura oder einen höheren Abschluss. Bei 31% der Mütter war der Lehrabschluss, bei 25% der Pflichtschulabschluss die höchste abgeschlossene Ausbildung. Unter den Vätern traf dies auf 41% bzw. 14% zu.

Mehr als die Hälfte des Gesamtsamples war erwerbstätig (55%), der Großteil davon in Anstellung. 16% waren in Pension und 18% in Ausbildung oder im Präsenz-/Zivildienst. 27% hatten ein monatliches Haushaltseinkommen von bis zu 2000€ zur Verfügung, 26% von 2001€ bis 3500€ und 27% von mehr als 3500€. Knapp ein Fünftel machte keine Angabe.

93% des Samples nutzten soziale Medien, durchschnittlich für 3:14 Stunden pro Tag ($SD=4:42$) und über 2.7 ($SD=1.7$) Netzwerke.

³ Die Tabelle der Koeffizienten des alternativen Regressionsmodells für das Gesamtsample ($N=585$) wird im Detail im Appendix aufgeführt.

6.8.2 Beschreibung des alternativen Modells und Unterschiede zum Hauptmodell

Mit dem alternativen Regressionsmodell konnten 59.3% der Varianz der FoMO erklärt werden. Auch dieses Modell war signifikant ($F(86, 498) = 10.90; p < .001$). Es wurden insgesamt zehn signifikante Prädiktoren der FoMO identifiziert. Dabei waren einige Unterschiede zum Hauptmodell feststellbar.

Wie im Hauptmodell leisteten auch im Alternativmodell die kontextuellen Faktoren keinen Beitrag zur Vorhersage der FoMO. Jedoch wurde für eine größere Anzahl an demographischen Faktoren ein Effekt gefunden: Der berufliche Status „In Ausbildung“ war ebenfalls signifikant, wies aber eine kleine Effektstärke auf und hatte damit etwas mehr Gewicht als im Hauptmodell ($\beta = .12, b = 0.34, 95\% \text{ KI} = [0.12, 0.57], p = .003$). Zusätzlich zeigte sich ein sehr kleiner, aber signifikanter positiver Effekt der höchsten Einkommensklasse „Mehr als 5000€“ ($\beta = .09, b = 0.37, 95\% \text{ KI} = [0.05, 0.69], p = .022$) im Vergleich mit der niedrigsten Einkommensklasse. Gefunden wurde zudem ein sehr kleiner negativer Effekt einer hochschulverwandten Lehranstalt/eines Kolleg als höchste abgeschlossene Ausbildung ($\beta = -.08, b = -0.35, 95\% \text{ KI} = [-0.71, -0.00], p = .048$), wobei hier der Pflichtschulabschluss die Referenzkategorie darstellte. Das Alter fungierte ebenfalls als signifikanter Prädiktor der FoMO: Es zeigt sich ein kleiner negativer Effekt ($\beta = -.11, b = -0.01, 95\% \text{ KI} = [-0.01, -0.00], p = .038$). Mit zunehmendem Alter kam es demnach zu einer Verringerung der FoMO.

In Hinblick auf die sozialen Faktoren wiesen – wie bereits im Hauptmodell – das Bedürfnis nach Zugehörigkeit ($\beta = .22, b = 0.27, 95\% \text{ KI} = [0.16, 0.38], p < .001$), die Attachment Anxiety ($\beta = .22, b = 0.18, 95\% \text{ KI} = [0.10, 0.26], p < .001$) und die Attachment Avoidance ($\beta = .10, b = 0.08, 95\% \text{ KI} = [0.01, 0.14], p = .023$) einen signifikanten positiven Einfluss auf die FoMO auf. Die Effektstärke war dabei für alle drei Variablen etwas höher. Daraus resultierte nicht nur für das Bedürfnis nach Zugehörigkeit, sondern auch für die Attachment Anxiety ein Effekt mittlerer Stärke.

Unter den psychischen und emotionalen Faktoren wurde im Hauptmodell ein signifikanter, jedoch sehr geringer Einfluss der Lebenszufriedenheit gefunden – im Alternativmodell nahm die Effektstärke weiter ab und es war insgesamt kein signifikanter Effekt für diese Variable nachweisbar ($\beta = .08, b = 0.06, 95\% \text{ KI} = [-0.01, 0.13], p = .077$). Der Neid ($\beta = .18, b = 0.19, 95\% \text{ KI} = [0.09, 0.29], p < .001$) sowie die Neigung zum sozialen Vergleich ($\beta = .17, b = 0.17, 95\%$

KI= [0.09, 0.25], $p < .001$) fungierten jedoch weiterhin als Prädiktoren der FoMO. Beide Faktoren wiesen einen geringen positiven Effekt auf. Mehr Neid sowie die stärkere Tendenz, sich mit anderen Menschen zu vergleichen, führten daher zu einem vermehrten Auftreten der FoMO.

Die Verhaltensfaktoren, sowohl in Bezug auf die Dauer der Nutzung verschiedener sozialer Netzwerke sowie hinsichtlich der Freizeitaktivitäten, stellten keine Prädiktoren der FoMO dar. Die Intensität der Mediennutzung sowie das Motiv der sozialen Anerkennung, die im Hauptmodell einen kleinen, aber signifikanten Effekt auf die FoMO aufgewiesen hatten, waren nicht Teil des Alternativmodells und spielten dementsprechend keine Rolle.

Zuletzt konnte im alternativen Modell ein kleiner negativer Effekt des Persönlichkeitsmerkmals Neurotizismus gefunden werden ($\beta = -.11$, $b = -0.09$, 95% KI= [-0.15, -0.03], $p = .006$), während keiner der Persönlichkeitszüge im Hauptmodell eine relevante Rolle hinsichtlich der Vorhersage der FoMO einnahm. Der negative Effekt steht jedoch im Gegensatz zur positiven Korrelation, die zwischen der FoMO und dem Neurotizismus gefunden wurde ($r = .30$, $p < .001$). Eine mögliche Erklärung könnten potenzielle moderierende oder mediierende Effekte zwischen den Variablen sein, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit jedoch nicht untersucht wurden und daher nicht aufgedeckt werden konnten.

Tabelle 11 Unterschiede zwischen dem Hauptmodell sowie einem alternativen Regressionsmodell

	Hauptmodell		Alternatives Modell	
	β	p	β	p
Alter	-.08	.171	-.11	.038
Beruf - In Ausbildung	.09	.026	.12	.003
Ausbildung – Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	-.07	.073	-.08	.048
Einkommen - Mehr als 5000€	.05	.173	.09	.022
Bedürfnis nach Zugehörigkeit	.20	<.001	.22	<.001
Attachment Avoidance	.09	.040	.10	.023
Attachment Anxiety	.18	<.001	.22	<.001
Lebenszufriedenheit	.09	.040	.08	.077
Neid	.21	<.001	.18	<.001
Sozialer Vergleich	.09	.034	.17	<.001
Intensität der SN-Nutzung	.17	<.001	-	-
Motiv Soziale Anerkennung	.14	.001	-	-
Neurotizismus (Index)	-.06	.112	-.11	.006

AV: FoMO

Trotz einiger Unterschiede zwischen den beiden Modellen wurde der stärkste Effekt für dieselben drei Faktoren gefunden, wenn auch in veränderter Reihenfolge: Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit ($\beta = .22$), die Attachment Anxiety ($\beta = .22$) und der Neid ($\beta = .18$) wiesen die größte Effektstärke auf (Hauptmodell: Neid: $\beta = .21$, Bedürfnis nach Zugehörigkeit: $\beta = .20$, Attachment Anxiety: $\beta = .18$). Ein stärkerer Effekt zeigt sich für den sozialen Vergleich ($\beta = .17$; Hauptmodell: $\beta = .09$), den beruflichen Status „In Ausbildung“ ($\beta = .12$; Hauptmodell: $\beta = .09$) und das Alter ($\beta = -.11$; Hauptmodell: $\beta = -.08$).

7 Diskussion

Die vorliegende Arbeit untersuchte den Zusammenhang der FoMO mit demographischen und kontextuellen, sozialen, psychischen und emotionalen, Verhaltens- und Persönlichkeitsfaktoren, um einen Beitrag zur Konzeptionierung sowie zum Verständnis der FoMO zu leisten. Dabei wurde das Phänomen selbst in den Fokus der Forschung gestellt und versucht, potenzielle Prädiktoren zu identifizieren. Dieses Vorgehen adressierte die Notwendigkeit eines besseren Verständnisses für die grundlegende Logik (Dogan, 2019, S. 527) sowie der Erfassung verschiedener Nuancen der FoMO durch die Erforschung weiterer potenzieller Prädiktoren (Tandon et al., 2021, S. 800). Zudem handelte es sich dem Wissen der Verfasserin nach um die erste Studie, die eine große und diverse Auswahl an Variablen miteinbezog und in einen direkten Vergleich stellte. Zu diesem Zweck wurde im Rahmen einer Online-Umfrage die FoMO sowie die Ausprägung von 27 anderen Variablen in einem Sample von 544 österreichischen SN-Nutzer*innen zwischen 14 und 75 Jahren erhoben. Die Rekrutierung von Personen verschiedenen Alters mit einem erhöhten Anteil an Jugendlichen und jungen Erwachsenen sowie dem Fokus auf SN-Nutzer*innen zielte darauf ab, die Zielgruppe der FoMO widerzuspiegeln und von größtmöglicher Relevanz für die Untersuchung des Phänomens zu sein.

Neben der Betrachtung der Korrelationen zwischen der FoMO und den Faktoren aus den zuvor genannten Bereichen wurde auch ein Regressionsmodell herangezogen, um mögliche kausale Zusammenhänge aufzudecken. Die stärksten Effekte mit einer mittleren positiven Effektstärke wiesen dabei der psychische Faktor Neid sowie das Bedürfnis nach Zugehörigkeit als sozialer Faktor auf. Zudem zeigte das Regressionsmodell kleine positive Effekte der Attachment Anxiety, der Intensität der SN-Nutzung sowie des Nutzungsmotivs „Soziale Anerkennung“ und sehr kleine Effekte des beruflichen Status „In Ausbildung“, der Lebenszufriedenheit, des sozialen Vergleichs und der Attachment Avoidance auf die FoMO.

Der berufliche Status „In Ausbildung“ wies als einziger demographischer Faktor einen signifikanten positiven, wenn auch sehr kleinen Einfluss ($\beta = .09$) auf die FoMO auf. Personen, die in Ausbildung waren, wiesen damit tendenziell eine höhere FoMO auf. Relevant für die Interpretation dieses Ergebnisses ist jedoch, dass es sich bei diesen Personen vor allem um Schüler*innen sowie Studierende und damit Personen niedrigeren Alters handelte. Dies zeigte sich auch anhand einer starken Interkorrelation zwischen dem beruflichen Status „In Ausbildung“ und dem Alter ($r = -.56$). Damit könnte der kausale Zusammenhang durch das niedrigere Alter begründet sein.

Für das Alter selbst ergab sich im Hauptmodell trotz einer sehr starken signifikanten Korrelation ($r = -.45$) hingegen kein kausaler Zusammenhang mit der FoMO. Dies erscheint in Hinblick auf bisherige Studien überraschend, in denen ein vermehrtes Auftreten des Phänomens bei jüngeren Personen nachgewiesen wurde (z.B. Przybylski et al., 2013, S. 1844; Rozgonjuk et al., 2021, S. 3). Ein anderes Bild zeigte sich hingegen im Alternativmodell, in das 41 weitere Personen miteinbezogen wurden, die keine sozialen Medien nutzten. Dadurch stieg das Durchschnittsalter des Samples leicht an und es kam zum Ausschluss der Dauer, Intensität und Motive der SN-Nutzung als Variablen, da diese von Nicht-Nutzer*innen sozialer Medien nicht bewertet worden waren. Bei diesen Änderungen des Modells ergab sich für das Alter ein kleiner negativer Effekt auf das Auftreten der FoMO ($\beta = -.11$). Mit zunehmendem Alter kam es also zu einer Abnahme der FoMO, während sie bei jüngeren Personen stärker auftrat. Damit unterstützt die vorliegende Arbeit einerseits bisherige Studienergebnisse, die eine höhere FoMO bei jüngeren Personen verorten, sowie die Relevanz der Wahl eines Samples bestehend aus Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die in vielen Studien zur Erforschung des Phänomens getroffen wird. Andererseits ist auch im Alternativmodell nur ein geringer Effekt des Alters nachweisbar. Andere Faktoren weisen hingegen größere Effektstärken auf und könnten dementsprechend in Hinblick auf die Vorhersage der FoMO von größerer Relevanz sein.

Mit der Attachment Avoidance, Attachment Anxiety und dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit wurde für drei der sechs untersuchten sozialen Faktoren ein Hinweis auf einen positiven kausalen Zusammenhang mit der FoMO gefunden. Insbesondere ein höheres Bedürfnis nach Zugehörigkeit könnte zu einem stärkeren Auftreten der FoMO führen, wie der gefundene Effekt mittlerer Stärke ($\beta = .20$) zeigt. Zudem bestand eine sehr starke bivariate Korrelation zwischen den beiden Konstrukten ($r = .60$). Damit bestätigen die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit den aktuell bestehenden Forschungsstand, der von einem signifikanten positiven Zusammenhang

der beiden Konstrukte (z.B. Yin et al., 2019, S. 5) sowie der Rolle des Bedürfnisses nach Zugehörigkeit als starker Prädiktor der FoMO (Alabri, 2022, S. 6) ausgeht. Die Need-to-Belong-Theory nach Baumeister und Leary (1995, S. 500) diene zusätzlich als theoretischer Rahmen der Arbeit. Sie beschreibt das Bedürfnis nach Zugehörigkeit als grundlegendes menschliches Bedürfnis, dessen Nicht-Erfüllung zu negativen Folgen – wie der FoMO – führt. Die vorliegende Arbeit bestätigte somit diese theoretischen Annahmen sowie die starke Nähe der beiden Konstrukte: Ein stärkeres Bedürfnis, Beziehungen zu formen und langfristige Zugehörigkeit zu erleben, erhöhte die Angst, sozial exkludiert und von lohnenden Erlebnissen anderer ausgeschlossen zu sein.

