



Perchtold-Stefan, Corinna

## **Die Faszination für wahre Kriminalfälle. Psychologische Motive und mögliche Auswirkungen von True Crime-Konsum**

SIAK-Journal – Zeitschrift für Polizeiwissenschaft und polizeiliche Praxis (3/2025), 38-54.

doi: 10.7396/2025\_3\_C

Um auf diesen Artikel als Quelle zu verweisen, verwenden Sie bitte folgende Angaben:

Perchtold-Stefan, Corinna (2025). Die Faszination für wahre Kriminalfälle. Psychologische Motive und mögliche Auswirkungen von True Crime-Konsum, SIAK-Journal – Zeitschrift für Polizeiwissenschaft und polizeiliche Praxis (3), 38-54, Online: [https://dx.doi.org/10.7396/2025\\_3\\_C](https://dx.doi.org/10.7396/2025_3_C).

© Bundesministerium für Inneres – Sicherheitsakademie / Verlag Österreich, 2025

Hinweis: Die gedruckte Ausgabe des Artikels ist in der Print-Version des SIAK-Journals im Verlag Österreich (<https://www.verlagoesterreich.at/>) erschienen.

Online publiziert: 10/2025

# Die Faszination für wahre Kriminalfälle

## Psychologische Motive und mögliche Auswirkungen von True Crime-Konsum



**CORINNA PERCHTOLD-STEFAN,**  
*Privatdozentin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Psychologie, Karl-Franzens-Universität Graz.*

Die Angst, Opfer von Verbrechen zu werden, rangiert weltweit auf Platz 2 der am häufigsten genannten Risiken für das eigene Leben. Parallel dazu ist das Mediengener „True Crime“ – Geschichten über wahre Verbrechen wie Tötungen, Sexualdelikte oder Serienmorde in Büchern, Podcasts oder im TV – eine der erfolgreichsten Unterhaltungsindustrien des 21. Jahrhunderts. Doch woher kommt die Faszination für wahre Kriminalfälle (Motive) und welche Auswirkungen hat die Auseinandersetzung mit Gewalt und menschlichen Abgründen auf unser Erleben und Verhalten (Konsequenzen)? Der vorliegende Artikel fasst aktuelle Erkenntnisse des Forschungsschwerpunkts „True Crime“ am Institut für Psychologie der Karl-Franzens-Universität Graz zusammen. So zeigt sich bei einer detaillierten Motivanalyse für True Crime-Konsum ein deutlicher Überhang wissens- und bewältigungsorientierter Motive wie „Suche nach dem Warum einer Tat“, „Interesse an Justiz und Polizeiarbeit“ und „Echtheit der Geschichten“, verglichen mit medial oft vermuteten voyeuristischen Motiven wie „soziale Abwärtsvergleiche“, „Interesse an Gewalt“ oder „Attraktivität von Straftätern“. Des Weiteren findet sich demographisch auf nationaler und internationaler Ebene ein robuster Geschlechtsunterschied, der ein signifikant höheres True Crime-Interesse bei Frauen im Vergleich zu Männern aufzeigt. Zusätzlich werden im vorliegenden Artikel erste empirische Befunde über Zusammenhänge von True Crime-Konsum mit Sicherheitsempfinden im Alltag (z.B. eingeschätztes Viktimisierungsrisiko) sowie Aggressivität und antisozialem Verhalten diskutiert und mögliche Implikationen für die Wirkung von True Crime erörtert. Diese und weiterführende Erkenntnisse könnten für Bereiche wie öffentliche Gesundheit, Polizei- und Rechtswissenschaften sowie (digitale) Sicherheitskommunikation und juristische Öffentlichkeitsarbeit von Relevanz sein.

### 1. EINFÜHRUNG

Die Angst, Opfer von Gewalt und Verbrechen zu werden, rangiert hinter der Angst vor Verkehrsunfällen weltweit auf Platz 2 der am häufigsten genannten Risiken für die eigene Sicherheit im täglichen Leben (vgl. Lloyd's Register Foundation 2024). Obwohl tendenziell nicht steigend, sind im Jahr 2023 65 % der Weltbevölkerung be-

sorgt darüber, dass sie durch gewalttätige Verbrechen Schaden nehmen könnten (verglichen mit 58 % im Jahr 2021 und 62 % im Jahr 2019). Dies spricht für eine maßgebliche psychologische Belastung, denn Angst vor Verbrechen steht unabhängig von der tatsächlichen Opferwahrscheinlichkeit mit einer geringeren Lebensqualität in Verbindung (vgl. Alfaro-Beracoechea et al.

2018). Folgt man psychologischen Motivationstheorien, wonach positive Stimuli grundsätzlich Annäherungsmotivation auslösen und negative Stimuli zu Vermeidungsmotivation führen (vgl. Elliot 2006), sollten wir also dazu neigen, uns von Verbrechen und Gewalt zu distanzieren. Das Gegenteil ist der Fall. Menschen sind seit Jahrhunderten von Geschichten über wahre Morde, Gewalttaten und Kriminalfälle fasziniert (vgl. Durham III et al. 1995), und mediale Berichterstattung über Verbrechen gibt es seit den ersten Zeitungen des frühen 18. Jahrhunderts (z.B. Wiener Zeitung, gegründet 1703). Auch wenn keine eng umgrenzte wissenschaftliche Definition existiert, bezeichnet der moderne True Crime-Begriff ein Mediengenre, das Geschichten über wahre, meist gewalttätige Verbrechen erzählt und in Form von Podcasts, TV und Streaming, aber auch Büchern, Filmen und sozialen Medien seit Jahren zu den beliebtesten Unterhaltungsgenres zählt. True Crime-Konsumstatistiken verdeutlichen aber die enorme Anziehungskraft von wahren Tötungen, Entführungen, Folter, Serienmorden und Sexualdelikten.<sup>1</sup> So konsumieren 84% aller US-Amerikanerinnen und -Amerikaner True Crime-Formate (vgl. Edison Research 2024) und rd. 33% des regelmäßigen Podcast-Konsums entfallen auf True Crime-Geschichten (vgl. Shearer et al. 2023). Im modernen digitalen Zeitalter spricht man von einem „True Crime-Hype“, den manche Medien als besorgniserregende Entwicklung der Gesellschaft deklarieren. So gibt es Spekulationen darüber, dass True Crime-Konsum durch reine Sensationslust und Voyeurismus motiviert ist und zu einer Verrohung der Gesellschaft führt – gleichermaßen aber auch die Angst vor Verbrechen erhöht und damit Misstrauen, Stress und Paranoia kultiviert (Mean World Syndrome, vgl. Gerbner 1998; Andersen et al. 2024). Selbstverständlich

gibt es ethische, moralphilosophische und auch strafrechtliche Implikationen, wenn Leidensgeschichten von echten Menschen – oft ohne deren Einverständnis oder dem ihrer Angehörigen – von Dritten medial inszeniert und für die breite Öffentlichkeit vermarktet werden. Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich jedoch mit der gravierenden, sich erst langsam schließenden Wissenschaftslücke rund um True Crime-Konsum per se als eines der beständigsten und morbide wirkenden Interessen von Menschen. Inhaltlich ist das True Crime-Genre eine Mischform aus gewalthaltigen Unterhaltungsmedien wie Action und Horror – aber eben nicht fiktiv<sup>2</sup> – und aus journalistischer Kriminalitätsberichterstattung – aber meist detailreicher, dramatisiert und emotionalisiert. Auch die True Crime-Zielgruppe ist eine gänzlich andere als die von allgemeinen Gewaltmedien (siehe unten), weshalb Forschungserkenntnisse zu Medienwirkung auf Aggression und Angst vor Viktimisierung (vgl. Anderson/Bushman 2018; Romer/Jamieson 2014) nicht automatisch auf True Crime-Konsum übertragen werden können. Zudem zeichnet sich das moderne True Crime-Genre besonders auf Podcast- und Streaming-Plattformen durch nahezu unbegrenzte Möglichkeiten zur Personalisierbarkeit sowie durchgehende „24/7“-Verfügbarkeit aus, die nicht mit konventionellen Fernsehformaten früherer Jahrzehnte (z.B. Aktenzeichen XY ungeklärt) vergleichbar sind. Kurzum, die Forschungslage zu modernem True Crime-Konsum ist dürftig, die gesellschaftliche Relevanz hoch. Aus diesem Grund kam es im Jahr 2022 im Rahmen eines vom Land Steiermark geförderten Forschungsprojekts<sup>3</sup> zur Gründung des Forschungsschwerpunkts „True Crime | Morbide Neugier“ in der Abteilung Biologische Psychologie der Karl-Franzens-Universität Graz. Konkret fokussiert sich dieser

Schwerpunkt auf drei Forschungsfragen rund um True Crime-Konsum:

- 1) Welche psychologischen Motive stecken hinter True Crime-Konsum („Warum“),
- 2) mit welchen Eigenschaften und Verhaltensweisen lassen sich True Crime-Konsumentinnen und -Konsumenten beschreiben („Wer“) und
- 3) welche Auswirkungen hat True Crime-Konsum auf unser Erleben und Verhalten im Alltag?

