

Hochschule Macromedia für angewandte Wissenschaften,
University of Applied Sciences

BACHELORARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades
Bachelor of Arts

Generationswandel und Digitalisierung- Eine Studie zum Medienverhalten von Digital Natives und Digital Immigrants

im Studiengang: **Management**
Studienrichtung: **Medien- und
Kommunikationsmanagement**

Erstprüfer:
Prof. Dr. Dominik Pietzcker

Vorgelegt von: Sarah Celine Akbari

Vorname Name: Sarah Celine Akbari

Matr.-Nr.: H-34567

Studiengang: Medienmanagement

Fachrichtung: Medien- und Kommunikationsmanagement

Hamburg, Juli 2018

Management Summary

Die Digitalisierung begleitet den Menschen nun schon seit langer Zeit und hat Einfluss auf jeden Bereich im Leben und auf die heutige Gesellschaft. Das Smartphone bestimmt den Alltag vieler Menschen und die Nutzung der sozialen Netzwerke sind ein Bestandteil der heutigen sozialen Interaktion. Die Generationen, die digitale Revolution miterlebt haben und diejenige die in die bereits bestehende digitale Gesellschaft reingeboren wurden, beschäftigt heutzutage viele Studien. Die Digital Natives, diejenige, die nach 1980 geboren wurden, haben die Welt der Digitalisierung seit früher Kindheit miterlebt. Für sie ist ein Umgang mit den mobilen Endgeräten natürlich und sie sind immer und ständig online. Eine Abgrenzung zwischen online und offline gibt es nicht mehr und das Smartphone hat sich in den Alltag der Digital Natives vollständig integriert. Doch was passiert mit den älteren Nutzern? Bleiben die sogenannten Digital Immigrants zwischen analoger und digitaler Welt auf der Strecke oder passen sie sich den Medienverhalten der Digital Natives an? Die Forschung dieser Abschlussarbeit beschäftigt sich, mit dem qualitativen Ansatz dieses gesellschaftlichen Sachverhaltes. Sie soll aufdecken, in wie weit sich das Mediennutzungsverhalten im Detail zwischen den beiden Gruppen unterscheiden. Hierfür wurden zwei Forschungsansätze der qualitativen empirischen Forschung ausgewählt. Es wurden fünf Interviewpartner, die nach 1980 geboren wurden und somit laut der Definition als Digital Natives beschrieben werden können, ausgewählt. Um einen Vergleich ziehen zu können, wurden ebenfalls fünf Personen akquiriert, die vor 1980 geboren wurden. Beide Gruppen wurden mit Hilfe eines Leitfadenterviews zu ihrem Medienverhalten befragt. Diese Erkenntnisse des Mediennutzungsverhalten wurden zusammengefasst und mit Hilfe eines Kategorie-Systems analysiert und miteinander verglichen. Der zweite qualitative Forschungsansatz, das Experteninterview, diente anschließend dazu, die Ergebnisse der Interviews mit dem Wissen des Experten Michael Haller abzugleichen zu können. Als Kernergebnisse dieser Arbeit gehen hervor, dass sich das Smartphone immer mehr in den Alltag der Menschen integriert hat und teilweise nicht mehr wegzudenken ist. Je jünger die Personen werden, desto intensiver ist auch ihr Mediennutzungsverhalten. Die Jüngsten dieser Gesellschaft, haben das intensivste Medienverhalten im Hinblick auf die sozialen Medien. Das Smartphone hat sich vollständig in den Alltag der Digital Natives integriert und eine Differenzierung zwischen realer und digitaler Welt besteht nicht mehr. Doch auch die älteren Befragten haben sich ein intensiveres Nutzungsverhalten angeeignet und die digitale Alterskluft, die die Gesellschaft vor einigen Jahren noch getrennt hat, verringert sich zunehmend.

Abstract

Digitalization has accompanied people for a long time now and has an influence on every aspect of life and on today's society. The smartphone determines the everyday life of many people and the use of social networks is a component of today's social interaction. The generations that have witnessed the digital revolution and those who have been reincarnated into the existing digital society are engaged in many studies today. The Digital Natives, those who were born after 1980 and have thus experienced the world of digitalization since early childhood. For them, handling the mobile devices is natural and they are always and constantly online. There is no longer a distinction between online and offline and the smartphone has become fully integrated into the everyday life of digital natives. But what happens to older users? Do digital immigrants fall by the wayside between the analogue and digital worlds or do they adapt to the media behaviour of digital natives? The research of this thesis deals with the qualitative approach of this social issue. It should reveal to what extent the media usage behavior differs in detail between the two groups. Two research approaches were selected as a qualitative research approach for this purpose. Initially, five interview partners were selected who were born after 1980 and can therefore be defined as digital natives. In order to draw a comparison, five people born before 1980 were interviewed for a guideline interview on their media behaviour. These findings of media usage behavior were summarized and analysed and compared with each other with the help of a category system. The second qualitative research approach, the expert interview, then served to compare the results of the interviews with the knowledge of expert Haller. The core results of this work shows that the smartphone has become more and more integrated into people's everyday lives and has become indispensable in some cases. The younger people become, the more intensive their media usage behavior. The youngest of this society, has the most intense media behavior in terms of social media. The smartphone has become fully integrated into the everyday life of the digital natives and there is no longer any differentiation between the real and digital world. However, older respondents have also adopted a more intensive use behaviour and the digital age gap, which separated society a few years ago, is increasingly narrowing.

Schlüsselbegriffe

Mediennutzungsverhalten

Generationen

Digitale Kluft

Soziale Medien

Digitalisierung

Key Words

Media consumption habits

Generations

Digital Divide

Social Media

Digitalization

Inhaltsverzeichnis

I. Abbildungsverzeichnis	i
II. Tabellenverzeichnis	ii
III. Abkürzungsverzeichnis.....	iii
1 Einleitung.....	1
2 Begriffserklärungen und Abgrenzung.....	2
2.1 Der Digital Native	2
2.2 Der Digital Immigrant	4
2.3 Die Generationen.....	5
2.3.1 Babyboomer.....	6
2.3.2 Generation X.....	7
2.3.3 Generation Y.....	8
2.3.4 Generation Z	10
2.4 Digital Divide	11
3 Forschungsfrage und Hypothesen	11
4 Forschungsmethoden.....	12
4.1 Einführung in die qualitative Forschungsmethode.....	12
4.2 Forschungsmethode I: Zehn halbstandardisierte Interviews	13
4.2.1 Durchführung der Erhebungsmethode I.....	14
4.2.2 Ein Interview durchführen	16
4.2.3 Qualitative Inhaltsanalyse.....	16
4.2.4 Ergebnisse der Erhebungsmethode I.....	17
4.3 Forschungsmethode II: Das Experteninterview	27
4.3.1 Feldzugang.....	28
4.3.2 Planung und Durchführung des Experteninterviews	28
4.3.3 Zusammenfassung des Experteninterviews	29
5 Hypothesenüberprüfung: Praxis und Theorie	30
6 Beantwortung der Fragestellung.....	35
III. Literaturverzeichnis.....	iii
IV. Anhang	viii

I. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Darstellung der Internetnutzung im Vergleich von 2015 bis 2017 (Häufigkeit in %). (ARD/ZDF Onlinestudie 2016-2017; nach Koch & Frees, 2017, S.437)	5
Abbildung 2: Tägliche Nutzungsdauer des Internets nach Arten der Nutzung, 2017 (ADR/ZDF Onlinestudie 2017; nach Koch & Frees, 2017, S.439).....	9

II. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht der Generationen nach Jahrgängen zusammengefasst (Mangelsdorf, 2015, S.13).....	6
--	---

III. Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Aktual.	Aktualisiert
DI	Digital Immigrant
DN	Digital Native
f	folgend
ff.	fortfolgend
ggf.	Gegebenenfalls
Hrsg.	Herausgeber
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
PDF	Portable Document Format
s.	siehe
S.	Seite
Tab.	Tabelle
usw.	und so weiter
unv.	unverändert
Zit. nach	Zitiert nach

1 Einleitung

Die Digitalisierung verändert mehr und mehr unsere Welt und hat Einfluss auf alle Lebensbereiche. Nicht nur Technologien, sondern auch Kommunikationsprozesse und Verhaltensweisen verändern sich und haben Einfluss auf die privaten Bereiche des Lebens. Die Digitalisierung lässt sich nach seinem Wortsinn als Überführung von analogen Information zu digitalen Daten beschreiben (Schaar, 2015, S.43f.).

Digitale Prozesse begleiten uns überall hin, ob wir wollen oder nicht. Wo früher Nachrichten Monate, sogar Jahre brauchten, um bei dem Empfänger anzukommen, rasen die Informationsdaten heute in Sekundenbruchteilen rund um die Welt (Schaar, 2015, S.54).

Smartphones und andere elektronische Geräte scheinen mittlerweile für viele Menschen unverzichtbar zu sein (Schaar, 2015, S.43).

Noch nie war es so einfach wie heute zu kommunizieren und mittels Techniken, Daten auszutauschen und Informationen zu beschaffen. Verabredungen werden schnell über Instant-Messaging¹ abgeschlossen und Mails mühelos versendet und das alles über das Smartphone auf dem Heimweg in der Bahn.