Neben dem Bedürfnis nach sozialen Beziehungen dienten auch die Attachment Avoidance ($\beta = .09$) und Attachment Anxiety ($\beta = .18$) mit sehr kleiner bis kleiner Effektstärke der Vorhersage der FoMO. Die gefundenen positiven Korrelationen der FoMO mit der Attachment Avoidance ($r = .30$) und Anxiety ($r = .66$) sowie der kausale Effekt wiesen dabei auf eine größere Bedeutung des letzteren Faktors im Zusammenhang mit der FoMO hin. Diese Tendenz wurde auch in der Literatur ermittelt (z.B. Blackwell et al., 2017, S. 70; Holte & Ferraro, 2020, S. 6). Insbesondere die Attachment Anxiety scheint somit einen Prädiktor der FoMO darzustellen. Dieser kausale Zusammenhang könnte folgendermaßen erklärt werden: Unsicherheit sowie die Angst vor Zurückweisung in sozialen Beziehungen führen dazu, dass verstärkt nach Bestätigung gesucht wird. Dies bedingt wiederum eine höhere FoMO. Wenn soziale Beziehungen der eigenen Bestätigung dienen, intensiviert sich demnach die Sorge, soziale Exklusion zu erleben und lohnende Erfahrungen zu verpassen, da dadurch möglicherweise eben jene Bestätigung nicht erzielt werden kann.

Im Rahmen der Literaturrecherche konnte bisher keine Forschung bezüglich eines kausalen Effekts zwischen der Attachment Avoidance und der FoMO gefunden werden. Der sehr geringe kausale Zusammenhang, der in der vorliegenden Arbeit beobachtet wurde, deutet jedoch auf eine mögliche Relevanz dieser Dimension hin. Auch ein vermeidendes Verhalten in Bezug auf soziale Bindungen könnte die FoMO erhöhen. Dieses Ergebnis wird sowohl durch die in der Literatur als auch in der vorliegenden Arbeit gefundene positive Korrelation gestützt. Dennoch erscheint das Ergebnis in gewisser Hinsicht kontrovers, da bei einer höheren Attachment Avoidance laut ihrer Definition (Blackwell et al., 2017, S. 69) bewusst nach Unabhängigkeit und Autonomie gestrebt wird, die FoMO jedoch trotzdem anstieg. Nähe sowie enge Beziehungen zu vermeiden bzw. nicht zuzulassen, scheint dementsprechend trotzdem mit der Angst vor

sozialer Exklusion einherzugehen. Ansätze zur Erklärung dieses Zusammenhangs könnten die sehr starken negativen Interkorrelationen der Attachment Avoidance mit der sozialen Verbundenheit und der wahrgenommenen sozialen Unterstützung bieten: Eine höhere Attachment Avoidance ging in der vorliegenden Arbeit mit einer geringer bewerteten Qualität des eigenen sozialen Netzwerks einher. Weitere Forschung zu diesem Zusammenhang könnte zu einem besseren Verständnis des dahinterliegenden Mechanismus beitragen.

Unter den psychischen und emotionalen Faktoren wies der Neid einen Effekt mittlerer Stärke ($\beta = .21$) und damit den größten Effekt im Regressionsmodell auf. Folglich könnte er im Vergleich mit den anderen Variablen auch die potenziell größte Bedeutung in Hinblick auf die Vorhersage der FoMO haben. Mehr Neid, beispielsweise in Bezug auf Erlebnisse anderer Personen, an denen man nicht teilnehmen kann, und die damit verbundenen Gefühle der Minderwertigkeit und Ungerechtigkeit (Smith & Kim, 2007, S. 49) könnten demnach zu einer stärkeren FoMO führen. Yin et al. (2019, S. 5) zeigten bereits einen kausalen Zusammenhang mit einer Stärke von $\beta = .29$, der damit einen etwas größeren Effekt als die vorliegende Arbeit aufweist, jedoch ebenfalls als Effekt mittlerer Stärke klassifiziert wird. Sowohl Yin et al. (2019, S. 5: $r = .39$) als auch Wang et al. (2019, S. 139: $r = .38$) ermittelten in ihren Studien, in denen die beiden Konstrukte als Mediatoren eines Zusammenhangs mit einer problematischen SN- bzw. Smartphone-Nutzung untersucht wurden, eine positive Korrelation zwischen dem Neid und der FoMO. Dies unterstreicht die Relevanz des Zusammenhangs. Insgesamt legten bisher nur wenige Studien den Fokus auf den Zusammenhang des Neids mit der FoMO. Bisher gefundene Effekte, insbesondere jener der vorliegenden Arbeit, deuten jedoch darauf hin, dass er einen relevanten Faktor für die weitere Forschung im Bereich der FoMO darstellen und von Bedeutung in Hinblick auf die Vorhersage sowie Prävention des Phänomens sein könnte.

Nicht nur Neid, sondern auch ein verstärkter sozialer Vergleich in Hinblick auf soziale Beziehungen anderer Personen lieferte einen Beitrag zur Vorhersage der FoMO. Es bestand eine sehr starke positive Korrelation ($r = .57$), in der Regression ergab sich ein geringer positiver kausaler Effekt ($\beta = .09$). Damit bestätigte die vorliegende Arbeit bisherige Studienergebnisse (z.B. Reer et al., 2019, S. 1495; Servidio et al., 2021, S. 4). Der Prädiktor-Effekt war jedoch deutlich geringer ausgeprägt als beispielsweise bei Reer et al. (2019, S. 1495). Trotzdem unterstützt auch das Ergebnis der vorliegenden Arbeit den bisherigen Forschungsstand, der von einem relevanten Beitrag des sozialen Vergleichs zur Vorhersage der FoMO ausgeht. Reer et al. (2019, S. 1499) argumentierten, dass die Tendenz zum sozialen Vergleich eine häufigere Rezeption von

– oftmals positiv verzerrten – Informationen zur Folge habe. Diese würden suggerieren, dass andere Personen lohnendere soziale Erfahrungen machen, und damit die FoMO verstärken. Insgesamt liefern somit sowohl empirische Studien als auch die Theorie klare Hinweise auf die Existenz eines kausalen Zusammenhangs zwischen dem sozialen Vergleich und der FoMO.

Mit der Lebenszufriedenheit wies eine dritte Variable aus dem Bereich der psychischen und emotionalen Faktoren einen kausalen Zusammenhang mit der FoMO auf. Dabei handelte es sich um einen sehr geringen positiven Effekt ($\beta = .09$) – eine höhere Lebenszufriedenheit sagte demnach eine höhere FoMO vorher. Dieses Ergebnis erscheint in Hinblick auf bisherige Forschungsergebnisse überraschend, die eine negative Korrelation der Lebenszufriedenheit und der FoMO berichteten (z.B. Elhai, Yang, et al., 2020, S. 4; Przybylski et al., 2013, S. 1845) sowie eine negative Kausalität zeigten, wobei hier die FoMO als Prädiktor der Lebenszufriedenheit untersucht wurde (z.B. Błachnio & Przepiórka, 2018, S. 517; Przybylski et al., 2013, S. 1845). Auch in der vorliegenden Arbeit ergab sich eine schwache negative Korrelation ($r = -.10$), was wiederum bisherige Ergebnisse bestätigt. Der positive kausale Zusammenhang könnte möglicherweise durch moderierende oder mediierende Effekte anderer Variablen verursacht worden sein, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit jedoch nicht untersucht wurden. Die Korrelationstabelle zeigte sehr starke Interkorrelationen der Lebenszufriedenheit mit anderen psychischen und emotionalen Variablen. Eine Multikollinearität wurde grundsätzlich im Rahmen der Überprüfung der Voraussetzungen einer Regression ausgeschlossen.

Folgend wird versucht, eine mögliche Erklärung des positiven kausalen Effekts der Lebenszufriedenheit auf die FoMO auf inhaltlicher Ebene zu bieten: Der bisherige Forschungsstand liefert Evidenz für einen Zusammenhang zwischen einem sozialen Netzwerk mit aktiven Beziehungen und der Lebenszufriedenheit einer Person. Soziale Beziehungen dienen dabei als Ressourcen, die beispielsweise Gesellschaft, Unterhaltung, Zugang zu Informationen, emotionale oder instrumentelle Unterstützung bieten und dadurch das Wohlbefinden erhöhen (Amati et al., 2018, S. 3). Wenn die Lebenszufriedenheit durch positive soziale Beziehungen gefördert wird, könnte dies zu Angst vor dem Verlust ebenjener Beziehungen führen. Mehr Lebenszufriedenheit könnte also die Angst, lohnende Erfahrungen zu verpassen und sozial exkludiert zu sein, insofern verstärken, als dass dadurch eine verminderte Zufriedenheit befürchtet wird. Dieser Erklärungsansatz könnte in zukünftigen Studien näher untersucht werden. Insgesamt stellt der gefundene positive Effekt aufgrund der Tendenz zu einem negativen Zusammenhang in der bisherigen Forschung ein interessantes und überprüfungswürdiges Ergebnis dar.

In Bezug auf den Zusammenhang der FoMO mit Verhaltensfaktoren unterstützten die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit die starke Nähe des Phänomens zur SN-Nutzung, während die Freizeitgestaltung nur eine geringe Rolle für dessen Auftreten zu spielen schien. Die zunehmende Bedeutung digitaler und sozialer Medien im Alltag sowie in der Kommunikation (Hepp et al., 2014, S. 33) ermöglicht SN-Nutzer*innen vermehrt Einblicke in das Leben, die sozialen Beziehungen und Erlebnisse anderer, an denen sie selbst nicht teilnehmen können (Przybylski et al., 2013, S. 1846), was wiederum als Auslöser der FoMO gilt. Die zunehmende Bedeutung der FoMO als soziales Phänomen sowie ihr starker Zusammenhang mit der SN-Nutzung spiegeln sich auch in der wissenschaftlichen Forschung wider, laut der sie im Zusammenhang mit der (problematischen) Nutzung digitaler und sozialer Medien steht (z.B. Elhai, Yang, et al., 2020). Mit der gefundenen geringen bis mittleren positiven Korrelation der FoMO mit der Gesamtnutzungsdauer sowie der Nutzungsdauer der einzelnen sozialen Netzwerke mit Ausnahme von Facebook ($r = .12 - r = .27$) kommt die vorliegende Arbeit zum selben Ergebnis. Die stärkste Korrelation zeigte sich dabei mit TikTok und Instagram. Beide Netzwerke, insbesondere TikTok, weisen eine höhere Popularität unter jüngeren Nutzer*innen in Österreich auf (Gadringer et al., 2021, S. 93), was auf einen möglichen Einfluss des Alters auf diesen Zusammenhang hindeuten könnte.

In Hinblick auf die Kausalität des Zusammenhangs, die in der bisherigen Forschung nicht immer klar bestimmt werden konnte (z.B. Roberts und David, 2020, S. 390), identifizierte die vorliegende Arbeit insbesondere die Intensität der SN-Nutzung als Prädiktor der FoMO. Es handelte sich dabei um einen kleinen Effekt ($\beta = .17$), der jedoch darauf hindeutet, dass eine größere Bedeutung sozialer Medien im Alltag einer Person zu einer höheren FoMO führt. Nicht nur eine problematische Nutzung oder Sucht nach sozialen Medien, sondern schon eine tägliche Nutzungsroutine, um immer auf dem Laufenden zu bleiben, begünstigte demnach die Angst, etwas zu verpassen. Diese Erkenntnis scheint von praktischer Relevanz: Ein Bewusstsein für diesen Effekt unter SN-Nutzer*innen zu schaffen, könnte möglicherweise dazu beitragen, den Effekt zu verringern.

Das Auftreten der FoMO wurde zudem vom Streben nach sozialer Anerkennung als Nutzungsmotiv bedingt ($\beta = .14$): Wenn soziale Netzwerke genutzt wurden, um sich von anderen Personen abzuheben und um Aufmerksamkeit für die eigenen Beiträge in Form von Likes oder Kommentaren zu erhalten, führte dies – mit kleinem Effekt – zu einer höheren FoMO. Die konkrete

Bedeutung von Nutzungsmotiven für das Auftreten der FoMO wurde bisher nur wenig untersucht. Bestehende Studien lieferten Hinweise darauf, dass die SN-Nutzung zum Zweck sozialer Interaktion die negativen Folgen umkehren und zu einer Verringerung der FoMO führen könnte. Pertegal et al. bezeichnen dies als „*soziale Kompensation*“ (2019, S. 16). Dies ist jedoch in der vorliegenden Arbeit nicht zu beobachten: Auch alle anderen abgetesteten Motive, darunter die soziale Verbundenheit, neue Freundschaften und Dating, wiesen eine mittlere bis sehr starke positive Korrelation mit der FoMO auf.

