



TikTok- Diagnose

Psychologie in den Sozialen Medien verstehen

Referat von
Ronja Schiftan
MSc Psychologin,
Gesundheitspsychologin FSP



wie «EINSAM»



wie «FRÖHLICH»



wie «GESTRESST»



wie «HILFLOS»



wie «INTERESSIERT»

Wie geht es euch?



wie «JUBELND»



wie «KONFUS»



wie «LEER»



wie «MÜDE»



wie «NACHDENKLICH»





Was ist Thema?

**Kurze Einführung in die
Thematik**

**Wie können wir nun
helfen?**

Was beschäftigt euch?

Guten Abend

Kurz, wer steht da vor euch?

Ronia Schiftan

Gesundheitspsychologin FSP
MSc Angewandte Psychologie
Ernährungspsychologin ZEP

Arbeitsschwerpunkte

- Ernährungspsychologie
- Gesundheitspsychologie
- Medienpsychologie

Kontakt

ronia.schiftan@externas.ch

www.externas.ch

ronia.schiftan@psychologie.ch

externas



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera



Berner
Fachhochschule

Hochschule Fulda
University of Applied Sciences



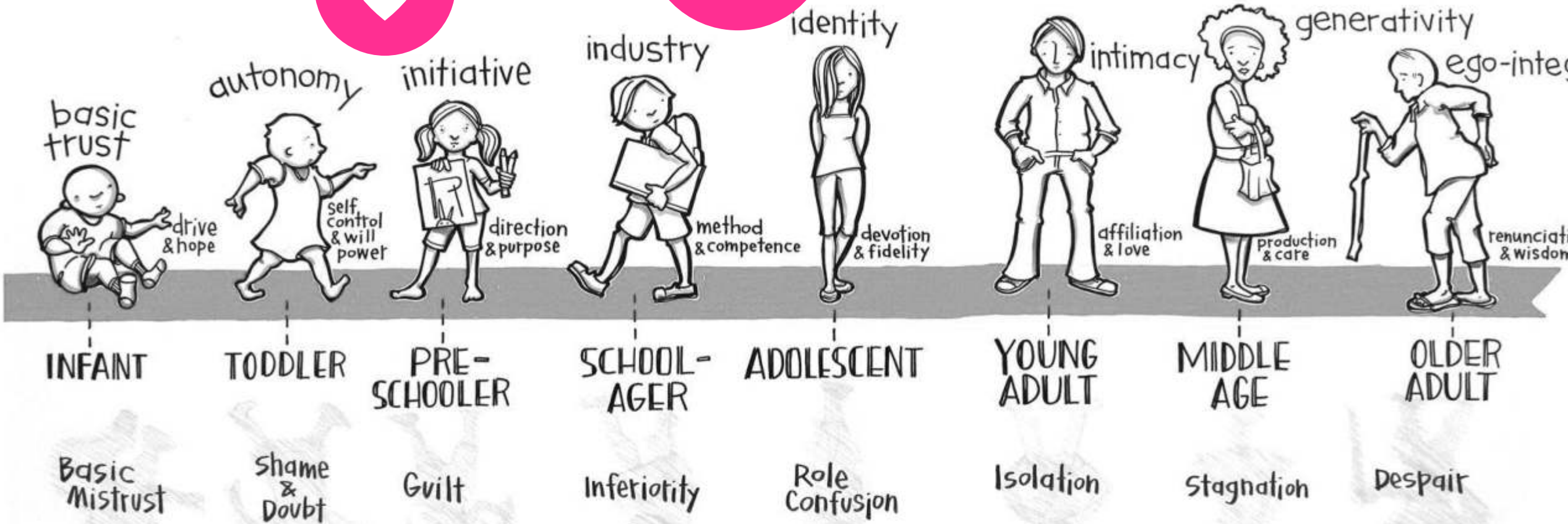
Zöliakie





Jugendphase verstehen





ERIKH. ERIKSON // STAGES of PSYCHOSOCIAL DEVELOPMENT

Herausforderungen der Jugendphase

nach (Oerter & Dreher, 2008)

**Freundeskreis
aufbauen**

**pubertätsbedingte körperliche
Veränderungen akzeptieren**

**Zukunftsperspektiven
und Lebensziele
entwickeln**

**geschlechtsspezifische
Rollen aneignen**

**Entscheidungen
hinsichtlich
Berufswahl treffen**

**engere, intime Beziehungen
aufnehmen**

**sich von den Eltern
ablösen**

**Vorstellungen über eigene
Partnerschaft und Familie
entwickeln**

**sich selbst kennenlernen
und beurteilen**

**eigene Weltanschauungen
und Einstellungen entwickeln
und vertreten**



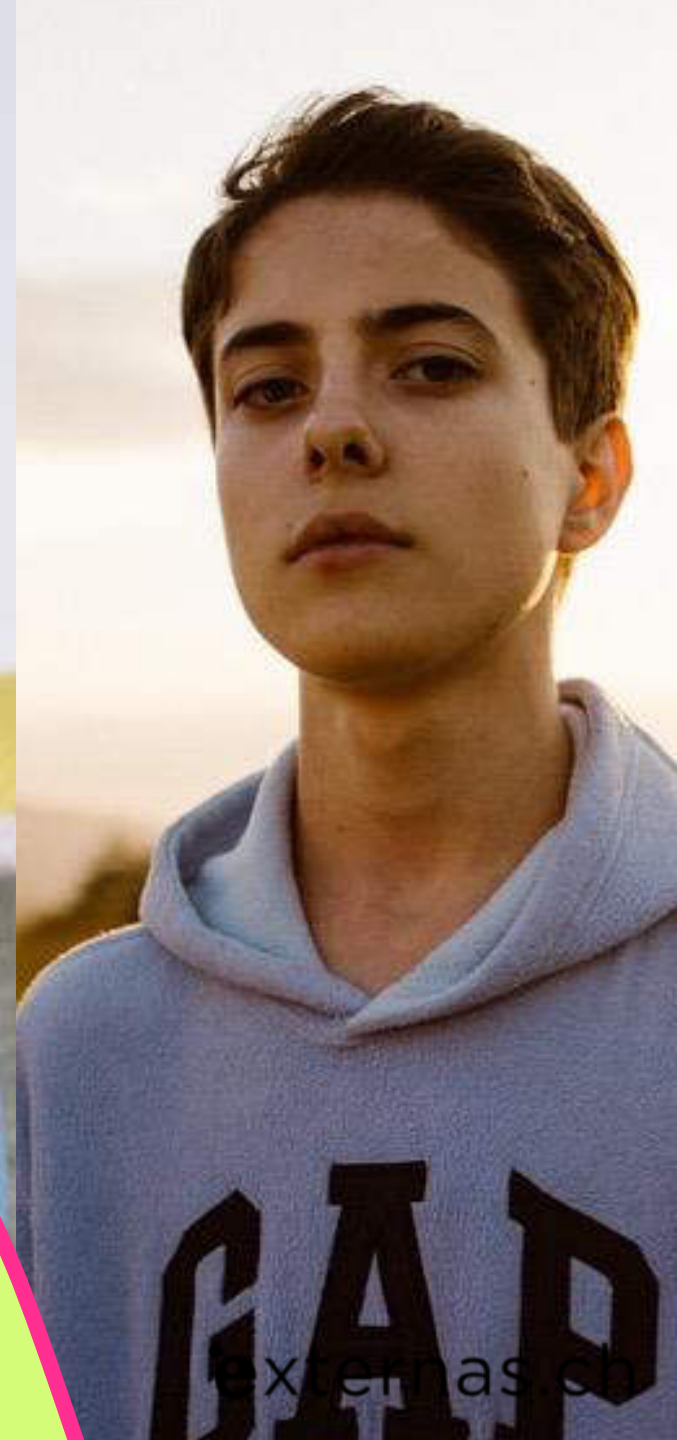


Wer bin ich?
Was will ich?
Wie will ich wahrgenommen werden?
Wohin gehöre ich?
...



?

Was stimmt mit
mir nicht?





Psychische Gesundheit Wie geht es der GenZ?



« Diese Multikrise ist unglaublich belastend für Kinder und Jugendliche und eine Gefahr für ihre gesunde psychische Entwicklung. Sie haben Angst, sie wissen nicht, was sie in Zukunft erwartet. »

Projuventute.ch, Stand Dez. 2022

37 %
DER BEFRAGTEN JUGENDLICHEN

sind von psychischen Problemen betroffen.

8 %
DER BEFRAGTEN JUGENDLICHEN

haben versucht, sich das Leben zu nehmen.

29,1 %
DER BEFRAGTEN JUGENDLICHEN

sprechen mit niemandem über ihre Probleme.

unicef 
für jedes Kind

Psychische Gesundheit von Jugendlichen

Studie zur Situation in der Schweiz und Liechtenstein

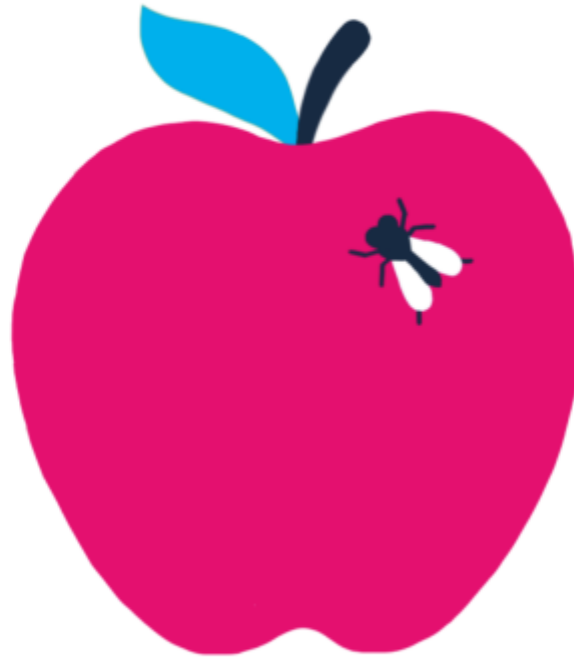
 **externas.ch**

Physische Gesundheit

Die Mehrheit schätzt den Gesundheitszustand gut bis sehr gut ein. Nur einer von sechs bezeichnete ihn als mittelmässig oder schlecht. Und doch leiden viele unter Schlaf-, Appetit- oder Konzentrationsproblemen.



68,8% Schwierigkeiten,
sich zu konzentrieren



66,9% Appetitlosigkeit,
Gewichtsverlust oder
Überessen



71,6% Einschlaf- oder Durchschlaf-
schwierigkeiten oder zu viel
schlafen

Depression

37% haben Anzeichen einer Angststörung und/oder Depression. Schlechte psychische Gesundheit führt oft zu einem tiefen emotionalen Wohlbefinden.

1/3 berichtet über ein geringes Selbstwertgefühl.



Suizidversuche

8,7% haben versucht sich das Leben zu nehmen.

17% der Jugendlichen mit Anzeichen einer Angststörung und/oder Depression haben bereits versucht, sich das Leben zu nehmen. Davon haben sogar 48 Prozent mehrere Suizidversuche unternommen.

Hilfe suchen

29,1% der Befragten gaben an, mit niemandem über ihre Probleme zu sprechen.

<50% suchen ein Angebot der psychosozialen Versorgung auf, um Hilfe zu erhalten. Nur drei Prozent wenden sich an Fachleute aus dem Gesundheits- oder Bildungsbereich.



Zusammenhang mit der Covid-19 Pandemie

1/4

der Befragten gab an, dass sich seit Beginn der Pandemie ihre körperliche Gesundheit verschlechtert habe.

47,1%

bewerten ihre psychische Gesundheit schlechter als vor der Pandemie.

27,9%

Schlechte
Zukunftsaussichten



27,7%

Ermüdet sein



18,3%

Gleichgültig sein



Ergebnisse der HBSC-Studie 2010-2018

Entwicklung mentaler Gesundheit und mentaler gesundheitlicher Ungleichheit bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland

- Obwohl der Anteil an Kindern und Jugendlichen mit Hinweisen **auf psychische Auffälligkeiten über die Jahre anstieg (von 29,2% auf 36,3%)**, sank die Anzahl derjenigen, die über eine geringe Lebenszufriedenheit berichten (von 17,3% auf 11,2%). Die **Angaben der Mädchen sind insgesamt deutlich häufiger auffällig** als die der Jungen. Gleiches gilt für die älteren Befragten im Vergleich zu den Jüngeren. Im Trend verschärfen sich diese Unterschiede tendenziell.
- Besonderer Handlungsbedarf zeigt sich hinsichtlich der **mentalen Gesundheit von Mädchen und sozioökonomisch deprivierter Heranwachsender**. Da sich in dieser Ungleichverteilung bekannte strukturelle Schwachpunkte unserer Gesellschaft widerspiegeln, kommen Präventionsmaßnahmen nicht umher, gesellschaftliche Machtprozesse zu berücksichtigen.

Nationaler Gesundheitsbericht zur psychischen Gesundheit OBSAN 2025

- **Corona als BRENNGLASEFFEKT:** Bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen nahm die psychische Belastung schon Jahre vor der Pandemie zu. Diese Entwicklung verstärkte sich durch Covid-19.
- Bei den 11- bis 15-Jährigen haben die **multiplen oder chronischen psychoaffektiven Beschwerden zugenommen** (z. B. Traurigkeit, Müdigkeit, Ängstlichkeit); 2022 war fast die Hälfte davon betroffen.
- Etwa ein **Fünftel der 16- bis 25-Jährigen berichtete über mittelschwere bis schwere Depressionssymptome**. Mädchen und Frauen waren in beiden Altersgruppen besonders häufig betroffen.

Leistungsdruck & Stress

Hohe Anforderungen → Risiko für
Überlastung, Erschöpfung

Selbstwirksamkeit

Schutzfaktor, stärkt
Resilienz

Sozioökonomische Lage

finanzielle Benachteiligung
erhöht Risiko, reduziert
Ressourcen

Soziale Medien

können Identität & Gemeinschaft
fördern, aber auch Selbstbild
belasten

Geschlecht & Rollenbilder

gesellschaftliche Erwartungen
beeinflussen Wohlbefinden

Übergangsphasen

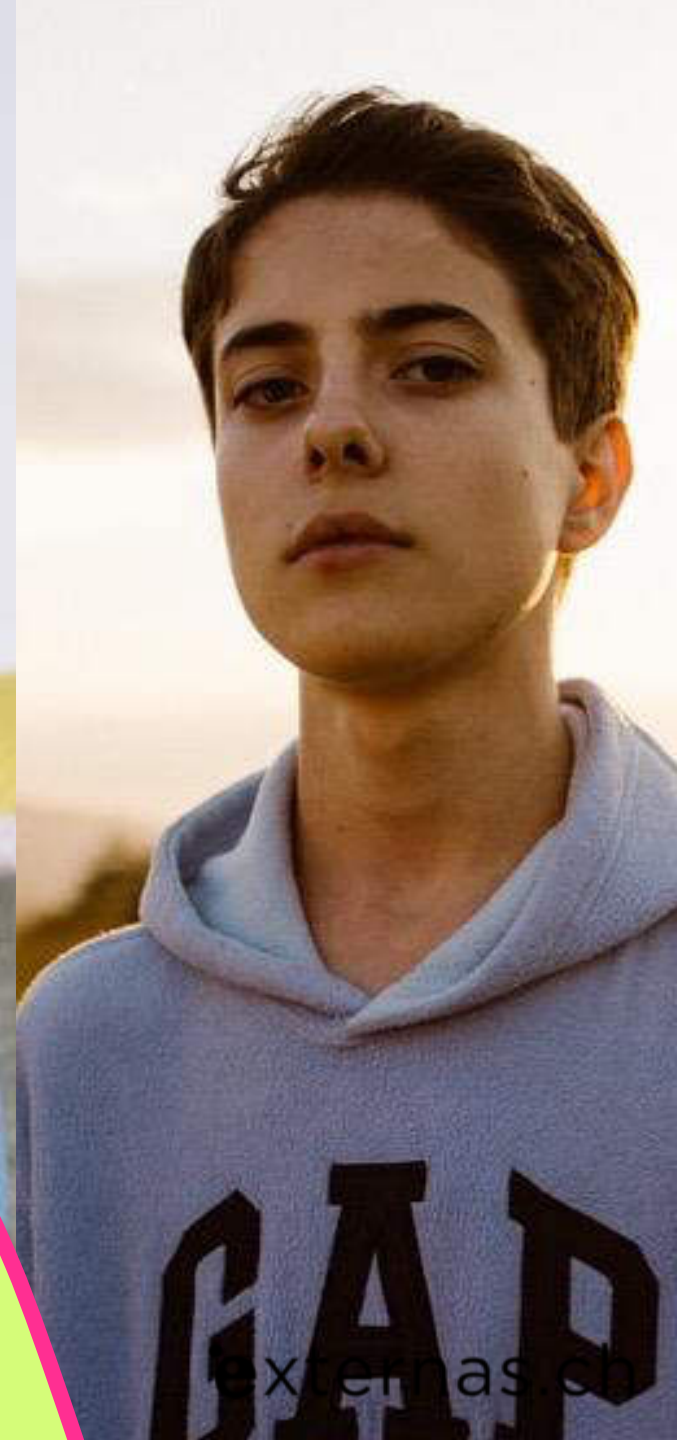
Schule–Beruf, Jugend–
Erwachsenenalter = sensible
Stressphasen



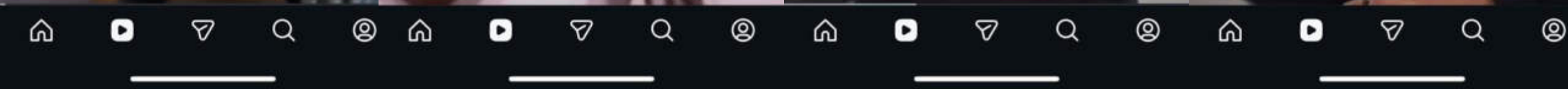
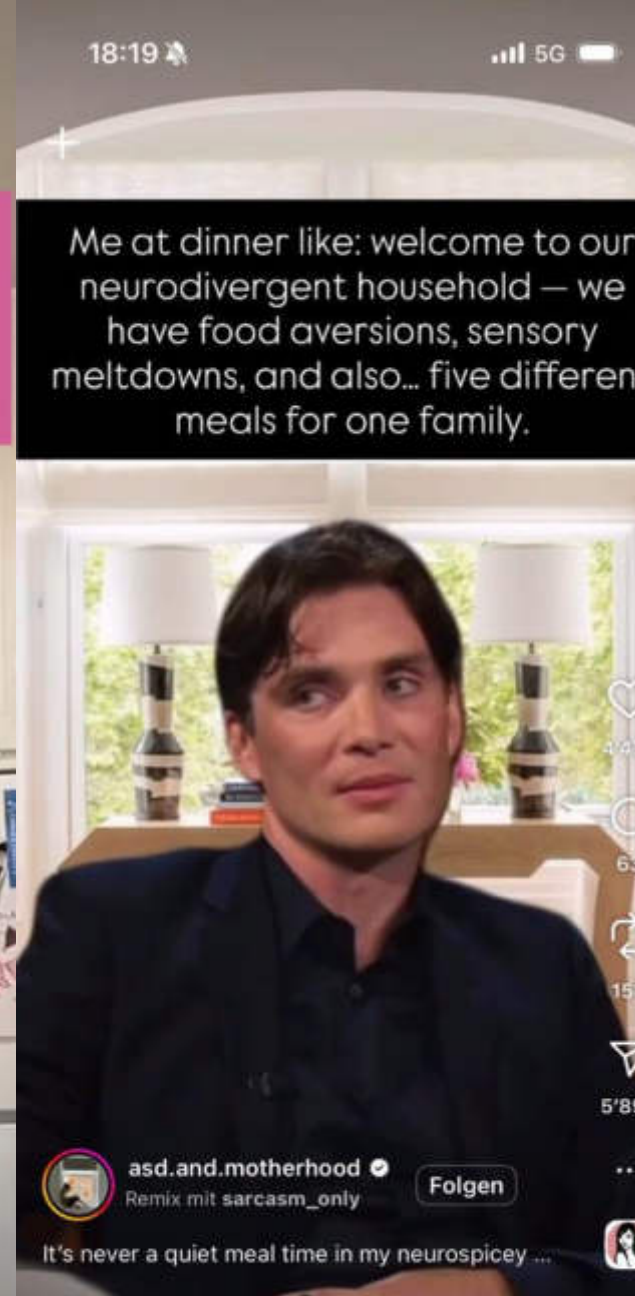
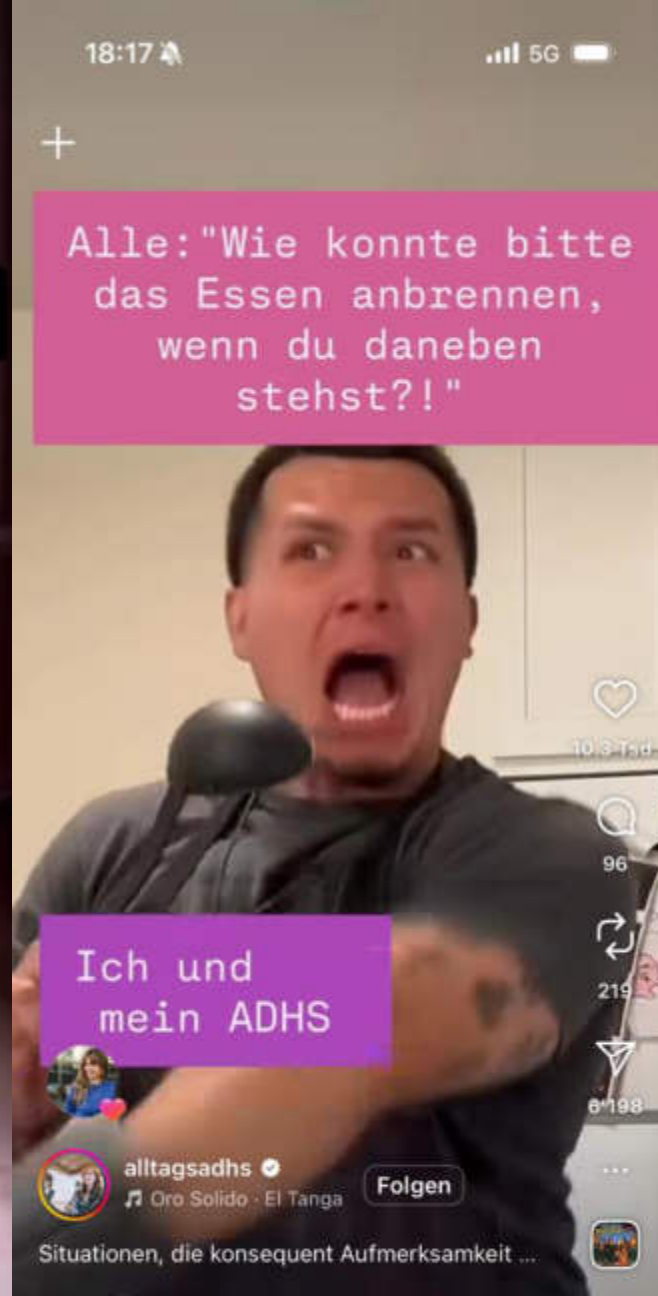