Die ersten Anfänge eines Smartphone mit einer Computer-Funktionalität kamen mit dem *Nokia 9000 Communicator* 1996 auf, gefolgt von weiteren Geräten entwickelt von IBM und Blackberry. Der große Hype um die transportierbare Technologie kam dann jedoch erst mit dem ersten iPhone 2007 und brachte dadurch eine vereinfachte Kommunikation mit sich (Schönball & Wittlich, 2017). Dieser digitale Umbruch ist eine der grundlegendsten Veränderungen in der heutigen Gesellschaft und hat Einfluss auf unser soziales Leben (Tapscott, 1996, S.11). Auch ARD/ZDF Onlineumfrage befasst sich nun seit mehr als 20 Jahre mit der Mediennutzung der verschiedenen Alterskohorten in Deutschland. Seit 1997 zeigt die Forschung auf, wie relevant das Thema der Mediennutzung der Generationen ist, welchen Einfluss es auf die Gesellschaft hat und wieweit sich diese in den letzten 20 Jahren verändert hat. Im Zuge des Medienverhaltens der jungen Generation, prägt der Begriff der Digital Natives seit einigen Jahren die Diskussionen. Die sogenannten „Digital Natives“ sind mit dem digitalen Fortschritt aufgewachsen und können sich schneller dem Wandel anpassen. Doch was passiert mit den vorläufigen Generationen, die noch einen großen Teil des Arbeitsmarktes ausmachen und mit dem schnellen digitalen Wandel überfordert sein

¹ Instant Messaging ist ein sofortiger Datenaustausch und ermöglicht es den Nutzern in Echtzeit, mittels einer Software, mit anderen Teilnehmern online zu kommunizieren. Diese Kommunikation kann auf dem PC oder dem Smartphone stattfinden (Aschermann, 2015).

könnten? Den sogenannten „Digital Immigrants“. Wie verhalten sie sich im Umgang mit den Medien und technischen Neuheiten?

Das Ziel dieser Arbeit ist die persönliche Einstellung der Befragten zu ihrem eigenen Medienverhalten aufzudecken und in einen Zusammenhang mit den Befragten aus anderen Alterskohorten zu stellen. Hierbei soll aufgedeckt werden, inwieweit sich das Alter und der frühe oder späte Medienkontakt auf das aktuelle Medienverhalten auswirkt.

2 Begriffserklärungen und Abgrenzung

2.1 Der Digital Native

Der Begriff *Digital Native*, was im Deutschen so viel bedeutet wie „digitaler Einheimischer“ oder „digitaler Ureinwohner“, ist vor allem in den letzten Jahren kontinuierlich verwendet worden.

Als Erster prägte Prensky den Begriff und beschreibt die Digital Natives als eine gesamte Generation, die in die digitale Welt hineingeboren wurden und dadurch mit dem Computer, mit Videospiele, Tablets² und Social Media aufgewachsen ist. Ihr Umgang mit eben diesen ist für viele selbstverständlich, da sie ständig einen Zugang zu digitalen Technologien hatten. Weiter sagt Prensky, dass die Digital Natives einen schnellen Informationsfluss gewohnt sind. Sie mögen parallellaufende Prozesse und leben von ständiger Belohnung und sofortiger Anerkennung (2001, S.1). Junge Menschen kommen schneller mit Technologien und neuen Medien in Kontakt und erfahren daher in ihrer Prägungsphase (der Kindheit und Jugend) eine umfangreiche Mediensozialisation (Peiser, 1996, S.31).

Digital Natives, im folgenden als DN bezeichnet, sind demzufolge junge Menschen, die mit dem Internet aufgewachsen sind und die dieses als Instrument und Werkzeug nutzen und nicht hinterfragen (Günther, 2007, S.42). Strukturell und äußerlich sind die DN von digitalen Medien geprägt (Schröder, 2012, S.9) und sie wissen wie man mit den Kommunikationsmitteln umzugehen hat (Gasser, 2010). Im Gegensatz zu den Digital Immigrants, fällt es den Digital Natives leichter, digitale Informationen zu verarbeiten (Prensky, 2001, S. 2; nach Frieling, 2010, S.31).

² Ein Tablet lässt sich ähnlich wie ein Smartphone bedienen, verfügt jedoch über einen größeren Bildschirm (Stein, 2015).

Jedoch werden die Begriffe der Millennials, Early Adopters³ und Generation Y in der Literatur vermischt und es entsteht Unklarheit über die Unterschiede und darüber, welche Rolle der Begriff des Digital Native dabei spielt.

Wird zunächst nur die Jahresabgrenzung als Kriterium für die Zuordnung zu den DN verwendet wird, dann zählen die nach 1980 geborenen Jahrgänge, zu den Digital Natives (Haller, 2015, S.23). Neben weiteren Beschreibungen wie „Generation Internet“ (Pilarczyk, 2001, S.11) oder „Net Generation“ (Tapscott, 1996), umschreibt die Begrifflichkeit Digital Native nicht direkt eine gesamte Generation, sondern ist vielmehr ein digitaler Zustand.

Demzufolge kann der Digital Native nicht nur im Zusammenhang mit der Generation Y betrachtet werden, sondern muss auch die Nachfolgegeneration, die Generation Z, miteinbeziehen (Meyer, 2016). Der Digital Native kann jedoch nicht nur anhand einer Alterskohorte definiert werden, denn Einflussfaktoren wie die Armut können dazu führen, dass Kinder und Jugendliche keinen selbstverständlichen Zugang zu der digitalen Welt haben (Meyer, 2016).

Die Begrifflichkeit Digital Native umfasst viel mehr eine Mediensozialisation (Frieling, 2010, S.32) und steht für einen soziokulturellen Wandel der nachmodernen Gesellschaft (Haller, 2015, S.20). Mediensozialisation umschreibt den Umgang der Menschen mit den Medien. Abhängig von dem Geburtsjahr, haben die Menschen unterschiedlich prägende Medien erlebt (Best & Engel, 2011, S.525). Heutzutage können Medien nicht mehr als tertiäre Sozialisationsinstanz beschrieben werden, sondern sie sind ein „Miterzieher“ und ein Teil der sozioökologischen Territorien (Süss, 2004, S.289). Man geht davon aus, dass die Affinität für bestimmte Medien von einer Kohorte entwickelt wird, die zu ihrer Zeit prägend war und diese Affinität auch behält (Peise, 1996, S.33). Demzufolge haben Menschen, die in die Digitalisierung reingeboren wurden, schnell den Umgang mit einer Vielzahl von Medieninhalten, technischen Geräten und Plattformen gelernt. Wo hingegen die Nachkriegsgeneration, als extremes Gegenbeispiel, mit Radio und Zeitungen aufgewachsen ist (Best & Engel, 2011, S.525). Dem DN wird nachgesagt, dass er sich neue Computerprogramme und Entwicklungen schneller aneignen kann, als der Digital Immigrant (Gasser & Palfrey, 2008, S. 6). Außerdem fällt Digital Natives der Umgang mit neuen digitalen Nutzeroberflächen leichter (Meyer, 2016). Sie verlassen sich bei Informationssuche auf das Internet (Gasser & Palfrey, 2008, S.7). Die Selbstverständlichkeit der Internetsuche kann darauf zurückgeführt werden, dass diese beiden Generationen (Y und

³ Early Adopters stammt ursprünglich aus dem englischen und bedeutet „Früh-Anwender“. Als Early Adopters werden Nutzer bezeichnet die als erstes neue Produkte annehmen oder Trends setzen (Duden, 2018).

Z) gerade in die Grundschule oder auf die weiterführende Schule gegangen sind, als beispielsweise Google an Beliebtheit gewann. Sie sind die Einfachheit und Direktheit der Informationsbeschaffung gewohnt (Meyer, 2016).

Zusammengefasst definiert Gasser die Digital Natives in einem Interview mit der Stuttgarter Zeitung 2009 folgendermaßen: *„Der Digital Native kann so hingehend definiert werden, dass er erstens nach 1980 geboren wurde, also in eine Welt hinein in der eine Selbstverständlichkeit im Umgang mit dem Internet, den Mobiltelefon und dem Computer oder Laptop besteht. Zweitens müssen sie Zugang zu den modernen Kommunikationsmitteln haben. [...] Das dritte Kriterium wird oft unterschätzt: Digital Natives müssen wissen, wie man mit Kommunikationsmitteln umgeht.“* (Gasser, 2009; nach Haller, 2015, S.28).

Digital Natives sind demzufolge ein kleiner Teil der Gesamtheit der Menschen dessen Verhalten den oben genannten Kriterien entspricht, „Die elitäre Gruppe der gut gebildeten jungen Menschen“ (Haller, 2015, S.27).

Auf Grund der Definition, wird im in den Kapiteln 2.3.3 und 2.3.4 die Genration Y und Z näher betrachtet.

2.2 Der Digital Immigrant

Den Digital Natives setzt Marc Prensky die Digital Immigrants gegenüber und umschreibt den Digital Immigrant als Menschen, der zunächst erlernen muss mit den Technologien umzugehen. Einige erlernen den Umgang schneller und sind im Umgang besser, andere dennoch haben mehr Probleme mit der Adaption und Akzeptanz der technologischen Entwicklungen der Gesellschaft (2001, S.2).

Im Allgemeinen sind Digital Immigrants, im Folgenden als DI bezeichnet, ältere Menschen, die die Entwicklung des Internets im Laufe ihres Lebens mitverfolgt haben. Der DI wurde vor 1980 geboren und kennt das Leben ohne Technologie, sozialen Medien und das Internet (Wolanin, 2017). Folglich mussten sie erst lernen mit dem Internet umzugehen und sich die Techniken aneignen (Günther, 2007, S.42). Prensky bezeichnet den Lernprozess wie das Erlernen einer Sprache: *“... the single biggest problem facing education today is that our Digital Immigrant instructors, who speak an outdated language (that of the pre-digital age), are struggling to teach a population that speaks an entirely new language.”* (2001, S.2).

Das Erlernen einer Sprache im höheren Alter wird von einem anderen Teil des Gehirns aufgenommen. Durch den späteren Kontakt, entsteht für Prensky ein „digitaler Akzent“, der bei manchen ausgeprägter ist als bei anderen (2001, S.2).