Hinweise auf eine potenzielle Erklärung für den Prädiktor-Effekt des Motivs der sozialen Anerkennung könnte die Studie von Dumas et al. (2020) liefern: Die Forscher*innen zeigten, dass die Suche nach Likes mithilfe täuschender Aktionen wie Bildbearbeitungen zu einem verringerten Gefühl der Zugehörigkeit in der eigenen Freundesgruppe führte (Dumas et al., 2020, S. 5). Es ist denkbar, dass Personen mit einer besonders starken Ausprägung des Motivs der sozialen Anerkennung und folglich des Wunsches, sich von anderen abzuheben, zu extremeren Mitteln wie Bildbearbeitungen greifen. Da dieses Verhalten bei Dumas et al. (2020, S. 5) das Gefühl der Zugehörigkeit verminderte, könnte sich die Angst vor sozialer Exklusion erhöhen. Zudem führte zu wenig Wertschätzung auf Social Media in Form von Likes bei Jugendlichen zu emotionalem Stress sowie Gefühlen der Zurückweisung (H. Y. Lee et al., 2020, S. 2154). Dieser Effekt weist ebenfalls Parallelen zum hier gefundenen Zusammenhang auf: Die Nicht-Erfüllung des Motivs der sozialen Anerkennung könnte zu mehr FoMO führen. Weitere Forschung zur Bedeutung der SN-Nutzungsmotive für das Auftreten der FoMO könnte zur Erklärung dieses Zusammenhangs beitragen.

Die Ausübung verschiedener Freizeitaktivitäten als weitere untersuchte Verhaltensfaktoren leistete im Gegensatz zur Mediennutzung keinen Beitrag zur Erklärung der FoMO. Es zeigten sich jedoch signifikant positive Korrelationen von sehr geringer Stärke mit der Dauer verpflichtender Offline-Aktivitäten wie Lernen oder Hausarbeit sowie geringer bis mittlerer Stärke mit der Dauer freiwilliger sozialer Online-Aktivitäten wie Online-Chats oder Online-Dating. Die Ausübung von Online-Aktivitäten stand daher in Zusammenhang mit einer höheren FoMO, obwohl diese zum Zweck der sozialen Interaktion stattfand. Damit wurden Hinweise bestehender Studien, die auf einen möglichen positiven Effekt der SN-Nutzung zum Zweck der Pflege sozialer Beziehungen hindeuteten, nicht bestätigt (z.B. Brown und Kuss, 2020, S. 11-13, Roberts & David, 2020, S. 390). Stattdessen wies das Ergebnis darauf hin, dass Online-Aktivitäten, auch wenn es sich dabei nicht um die SN-Nutzung handelt, mit negativen Emotionen wie

der FoMO in Verbindung stehen könnten. Damit unterstützt die vorliegende Arbeit die Annahme von Tandon et al. (2021, S. 802-803), die die FoMO als umfassendes digitales Phänomen beschreiben und die Bedeutung ihrer Untersuchung im Zusammenhang mit weiteren digitalen Aktivitäten und Applikationen empfehlen. Bei der Interpretation der Ergebnisse sollte jedoch bedacht werden, dass die Messung der Freizeitaktivitäten möglicherweise zu einer Verzerrung der Ergebnisse geführt haben könnte. Dies wird in den Limitationen näher erläutert.

In Bezug auf den letzten Faktorenbereich, die Big Five der Persönlichkeit, zeigte das Hauptmodell keinen signifikanten Effekt auf die FoMO und lieferte damit keinen Hinweis auf einen kausalen Zusammenhang bestimmter Persönlichkeitsmale mit ihrem Auftreten. Trotzdem zeigte sich eine starke positive Korrelation des Neurotizismus mit der FoMO. Damit scheint die vorliegende Arbeit bisherige Forschungsergebnisse, die eine stärkere Ausprägung des Neurotizismus mit einer höheren FoMO assoziieren, zunächst zu unterstützen (z.B. Alt & Boniel-Nissim, 2018, S. 1270; Blackwell et al., 2017, S. 70; Rozgonjuk et al., 2021, S. 3). Einen Widerspruch stellt hingegen der kleine negative Effekt des Neurotizismus auf die FoMO ($\beta = -.11$) dar, den das Alternativmodell zeigte. Weshalb eine weniger stabile Gemütslage und eine stärkere Reizbarkeit, die eine höhere Ausprägung des Neurotizismus definieren (Rammstedt et al., 2017, S. 234), zu einer Verringerung der FoMO führen könnten, erscheint nicht direkt erklärbar und überprüfungswürdig.

In Hinblick auf den Zusammenhang der FoMO mit den weiteren Persönlichkeitszügen zeigte sich im bestehenden Forschungsstand bisher kein Konsens. Die vorliegende Arbeit ermittelte eine schwache negative Korrelation der FoMO mit der Gewissenhaftigkeit und Offenheit. Damit kommt sie zum selben Ergebnis wie Rozgonjuk et al. (2021, S. 3). Im Gegensatz dazu identifizierten Brazil und Rys (2020, S. 795) neben dem Neurotizismus die Verträglichkeit und Extraversion als Prädiktoren der FoMO. Diese Annahme wird in der vorliegenden Arbeit nicht unterstützt. Bei der Betrachtung dieser Ergebnisse sollte jedoch beachtet werden, dass die Erhebung der Persönlichkeit in der vorliegenden Arbeit mit Limitationen einhergeht: Cronbach's Alpha wies bei allen Persönlichkeitszügen mit Ausnahme der Extraversion einen Wert kleiner .70 auf. Daher kam für die Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit und Offenheit eine Single-Item-Messung zum Einsatz. Mögliche Folgen werden in den Limitationen diskutiert.

7.1 Limitationen

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit sollten vor dem Hintergrund der folgenden Limitationen betrachtet und interpretiert werden: Zur Bestimmung der notwendigen Samplegröße wurde eine Poweranalyse durchgeführt. Als SESOI wurde dabei eine Effektstärke von .15 gewählt. Allerdings könnten auch Effekte existieren, deren Effektstärke unter .15 lag. Dies traf beispielsweise auf die Attachment Avoidance ($\beta = .09$) oder den sozialen Vergleich ($\beta = .09$) zu. Lakens, Scheel et al. (2018, S. 262) argumentieren, dass die SESOI einerseits basierend auf bisher in der Literatur gefundenen Effektstärken, andererseits unter Einbeziehung der vorhandenen Ressourcen getroffen werden soll. Die gewählte Effektstärke von .15 deckte eine große Bandbreite der in bisherigen Studien gefundenen Effekte ab, während die Umsetzbarkeit in Hinblick auf die errechnete Samplegröße von 571 Personen weiterhin gegeben war. Daher stellte sie einen angemessenen Kompromiss zwischen den verschiedenen Ansprüchen dar. Trotzdem könnten weitere Effekte mit kleiner oder sehr kleiner Stärke bestehen, die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung mit der gewählten Stichprobengröße potenziell nicht gefunden werden konnten.

Wie beschrieben, ergab die Poweranalyse eine Mindestsamplegröße von 571 Personen um zu gewährleisten, dass das Modell über eine ausreichend große statistische Power verfügte. Das Gesamtsample bestand aus 585 Personen und erfüllte diesen Anspruch damit. Jedoch wurden 41 Nicht-Nutzer*innen sozialer Medien aus dem Hauptmodell ausgeschlossen. Dies führte dazu, dass die Stichprobe ($n = 544$) die errechnete Mindestgröße um 27 Personen unterschritt. Damit konnte jedoch ein Sample untersucht werden, das der Zielgruppe der FoMO besser entsprach und somit eine größere Relevanz in Hinblick auf das Forschungsvorhaben aufwies. Das Alternativmodell, in dem eine Regressionsanalyse für das gesamte rekrutierte Sample ($N = 585$) durchgeführt wurde, ergab zudem dieselben drei Faktoren mit dem größten Effekt sowie vergleichbaren Effektstärken. Dies kann als Hinweis darauf verstanden werden, dass das knappe Unterschreiten der Mindestsamplegröße die Ermittlung der Haupteffekte nicht beeinträchtigte.

Bei der Interpretation der Ergebnisse in Hinblick auf die Nutzungsmotive sowie die Persönlichkeitsmerkmale gilt zu beachten, dass Cronbach's Alpha den Wert von .70 bei diesen Konstrukten unterschritt. Ein Unterschreiten dieses Wertes, der in vielen Studien als Grenzwert für eine akzeptable Reliabilität einer Skala herangezogen wird, könnte unter anderem durch eine geringe Anzahl an Items bedingt sein (Tavakol & Dennick, 2011, S. 54). Da sowohl die Nutzungsmotive als auch die Persönlichkeit jeweils anhand von nur zwei Items gemessen wurden,

könnte dies eine Erklärung für das geringe α darstellen. Bei den Nutzungsmotiven unterschritten Dating, Unterhaltung, soziale Anerkennung sowie Folgen und Beobachten den Wert leicht ($<.70$), wobei das Motiv Folgen und Beobachten mit $\alpha = .60$ den niedrigsten Wert aufwies. In Bezug auf letzteres Konstrukt könnte die Wortwahl in der deutschen Übersetzung einen Einfluss auf eine verringerte interne Konsistenz gehabt haben: Das Item „To snoop on people that I am interested in“ wurde mit „Um Leute ‚auszuspionieren‘, die mich interessieren“ übersetzt, wobei das Wort „auszuspionieren“ negativ behaftet sein könnte. Möglicherweise könnte eine adaptierte deutsche Version die interne Konsistenz verbessern.

In Bezug auf die Persönlichkeitsmerkmale, die zur Reduktion der Fragebogenlänge anhand einer verkürzten, jedoch mehrfach validierten Skala (Rammstedt & John, 2007, S. 211) gemessen wurden, ergaben sich noch deutlich niedrigere Werte für Cronbach's Alpha. Jeder Persönlichkeitszug wurde anhand eines positiv und eines negativ formulierten, inversen Items gemessen. Diese erschienen für Verträglichkeit ($\alpha = .13$), Gewissenhaftigkeit ($\alpha = .41$) und Offenheit ($\alpha = .51$) inhaltlich nicht ausreichend konsistent, um trotz des klar zu niedrigen Cronbach's Alpha einen Index zu bilden. Daher wurde für die Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit und Offenheit die Wahl für eine Single-Item-Messung getroffen, die laut Allen et al. ebenfalls ein valides Erhebungsinstrument darstellen kann (2022, S. 2). Basierend auf der Definition der Persönlichkeitszüge fiel die Wahl jeweils auf die Verwendung des positiv formulierten Items, jedoch kann eine gewisse Subjektivität bei der Wahl dabei nicht ausgeschlossen werden. Für den Neurotizismus lag Cronbach's Alpha bei .59. Da beide Items basierend auf der Definition des Persönlichkeitszugs inhaltlich ähnlich sowie gleichermaßen relevant zur Messung des Konstruktes erschienen, wurde ein Index gebildet, um sowohl den positiven als auch negativen Pol abbilden zu können. Zusammenfassend könnten die Werte $<.70$ für Cronbach's Alpha bei den Nutzungsmotiven und Persönlichkeitszügen durch die niedrige Itemanzahl begründet werden. Zudem wurde versucht, pro Variable eine inhaltlich und methodisch begründete Entscheidung bezüglich der Indexbildung zu treffen. Trotzdem könnte eine verringerte Reliabilität bei der Messung dieser Konstrukte aufgetreten sein.

Alle Variablen wurden anhand von Self-Report-Messungen erhoben. Derartige Messungen unterliegen jedoch Limitationen: Die Interpretation der Fragestellung könnte unter den Respondent*innen unterschiedlich ausfallen, das Erinnern bestimmter Verhaltensmuster sich als schwieriger und zeitaufwendiger darstellen (Schwarz, 2001, S. 128-129) und Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes oder sozial erwünschtes Antworten könnten zu einer Verzerrung

führen (Schwarz, 2001, S. 154). Obwohl validierte Skalen verwendet und zeitliche Eingrenzungen vorgenommen wurden, um das Erinnern an ein bestimmtes Verhalten oder Gefühle durch die zeitliche Nähe zu vereinfachen, sollte dies bei der Betrachtung der Ergebnisse bedacht werden. Insbesondere in Bezug auf die Dauer der Nutzung verschiedener sozialer Medien könnten solche Einschränkungen auftreten. Trotz der im Fragebogen ausgesprochenen Empfehlung, das eigene Handy bzw. eine Screen-Time-App heranzuziehen, nutzten nur 14% diese Option, während 85% die Zeiten selbst schätzten. Dasselbe gilt für die Abschätzung der Dauer verschiedener Freizeitaktivitäten. Bei deren Messung wurde zudem jeweils die absolute Dauer herangezogen, die auf einzelne Aktivitäten entfiel. Studierende oder Schüler*innen verfügen jedoch potenziell über mehr Freizeit als Vollzeit erwerbstätige Personen. Dementsprechend könnte die Erhebung absoluter Werte in der vorliegenden Arbeit zu einer Verzerrung der Ergebnisse geführt haben.

7.2 Ausblick

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit bieten Ansätze für weitere Forschung zum Phänomen der FoMO sowie Potenzial für zusätzliche Analysen und Adaptionen des methodischen Vorgehens.

Wie zuvor beschrieben, kamen Self-Report-Messungen zum Einsatz, die mögliche Verzerrungen der Daten verursachen können. Gerade in Hinblick auf die Messung der Verhaltensfaktoren könnte in zukünftigen Studien ein anderer, optimierter Ansatz gewählt werden. Einerseits stellt die Installation einer App zur Aufzeichnung der Mediennutzung am Smartphone der Respondent*innen eine objektive Möglichkeit der Datenerhebung dar. Andererseits könnte auch eine Tagebuch-Studie mit zeitnaher Protokollierung zu einer exakteren Erhebung der Nutzungsdauer oder Ausübung von Aktivitäten beitragen, da diese einfacher erinnert werden können. Dabei muss jedoch der organisatorische und zeitliche Mehraufwand bedacht werden. Bei der Messung von Freizeitaktivitäten könnte die Erhebung des prozentuellen Anteils an der gesamten Freizeit, der auf einzelne Aktivitäten entfällt, die Vergleichbarkeit erhöhen. Damit würde das Problem umgangen werden, dass Respondent*innen absolut gesehen über eine unterschiedliche Menge an Freizeit verfügen. Ein kausaler Zusammenhang der Freizeitgestaltung mit dem Auftreten der FoMO konnte in der vorliegenden Arbeit nicht gefunden, die aktuelle Studienlage liefert jedoch Hinweise auf dessen Existenz. Daher könnte eine weitere Untersuchung mit einer optimierten Messmethode von Bedeutung sein.