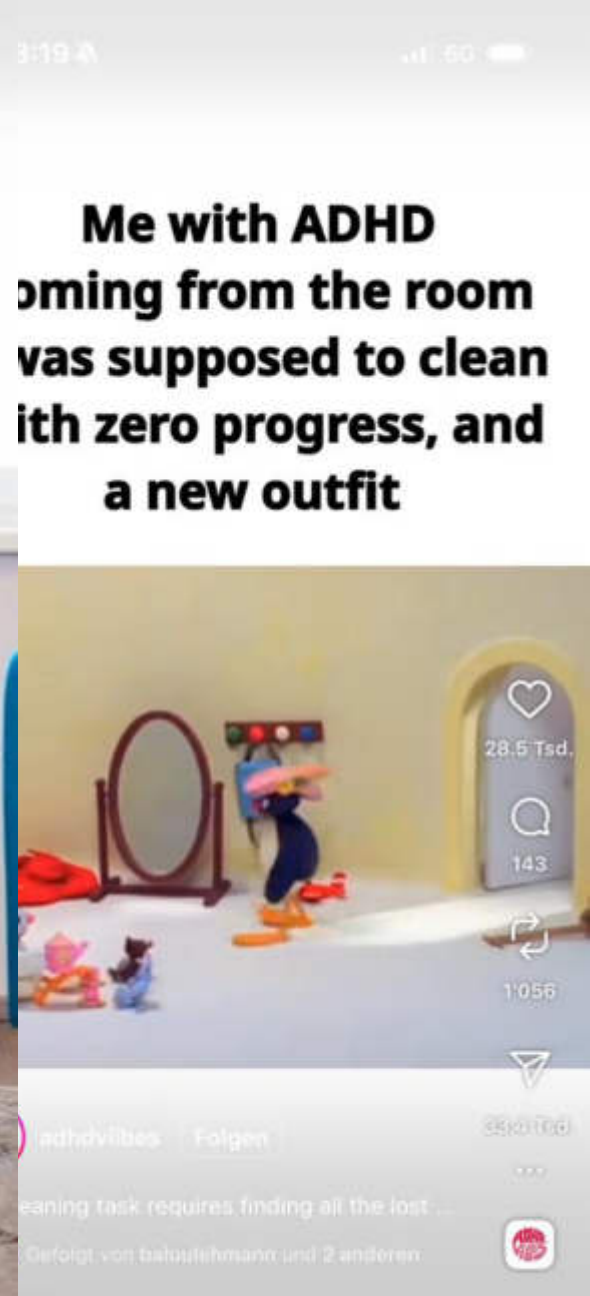
?

Was stimmt mit
mir nicht?











+ Für dich ▾ Freunde 🧑🧑🧑

Therapeut: „Sie wissen schon, dass extreme Unabhängigkeit eine Traumafolgestörung ist...“

Ich so:



18.5 Tsd.
103
191
8'086
...


seelenbuddy_unplugged
Remix mit theanxietyhealer
Folgen

„Ich brauch niemanden ...“

Wenn Ich bemerke, dass jemand aufgehört hat, seinen Partner zu posten und damit begonnen hat, Zitate und Selfies zu posten, beginne Ich mit meiner Recherche.



54.6 Tsd.
162
217
22.1 Tsd.
...

 **andakawer_** Folgen

Mehr anzeigen

👍 Gefällt vulveria und 54'634 weiteren Personen



Therapists explaining the limits of confidentiality to their teen clients:

2'805
14
70
1'662
...

 **pesi_inc** Folgen

"Whatever you say in here stays in here ..."

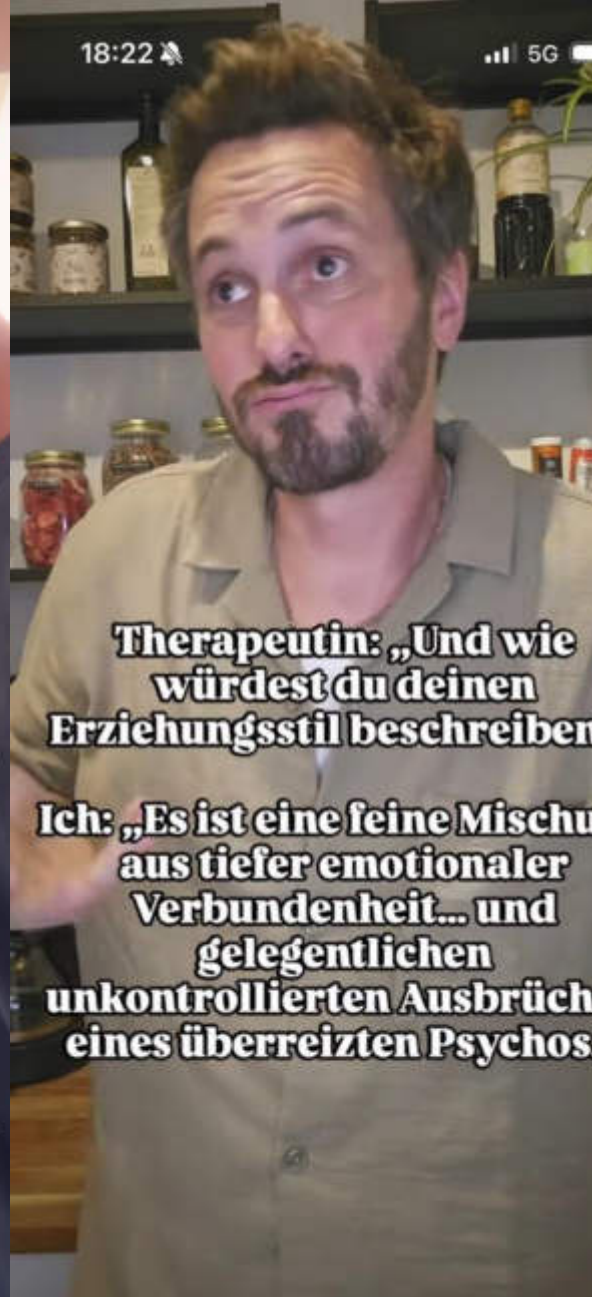
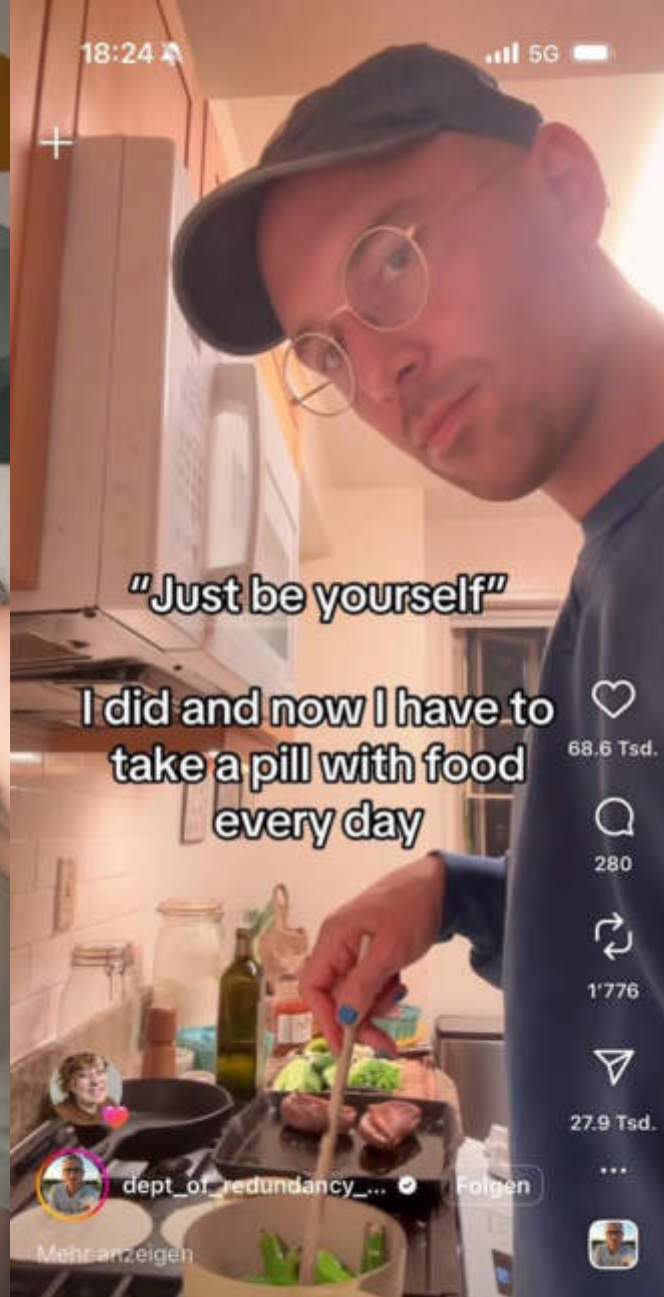
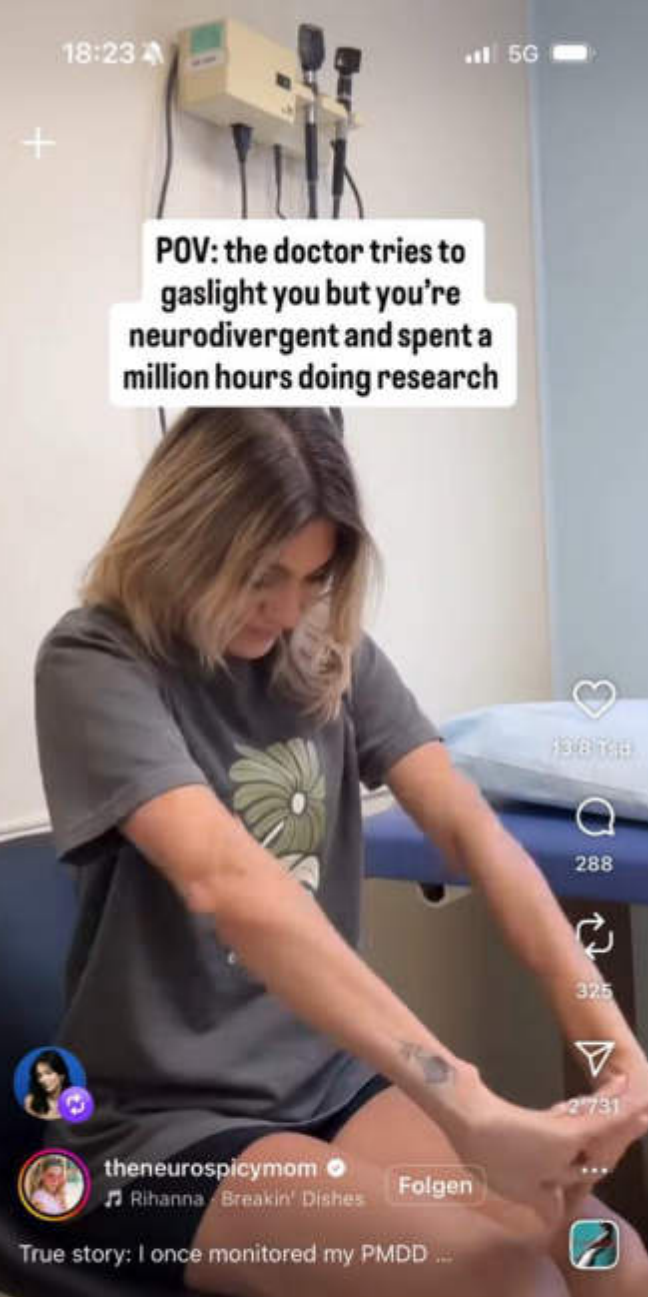


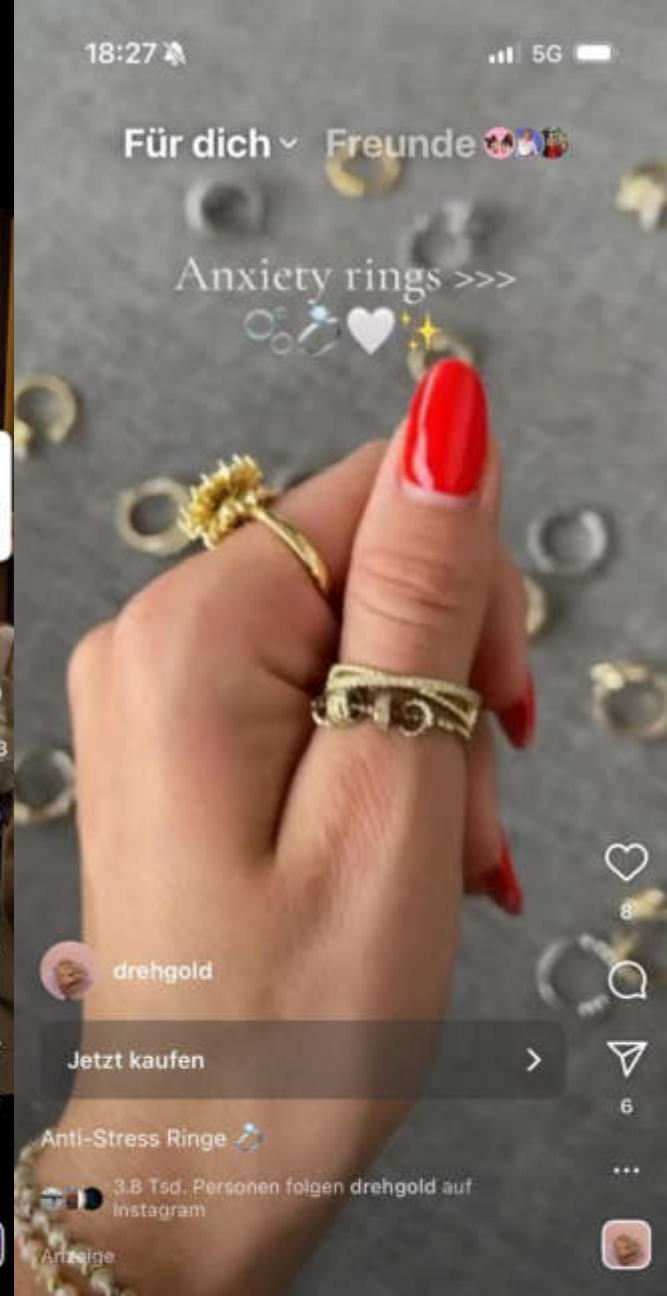
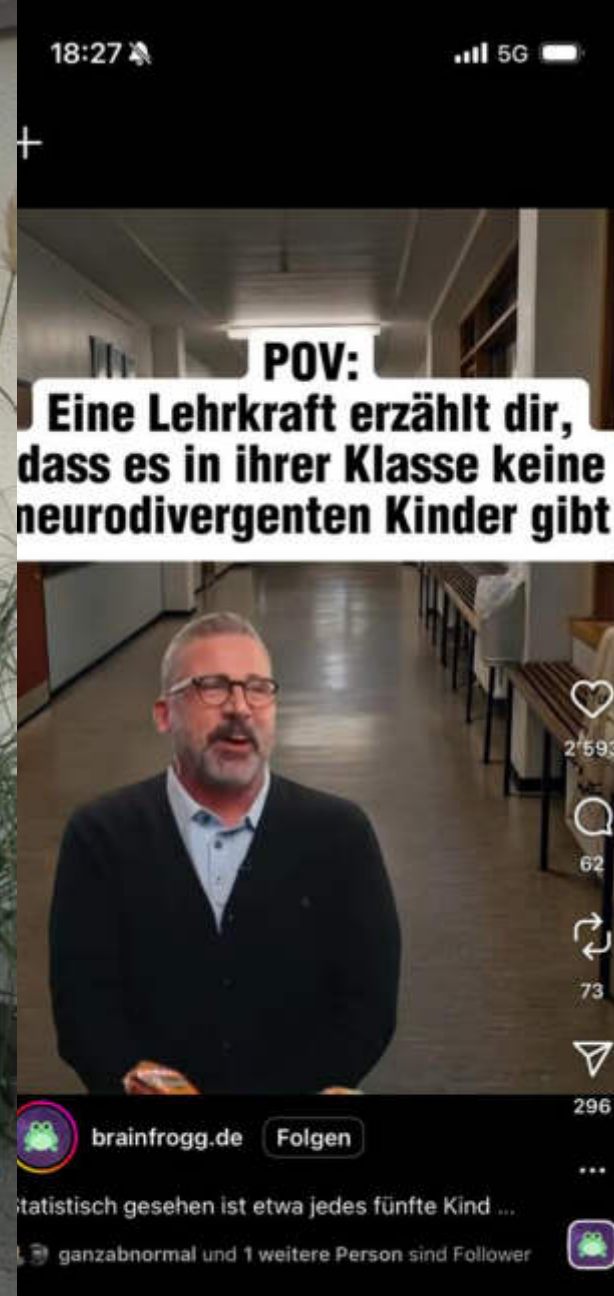
Sag mir dass du Autist bist, ohne mir zu sagen dass du Autistin bist 🤪

