

POLICY BRIEF

PSYCHISCHE GESUNDHEIT & SO- ZIALE MEDIEN. ANSÄTZE FÜR EINE SICHERE NUTZUNG DURCH KINDER & JUGENDLICHE

Arno Rothenbühler (Föderation der Schweizer Psycholog:innen)

Februar 2026

Die FSP bedankt sich ausserordentlich bei folgenden Expert:innen für die wertvollen Rückmeldungen im Rahmen des Reviewprozesses (in alphabetischer Reihenfolge).

Prof. Dr. Joël Billieux (Unil), Stefan Caduff (SKJP), Prof. Dr. Moritz Daum (UZH), Dr. Jérôme Endrass (JuWe ZH, Universität Konstanz), Prof. Dr. Michael P. Hengartner (Kalaidos Fachhochschule), Myrta Isenschmid (SGGPsy), PD Dr. Patricia Lannen (MMI), Prof. Dr. Simone Munsch (Unifr), Pascal Streule (ZHAW), Prof. Dr. Daniel Süss (ZHAW), Gregor Waller (ZHAW), Niels Weber (selbständiger Psychotherapeut), Prof. Dr. Grégoire Zimmermann (Unil)

Das Wichtigste in Kürze

Kommunikationsplattformen wie Soziale Medien¹ und die psychische Gesundheit können in einem positiven oder negativen Zusammenhang² stehen.

- Je nach Nutzungsverhalten können Soziale Medien zur Identitätsbildung im Jugendalter beitragen, soziale Beziehungen und das Zugehörigkeitsgefühl (soziale Teilhabe) stärken sowie soziale Unterstützung bieten, was das Wohlbefinden und den Selbstwert fördert.
- Soziale Medien können bei intensiver Nutzung³ zu Informations- und Reizüberflutung führen. Sie können negative Emotionen hervorrufen und auch mit akuten Stresssymptomen einhergehen. Idealisierte Darstellungen können sich negativ auf den Selbstwert sowie das Körperbild auswirken, insbesondere bei jungen Frauen. Intensive Nutzung, insbesondere kurz vor dem Schlafen oder in der Nacht, wird mit kürzerem Schlaf und schlechterer Schlafqualität assoziiert. Soziale Medien können weiter von Erreichbarkeitsstress begleitet werden sowie FOMO (fear of missing out) verstärken. Sie bieten ferner Räume für Cybermobbing, Hassreden und sexualisierte Gewalt. Negative Konsequenzen können u.a. eine Reduktion von Wohlbefinden und Lebenszufriedenheit, Depressivität und Symptome von Angst- und Essstörungen, problematische Körperideale, Suizidgedanken, Aufmerksamkeitsstörungen, soziale Ausgrenzung sowie Gefühle von Einsamkeit umfassen.
- Die Algorithmen sozialer Medien sind problematisch: Sie sind darauf ausgelegt, Aufmerksamkeit zu erregen und Engagement zu fördern, was die Wahrscheinlichkeit für die Entstehung einer Verhaltenssucht erhöht. Die Algorithmen personalisieren die angezeigten Inhalte und priorisieren diese nach der Wahrscheinlichkeit, Interesse zu wecken. Dabei bedienen sie sich auch Vulnerabilitäten. Dies ist besonders problematisch für gefährdete Menschen, bspw. bei vorhandener psychischer Störung und Inhalten im Zusammenhang mit Suizid. Algorithmen sind häufig intransparent, begünstigen affektive Beiträge und können zur Verbreitung von Desinformations- und ideologischen Inhalten, zur Bildung von Filterblasen, Echokammern und zur Polarisierung von Gruppen sowie zur Radikalisierung⁴ beitragen.

Der Bundesrat hat ein neues Gesetz über Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen erarbeitet und in die Vernehmlassung geschickt. Die psychische Gesundheit der Schweizer Bevölkerung und insbesondere der Schutz von Kindern und Jugendlichen wird im Gesetzesentwurf nicht berücksichtigt. Für einen konsequenten Schutz der psychischen Gesundheit sind weitergehende Massnahmen erforderlich.