Dieser Beitrag fasst unter Berücksichtigung internationaler Fachliteratur die aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnisse des Forschungsschwerpunkts True Crime Graz zusammen und gibt Ausblick auf zukünftige relevante Forschungsfragen rund um die Faszination für wahre Verbrechen.

## 2. HAUPTTEIL

### 2.1 Wer konsumiert True Crime?

#### Geschlecht als maßgeblicher Faktor

In der englischen Popkultur gibt es den Slogan „Murder is girl talk“ – frei übersetzt „Mord ist Frauensache“ –, der subsumiert, dass besonders Frauen an True Crime interessiert sind. So grotesk dieses Mantra anmutet, denn Frauen konsumieren weniger gewalthaltige Horrorfilme (vgl. Martin 2019) und sind im Durchschnitt ekelempfindlicher (vgl. Al-Shawaf et al. 2018) und empathischer (vgl. Rochat 2023) als Männer, es ist wissenschaftlich haltbar. Studien aus den USA berichten, dass rd. 75 bis zu 93 % aller True Crime-Fans weiblich sind (vgl. Boling/Hull, 2018; McDonald et al. 2021; Vicary/Fraley 2010). Dieser Geschlechtsunterschied wurde auch in der ersten groß angelegten empirischen Studie der Universität Graz im deutschsprachigen Raum überprüft. Hierfür wurden im Zeitraum Februar bis August 2023 erwachsene Männer und Frauen aus der Allgemeinbevölkerung in Österreich und Deutschland rekrutiert, um an einer mehrteiligen Studie

der Abteilung Biologische Psychologie Graz teilzunehmen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer füllten dabei online zahlreiche Fragebögen zu True Crime-Konsum, Wohlbefinden, Persönlichkeit, und Aggressionspotenzial aus. Zudem absolvierten sie am Institut für Psychologie Graz Verhaltenstests zu Emotionsregulation und kreativem Denken. Zusätzlich wurden im MRI Lab an der Technischen Universität Graz mittels funktioneller Magnetresonanztomografie (fMRT) erstmals Gehirnschans der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gemacht, um etwaige Zusammenhänge mit True Crime-Konsum zu untersuchen. Auch in dieser Studie bestätigten sich Geschlechtsunterschiede im True Crime-Konsum: In einer Stichprobe von  $n = 571$  Teilnehmerinnen und Teilnehmern konsumierten Frauen signifikant mehr True Crime-Inhalte als Männer, und zwar über alle Formate (Podcasts, TV, Bücher etc.) hinweg (vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024a). Diese Geschlechtsunterschiede in der selbstberichteten Häufigkeit des True Crime-Konsums (1 = nie bis 6 = sehr oft) sind in Abbildung 1, siehe Seite 41, dargestellt, wobei weiblicher True Crime-Konsum unten ( $M = 2.68$ ,  $SD = 0.99$ ) und männlicher True Crime-Konsum oben abgebildet sind ( $M = 2.20$ ,  $SD = 0.78$ ;  $F_{1,399} = 32.18$ ,  $p < .001$ ). Selbst unter den Befragten, die sich als „True Crime-Fans“ bezeichneten, konsumierten weibliche Fans in Stunden pro Woche mehr True Crime ( $M = 6.38$ ,  $SD = 6.21$ ) als männliche Fans ( $M = 4.71$ ,  $SD = 5.42$ ). Diese Geschlechtsunterschiede in selbstberichtetem True Crime-Konsum in Stunden pro Woche sind in Abbildung 1, Seite 41, ebenso dargestellt, wobei weiblicher True Crime-Konsum unten und männlicher True Crime-Konsum oben ( $F_{1,238} = 4.35$ ,  $p = .038$ ) abgebildet sind. Aber Frauen und Männer scheinen sich auch thematisch in den True Crime-Inhalten

zu unterscheiden, die sie konsumieren. Dies zeigte sich in einer Folgestudie aus dem Jahr 2025, welche die Datenerhebung international ausdehnte (siehe unten) und True Crime-Konsum mittels Online-Fragebögen wesentlich spezifischer erfasste als die Vorgängerstudie (vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024a). Erhoben wurden hier nicht nur die selbstberichtete Häufigkeit des True Crime-Konsums, sondern auch der Grad der Gewalthaltigkeit der konsumierten Sendungen, spezifische Motive für True Crime-Konsum und das Interesse an bestimmten True Crime-Inhalten. Während Frauen in dieser Folgestudie (vgl. Perchtold-Stefan 2025) ein stärkeres Interesse an Sexualdelikten ( $p < .001$ ), häuslicher Gewalt ( $p < .001$ ) und Entführungen ( $p = .078$ ) zeigten, tendierten Männer zu mehr Interesse an Betrugsdelikten ( $p = .097$ ) und organisierter Kriminalität ( $p = .072$ ; kontrolliert für Alter, Bildung, und gesamten True Crime-Konsum,  $n = 352$ ). Integriert man den gefundenen Geschlechtsunterschied der ersten True Crime-Erhebung (vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024a) mit mittlerweile fünf weiteren nationalen und internationalen Studien des Forschungsschwerpunkts Graz ( $n = 2294$  Teilnehmende aus Österreich, Deutschland, den USA, Indien, den Niederlanden, der Schweiz und Griechenland), bleibt

der Geschlechtereffekt bestehen (vgl. Perchtold-Stefan 2025): Das True Crime-Publikum ist überwiegend weiblich. Ist das paradox im Hinblick darauf, dass Frauen weltweit mehr Angst vor Verbrechen berichten und sich deutlich mehr um ihre persönliche Sicherheit sorgen als Männer (vgl. Fox et al. 2009; Rader et al. 2020)? Nicht unbedingt. Aus der psychologischen Forschung ist bekannt, dass Frauen allgemein mehr Informationssuche zu Risikothemen betreiben als Männer (z.B. Naturkatastrophen, Terrorismus, Krankheiten, vgl. Lachlan et al. 2021), mit dem Ziel, sich besser auf Bedrohungen im echten Leben vorzubereiten. Psychologisch gilt hier, dass sicheres Wissen (und damit subjektiv erlebte Kontrolle) über negative Geschehnisse wie Verbrechen als weniger belastend erlebt wird als vollkommene Ungewissheit (vgl. Sharot/Sunstein 2020). Eine Theorie hinter weiblichem True Crime-Konsum ist somit, dass Frauen motiviert sind, aus True Crime-Geschichten Informationen zu gewinnen, wie sie sich besser gegen Verbrechen und Gewalt im Alltag schützen können (vgl. McDonald et al. 2021; Vicary/Fraley 2010). Dieses Motiv nennt sich „defensive Vigilanz“ und führt unmittelbar zur Frage nach vielfältigen psychologischen Beweggründen für True Crime-Konsum.

Quelle: Perchtold-Stefan (eig. Darstellung)