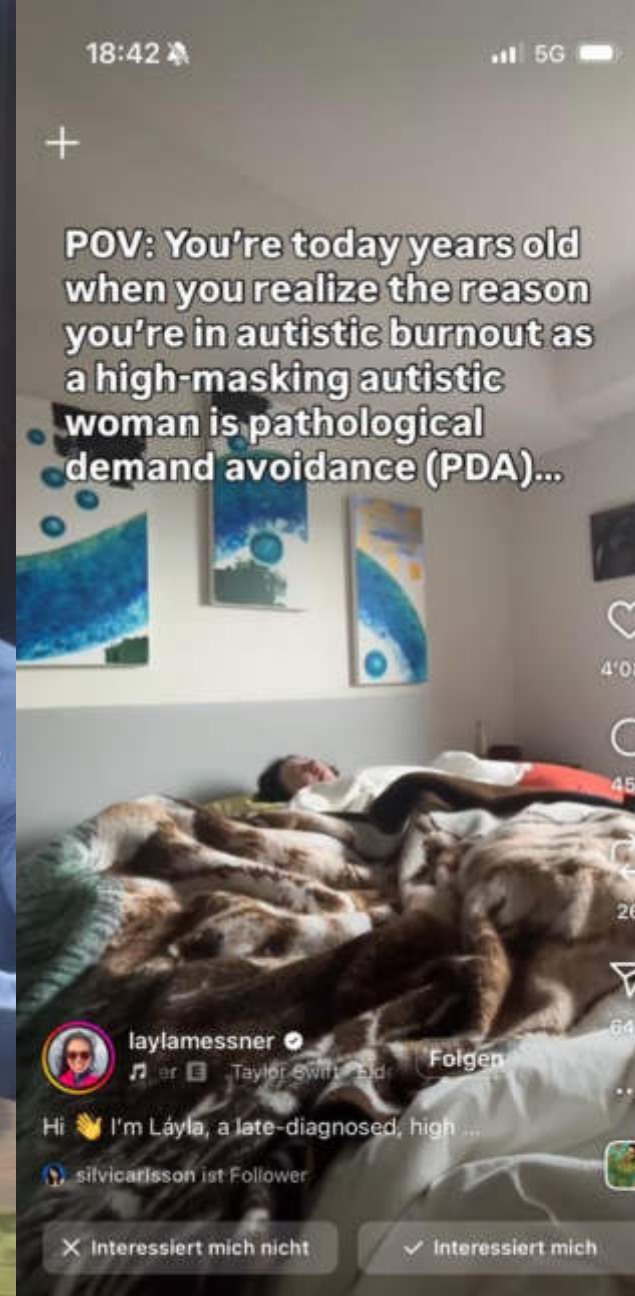
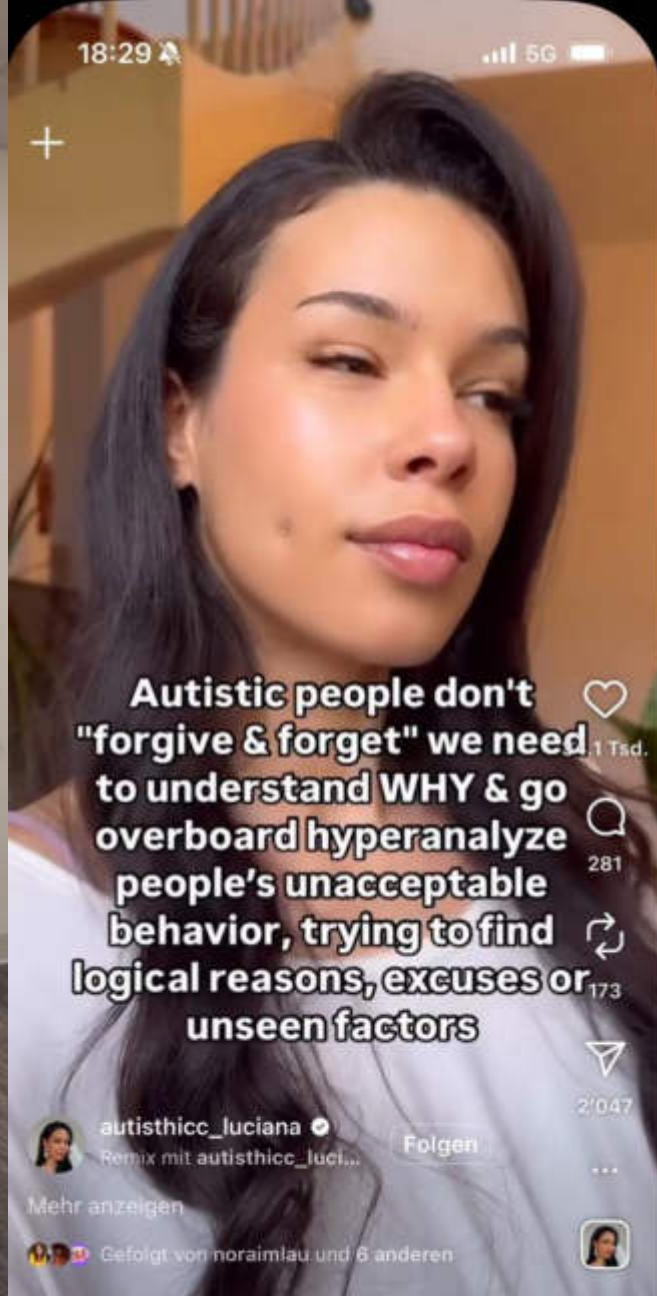
 **sandrafinkler_** Folgen

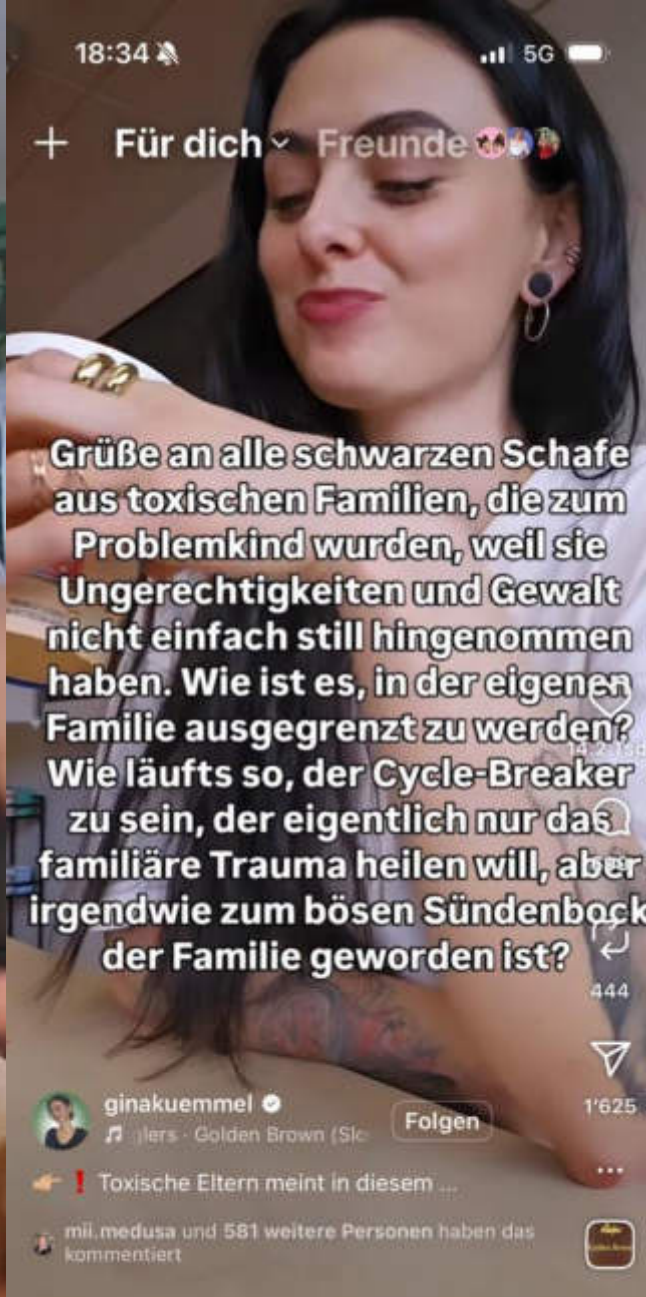
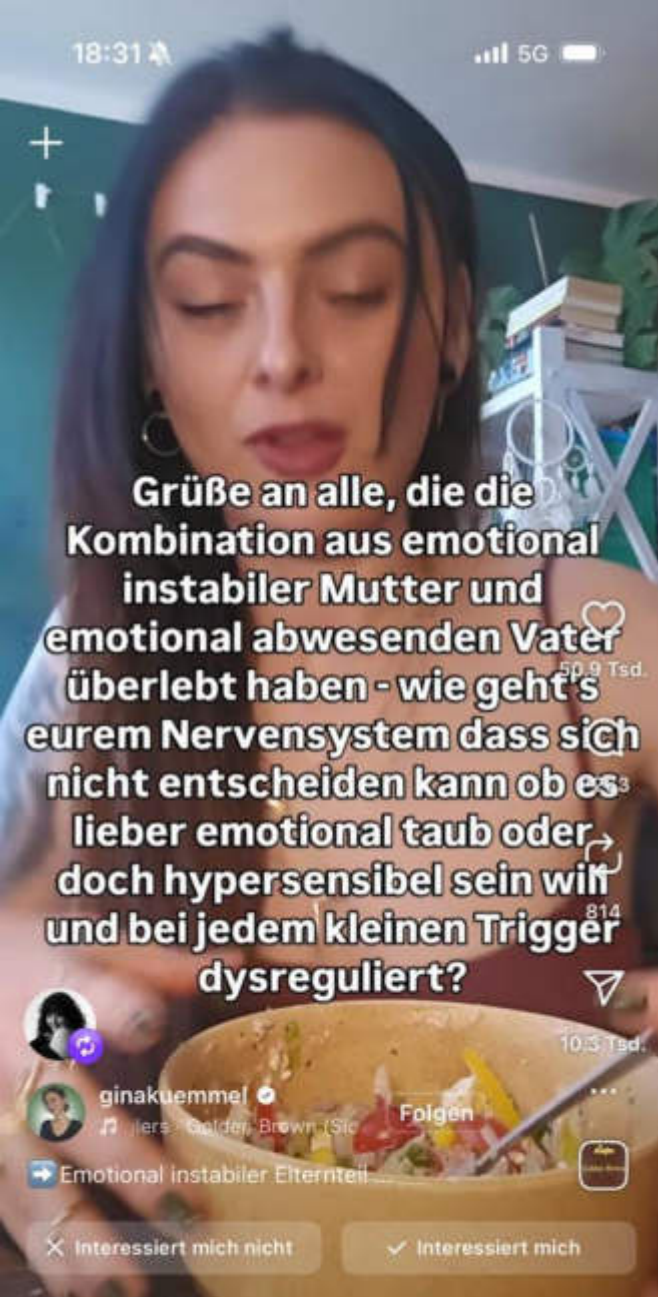
Ich hab das mein Leben lang gemacht ...

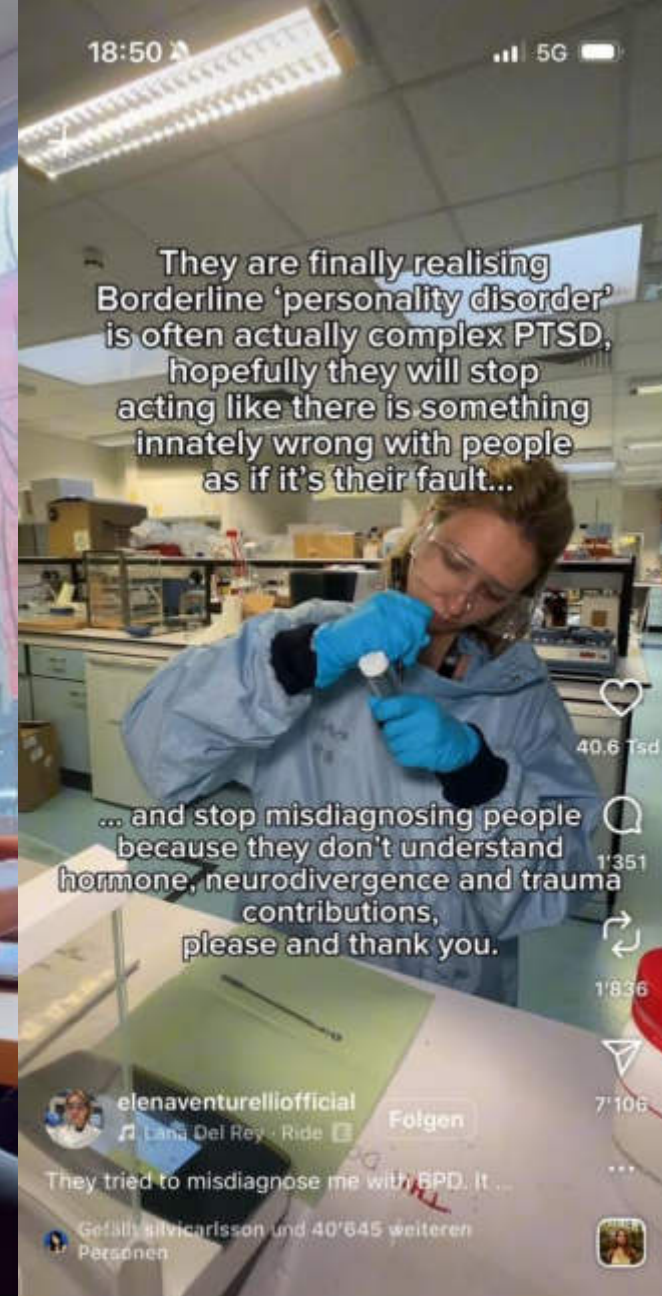
👤 _aaby_ ist Follower

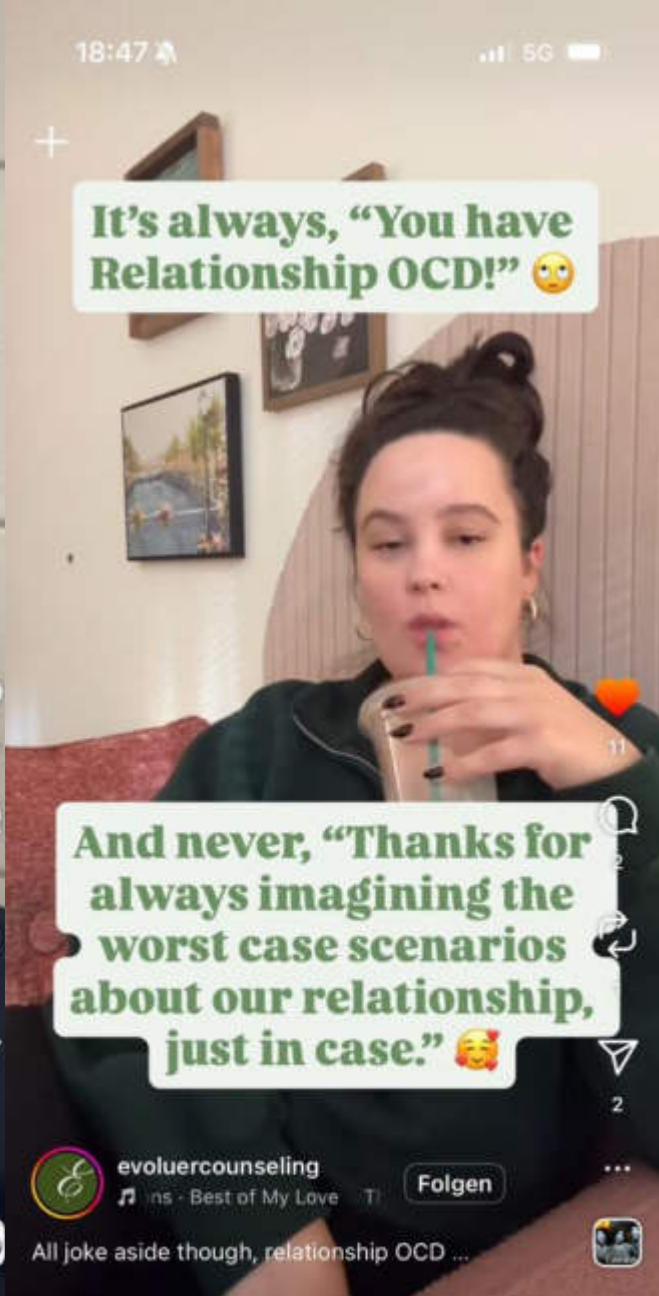


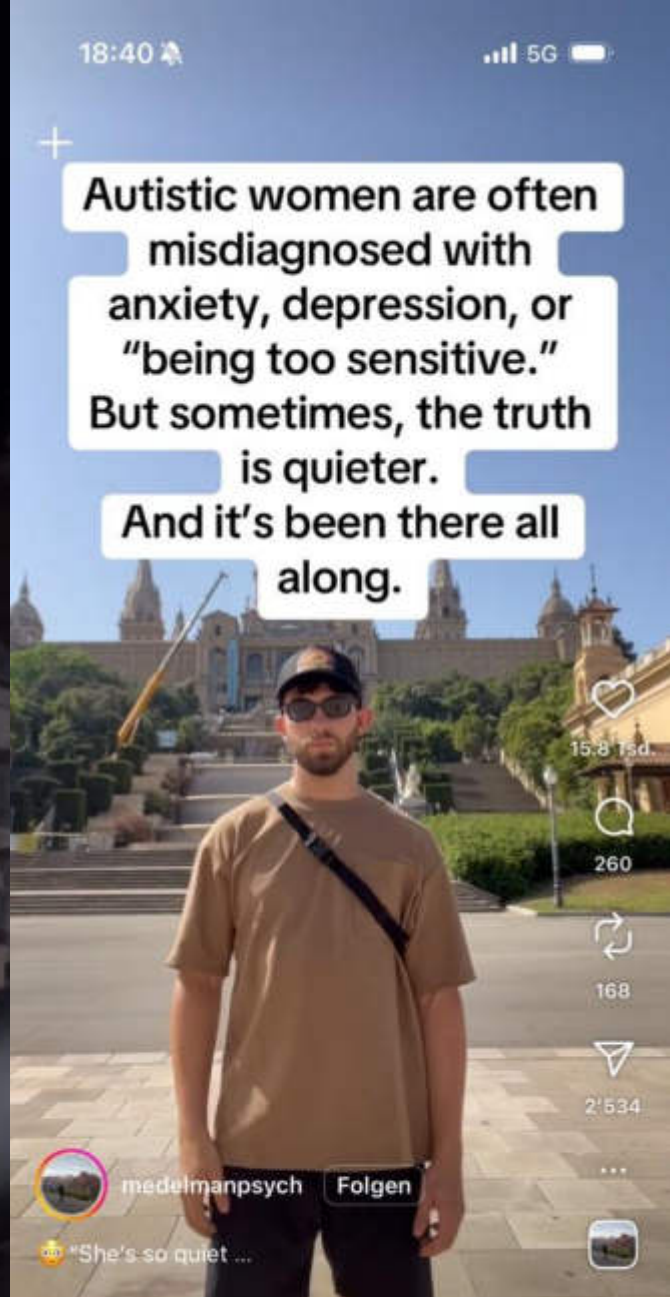
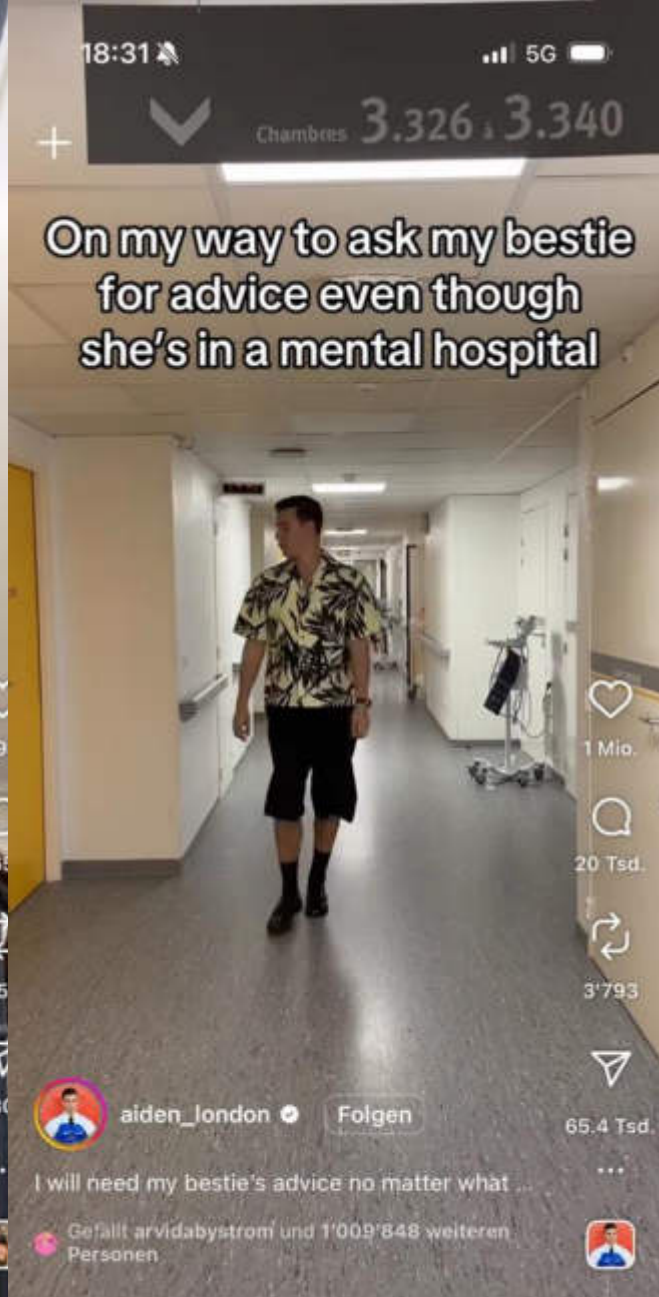












Toxisch

Narzisst

Trauma

ADHD
ASS
AUDHS

Pathologisierung von »normalem Erleben«

VS.