- Anbieterinnen in die Pflicht nehmen: Um schädigende Auswirkungen auf die psychische Gesundheit einzudämmen, müssen Kommunikationsplattformen reguliert werden. Nutzer:innen müssen einfach und dauerhaft die Empfehlungssysteme personalisieren und dadurch entscheiden können, welche Inhalte (inklusive Werbung) ihnen angezeigt werden. Algorithmen müssen so ausgestaltet sein, dass kein Anreiz für eine intensive Nutzung besteht. Manipulative Mechanismen müssen verboten und positive Inhalte gefördert werden. Es müssen Meldeverfahren für schädigende Inhalte eingerichtet werden. Gemeldete Inhalte müssen rasch und konsequent überprüft resp. entfernt werden. Verursacher müssen sanktioniert werden.
- Transparenz und Monitoring garantieren: Es müssen Transparenzvorschriften bestehen. Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen müssen Risikoanalysen durchführen, entsprechende Massnahmen ergreifen und Pflichten einhalten. Es müssen unabhängige, klar definierte und transparente Kontrollinstanzen installiert werden, welche die Umsetzung prüfen und Plattformen sanktionieren können. Die Forschung muss Zugang zu Plattformdaten erhalten und so die Effekte von Sozialen Medien analysieren sowie Massnahmen vorschlagen können.
- Medienkompetenz fördern: Es müssen präventive Massnahmen zur Mitigation negativer Folgen, wie beispielsweise Aufklärungs-, Schulungs- und Sensibilisierungsmassnahmen ergriffen werden. Schulungen in Medienkompetenz und im Umgang mit Sozialen Medien für Kinder und Jugendliche sowie deren Erziehungspersonen (z.B. Eltern, Lehrpersonen), Unterstützungsstrukturen und Sensibilisierungskampagnen für die psychische Gesundheit im digitalen Raum müssen verstärkt werden. Plattformen müssen sich an deren Finanzierung beteiligen.

1. Soziale Medien und psychische Gesundheit

Der aktuelle Forschungsstand zeigt, dass Kommunikationsplattformen wie Soziale Medien und die psychische Gesundheit in einem **positiven oder negativen Zusammenhang** stehen können.

- Je nach Nutzungsverhalten können Soziale Medien zur Identitätsbildung im Jugendalter beitragen, soziale Beziehungen und das Zugehörigkeitsgefühl (soziale Teilhabe) stärken sowie soziale Unterstützung bieten, was das Wohlbefinden und den Selbstwert fördert. In bestimmten extremen Situationen, die mit sozialer Isolation einhergehen (z. B. Covid-19), ermöglicht die Nutzung sozialer Medien jungen Menschen, mit anderen in Kontakt zu bleiben. Insbesondere bei authentischer Selbstdarstellung ergeben sich positive Effekte auf die psychische Gesundheit. Soziale Medien bieten Zugang zu Informationen, was das Lernen und die intellektuelle Entwicklung unterstützt (Butt 2020; Chen et al 2021; Colombo-Ruano & Gonzalez-Gonzalez 2022; Drazenovic et al. 2023; Ellis et al. 2020; Erfani & Abedin 2018; Krause et al. 2019; Kusumota et al. 2022; Marciano et al. 2021; Shankleman et al. 2021; Zhang et al. 2024; Zhou & Cheng 2022). Dabei muss allerdings sichergestellt sein, dass die Informationen (bspw. zur psychischen Gesundheit) akkurat sind und richtig eingeordnet resp. angewendet werden können, was teilweise nicht der Fall ist (siehe dazu u.a. Denniss & Lindberg 2025; Foulkes & Andrews 2023; Sandra et al. 2025; Vosoughi et al. 2018; Yeung et al. 2022).
- Gleichzeitig können sich idealisierte Darstellungen negativ auf den Selbstwert sowie das Körperförderung auswirken, insbesondere bei jungen Frauen. Dies kann bspw. verbunden sein mit restriktivem Essverhalten, bis hin zu Symptomen von Essstörungen, oder problematischen Körperidealen (Capraro et al., 2025; de Valle et al. 2021; Holland & Tiggemann 2016; Mingoia et al. 2017; Saiphoo & Vahedi 2019; Thompson & Harriger 2023; Vandenbosch et al. 2022; Verduyn 2020). Jugendliche sind aufgrund des laufenden Entwicklungsprozesses besonders vulnerabel (Rakić, et al. 2024).
- Die Nutzung von Sozialen Medien ist mit kürzerem Schlaf und schlechterer Schlafqualität assoziiert, insbesondere bei intensiver Nutzung sowie bei Nutzung kurz vor dem schlafen oder in der Nacht. Ausreichender und guter Schlaf ist ein Hauptfaktor für eine gesunde Psyche. (Alonzo et al. 2021; Ahmed et al. 2024; Brautsch et al. 2023; Capraro et al., 2025; Han et al. 2024; Merin et al. 2024; Yu et al. 2024).
- Die Sozialen Medien sind darauf ausgelegt, Aufmerksamkeit zu erregen und Engagement zu fördern. Die Algorithmen personalisieren die angezeigten Inhalte und priorisieren diese nach der Wahrscheinlichkeit, Interesse zu wecken. Dabei bedienen sie sich auch Vulnerabilitäten. Dies ist besonders problematisch für gefährdete Menschen, bspw. bei vorhandener psychischer Störung und Inhalten im Zusammenhang mit Suizid. Algorithmen verbreiten insbesondere affektive