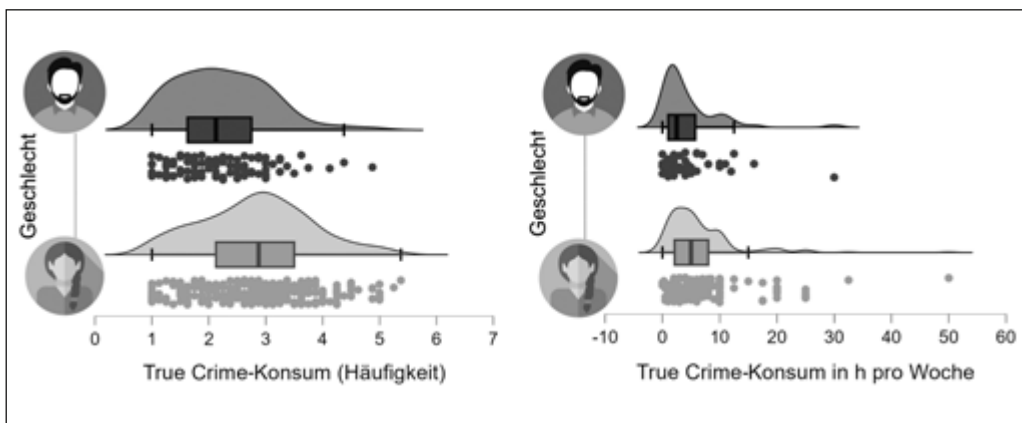


Abb. 1: Geschlechtsunterschiede im True Crime-Konsum

## 2.2 Defensive Vigilanz, Spannung, Authentizität? Psychologische Motive hinter True Crime-Konsum

Im Jahr 2021 definierten McDonald et al. in einem ersten standardisierten Fragebogen zu True Crime-Konsum drei Leitmotive, die menschliches Interesse an wahren Verbrechen erklären sollen: 1) Defensive Vigilanz, wie oben erwähnt das Bedürfnis, sich gegen Gefahren im echten Leben vorzubereiten, 2) Spannungssuche, definiert durch Nervenkitzel, Spiel mit Tabus und Genuss von Gewalt sowie 3) Authentizität als Interesse an „Echtheit“ von Geschichten sowie Rätselraten und Gerechtigkeit (vgl. McDonald et al. 2021). Nach Validierung des Fragebogens in der ersten True Crime Graz-Studie<sup>4</sup> zeigte sich Authentizität als das am häufigsten befürwortete True Crime-Motiv (Zustimmung von 61,6 % der Befragten), gefolgt von Defensiver Vigilanz (Zustimmung von 25,2 % der Befragten) und schließlich von Spannungssuche (Zustimmung von 18,9 % der Befragten). Frauen berichteten eine höhere Ausprägung des Motivs Defensive Vigilanz ( $M = 4.23$ ,  $SD = 1.53$ ) als Männer ( $M = 3.04$ ,  $SD = 1.46$ ), was zunächst die Idee weiter stärkt, dass Frauen durch True Crime-Konsum aktiv versuchen, besser mit ihrer Angst rund um Viktimisierung umzugehen (vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024a). Obwohl diese erste Betrachtung von True Crime-Motiven im Hinblick auf die Kritik interessant ist, dass es bei True Crime-Konsum vorrangig um Sensationslust und Voyeurismus geht, ist diese Motivanalyse ausbaufähig. Besonders die Motivkomplexe Spannungssuche und Authentizität beherbergen viele verschiedene, nicht notwendigerweise miteinander in Zusammenhang stehende Einzelmotive: So muss Medienkonsum von gewalthaltigen Medien für den Nervenkitzel (zur affektiven Stimulation) nicht bedeuten, dass Gewalt „genossen“ wird (vgl. Krömer

Kean 2005). Gleichermaßen sind die Suche nach Gerechtigkeit und die Freude am Rätselraten zu unterschiedlich, um sie ohne Informationsverlust dem Motiv der Authentizität – also Konsum von True Crime, weil es „echt“ ist – unterzuordnen (vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024a). Aus diesem Grund wurde im Forschungsschwerpunkt True Crime Graz ein eigener, detaillierterer Motivkatalog erstellt, der 34 verschiedene Motive für True Crime-Konsum prüft, die aus qualitativen Interviews mit Studienteilnehmerinnen und Studienteilnehmern abgeleitet wurden. In einer Stichprobe von  $n = 184$  bis 395 (vgl. Perchtold-Stefan 2025) wurden folgende True Crime-Motive auf einer Ratingskala von 1 bis 5 am stärksten befürwortet (Antworten: stimme eher zu und stimme zu): Suche nach dem „Warum“ einer Tat ( $M = 4.38$ , 93 %), Interesse an Justiz und Polizeiarbeit ( $M = 4.19$ , 86 %), Echtheit der Geschichten ( $M = 4.09$ , 85 %), Freude an Mystery und Rätselraten ( $M = 3.94$ , 76 %) und True Crime als Teil des Allgemeinwissens ( $M = 3.78$ , 70 %). Am wenigsten befürwortet wurden die Reflexion, wozu man selbst fähig wäre ( $M = 1.61$ , 9,2 %), die Aufarbeitung eigener Viktimisierung ( $M = 1.71$ , 8,7 %), Inspiration für mögliche eigene Verbrechen ( $M = 1.42$ , 8,7 %), Austausch mit Gleichgesinnten ( $M = 1.45$ , 7,6 %), und sexuelle Attraktivität von Straftätern ( $M = 1.23$ , 2,8 %). Siehe Abbildung 2, Seite 43, für eine Illustration der abgefragten Motive in absteigender Reihenfolge der Befürwortung (1 = am stärksten befürwortet, 34 = am wenigsten befürwortet).

Auffällig ist hier, dass unter den stark befürworteten Motiven die Defensive Vigilanz fehlt, die lediglich auf Platz 12 von 34 Motiven landet – auch dann, wenn nur die weiblichen True Crime-Konsumentinnen betrachtet werden. Hat True Crime-Konsum also weniger mit Vorbereitung auf Gefahren zu tun als gedacht? Nicht unbedingt. Das Motiv Nr. 1, die Suche nach

dem „Warum“ einer Tat, impliziert ein grundlegendes Interesse an menschlichem Verhalten und unter welchen genetischen, biologischen oder sozialen Umständen dieses in extremer Gewalt eskalieren kann. Dieses Bedürfnis, menschliche Abgründe zu verstehen, Unsicherheit aufzulösen und grundsätzlich Unvorstellbares mental zu simulieren, trifft den Kern des psychologischen Konstrukts der morbiden Neugier – dem Interesse an negativen, unheimlichen, oder angstausslösenden Dingen, um sich im sicheren Rahmen auf negative Eventualitäten vorzubereiten (vgl. Oosterwijk 2017; Scrivner 2021). Expertinnen und Experten auf dem Gebiet der morbiden Neugier bezeichnen die bewusste Auseinandersetzung mit negativen und bedrohlichen Inhalten (wie True

Crime) als mentales Fitnessstudio, in dem sich die Toleranz von negativen Dingen trainieren lässt (vgl. Scrivner et al. 2021). Für wen und unter welchen Umständen das tatsächlich funktioniert und Vorteile bieten kann, ist Teil laufender Forschung. Sehr wahrscheinlich steckt aber ein Teil von Defensiver Vigilanz also bereits in der Suche nach dem „Warum“ (Korrelation  $r = .32, p < .001$ ), der Echtheit von Geschichten ( $r = .25, p < .001$ ) und im Verständnis von True Crime als Allgemeinwissen ( $r = .23, p = .001$ ). Diskussionswürdig ist auch das Motiv des Interesses an Justiz und Polizeiarbeit auf Platz 2, das ein stark ausgeprägtes Interesse an gesellschaftlichen Ordnungsstrukturen und der Funktionsweise staatlicher Apparate wie Polizei, Gerichte und Strafvollzug nahelegt.

Quelle: Perchtold-Stefan (eig. Darstellung)

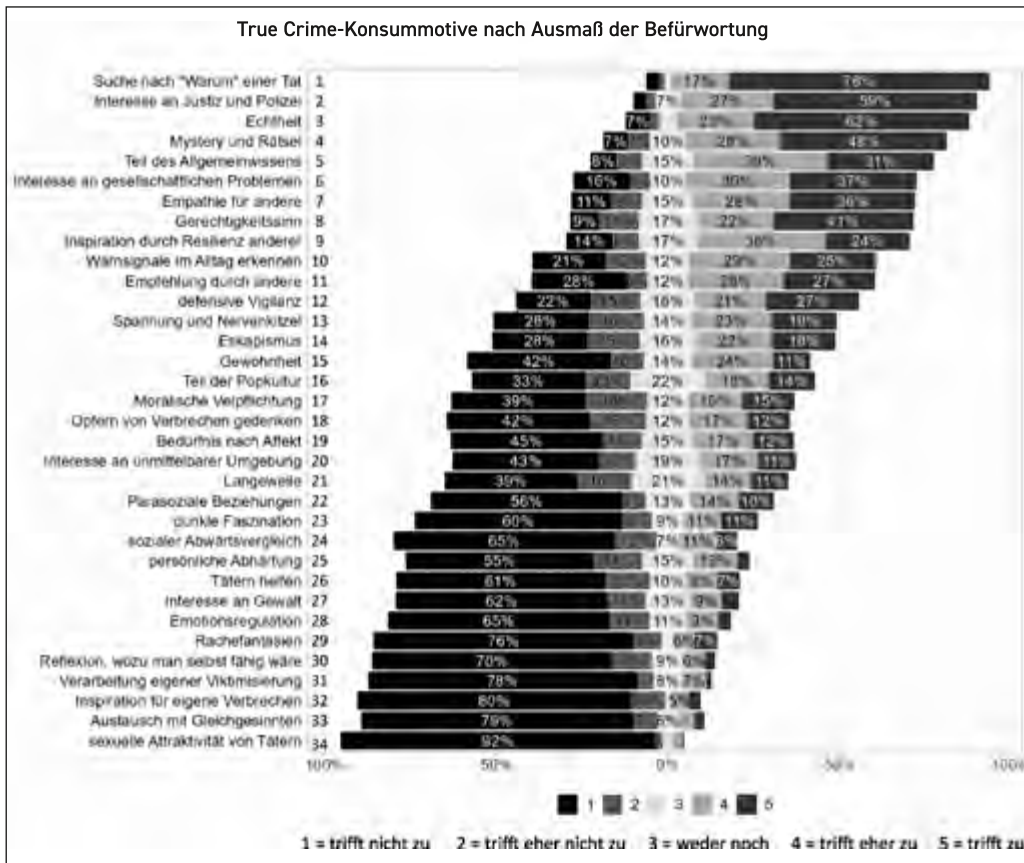


Abb. 2: Häufigkeit der selbstberichteten Motive für True Crime-Konsum in Rangreihe nach Mittelwerten (Prozentwerte rechts der Grafikkmitte (0 %) reflektieren Befürwortung eines Motivs, Prozentwerte links der Grafikkmitte reflektieren Ablehnungen des Motivs.)