Der Fokus der vorliegenden Arbeit lag auf den direkten Effekten zwischen den miteinbezogenen Variablen sowie der FoMO als abhängige Variable. Es wurde keine Analyse möglicher moderierender oder mediierender Effekte durchgeführt, da dies den Umfang der vorliegenden Arbeit sprengen würde. Dennoch sollte dies bei der Betrachtung und Interpretation der kausalen Zusammenhänge mit der FoMO bedacht werden. Für weiterführende Forschungen wäre demnach eine Untersuchung potenzieller Moderatoren bzw. Mediatoren der gefundenen kausalen Beziehungen von Relevanz. Von Bedeutung erscheint dabei beispielsweise das Alter, das in der vorliegenden Studie einige Interkorrelationen mit anderen Variablen aufwies, oder auch die Dauer bzw. Intensität der Mediennutzung. Zudem könnte eine ausführlichere Beschäftigung mit demographischen und kontextuellen Faktoren von Bedeutung sein (Tandon et al., 2021, S. 800, 803), deren Einfluss in bisherigen Studien kaum untersucht wurde. Obwohl diese die FoMO in der vorliegenden Arbeit nicht bedingten, zeigten sich doch signifikante Korrelationen, beispielsweise mit einem höheren Bildungsstand der Eltern oder bei einer Studienteilnahme am Montag oder Donnerstag.

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurde versucht, einige der wichtigsten Einflussfaktoren der FoMO zu identifizieren sowie deren Bandbreite, gegliedert in verschiedene Bereiche, abzudecken. Insgesamt gilt jedoch anzumerken, dass das Modell sowie die Auswahl der Faktoren keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. In der Literatur wurden einige weitere Faktoren im Zusammenhang mit der FoMO untersucht, beispielsweise soziale Angst, Grübeln, SN- und Handysucht oder problematische Verhaltensweisen wie Phubbing. Zudem könnten auch weitere, bisher nicht erforschte Einflussfaktoren existieren. Für einige der gefundenen Effekte besteht weiterer Erklärungsbedarf, beispielsweise für den positiven Effekt der Lebenszufriedenheit auf die FoMO, die Bedeutung der Nutzungsmotive sowie von Freizeitaktivitäten. Diese bieten Ansatz für weitere Forschung. Dementsprechend könnten zukünftige Studien Vergleiche zusätzlicher Faktoren anstellen oder den Schwerpunkt auf bestimmte Faktorenbereiche legen. Die Miteinbeziehung einer großen Anzahl von Faktoren stellt Forschende vor methodische, aber auch interpretative Herausforderungen. Daher könnte letzterer Ansatz einerseits diese Problematik verringern und andererseits eine intensivere Beschäftigung mit bestimmten Faktorenbereichen ermöglichen.

In Hinblick auf den praktischen Nutzen der gefundenen Ergebnisse könnten zudem Ansätze erforscht werden, wie die identifizierten Prädiktoren der FoMO zur Prävention des Phänomens genutzt werden könnten. Beispielsweise stellten das Bedürfnis nach Zugehörigkeit sowie die

Attachment Anxiety und Avoidance Prädiktoren der FoMO dar: Die Linderung von Angst sowie eines vermeidenden Verhaltens durch die Förderung des Gefühls der Sicherheit in sozialen Beziehungen könnte in Folge die FoMO reduzieren. Auch in Hinblick auf die Mediennutzung könnte unter SN-Nutzer*innen mehr Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass schon eine tägliche Nutzungsroutine sozialer Medien sowie die Suche nach sozialer Anerkennung über soziale Netzwerke die FoMO verstärken könnten. Dementsprechend bieten die Ergebnisse Potenzial für weitere Forschungsvorhaben, in deren Rahmen praktische Interventionen sowie Möglichkeiten der Bewusstseins-schaffung und Aufklärung getestet werden.

Zuletzt gilt anzumerken, dass die Ergebnisse der Regression nicht generalisiert und als Beweis für die Rolle der jeweiligen Variablen als Prädiktoren der FoMO betrachtet werden sollten. Vielmehr liefert die vorliegende Arbeit Hinweise auf kausale Zusammenhänge mit der FoMO sowie eine Einordnung des Phänomens in Bezug auf andere Konstrukte, in deren Kontext es untersucht wurde. Die gefundenen Zusammenhänge bieten zudem einen Ansatz für weiterführende Forschungen, um diese Effekte weiter zu prüfen.

8 Fazit

Die Bedeutung der FoMO als soziales Phänomen zeigte sich insbesondere durch die zunehmende Durchdringung des Alltags mit sozialen und digitalen Medien. Aufgrund des vereinfachten Zugangs zu einer Vielzahl an Informationen sowie sozialen Kontakten wird den Nutzer*innen umso deutlicher aufgezeigt, welche lohnenswerten sozialen Erlebnisse und Erfahrungen sie verpassen. Negative Folgen reichen von psychischen über physische Effekte bis hin zu problematischen Verhaltensweisen. Um diesen entgegenwirken zu können, ist ein besseres Verständnis für bedingende Faktoren der FoMO vonnöten. Durch eine umfassende explorative Analyse demographischer und kontextueller, sozialer, psychischer und emotionaler, Verhaltens- sowie Persönlichkeitsfaktoren versuchte die vorliegende Masterarbeit einen Beitrag zur Erklärung des Phänomens zu leisten und ein nuancierteres Bild der FoMO zu zeichnen.

Die Studie lieferte Hinweise auf einen positiven kausalen Effekt mittlerer Stärke des Neids sowie des Bedürfnisses nach Zugehörigkeit. Mit kleiner positiver Effektstärke lieferten zudem die Attachment Anxiety, die Intensität der SN-Nutzung sowie das Nutzungsmotiv der sozialen Anerkennung einen Beitrag zur Erklärung der FoMO. Zuletzt zeigte die multiple Regression sehr kleine Effekte des beruflichen Status „In Ausbildung“, der Lebenszufriedenheit, des sozialen Vergleichs sowie der Attachment Avoidance auf. Insgesamt wiesen die Ergebnisse damit

insbesondere auf die Bedeutung sozialer und psychischer bzw. emotionaler Faktoren, aber auch der SN-Nutzung als potenzielle Prädiktoren der FoMO hin, während demographische und kontextuelle Faktoren sowie die Persönlichkeit kaum kausale Zusammenhänge aufwiesen.

Die vorliegende Arbeit zeigt damit eine Tendenz für mögliche relevante Faktoren auf, die die FoMO bedingen. Zudem handelte es sich dem Wissen der Verfasserin nach um die erste umfassende Analyse, die einen Vergleich einer großen Anzahl an Faktoren aus diversen Bereichen durchführte. Damit leistet die Arbeit einen Beitrag zum Verständnis des Phänomens: Insbesondere mehr Neid, ein höheres Bedürfnis nach Zugehörigkeit, eine stärkere Attachment Anxiety sowie eine intensivere SN-Nutzung zum Zweck der sozialen Anerkennung könnten mögliche Risikofaktoren darstellen, gegen die präventiv vorgegangen werden kann. Weitere Forschung ist notwendig, um die Rolle der Faktoren als Prädiktoren der FoMO zu überprüfen und mögliche moderierende bzw. mediierende Variablen zu identifizieren.

Literaturverzeichnis

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Akbari, M., Seydavi, M., Palmieri, S., Mansueto, G., Caselli, G., & Spada, M. M. (2021). Fear of missing out (FoMO) and internet use: A comprehensive systematic review and meta-analysis. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(4), 879–900. <https://doi.org/10.1556/2006.2021.00083>
- Alabri, A. (2022). Fear of missing out (FOMO): The effects of the need to belong, perceived centrality, and fear of social exclusion. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022, 1–12. <https://doi.org/10.1155/2022/4824256>
- Allen, M. S., Iliescu, D., & Greiff, S. (2022). Single Item Measures in Psychological Science: A Call to Action. *European Journal of Psychological Assessment*, 38(1), 1–5. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000699>
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Using multidimensional scaling and PLS-SEM to assess the relationships between personality traits, problematic internet use, and fear of missing out. *Behaviour & Information Technology*, 37(12), 1264–1276. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1502353>
- Amati, V., Meggiolaro, S., Rivellini, G., & Zaccarin, S. (2018). Social relations and life satisfaction: The role of friends. *Genus*, 74(7), 1–18. <https://doi.org/10.1186/s41118-018-0032-z>
- Anderson, E. L., Steen, E., & Stavropoulos, V. (2017). Internet use and Problematic Internet Use: A systematic review of longitudinal research trends in adolescence and emergent adulthood. *International Journal of Adolescence and Youth*, 22(4), 430–454. <https://doi.org/10.1080/02673843.2016.1227716>

- Baek, Y. M., Cho, Y., & Kim, H. (2014). Attachment style and its influence on the activities, motives, and consequences of SNS use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(4), 522–541. <https://doi.org/10.1080/08838151.2014.966362>
- Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 628–639. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9959-8>
- Barbera, J., Naibert, N., Komperda, R., & Pentecost, T. C. (2021). Clarity on Cronbach’s Alpha Use. *Journal of Chemical Education*, 98(2), 257–258. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.0c00183>
- Barr, D. (2019, April 2). *Coding categorical predictor variables in factorial designs*. <https://talklab.psy.gla.ac.uk/tvw/catpred/#why-does-it-matte>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Benjamin, D. J., Berger, J. O., Johannesson, M., Nosek, B. A., Wagenmakers, E.-J., Berk, R., Bollen, K. A., Brembs, B., Brown, L., Camerer, C., Cesarini, D., Chambers, C. D., Clyde, M., Cook, T. D., De Boeck, P., Dienes, Z., Dreber, A., Easwaran, K., Efferson, C., ... Johnson, V. E. (2018). Redefine statistical significance. *Nature Human Behaviour*, 2(1), 6–10. <https://doi.org/10.1038/s41562-017-0189-z>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>

- Błachnio, A., & Przepiórka, A. (2018). Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: A cross-sectional study. *Psychiatry Research*, 259, 514–519. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.11.012>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Brazil, C. K., & Rys, M. J. (2020). Is smartphone usage predicting fear of missing out and loneliness in a sample from the generation z? *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 64(1), 791–795. <https://doi.org/10.1177/1071181320641183>
- Brown, L., & Kuss, D. J. (2020). Fear of missing out, mental wellbeing, and social connectedness: A seven-day social media abstinence trial. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4566. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124566>
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248–255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2005). Social comparison orientation: A new perspective on those who do and those who don't compare with others. In S. Guimond (Ed.), *Social Comparison and Social Psychology* (1st ed., pp. 15–32). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511584329.003>
- Casale, S., & Fioravanti, G. (2020). Factor structure and psychometric properties of the Italian version of the fear of missing out scale in emerging adults and adolescents. *Addictive Behaviors*, 102, 106179. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.106179>

- Casale, S., Rugai, L., & Fioravanti, G. (2018). Exploring the role of positive metacognitions in explaining the association between the fear of missing out and social media addiction. *Addictive Behaviors*, 85, 83–87. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2018.05.020>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed). L. Erlbaum Associates.
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155>
- Dadiotis, A., & Roussos, P. (2022). *Relationship between FoMO, problematic social media use, self-esteem, negative affectivity and physical exercise. A structural equation model* [Preprint]. BEHAVIORAL SCIENCES. <https://doi.org/10.20944/preprints202204.0306.v1>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum.
- Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tiamiyu, M. F., & Elhai, J. D. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports*, 9, 100150. <https://doi.org/10.1016/j.ab-rep.2018.100150>
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Dogan, V. (2019). Why do people experience the fear of missing out (FoMO)? Exposing the link between the self and the FoMO through self-construal. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 50(4), 524–538. <https://doi.org/10.1177/0022022119839145>
- Dou, F., Li, Q., Li, X., Li, Q., & Wang, M. (2021). Impact of perceived social support on fear of missing of out (FoMO): A moderated mediation model. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01404-4>

- Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M. A., Tremblay, P. F., Litt, D. M., & Ellis, W. (2020). Gaining likes, but at what cost? Longitudinal relations between young adults' deceptive like-seeking on instagram, peer belonging and self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 112, 106467. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106467>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Alghraibeh, A. M., Alafnan, A. A., Aldraiweesh, A. A., & Hall, B. J. (2018). Fear of missing out: Testing relationships with negative affectivity, online social engagement, and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 89, 289–298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.020>
- Elhai, J. D., Rozgonjuk, D., Liu, T., & Yang, H. (2020). Fear of missing out predicts repeated measurements of greater negative affect using experience sampling methodology. *Journal of Affective Disorders*, 262, 298–303. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2019.11.026>
- Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2020). Fear of missing out (FOMO): Overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Emmons, R. A. (1992). Abstract versus concrete goals: Personal striving level, physical illness, and psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(2), 292–300. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.2.292>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., van Rooij, A., 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(10), 2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>

- Funder, D. C., & Ozer, D. J. (2019). Evaluating effect size in psychological research: Sense and nonsense. *Advances in Methods and Practices in Psychological Science*, 2(2), 156–168. <https://doi.org/10.1177/2515245919847202>
- Gadringer, S., Holzinger, R., Sparviero, S., Trappel, J., & Schwarz, C. (2021). *Digital News Report Austria 2021. Detailergebnisse für Österreich*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.4775408>
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- Hepp, A., Berg, M., & Roitsch, C. (2014). *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung: Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-02425-3>
- Holte, A. J., & Ferraro, F. R. (2020). Anxious, bored, and (maybe) missing out: Evaluation of anxiety attachment, boredom proneness, and fear of missing out (FoMO). *Computers in Human Behavior*, 112, 106465. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106465>
- Janke, S., & Glöckner-Rist, A. (2012). Deutsche Version der Satisfaction with Life Scale (SWLS). *Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS)*. <https://doi.org/10.6102/ZIS147>
- Jung, S., Sindermann, C., Li, M., Wernicke, J., Quan, L., Ko, H.-C., & Montag, C. (2019). Anxiety-related coping styles, social support, and internet use disorder. *Frontiers in Psychiatry*, 10, 640. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2019.00640>
- Kim, H.-Y. (2013). Statistical notes for clinical researchers: Assessing normal distribution (2) using skewness and kurtosis. *Restorative Dentistry & Endodontics*, 38(1), 52. <https://doi.org/10.5395/rde.2013.38.1.52>