Aufklärung / Entstigmatisierung

Trigger

Anxiety

Gaslighting

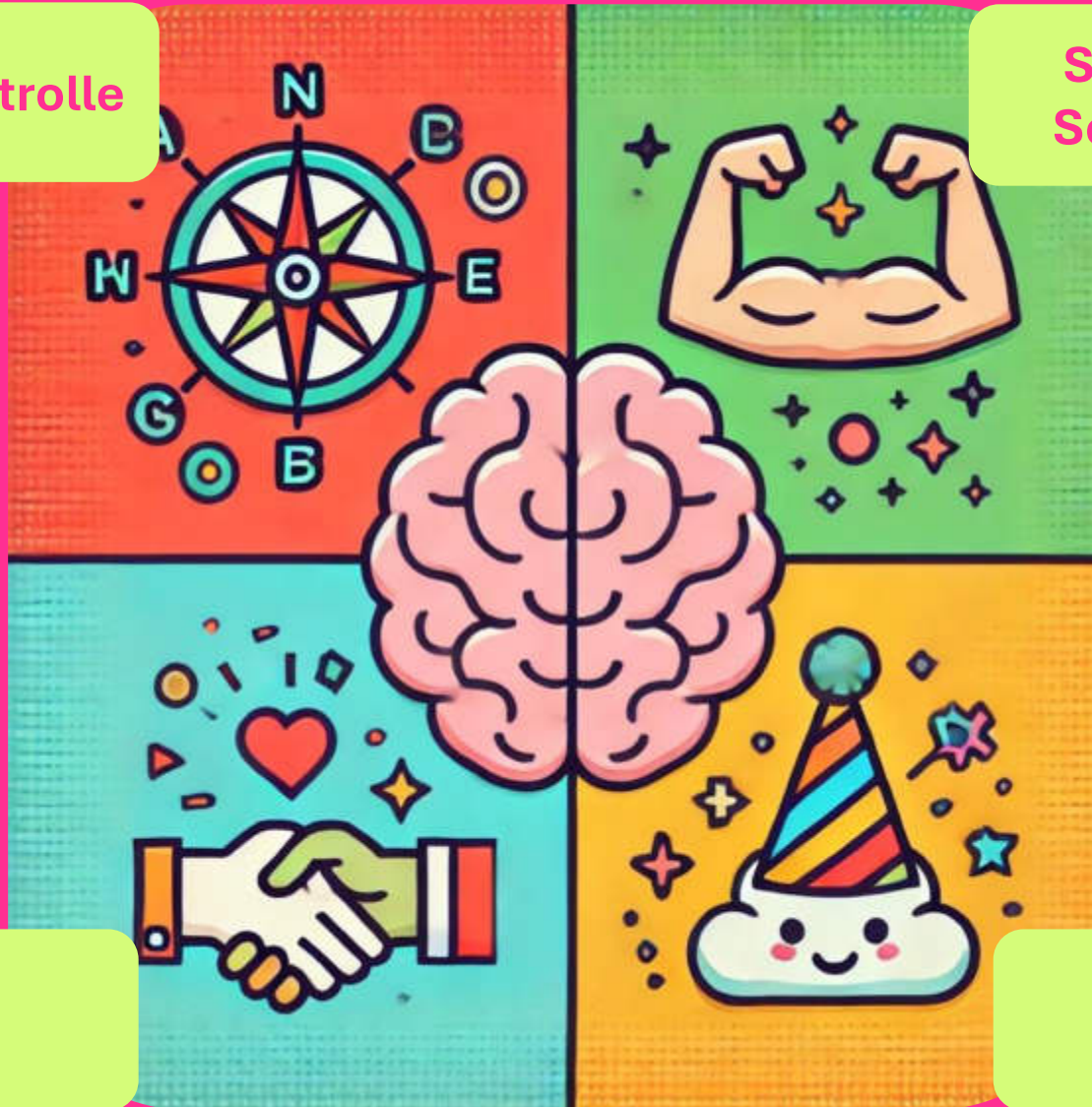
externas

A person with vibrant blue hair and a purple jacket is shown in profile, looking down at a red Coca-Cola can. The background is dark and out of focus. A large, bright green silhouette of a person is overlaid on the left side of the image.

TIKTOK Diagnosen

Orientierung & Kontrolle

**Selbstwertschutz &
Selbstwerterhöhung**



Bindung

**Lustgewinn &
Unlustvermeidung**

4 Grundbedürfnisse nach Grawe



Social

Media

**Health
Behaviour**

Soziale Identität

Fake Profile

Ingroup vs. Outgroup

Zugehörigkeitsbedürfnisse

Community

Realität vs. Konstruktion

Identitätsfindung

Soziales Netzwerk

Sozialer Vergleich

Soziale Norm

Soziale Kontrolle

Dauerexposition von Bildern

Stress

Perfektion vs. Realität

Bildmaterial

Filter / Bearbeitung / Winkel

Medienwirkung

Digitale Kommunikation

Mediennutzung

Fehlende Hinweisreize

Involvement

Dark Patterns

FOMO

Medienkompetenz

Obsessive Beschäftigung mit
Gesundheit

Diäten

Verhalten

Diskurs Thema
Gesundheit

Essverhalten

Appetitanregung
durch Bilder

Essstörungen

Trainieren

Emotionen

Denken und Handeln

Gesund vs. ungesund

Brands / Lifestyle

Essenswahl

Orthorexia Nervosa

Muskeldysmorphie

Motivatio
n

Denkfehler und Heuristiken beeinflussen die Entscheidung

Influencer



- Influencer spielen eine bedeutende Rolle bei der **Gestaltung gesellschaftlicher Normen und Werte**, indem sie oft ein **idealisiertes Selbstbild** präsentieren (Deges, 2018).
- Diese Selbstpräsentation, obwohl **scheinbar authentisch**, ist oft ein strategisches Kommunikationsmittel, das für **kommerzielle Zwecke** verwendet wird (Schultz, 2023).
- Der Aufstieg von **Influencern als sozio-technische Akteure hat die Medienlandschaft verändert**, wobei ihr Einfluss auf verschiedene Bereiche, einschließlich der Schönheitsindustrie, ausgedehnt wird (Locatelli, 2021).

Expert*in oder Influencer*in?

Studienpräsentation oder einfach Erzählen?



- Expert*in wurde im Vergleich zum normalen Vermittler*in als **autoritativer** zu diesem Thema bewertet.
- Allerdings wurde der Experte im Vergleich zum normalen Nutzer auch als **weniger glaubwürdig bewertet.**
- Die Einbeziehung einer wissenschaftlichen Referenz machte **keinen Unterschied.**

Somit können sowohl Experten als auch normale Nutzer in Reels ähnlich überzeugend sein. (Heiss et al., 2024)





Welche Form von Vorbild?
Welches Vorbild?

Inspiration
Vorbild



Nähe
Vertrauen
Soziale Interaktion

Wie ist die Nähe?
Kann Mensch Vertrauen?

Wissen
Information

Was wird vermittelt?
Wer hat die Expertise?



Consumer confusion
(Verwirrung der Konsument*innen)



Influencer
Komplexitätsreduktion
durch Vertrauen
(Luhmann, 2014)

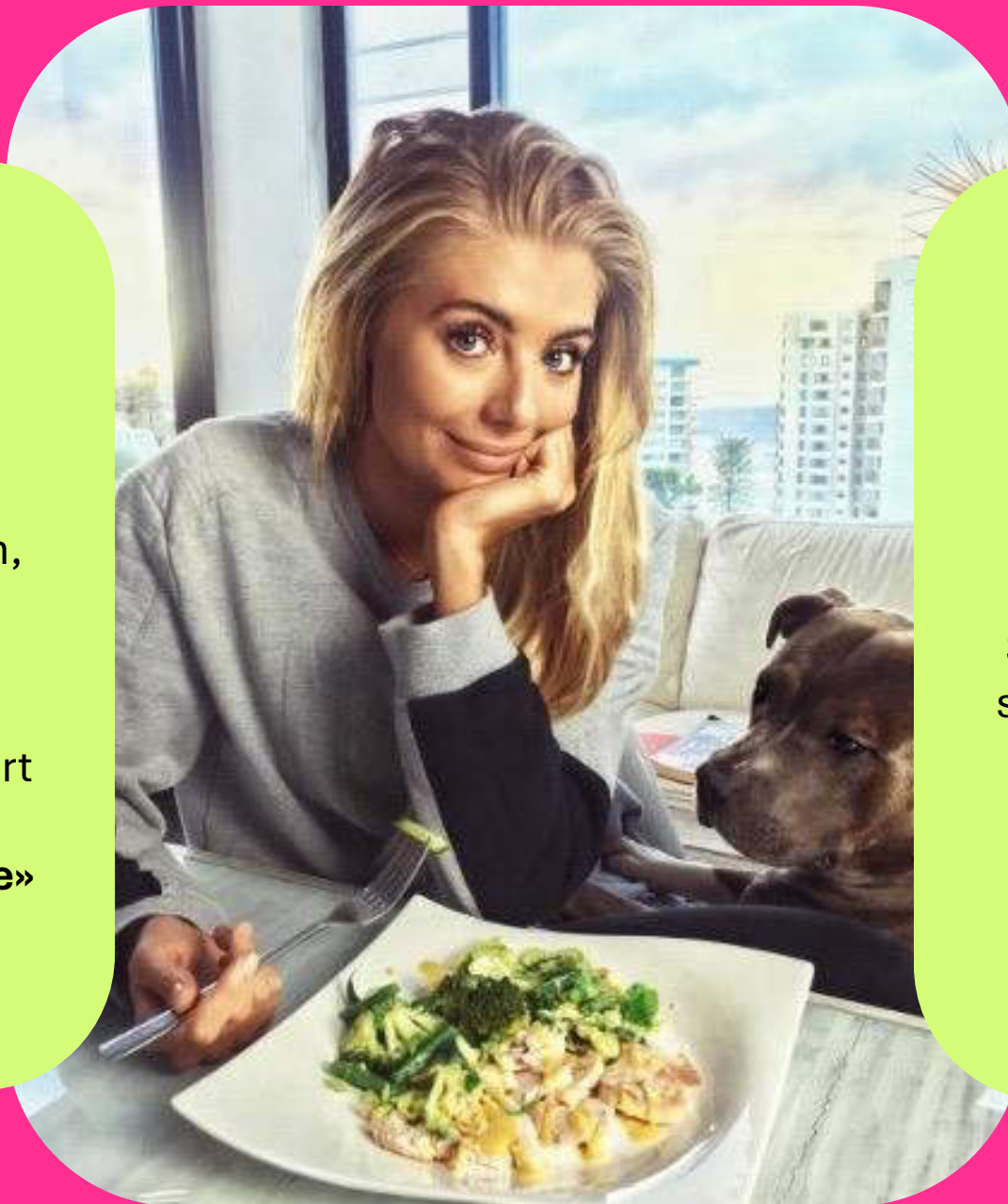
Bedarf nach Gewissheit

Explizit

Explizite Botschaften und Einstellung (durch Nachrichten, Informationen, Lernangebote)

Wissensaneignung, Sleeper Effekt, Werte werden manifestiert

«ADHS hat folgende Symptome»



Implizit

Implizite Botschaften und Einstellungen (Normen, Rollenbilder, Trends, beiläufiges Lernen)

Sozialisierungseffekt = Lernen von sozialem Wissen durch Andere => Manifestierung von Weltbildern, Selbstbildern, Stereotypen, Sozialverhalten

«schlank=gesund».
«neurodivergent=spannend»

Digitale Kommunikation



Digitale Kommunikation führt zur Kanalreduktion, mögliche Folgen sind:

- Ent-Emotionalisierung
- Ent-Kontextualisierung
- Ent-Körperlichung
- Ent-Räumlichung
- Ent-Zeitlichung

Folgen des Herausfilterns sozialer Hinweisreize

- Verminderte Wahrnehmung der Anderen / Normlosigkeit
 - Deindividualisierung / Enthemmung / Prosoziales und Antisoziales Verhalten
- Egalisierung (Demokratisierung der Informationsflut)
- Verstärkte Selbstinszenierung (Vermehrte Offenheit)



Parasoziale Beziehung

Eine parasoziale Beziehung ist eine einseitige, emotional geprägte Bindung, die eine Person zu einer medialen Figur – etwa einer prominenten Persönlichkeit oder einem fiktiven Charakter – aufbaut, ohne dass eine wechselseitige soziale Interaktion stattfindet.





Stress

Perfektion

Instagram, Werbung, Kommunikationsunterlagen

VS.

Realität «Leben»



Social Media und Psychische Gesundheit?

**Inspiration
Vorbild**



**Wissen
Information**

**Nähe
Vertrauen
Soziale Interaktion**



externas.ch

Fazit aus dem Nationalen Gesundheitsbericht zur psychischen Gesundheit 2025 von Obsan:

7 Digitale Medien: Chancen und Gefahren für die psychische Gesundheit

Forschung zu möglichen Auswirkungen digitaler Medien auf die psychische Gesundheit fokussiert stärker auf Risiken als auf Chancen. Es finden sich aber sowohl positive als auch negative Effekte.

Digitale Medien können die psychische Gesundheit durch die Stärkung sozialer Beziehungen und den Zugang zu Informationen verbessern.

Es sind viele Präventions-Apps zur psychischen Gesundheit verfügbar, doch nur wenige sind empirisch auf ihre Wirksamkeit hin überprüft worden.

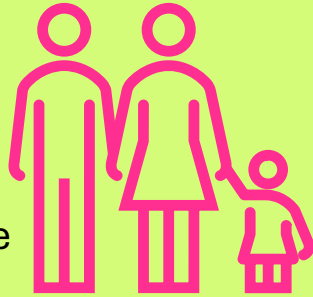
Was würde helfen?



Beziehungsgestaltung ist Verantwortung

Eltern/Bezugspersonen

- Selbstreflexion
- Bereitschaft zum Lernen, Offenheit für die jugendliche Lebensrealität
- Gewährleistung von Autonomie und Exploration
- Platz Ermöglichung
- Sicheren Rückzugsboden



User*innen/Kund*innen/Follower*innen

- Befähigen - Kompetenzen stärken
- Verstehen - Haltung und Werte reflektieren
- Berücksichtigen - Grundbedürfnisse (Grawe) und psychologisches Erleben stärken
- Mitnehmen – Partizipation
- Monitoring von Gesundheitsverhalten und Erleben



Influencer

- Verantwortung für Inhalt übernehmen
- Selbstreflexion „know your limits - know your strengths“
- Achtsamer Umgang mit Wirkung auf Follower*innen und sich selbst
- Bereitschaft zur Weiterbildungen
- Bereitschaft für Ko-Creation mit Expert*innen



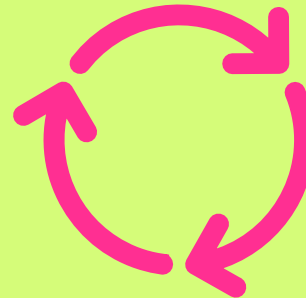
Auftraggebende/Brands

- Organisationale Werte und Haltungen erarbeiten
- Genaue Prüfung der Inhalte und Botschaften (implizit & explizit)
- Background-Check und Qualitätssicherung der Influencer
- Partizipation User*innne im Prozess – wie wirkt sich die Massnahme aus? (nicht nur Verkaufsstatistik und Bekanntheit)

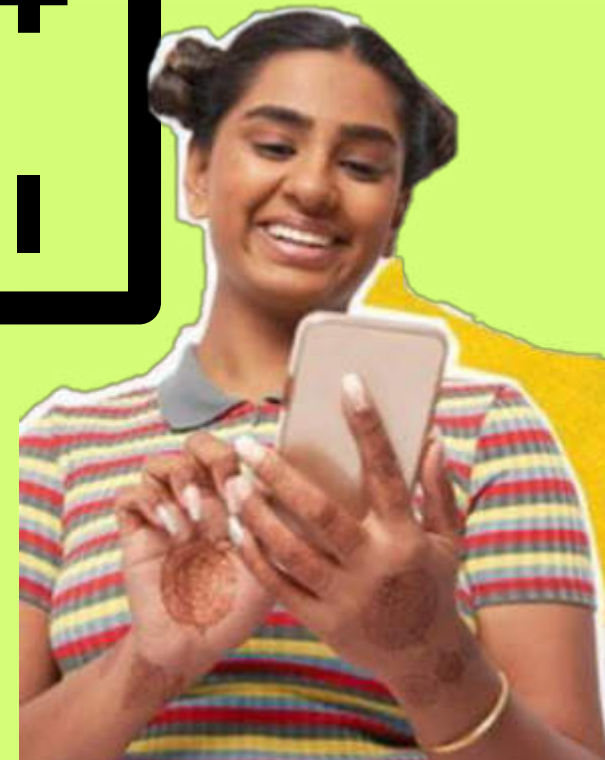
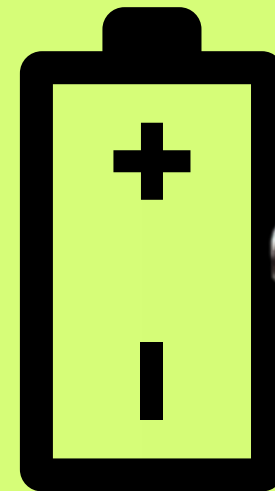


Tech-Konzerne

- In die Verantwortung nehmen
- Regulation von FakeNews/Missbrauch
- Deklaration von Bildern etc.
- ...



**Ressourcen stärken
Stressoren reduzieren**





Wie geht es dir?

**Welche Faktoren beeinflussen
deine psychische Gesundheit?**

- 
- A photograph of two men sitting at a wooden table in a bright, modern interior. The man on the left is seen from the back, wearing a light-colored shirt. The man on the right is a Black man with short dark hair, wearing a dark blue t-shirt, looking towards the other man. Large windows in the background let in natural light, creating a warm atmosphere.
- 1) Zuhören und über Ängste reden
 - 2) eine verlässliche Bezugsperson sein
 - 3) Hilfe holen
 - 4) Leistungsdruck rausnehmen

Empfehlungen

Psychische Probleme und Störungen bahnen sich oft schon im Jugendalter an. Viele bleiben jedoch unentdeckt. UNICEF legt deshalb vier konkrete Empfehlungen vor:

1 Präventionsprogramme müssen junge Menschen bereits früh erreichen.

Solche Programme sollten darauf abzielen, Schutzfaktoren zu stärken und neben Fachkräften des Gesundheitswesens auch Erwachsene im direkten Umfeld der Jugendlichen einbeziehen.

2 Das Stigma, sich Hilfe zu holen, muss abgebaut werden.

Dies kann nur geschehen, wenn wir als Gesellschaft lernen, über unsere Gefühle zu sprechen. Dazu ist viel Aufklärungsarbeit erforderlich. Diese muss sich an junge Menschen sowie auch an Erwachsene richten.

3 Stetiges Monitoring ist essenziell.

Die Situation von Jugendlichen und ihrer psychischen Gesundheit soll regelmässig und über die Pandemie hinaus erhoben werden. Nur so kann die Entwicklung im Laufe der Zeit beurteilt werden.

4 Angebote müssen für und mit Jugendlichen erstellt werden.

Nur im direkten Dialog mit jungen Menschen kann eruiert werden, welche Angebote sie wie nutzen und was ihnen in der Versorgung fehlt. Jede und jeder Jugendliche soll sich berechtigt fühlen, um Hilfe zu bitten. Angebote sollten leicht zugänglich sein und über ausreichende Kapazitäten verfügen.

FINDE HILFE!!!

- <https://www.147.ch/de/> (Das rundum-Sorgentelefon für Jugendliche)
- <http://www.kennsch-es.ch/> (Plattform vom Kanton Zug)
- <https://santepsy.ch/de/> (Kampagne Psychische Gesundheit aus der Romandie und dem Tessin)
- <https://www.wie-gehts-dir.ch/emotionen-abc> (Kampagne Psychische Gesundheit Deutschschweiz)
- <https://dureschnufe.ch/> (Kampagne Psychische Gesundheit in der Krisenzeit)
- https://www.feel-ok.ch/de_CH/jugendliche/jugendliche-koerper-psyche.cfm (Gesundheitsförderungsplattform für Jugendliche)
- <https://www.lilli.ch/> (Alles rund um Sexualität)
- <https://healthybodyimage.ch/> (Alles rund um das positive Körperbild)



Inputs zum Thema

- ZDF: Mental Health auf Social Media Chance oder Gefahr? Video zum Thema
<https://www.zdf.de/video/talk/unbubble-100/mental-health-social-media-100>





Kleine Werbeeinlage 😊

Wollt ihr eure Kinder verstehen, eure eigenen Prägungen reflektieren und gemeinsam ein entspannteres miteinander gestalten?

Dann los! Mein Buch dazu erscheint am 19.März 2026!!!

(Auch als Hörbuch, wenn du so tickst wie ich 😊)

«Wie Kinder essen», von Ronia Schiftan

Kindliches Essverhalten verstehen, Prägungen reflektieren und Familie entspannen

Paperback ca. 256 Seiten ISBN:978-3-407-86929-6

Erscheint, zusammen mit Hörbuch am: 19.März 2026



Kommt gerne auf mich zu



Vielen Dank!