Damit umfasst das Motiv sowohl Systemvertrauen als auch Systemkritik, was die breite Befürwortung erklären könnte. Zudem könnte dieses Motiv auch Ausdruck eines (latenten) berufsbezogenen Interesses für Menschen sein, die einen (fachlichen) Bezug zu Psychologie, Recht, Sozialarbeit oder Kriminalistik haben. Die oft medial angeprangerten „dunklen“ Motive für True Crime-Konsum wie Verrohung der Gesellschaft durch Freude an sozialen Abwärtsvergleichen (Platz 24), ein wachsendes Interesse an Gewalt (Platz 27) oder die Inspiration für eigene Gewalttaten (Platz 32) landeten in dieser Studie durchwegs im unteren Drittel der Motivverteilung, mit der sexuellen Attraktivität von Straftätern als Schlusslicht (Motiv 34). Auch allgemeine Spannung/Nervenkitzel (verwandt mit Sensationslust) schaffte es nur auf Platz 13. Diese Verteilung bedeutet nicht, dass voyeuristische, gewaltmotivierte oder sogar pathologische Motive<sup>5</sup> für True Crime-Konsum nicht existieren. Für die überwiegende Mehrheit der True Crime-Konsumentinnen und -Konsumenten stehen sie aber laut aktuellen Erkenntnissen nicht im Vordergrund (vgl. Perchtold-Stefan 2025).

### **2.3 True Crime und Sicherheitsempfinden – Führen wahre Verbrechen zu mehr Angst vor Verbrechen?**

Die Forschung beschäftigt sich schon lange damit, ob Medienberichte, die Gewalt und Kriminalität thematisieren (Fernsehnachrichten, Zeitungsberichte), das Sicherheitsempfinden von Menschen negativ beeinflussen. Die Kultivierungstheorie von Gerbner u.a. aus den 1960er und 1970er Jahren postulierte, dass intensiver Fernsehkonsum die Angst und die subjektive Viktimisierungswahrscheinlichkeit in der Bevölkerung verstärkt, da die Wahrnehmung der sozialen Realität an die im Fernsehen überproportional gezeig-

te Bedrohung angepasst wird (Mean World Syndrome, vgl. Gerbner 1998). Auch aktuellere Meta-Analysen bestätigen kleine, aber signifikante Effekte von Kriminalitätsberichtserstattung in sozialen Medien oder Online-Nachrichten auf eine gesteigerte Angst vor Verbrechen und eine erhöhte Risikowahrnehmung im Alltag (vgl. Hermann et al. 2023; Romer et al. 2014). Darüber hinaus zeigen Forschungsbefunde, dass der Konsum von fiktiven Krimiserien sowohl die Entscheidungsfindung von Geschworenen vor Gericht zur Verwertbarkeit forensischer Beweise als auch im US-amerikanischen Raum die Unterstützung der Todesstrafe beeinflussen kann. So werden überzogene Bewertungen forensischer Beweise (DNA, Fingerabdrücke) bzw. das Fehlen derselben als CSI-Effekt bezeichnet (vgl. Schweitzer/Saks 2007; Kort-Butler/Hartshorn 2011). Stimmt es also, dass der Konsum von Kriminalnachrichten uns ängstlicher macht und unser Verhalten (negativ) beeinflusst? Ganz so eindeutig ist es nicht, denn es gibt auch zahlreiche Studien, die keinen Zusammenhang zwischen Mediendarstellungen von Kriminalität und Angst finden (vgl. Chadee et al. 2019; Shi et al. 2019). Dies weist auf die Bedeutsamkeit von interindividuellen Unterschieden wie demographischen Merkmalen, Persönlichkeit, Medienpräferenzen oder Vorerfahrung mit Viktimisierung hin, um die Auswirkung von Medien auf eine breite Vielfalt an Konsumentinnen und Konsumenten verstehen zu können (vgl. Andersen et al. 2024; Rosenberger et al. 2023). Trotz dieser gemischten Forschungslage ist die Idee, dass True Crime-Konsum intensivere Auswirkungen auf uns haben könnte, intuitiv plausibel. So berichten Studien, dass die Medienwirkung auf Konsumentinnen und Konsumenten umso stärker ist, je realistischer Inhalte wahrgenommen werden (vgl. Busselle/Van den Bulck 2019). Da

True Crime-Geschichten reale Ereignisse thematisieren und ein stärkeres Gefühl persönlicher Relevanz auslösen als fiktive Inhalte, könnte es also für das Publikum schwieriger sein, sich davon wieder zu distanzieren, was einen stärkeren Effekt auf Kognition und Emotion bedingen könnte (vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024a; Perchtold-Stefan 2025a). Aber lässt sich dies auch empirisch bestätigen?

In der ersten True Crime Graz-Erhebung finden sich tatsächlich positive Zusammenhänge zwischen True Crime-Konsum und der Angst vor Verbrechen ( $n = 404$ ; vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024a): Personen, die mehr True Crime konsumieren, berichten über eine höher eingeschätzte Wahrscheinlichkeit, Opfer von Verbrechen zu werden ( $r = .22$ ,  $p < .001$ , Beispiel „Wenn ich nicht vorsichtig bin, werde ich angegriffen werden“), über ein geringeres Sicherheitsgefühl im Alltag ( $r = .18$ ,  $p < .001$ , Beispiel „In der Öffentlichkeit muss ich meine Umgebung im Auge behalten, um sicher zu sein“) und über mehr Vorbereitungsverhalten auf mögliche Viktimisierung ( $r = .33$ ,  $p < .001$ , Beispiel „Ich bin darauf vorbereitet, mich vor Fremden zu schützen, die mir weh tun könnten“). Abbildung 3, Seite 46, zeigt hierzu Zusammenhänge von True Crime-Konsum mit der eingeschätzten Opferwahrscheinlichkeit (oben), Sicherheitsgefühl im Alltag (Mitte) und Vorbereitungsverhalten (unten). True Crime-Konsum hat also mit persönlichem Sicherheitserleben im Alltag zu tun. Was aus diesen korrelativen Querschnittsdaten allerdings nicht geschlossen werden kann, sind Ursache-Wirkungs-Beziehungen. So ist noch unklar, ob die Beschäftigung mit (negativen) True Crime-Inhalten Angst vor Verbrechen verstärkt, oder ob Personen, die grundsätzlich mehr Angst vor Verbrechen haben, sich zu True Crime hinzugezogen fühlen, weil die Thematik persönlich relevant erscheint (vgl.

Perchtold-Stefan et al. 2024a). Einen ersten Versuch, hier Klarheit zu schaffen, liefert eine True Crime-Tagebuchstudie des Forschungsschwerpunkts True Crime Graz, in der Teilnehmerinnen und Teilnehmer über einen Zeitraum von zwei Wochen täglich sowohl über ihren True Crime-Konsum als auch über ihren positiven Affekt, Angst und Ärger berichteten ( $n = 199$ , vgl. Perchtold-Stefan 2025). Mithilfe spezieller statistischer Modelle (cross-lagged multi-level modelling) kann so festgestellt werden, ob True Crime-Konsum an Tag 1 ( $n$ ) emotionales Wohlbefinden an Tag 2 ( $n + 1$ ) beeinflusst oder umgekehrt. Die Ergebnisse zeigten, dass höhere Ängstlichkeit am vorherigen Tag mehr gewalthaltigen True Crime-Konsum am nächsten Tag vorher sagte, und der Konsum von True Crime in dieser Stichprobe wiederum den positiven Affekt erhöhte. Zusammenfassend erhöhte also Angst nachfolgenden True Crime-Konsum, aber True Crime-Konsum hatte keinen Effekt auf nachfolgende Angst oder Ärger. Obwohl diese Ergebnisse in weiteren Studien repliziert werden müssen, deuten sie darauf hin, dass negative Emotionen wie Angst zur Beschäftigung mit Medienwelten führen, die stimmungskongruent sind (vgl. Greenwood/Long 2009) und daher gut kontrollierbare Möglichkeiten bieten könnten, diese negativen Emotionen zu regulieren (vgl. Andersen et al. 2020; Scrivner et al. 2021). Wichtig ist, diese Interpretation in dem Kontext zu sehen, dass es sich bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Studie vorwiegend um Personen handelte, die gerne True Crime konsumierten. Weder ist hier die Generalisierung zulässig, dass True Crime-Konsum für alle ein zuverlässiges Mittel zur Emotionsregulation ist, noch, dass dadurch die Angst vor Verbrechen reduziert werden kann. Vielmehr geht es darum, eine nuancierte Perspektive auf True Crime-Konsum aufzuzeigen, die nicht bedingungslos negative Effekte

Quelle: Perchtold-Stefan (eig. Darstellung)