¹ Im vorliegenden Positionspapier geht es um die Regulierung von Sozialen Netzwerken, d.h. digitalen Plattformen, welche algorithmisch kuratierte Inhalte präsentieren, so u.a. Instagram. Die Nutzung von Smartphones und Messengerdiensten wie bspw. WhatsApp und deren Effekte sind von den psychologischen Auswirkungen der Sozialen Netzwerke abzugrenzen und werden in diesem Dokument nicht abgebildet.

² Die Richtung des Zusammenhangs, d.h. dessen Kausalität, ist wissenschaftlich nicht geklärt. Es bleibt unklar, ob Personen mit psychischen Problemen vermehrt Soziale Medien konsumieren, oder ob die Nutzung von Sozialen Medien psychische Probleme verursacht (mehr dazu siehe weiter unten).

³ Als intensive Nutzung wird eine häufige und zeitlich ausgedehnte Verwendung verstanden, welche als emotional bedeutsam angestuft wird und fest im Alltag verankert ist.

⁴ Als Radikalisierung wird im vorliegenden Dokument gewalttätiger Extremismus verstanden. Zugrunde liegen dabei Überzeugungen und Einstellungen, die den Einsatz von Gewalt als legitimes Mittel zur sozialen Veränderung auffassen. Es werden zum Erreichen der Ziele Gewalttaten verübt, gefördert oder befürwortet (Davies et al. 2016; der Bundesrat 2021).

Beiträge und können die Exposition gegenüber ideologischem Material erhöhen sowie zur Bildung von Filterblasen, Echokammern und zur Polarisierung von Gruppen beitragen. (Akram & Nasar 2023; Brady et al. 2017; Brady et al. 2020; Dekker et al. 2025; Firth et al. 2024; Flayelle 2023; Kaakinen et al. 2018; Knipping-Sorokin et al. 2016; Lehmann & Schröder 2021; Montag et al. 2019; Mattiuzzo & Pedigoni Ponce 2024; Munn 2020; Nienierza et al. 2019; Rathje et al., 2021).