Ronia Schiftan

MSc Angewandte Psychologie
Ernährungspsychologin ZEP

Kontakt

ronia.schiftan@externas.ch

www.externas.ch



externas.ch

- 
- In den letzten Jahren haben sich kurze Social-Media-Videos zu einer wichtigen Quelle für gesundheitsbezogene Ratschläge entwickelt. In dieser Studie untersuchen wir, ob Experten oder normale Nutzer in solchen Videos effektiver darin sind, die weit verbreitete Fehlannahme zu widerlegen, dass man nicht über Selbstmord sprechen sollte. Wir untersuchen auch einen neuen Trend auf TikTok und anderen Plattformen, bei dem Nutzer versuchen, ihre Argumente zu untermauern, indem sie wissenschaftliche Artikel im Hintergrund ihrer Videos anzeigen. Um die Wirkung der Art der Quelle (Experte vs. gewöhnlicher Nutzer) und wissenschaftlicher Referenzen (vorhanden oder nicht vorhanden) zu testen, führten wir ein 2×2-Experiment zwischen den Probanden plus Kontrollgruppe durch ($n = 956$). In jeder Bedingung wurde den Teilnehmern ein etwa 30 Sekunden langes TikTok-Video gezeigt. Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Teilnehmer in allen vier Behandlungsgruppen ihre Fehlwahrnehmungen zu diesem Thema reduzierten.
 - Der Experte wurde im Vergleich zum normalen Nutzer als autoritativer zu diesem Thema bewertet.
 - Allerdings wurde der Experte im Vergleich zum normalen Nutzer auch als weniger glaubwürdig bewertet.
 - Die Einbeziehung einer wissenschaftlichen Referenz machte keinen Unterschied.
 - Somit können sowohl Experten als auch normale Nutzer in einer Kurzvideo-Umgebung ähnlich überzeugend sein.
 - Heiss, R., Bode, L., Adisuryo, Z. M., Brito, L., Cuadra, A., Gao, P., ... & Zhang, P. (2024). Debunking mental health misperceptions in short-form social media videos: An experimental test of scientific credibility cues. *Health communication*, 39(13), 3059-3071.

ready4life

Die interaktive Coaching-App

Salome Kurth, Lungenliga Schweiz
s.kurth@lung.ch

Mehr Infos: r4l.swiss




LUNGENLIGA
LIGUE PULMONAIRE
LEGA POLMONARE

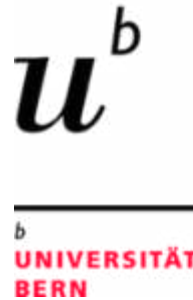
Steckbrief

Was ist **ready4life** Die interaktive Coaching-App

- 01 Eine kostenlose Coaching-App für Jugendliche* zur Förderung der Lebenskompetenzen und Stärkung der Widerstandsfähigkeit gegenüber Suchtmitteln.
* Zielgruppe: 15 – 25 jährige Jugendliche
- 02 Die App bietet verschiedene Module an, zu welchen die Jugendlichen ein Coaching durchlaufen können:
Tabak & Nikotin | Cannabis | Alkohol |
Sozialkompetenzen | Stress | Social Media & Gaming |
Bewegung
- 03 Interaktives Coaching via Chatbot
Interventionen | Challenges | Ask the Expert

Was macht ready4life aus?

Gebündelte Expertise | Qualität | Vernetzung | wissenschaftlich fundiert



Umsetzung in 13 Kantonen

Aargau | Basel-Stadt | Basel-Land | Bern | Waadt | Wallis |
Solothurn | Tessin | Thurgau | Glarus | St. Gallen –
Appenzell | Jura | Zürich

Umsetzung in 3 Ländern

Schweiz | Österreich | Liechtenstein

Steckbrief

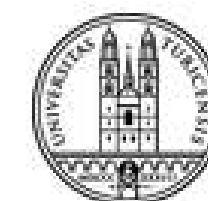
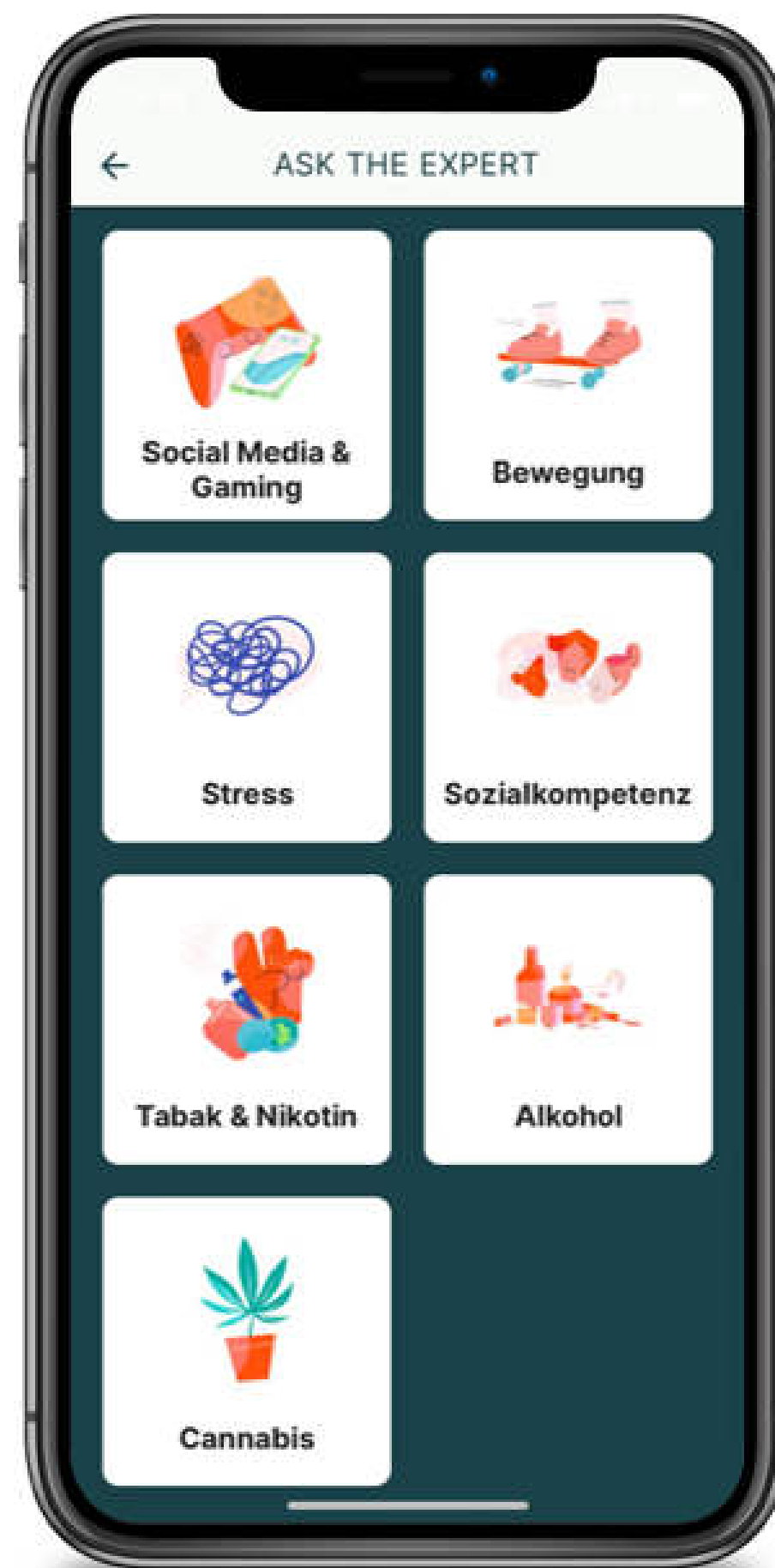
Was
ready

Die interaktive



u^b

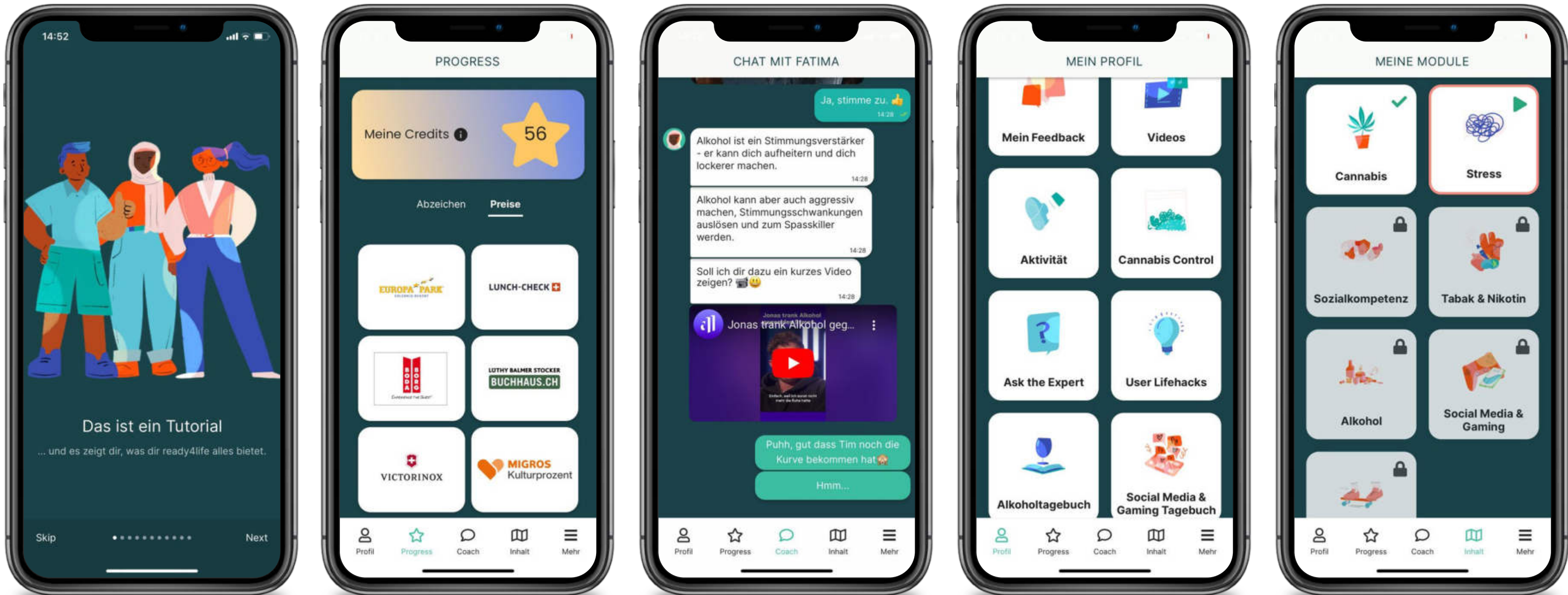
UNIVERSITÄT
BERN



Universität
Zürich^{UZH}



App-Struktur 2025/26



Module

Tabak & Nikotin



Cannabis



Alkohol



Social Media & Gaming



Stress



Sozialkompetenz



Bewegung



Social Media & Gaming



In Kooperation mit UPD

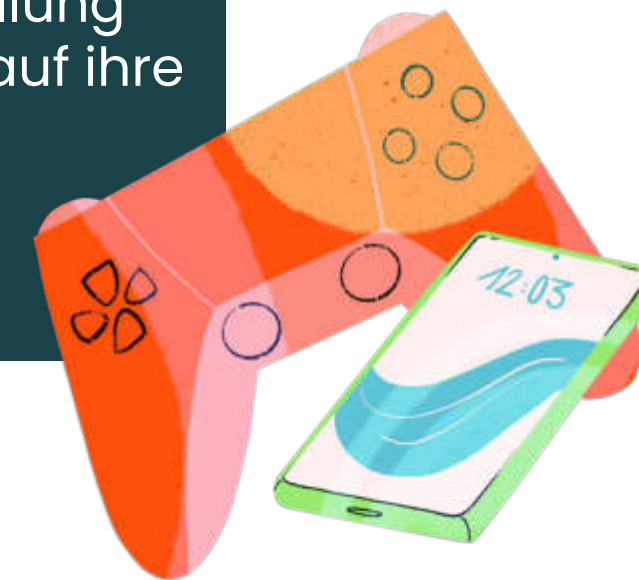
- Inhalte wurden komplett erneuert
- Spannende Videos, Storytelling, Quizze etc.

Features:

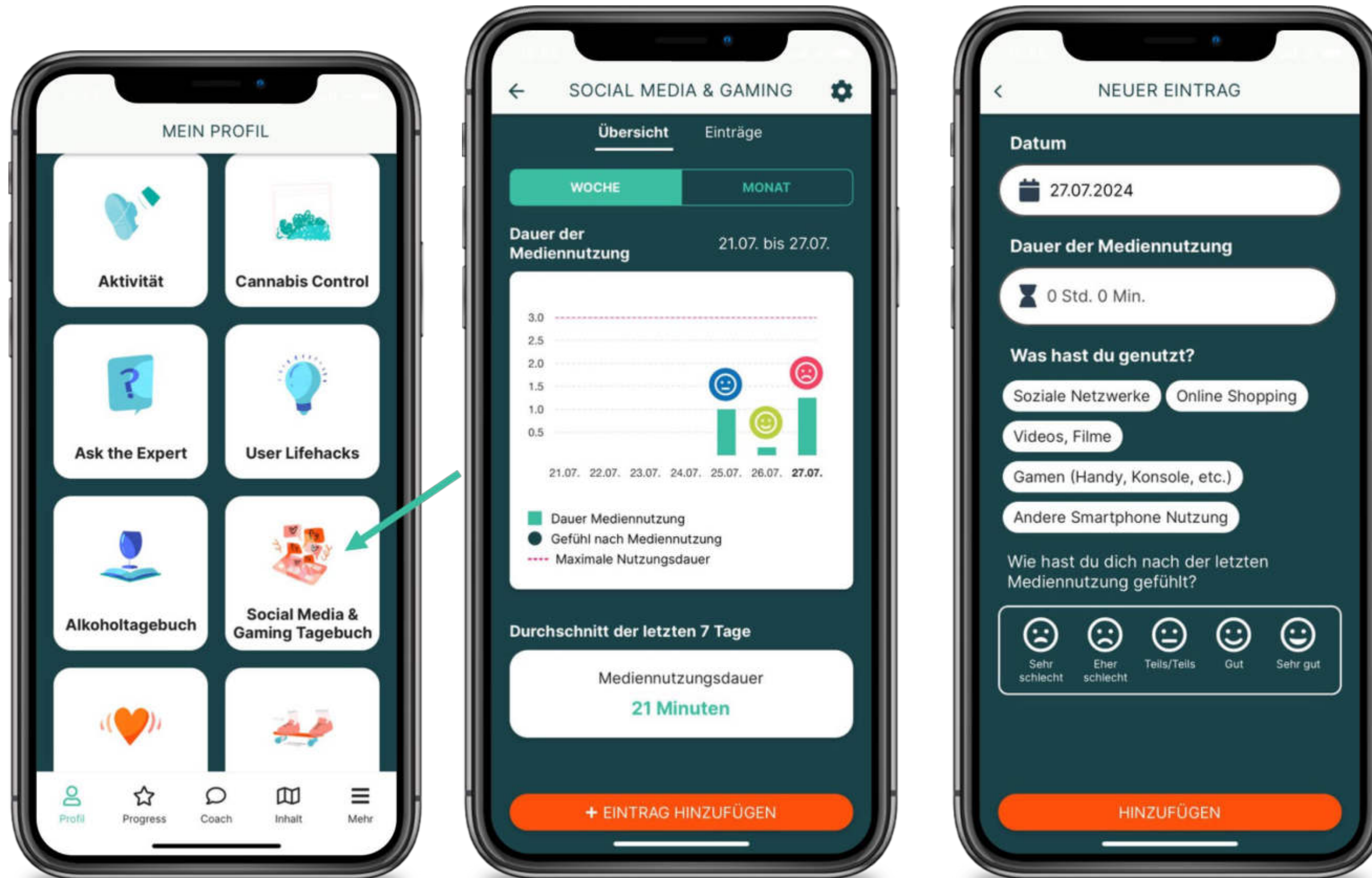
Social Media & Gaming – Tagebuch

Ziel: Selbstreflexion unterstützen

Die User sollen durch die visuelle Darstellung erkennen, wie sich ihre Mediennutzung auf ihre Gefühle auswirkt, um gesündere Nutzungsgewohnheiten zu entwickeln.



Social Media & Gaming – Tagebuch



Nutzungsdauer erfassen: Die User können ihre tägliche Nutzungsdauer für verschiedene Medien wie Social Media, Online Shopping, Gaming und Videos eintragen.

Aktivitäten aufzeichnen: Die User geben an, welche Art von Medien sie genutzt haben.

Gefühlslage dokumentieren: Nach der Nutzung der jeweiligen Medien können die User angeben, wie sie sich gefühlt haben, auf einer Skala von sehr schlecht bis sehr gut.

Bewusstes Eintragen fördern: Das Tagebuch soll die User dazu anregen, bewusst ihre Mediennutzung und die damit verbundenen Gefühle zu reflektieren.

Wöchentliche Übersicht: Die User sehen ihre Einträge in einer Wochenansicht, dargestellt in einer Grafik, die die Nutzungsdauer und die entsprechenden Gefühle mit passenden Smileys zeigt. Ebenso gibt es eine Monatsansicht, die den Mediennutzungsdauer-Verlauf anzeigt.

Eintragungs-Erinnerung: Unter dem „Einstellung“-Icon können die User einstellen, wann sie eine Erinnerungs-Pushnachricht zum Eintragen erhalten möchten.

Cannabis | Alkohol

Features:

- Cannabis control

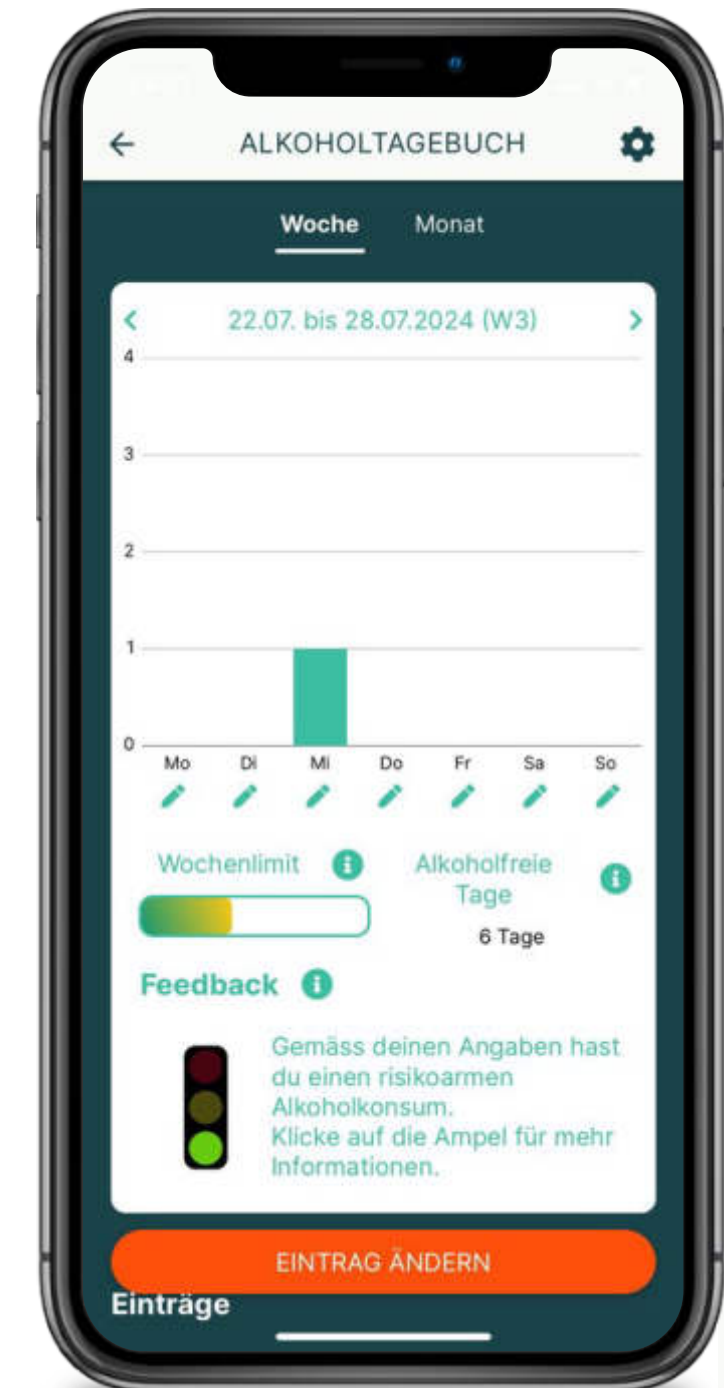
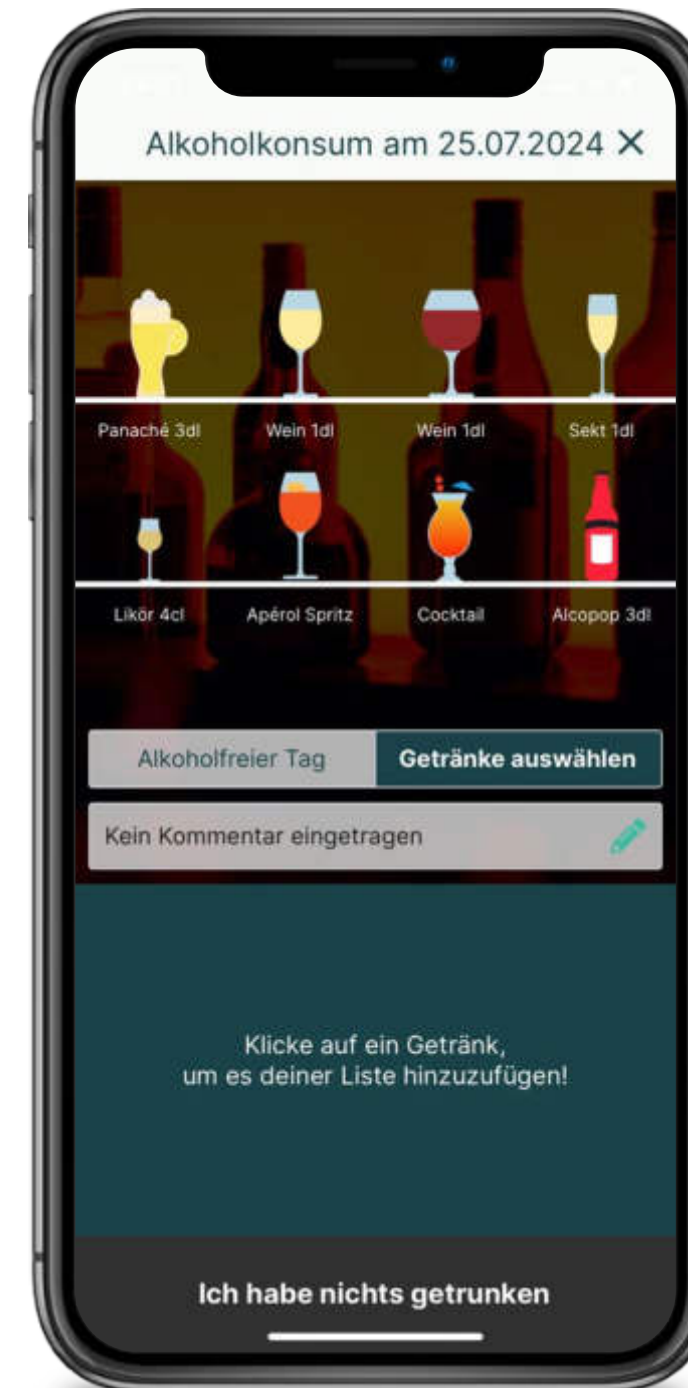