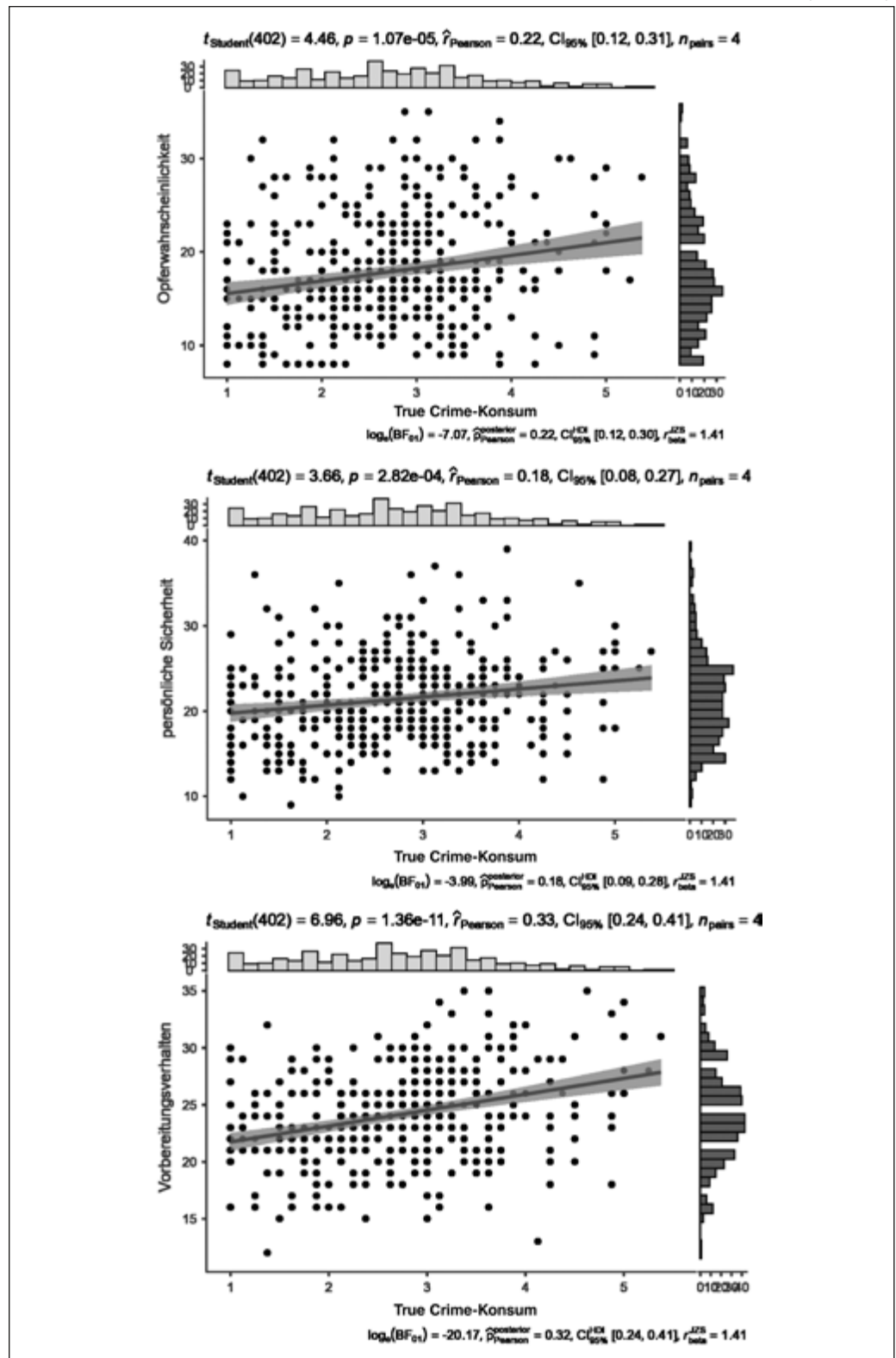


Abb. 3: Zusammenhänge von True Crime-Konsum und Sicherheitserleben im Alltag  
 Oben: True Crime-Konsum korreliert positiv mit selbsteingeschätzter Wahrscheinlichkeit, Opfer eines Verbrechens zu werden ( $r = .22, p < .001$ ). Mitte: True Crime-Konsum korreliert positiv mit Mangel persönlicher Sicherheit ( $r = .18, p < .001$ ). Unten: True Crime-Konsum korreliert positiv mit Vorbereitungsverhalten, um Viktimisierung zu vermeiden ( $r = .33, p < .001$ ).

auf das Wohlbefinden annimmt, sondern, abhängig von Konsumentinnen und Konsumenten, auch mögliche adaptive Mechanismen weiter erforscht. Zu spekulativ erscheinen diese Überlegungen auch vor dem Hintergrund nicht, dass besonders True Crime-Podcast-Konsum mit einer höheren Fähigkeit zur kreativen Umbewertung von Angst und damit einer besser ausgeprägten spielerischen Emotionsregulation in Verbindung gebracht wurde (vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024a).

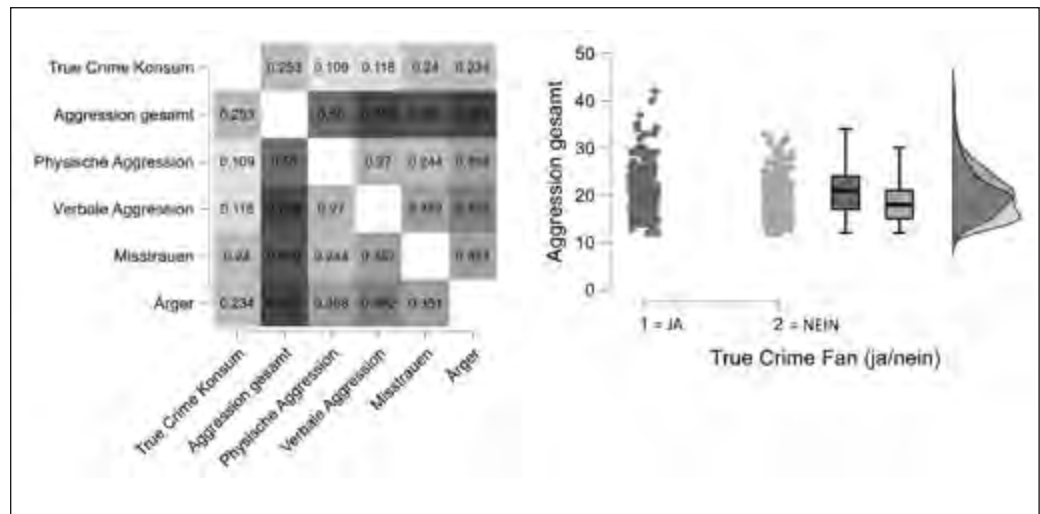
#### **2.4 True Crime und Aggression – Macht uns True Crime-Konsum gefährlicher und antisozialer?**

Ein weiterer Aspekt, der True Crime-Konsum zu einem relevanten Thema der zeitgenössischen psychologischen Forschung macht, betrifft die Frage, ob der Konsum gewalthaltiger Medien aggressives Verhalten im Alltag fördert. Das in der Medienforschung fest verankerte „General Aggression Model“ (vgl. Allen et al. 2018; Anderson/Bushman 2018) beschreibt hierzu kurzfristige und längerfristige Mechanismen, über die Mediengewaltdarstellungen Aggression begünstigen können. Laut dem Modell kann der Konsum von Gewaltmedien kurzfristig aggressive Gedanken aktivieren, Nachahmungsverhalten auslösen oder zu einem intensiven Anstieg physiologischer Erregung führen, die dann in Aggression resultiert. Längerfristig wird angenommen, dass sich aggressive Handlungsschemata im Gedächtnis verfestigen und die Normalisierung von Gewaltverhalten durch mediale Vorbildwirkung zu Desensibilisierung im Alltag führt, wodurch Empathie und prosoziales Verhalten reduziert werden (vgl. ebd.). Zahlreiche Querschnitt- und Längsschnittstudien stützen diese Annahmen und wiesen positive Zusammenhänge zwischen Gewaltmedienkonsum, Ärger und Aggression nach (vgl. Anderson et al. 2010; Anderson

et al. 2017; Bushman/Huesmann 2006). Übertragen auf das True Crime-Genre könnte dies bedeuten, dass der wiederholte Konsum von Geschichten realer Gewalt eine ähnliche Wirkung entfaltet, wie im „General Aggression Model“ beschrieben, und diese womöglich aufgrund einer intensiveren emotionalen Beteiligung an echten Geschehnissen verstärkt zu Tage tritt (vgl. Chadee et al. 2019; Perchtold-Stefan 2025).