Die Zeitzeugen der Digitalisierung lassen sich in zwei Lager spalten: Die Internetoptimisten und die Internetskeptiker. Internetoptimisten sehen vor allem die Vorteile der neuen

Technologie. Die Skeptiker hingegen, heben überwiegend die dunklen Seiten der digitalen Revolution hervor (Schaar, 2015 S.66) und sehen ausschließlich Gefahren mit dem Internet auf sich zukommen, wie das Cyber Mobbing und die Online-Kriminalität (Gasser & Palfrey, 2008, S.9)

Im folgenden Verlauf der Arbeit, werden für die Digital Immigrants primär die Generationen Babyboomer und Generation X betrachtet. Um den Rahmen der empirischen Forschung einzuhalten, musste die Generationsbetrachtung minimiert werden.

Die Traditionalisten werden in dieser Arbeit nicht berücksichtigt, da die ARD/ZDF Onlinestudie bereits aufzeigt (s. Abb. 1), wie rasant die Mediennutzung der über 70-Jährigen abnimmt. Interessant ist die Betrachtung der Generationen die nun im Berufsleben aufeinandertreffen. Die Berufstätigen sind heutzutage damit konfrontiert, sich mit den neuen Technologien und den jungen Menschen und ihrem Medienverhalten auseinander zu setzen.

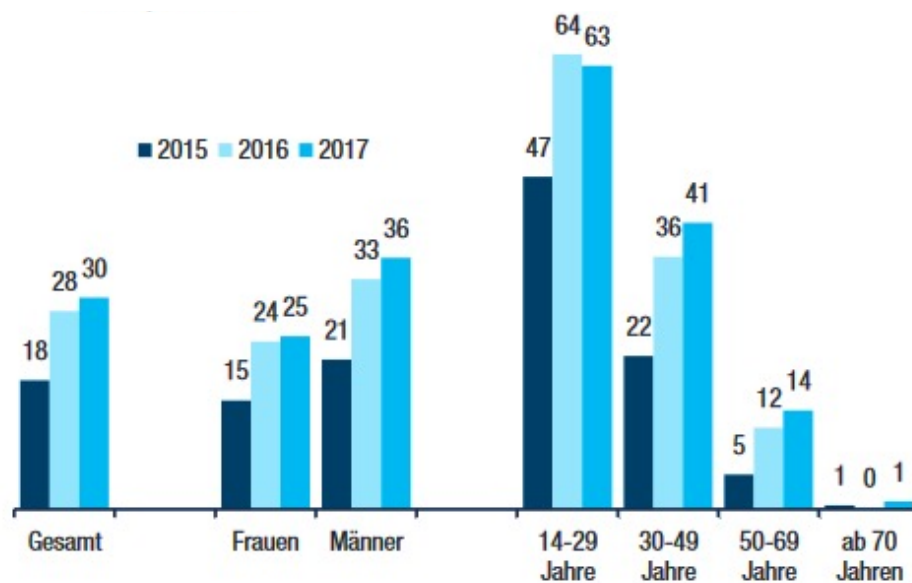


Abbildung 1: Darstellung der Internetnutzung im Vergleich von 2015 bis 2017 (Häufigkeit in %). (ARD/ZDF Onlinestudie 2016-2017; nach Koch & Frees, 2017, S.437)

2.3 Die Generationen

Nachdem nun die Begriffe Digital Native und Digital Immigrant näher erläutert wurden, werden anschließend die Generationen beschrieben, die für diese Forschung relevant und gleichzeitig, laut der Alterseingrenzung für die jeweilige Mediensozialisation, kompatibel sind.

Vorweg sollte festgehalten werden, was eine Generation ausmacht, wie sie definiert wird und wie Generationen voneinander differenziert werden können.

Eine Generation ist eine Gruppe von Menschen, die infolge einer gemeinsamen Prägung einer gemeinsamen Alterskohorte angehören. Sie weisen nachweisbar Ähnlichkeiten auf, da sie unter den gleichen oder ähnlichen ökonomischen und kulturellen Gegebenheiten aufgewachsen sind (Haller, 2015, S.22).

Diese Generationenbeschreibungen sind keine Realitäten, sondern viel mehr Konstrukte (Haller, 2015, S.23) oder eine gesellschaftliche Kohorte, die prägende, kollektive Ereignisse in Kindheit und Jugend teilen, wie zum Beispiel der zweite Weltkrieg (Klaffke, 2014, S.9). Die eigentliche Prägung einer Generation erfolgt demnach in der Kindheit und Jugend (Oertel, 2014, S.29). Weiterhin können Generationen durch eine gemeinsame Werteklammer charakterisiert werden (Klaffke, 2014, S.9).

Für die folgende Arbeit werden die Babyboomer, die Generation X sowie die Generation Y und Z näher betrachtet und dann in Digital Natives und Digital Immigrants unterteilt.

Die folgende Tabelle zeigt die Reihenfolge in der sich die Generationen nach Jahrgängen anordnen.

Tabelle 1: Übersicht der Generationen nach Jahrgängen zusammengefasst (Mangelsdorf, 2015, S.13).

Generationen in Deutschland	Geburtsjahre	Altersgruppen (Stand 2015)	Prägende Jahre
Babyboomer ca. 20,7 Mio.	1946–1964	51–69 Jahre	1957–1979
Generation X ca. 17,8 Mio.	1965–1979	36–50 Jahre	1976–1994
Generation Y ca. 14,8 Mio.	1980–1995	20–35 Jahre	1991–2010
Generation Z ca. 14,7 Mio.	1996–?	19 Jahre und jünger	2007–?

2.3.1 Babyboomer

Die Babyboomer sind geprägt von ihren Eltern, den Traditionalisten. Die Traditionalisten sind in einer Welt aufgewachsen, in der vor allem der Respekt vor der Autorität, Disziplin und Gehorsam die dominierenden Werte waren. Im Gegensatz zu der Jugend der Eltern, ist die der Babyboomer in den Nachkriegsjahren größtenteils von Optimismus und einem wachsenden Wohlstand geprägt. Neue Wirtschaftsformen und die sich entwickelnden

Bildungspolitik, ermöglichten vielen den Zugang zu Universitäten (Mangelsdorf, 2015, S.14).

Die Babyboomer, auch hier weichen die Jahreszahlen innerhalb der Fachliteratur voneinander ab, lassen sich auf die Jahre 1946 bis 1964 eingrenzen (Mangelsdorf, 2015, S.13). Der Name der Generation stammt aus einer Zeit, die wesentlich von einer großen Geburtenrate geprägt war. Den schlechten Jahren der Nachkriegszeit, folgen die Wirtschaftswunder und damit auch die Zuversicht der Leute. Diese „geburtsstarken Jahrgänge“ erreichte 1964 ihren Höhepunkt mit 1,3 Millionen Lebendgeborenen (Henk, 2013, S.1). Ein prägendes Ereignis der Babyboomer ist der Mauerbau 1961 und damit die Trennung zwischen West- und Ostdeutschland. Dieses Ereignis fällt zwar in die Kindheitsphase und die Babyboomer waren zu diesem Zeitpunkt noch im Kindergarten, jedoch war die Trennung selbst eine bestimmende Rahmenbedingung für die Sozialisationsphase und auch für den Beginn der Erwerbstätigkeit der Babyboomer (Oertel, 2014, S.31). Weiterhin ist die Generation, die heutigen 54 bis 72-Jährigen, geprägt vom deutschen Herbst 1977, dem Tod von John F. Kennedy (1963) und Martin Luther King (1968) und der Watergate-Affäre (1972-1974) (Pfeil, 2016, S.65).

Vor allem, ist die Selbstverwirklichung und eine idealistische Grundhaltung wichtig für die Babyboomer (Scholz, 2014, S. 38). Die Studienwahl dieser Generation fällt, besonders geprägt durch den Optimismus und die Gelassenheit, auf die Interessengebiete aus, denn der Arbeitsplatz schien sicher (Kenk, 2013, S.1). Die 60er Jahre der BRD wurden als Wirtschaftswunder bezeichnet, nach den schweren Jahren des zweiten Weltkriegs (Pfeil, 2016, S.65). Doch mit dem Berufseintritt dieser Generation in den 70er und 80er Jahren, schien genau dieses nicht der Fall zu sein (Henk, 2013, S.2). Diese Zeit war gesellschaftlich hauptsächlich gekennzeichnet durch die große ökonomische und ökologische Krise: hohe Arbeitslosigkeit, das politische Wettrüsten und die Ölkrise (Oertel, 2014, S.31).

Technologisch war die Babyboomer-Generation geprägt von der rasanten Entwicklung des Fernsehgerätes und dessen Verbreitung (Pfeil, 2016, S.66).

2.3.2 Generation X

Als Mitglieder der Generation X lassen sich Menschen beschreiben, die ab 1965 geboren wurden und die Generation schließt ab, mit dem Aufkommen der Generation Y, in dem Jahr 1980 (Oertel, 2014, S.28; Mangelsdorf, 2015, S.13). Im Gegensatz zu der Generation der Babyboomer, ist die Generation X diejenige, die am wenigstens Zeit mit Ihren Eltern verbracht hat. Häufig waren beide Elternteile berufstätig. Die Scheidungsrate stieg an und es gab immer mehr Patch-Work Familien. Prägende Ereignisse des Sozialisationsprozesses

dieser Generation waren vorwiegend der Mauerfall (1989) und die darauffolgende Wiedervereinigung Deutschlands (1990). Politisch war die Zeit geprägt von Helmut Kohl und seiner Schwarz-Gelben Koalition und dem Aufstieg der Partei „Die Grünen“, unter anderem als Reaktion auf die Tschernobyl-Katastrophe (1986). Weiterhin wird der Generation nachgesagt, dass sie mitunter eine pessimistische Grundhaltung hat (Pfeil, 2016, S.67).