Gibt es auch für das Modul „Tabak & Nikotin“ → „Rauchfrei werden“



Features:

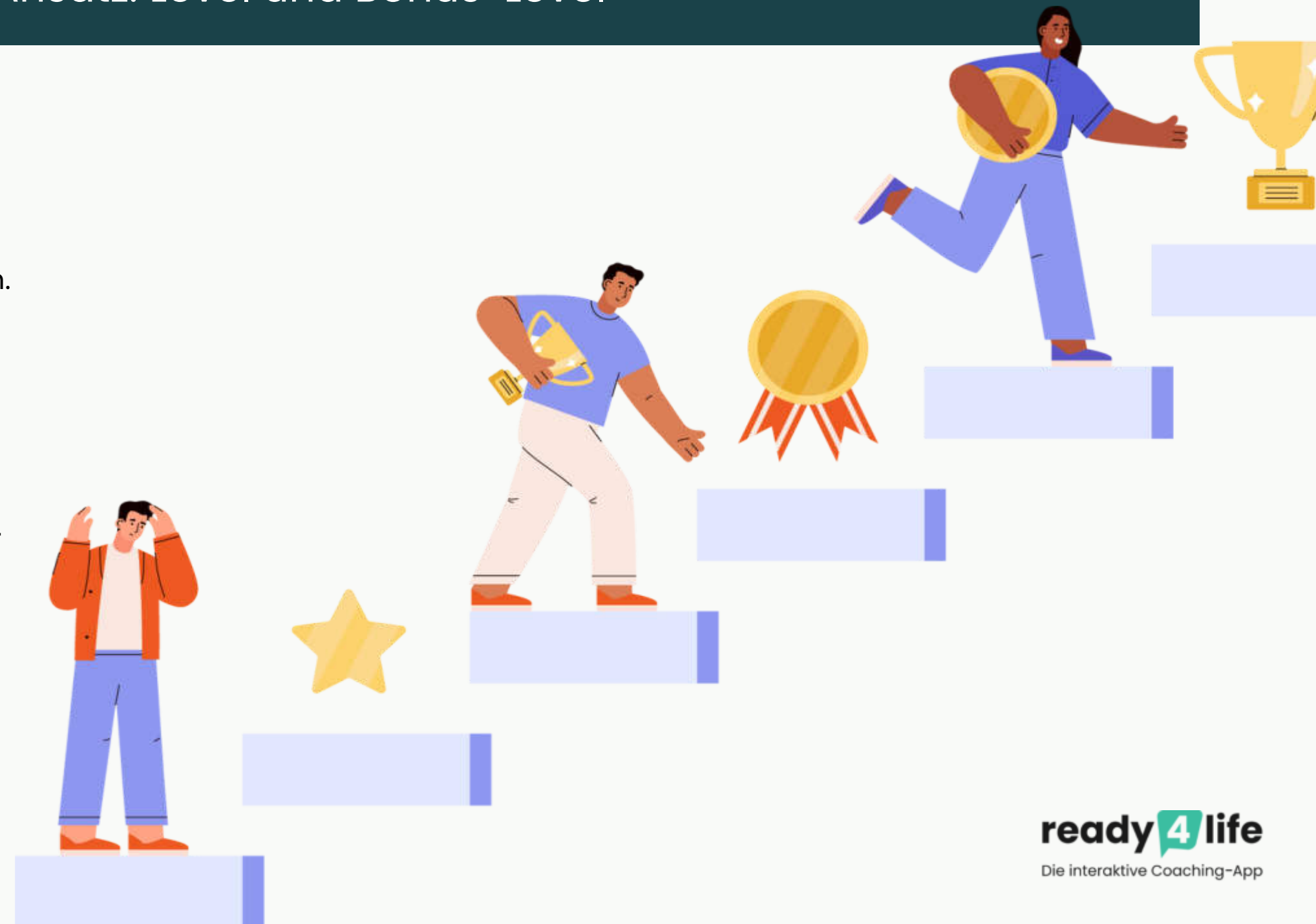
- Alkoholtagebuch
- Risikoarm trinken



Neues Coaching-Konzept & Gamification

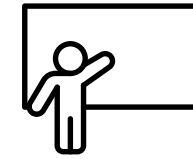
Neuer Gamification-Ansatz: Level und Bonus-Level

- **Neue klare Struktur mit Leveln:** Die neuen Coaching-Level (Standortbestimmung (Level 1), Zielsetzung (Level 2), Themenvertiefung (Level 3), Rückblick und Abschlussbefragung (Level 4)) geben dem Programm eine sinnvolle/ wissenschaftlich fundierte Coaching-Struktur und unterstützen die Teilnehmenden dabei, ihre Ziele effektiv zu erreichen.
- **Motivierende (Bonus-)Level/ Gamification:** Der Einsatz von "Leveln" und "Bonus-Leveln" macht das Coaching spielerischer und unterhaltsamer. Die Nutzenden verdienen durch das Abschliessen von Leveln und Bonus-Leveln Belohnungen und fühlen sich dadurch motiviert, kontinuierlich am Coaching teilzunehmen. Die Aussicht auf Bonus-Level (und zusätzlichen Credits) als zusätzliche Herausforderungen motiviert die Nutzenden, über das Minimum hinaus zu gehen und sich intensiver mit den Inhalten auseinanderzusetzen.



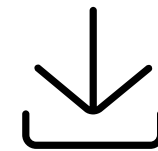


Die Umsetzung



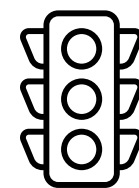
Präventionslektion

Projektvorstellung in Schulklasse



Download

Gemeinsamer App-Download und
Befragungsteilnahme



Ampelfeedback (& Gruppenfeedback)

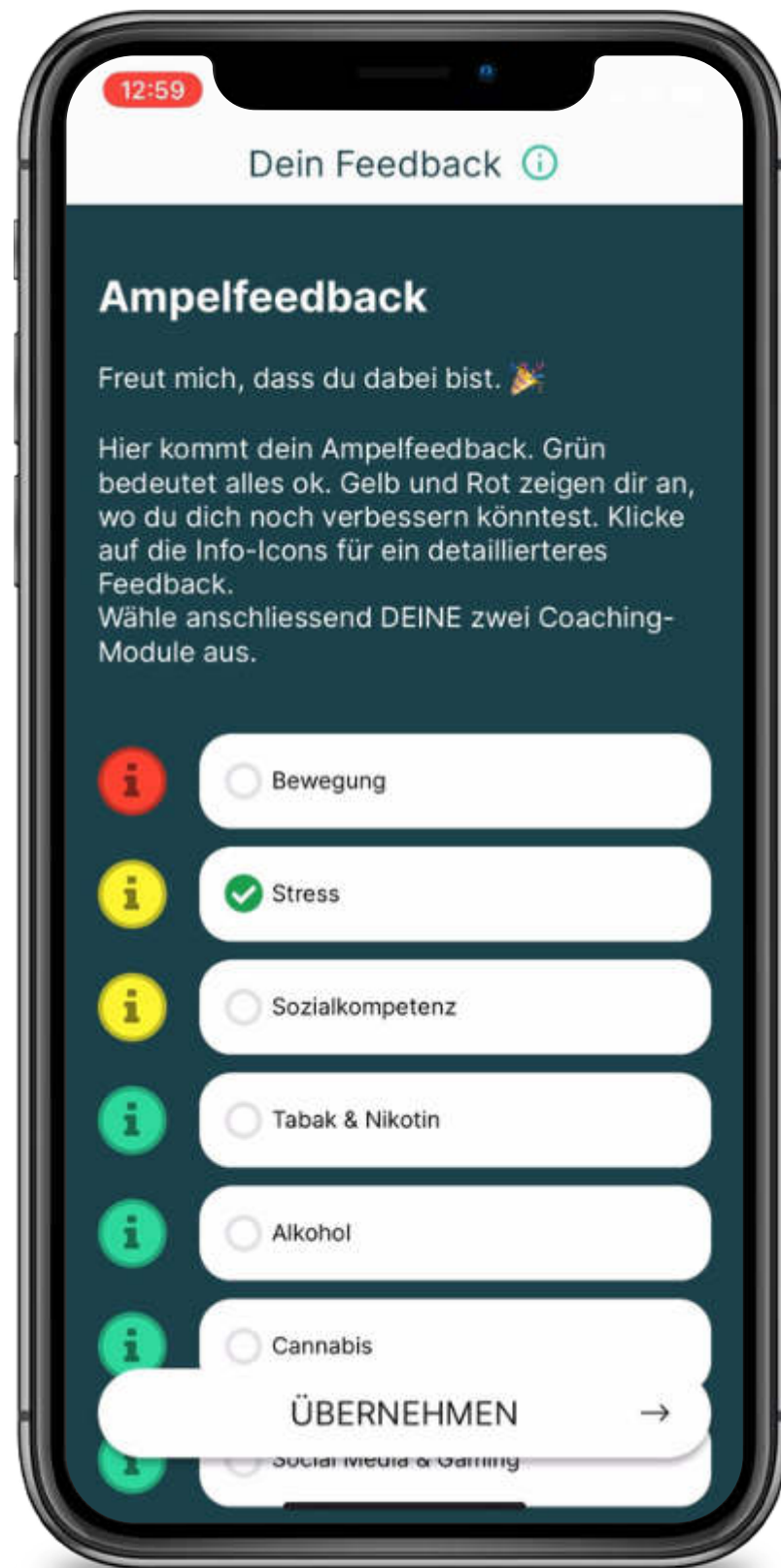
Risiken-/Ressourcenprofil mit
Empfehlung zur Modulauswahl



Start Coaching

Freiwillig in der Freizeit

Individuelles Feedback



User durchläuft Screening (standardisierte Fragebögen zu jedem Modul)



Individuelles Feedback in Form eines Ampelsystems (Risiko- & Ressourcenprofil)



Freie Coaching-Modul-Auswahl

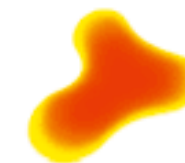
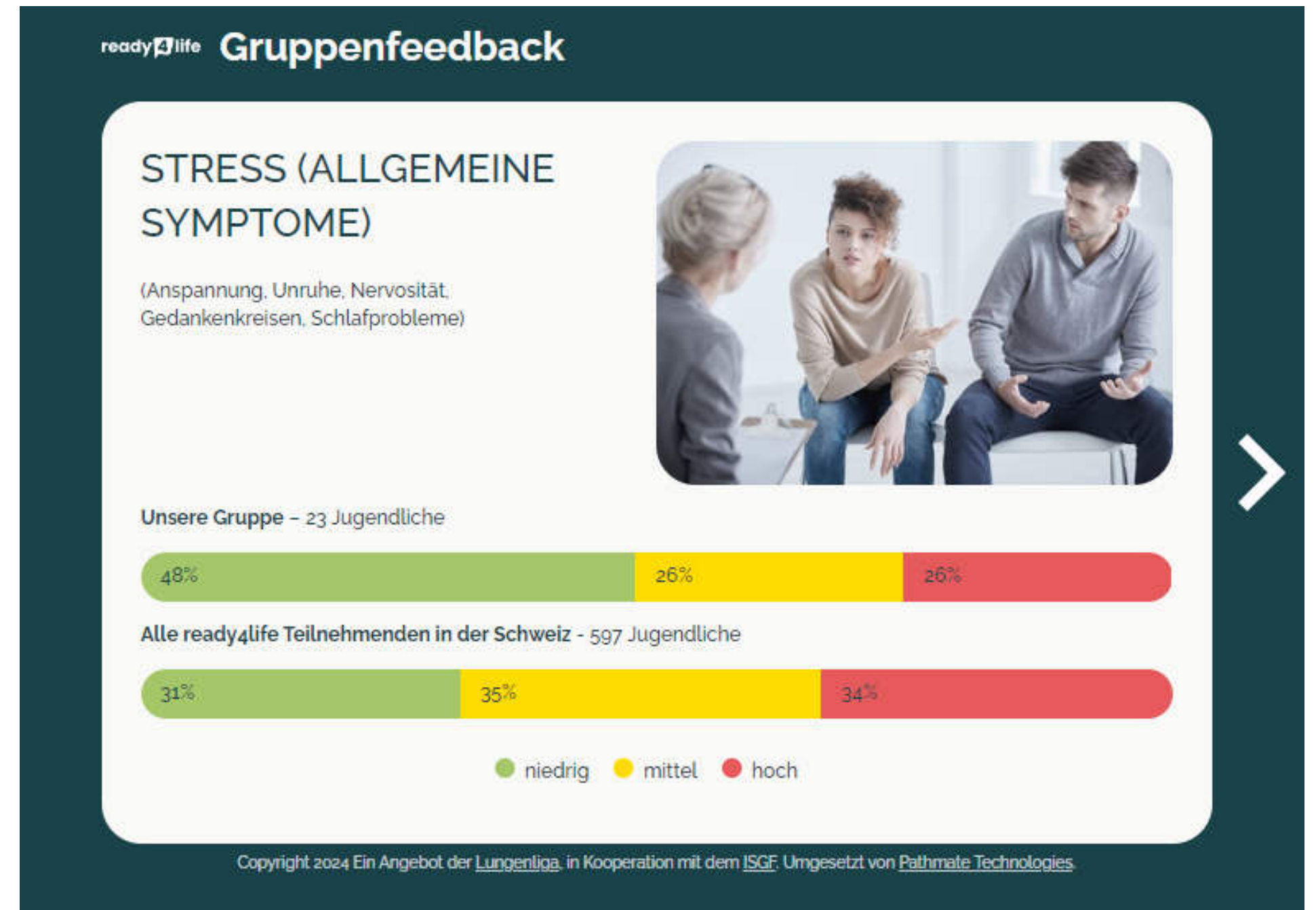
Gruppenfeedback

Vergleich Klasse vs. CH-TN r4l

Feedback für Klasse, Lehrpersonen & Schulleitungen

Basierend auf Gruppenfeedback → Massnahmenempfehlung

Materialien können runtergeladen werden



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

TESTZUGANGSCODE

lö 6 A0 1





Sui App

Geschäftsstelle Schweizerisches Rotes Kreuz
Niederschwellige psychosoziale Angebote

**Croix-Rouge suisse
Schweizerisches Rotes Kreuz
Croce Rossa Svizzera**



Versorgungslücken und Zugangshürden für Geflüchtete



Politische/strukturelle Hürden

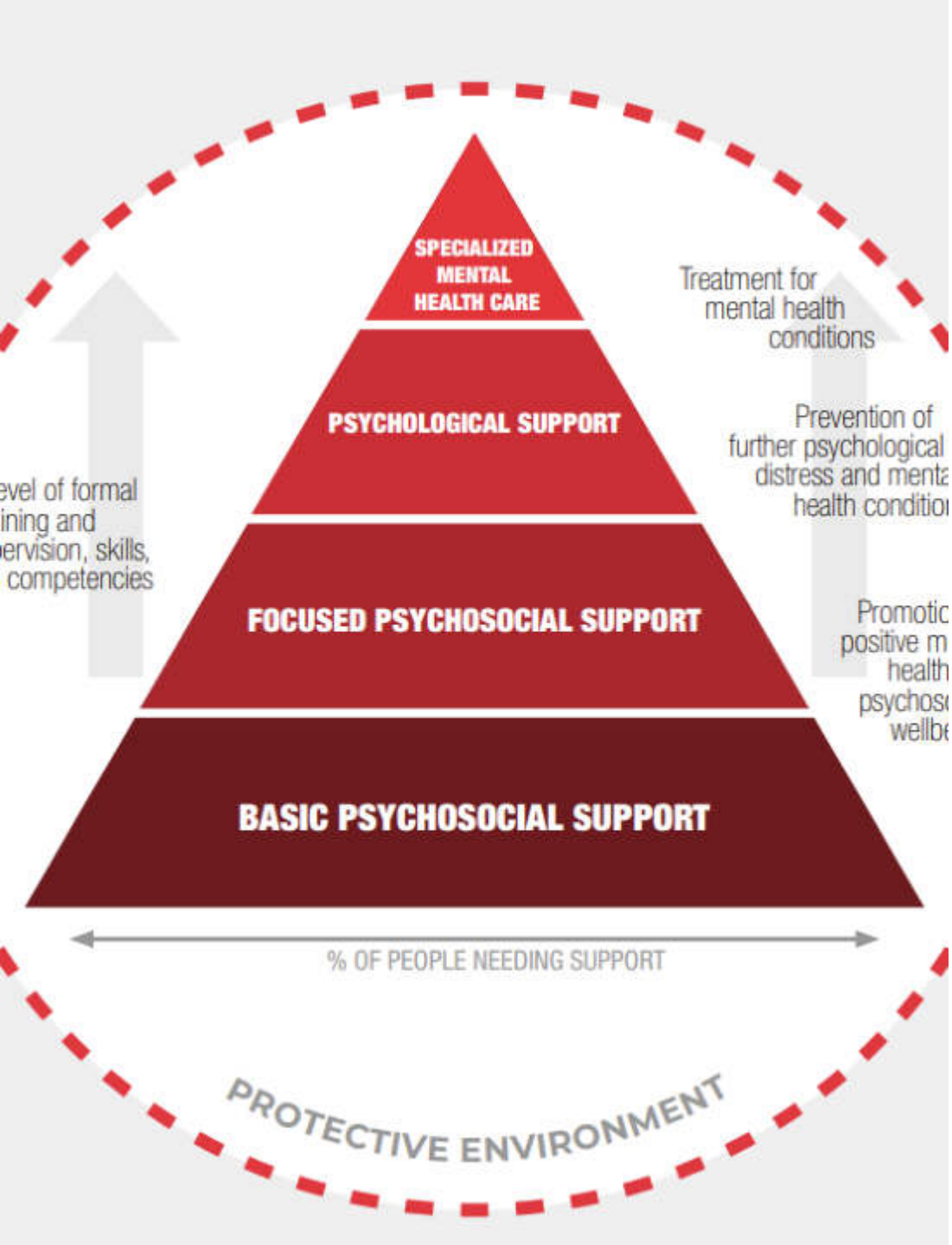
- überlastete Versorgung und lange Wartezeiten
- komplizierte Bürokratie
- unterschiedliche Regelungen betreff Dolmetschkosten



Individuelle Hürden

- fehlendes Wissen über Angebote
- Stigma und Angst vor sozialen und rechtlichen Folgen
- Sprachbarrieren
- untersch. Krankheitsverständnis und Behandlungserwartungen





Zielsetzung

Niederschwelliges psychosoziales Angebot, um **MEHR** erwachsene und jugendliche Geflüchtete **FRÜHER** unterstützen zu können.

Erwünschte Wirkungen

- Bessere Erreichbarkeit der Zielgruppe
- Chancengerechten Zugang zu adäquater psychosozialer Versorgung
- Stärkung der Gesundheitskompetenz
- Psychoedukation und Senkung der Hürden für eine Inanspruchnahme von analogen Unterstützungsangeboten



Die Selbsthilfe-App des SRK für Geflüchtete



Die App bietet Orientierung für das Ankommen und Leben in der Schweiz:



Psychologische Selbsthilfe: Einfache Übungen und Tipps zum Umgang mit Stress, Sorgen, schwierigen Emotionen, Schlafstörungen etc.



Individuelle schriftliche Unterstützung: Begleitpersonen beantworten Fragen im Chat und vermitteln Unterstützungsangebote.