In Querschnittstudien zeigt sich zunächst ein ähnliches Bild wie für Angst vor Verbrechen: True Crime-Konsum steht in positivem Zusammenhang mit selbstberichteter Aggressivität ( $r = .25$ ,  $p < .001$ , vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024a), was das „General Aggression Model“ zunächst zu bestätigen scheint. Doch auch hier müssen mangels eines klaren Ursache-Wirkungs-Zusammenhangs beide Wirkungsrichtungen in Betracht gezogen werden: Die ständige Exposition zu realen Gewaltdarstellungen in True Crime könnte Aggression in Konsumentinnen und Konsumenten steigern, oder höhere Aggressionswerte könnten Menschen dazu motivieren, sich mit aggressionsgeladenen Umwelten auseinanderzusetzen. Aber um welche Art von Aggression geht es hier überhaupt? Analysiert man die Subfacetten des angewandten Buss und Perry-Aggressionsfragebogens (vgl. Buss/Perry 1992), zeigen sich zwischen physischer und verbaler Aggression und True Crime-Konsum praktisch keine relevanten Zusammenhänge ( $r$  physisch =  $.11$ ,  $p < .05$ ;  $r$  verbal =  $.12$ ,  $p < .05$ ). Einzig die Facetten Feindseligkeit ( $r = .24$ ,  $p < .001$ ) und Ärger ( $r = .23$ ,  $p < .001$ ) korrelieren etwas substantieller mit True Crime-Konsum, aber auch hier sind die Effekte klein. Betrachtet man im Gruppenvergleich die Mittelwerte von True Crime-Fans und Nicht-Fans, erreichen True Crime-Fans bei einem möglichen Maximalwert von 48 Punkten einen durchschnittlichen Aggressionswert von  $M = 21.06$  ( $SD = 5.10$ ), Nicht-Fans einen

Quelle: Perchtold-Stefan (eig. Darstellung)



**Abb. 4: True Crime-Konsum und selbstberichtete Aggressivität**  
 Links: Korrelationsmatrix von True Crime-Konsum und Aggressionswerten. Dunklere Felder zeigen höhere Zusammenhänge an; rechts: Gruppenvergleich in Aggressivität zwischen „True Crime-Fans“ und „Nicht-Fans“. True Crime-Fans berichten im Durchschnitt eine etwas höhere Aggressivität als „Nicht-Fans“ ( $F_{1,306} = 9.35$ ,  $p < .001$ ; kontrolliert für Geschlecht, Alter und Bildung) – beide Gruppen liegen aber im unteren Bereich der Aggressionsverteilung.

Wert von  $M = 18.87$  ( $SD = 4.51$ ). Beide Gruppen befinden sich somit in den unteren 50% der Aggressionsverteilung und liegen damit auch unter den durchschnittlichen Aggressionswerten von deutschen Normstichproben (vgl. Werner/von Collani 2014). Abbildung 4 zeigt links Zusammenhänge zwischen True Crime-Konsum und Aggressionswerten und rechts Gruppenvergleiche in der Aggressivität zwischen „True Crime-Fans“ und „Nicht-Fans“.

Diese Zahlen werfen die Frage auf, ob True Crime-Konsumentinnen und -Konsumenten (der Großteil davon weiblich) auch nur annähernd als aggressiv und damit als potenziell gefährlich gelten können. Hier soll nicht der Eindruck entstehen, dass existierende empirische Zusammenhänge zwischen True Crime-Konsum und Aggressivität bagatellisiert werden. Vielmehr geht es in Anbetracht medialer Diskurse über durch True Crime inspirierte Nachahmungstaten<sup>6</sup> darum, voreiligen Spekulationen vorzubeugen, dass True Crime-Konsum einen direkten Effekt auf Gewaltbereitschaft oder Umsetzung der konsumierten Inhalte hat. Analysen von

50 global bekannt gewordenen Nachahmungstaten (engl. copycat crimes), die vermeintlich von Medien inspiriert wurden, deuten jedenfalls nicht daraufhin, dass von „wahrer“ Kriminalitätsberichterstattung ein stärkeres Nachahmungspotenzial ausgeht als von fiktiven (Gewalt)Medien (vgl. Helfgott 2015). Gleichzeitig wird sowohl von kriminologischen Studien zu Nachahmungstaten als auch psychologischen Studien zur Wirkung von Gewaltmedien die absolute Notwendigkeit der Betrachtung personenbezogener, interindividueller Faktoren betont. So werden Zusammenhänge zwischen Gewaltmedienkonsum und Aggression deutlich abgeschwächt oder verschwinden sogar gänzlich, wenn individuelle Merkmale wie grundlegende Aggressionsbereitschaft, antisoziale Persönlichkeit, Missbrauch in der Kindheit, Substanzmissbrauch oder soziale Isolation berücksichtigt werden (vgl. Elson/Ferguson 2014; Ferguson et al. 2015). Eine weitere Studie des Forschungsschwerpunkts True Crime Graz untersuchte in einem stark abstrahierten, experimentellen Setting einen möglichen

Nachahmungseffekt durch True Crime, in dem Personen in einem psychologischen Test möglichst kreative Ideen entwickeln mussten, um anderen Schaden zuzufügen (vgl. Perchtold-Stefan 2025). Personen mit hohem True Crime-Konsum schnitten dabei nicht besser ab – im Gegenteil. Je mehr True Crime konsumiert wurde, desto weniger wurde das eigene kreative Potenzial dazu genutzt, anderen körperlich, finanziell oder psychisch zu schaden. In Anbetracht der am stärksten befürworteten Motive für True Crime-Konsum, bei denen auch Gerechtigkeitssinn auf Platz 6 und Empathie mit Opfern auf Platz 8 rangieren, ist es also denkbar, dass True Crime-Narrative für das Leid anderer und für die drastischen Auswirkungen von Gewalt sensibilisieren und somit eigene Ideen zur Schädigung anderer hemmen könnten (vgl. ebd.). Dies muss jedoch zwingend in weiteren empirischen Studien überprüft werden, welche die potenziell gewaltfördernde oder sogar hemmende Wirkung von True Crime-Inhalten in Wechselwirkung mit individuellen Dispositionen untersuchen. Mögliche neue Ansätze sind hier sowohl weitere Tagebuchstudien zu True Crime-Konsum und Aggressivität im Alltag als auch in der modernen Medienforschung gebräuchliche Abstinenzinterventionen, bei denen die Auswirkung von sozialen Medien oder Gewaltmedienabstinenz auf Verhalten überprüft wird.

### 3. CONCLUSIO

Im digitalen Zeitalter scheint die Frage immer relevanter, wie unterschiedliche Formen der Mediennutzung (soziale Medien, Streaming, Smartphones, Gaming-Plattformen oder virtuelle Realität) unsere Kognitionen, unsere Emotionen und unser Verhalten beeinflussen. Ungeachtet der Einschätzung des modernen True Crime-Genres als gewalthaltiges Unterhaltungsmedium oder als Reflexion des mensch-

lichen Bedürfnisses, sich auf extreme Eventualitäten vorzubereiten, True Crime-Inhalte werden so umfassend konsumiert, dass sie psychologisch und gesellschaftlich relevant sind. Erste Studien des Forschungsschwerpunkts True Crime Graz legen nahe, dass der Konsum von Medien-narrationen wahrer Verbrechen sowohl mit Angst vor Verbrechen und persönlichem Sicherheitserleben im Alltag als auch mit Aggression und Emotionsregulation zusammenhängt (vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024a; Perchtold-Stefan 2025). Konkrete Ursache-Wirkungs-Beziehungen müssen allerdings von weiterführender Forschung geklärt werden. Als fortgeschrittene Methode bieten sich hier Längsschnittstudien an, die Personen mit einem unterschiedlichen Ausmaß an True Crime-Konsum über Monate oder Jahre begleiten, um so tatsächliche längerfristige Veränderungen in Erleben und Verhalten sichtbar zu machen. Auch eine umfassendere neurowissenschaftliche Betrachtung der Auswirkung von True Crime-Konsum auf Struktur und Funktionsweise des Gehirns könnte eine objektivere Perspektive auf True Crime-Folgen liefern, z.B. unter Betrachtung der Reaktivität des Furchnetzwerks oder empathischer Prozesse (vgl. Perchtold-Stefan et al. 2024b). Eine intensivere Betrachtung von True Crime-Motiven ist ebenfalls erforderlich. Obwohl es verlockend ist, bestimmte Motive für True Crime-Konsum (wie das Interesse an gesellschaftlichen Problemen, Gerechtigkeitssinn, Empathie) als positiver und adaptiver einzuordnen als andere (Spannung, sozialer Abwärtsvergleich, Interesse an Gewalt), bleibt die Frage offen, ob aus grundsätzlich bewältigungsorientierten Motiven, wie der Defensiven Vigilanz, dennoch negative Konsequenzen resultieren können. Dies scheint besonders für die Angst, Opfer von Verbrechen zu werden – und deren negativen Zusammenhang