- Kim, S.-J., & Lim, Y.-J. (2021). Peer pressure and SNS addiction in adolescents: The mediating role of SNS-Use Motives. *Canadian Journal of School Psychology, 36*(1), 23–33. <https://doi.org/10.1177/0829573520963277>
- La Guardia, J. G., Ryan, R. M., Couchman, C. E., & Deci, E. L. (2000). Within-person variation in security of attachment: A self-determination theory perspective on attachment, need fulfillment, and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology, 79*(3), 367–384. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.3.367>
- Lakens, D., Adolphi, F. G., Albers, C. J., Anvari, F., Apps, M. A. J., Argamon, S. E., Baguley, T., Becker, R. B., Benning, S. D., Bradford, D. E., Buchanan, E. M., Caldwell, A. R., Van Calster, B., Carlsson, R., Chen, S.-C., Chung, B., Colling, L. J., Collins, G. S., Crook, Z., ... Zwaan, R. A. (2018). Justify your alpha. *Nature Human Behaviour, 2*(3), 168–171. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0311-x>
- Lakens, D., Scheel, A. M., & Isager, P. M. (2018). Equivalence testing for psychological research: A tutorial. *Advances in Methods and Practices in Psychological Science, 1*(2), 259–269. <https://doi.org/10.1177/2515245918770963>
- Leary, M. R., Kelly, K. M., Cottrell, C. A., & Schreindorfer, L. S. (2013). Construct validity of the Need to Belong Scale: Mapping the nomological network. *Journal of Personality Assessment, 95*(6), 610–624. <https://doi.org/10.1080/00223891.2013.819511>
- Lee, H. Y., Jamieson, J. P., Reis, H. T., Beevers, C. G., Josephs, R. A., Mullarkey, M. C., O'Brien, J. M., & Yeager, D. S. (2020). Getting fewer “Likes” than others on social media elicits emotional distress among victimized adolescents. *Child Development, 91*(6), 2141–2159. <https://doi.org/10.1111/cdev.13422>
- Lee, R. M., & Robbins, S. B. (1995). Measuring belongingness: The Social Connectedness and the Social Assurance scales. *Journal of Counseling Psychology, 42*(2), 232–241. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.42.2.232>

- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: Prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. *Motivation and Emotion*, 42(5), 725–737. <https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5>
- Modzelewski, P. (2020). FOMO (Fear of Missing Out) – An educational and behavioral problem in times of new communication forms. *Konteksty Pedagogiczne*, 1(14), 215–232. <https://doi.org/10.19265/kp.2020.1.14.255>
- Naslund, J. A., Aschbrenner, K. A., Marsch, L. A., & Bartels, S. J. (2016). The future of mental health care: Peer-to-peer support and social media. *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 25(2), 113–122. <https://doi.org/10.1017/S2045796015001067>
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Pertegal, M.-Á., Oliva, A., & Rodríguez-Meirinhos, A. (2019). Development and validation of the Scale of Motives for Using Social Networking Sites (SMU-SNS) for adolescents and youths. *PLOS ONE*, 14(12), e0225781. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0225781>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rammstedt, B., & John, O. P. (2007). Measuring personality in one minute or less: A 10-item short version of the Big Five Inventory in English and German. *Journal of Research in Personality*, 41(1), 203–212. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2006.02.001>
- Rammstedt, B., Kemper, C. J., Klein, M. C., Beierlein, C., & Kovaleva, A. (2017). A short scale for assessing the Big Five dimensions of personality: 10 Item Big Five Inventory (BFI-10). *Methoden, Daten, Analysen*, 7(2), 233–249. <https://doi.org/10.12758/MDA.2013.013>

- Reer, F., Tang, W. Y., & Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media & Society*, 21(7), 1486–1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). The Social Media Party: Fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386–392. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton University Press.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2021). Individual differences in Fear of Missing Out (FoMO): Age, gender, and the Big Five personality trait domains, facets, and items. *Personality and Individual Differences*, 171, 110546. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110546>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Schumacher, J. (2003). SWLS – Satisfaction with Life Scale. In J. Schumacher, A. Klaiberg, & E. Brähler (Eds.), *Diagnostische Verfahren zu Lebensqualität und Wohlbefinden* (pp. 305–309). Hogrefe.
- Schwarz, N. (2001). Asking questions about behavior: Cognition, communication, and questionnaire construction. *The American Journal of Evaluation*, 22(2), 127–160. [https://doi.org/10.1016/S1098-2140\(01\)00133-3](https://doi.org/10.1016/S1098-2140(01)00133-3)
- Servidio, R., Sinatra, M., Griffiths, M. D., & Monacis, L. (2021). Social comparison orientation and fear of missing out as mediators between self-concept clarity and problematic smartphone use. *Addictive Behaviors*, 122, 107014. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.107014>

- Shin, N. Y., & Lim, Y.-J. (2018). Development and validation of a social network site use motives scale for college students in South Korea. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 36(8), 808–815. <https://doi.org/10.1177/0734282917713499>
- Sholihat, S., Rahman, A. A., Sudirman, D., & Azizah, N. (2020). The role of agreeableness and self-esteem on fear of missing out. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1), 1518–1525. <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I1/PR200249>
- Smetana, J. G., Robinson, J., & Rote, W. M. (2015). Socialization in adolescence. In J. E. Grusec & P. D. Hastings (Eds.), *Handbook of socialization: Theory and research* (Second edition, pp. 60–84). The Guilford Press.
- Smith, R. H., & Kim, S. H. (2007). Comprehending envy. *Psychological Bulletin*, 133(1), 46–64. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.133.1.46>
- Spitzer, M. (2015). Smartphones, Angst und Stress. *Nervenheilkunde*, 34(8), 591–600.
- Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139–146. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.053>
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G. N., & Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: A systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research*, 31(3), 782–821. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>
- Tanhan, F., Özok, H. İ., & TayiZ, V. (2022). Fear of Missing Out (FoMO): A Current Review. *Current Approaches in Psychiatry*, 14(1), 84–95. <https://doi.org/10.18863/pgy.942431>
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach’s alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Tomczyk, Ł., & Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina—Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88, 541–549. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2018.03.048>

- Tomczyk, Ł., & Solecki, R. (2019). Problematic internet use and protective factors related to family and free time activities among young people. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 19(3). <https://doi.org/10.12738/estp.2019.3.001>
- Tomczyk, Ł., Szyszka, M., & Stošić, L. (2020). Problematic internet use among youths. *Education Sciences*, 10(6), 161. <https://doi.org/10.3390/educsci10060161>
- Tomczyk, Ł., Vanek, B., Pavlov, I., Karikova, S., Biresova, B., & Kryston, M. (2018). Critical thinking, problem-solving strategies and individual development assessment among NEETs – research conducted in Slovakia, Poland and Estonia. *International Journal of Lifelong Education*, 37(6), 701–718. <https://doi.org/10.1080/02601370.2018.1550446>
- von Collani, G., & Herzberg, P. Y. (2003). Eine revidierte Fassung der deutschsprachigen Skala zum Selbstwertgefühl von Rosenberg. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie*, 24(1), 3–7. <https://doi.org/10.1024//0170-1789.24.1.3>
- Wang, P., Wang, X., Nie, J., Zeng, P., Liu, K., Wang, J., Guo, J., & Lei, L. (2019). Envy and problematic smartphone use: The mediating role of FOMO and the moderating role of student-student relationship. *Personality and Individual Differences*, 146, 136–142. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.04.013>
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33–42. <https://doi.org/10.1016/j.ab-rep.2017.04.001>
- Xie, X., Wang, Y., Wang, P., Zhao, F., & Lei, L. (2018). Basic psychological needs satisfaction and fear of missing out: Friend support moderated the mediating effect of individual relative deprivation. *Psychiatry Research*, 268, 223–228. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2018.07.025>

- Yin, L., Wang, P., Nie, J., Guo, J., Feng, J., & Lei, L. (2019). Social networking sites addiction and FoMO: The mediating role of envy and the moderating role of need to belong. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00344-4>
- Zimet, G. D., Dahlem, N. W., Zimet, S. G., & Farley, G. K. (1988). The Multidimensional Scale of Perceived Social Support. *Journal of Personality Assessment*, 52(1), 30–41. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5201_2

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Verteilung der FoMO im Sample (Quelle: Eigene Darstellung)	42
Abbildung 2 Kausale Zusammenhänge mit der FoMO (Quelle: Eigene Darstellung)	57

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Durchschnittliche Dauer der Social-Media-Nutzung pro Tag.....	36
Tabelle 2 Motive für die Social-Media-Nutzung (Deskriptive Statistik)	37
Tabelle 3 Durchschnittliche Dauer der Freizeitaktivitäten pro Tag	38
Tabelle 4 Korrelationen zwischen der FoMO und ausgewählten demographischen und kontextuellen Faktoren (effektkodiert).....	44
Tabelle 5 Korrelationen zwischen der FoMO und sozialen Faktoren	46
Tabelle 6 Korrelationen zwischen der FoMO und psychischen und emotionalen Faktoren...	49
Tabelle 7 Korrelationen zwischen der FoMO und Verhaltensfaktoren in Bezug auf die SN-Nutzung	51
Tabelle 8 Korrelationen zwischen der FoMO und der täglichen Dauer verschiedener Freizeitaktivitäten.....	53
Tabelle 9 Korrelationen zwischen der FoMO und Persönlichkeitsfaktoren.....	54
Tabelle 10 Koeffizienten des Regressionsmodells zur Vorhersage der FoMO.....	54
Tabelle 11 Unterschiede zwischen dem Hauptmodell sowie einem alternativen Regressionsmodell	60

Appendix

Fragebogen

Sofern nicht anderes beschrieben, wurden alle Items anhand einer 7-stufigen Likert-Skala bewertet. Alle Skalenpunkte verfügten über eine verbale sowie numerische Beschriftung (1= Trifft überhaupt nicht zu, 2= Trifft nicht zu, 3= Trifft eher nicht zu, 4= Neutral, 5= Trifft eher zu, 6= Trifft zu, 7= Trifft voll und ganz zu). (R) steht für inverse Items („Reversed Items“). Bei allen Matrix-Fragen wurden die Items pro Variable randomisiert.

Einleitung

Liebe*r Teilnehmer*in!

Vielen Dank für Ihr Interesse an dieser wissenschaftlichen Studie!

Im Rahmen einer Masterarbeit des Studiengangs Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien werden Ihnen Fragen über Ihre Einstellung, Ihre Persönlichkeit, Ihr soziales Umfeld sowie Ihr Verhalten (unter anderem in Bezug auf Ihre Mediennutzung) gestellt, um die Zusammenhänge zwischen diesen Faktoren besser zu verstehen. Daher bitten wir Sie, ganz spontan und ehrlich zu antworten.

Die Teilnahme ist anonym und völlig freiwillig. Sie können die Befragung jederzeit beenden. Es werden nähere Informationen zu Ihrer Person abgefragt, um dadurch bei den Ergebnissen auch soziale Faktoren (z.B. Alter, Geschlecht) einzubeziehen und so die Ergebnisse besser verstehen zu können. Ihre Daten werden dabei mit absoluter Anonymität und Sorgfalt auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (§ 2f Abs 5 FOG) erhoben und verarbeitet. Sie werden ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke verwendet und nicht an Dritte weitergegeben.

Die Befragung dauert in etwa 15-20 Minuten.

Vielen Dank für Ihre Zeit!

REKRUTIERUNG

1. Geschlecht:

Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

1. Weiblich
2. Männlich
3. Divers

2. Alter mit Zahleneingabe (in ganzen Zahlen):

Bitte geben Sie Ihr genaues Alter in ganzen Zahlen an:

_____ Jahre

HAUPTTEIL

Block 1: AV

3. FoMO (Przybylski et al., 2013, S. 1847, deutsche Übersetzung in Anlehnung an Spitzer, 2015, S. 594)

Nun sehen Sie einige Aussagen über Ihre alltäglichen Erfahrungen. Bitte geben Sie für jede Aussage an, inwiefern diese auf Ihre tatsächlichen eigenen Erfahrungen zutrifft, nicht auf Ihre gewünschten. Betrachten Sie dabei jede einzelne Aussage unabhängig von den anderen.

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. Ich fürchte, andere machen mehr lohnende Erfahrungen als ich.
2. Ich fürchte, meine Freund*innen haben mehr lohnende Erfahrungen als ich.
3. Es beunruhigt mich, wenn ich erfahre, dass meine Freund*innen ohne mich Spaß haben.
4. Ich werde ängstlich, wenn ich nicht weiß, was meine Freund*innen vorhaben.
5. Es ist mir wichtig, dass ich die „Insider“-Witze in meinem Freundeskreis verstehe.
6. Manchmal frage ich mich, ob ich nicht zu viel Zeit damit verbringe herauszufinden, was gerade los ist/ auf dem neuesten Stand zu bleiben.
7. Es ärgert mich, wenn ich eine Gelegenheit verpasse, meine Freund*innen zu treffen.
8. Wenn es mir gerade gut geht, ist es für mich wichtig, Einzelheiten darüber online mitzuteilen (z. B. meinen Status zu updaten).
9. Wenn ich ein geplantes Treffen verpasse, ärgert mich das.
10. Auch wenn ich in den Urlaub fahre, verfolge ich das, was mein Freundeskreis so macht, weiter.