Der Generation „Null-Bock“ brachte der TV-Sender MTV und die ersten Computerspiele Ablenkung. Die ersten Kassetten verdrängten die Schallplatten. Die zunehmend offenen Grenzen, eine wachsende Anzahl von Fernsehkanälen und die westliche Popkultur, brachten eine kulturelle Vielfalt in das Leben der Generation X (Mangelsdorf, 2015, S.16). Des Weiteren ist die junge Generation X geprägt von dem Terrorismus der RAF (Mangelsdorf, 2015, S.16). Auch die Weltwirtschaftskrise von 1987 (Beams, 2002) macht der Generation klar, dass der Wohlstand der elterlichen Generation für sie schwerer zu erreichen sein wird (Mangelsdorf, 2015, S.16) und bringt eine hohe Arbeitslosenquote in den 80er Jahren mit sich. Daher strebt die Generation X, die heutigen 38 bis 53-Jährigen, mehr nach materiellen Werten (Pfeil, 2016, S.67). Sowohl die Babyboomer als auch die Generation X wird in der folgenden Arbeit als Digital Immigrant behandelt.

2.3.3 Generation Y

Die Einordnung der Generation Y wurde das erste Mal 1993 von den Autoren William Strauss und Neil Howe in der Fachzeitschrift „Advertising Ad“ vorgenommen (Newman, 2014, S.1; Parment, 2013, S.7) und beschreibt Menschen die nach 1980 geboren wurden (Pfeil, 2016, S.72). Heute liest man den Begriff regelmäßig in Büchern, Zeitschriften und Fachliteratur. Bei Eingabe des Suchbegriffs „Generation Y“ in die Suchmaschine, tauchen 755.000 Ergebnisse auf, die sich mit der Generation beschäftigen. Das beweist die Relevanz dieser Generation und in welchem Maße sie die verschiedenen Bereiche der Gesellschaft prägt und beschäftigt. Die altersspezifische Eingrenzung der Generation Y, oder auch Gen Y, weicht je nach Autor ab (Krause, 2015, S.15). In einigen Büchern wird sogar die Gesamtheit Menschen, die ab 1980 bis heute geboren wurden, als eine Generation zusammengefasst.

Im Folgenden werden jedoch die in den Jahren 1980 bis 1995 Geborenen, der Generation Y zugewiesen (Burkhart, 2016, S.12; Parment, 2013, S.3; Signium International, 2013, S.14) und die ab 1996 der Generation Z (Mangelsdorf, 2015, S.13).

Wie die folgende Abbildung (s. Abb. 2) zeigt, sollte bei der Betrachtung der Mediennutzung keine zu große Alterskohorte gezogen werden. Zusätzlich ist es sinnvoll, die Gen Y noch einmal gesondert zu betrachten.

Betrachtet man nur die 14 bis 19-Jährigen (Generation Z), nutzen diese für den Konsum von verschiedenen Medien täglich mehr als zwei Stunden das Internet. Betrachtet man eine vergrößerte Kategorie, die 14 bis 29-Jährigen (Gen Y und Gen Z), sinkt die Nutzungsdauer auf 116 Minuten. Bei den 30 bis 49-Jährigen (nur Gen Y) verringert sich der Konsum von Medien um die Hälfte, im Vergleich zu der der Nutzung der 14 bis 19-Jährigen, auf 51 Minuten mediale Internetnutzung pro Tag.

	Internetnutzung gesamt		mediale Internetnutzung	
	in Min.	in Std.:Min.	in Min.	in Std.:Min.
Gesamt	149	2:29	45	0:45
Männer	175	2:55	54	0:54
Frauen	125	2:05	36	0:36
14-19 Jahre	270	4:30	134	2:14
14-29 Jahre	274	4:34	116	1:56
30-49 Jahre	183	3:03	51	0:51
50-69 Jahre	98	1:38	11	0:11
ab 70 Jahren	36	0:36	9	0:09

Abbildung 2: Tägliche Nutzungsdauer des Internets nach Arten der Nutzung, 2017 (ADR/ZDF Onlinestudie 2017; nach Koch & Frees, 2017, S.439)

Unter Betrachtung der soziologischen Aspekte der Generation Y, kann man Unterschiede zu den vorhergegangenen Generationen erkennen. Auch wenn nicht alle Mitglieder der Generation Y unter den gleichen Einflüssen groß geworden sind, so kann man doch sagen, dass die Generation geprägt ist von der Globalisierung und dem damit einhergehenden technischen Fortschritt und gesellschaftlichen Wandel (Dahlmanns, 2014, S.18). Sie ist die erste Generation, die in einer neuen Medienwelt aufwächst und die dabei ist, viele Bereiche des Lebens fundamental zu verändern (Riederle, 2013, S.17).

Die Generation Y kann als Gruppe von Menschen verstanden werden, die unter einem hohen Informationsfluss groß geworden ist (Schulenburg, 2016, S.10). Schulenburg führt dafür eigens das fiktive Wort „Informationalisierung“ ein und beschreibt damit die Möglichkeit der Generation, sich schnell eine Vielzahl an Informationen zu beschaffen (2016, S.10). Die Gen Y ist demnach die erste Generation der Digital Natives, die eine digitale Welt als selbstverständlicher ansehen (Rodeck, 2014, S.13).

Der technologische Fortschritt kann als prägender Einfluss dieser Generation verstanden werden (Edwards, 2002, S.427: nach Rodeck, 2014, S.28). Die Kommunikation über soziale Netzwerke wie beispielsweise *Facebook*, die Informationssuche und die ständige Erreichbarkeit über das Smartphone hat diese Generation geprägt (Rodeck, 2014, S.28). Doch gerade diese Informationsflut und die Schnelllebigkeit der heutigen Gesellschaft hat der Generation Y den Ruf verschafft, sie sei sprunghaft und schnell ablenkbar (Mangelsdorf, 2014, S.30). Die Anwendungsmöglichkeiten der technischen Mittel und sozialen Netzwerke, ist für die Mitglieder der Gen Y nicht nur eine Freizeitbeschäftigung, sondern hilft auch dabei, effektiver und schneller zu arbeiten (Mangelsdorf, 2014, S.30). Durch die Globalisierung werden Grenzen kleiner (Mangelsdorf, 2015, S.19) und soziale Medien und das Smartphones vernetzen die Menschen wie nie zuvor (Buchhorn & Werle, 2011, S.1). Eine Welt ohne E-Mails, Smartphone und Laptop ist mittlerweile undenkbar für die Generation Y (Mangelsdorf, 2015, S.19).

Für den weiteren Verlauf dieser Arbeit wird die Generation Y und somit die Jahrgänge 1980 bis 1995 (Burkhart, 2016, S.12) sowie die Generation Z, die ab 1996 Geborenen, (Mangelsdorf, 2015, S.13) als Digital Natives (DN) bezeichnet.

2.3.4 Generation Z

Wie die Tabelle 1 zeigt, fällt es noch schwer die Grenzen der Generation Z zu dimensionieren, da wir uns noch Mitten in ihrer Prägungsphase befinden und die Geschehnisse erst einmal abgesteckt und zugeordnet werden müssen (Mangelsdorf, 2015, S.19). Als Startjahr der Generation Z könnte 1996 gezählt werden (Mangelsdorf, 2015, S.13) und als Enddatum ungefähr das Jahr 2010 (Zarra, 2017, S.2). Die Generation Z folgt somit der Generation Y. Für die Mitglieder dieser Generation sind Medien und Technologien omnipräsent. Touchscreen und mobile Endgeräte sind schon seit der Kindheit vorhanden und Freundschaften werden häufig im virtuellen Umfeld geschlossen (Mangelsdorf, 2015, S.21). Sie sind mit der interaktiven Kommunikation der sozialen Netzwerke aufgewachsen (Haller, 2015, S.33). Das Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen lässt sich anhand der medialen Ausstattung, der Verwendung und der Relevanz der Medien sowie der Intensität der Nutzung einschätzen. Die Generation Z ist selbstbewusst, realistisch und digital. Der technologische Fortschritt wie das Internet ist nicht erst später in ihr Leben getreten, sondern begleitet sie schon seit der frühen Jugend oder Kindheit. Das wichtigste Hilfsmittel dabei ist das Smartphone (Presseportal, 2015). Seit 2002 kombiniert das Handy die Funktion von Telefon, SMS, Kamera und die Internetnutzung. Jedoch erst seit 2007, mit der Einführung

des iPhones und später der Einführung des Android-Betriebssystems, hat das Zeitalter des Smartphones richtig begonnen (Ingold, 2016, S.4).

Laut ARD/ZDF-Onlinestudie kommunizieren rund 90% der jüngeren Zielgruppe von 14 bis 19 Jahren täglich über *WhatsApp* (ARD/ZDF Onlinestudie; nach Frees & Koch, 2017, S.444). Sie betrachten die mobilen Endgeräte als Teil ihres Lebens (Zarra, 2017, S.3).

Menschen in der Adoleszenz ihres Lebens nutzen die sozialen Medien besonders, um sich selbst darzustellen und zu präsentieren (Ramasubba, 2015)

Die Generation Z zeichnet sich durch eine hohe Mobilität aus, die auch Einfluss auf die Berufswelt hat (Scholz, 2014, S.31). Die „Work-Life-Balance“ steht im Berufsleben im Mittelpunkt, wobei das Privatleben dominiert (Scholz, 2014, S.35).