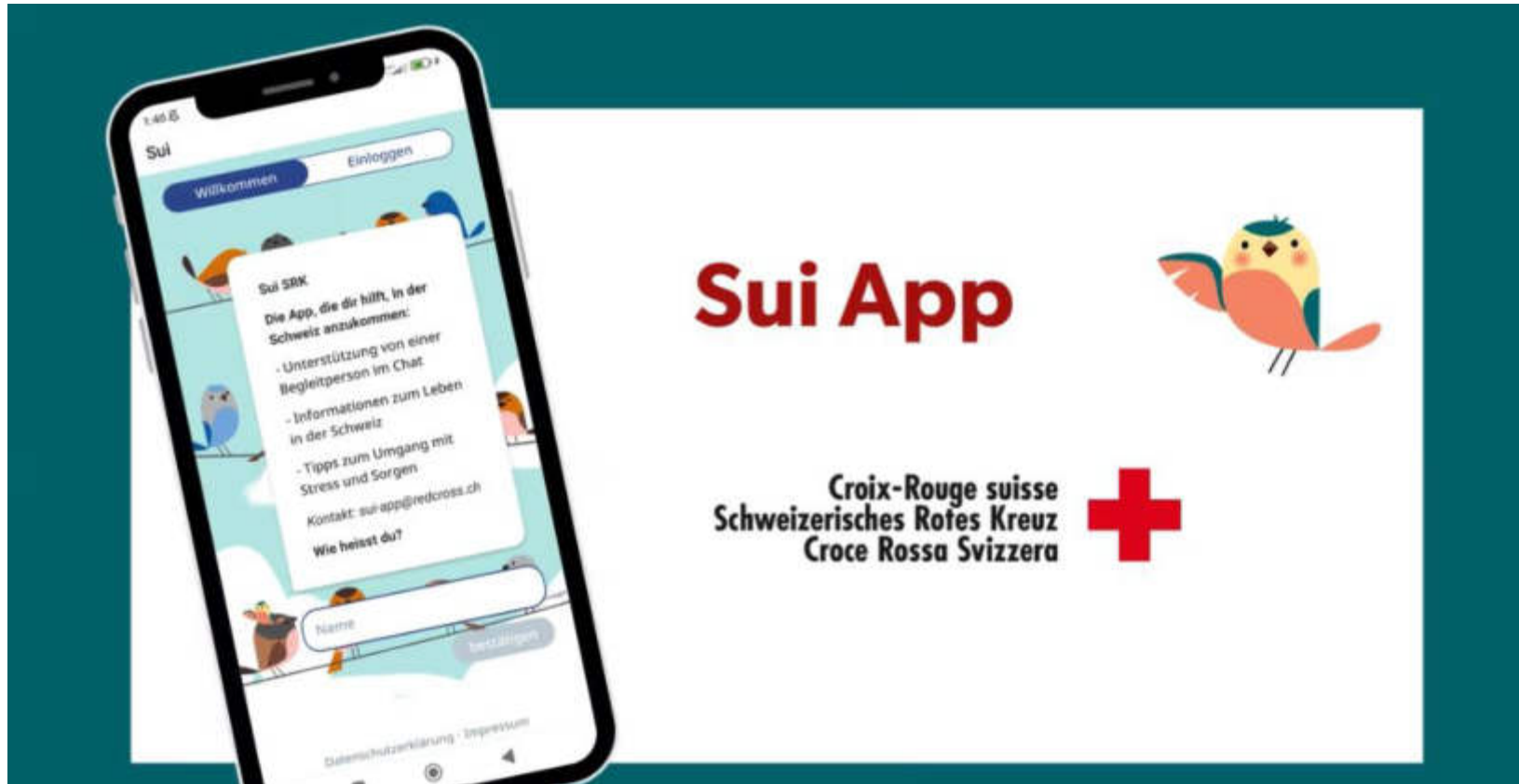


Informationen zum Leben in der Schweiz: Arbeits- und Wohnungssuche, Familiennachzug, Asylverfahren, Gesundheitssystem, Gesundheitsförderung etc.

In Arabisch, Deutsch, Englisch, Französisch, Ukrainisch, Farsi und Türkisch verfügbar!



Einblick in die App



<https://vimeo.com/1136854582?fl=pl&fe=vl>

22.01.2026
Sui App

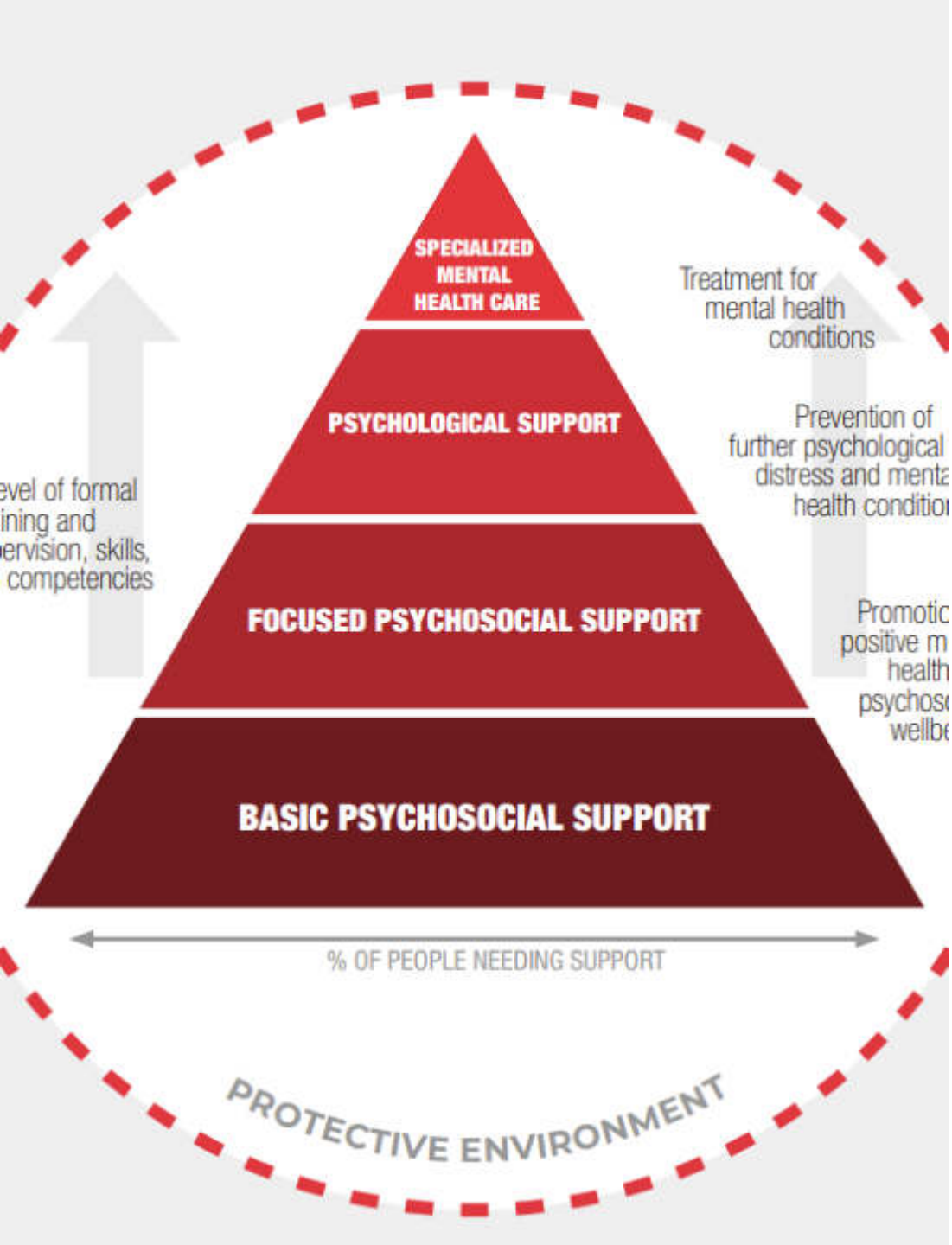
Croix-Rouge suisse
Schweizerisches Rotes Kreuz
Croce Rossa Svizzera 



Anonyme psychosoziale Unterstützung durch Peers über sicheren In-App-Chat

- Peers mit eigener Flucht- / Migrationserfahrung
- Schulung, Supervision und Entlohnung durch SRK
- Antwort auf individuelle Fragen mit Hinweis auf App-Inhalte
- Sensibilisierung für psychische Gesundheit
- Information über Unterstützungsangebote vor Ort
- Entwickeln von thematisch-inhaltlichen Vorschlägen



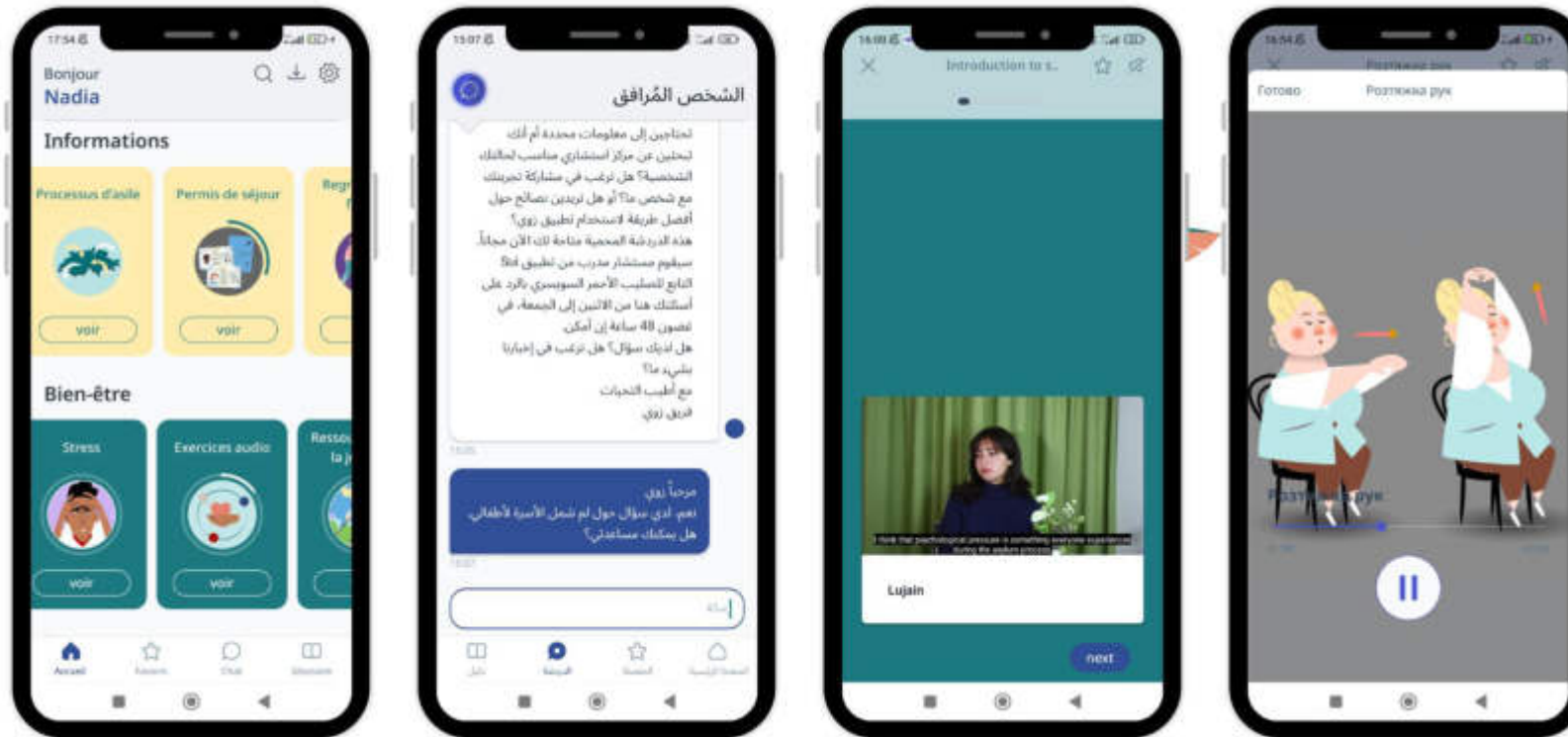


Potential der Sui App

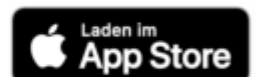
- Multisektorieller Approach: Brücke zwischen Sozialem und Gesundheit
- Bedürfnis- und bedarfsorientierte Weiterentwicklung
- Unterstützung für Fachpersonen und Freiwillige aus Sozial- und Gesundheitsbereich
- Zugang zu Versorgungsangeboten des Gesundheits- und Sozialsystems



Download und Kontakt



Sui +



- Fragen an das Sui-Team: sui-app@redcross.ch
- Informationen zum Projekt: migesplus.ch/sui
- Bestellung von Flyern und Postern in den verschiedenen Sprachen für die Endzielgruppe: migesplus.ch/publikationen/sui-app

22.01.2026
Sui App

Croix-Rouge suisse
Schweizerisches Rotes Kreuz
Croce Rossa Svizzera





1

Inhalte

Folgende Einblicke haben wir für Sie vorbereitet...

1. Ausgangslage:

Pro Juventute Jugendstudie

2. Beratung & Unterstützung:

147 auf WhatsApp, im Netz und auf SocialMedia

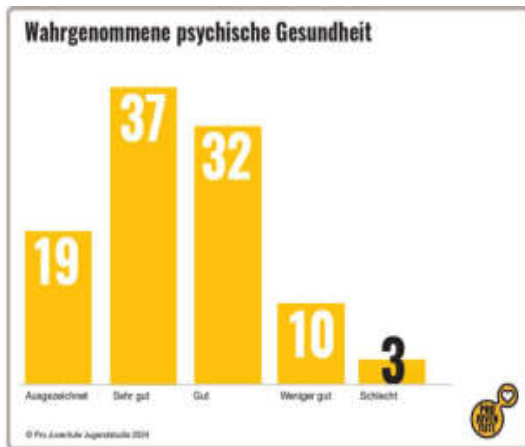
3. Medienkompetenz:

Die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen mit den nötigen Kompetenzen erfahrbar machen



2

Pro Juventute Jugendstudie: Psychisches Wohlbefinden



- **87 Prozent** der Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben in der Pro Juventute Jugendstudie an, sich **psychisch wohlfühlen**.
- Das bedeutet, dass **13 Prozent**, mehr als jede*r 10. Teilnehmer*in, die eigene **psychische Gesundheit** als **weniger gut bis schlecht** beurteilt.



3

Pro Juventute Jugendstudie: Mediennutzung

- **Über 50 Prozent** haben grosse **Schwierigkeiten**, das Handy wegzulegen.
- Fast **30 Prozent** verwenden Medien **regelmässig zur Stimmungsaufhellung**. Andere Risikomerkmale liegen jeweils bei **rund 15 Prozent der Befragten im problematischen Bereich**.
- **Über 50 Prozent** nutzt das Internet, um Kontakte zu pflegen.
- Die **tägliche Nutzungsdauer** beträgt durchschnittlich zwischen **vier und fünf Stunden**.
- **Selbstregulierung** ist noch in Entwicklung und **Medienkompetenzen** sind noch nicht ausgereift.



4

Beratung & Unterstützung

147 auf WhatsApp, im Netz und auf SocialMedia

Bern, Januar 2026



5

Messenger-Beratung 147

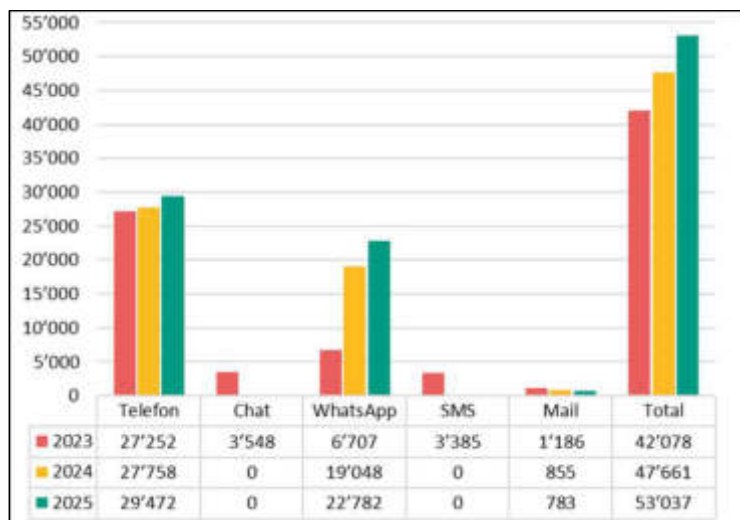
- Messenger-Beratung wurde 2022 an den italienisch- und französischsprachigen Standorten von 147 pilotiert und anschliessend die gesamtfächige Einführung beschlossen.
- In der D-CH wurde die Messenger-Beratung im Oktober 2023 aufgenommen.
- Die SMS-Beratung und die klassische Chat-Beratung, die es vorher gab, wurden per Ende September 2023 gänzlich eingestellt.
- Mail bleibt u.A. als Alternative zu kommerzieller Plattform WhatsApp bestehen.



6

147-Kontakte

- 2025 gab es im Vergleich zum Vorjahr eine Zunahme der bearbeiteten Kontakt-anfragen um +11.3 %
- Die bearbeiteten Kontaktanfragen 2025 per WhatsApp haben im Vergleich zum Vorjahr um 19.6 % zugenommen.
- Kanalvergleich:
+6.2 % Telefon-Kontaktanfragen
+19.6 % WhatsApp-Kontaktanfragen
-8.4 % E-Mail-Kontaktanfragen

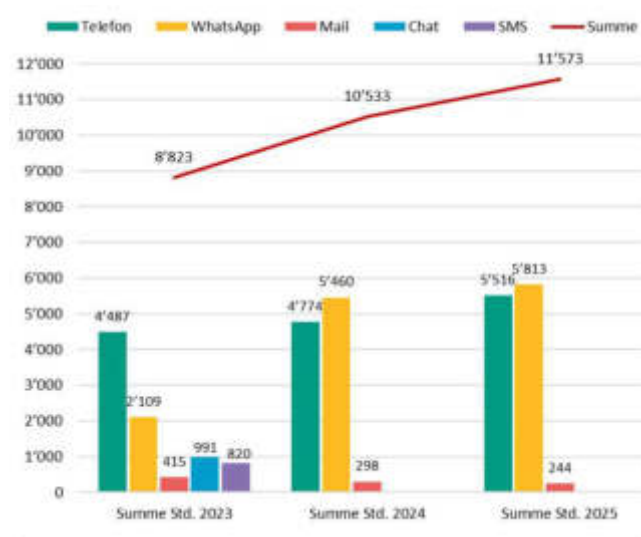


Unter Kontaktanfragen werden alle Kontaktaufnahmen von ratsuchenden Personen per Telefon, WhatsApp und E-Mail verstanden. Per WhatsApp kann es sich bei den bearbeiteten Kontaktanfragen um eine Einzelantwort und/oder um eine Antwort in Form eines interaktiven Chats handeln.



7

Beratungsaufwand



- Der **Beratungsaufwand** (Output) zur Bearbeitung der Kontaktanfragen hat 2025 gegenüber dem Vorjahr zugenommen:

+1040 Std. bzw. +9.9 % ggü. 2024
+2750 Std. bzw. +31.2 % ggü. 2023

- Während der Output aufgrund der längeren telefonischen Kontakte insgesamt deutlich angestiegen ist, ist der Beratungsaufwand bei der schriftlichen Beratung (WhatsApp) im Vergleich zum Vorjahr nur leicht gestiegen. Der verstärkte Ausbau von Beratungs-Ressourcen und die Optimierung von technischen Hilfsmitteln/Abläufen in der schriftlichen Beratung (WhatsApp) waren Massnahmen, um den steigenden Beratungsaufwand zu bewältigen.



8

Wenn es schriftlich ganz schwierig wird...



Beziehungsaufbau bleibt wichtiges Element, muss aber anders gestaltet werden als in anderen Beratungsformaten → Auch Messenger-Beratung verlangt eigene Konzepte.

Messenger-Beratungen erstrecken sich teilweise wie unsere privaten Unterhaltungen mit Freunden/Familie über Wochen, brechen ab, nehmen den Faden wieder auf → Für junge Ratsuchende viel Gestaltungsmacht in der Beratung. Für Beratungspersonen ein Aushalten.

Krisenberatungen sind per WhatsApp eingeschränkt möglich → Neue Konzepte notwendig. Transparente Kommunikation.

Der Beratung per WhatsApp sind Grenzen gesetzt → Einführung von Öffnungszeiten!

Priorisierung von Nachrichten wird zum Dreh- und Angelpunkt → Verlangt technische Anpassungen in der Software.



9

Digitale Beratungsplattform & Informationen

- Die Web-Plattform 147.ch sowie die SocialMedia-Kanäle enthalten relevante Themen für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene: ^{MC1}geordnet sollen die Selbstfürsorge und die Selbstkompetenzen für psychische Gesundheit erweitert werden.
- 325'000 Besuchende pro Jahr.
- SocialMedia Informationen über Instagram und TikTok mit über 5 Mio. Views. ^{MC2}



10

MC1 [@Caroline Pulver] Evtl dieser Text geeigneter: Das Angebot von 147digital (147.ch & Social Media) sensibilisiert Kinder und Jugendliche für das Thema Selbstfürsorge und stärkt gezielt ihre Selbstkompetenz.

Melisa Calabrese; 2025-12-27T09:49:25.623

MC2 [@Caroline Pulver] Instagram dient der Sensibilisierung und Stärkung – mit emotional zugänglichen, informativen und empowernden Beiträgen.
TikTok fördert Community-Building – spielerisch, kreativ und niedrigschwellig.
Die Webseite bündelt vertiefte Informationen, Tools und Ressourcen für den Alltag.