- Soziale Medien können bei intensiver Nutzung zu Informations- und Reizüberflutung führen. Sie können negative Emotionen hervorrufen – und wenn man potenziell traumatisierenden resp. unangemessen Reizen ausgesetzt ist (bspw. bei Kriegs- oder Unfallaufnahmen), auch mit akuten Stresssymptomen einhergehen. Weiter können sie von Erreichbarkeitsstress begleitet werden sowie FOMO (fear of missing out) verstärken. Negative Konsequenzen können erhöhter Stress, Schuldgefühle, Ängste und Gefühle von Einsamkeit umfassen, was die psychische Gesundheit belasten kann (Friedlingsdorf et al. 2025; Hall et al. 2021; Holman et al. 2013; Holman et al. 2019; Khetawat & Steele 2023; Malecki et al. 2023; Matthes et al. 2020; LaRose et al. 2014; Robert et al. 2021; Wolfers & Utz 2022).
- Soziale Medien bieten Räume für Cybermobbing, Hassreden und sexualisierte Gewalt. Cybermobbing bringt allerdings meist keine Erhöhung der Fälle mit sich, sondern klassisches Mobbing verlagert sich in den digitalen Raum und wird dort verbreitet. Mobbing, Hassreden und sexualisierte Gewalt können in Verbindung stehen mit einer Reduktion von Wohlbefinden und Lebenszufriedenheit, Depressivität und Symptomen von Angststörungen, Suizidgedanken, Aufmerksamkeitsstörungen, soziale Ausgrenzung sowie Gefühle von Einsamkeit (Brady et al. 2021; Caceres & Holley 2023; Capraro et al. 2025; Chetty & Alathur 2018; Giumetti & Kowalski 2022; Henry et al. 2016; Olweus 2012; Quandt et al., 2022; Stahel & Baier, 2023 ; Worsley et al. 2017).
- Soziale Medien fungieren als gemeinsame Interaktionsräume, in denen gerade Jugendliche auch mit extremistischen Botschaften in Berührung kommen können. Indem Soziale Medien Kontaktbarrieren senken und eine dauerhafte Exposition gegenüber extremistischen Ideologien vereinfachen, können sie zur Radikalisierung von Jugendlichen beitragen. Extremistische Akteure nutzen Plattformen zur Verbreitung von Propaganda sowie zur Selbstrekrutierung und bedienen sich dabei dem Gefühl der Gruppenzugehörigkeit in virtuellen Gemeinschaften. Jugendliche sind aufgrund ihres Entwicklungsprozesses und psychosozialen Faktoren besonders vulnerabel. Dabei spielen u.a. ihre laufende Identitätsbildung, die emotionsgetriebene Verarbeitung von Eindrücken, das Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Anerkennung sowie die begrenzte Fähigkeit, manipulative Absichten zu erkennen, eine Rolle. Ferner bestehen altersspezifische Faktoren wie u.a. Impulsivität, Risikobereitschaft, Gruppen-Orientierung, ideologische Formbarkeit und das Bedürfnis nach Selbstwirksamkeit. Die Evidenz zeigt, dass Ergebnisse einzelfallspezifisch und multifaktoriell bedingt sind. Sie hängen von bestehenden Vulnerabilitäten, individuellen Faktoren (bspw. Identitätskrise, emotionale Dysregulation, geringe Medienkompetenz) und sozialen resp. kontextuellen Faktoren (bspw. soziale Isolation, Ausmass der Exposition) ab (Akram & Nasar 2023; Brace et al. 2023; Cannard & Zimmermann 2025; Harris et al. 2014; Hassan et al. 2018; Knipping-Sorokin et al. 2016; Lehmann & Schröder 2021; Moghaddam 2005; Morris 2016; Nienierza et al. 2019; Perešin 2014; Thompson 2011).

Die korrekte **Einordnung dieser Zusammenhänge und des Ausmaßes** ist dabei ausschlaggebend.