mit Lebensqualität – relevant. So legen narrative Literaturarbeiten nahe, dass in True Crime-Medien sowohl bestimmte Opfergruppen (Frauen, Kinder) als auch Tätertypen (charismatische Serienmörder, Menschen mit psychischen Erkrankungen) stark überrepräsentiert sind, was entsprechende Risikowahrnehmungen und gegebenenfalls auch Stigmatisierung vermeintlich gefährlicher Gruppen im Alltag erhöhen könnte (vgl. Rosenberger et al. 2023). Auch die Frage, ob True Crime aufgrund seiner oft vereinfachten und dramatisierten Darstellungen die Erwartungen an die Aussagekraft forensischer Beweise und an die Geschwindigkeit und Effektivität polizeilicher Ermittlungen und Gerichtsprozesse verzerren könnte, steht im Raum (vgl. CSI-Effekt). Dem ist allerdings entgegenzuhalten, dass viele True Crime-Formate besonderen Fokus auf eine realitätsgetreue Darstellung von Ermittlungsarbeiten und Strafverfolgung legen und somit unter Umständen zu einem differenzierteren Verständnis der Komplexität von kriminalpolizeilichen und justiziellen Prozessen beitragen könnten. Zukünftige Studien könnten diesbezüglich Zusammenhänge zwischen True Crime-Konsum und tatsächlichem Wissen über Organe und Möglichkeiten der Strafverfolgung (d.h. Polizei- und Justizkompetenz auf nationaler und internationaler Ebene) prüfen, um entsprechende Effekte abzuschätzen. In diesem Rahmen kann auch darüber spekuliert werden, ob in Anbetracht der hohen Befürwortung des True Crime-Motivs „Interesse an Justiz und Polizeiarbeit“ in True Crime-Formaten edukatives Potenzial liegt, das staatliche Organe nutzen könnten. So wäre es denkbar, dass Institutionen wie Polizei oder Justiz – ohne ihre Funktion

zu kompromittieren – diese mediale Aufmerksamkeit für ihre Arbeit nutzen, um transparent ein breiteres Verständnis für die komplexen Abläufe rechtsstaatlicher Ermittlungen zu fördern. In Zeiten, in denen öffentliches Vertrauen in staatliche Institutionen sinkt (vgl. Edelman-Trust-Barometer 2025) könnte durch diese gezielte Öffentlichkeitsarbeit sowohl die gesellschaftliche Akzeptanz für komplexe und schwierige Ermittlungsprozesse als auch die Kooperationsbereitschaft der Bevölkerung erhöht werden und Vertrauensstärkung gegenüber Polizei und Justiz stattfinden. Gleichwohl muss hier kritisch angemerkt werden, dass dieses vermutete edukative Potenzial von True Crime von vielen kritischen Faktoren abhängt und einer äußerst sensiblen Kommunikationsstrategie bedarf, die nicht nur rechtsstaatlich, sondern auch technisch und ethisch reflektiert sein muss.

Der vorliegende Beitrag soll verdeutlichen, dass die Wirkungsbreite aktueller Forschung zu True Crime-Konsum über individuelle Medienpräferenzen hinausreicht und neben Erkenntnissen über Motive und psychologische Auswirkungen mit weiterführenden Untersuchungen auch Relevanz für Polizei- und Rechtswissenschaften, Public Health sowie (digitale) Sicherheitskommunikation und juristische Öffentlichkeitsarbeit haben könnte. Die Herausforderung für zukünftige systematische Untersuchungen liegt darin, spezifische Effekte von True Crime-Konsumdauer, -Konsummotiven sowie -Inhalten und deren Gewalthaltigkeit in Wechselwirkung mit individuellen Personenmerkmalen zu analysieren, um aufzuklären, welche Aspekte von True Crime welche mögliche Wirkung entfalten.

<sup>1</sup> Zu den beliebtesten True Crime-Streaming-Sendungen der letzten Jahre zählen die Dokumentationen „Making a Murderer“, „Ted Bundy: Selbstportrait eines Serienmörders“ oder „Monster: Die Geschichte von Jeffrey Dahmer“, während im deutschsprachigen Raum Podcasts wie „Mord auf EX“, „Mordlust“, oder „Bayern 3 True Crime“ zu den meistkonsumierten Podcasts zählen (Stand: Mai 2025).

<sup>2</sup> Der Autorin ist bewusst, dass auch in diversen True Crime-Sendungen Realität und Fiktion miteinander vermischt werden und der Wahrheitsgehalt von als „True Crime“ deklarierten Inhalten aufgrund der dramaturgischen Aufbereitung abweichen kann.

<sup>3</sup> Fördercall UFO: Unkonventionelle Forschung, Land Steiermark (2022), Online: <https://www.wissenschaft.steiermark.at/cms/beitrag/12871433/144544138/> (30.07.2025).

<sup>4</sup> Alle Befragungen wurden mit anonymen Online-Tools durchgeführt. Personen bearbeiten die Fragebögen in dem Wissen, das von ihren Antworten nicht auf die eigene Identität geschlossen werden kann. Obwohl soziale Erwünschtheit bei psychologischen Befragungen nie ganz ausgeschlossen werden kann, scheint es vor dem Hintergrund der Anonymität der Umfrage unwahrscheinlich, dass Personen ihre wahren Motive für True Crime-Konsum systematisch verschleiern.

<sup>5</sup> Das Motiv „sexuelle Attraktivität von Straftätern“ kann der Paraphilie „Hybristophilie“ zugeordnet werden, bei der ein sexuelles Interesse an Personen besteht, die schwere Straftaten begangen haben (z.B. Sexualverbrecher, Serienmörder) und von der meist Frauen betroffen sind. Obwohl es keine offiziellen Prävalenzschätzungen zu Hybristophilie in der Allgemeinbevölkerung gibt, wird diese als sehr selten eingestuft. So geben nur 6,4 % der Befragten einer Studie aus 2022 an, öfter (mehr als 10 x im Leben) hybristophile Fantasien gehabt zu haben (vgl. mit 27,1 % Masochismus und 21,1 % Sadismus, Longpré et al. 2022).

<sup>6</sup> Im Mai 2023 tötet die 23-jährige Südkoreanerin Jung Yoo-jung eine andere Frau aus „reiner

Neugierde“. In Presseberichten gilt ihre Besessenheit von True Crime als Motiv für die Tat, da sie einen perfekten Mord begehen wollte, Online: <https://www.bbc.com/news/world-asia-67517532>; <https://nypost.com/2023/06/06/woman-obsessed-with-crime-shows-books-killed-out-of-curiosity-about-murder/> (30.07.2025). Medial löst dies eine Diskussion zum Gefahrenpotenzial von True Crime-Medien aus.

### Quellenangaben

Andersen, Kim et al. (2024). *The scary world syndrome: News orientations, negativity bias, and the cultivation of anxiety*, *Mass Communication and Society*, 27 (3), 502–524, Online: <https://doi.org/10.1080/15205436.2023.2297829> (25.04.2025).

Andersen, Marc M. et al. (2020). *Playing with fear: A field study in recreational horror*. *Psychological Science*, 31 (12), 1497–1510, Online: <https://doi.org/10.1177/0956797620972116> (23.06.2025).

Anderson, Craig A. et al. (2010). *Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in Eastern and Western countries: A meta-analytic review*, *Psychological Bulletin*, 136 (2), 151–173, Online: <https://doi.org/10.1037/a0018251> (25.04.2025).

Anderson, Craig A. et al. (2017). *Media violence and other aggression risk factors in seven nations*, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43 (7), 986–998. Online: <https://doi.org/10.1177/0146167217703064> (25.04.2025).

Anderson, Craig A./Bushman, Brad J. (2018). *Media violence and the general aggression model*, *Journal of Social Issues*, 74 (2), 386–413, Online: <https://doi.org/10.1111/josi.12275> (25.04.2025).

Al-Shawaf, Laith et al. (2018). *Sex differences in disgust: Why are women more easily disgusted than men?*, *Emotion Review*, 10 (2), 149–160, Online: <https://doi.org/10.1177/1754073917709940> (25.04.2025).

Alfaro-Beracoechea, Laura et al. (2018). *Effects of fear of crime on subjective well-being: A meta-analytic review*, *European Journal of Psy-*