2.4 Digital Divide

Der Digital Divide (deutsch: Digitale Kluft) beschreibt den unterschiedlichen Zugang zu dem Internet und zu Computern (Noruzi, 2011, S.142) oder wie es Günther ausdrückt sogar den Ausschluss von bestimmten Bevölkerungsgruppen von der IKT (2007, S.25).

Die digitale Kluft ist auf vielen Ebenen aufzufinden. So profitieren höher gebildete Menschen mehr von der Digitalisierung als weniger gebildete. Gut situierte Bevölkerungsgruppen nutzen das digitale Angebot ausgeprägter als ärmeren. Den jungen Menschen fällt es leichter die neuen Medien und Technologie zu nutzen, als Digital Immigrants (Wydra, 2014). Sprachliche, soziokulturelle, politische, geographische ökonomische oder bildende Faktoren tragen dazu bei, dass der Zugang zu IKT unterschiedlich verteilt ist (Noruzi, 2011, S.142). Die Kluft erstreckt sich zwischen denen, die einen ausgeprägten Zugang zum Internet und technischen Mitteln haben und denen, die diesen nicht haben (Noruzi, 2011, S.143).

3 Forschungsfrage und Hypothesen

Nachdem der theoretische Teil der Arbeit behandelt wurde und die unterschiedlichen Definitionen voneinander abgegrenzt werden konnten, werden auf der Basis dieser Theorie die Hypothesen entwickelt. Die Forschungsfrage, mit der sich diese Arbeit beschäftigt und die der empirische Teil beantworten soll, lautet: In welchen Aspekten unterscheidet sich das Mediennutzungsverhalten der Digital Immigrants zu dem der Digital Natives?

Darunter ordnen sich die folgenden Hypothesen an:

- I.** Die Digital Natives empfinden die Mediennutzung als selbstverständlicher und nehmen schneller neue technologische Veränderungen auf als die Digital Immigrants.

- II. Digital Natives sehen keine Grenzen zwischen Online und Offline sein.
- III. Je später der Zugang zu Technologie kam, desto schwerer fällt es den Befragten diese anzunehmen.
- IV. Digital Immigrants haben mehr Angst vor neuen Technologien.
- V. Der Digital Divide zwischen den beiden Gruppierungen wird immer größer.

4 Forschungsmethoden

Der empirische Teil dieser Arbeit gliedert sich in zwei Forschungsansätze und soll die Forschungsfrage beantworten sowie die Hypothesen validieren oder falsifizieren.

Der erste Forschungsansatz beschäftigt sich mit der Erkundung von Meinungsbildern und Verhaltensmustern von zehn Interviewpartnern. Die Auswahl dieser Interviewpartner stützt sich auf die Basis des theoretischen Teils. Der zweite Forschungsansatz besteht aus der Durchführung eines Experteninterviews und soll die Ergebnisse der qualitativen Interviews in ihrer Interpretation und Analyse des Forschers bestenfalls unterstützen und ebenfalls dazu beitragen, dass die Hypothesen belegt oder entkräftet werden können.

4.1 Einführung in die qualitative Forschungsmethode

Die qualitative Befragung ermöglicht die Analyse einer kleinen Anzahl von Fällen und bietet die Möglichkeit, die Sichtweise der Beteiligten zu rekonstruieren. Qualitative Methoden werden auf die Messung von Qualitäten oder auch nonmetrischen Eigenschaften einer Person bezogen (Lamnek & Krell, 2016, S.16). Der Forschende bekommt einen Überblick und Informationen darüber, wie die Interviewpartner ihr eigenes Medienverhalten wahrnehmen und beschreiben. Durch die qualitative Befragung können die einzelnen Fälle miteinander verglichen werden (Weischer, 2007, S.261f.).

Die qualitative Forschung beruht auf sieben wesentlichen Prinzipien, die auch für die Arbeit gelten:

Erstens steht die qualitative Forschung für Offenheit. „Offenheit bedeutet in dieser Präzisierung, nicht vorweg das untersuchte Feld mit fixen Hypothesen zu überziehen, es bedeutet, offen für das möglicherweise Neue zu sein und zu bleiben“ (Lemnek & Krell, 2016, S.33). Weiter wird die qualitative Forschung zwischen dem Forscher und dem Beforschten als integrale Komponente des Forschungsprozesses betrachtet (Küchler, 1983; nach Lemnek & Krell, 2016, S.34). Darauf aufbauend ist ein weiteres wesentliches Prinzip der Prozesscharakter von Forschung und Gegenstand. Die qualitative Sozialforschung betrachtet das Verhalten, Benehmen und die Äußerungen des Forschungsobjektes als prozesshafte Ausschnitte der Rekonstruktion sozialer Realität (Lemnek & Krell, 2016,

S.35). Reflexivität ist bei der qualitativen Sozialforschung gegeben und steht daher, im Gegensatz zu der linearen Strategie der quantitativen Forschung. Die Reflexivität beschreibt einen beliebigen Einstieg und Beginn der qualitativen Analyse (Kleining, 1982; nach Lemnek & Krell, 2016, S.36) und setzt ebenfalls eine reflektierte Einstellung des Forschers voraus (Lemnek & Krell, 2016, S.36). Das Explikationsprinzip ist keine Gewährleistung für die Validität von Interpretationen (Lemnek & Krell, 2016, S.37). Die Flexibilität der Forschungsmethode wird hier, im Vergleich zur quantitativen Methode, als weiche Methode beschrieben. Standardisierte Methoden und Flexibilität schließen sich nicht aus, jedoch widerspricht das Erfordernis von Flexibilität der Begrenzung auf eine standardisierte Technik (Lemnek & Krell, 2016, S.38). Ein wichtiges Merkmal der qualitativen Forschung ist das Forschungsziel, welches darin besteht, Prozesse zu rekonstruieren und dadurch die soziale Wirklichkeit in ihrem Sinn herzustellen (Lemnek & Krell, 2016, S.44). Die qualitative Forschung ist offen gegenüber dem Untersuchungsgegenstand (Hopf & Weingarten, 1984; nach Lemnek & Krell, 2016, S.45).

4.2 Forschungsmethode I: Zehn halbstandardisierte Interviews

Als qualitative Methode wird das halbstandardisierte Interview verwendet. Hierbei wird der Fragebogen vorgegeben jedoch nicht die Antworten des Forschungsobjektes.

Dem Befragten steht es frei auf die Fragen zu antworten, wie er oder sie es möchte (Gläser & Laudel, 2010, S.41). Die Durchführung von halbstandardisierten Interviews ermutigt den Befragten zu lebensnäheren Antworten, da sich die Befragung mehr an eine alltägliche Sprache anpasst. Für die Befragung wird die Form eines Leitfadeninterviews gewählt. Wichtig bei der Durchführung eines Leitfadeninterviews ist die Verwendung von offenen Fragen, durch die das Prinzip der Offenheit und Flexibilität unterstrichen wird (Lemnek & Krell, 2016, S.328). Offene Fragen erwarten eine Antwort des Forschungsobjektes, wohingegen geschlossene Fragen mit einfachen Bejahen oder Verneinen beantwortet werden können, da zum Beispiel durch Kategorien die möglichen Antworten vorgegeben werden (Lemnek & Krell, 2016, S. 326). Bei offenen Fragen müssen die Interviewpartner nicht in einem vorgegebenen Antwortschema eingegliedert werden. Vielmehr werden die Antworten des Befragten in allen seine Facetten und dem gewählten Wortlaut aufgezeichnet (Lemnek & Krell, 2016, S.327). Die Befragungssituation ist weitestgehend befreit von sozialen Regeln, da es bei der Befragung darum geht, valide Informationen des Befragten ermitteln zu können und nicht erwartet wird, dass das Forschungsobjekt einen guten Eindruck hinterlässt (Scholl, 2015, S.21). Der Forscher hat keine Möglichkeit, die

Antworten des Befragten zu sanktionieren, denn die Antworten beruhen auf der freiwilligen Teilnahme und Auskunft (Scholl, 2015, S.22)

Die Grenzen der Befragung ergeben sich daraus, dass es sich um eine kommunikative Methode handelt. Diese Methode kann streng genommen nur Kenntnisse über das geben, was der Interviewpartner durch seine verbale Kommunikation freiwillig hergibt. Demnach sind Bewusstseins-elemente wie Gedanken und Gefühle und Verhaltensweisen nur indirekt mit ein beziehbar (Scholl, 2015, S.22f). Spezieller wird das problemzentriertes Interview angewandt, bei dem der Forscher mit einem theoretischen Konzept in die Feldphase einsteigt, welches durch die Interviews mit sozialer Realität konfrontiert wird (Lemnek & Krell, 2016, S.361).

4.2.1 Durchführung der Erhebungsmethode I

Der Fragebogen wurde unter Berücksichtigung der folgenden sechs Anforderungen erstellt: (1) Die Einbeziehung der Grundprinzipien der qualitativen Sozialforschung (s. Kapitel 4.1) mit besonderen Hinblick auf die Offenheit, (2) Eine begrenzte Anzahl an Fragen, (3) Eine formale Übersicht und guten Handhabbarkeit, (4) Orientierung am „natürlichen“ Erinnerungs-oder Argumentationsfluss, (5) keine wörtliche Übernahme der Fragen und (6) Vorrecht von spontanen Erzählung (Helfferich, 2005, S.161f.; nach Lemnek & Krell, 2016, S.334). Auf Grundlage dieser Voraussetzungen wurden 17 Fragen entwickelt (Anhang A), die als Leitfaden für die Interviews der „Generationsmitglieder“ gelten. Ein Leitfadeninterview enthält Fragen die jeder Befragte beantworten soll, allerdings ist die Reihenfolge, der Frageformulierung nicht zwingend einzuhalten. Es ist möglich, dass ein Befragter ein Thema anspricht, welches interessant für die Befragung ist. Daher sollte der Interviewer den Befragten nicht unterbrechen, nur um die Reihenfolge der Fragen einzuhalten (Gläser & Laudel, 2010, S.42). Neben den bereits vorformulierten Fragen, kann der Forscher bei Unklarheiten Nachfragen stellen und so vom Leitfaden abweichen. Für diesen Forschungsansatz wurde eine Anzahl von insgesamt zehn Interviews festgelegt. Diese gliedern sich wiederum in fünf Interviews mit Personen, die nach 1980 geboren wurden und somit der Kategorie der Digital Natives angehörig sind, und in fünf Interviewpartner, die vor 1980 geboren wurden und so der Kategorie der Digital Immigrants angehören. Als Interviewpartner werden Personen akquiriert, die zum einem den Geburtsjahrgängen entsprechen und die Fähigkeit haben, sich zum eigenen Medienverhalten zu äußern.