- Generell ist der gemessene Zusammenhang zwischen Mediennutzung und psychosozialen Problemen meist gering ausgeprägt. Die Studien geben Hinweise, dass die Nutzung von Sozialen Medien und psychische Probleme koexistieren – es gibt aktuell hingegen kaum Hinweise auf

einen kausalen Zusammenhang, wonach die Nutzung psychische Probleme verursachen würde. Die bisherige Forschung hat die Nutzungszeit ins Zentrum gestellt. Neue Erkenntnisse zeigen, dass dies nicht ausreicht und weitere Faktoren mitberücksichtigt werden müssen. Belastungen entstehen nicht isoliert durch die Nutzung sozialer Medien, sondern durch das Zusammenspiel von individuellen Faktoren (z. B. Alter, Geschlecht, psychische Vulnerabilitäten), sozialen Kontextfaktoren (z. B. Umfeld, Erziehung) und der Art der Nutzung (z. B. Ausmass, Art der Plattform, Art und Qualität der konsumierten Inhalte). Bei einer intensiven Nutzung Sozialer Medien zeigen sich im Vergleich zur generellen Nutzung stärker ausgeprägte Zusammenhänge zur psychischen Gesundheit. Während eine intensive Nutzung unter entsprechenden Voraussetzungen einen Risikofaktor für psychische Probleme sein könnte, besteht auch die Möglichkeit, dass eine entsprechende Nutzung ein Begleitsymptom anderer psychischer Störungen darstellt ([Achab & Bilieuix 2022](#); [Ahmed et al. 2024](#); [Barrense-Dias et al. 2024](#); [Blanquer-Cortés et al. 2026](#); [Boer et al. 2021](#); [Bozzola et al. 2022](#); [Brailovskaia et al. 2025](#); [Carli et al. 2012](#); [Cingel et al. 2022](#); [Ferguson et al. 2025](#); [Firth et al. 2024](#); [Ha et al. 2006](#); [Keles et al. 2020](#); [Kennard et al. 2025](#); [Lin et al. 2017](#); [Monacis et al. 2017](#); [Moor et al. 2020](#); [Moss et al. 2023](#); [Nguyen et al. 2025](#); [Odgers & Jensen 2020](#); [Orben et al. 2022](#); [Pieh et al. 2025](#); [Poulain et al. 2023](#); [Przybylski et al. 2019](#); [Sala et al. 2024](#); [Schmidt-Persson et al. 2024](#); [Singh et al. 2026](#); [Shoshani et al. 2024](#); [Sticca et al. 2025](#); [Valkenburg et al. 2021](#); [Wei et al. 2012](#); [Xiao et al. 2025](#)).

- Die problematische Nutzung Sozialer Medien hat sich in europäischen Ländern bei ca. 5-10% stabilisiert. Aufgrund inadäquater Definitionen und Messinstrumente sowie nicht repräsentativen Stichproben werden diese Zahlen teilweise überschätzt ([Amendola et al. 2025](#); [Boniel-Nissim 2022](#); [Casale et al. 2023](#); [Delgrande Jordan & Schmidhauser, 2023](#); [Márquez et al. 2025](#); [Willems et al. 2017](#)).

2. Gesetzentwurf zur Plattformregulierung

Die Europäische Union hat 2022 mit dem Digital Service Act (DSA) eine umfassende Regulierung digitaler Plattformen in Kraft gesetzt ([Verbraucherzentrale 2024](#), [EU-Kommission 2025a](#), [EU-Kommission 2025b](#), [EU-Kommission 2025c](#)).

- Der DSA verpflichtet Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen zu Schutz und Transparenz für Verbraucher:innen.
- Inhalte müssen einfach gemeldet werden können und von den Verantwortlichen der Plattform zeitnah verarbeitet werden. Der Entscheid muss begründet und transparent sein. Es muss ein Beschwerdeverfahren bereitgestellt werden. Entscheide der Beschwerdeinstanz können angefochten werden.
- Die Funktionsweise der Algorithmen, wie Angebote empfohlen und gerankt werden, müssen verständlich angegeben werden und die Parameter müssen eingestellt werden können.
- Werbung darf nicht mehr auf Basis sensibler persönlicher Daten (u.a. politische Überzeugung, sexuelle Orientierung, ethnische Zugehörigkeit) erfolgen. Werbung muss gekennzeichnet sein und klare Informationen bieten, wer dafür bezahlt hat und warum sie angezeigt wird. Plattformen für Minderjährige haben besondere Vorgaben, u.a. ein vollständiges Verbot zielgerichteter Werbung.
- Kommunikationsplattformen müssen Massnahmen ergreifen, um minderjährige Nutzer:innen zu schützen, wie zum Beispiel die Verringerung des Risikos der Exposition gegenüber altersunangemessenen Inhalten wie Glücksspielen oder Pornografie. Es werden auch stärkere Schutzmassnahmen für Cybermobbing, -gewalt, und -belästigung eingeführt.