- chology Applied to Legal Context, 10 (2), 89–96. Online: <https://doi.org/10.5093/ejpalc2018a9> (25.04.2025).
- Allen, Johnie J. et al. (2018). The general aggression model, *Current Opinion in Psychology* (19), 75–80, Online: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2017.03.034> (25.04.2025).
- Boling, Kelli/Hull, Kevin (2018). Undisclosed information—serial is my favorite murder: examining motivations in the true crime podcast audience, *Journal of Radio & Audio Media*, 25 (1), 92–108, Online: <https://doi.org/10.1080/19376529.2017.1370714> (25.04.2025).
- Bushman, Brad J./Huesmann, L. Rowell (2006). Short-term and long-term effects of violent media on aggression in children and adults, *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 160 (4), 348–352. Online: <https://www.doi.org/10.1001/archpedi.160.4.348> (25.04.2025).
- Busselle, Rick/Van den Bulck, Jan (2019). Cultivation theory, media, stories, processes, and reality, in: Oliver, Mary Beth et al. (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*, 4<sup>th</sup> edn, New York, 69–82, Online: <https://doi.org/10.4324/9780429491146-5> (25.04.2025).
- Chadee, Derek et al. (2019). Murder she watched: Does watching news or fictional media cultivate fear of crime?, *Psychology of Popular Media Culture*, 8 (2), 125, Online: <https://doi.org/10.1037/ppm0000158> (25.04.2025).
- Durham III, Alexis M. et al. (1995). Images of crime and justice: Murder and the “true crime” genre, *Journal of Criminal Justice*, 23 (2), 143–152, Online: [https://doi.org/10.1016/0047-2352\(95\)00002-8](https://doi.org/10.1016/0047-2352(95)00002-8) (25.04.2025).
- Edelman Trust Institute (2025). *Edelman Trust Barometer: Trust and the Crisis of Grievance, German Report*, Online: <https://www.edelman.com/trust/2025/trust-barometer> (25.04.2025).
- Edison Research (2024). *The True Crime Consumer Report*, 12.09.2024, Online: <https://www.edisonresearch.com/the-true-crime-consumer-report-by-edison-research-and-audiochuck/> (26.04.2025).
- Elliot, Andrew J. (2006). The hierarchical model of approach-avoidance motivation, *Motivation and emotion* (30), 111–116, Online: <https://doi.org/10.1007/s11031-006-9028-7> (25.04.2025).
- Elson, Malte/Ferguson, Christopher J. (2014). Twenty-five years of research on violence in digital games and aggression, *European Psychologist* (19), 33–46. Online: <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000147> (25.04.2025).
- Ferguson, Christopher J. (2015). Do angry birds make for angry children? A meta-analysis of video game influences on children’s and adolescents’ aggression, mental health, prosocial behavior, and academic performance, *Perspectives on Psychological Science*, 10 (5), 646–666, Online: <https://doi.org/10.1177/1745691615592234> (25.04.2025).
- Fox, Kathleen A. et al. (2009). Gender, crime victimization and fear of crime, *Security Journal*, 22, 24–39. Online: <https://doi.org/10.1057/sj.2008.13> (25.04.2025).
- Gerbner, George (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 1 (3–4), 175–194, Online: <https://doi.org/10.1080/15205436.1998.9677855> (25.04.2025).
- Greenwood, Dara N./Long, Christopher R. (2009). Mood specific media use and emotion regulation: Patterns and individual differences, *Personality and Individual Differences*, 46 (5–6), 616–621, Online: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2009.01.002> (25.04.2025).
- Helgott, Jacqueline. B. (2015). Criminal behavior and the copycat effect: Literature review and theoretical framework for empirical investigation, *Aggression and Violent Behavior* (22), 46–64. Online: <https://doi.org/10.1016/j.avb.2015.02.002> (25.04.2025).
- Hermann, Erik et al. (2023). Cultivation and social media: A meta-analysis, *New Media & Society*, 25 (9), 2492–2511, Online: <https://doi.org/10.1177/14614448231180257> (25.04.2025).
- Kort-Butler, Lisa A./Hartshorn, Kelly J. Sittner (2011). Watching the detectives: Crime programming, fear of crime, and attitudes about the criminal justice system, *The Sociological Quarterly*, 52 (1), 36–55, Online: <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.2010.01191.x> (25.04.2025).
- Krcmar, Marina/Kean, Linda Godbold (2005).

- Uses and gratifications of media violence: Personality correlates of viewing and liking violent genres, Media Psychology, 7 (4), 399–420, Online: [https://doi.org/10.1207/S1532785X-MEP0704\\_5](https://doi.org/10.1207/S1532785X-MEP0704_5) (25.04.2025).*
- Lachlan, Kenneth A. et al. (2021). *Need for cognition and rumination: Alternate explanations for sex differences in disaster information seeking, Progress in Disaster Science (11), 100180, Online: <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2021.100180> (25.04.2025).*
- Lloyd's Register Foundation (2024). *World Risk Poll Report 2024, 15.11.2024, Online: <https://www.lrfoundation.org.uk/wrp> (29.04.2025).*
- Longpré, Nicholas et al. (2022). *The impact of childhood trauma, personality, and sexuality on the development of paraphilias, Journal of Criminal Justice (82), 101981, Online: <https://doi.org/10.1016/j.jcrimjus.2022.101981> (25.04.2025).*
- Martin, G. Neil (2019). *(Why) do you like scary movies? A review of the empirical research on psychological responses to horror films, Frontiers in Psychology (10), 2298, Online: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02298> (25.04.2025).*
- McDonald, Melissa M. et al. (2021). *True crime consumption as defensive vigilance: psychological mechanisms of a rape avoidance system, Archives of Sexual Behavior, 50 (5), 2085–2108, Online: <https://doi.org/10.1007/s10508-021-01990-1> (25.04.2025).*
- Oosterwijk, Suzanne (2017). *Choosing the negative: A behavioral demonstration of morbid curiosity, PLoS one, 12 (7), e0178399, Online: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0178399> (25.04.2025).*
- Perchtold-Stefan, Corinna et al. (2024a). *Out of the Dark – Psychological Perspectives on People's Fascination with True Crime, Online: <https://doi.org/10.31219/osf.io/uv7he> (25.04.2025).*
- Perchtold-Stefan, Corinna et al. (2024b). *What do morbidly curious brains look like? An fMRI resting-state analysis of general morbid curiosity and people's fascination for true crime, Konferenzvortrag, Belfast, Nordirland.*
- Perchtold-Stefan, Corinna (2025). *Die menschliche Faszination für das Böse – über die Psychologie rund um True Crime-Konsum, Vortrag im Rahmen der Steirischen Gesellschaft für Psychologie, Graz, Österreich, Online: [https://www.researchgate.net/publication/393692649\\_Die\\_menschliche\\_Faszination\\_fur\\_das\\_Bose\\_-\\_uber\\_die\\_Psychologie\\_rund\\_um\\_True\\_Crime\\_Konsum](https://www.researchgate.net/publication/393692649_Die_menschliche_Faszination_fur_das_Bose_-_uber_die_Psychologie_rund_um_True_Crime_Konsum) (15.07.2025).*
- Rader, Nicole E. (2020). *Physical health, mental health, and fear of crime among college students: A consideration of sex differences, Violence Against Women, 26 (1), 3–23. Online: <https://doi.org/10.1177/1077801219826749> (25.04.2025).*
- Rochat, Magali Jane (2023). *Sex and gender differences in the development of empathy, Journal of neuroscience research, 101 (5), 718–729, Online: <https://doi.org/10.1002/jnr.25009> (25.04.2025).*
- Romer, Daniel/Jamieson, Patrick (2014). *Violence in popular US prime time TV dramas and the cultivation of fear: A time series analysis, Media and Communication, 2 (2), 31–41, Online: <https://doi.org/10.17645/mac.v2i2.8> (25.04.2025).*
- Romer, Daniel et al. (2014). *Cultivation theory: Its history, current status, and future directions. The handbook of media and mass communication theory, 115–136, Online: <https://doi.org/10.1002/9781118591178.ch7> (25.04.2025).*
- Rosenberger, Jared S. et al. (2023). *Media consumption and fear of crime: evidence of the need for an intersectional approach, Victims & Offenders, 18 (4), 691–714, Online: <https://doi.org/10.1080/15564886.2021.1991069> (25.04.2025).*
- Schweitzer, N. J./Saks, Michael J. (2007). *The CSI effect: Popular fiction about forensic science affects the public's expectations about real forensic science, Jurimetrics, 357–364, Online: <https://www.jstor.org/stable/29762978> (25.04.2025).*
- Scrivner, Coltan (2021). *The psychology of morbid curiosity: Development and initial validation of the morbid curiosity scale, Personality and Individual Differences (183), 111139, Online: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111139> (25.04.2025).*

- Scrivner, Coltan et al. (2021). *Pandemic practice: Horror fans and morbidly curious individuals are more psychologically resilient during the COVID-19 pandemic*, *Personality and Individual Differences* (168), 110397, Online: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110397> (25.04.2025).
- Sharot, Tali/Sunstein, Cass R. (2020). *How people decide what they want to know*, *Nature Human Behaviour*, 4 (1), 14–19, Online: <https://doi.org/10.1038/s41562-019-0793-1> (25.04.2025).
- Shearer, Elisa et al. (2023). *Podcasts as a source of news and information*, 18.04.2023, Online: <https://www.pewresearch.org/journalism/2023/04/18/podcasts-as-a-source-of-news-and-information/> (29.04.2025).
- Shi, Luzi et al. (2019). *Media consumption and crime trend perceptions: a longitudinal analysis*, *Deviant Behavior*, 40 (12), 1480–1492. Online: <https://doi.org/10.1080/01639625.2018.1519129> (25.04.2025).
- Vicary, Amanda/Fraley, R. Chris (2010). *Captured by true crime: Why are women drawn to tales of rape, murder, and serial killers?*, *Social Psychological and Personality Science*, 1 (1), 81–86, Online: <https://doi.org/10.1177%2F1948550609355486> (25.04.2025).
- Werner, Ronny/von Collani, Gernot (2014). *Deutscher Aggressionsfragebogen [German Aggression Questionnaire]*, Online: <https://doi.org/10.6102/zis52> (29.04.2025).