Bei dem Alter sollte eine Variation an Jahrgängen entstehen um so die Generation der Babyboomer, Generation X, Generation Y und Z abzudecken und für verschiedene

Alterskohorte einen Eindruck zu erhalten. Für die Interviews konnten zwei Menschen aus dem Jahrgang 2000, die somit der Generation Z angehören, befragt werden. Für die Generation Y wurden drei Interviewpartner aus den Jahrgängen 1984, 1989 und 1995 befragt. Für die DI wurden zwei Personen der Generation Babyboomer aus den Jahrgängen 1954 und 1963, sowie drei Interviewpartner der Generation X konsultiert, welche 1965, 1969 und 1973 geboren wurden. Mit zehn Interviews lässt sich ein guter Überblick, über die verschiedenen Einstellungen und Verhaltensmuster der Befragten gewinnen und auch verschiedene Alterskohorten innerhalb der beiden großen Kategorien befragen.

Durch die Forschung soll nicht die Häufigkeit eines Phänomens dargestellt werden (Scholl, 2015, S.24), sondern neben der Erfassung objektiver Gegebenheiten, ist auch die Erfassung von Meinungen und Einstellungen möglich (Lang, 2010, S.5). Bei der Durchführung der Interviews muss außerdem berücksichtigt werden, dass die Transkription für jedes Interview gemacht werden muss und nach Kategorien miteinander verglichen und analysiert werden soll. Daher wurden die Interviews auf eine Anzahl von zehn Interviews maximiert, um die Linien zwischen den einzelnen Interviews besser ziehen zu können und diese adäquat miteinander in Zusammenhang zu setzen. Zehn Interviews sind zeitlich in ihrer Durchführung realistisch, da miteinbezogen werden muss, dass Interviews außerplanmäßig abgesagt und verschoben werden können und die befragten Personen zunächst akquiriert werden müssen. Die Aufzeichnung der Interviews, durch eine Audioaufnahme, ist für die halbstandardisierten Interviews bedeutsam. Schließlich gibt der Befragte viele Informationen preis, die in seinem Wortlaut und dessen Bedeutung aufgezeichnet werden sollten. In neuesten Studien wird zunehmend die Verwendung von Audio-Aufnahmen kritisiert, da diese nicht die Mimik und Gestik aufzeichnet. Jedoch ist eine Verschriftlichung von Video-Aufzeichnungen schwieriger (Lemnek & Krell, 2016, S.335).

Für die Interviewdauer muss einige Zeit eingeplant werden, da die Dauer der jeweiligen Interviews variieren können und abhängig sind von den spontan produzierten Erzählungen des Befragten. Im Gegensatz zu der Interviewdauer bei einem standardisierten Interview, bei der die Dauer nur minimal schwankt, kann bei einem halbstandardisierten Interview, die Dauer nur schlecht abgeschätzt werden (Lemnek & Krell, 2016, S.335). Damit die Aufzeichnung durchgeführt werden darf, muss der Befragte jedoch dieser Aufzeichnung zustimmen. Da er weitestgehend seine Persönlichkeit offenlegt, muss ihm das Gefühl gegeben werden, dass seine persönlichen Daten vertraulich und anonym behandelt werden (Lemnek & Krell, 2016, S.364).

4.2.2 Ein Interview durchführen

Als Ort der Befragung wird das Hausinterview gewählt. Der Interviewer sucht den Befragten zu Hause, am Arbeitsplatz oder an einem verabredeten Ort auf (Scholl, 2015, S.29), so dass der Aufwand für den Interviewpartner möglichst gering ist und dieser sich wohl fühlt (Gläser & Laudel, 2010, S.165). Damit der Befragte frei erzählen kann, muss sich der Interviewer zurücknehmen und gleichzeitig den Eindruck vermeiden, dass er den Interviewpartner aushorchen möchte. Um einen nutzbaren Einblick in die Meinung des Untersuchungsobjektes zu bekommen, sollte der Interviewer möglichst wenig in den Erzählfluss des Befragten eingreifen (Lemnek & Krell, 2016, S.358). Bei dem Interview wird dem Befragten ein Freiraum gelassen und die Möglichkeit gegeben, ungezwungen zu erzählen. Der Leitfaden der Interviews variiert je nach Interviewpartner und Inhalt. Das kann den Interviewer vor neue Herausforderungen stellen, da dieser individuell auf die Interviewpartner eingehen muss. Durch die Individualität entsteht eine vielfältige Auswahl an Aussagen.

4.2.3 Qualitative Inhaltsanalyse

Der Gegenstand einer qualitativen Inhaltsanalyse kann ein Interview, ein Dokument oder ein Video sein. Sie ist eine Auswertungsmethode, die bereits bestehendes Material betrachtet und dabei die Inhalte in mehreren Stufen untersucht. Das verbal Gesprochene wird eingebettet in einen Kommunikationszusammenhang, der nach inhaltsanalytischen Regeln ausgewertet wird (Mayring, 2000; Mayring, 2010, S.85).

Zunächst sollte das Ziel der Analyse definiert und durch Variablen der Text untersucht werden. Zusammenfassend will die Inhaltsanalyse Kommunikationen untersuchen, dabei systematisch, regelgeleitet und theoriegeleitet vorgehen und gleichzeitig das Ziel verfolgen, damit Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation gezogen werden können (Mayring, 2010, S.13). Die Materialien, in diesem Fall die Interviews, werden in Analyseeinheiten unterteilt. Die Analyse wird prinzipiell nachvollziehbar sein und mit anderen Studien verglichen werden können (Mayring, 2000). Im Zuge des qualitativen Ansatzes sollten die Kategorien am Inhalt der Texte (Interviews) entwickelt werden. Dieses Vorgehen nennt sich induktives Kategorienbildungsverfahren. Nachdem der Gegenstand der Analyse festgelegt und das Selektionskriterium festgehalten wurde, werden anhand des Materials, im Sinne einer zusammenfassenden Inhaltsanalyse, Hauptkategorien gebildet. Jede relevante Textpassage wird mit der Formulierung einer Kategorie versehen und folgt ein neuer relevanter Satz, kann der Forscher entscheiden, ob er eine neue Kategorie abbilden möchte oder diesen zu einer bereits bestehenden hinzufügt (Mayring, 2010, S.85ff.) Sobald

alle Texte behandelt wurden, können die markierten Textstellen zu einem bestimmten Kode, miteinander verglichen werden. Diese Methode soll dann die Untersuchungsfrage beantworten (Gläser & Laudel, 2010, S.43).

Nachdem die Interviews durchgeführt wurden, sollen diese analysiert und miteinander verglichen werden. Die Auswertung teilt sich in vier Phasen auf:

- (1) Transkription
- (2) Einzelanalyse
- (3) generalisierte Analyse
- (4) Kontrollphase (Lemnek & Krell, 2016, S. 379).

An Hand des ersten Interviews wurden die Kodes erstellt, die dann auf alle weiteren Interviews angewandt wurden. Im Laufe der neun Interviews wurde geprüft, ob ggf. weitere Kodes hinzugefügt werden konnten. ggf.

Um die Anonymität der Befragten einzuhalten und den Ethikregeln der empirischen Sozialforschung zu folgen (Gläser & Laudel, 2010, S.279), werden die Interviewpartner als „Befragte 1“, „Befragte 2“ usw. bezeichnet. Diese Benennung dient dazu, den Überblick über die Befragten zu behalten und diese gleichzeitig zu anonymisieren. Die Befragten 1, 5, 6, 7 und 8 gehören, nach der oben beschriebenen Definition, den Digital Natives an, und sind demnach nach 1980 geboren. Die Befragten 2, 3, 4, 9 und 10 sind laut Definition den der Digital Immigrants zuzuordnen und wurden vor dem Jahr 1980 geboren.

4.2.4 Ergebnisse der Erhebungsmethode I

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Interviews zusammengefasst und analysiert. Die Anordnung orientiert sich an der Kodierung (s. Anhang B). Die Interviews mit den *Digital Natives* und den *Digital Immigrants* werden pro Kode zunächst separat analysiert und dann im Zusammenhang mit der anderen Alterskohorten gesetzt. Alle transkribierten Interviews befinden sich im Anhang wieder (Transkript 1-10, S. xi-xli).