Block 2: Soziale Faktoren

4. Need to Belong (Leary et al., 2013, S. 624)

Wir zeigen Ihnen nun einige weitere Aussagen zu Ihren persönlichen Empfindungen. Bitte geben Sie für jede Aussage an, wie sehr diese auf Sie persönlich zutrifft.

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. Wenn andere Menschen mich nicht zu akzeptieren scheinen, lasse ich mich davon nicht beirren. (R)
2. Ich bemühe mich, nichts zu tun, was dazu führt, dass andere Menschen mich meiden oder ablehnen.
3. Ich mache mir selten Sorgen darüber, ob andere Menschen sich für mich interessieren. (R)
4. Ich brauche das Gefühl, dass es Menschen gibt, an die ich mich in schweren Zeiten wenden kann.
5. Ich möchte, dass andere Menschen mich akzeptieren.
6. Ich bin nicht gerne allein.
7. Es macht mir nichts aus, längere Zeit von meinen Freund*innen getrennt zu sein. (R)
8. Ich habe ein starkes Bedürfnis nach Zugehörigkeit.
9. Es stört mich sehr, wenn ich nicht in die Pläne anderer Leute einbezogen werde.
10. Meine Gefühle werden leicht verletzt, wenn ich den Eindruck habe, dass andere mich nicht akzeptieren.

5. Soziale Verbundenheit (Lee & Robbins, 1995, S. 236)

Wir zeigen Ihnen nun einige weitere Aussagen zu Ihren persönlichen Empfindungen. Bitte geben Sie für jede Aussage an, wie sehr diese auf Sie persönlich zutrifft.

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. Ich fühle mich von meiner Umwelt abgekapselt.
2. Sogar unter Menschen, die ich kenne, fühle ich mich nicht wirklich zugehörig.
3. Ich fühle mich anderen Menschen so fern.
4. Ich habe kein Gefühl der Zusammengehörigkeit mit Gleichaltrigen.
5. Ich fühle mich niemandem verbunden.
6. Ich ertappe mich dabei, wie ich jedes Gefühl der Verbundenheit mit der Gesellschaft verliere.
7. Selbst unter meinen Freund*innen gibt es kein Gefühl der Geschwisterlichkeit/Verbundenheit.
8. Ich habe nicht den Eindruck, dass ich mit irgendjemandem oder einer Gruppe etwas unternehme/zusammenarbeite.

6. Wahrgenommene soziale Unterstützung (Perceived Social Support Scale) (Zimet et al., 1988, S.)

Wir zeigen Ihnen nun einige weitere Aussagen zu Ihren persönlichen Empfindungen in Bezug auf Ihr soziales Umfeld. Bitte geben Sie für jede Aussage an, wie sehr diese auf Sie persönlich zutrifft.

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. Es gibt einen besonderen Menschen, der immer da ist, wenn ich in Schwierigkeiten bin.
2. Es gibt einen besonderen Menschen, mit dem ich Freud und Leid teilen kann.
3. Meine Familie versucht wirklich, mir zu helfen.
4. Ich bekomme die emotionale Hilfe und Unterstützung von meiner Familie, die ich brauche.
5. Ich habe einen besonderen Menschen in meinem Leben, der mir wirklich Trost spendet.
6. Meine Freund*innen versuchen wirklich, mir zu helfen.
7. Ich kann auf meine Freund*innen zählen, wenn etwas schief geht.
8. Ich kann mit meiner Familie über meine Probleme sprechen.
9. Ich habe Freund*innen, mit denen ich meine Freuden und Sorgen teilen kann.
10. Es gibt einen besonderen Menschen in meinem Leben, der sich um meine Gefühle kümmert.
11. Meine Familie ist bereit, mir beim Treffen von Entscheidungen zu helfen.
12. Ich kann mit meinen Freund*innen über meine Probleme sprechen.

7. Größe des sozialen Netzwerks

Wie viele Menschen haben Sie in Ihrer Nähe, auf die Sie sich in schwierigen Zeiten verlassen können, z. B. um auf Kinder oder Haustiere aufzupassen, Sie ins Krankenhaus oder zum Einkaufen zu fahren oder um Ihnen zu helfen, wenn Sie krank sind?

Bitte geben Sie die Anzahl an Personen in ganzen Zahlen an.

_____ Personen

8. Attachment Anxiety und Attachment Avoidance (Baek et al., 2014, S. 540)

Attachment Avoidance= 1-5, Attachment Anxiety= 6-10

Sie sehen nun einige weitere Aussagen. Uns interessiert, wie Sie zu diesen stehen. Bitte lesen Sie die folgenden Aussagen sorgfältig und geben Sie jeweils an, wie sehr diese auf Sie persönlich zutreffen.

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. Ich fühle mich nicht wohl dabei, mich den Menschen um mich herum zu öffnen.
2. Ich wende mich für viele Angelegenheiten an die Menschen um mich herum. (R)
3. Wenn jemand anfängt, mir näher zu kommen, bemerke ich, dass ich mich zurückziehe.
4. Ich bin nervös, wenn Menschen eine zu große Nähe zu mir aufbauen.
5. Ich versuche zu vermeiden, dass ich zu enge Beziehungen mit anderen entwickle.
6. Ich habe Angst, alleine zu sein.
7. Ich mache mir viele Sorgen um meine Beziehungen zu anderen Menschen.
8. Wenn andere Menschen mich ablehnen, fühle ich mich wirklich schlecht.
9. Ich mache mir Sorgen, von meinen Mitmenschen isoliert zu sein.
10. Ich bin frustriert, wenn andere Menschen nicht so oft in meiner Nähe sind, wie ich es gerne hätte.

Block 3: Verhaltensfaktoren

9. Nutzung sozialer Medien – Genutzte soziale Medien (Franchina et al., 2018, S. 5-6)

Nun sehen Sie eine Liste mit verschiedenen sozialen Netzwerken. Bitte wählen Sie all jene aus, die Sie zumindest gelegentlich nutzen bzw. bei denen Sie einen Account haben.

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antwortoptionen aus.

1. YouTube
2. Facebook
3. Instagram
4. Pinterest
5. Twitter
6. Snapchat
7. TikTok
8. Anderes, nämlich:

9. Ich nutze gar keine sozialen Netzwerke/ habe gar keinen Social-Media-Account [Exklusiv].

10. Nutzung sozialer Netzwerke – Dauer (nach Ellison et al., 2007, S. 1150)

Bitte denken Sie nun an die letzten 7 Tage. Wie lange haben Sie durchschnittlich pro Tag auf den folgenden sozialen Netzwerken verbracht? Schätzen Sie die Dauer bitte so genau und ehrlich wie möglich ein. Wenn Sie eine oder mehrere Plattformen in den letzten 7 Tagen gar nicht genutzt haben, geben Sie bitte "0" (Null) in das jeweilige Feld ein.

Unsere Empfehlung: Falls möglich, lesen Sie die exakte Dauer von Ihrem Handy ab, beispielsweise aus einer Screen-Time-App.

Bitte geben Sie die Zeit pro Netzwerk in Stunden und/oder Minuten (hh:mm) an.

1. YouTube: (wenn laut Vorfrage genutzt) ____ Stunden:Minuten pro Tag
2. Facebook: (wenn laut Vorfrage genutzt) ____ Stunden:Minuten pro Tag
3. Instagram: (wenn laut Vorfrage genutzt) ____ Stunden:Minuten pro Tag
4. Pinterest: (wenn laut Vorfrage genutzt) ____ Stunden:Minuten pro Tag
5. Twitter: (wenn laut Vorfrage genutzt) ____ Stunden:Minuten pro Tag
6. Snapchat: (wenn laut Vorfrage genutzt) ____ Stunden:Minuten pro Tag
7. TikTok: (wenn laut Vorfrage genutzt) ____ Stunden:Minuten pro Tag
8. {}(Eingabe von Frage 9h „Anderes“ übernehmen) ____ Stunden:Minuten pro Tag

11. Ermittlung der Nutzungsdauer

Bitte lassen Sie uns noch wissen, wie Sie die Zeitdauer für die Nutzung sozialer Netzwerke ermittelt haben.

1. Ich habe sie selbst geschätzt
2. Ich habe sie mithilfe meines Handys/ einer Screen-Time-App ermittelt
3. Ich habe sie anders ermittelt, nämlich: (Freie Texteingabe)

12. Intensität der SN-Nutzung (Ellison et al., 2007, S. 1150, adaptiert nach Roberts & David, 2020, S. 389)

Sie sehen nun einige weitere Aussagen zu Ihren Gewohnheiten in Bezug auf soziale Medien. Bitte lesen Sie die folgenden Aussagen sorgfältig und geben Sie an, wie sehr diese auf Sie persönlich zutreffen.

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. Soziale Medien sind Teil meiner täglichen Aktivitäten.
2. Ich bin stolz darauf, anderen zu erzählen, dass ich auf Instagram/Facebook/etc. bin.
3. Die Social-Media-Nutzung ist Teil meiner täglichen Routine geworden.
4. Ich fühle mich nicht auf dem Laufenden, wenn ich mich eine Zeit lang nicht bei meinen Social-Media-Accounts angemeldet habe.
5. Ich fühle mich als Teil der Social-Media-Community.
6. Ich würde es bedauern, wenn Instagram/Facebook/etc. den Betrieb einstellen würde.

13. Nutzungsmotive von Social Media (Pertegal et al., 2019, S. 11)

Dating= 1-2; Neue Freundschaften= 3-4; Soziale Verbundenheit= 5-6; Folgen und Beobachten= 7-8; Unterhaltung= 9-10; Soziale Anerkennung= 11-12; Meinungen ausdrücken= 13-14; Information= 15-16;

Warum nutzen Sie soziale Netzwerke? Bitte geben Sie für jede der folgenden Aussagen an, in welchem Ausmaß diese für Sie persönlich einen Grund darstellt, Social Media zu nutzen.

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. Um sich zu verabreden/ein Date zu organisieren
2. Um eine*n romantische*n Partner*in zu suchen
3. Um neue Freund*innen zu finden
4. Um neue Leute kennenzulernen
5. Um mich mit Menschen verbunden zu fühlen
6. Um mich sozial integriert zu fühlen
7. Um auf dem Laufenden zu bleiben, was meine Mitmenschen/Freund*innen in ihrem täglichen Leben tun.
8. Um Leute "auszuspionieren", die mich interessieren
9. Um meine Freizeit zu füllen, z:B. wenn ich gelangweilt bin/zum Zeitvertreib
10. Um mich zu amüsieren/ zur Unterhaltung
11. Um mich von anderen Menschen abzuheben
12. Um zu überprüfen, ob andere meine Beiträge/Posts liken/kommentieren
13. Um meine Gefühle, Gedanken und Meinungen auszudrücken
14. Um ein Thema (mit anderen Menschen) zu diskutieren
15. Um über aktuelle Ereignisse auf der Welt informiert sein/die Nachrichten zu verfolgen

16. Um Informationen über Themen zu finden, die mir gefallen und mich interessieren

14. Freizeitgestaltung und Offline-Aktivitäten

Bitte denken Sie nun an Ihre Freizeitgestaltung der letzten 7 Tage, das heißt an alle Aktivitäten, denen Sie außerhalb der Arbeit/Ausbildung nachgegangen sind. Wie lange haben Sie durchschnittlich pro Tag mit den folgenden Freizeitaktivitäten verbracht?

Wenn Sie eine oder mehrere Aktivitäten gar nicht gemacht haben, geben Sie bitte "0" (Null) in das jeweilige Feld ein.

Bitte geben Sie die Zeit pro Kategorie in Stunden und/oder Minuten (hh:mm) an.

1. Verpflichtende Offline-Aktivitäten (z.B. Hausarbeit, Gartenarbeit, Lernen, Einkaufen):
___ Stunden:Minuten pro Tag
2. Freiwillige individuelle Offline-Aktivitäten (Lesen, Puzzlen, Musizieren, kreative Tätigkeiten, Sport): ___ Stunden:Minuten pro Tag
3. Freiwillige Offline-Aktivitäten mit Sozialkontakten (z.B. Treffen mit Familie/Freund*innen, Vereinssport, Orchester/Chor): ___ Stunden:Minuten pro Tag
4. Individuelle Online-Aktivitäten OHNE Social-Media-Nutzung (z.B. Streaming, Online-Magazine/-Zeitungen/Blogs, Online-Shopping, Computerspielen): ___ Stunden:Minuten pro Tag
5. Online-Aktivitäten mit Sozialkontakten (z.B. Chatten oder Video-Chat mit Freund*innen, Online-Dating): ___ Stunden:Minuten pro Tag

Block 4: Psychische und emotionale Faktoren

15. Aktuelle Stimmungslage (Emmons, 1992, S. 294)

Negative Stimmung= Items 1-5=, positive Stimmung= Items 6-9

Skala: 1 = Empfinde ich gar nicht, 2 = Empfinde ich nicht, 3 = Empfinde ich eher nicht, 4 = Neutral, 5 = Empfinde ich eher, 6 = Empfinde ich stark, 7 = Empfinde ich extrem stark

Bitte geben Sie uns nun noch Auskunft zu Ihrer aktuellen Stimmungslage. Wie stark haben Sie die folgenden Gefühle in den letzten 24 Stunden verspürt?

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Empfinde ich gar nicht“ bis 7= „Empfinde ich extrem stark“.