- Mindestens einmal jährlich müssen sehr grosse Plattformen und Suchmaschinen Risiken identifizieren und analysieren, die sich aus ihren Diensten ergeben, wie die Verbreitung illegaler Inhalte, Desinformation und Risiken für den Schutz von Minderjährigen. Sie müssen auch darlegen, welche Massnahmen sie ergriffen haben, um die festgestellten Risiken zu mindern.
- Der Datenaustausch mit Behörden und der Forschung ist für sehr grosse Online-Plattformen Pflicht. Zudem wurde ein Whistleblower-Tool eingeführt.
- Die EU-Mitgliedstaaten müssen Stellen für die behördliche Rechtsdurchsetzung benennen, welche kontrollieren und Bussgelder verhängen können.

Der Bundesrat hat ein neues Gesetz über Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen erarbeitet und in die Vernehmlassung geschickt. Dies ist u.a. notwendig, weil eine proaktive, freiwillige Ausdehnung des DSA durch die Kommunikationsplattformen auf die Schweiz laut einer Studie von Eco-plan als unrealistisch eingeschätzt wird ([UVEK 2025](#), erläuternder Bericht zur Eröffnung des Vernehmlassungsverfahren).

- Die Regulierung fokussiert auf den Schutz der Meinungs- und Informationsfreiheit der Nutzer:innen und fordert mehr Transparenz bei der Entfernung von Inhalten und der Sperrung von Conten.
- Zum Schutz vor strafrechtlich relevanten Inhalten wie bspw. Verleumdung, Beschimpfung oder Diskriminierung und Aufruf zu Hass muss ein niederschwelliges Meldeverfahren und ein Verfahren zur Bearbeitung dieser Meldungen eingerichtet werden.
- Ferner werden Transparenzvorgaben für Werbung und den Einsatz von Empfehlungssystemen eingeführt. Dabei wird auch Berichterstattung und Datenzugang für Verwaltung und Forschung gefordert.

In der aktuellen Vorlage fehlt der Schutz der psychischen Gesundheit – insbesondere von Kindern und Jugendlichen.

3. Schutz der psychischen Gesundheit in Sozialen Medien

Es braucht eine wirksame, zielorientierte Regulierung von Kommunikationsplattformen, welche die psychische Gesundheit schützt und es auch Kindern und Jugendlichen ermöglicht, sich mit grösstmöglicher Sicherheit im digitalen Raum bewegen zu können.

- Ein Verbot ist nicht zielführend. Die Nutzung von Kommunikationsplattformen wie Sozialen Medien hat viele positive Effekte auf die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen und einen egalitären Effekt, da alle Zugang erhalten (siehe weiter oben). Eine pauschale Einschränkung des Zugangs zu Sozialen Medien würde diese Effekte verunmöglichen und in das Recht auf Teilhabe am digitalen Leben eingreifen. Weiter zeigt die Erfahrung, dass Verbote zu Umgehungen führen und Jugendliche auf weniger regulierte und potenziell problematische Alternativen ausweichen.
- Die differenzierten wissenschaftlichen Erkenntnisse verlangen einen differenzierten Ansatz. Psychische Belastungen entstehen nicht isoliert durch die Nutzung sozialer Medien, sondern durch das Zusammenspiel von individuellen Faktoren (z. B. Alter, Geschlecht, psychische Vulnerabilitäten), sozialen Kontextfaktoren (z. B. Umfeld, Erziehung) und der Art der Nutzung (z. B. Ausmass, Art der Plattform, Art und Qualität der konsumierten Inhalte). Eine zielführende Regulierung nimmt sich dieser komplexen Ausgangslage an.