(1) Mobile Endgeräte

Alle Befragten aus allen Alterskohorten nennen das Smartphone als ihr am häufigsten benutztes mobiles Endgerät. Neben dem Smartphone besitzen alle Interviewpartner noch mindestens ein weiteres Endgerät. Die Nutzung des Laptops wird ebenfalls häufig genannt, jedoch unterscheidet sich die Nutzung innerhalb der Altersgruppe. Die jüngste Befragte (Jahrgang 2000), nutzt den Laptop nur für Recherche oder das Verfassen von Dokumenten höchstens eine Stunde die Woche. Die Befragten 7 der Digital Natives (Jahrgang 1995), nutzt auf dem Laptop übergreifende Applikationen. Für berufliche und private Zwecke hat

Befragter 1 zwei Laptops, die er regelmäßig nutzt. Auch bei den Befragten der älteren Alterskohorten ist eine Nutzung von zwei Geräten vorhanden. Hier wird jedoch bei vier von fünf Befragten das Tablet, neben dem Smartphone, am häufigsten genutzt. Drei der vier Tablet-Besitzer aus der Kategorie Digital Immigrants, besitzen zusätzlich einen Laptop (Befragte 3, 9 und 10).

(2) Nutzung der Geräte

Nachdem festgestellt wurde, dass alle Befragten ein Smartphone nutzen, ist nun festzustellen, in welcher Intensität und durch welche Medienangebote das Smartphone und weitere Endgeräte genutzt werden. Allgemein kann gesagt werden, dass das Smartphone an oberster Stelle steht und am häufigsten von allen Interviewpartnern genutzt wird.

Es fällt auf, dass die Befragten 2 (Jahrgang 1963) und 4 (Jahrgang 1954) das Smartphone hauptsächlich zum telefonieren und für *WhatsApp* gebraucht. Der 55-jährige Befragte 2 versendet als Einziger noch SMS und nutzt das Smartphone außerdem, „um ab und zu ins Internet zu gehen“ (Transkript 2, 2018). Beide älteren Befragten, nutzen das Internet selten und kontrolliert und legen dar, dass sie die Funktionen ihres Smartphones nicht in dem Maße ausnutzt, wie es andere tun. Die Befragten 3, 9 und 10, weitere Mitglieder der Digital Immigrants, nutzen das Smartphone jederzeit um über *WhatsApp* zu kommunizieren, um online einzukaufen und Informationen einzuholen. Ein Gerät ist immer dabei und wird genutzt. Befragte 9 nutzt das Smartphone mobil und den Laptop und das Tablet zu Hause. Die Anwendungen, die auf dem Smartphone von unterwegs getätigt werden, finden sich oftmals in ihren Funktionen auf den anderen Geräten wieder. Das Tablet ist für Befragte 3 und 9 ein Endgerät, welches ausschließlich zu Hause genutzt wird. Es hat den Vorteil, dass Websites und Apps größer dargestellt werden können, berichtet Befragte 3. Demzufolge verliert das Smartphone im Haus die Funktion des „Alleskönner“ und wird reduziert auf die Kommunikation. Die Informationsbeschaffung verlagert sich bei den Befragten 3, 9 und 10 auf das zweite Endgerät, das Tablet. Bei der 63-jährige Befragter 4, hat das Tablet die Funktion der Informationsbeschaffung und Recherche und das Smartphone wird lediglich für die Kommunikation genutzt, egal ob unterwegs oder zu hause. Entgegen dem Verhalten von den Befragten 2 und 4, nutzt Befragter 10, als jüngster der DIs, das Tablet auch unterwegs, beispielweise in der Bahn um Nachrichten zu lesen.

Stellt man diesem Medienverhalten der DI der Mediennutzung der jüngeren Befragten gegenüber, ist die Nutzung der Geräte in ihren Funktionen intensiver und keiner der Befragten aus den jüngeren Generationen nutzt ein Tablet, außer das älteste Gen Y-Mitglied, Befragter 1. Für ihn ist das Tablet in seinen Funktionen teilweise praktischer, da es über

einen größeren Bildschirm verfügt. Der Sinn der Nutzung eines Tablets, ist keinem der anderen DNs ersichtlich. Die 30-jährige Befragte 8 hat ihr Tablet verkauft, da sie es nie genutzt hat und auch Befragte 7 sagt aus, dass die Anwendung für Tablet für sie sinnlos ist. Sobald ein zweites Gerät von den DNs verwendet wird, ist es kein Ersatz für ein anderes mobiles Endgerät, sondern es ist viel mehr eine Erweiterung. Befragte 7 nutzt beispielsweise den Kommunikationsdienst WhatsApp, sowohl auf dem Smartphone, als auch auf dem Laptop. Die Geräte werden nicht nacheinander oder ausschließlich an einem Ort verwendet, sondern die Nutzung der Geräte ist übergreifend und gleichzeitig. Auffällig ist, dass während der Interviews die Digital Natives ihr Handy neben sich auf dem Tisch oder in der Hand hatten. Befragter 5 erwidert auf die Frage, wo er sein Handy nutzt „Eigentlich immer“ (Transkript 5, 2018). Für ihn ist die durchgehende Präsenz und die ständige Nutzung des Smartphones ein Normalzustand. Das Smartphone ist immer da wo er ist. Keiner der anderen Befragten der DI hatte zum Zeitpunkt des Interviews ein mobiles Endgerät greifbar in der Nähe.

Betrachtet man die Nutzung der analogen Medien, so fällt auf, dass keiner der Befragten regelmäßig Fernsehen sieht und wenn, dann sehr gezielt konsumiert.

Zeitschriften werden so gut wie gar nicht gelesen, weder bei den jüngeren noch bei den älteren Befragten. Die Relevanz der Streaming Dienste und Anbieter nimmt weiterhin zu und ist ein relevanter Faktor im täglich Konsumieren von Serien, Filmen und Dokumentationen. Streaming- Dienste sind in beiden Kategorien wichtig, außer bei den ältesten Befragten (2 und 4). Befragte 4 nutzt bedingt das Angebot der Online-Mediatheken. Befragter 2 konsumiert Netflix lediglich durch die Nutzung seiner Frau. Alleine guckt er kaum über den Anbieter Filme, stattdessen konsumiert er das klassische Fernsehprogramm.

(3) Soziale Netzwerke und Medienangebot

Das wichtigste Kommunikationsmedium ist, sowohl bei den Befragten der Generation der Babyboomer und der Generation X als auch bei den Gen Y und Z, WhatsApp. Außerdem zählen die älteren Generationen explizit das Medienangebot der mobilen Nachrichtendienste wie die Tagesschau-App zu ihrer Mediennutzung. Die älteste weibliche Befragte, die einen geringen Konsum ihres Smartphones aufweist sagt über die Verwendung von *WhatsApp* aus: „Ich bin [...] gezwungen *WhatsApp* zu haben. Man existiert ansonsten nicht. [...]“ (Transkript 4, 2018). Weitere soziale Netzwerke haben weder bei Befragter 4, noch bei dem neun Jahre jüngeren Befragten 2, eine Relevanz. Beide haben eine negative Haltung gegenüber den sozialen Netzwerken und möchten dort weder namentlich, noch bildlich auftauchen. Je jünger die Befragten werden, desto umfangreicher werden soziale Netzwerke genutzt.

Dieses Phänomen ist auch schon bei der Generation X ersichtlich. Befragte 3 (Jahrgang 1965) besitzt bereits einen *Facebook* Account, den sie jedoch höchstens eine Stunde in der Woche nutzt. Zusätzlich hat sie die App „*Snapchat*“ installiert. *Snapchat* ist für sie jedoch in der Anwendung nicht intuitiv und die Nutzung beschränkt sich auf ein Minimum, auf Grund der wenig Kontakte. Keiner ihrer Bekannten nutzt *Snapchat* und sie selbst ist auch nur in Kontakt mit der App gekommen, durch ihre Nichten und Neffen, da sie festgestellt hat, dass diese viel über das Medium kommunizieren. Befragte 9 ist drei Jahren jünger als Befragte 3. Sie hat neben ihrem *Facebook* Account, den sie auch regelmäßig nutzt, weiterhin noch einen *Instagram* und *Pinterest*-Account. *Twitter* verwendet sie ebenfalls, jedoch im Verhältnis viel weniger als *Facebook*, *Instagram* und *Pinterest*. Trotz der erhöhten Anzahl an verschiedenen Social Media Accounts, verbringt sie höchstens 45 Minuten auf den Kanälen. Befragter 10, der Jüngste der Generation X, nutzt das Smartphone vermehrt und ist auch auf soziale Netzwerke wie *Instagram* aktiv. Beruflich bedingt ist *Instagram* ebenfalls eine gute Plattform um Trends zu erkennen, die vor allem junge Menschen interessieren, sagt er aus (Transkript 10, 2018). In Hinsicht auf die DNs, erhöht sich der Konsum der sozialen Netzwerke auf eine regelmäßige und tägliche Verwendung der Kanäle. Drei der fünf Befragten der DNs sagen aus, dass die gesamte Nutzung ihres Smartphones fast deckungsgleich ist, mit der täglichen Nutzung der sozialen Netzwerke. Wohingegen nicht alle Digital Natives die selben sozialen Kanäle nutzen und die Intensität der Nutzung ebenfalls variiert. Die Verwendung von *Facebook* ist tendenziell abnehmend entsprechend dem Alter. Alle Befragten haben einen Account, jedoch wird dieser bei den jüngsten Befragten gar nicht genutzt und die Befragten 1, 7 und 8 nutzen diesen weniger intensiv, als sie es früher getan haben. Ein umgekehrtes Phänomen zeigt die Nutzung der Kanäle *Snapchat* und *YouTube*. Je älter die Befragten werden, desto weniger nutzen sie *Snapchat*, und *YouTube* wird von keinem der anderen Befragten (1, 7 und 8) als relevantes Medienangebot genannt. Die Befragten 5 und 6 (Jahrgang 2000) nutzen *Snapchat* täglich und ein Teil der Kommunikation findet über dieses Medium statt. Befragte 6 sagt aus, dass es nicht ungewöhnlich ist, am Morgen 20 bis 30 „Snaps“ (Bildnachrichten bei *Snapchat*) von Freunden in dem Newsfeed zu haben. Befragte 7 (Jahrgang 1995) nutzt *Snapchat* ebenfalls, nur hat sie das Gefühl, die Kommunikation ihrer Freunde über dieses Medium verringert sich immer mehr. *WhatsApp* und die Plattform *Instagram* werden von allen intensiv genutzt und alle konsumieren beiden Apps mehrmals täglich.