Melisa Calabrese; 2025-12-27T09:51:28.250

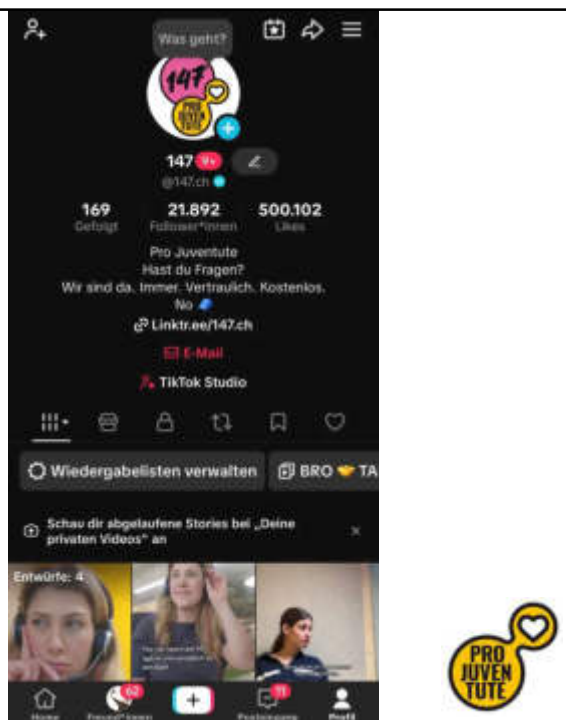
TikTok

Inhaltliche Videos:

https://www.tiktok.com/@147.ch/video/7558112879984020758?_r=1&_t=ZN-91nnXpr02xK

Videos, um aufmerksam zu machen auf 147:

https://www.tiktok.com/@147.ch/video/7582532927464934678?_r=1&_t=ZN-91nmrt50hJW



11

Medienkompetenz

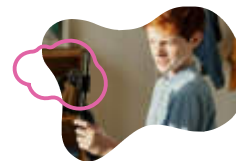
Die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen mit den nötigen Kompetenzen erfahrbar machen

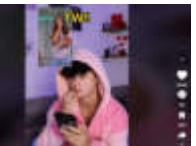
Bern, Januar 2026



12

Angebote im Bereich Medienkompetenz



Medienprofis-Schulworkshop	Elternbildung	MediaMentor	Anlaufstelle gegen Mobbing	Projekte und Kampagnen
Für Schulklassen im 2. und 3. Zyklus	Elternveranstaltungen Öffentliche Online-Veranstaltungen	Digitale Unterrichtshilfe für den 3. Zyklus	Für Kinder, Jugendliche, Eltern oder Schulen	Für Kinder, Jugendliche, Eltern oder Fachpersonen
				

Informationen und Tipps

für Eltern und Fachpersonen auf projuventute.ch/internet
für Kinder und Jugendliche auf 147.ch > Digitales Leben



13

Themen und Module von MediaMentor

Ab November 2025 mit 8 und bis Ende 2026 mit 24 Modulen live.

Themen	Module			
Identität & Authentizität	 Vielfalt und Lebensentwürfe LIVE	 Motive der Mediennutzung LIVE	 Missverständnisse	 Fake News
Online & Offline Balance	 Stereotype und Vorurteile LIVE	 Selbststeuerung LIVE	 Fairness und Konflikte	 Influencer
Kommunikation	 Bewerten mit Likes und Kommentaren LIVE	 Belohnungsmechanismen	 Hate Speech	 Fakten vs. Meinungen
Information	 Idealisierte Körperbilder LIVE	 FOMO und Erreichbarkeit	 Chats & Messenger	 (Versteckte) Werbung
	 Reduziert aufs Aussehen LIVE	 Motivation und Ablenkung	 Cybermobbing	 Falschinformation
	 Positivity Bias LIVE	 Online-Sucht	 Sexting & Sextortion	 Informationsflut

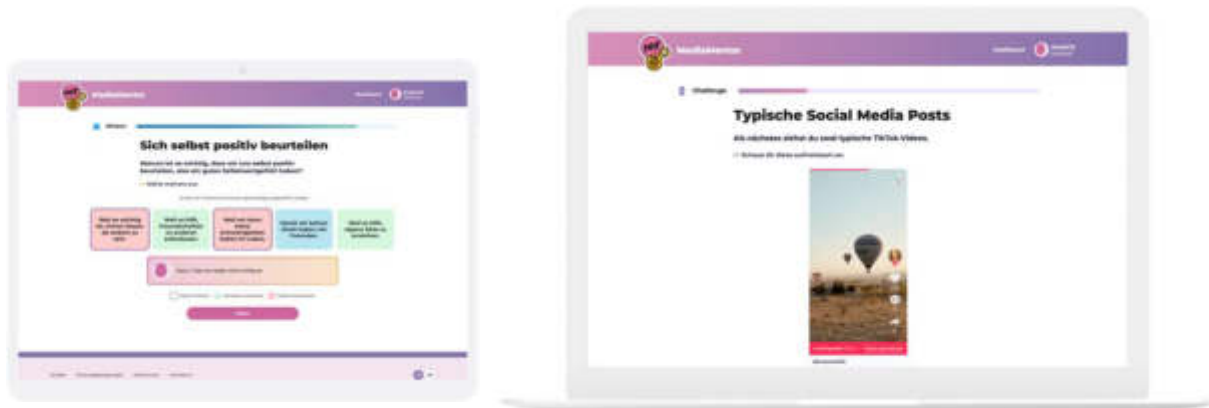
*Änderungen vorbehalten.



14

Ein Blick ins Tool

<https://mediamentor.projuventute.ch/>



Jedes Modul beinhaltet einen **Wissensteil** (Quiz & Wissensinput) sowie den Transfer in die Lebens- und Medienwelt: die **Challenge**.



15

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Fragen & Diskussion



16

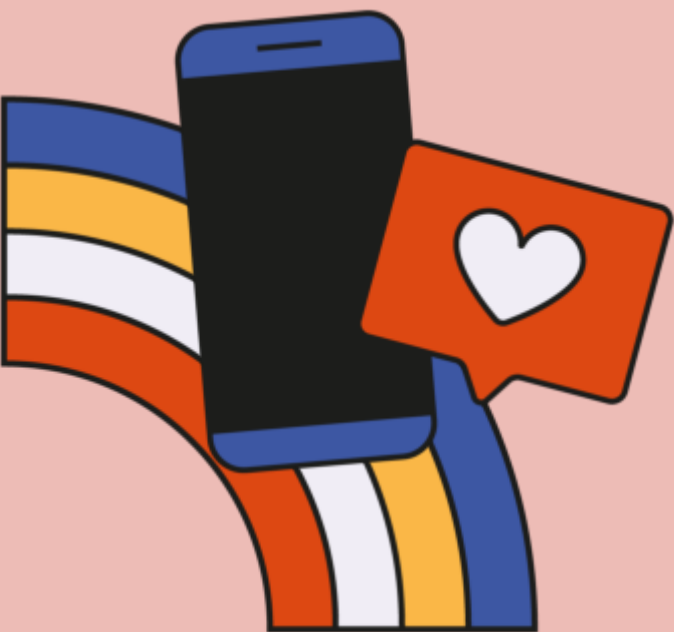
Le numérique au service de la prévention du suicide

Hélène VAILLANT

Responsable communication

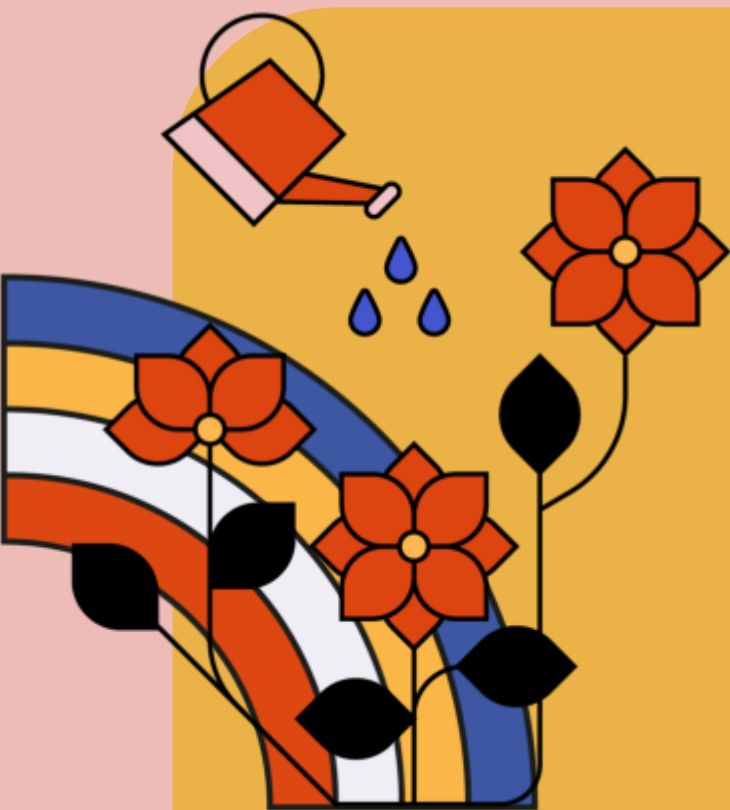
Association STOP SUICIDE

Berne – 22.01.2026



**STOP
SUICIDE**

Présentation de STOP SUICIDE



- Association active depuis 25 ans en **Suisse romande**
- Public cible : les jeunes **15-29 ans**
- Domaine : **prévention du suicide**
- Prévention **pour les jeunes, par les jeunes**
- Missions : **lever le tabou** sur la thématique, **informer** sur les ressources d'aide, **outiller** la population pour repérer les signes de mal-être

En ligne

Les activités de STOP SUICIDE

Le numérique au service de la prévention



- **Site web** : stopsuicide.ch > annuaire de ressources
- **Prévention en ligne** : LinkedIn ; TikTok ; Instagram & Twitch > publications quotidiennes
- **Jeu vidéo préventif** et **"Faut en parler!"** podcast : deux exemples d'outils en ligne
- **Campagne de communication** en ligne autour du 10 septembre

Campagne de communication

En ligne



Affiche de campagne 2025



momflow.ch Très touchant et en même temps, plein d'espoir!!
Bravo pour ce partage à cœur ouvert ❤️

16 sem 2 J'aime Répondre

Live Twitch - prévention

En ligne



«Faut en parler !» podcast

En ligne

Saison 1



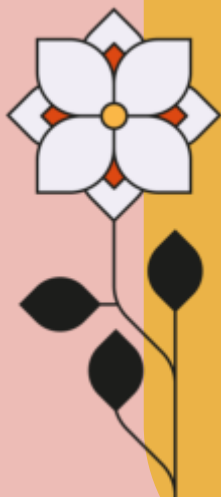
Saison 2



Saison 3

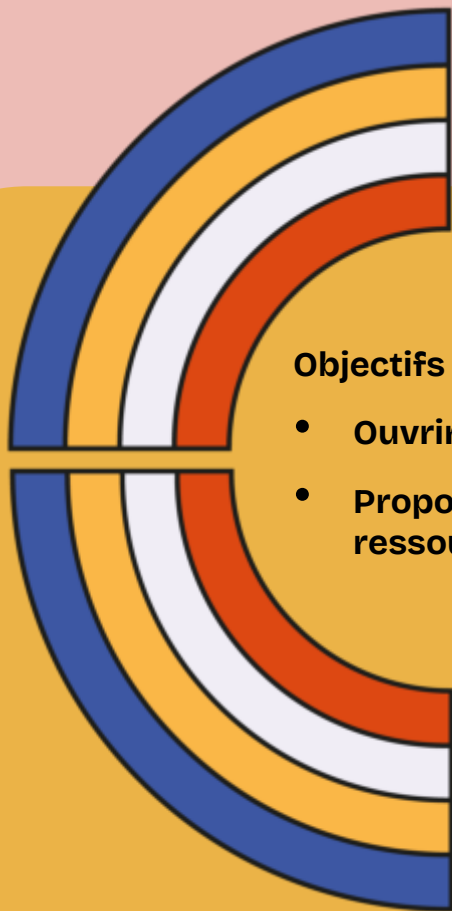


En collaboration avec
l'association *minds*,
association de promotion
de la santé mentale à
Genève



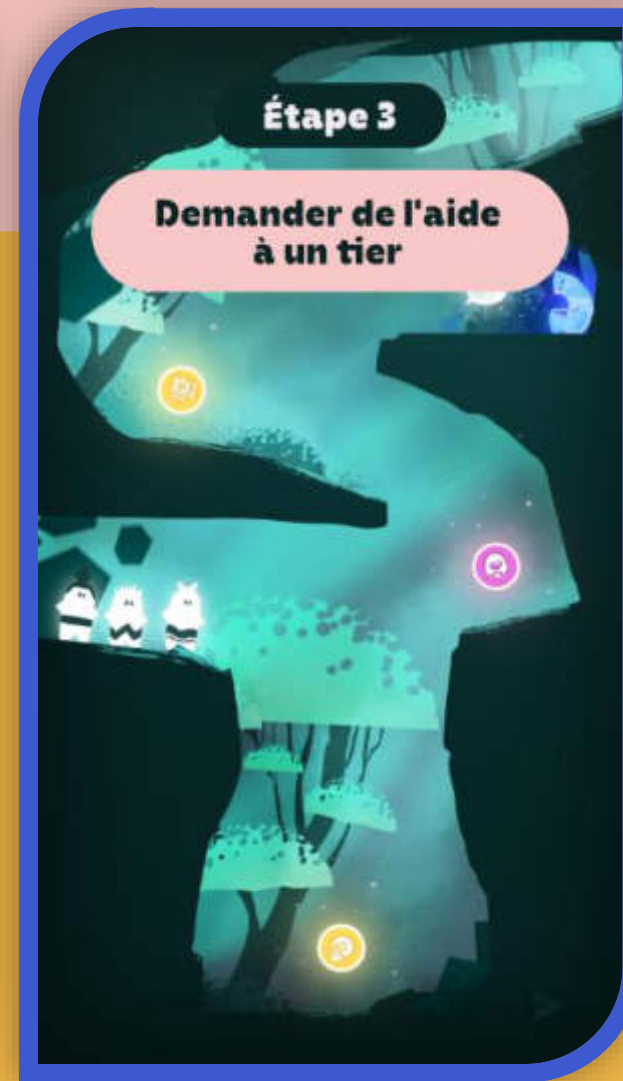
Jeu vidéo – «Un pas après l'autre»

En ligne

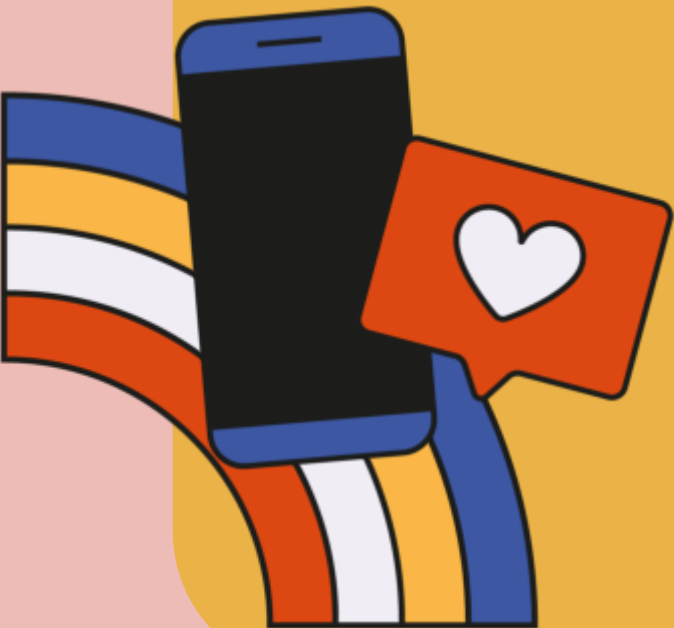


Objectifs :

- Ouvrir le dialogue
- Proposer des ressources



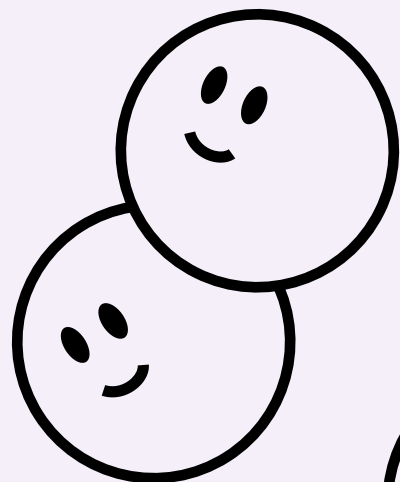
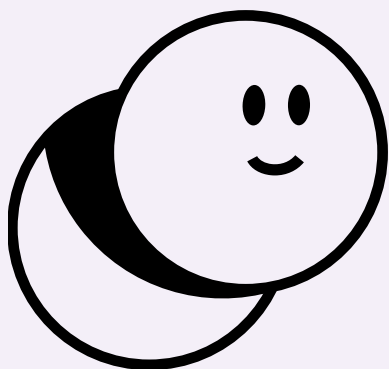
Merci pour votre attention !



Suivre nos actions sur les réseaux sociaux

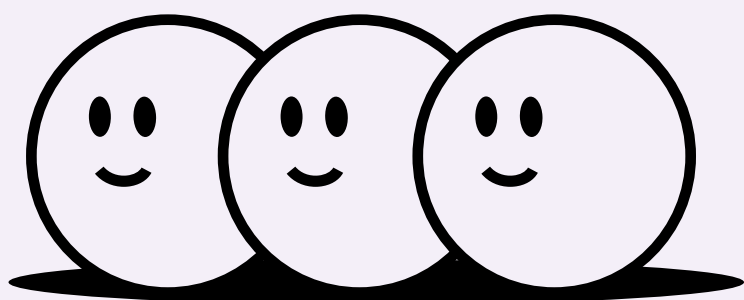
- Instagram : [@stopsuicide.ch](https://www.instagram.com/stopsuicide.ch)
- TikTok : [@la_pour_toi_suisse](https://www.tiktok.com/@la_pour_toi_suisse)
- Twitch : [@la_pour_toi_suisse](https://www.twitch.tv/la_pour_toi_suisse)
- LinkedIn : [STOP SUICIDE](https://www.linkedin.com/company/stop-suicide)





STOP SUiC!DE

CHARTe GRAPHIQUE



Typographie

Les deux typographie choisies (Rawkner et Bricolage Grotesque) pour l'identité visuelle de Stop Suicide font partie intégrante de son identité et doivent, en conséquent, **être les seules et uniques polices de caractère utilisée pour tous les supports de communication de Stop Suicide.**

Voici les détails et les applications de ces dernières:

RAWKNER (Une seule graisse: Round)

Utilisation: À utiliser avec parcimonie, pour les grands titrages uniquement (jamais en corps de texte).

License: Achetée sur Myfonts.com

**A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o
p q r s t u v w x y z**

BRICOLAGE GROTESQUE (Extralight / Regular / Bold)

Utilisation: Tous les support de communication confondus, web y compris.

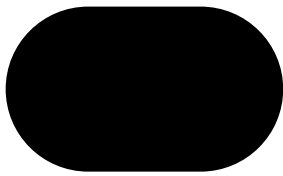
License: Google Fonts, utilisation gratuite et libre.

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o
p q r s t u v w x y z

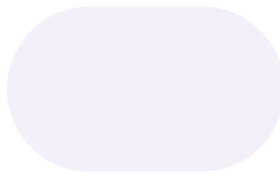
Couleurs

Voici les références des couleurs principales et secondaires définies pour tous les supports de communication (print et web) de Stop Suicide.

COULEURS PRINCIPALES



NOIR 100%



BLANC ENRICHI
CMJN: C5 M7 J0 N0
(blanc 100% en cas de pantone)
Web: #f0edf5



BLEU
CMJN: C85 M65 J0 N0
Pantone: 2727C
Web: #3c59cf



ROSE
CMJN: C0 M30 J15 N0
Pantone: 706C
Web: #edbcb6

COULEURS SECONDAIRES



ORANGE
CMJN: C0 M32 J80 N0
Pantone: 122C
Web: #ebb347



ROUGE
CMJN: C0 M85 J100 N0
Pantone: Bright Red C
Web: #dc4510

Logotype

UTILISATION

Voici les différentes variantes de couleurs et de mise en forme dans lesquelles le logo Stop Suicide peut être utilisé.

UTILISATION PRINCIPALE

NOIR ET BLANC



COULEURS



UTILISATION SECONDAIRE

Pour les utilisations secondaires, toutes les couleurs (principales et secondaires) peuvent se combiner entre elles, tant que la lisibilité n'est pas entravée. Voici quelques exemples (liste non-exhaustive).



Logotype INTERDITS

Voici quelques exemples où les règles d'utilisation du logo n'ont pas été respectées. Ces utilisations vont à l'encontre de l'identité visuelle et sont donc à proscrire, afin de garder une ligne graphique cohérente et uniforme.

En cas de doute concernant une utilisation spécifique du logo, vous pouvez soumettre votre proposition à hello@madamemariou.ch



Changer de typo



Déformer le logo



Changer l'alignement



Changer l'interlignage



Utilisation d'une couleur qui n'est pas dans la gamme



Utilisation de plusieurs couleurs dans le logo



Utilisation du logo en contours



Ajout d'effets