→ Es ist folglich wichtig, dass einerseits Kinder und Jugendliche sowie deren Erziehungspersonen (z.B. Eltern, Lehrpersonen) befähigt werden, sich möglichst sicher in den Sozialen

Medien zu bewegen. Andererseits müssen die Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen die Verantwortung für ihre Algorithmen und Inhalte übernehmen. Diese dürfen keine schädigende Wirkung entfalten.

3.1 Regulierung von Algorithmen

Algorithmen dürfen nicht länger darauf ausgerichtet werden, die Aufmerksamkeitsbindung und das Engagement der Nutzer:innen zu maximieren, die Konfrontation mit potenziell traumatisierenden Inhalten (bspw. Krieg, Unfälle, Suizid) zu verstärken sowie problematische Verhaltensweisen (bzgl. Essen, Körperbildern, Selbstverletzung etc.) oder Hassbotschaften zu verbreiten. Dazu gibt es verschiedene Massnahmen (siehe folgende Punkte, u.a. basierend auf [Acquisti et al. 2020](#); [Akram & Nasar 2023](#); [Dekker et al. 2025](#); [Giraldo-Luque et al. 2020](#); [Leweijohann & Luig 2024](#); [Makarin & Mandile 2025](#); [Mattiuzzo & Pedigoni 2025](#); [Morris 2016](#); [Perešin 2014](#); [Saletti & Van den Broucke 2024](#)).

- Es müssen Transparenzvorschriften bestehen: Plattformen müssen offenlegen, wie ihre Inhalte gesteuert und kontrolliert werden.
- Nutzer:innen müssen einfach und dauerhaft den Algorithmus personalisieren und dadurch entscheiden können, welche Inhalte ihnen angezeigt werden. Es braucht ein «opt-in» anstelle eines (theoretisch vorhandenen) «opt-outs». Gleches gilt auch bezüglich Werbung, denn personalisierte Werbung auf Sozialen Medien erhöht das Risiko für impulsives resp. problematisches Kaufverhalten (siehe dazu u.a. [Gak et al. 2022](#); [Zafar et al. 2021](#)).
- Ausserdem müssen die Plattformen im Sinne von «Safe by Design» ausgestaltet werden: Dazu braucht es u.a. eine Einschränkung der Algorithmen bspw. bezüglich der Engagement-Maximierung (u.a. unendliches Scrollen, Autoplay), sodass kein Anreiz für eine intensive Nutzung besteht. Manipulative Designtechniken, auch bekannt als «Dark Patterns», müssen verboten werden. Insbesondere Kinder und Jugendliche sollen nicht in der Verantwortung stehen, einen bewussten Konsum entgegen der technischen Ausgestaltung der Algorithmen durchsetzen zu müssen.
- Ferner sollen positive Inhalte gefördert werden. Plattformen können Inhalte, die Wohlbefinden fördern (u.a. konstruktive und kreative Beiträge, Hilfsangebote), bevorzugt anzeigen und gesunde Online-Communities schaffen (siehe bspw. [MHA](#)).
- Risikoanalysen müssen zur Pflicht werden. Zur Vermeidung schädigender Inhalte, übermässiger Exposition und schädlichem Nutzer:innenverhalten müssen Analysen durchgeführt und geeignete Massnahmen wie bspw. zusätzliche Einschränkungen und Überwachungen von Algorithmen ergriffen werden.

3.2 Schädigende Inhalte und Verhaltensweisen

Zudem muss eine konsequente Kontrolle der Inhalte stattfinden.