1. Deprimiert
2. Unglücklich
3. Frustriert

4. Besorgt/ängstlich
5. Wütend/feindselig
6. Glücklich
7. Fröhlich
8. Vergnügen/Spaß
9. Zufrieden

16. Psychologische Grundbedürfnisse Autonomie, Kompetenz und Verbundenheit (La Guardia et al., 2000, S. 384)

Autonomie= 1, 5, 9; Kompetenz= 2, 4, 7; Verbundenheit= 3, 6, 8

Bitte denken Sie nun an Ihre persönliche Situation in Ihrem sozialen Umfeld, beispielsweise in der Familie, mit Ihrem*r Partner*in oder engen Freund*innen. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf Ihre sozialen Beziehungen zu?

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. Ich fühle mich frei, zu sein, wer ich bin.
2. Ich fühle mich als kompetente Person.
3. Ich fühle mich geliebt und umsorgt.
4. Ich fühle mich oft unzulänglich oder inkompetent. (R)
5. Ich habe ein Mitspracherecht und kann meine Meinung äußern.
6. Ich fühle oft eine große Distanz in meinen Beziehungen. (R)
7. Ich fühle mich sehr fähig und effizient.
8. Ich empfinde viel Nähe und Vertrautheit.
9. Ich fühle mich kontrolliert und unter Druck gesetzt, mich auf eine bestimmte Weise zu verhalten. (R)

17. Lebenszufriedenheit (Deutsche Version der Satisfaction with Life Scale (SWLS) von Schumacher (2003))

Sie sehen nun eine weitere Liste an Aussagen. Bitte lesen Sie diese erneut sorgfältig durch und geben Sie an, wie sehr die Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. Antworten Sie dabei wieder möglichst spontan.

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. In den meisten Bereichen entspricht mein Leben meinen Idealvorstellungen.
2. Meine Lebensbedingungen sind ausgezeichnet.
3. Ich bin mit meinem Leben zufrieden.
4. Bisher habe ich die wesentlichen Dinge erreicht, die ich mir für mein Leben wünsche.
5. Wenn ich mein Leben noch einmal leben könnte, würde ich kaum etwas ändern.

18. Neid (Tandoc et al., 2015, S. 142-143)

1. Ich fühle mich anderen Menschen allgemein unterlegen.
2. Es ist so frustrierend zu sehen, dass manche Menschen immer eine gute Zeit haben.
3. Es erscheint mir irgendwie nicht fair, dass manche Menschen immer den ganzen Spaß haben.
4. Ich wünschte, ich könnte so viel reisen, wie einige meiner Freund*innen es tun.
5. Viele meiner Freund*innen haben ein besseres Leben als ich.
6. Viele meiner Freund*innen sind glücklicher als ich.
7. Mein Leben macht mehr Spaß als das meiner Freund*innen. (R)
8. Das Leben ist fair. (R)

19. Selbstbewusstsein (Deutsche Übersetzung der Rosenberg-Skala (1965, S. 17-18) nach von Collani & Herzberg (2003, S. 22))

Wir zeigen Ihnen nun eine weitere Liste an Aussagen zu Ihren persönlichen Empfindungen. Bitte lesen Sie diese erneut sorgfältig durch und geben Sie an, wie sehr die Aussagen auf Sie persönlich zutreffen.

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden.
2. Hin und wieder denke ich, dass ich gar nichts taue. (R)
3. Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften.
4. Ich kann vieles genauso gut wie die meisten anderen Menschen auch.
5. Ich fürchte, es gibt nicht viel, worauf ich stolz sein kann. (R)
6. Ich fühle mich von Zeit zu Zeit richtig nutzlos. (R)
7. Ich halte mich für einen wertvollen Menschen, jedenfalls bin ich nicht weniger wertvoll als andere auch.
8. Ich wünschte, ich könnte vor mir selbst mehr Achtung haben. (R)

9. Alles in allem neige ich dazu, mich für eine*n Versager*in zu halten. (R)
10. Ich habe eine positive Einstellung zu mir selbst gefunden.

20. Social Comparison Orientation (INCOM) (Gibbons & Buunk, 1999, S. 142)

1. Ich vergleiche oft, wie es meinen Lieben (Freund oder Freundin, Familienmitglieder usw.) im Vergleich zu anderen geht.
2. Ich achte immer stark darauf, wie ich Dinge im Vergleich mit anderen mache.
3. Wenn ich herausfinden möchte, wie gut ich etwas gemacht habe, vergleiche ich meine Leistung mit der von anderen.
4. Ich vergleiche mein soziales Verhalten (z. B. soziale Fähigkeiten, Beliebtheit) oft mit anderen Menschen.
5. Ich bin nicht der Typ Mensch, der sich oft mit anderen vergleicht. (R)
6. Ich vergleiche mich oft mit anderen in Bezug auf das, was ich im Leben erreicht habe.
7. Ich spreche oft und gerne mit anderen über gemeinsame Meinungen und Erfahrungen.
8. Ich versuche oft herauszufinden, was andere Menschen denken, die vor ähnlichen Problemen stehen wie ich.
9. Ich möchte immer wissen, was andere Personen in einer ähnlichen Situation machen würden.
10. Wenn ich mehr über etwas erfahren möchte, versuche ich herauszufinden, was andere darüber denken.
11. Ich bewerte meine eigene Lebenssituation nie im Vergleich zu jener anderer Menschen. (R)

21. Stress (Milyavskaya et al., 2018, S. 728)

Skala: 1 = Gar kein Stress, 2 = Kein Stress, 3 = Eher kein Stress, 4 = Neutral, 5 = Eher Stress, 6 = Viel Stress, 7 = Sehr viel Stress

Bitte denken Sie nun an die letzten beiden Wochen zurück. Wie viel Stress hatten Sie in diesem Zeitraum in Bezug auf...

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Gar kein Stress“ bis 7= „Sehr viel Stress“.

1. Ihre Ausbildung/ Ihren Beruf?
2. andere Personen, z.B. innerhalb der Familie/Partnerschaft oder im Freundeskreis?
3. Ihren Alltag allgemein, z.B. andere Aktivitäten oder Pflichten?

Block 5: Persönlichkeit

22. Big 5 der Persönlichkeit (Rammstedt & John, 2007, S. 211)

Extraversion= Items 1, 6; *Verträglichkeit*= Items 2, 7; *Gewissenhaftigkeit*= Items 3, 8; *Neurotizismus*= Items 4, 9; *Offenheit*= Items 5, 10;

Sie sehen nun noch eine letzte Liste an Aussagen. Bitte lesen Sie diese erneut aufmerksam durch und geben Sie an, wie sehr die Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. Antworten Sie dabei wieder möglichst spontan.

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 7= „Trifft voll und ganz zu“.

1. Ich bin eher zurückhaltend, reserviert. (R)
2. Ich schenke anderen leicht Vertrauen, glaube an das Gute im Menschen.
3. Ich bin bequem, neige zur Faulheit. (R)
4. Ich bin entspannt, lasse mich durch Stress nicht aus der Ruhe bringen. (R)
5. Ich habe nur wenig künstlerisches Interesse. (R)
6. Ich gehe aus mir heraus, bin gesellig.
7. Ich neige dazu, andere zu kritisieren. (R)
8. Ich erledige Aufgaben gründlich.
9. Ich werde leicht nervös und unsicher.
10. Ich habe eine aktive Vorstellungskraft, bin fantasievoll.

Block 6: Demographie

Abschließend bitten wir Sie noch um ein paar Angaben zu Ihrer Person. Diese werden streng anonym und vertraulich behandelt! Es kann daraus nicht auf Ihre Person geschlossen werden.

23. Nationalität

In welchem Land leben Sie derzeit?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwortoption aus.

1. Österreich
2. Deutschland
3. Anderes Land: _____

24. Ausbildung

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwortoption aus.

1. Keine abgeschlossene Ausbildung
2. Pflichtschule
3. Lehre
4. AHS/ BHS mit Matura
5. Hochschulverwandte Lehranstalt oder Kolleg
6. Universität/ Fachhochschule
7. Sonstiges

25. Ausbildung Mutter

Was ist die höchste abgeschlossene Ausbildung Ihrer Mutter?

Bitte wählen sie die zutreffende Antwortoption aus.

1. Keine abgeschlossene Ausbildung
2. Pflichtschule
3. Lehre
4. AHS/ BHS mit Matura
5. Hochschulverwandte Lehranstalt oder Kolleg
6. Universität/ Fachhochschule
7. Sonstiges
8. Weiß nicht

26. Ausbildung Vater

Was ist die höchste abgeschlossene Ausbildung Ihres Vaters?

Bitte wählen sie die zutreffende Antwortoption aus.

1. Keine abgeschlossene Ausbildung
2. Pflichtschule
3. Lehre
4. AHS/ BHS mit Matura
5. Hochschulverwandte Lehranstalt oder Kolleg
6. Universität/ Fachhochschule
7. Sonstiges
8. Weiß nicht

27. Beruflicher Status

Wie würden Sie Ihre berufliche Situation beschreiben?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwortoption aus.

1. Unselbstständig erwerbstätig (auch Lehrling), Privatwirtschaft
2. Unselbstständig erwerbstätig (auch Lehrling), Öffentlicher Dienst
3. Selbstständig erwerbstätig
4. Arbeitslos
5. Pensionist*in
6. Ausschließlich haushaltsführend
7. In Ausbildung (Schüler*in/ Student*in, Bildungskarenz)
8. Dauerhaft arbeitsunfähig
9. Präsenz-/Zivildienstler*in
10. In Elternkarenz
11. Sonstiges
12. Keine Angabe

28. Einkommen

Wie hoch ist das monatliche Nettoeinkommen, das Sie bzw. Sie und Ihr gesamter Haushalt haben (nach Abzug von Steuern und Sozialversicherung)?

1. Unter 500€
2. 500 bis 1000€
3. 1001 bis 1500€
4. 1501 bis 2000€
5. 2001 bis 2500€
6. 2501 bis 3000€
7. 3001 bis 3500€
8. 3501 bis 4000€
9. 4001 bis 5000€
10. Mehr als 5000€
11. Keine Angabe

Debriefing:

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Wir möchten uns ganz herzlich für Ihre Mithilfe bedanken.

Die Studie untersucht den Zusammenhang verschiedener Einflussfaktoren wie Verhalten, Stimmung, Persönlichkeit uvm. auf die sogenannte Fear of Missing Out (FoMO). Dieses neue Phänomen beschreibt die Sorge, lohnende Erfahrungen, die andere Personen machen, zu verpassen und sozial exkludiert zu sein.

Korrelationstabellen

Korrelationen zwischen der FoMO, dem Alter, Geschlecht und Bildungsstand (effektkodiert)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 FoMO	1											
2 Alter	-.45**	1										
3 Gender - Weiblich	.03	-.01	1									
4 Gender - Männlich	-.04	.02	-.98**	1								
5 Gender Divers	.04	-.07	-.10*	-.09*	1							
6 Ausbildung - Keine abgeschlossene Ausbildung	.03	-.17**	-.05	.06	-.01	1						
7 Ausbildung - Pflichtschule	.11*	-.19**	.03	-.05	.12**	-.03	1					
8 Ausbildung - Lehre	-.12**	.29**	-.16**	.17**	-.06	-.07	-.18**	1				
9 Ausbildung - AHS/BHS mit Matura	.18**	-.21**	.11*	-.10*	-.02	-.07	-.18**	-.40**	1			
10 Ausbildung - Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	-.11**	.07	.06	-.05	-.03	-.03	-.08	-.17**	-.17**	1		
11 Ausbildung - Universität/FH	-.04	.05	.01	-.01	.04	-.06	-.16**	-.35**	-.35**	-.15**	1	
12 Ausbildung - Sonstiges/k.A.	-.06	.00	.03	-.03	-.02	-.02	-.06	-.12**	-.12**	-.05	-.11*	1

** Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 1%;

* Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 5%

Korrelationen zwischen der FoMO und dem Bildungsstand der Mutter/des Vaters (effektkodiert)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1 FoMO	1														
2 Ausbildung Mutter - Keine abgeschlossene Ausbildung	-.02	1													
3 Ausbildung Mutter - Pflichtschule	-.11**	-.11*	1												
4 Ausbildung Mutter - Lehre	-.06	-.12**	-.38**	1											
5 Ausbildung Mutter - AHS/BHS mit Matura	.13**	-.08	-.23**	-.27**	1										
6 Ausbildung Mutter - Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	-.03	-.05	-.15**	-.17**	-.11*	1									
7 Ausbildung Mutter - Universität/FH	.16**	-.07	-.22**	-.25**	-.16**	-.10*	1								
8 Ausbildung Mutter - Sonstiges/k.A.	-.04	-.06	-.18**	-.20**	-.13**	-.08	-.12**	1							
9 Ausbildung Vater - Keine abgeschlossene Ausbildung	-.01	.46**	-.06	-.02	-.06	-.04	-.06	-.00	1						
10 Ausbildung Vater - Pflichtschule	-.08	-.04	.41**	-.12**	-.11**	-.10*	-.13**	-.02	-.06	1					
11 Ausbildung Vater - Lehre	-.04	.01	.03	.36**	-.12**	-.12**	-.24**	-.12**	-.13**	-.32**	1				
12 Ausbildung Vater - AHS/BHS mit Matura	.12**	-.05	-.10*	-.10*	.34**	-.01	.05	-.12**	-.07	-.17**	-.36**	1			
13 Ausbildung Vater - Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	-.05	.02	-.08	.01	-.05	.17**	-.01	.02	-.03	-.07	-.15**	-.08	1		
14 Ausbildung Vater - Universität/FH	.08	-.08	-.16**	-.22**	.01	.18**	.50**	-.10*	-.07	-.17**	-.36**	-.19**	-.08	1	
15 Ausbildung Vater - Sonstiges/k.A.	-.07	-.06	-.12**	-.08	-.05	.03	-.10*	.50**	-.05	-.12**	-.26**	-.14**	-.06	-.13**	1

** Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 1%;

* Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 5%

Korrelationen zwischen der FoMO, dem beruflichen Status und dem Einkommen (effektkodiert)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1 FoMO	1																
2 Beruf - Unselbstständig erwerbstätig (auch Lehrling)	-0.07	1															
3 Beruf - Selbstständig erwerbstätig	-.11**	-.26**	1														
4 Beruf - (Aktuell) Nicht erwerbstätig	-.03	-.26**	-.07	1													
5 Beruf - In Ausbildung	.35**	-.48**	-.13**	-.13**	1												
6 Beruf - Pensionist*in	-.19**	-.41**	-.11**	-.11**	-.21**	1											
7 Beruf - Sonstiges/k.A.	.02	-.18**	-.05	-.05	-.09*	-.08	1										
8 Einkommen - Bis zu 1000€	.08	-.23**	-.03	.12*	.23**	-.00	.05	1									
9 Einkommen - 1001 - 1500€	.07	-.09*	.05	-.00	-.02	.12**	-.02	-.10*	1								
10 Einkommen - 1501 - 2000€	.01	.06	.01	.04	-.10*	-.00	.01	-.10*	-.10*	1							
11 Einkommen - 2001 - 2500€	-.06	.11*	-.03	-.03	-.05	-.03	-.06	-.10*	-.10*	-.11*	1						
12 Einkommen - 2501 - 3000€	.03	.07	-.01	.01	-.06	-.04	.01	-.10*	-.10*	-.11*	-.11*	1					
13 Einkommen - 3001 - 3500€	-.01	.02	-.05	.01	-.02	-.00	.03	-.09*	-.09*	-.09*	-.09*	-.09*	1				
14 Einkommen - 3501 - 4000€	-.02	.03	.01	.02	-.07	.05	-.06	-.10*	-.10*	-.11*	-.11*	-.11*	-.09*	1			
15 Einkommen - 4000 - 5000€	-.08	.16**	.04	-.09*	-.10*	-.05	-.06	-.10*	-.10*	-.11*	-.11*	-.11*	-.09*	-.11*	1		
16 Einkommen - Mehr als 5000€	.01	.04	.03	-.05	-.01	-.03	-.02	-.09*	-.09*	-.10*	-.09*	-.10*	-.08	-.10*	-.10*	1	
17 Einkommen - k.A.	-.02	-.13**	-.02	-.01	.15**	-.01	.09*	-.15**	-.15**	-.16**	-.15**	-.16**	-.14**	-.16**	-.16**	-.14**	1

** Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 1%;

* Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 5%

Korrelationen zwischen der FoMO und kontextuellen Faktoren (effektkodiert)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1 FoMO	1																			
2 00:00 - <02:00 Uhr	-.00	1																		
3 02:00 - <04:00 Uhr	-.06	-.01	1																	
4 04:00 - <06:00 Uhr	-.03	-.01	-.01	1																
5 06:00 - <08:00 Uhr	.04	-.02	-.01	-.02	1															
6 08:00 - <10:00 Uhr	.02	-.05	-.04	-.05	-.10*	1														
7 10:00 - <12:00 Uhr	-.05	-.04	-.03	-.04	-.07	-.24**	1													
8 12:00 - <14:00 Uhr	.01	-.04	-.03	-.03	-.07	-.21**	-.16**	1												
9 14:00 - <16:00 Uhr	-.03	-.03	-.02	-.03	-.06	-.18**	-.14**	-.12**	1											
10 16:00 - <18:00 Uhr	-.01	-.04	-.03	-.03	-.07	-.22**	-.17**	-.15**	-.13**	1										
11 18:00 - <20:00 Uhr	.05	-.03	-.02	-.03	-.06	-.18**	-.14**	-.12**	-.11*	-.13**	1									
12 20:00 - <22:00 Uhr	-.01	-.03	-.02	-.02	-.05	-.16**	-.12**	-.11*	-.09*	-.11**	-.09*	1								
13 22:00 - <24:00 Uhr	.08	-.02	-.02	-.02	-.03	-.11*	-.08	-.07	-.06	-.08	-.06	-.06	1							
14 Montag	-.12**	-.05	-.04	-.05	-.10*	.11**	.10*	.06	-.02	-.01	-.13**	-.09*	-.04	1						
15 Dienstag	.01	-.05	-.04	-.04	-.09*	.10*	.05	.02	-.09*	-.05	.01	.02	-.03	-.27**	1					
16 Mittwoch	-.05	-.03	.18**	.15**	.08	-.08	-.04	.03	-.02	.00	-.01	.01	.03	-.15**	-.14**	1				
17 Donnerstag	.17**	-.06	-.05	-.01	-.03	-.08	-.05	.01	-.09*	.10*	.13**	.06	.01	-.33**	-.31**	-.17**	1			
18 Freitag	-.05	.06	.03	-.04	.10*	-.06	-.08	-.08	.20**	-.00	-.01	-.03	.04	-.24**	-.22**	-.12**	-.27**	1		
19 Samstag	.03	.07	-.02	.08	.11**	-.03	-.00	-.06	.07	-.07	-.02	.03	.00	-.12**	-.12**	-.06	-.14**	-.10*	1	
20 Sonntag	-.02	.33**	-.01	-.01	.08	-.06	-.00	.01	-.04	-.05	.02	.03	-.02	-.06	-.06	-.03	-.07	-.05	-.03	1

** Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 1%;

* Signifikante Korrelation bei einem Signifikanzniveau von 5%

Koeffizienten des alternativen Regressionsmodells

	95% KI					
	<i>b</i>	US	OS	β	<i>t</i>	<i>p</i>
(Konstante)	0.10	-0.93	1.13		0.19	.850
Alter	-0.01	-0.01	0.00	-.11	-2.08	.038
Gender - Männlich	0.03	-0.11	0.17	.01	0.39	.693
Gender Divers	-0.22	-0.90	0.46	-.02	-0.64	.525
Beruf - Selbstständig erwerbstätig	-0.14	-0.41	0.12	-.03	-1.06	.288
Beruf - (Aktuell) Nicht erwerbstätig	-0.12	-0.38	0.15	-.03	-0.85	.395
Beruf - In Ausbildung	0.34	0.12	0.57	.12	3.00	.003
Beruf - Pensionist*in	0.15	-0.10	0.39	.05	1.17	.244
Beruf - Sonstiges/k.A.	0.22	-0.14	0.57	.04	1.18	.237
Ausbildung - Keine abgeschlossene Ausbildung	-0.41	-1.01	0.20	-.04	-1.32	.187
Ausbildung - Lehre	0.00	-0.27	0.26	-.00	-0.03	.977
Ausbildung - AHS/BHS mit Matura	0.07	-0.19	0.32	.03	0.49	.622
Ausbildung - Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	-0.35	-0.71	0.00	-.08	-1.98	.048
Ausbildung - Universität/FH	0.01	-0.27	0.29	.01	0.09	.928
Ausbildung - Sonstiges/k.A.	-0.13	-0.52	0.27	-.02	-0.63	.526
Ausbildung Mutter - Keine abgeschlossene Ausbildung	0.20	-0.22	0.61	.03	0.94	.349
Ausbildung Mutter - Lehre	-0.10	-0.28	0.08	-.04	-1.08	.281
Ausbildung Mutter - AHS/BHS mit Matura	0.06	-0.17	0.29	.02	0.52	.603
Ausbildung Mutter - Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	0.04	-0.27	0.35	.01	0.26	.799
Ausbildung Mutter - Universität/FH	0.01	-0.26	0.27	.00	0.06	.949
Ausbildung Mutter - Sonstiges/k.A.	-0.04	-0.32	0.23	-.01	-0.32	.753
Ausbildung Vater - Keine abgeschlossene Ausbildung	-0.22	-0.75	0.31	-.03	-0.81	.421
Ausbildung Vater - Lehre	0.02	-0.19	0.22	.01	0.15	.882
Ausbildung Vater - AHS/BHS mit Matura	0.02	-0.24	0.27	.01	0.14	.892
Ausbildung Vater - Hochschulverwandte Lehranstalt/Kolleg	0.11	-0.28	0.51	.02	0.57	.568
Ausbildung Vater - Universität/FH	-0.14	-0.43	0.15	-.05	-0.95	.344
Ausbildung Vater - Sonstiges/k.A.	0.00	-0.30	0.30	.00	-0.01	.996
Einkommen - 1001 - 1500€	0.20	-0.10	0.50	.05	1.30	.194
Einkommen - 1501 - 2000€	0.24	-0.05	0.53	.07	1.64	.101
Einkommen - 2001 - 2500€	0.19	-0.11	0.49	.05	1.22	.222
Einkommen - 2501 - 3000€	0.21	-0.09	0.51	.06	1.39	.164
Einkommen - 3001 - 3500€	0.16	-0.15	0.47	.04	1.01	.314
Einkommen - 3501 - 4000€	0.28	-0.01	0.58	.08	1.89	.060
Einkommen - 4000 - 5000€	0.24	-0.07	0.55	.07	1.53	.127
Einkommen - Mehr als 5000€	0.37	0.05	0.69	.09	2.30	.022
Einkommen – k.A.	0.04	-0.21	0.30	.02	0.34	.732
Dienstag	-0.03	-0.21	0.16	-.01	-0.28	.778
Mittwoch	-0.23	-0.51	0.05	-.05	-1.59	.112

Donnerstag	-0.04	-0.23	0.16	-.02	-0.37	.711
Freitag	-0.06	-0.28	0.15	-.02	-0.59	.557
Samstag	0.09	-0.21	0.40	.02	0.59	.555
Sonntag	0.32	-0.29	0.93	.03	1.03	.304
00:00 - < 02:00 Uhr	-0.22	-0.94	0.50	-.02	-0.60	.550
02:00 - < 04:00 Uhr	-0.32	-1.19	0.55	-.02	-0.72	.469
04:00 - < 06:00 Uhr	-0.66	-1.43	0.10	-.05	-1.70	.089
06:00 - < 08:00 Uhr	0.28	-0.11	0.67	.05	1.42	.155
10:00 - < 12:00 Uhr	-0.17	-0.37	0.03	-.06	-1.64	.101
12:00 - < 14:00 Uhr	-0.03	-0.25	0.19	-.01	-0.26	.795
14:00 - < 16:00 Uhr	-0.15	-0.39	0.10	-.04	-1.18	.238
16:00 - < 18:00 Uhr	-0.07	-0.28	0.14	-.02	-0.64	.524
18:00 - < 20:00 Uhr	-0.06	-0.29	0.17	-.02	-0.49	.625
20:00 - < 22:00 Uhr	-0.10	-0.36	0.16	-.02	-0.75	.456
22:00 - < 24:00 Uhr	0.15	-0.19	0.50	.03	0.87	.388
Bedürfnis nach Zugehörigkeit	0.27	0.16	0.38	.22	4.85	<.001
Soziale Verbundenheit	-0.08	-0.16	0.01	-.09	-1.86	.064
Wahrgenommene soziale Unterstützung	0.04	-0.04	0.11	.04	0.97	.331
Größe des sozialen Netzwerks	0.02	0.00	0.04	.05	1.58	.115
Attachment Avoidance	0.08	0.01	0.14	.10	2.28	.023
Attachment Anxiety	0.18	0.10	0.26	.22	4.36	<.001
Erfüllung psychologischer Grundbedürfnisse (gesamt)	-0.07	-0.19	0.05	-.07	-1.11	.268
Lebenszufriedenheit	0.06	-0.01	0.13	.08	1.77	.077
Neid	0.19	0.09	0.29	.18	3.71	<.001
Selbstbewusstsein	0.06	-0.04	0.16	.07	1.20	.230
Sozialer Vergleich	0.17	0.09	0.25	.17	4.18	<.001
Negative Stimmung	0.04	-0.03	0.11	.05	1.14	.254
Positive Stimmung	0.05	-0.02	0.13	.06	1.38	.169
Stress in Ausbildung/Beruf	0.03	-0.02	0.07	.05	1.26	.208
Interpersoneller Stress	-0.04	-0.09	0.01	-.05	-1.44	.149
Stress im Alltag	0.01	-0.05	0.06	.01	0.20	.843
Gesamtzahl genutzter SN	0.05	0.00	0.09	.07	1.91	.056
Nutzungsdauer YouTube	<0.01	0.00	0.00	.04	1.25	.213
Nutzungsdauer Facebook	<0.01	0.00	0.00	.06	1.81	.071
Nutzungsdauer Instagram	>-0.01	0.00	0.00	-.02	-0.63	.528
Nutzungsdauer Pinterest	<0.01	0.00	0.00	.01	0.24	.811
Nutzungsdauer Twitter	<0.01	0.00	0.00	.04	1.16	.247
Nutzungsdauer Snapchat	<0.01	0.00	0.00	.02	0.48	.628
Nutzungsdauer TikTok	<0.01	0.00	0.00	.01	0.24	.814
Verpflichtende Offline-Aktivitäten	<0.01	0.00	0.00	.01	0.26	.798
Individuelle Offline-Aktivitäten	<0.01	0.00	0.00	.01	0.17	.865
Soziale Offline-Aktivitäten	>-0.01	0.00	0.00	-.04	-1.24	.217
Individuelle Online-Aktivitäten	>-0.01	0.00	0.00	-.01	-0.26	.793
Soziale Online-Aktivitäten	<0.01	0.00	0.00	.02	0.53	.593

Extraversion (Index)	0.02	-0.04	0.07	.02	0.59	.556
Neurotizismus (Index)	-0.09	-0.15	-0.03	-.11	-2.76	.006
Verträglichkeit (1 Item)	-0.02	-0.06	0.03	-.02	-0.70	.486
Gewissenhaftigkeit (1 Item)	-0.03	-0.08	0.02	-.04	-1.14	.256
Offenheit (1 Item)	0.00	-0.04	0.05	.00	0.09	.925

KI: Konfidenzintervall; US: Untere Schranke; OS: Obere Schranke;

AV: FoMO