- Radikalisierende, verstörende und schädigende Inhalte müssen einfach und rasch gemeldet werden können. Plattformen sind zur raschen Überprüfung und allfälliger Sperrung der Inhalte verpflichtet. Darüber hinaus soll geprüft werden, inwiefern eine proaktive, KI-gestützte Identifikation entsprechender Inhalte möglich ist.
- Bei Personen, die schädigende Inhalte oder Verhalten verbreiten resp. ausüben, müssen konsequent entsprechende Massnahmen, in Extremfällen bis hin zu Ausschluss und strafrechtlicher Verfolgung, ergriffen werden. Dafür müssen die Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen zu einer konsequenten Identifizierung der Personen und einer vollständigen Kooperation mit Strafverfolgungsbehörden verpflichtet werden.

Dies ersetzt die Massnahmen zu den Algorithmen (siehe 3.1) nicht, da eine Kontrolle immer erst im Nachhinein erfolgt und verschiedene Herausforderungen (z.B. Subjektivität, Deutungshoheit) mit sich bringt sowie Systemeffekte vernachlässigt (siehe bspw. [Louis-Sidois 2025](#)). Zudem kann die Verantwortung zur Moderation von Inhalten nicht auf Nutzer:innen, insbesondere nicht auf Kinder und Jugendliche, abgewälzt werden.

3.3 Kontrolle und Verantwortung

Zur Umsetzung der geforderten Massnahmen sind Kontroll- und Sanktionierungsmöglichkeiten notwendig. Zudem bestehen ein ausserordentlich hohes öffentliches Interesse und ein grosser Bedarf für einen Zugang der Forschung zu den Daten von Kommunikationsplattformen, damit die Effekte Sozialer Medien verstärkt analysiert werden und zukünftige Entwicklungen antizipiert werden können ([Fineberg et al. 2022](#)).

- Die Forschung und unabhängige, klar definierte und transparente Kontrollinstanzen müssen Zugang zu Plattformdaten erhalten und die Funktionsweise der Algorithmen evaluieren und potentielle Massnahmen den Behörden vorschlagen.
- Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen müssen Massnahmen umsetzen und Schutzpflichten einhalten. Bei Versäumnissen sollen sie zur Rechenschaft gezogen und sanktioniert werden können. Dazu braucht es eine rechtlich verantwortliche Vertretung der Anbieterinnen in der Schweiz.

3.4 Prävention

Zu Prävention von intensiver Nutzung und potenziell schädigenden Konsequenzen braucht es diverse Aufklärungs-, Schulungs- und Sensibilisierungsmassnahmen ([Nagata et al. 2025](#); [Shi et al. 2022](#); [Saletti & Van den Broucke 2024](#)).

- Zur Prävention einer intensiven Nutzung bei Kindern und Jugendlichen sollen Schulungen im Umgang mit Kommunikationsplattformen wie Sozialen Medien und zur Förderung von Medienkompetenz für Kindern und Jugendlichen sowie deren Erziehungspersonen (Eltern, Lehrpersonen) stattfinden. Darüber hinaus braucht es Unterstützungsstrukturen (bspw. niederschwellige Beratung, konkrete Hilfe für vulnerable Gruppen). Medien-, Schul- und Kinder- und Jugendpsycholog:innen können entsprechende Module durchführen und individuelle Beratungen anbieten. Kinder und Jugendliche müssen ferner auch dazu befähigt werden, Inhalte kritisch bewerten und irreführende Informationen sowie Propaganda erkennen zu können, was auch bei der Prävention von Radikalisierungsprozessen eine Rolle spielt ([Akram & Nasar 2023](#); [Amit & Al-Kafy 2022](#); [Kops et al. 2025](#); [Lehmann & Schröder 2021](#); [Morris 2016](#); [Miller & Bartlett 2012](#); [Nienierza et al. 2019](#); [Reynolds & Scott 2016](#); [Van Eerten et al. 2017](#)).
- Kampagnen zum Umgang mit Sozialen Medien und der psychischen Gesundheit im digitalen Raum sollen die Bevölkerung auf die Thematik sensibilisieren. Auch Influencer und Content-Creator sollen für die Thematik sensibilisiert werden.
- Digitale Plattformdienste sollen sich finanziell an Präventions- und Schutzmassnahmen beteiligen.