Befragte 8 (geboren 1988), die von den DNs das am wenigsten intensive Nutzungsverhalten aufweist, kontrolliert ebenfalls jeden Tag vor und nach der Arbeit *Instagram* und sieht nach, was ihre Freunde teilen. Zusätzlich fällt auf, dass die Befragten 5, 6 und 7 ein ähnliches

Verhalten aufweisen, wenn es um Kommunikation auf verschiedenen Kanälen geht. Sie sagen aus, dass sie oftmals mit der selben Person oder einer Gruppe von Personen über verschiedene Kanäle gleichzeitig kommunizieren. Der Zweck der Nutzung von WhatsApp, Instagram und Snapchat ist unterschiedlich, sagen die Befragten aus und die Interviewpartnerin 7 gibt folgendes Beispiel: „Manchmal erhalte ich eine Nachricht von einem Freund in einem Gruppenchat. Ein Anderer aus der Gruppe schickt gleichzeitig ein lustiges Bild in die gleiche Personenkonstellation, aber auf Instagram und wieder ein andere aus der Gruppe schickt ein Bild an alle, jetzt aber über Snapchat. Das ist eigentlich echt verrückt, wenn man das mal reflektiert. Aber wie gesagt, es ist einfach normal für uns.“ (Transkript 7, 2018). Ein unterschiedliches Verhalten zeigen die Drei (Befragte 5, 6 und 7) wiederum in der Nutzung von YouTube. Obwohl Befragte 7 nur fünf Jahre älter ist als die Befragten 5 und 6, ist YouTube kein wichtiges Medium für sie. Das Videoportal wird nur bei den beiden jüngsten Nutzern, als zusätzliches wichtiges soziales Netzwerk genannt und regelmäßig genutzt. Obwohl die Generation nah aneinander liegen und sich häufig die Jahreszahlen überschneiden, sind die Kommunikationskanäle nicht deckungsgleich

(4) Intensität

Die Unterschiede in der Intensität der Nutzung steigert sich nach Alterskohorte. Befragte 4 und 2 weisen eine ähnliche Dimension der Nutzung des Smartphone auf. Nur wenn es einen Anlass gibt, wie ein eingehender Anruf oder eine Textnachricht, wird das Smartphone zur Hand genommen. Für beide ist das Smartphone unwichtig und erfüllt mehr den Zweck der Erreichbarkeit und die Vorzüge, die für andere ein mobilen Endgeräte ausmachen, dass es unterwegs genutzt werden kann, ist für beide nicht relevant.

Bei den anderen drei Befragten der Kategorie der DI, ist die Nutzung des Smartphones intensiver. Die 53-jährige Befragte 3 schätzt ihre eigene Nutzung des Smartphones auf zwei bis drei Stunden pro Tag ein und „[...] man schaut immer wieder zwischendurch rauf“ (Transkript 3, 2018). Gleichmaßen lässt sich die zeitliche Nutzung der Befragten 9 einordnen. Nicht nur das Smartphone ist ein relevantes Medium für die 49 Jahre alte Interviewpartnerin, auch das Tablet nutzen Befragte 3, 9 und 10 zusätzlich. Die Nutzung von dem Smartphone zum Tablet wechselt für Befragte 3 sobald sie das Haus betritt. Befragter 10 (Jahrgang 1973) nutzt das Tablet sowohl zu Hause als auch unterwegs. Betrachtet man nun die jüngeren Interviewpartner, verdoppelt oder verdreifacht sich die Nutzung der digitalen Endgeräte. Vor allem die beiden 17-Jährigen (Befragten 5 und 6) nutzen nach eigenen Angaben das Smartphone mindestens sieben Stunden täglich. Die Langeweile ist oft ein Faktor, der den Griff zum Smartphone begünstigt. Die Nutzung ist

viel mehr reflexartig und integriert sich in die natürlichen Bewegungen. Teilweise werden Apps unbewusst geöffnet, die vor einer Minute gerade geschlossen wurden, sagt die Befragte 7 aus. Der älteste der Digital Natives, Befragter 1, besitzt zwei Smartphones und ist immer über mindestens eines der Geräte erreichbar. Insgesamt nutzt er die Geräte (Smartphone und Laptop) mehr als zehn Stunden täglich. Alle Befragten wissen um ihre erhöhte Nutzung der Smartphone und können das Verhalten reflektieren. Jedoch gibt es einen Unterschied in der Tiefe dieser Reflexion. Wo sich die Befragte 8 fragt, was das Verhalten in Zukunft für Folgen haben wird und wie der Umgang mit den Kindern und dem Smartphone sich entwickelt, so ist die Reflexion der jüngsten Befragten (5 und 6) in keiner Weise so zukunftsorientiert. Für sie gibt es keinen Blick in die Zeiten ohne Smartphone, weil sie sich an diese Ära kaum erinnern. Das erste Smartphone bekam Befragte 6 mit neun Jahren.

(5) Transformation von analog zu digital

Die Generation der Babyboomer und der Generation X haben den Übergang von der alten Welt in die Digitalisierung miterlebt. Die beiden Interviewpartner 2 und 4 sind teilweise genervt von der ständigen Präsenz der Smartphones. Als Beispiel nennen beide, dass in der Mittagspause die Kommunikation mit den Arbeitskollegen darauf beschränkt wird, dass Fotos und Videos auf dem Smartphone ausgetauscht werden. Beide können in die Kategorie der Internetskeptiker eingeordnet werden (s. Kapitel 2.2). Alle Digital Immigrants finden die Entwicklung, dass die Jüngeren eine Welt ohne Digitalisierung nicht mehr kennen, bedauerlich. Sie sehen, dass viele analoge Fähigkeiten verloren gehen, wie beispielsweise mit Hilfe eines Stadtplans den Weg zu erkunden. Auf die Frage wie sie dem Zustand gegenübersteht, dass sich immer mehr von analog in das Digitale wandelt, antwortet Befragte 9: „Gespalten. Einerseits denke ich man muss mit der Zeit gehen und mit der Entwicklung. Andererseits denke ich, es geht einem auch total viel verloren [...]“ (Transkript 9, 2018). Die Abhängigkeit von sozialen Medien oder vom Smartphone, ist für sie ein präsender Punkt, den sie negativ mit der Digitalisierung assoziiert. Den Zustand des stetigen Online-Seins und die ständige Erreichbarkeit auf verschiedensten Kanälen empfindet sie als stressig. Der Jüngste der Digital Immigrants (Befragter 10) empfindet die Transformation weniger bedenklich. Für sie sind die Vorteile präsender in der täglichen Verwendung. Der 45-Jährige versteht den Wandel als eine Verbesserung, vor allem in der Kommunikation. Für die jüngsten Befragte (Befragte 6) besteht keine Transformation von der analogen zur digitalen Welt, da der Zugang zu Smartphones und dem Internet bereits so ausgereift war, dass sie im Grundschulalter das erste Smartphone besessen haben. Demzufolge fehlt beiden, Befragter 6 als auch die Befragten 5, der Vergleich zu den Zeiten, in denen es noch keine

Smartphones gab. Auch Befragte 7 wurde nach der Entwicklung des Internets geboren und konnte so im jungen Alter, in den ersten Kontakt mit dem Computer ihrer Eltern kommen. Ihr erstes iPhone bekam sie mit 15 Jahren.

Die beiden Befragten aus der Kategorie der DN (1 und 8), die schon auf der Welt waren, als die Digitalisierung begann, ist der Wandel in einigen Bereichen greifbarer, als den Jüngsten. Jedoch waren beide noch in der Prägungsphase ihres Lebens mit 9 Jahren (Befragter 1) und 2 Jahre (Befragte 8), als das Internet aufkam und noch in den Kinderschuhen steckte. Wie in Kapitel 3 beschrieben, ist die Prägung der Kindheit vor allem ausschlaggebend für die Definition einer Generation. Bei beiden Interviewpartnern fielen die Anfänge der Digitalisierung in eine prägende Phase, jedoch entwickelte sich das Internet erst und das Smartphone gewann erst Jahre später an Popularität. Heute fällt Befragte 8 vermehrt der Unterschied zu früher auf, dass heute die Eltern auch in Anwesenheit ihrer Kinder das Smartphone vermehrt zur Hand nehmen. Diese Entwicklung findet sie bedenklich und fragt sich in welche Richtung sich dieses Verhalten zukünftig entwickeln wird.

(6) Einschätzung des eigenen Nutzungsverhalten & Schwierigkeiten

Auch im Hinblick auf die Einschätzung des eigenen Nutzungsverhalten und Schwierigkeiten der Befragten mit Endgeräten oder den Technologien ist ersichtlich, dass ebenfalls bei den Ältesten der Umgang mit den Endgeräten minimal gehalten wird und viele Schwierigkeiten in der Nutzung auftauchen. Beide Angehörigen der Babyboomer, die Befragten 2 und 4, haben einen späteren Zugang zu den technischen Geräten erhalten. Das hat heute eine gezielte Nutzung von Diensten und eine konfrontationsscheue Haltung vor technischen Schwierigkeiten zur Folge. Befragter 2 sagt aus, dass er mit dem Smartphone und den täglichen Anwendungen gut zurechtkommt. Dennoch ist er im Umgang vorsichtig und sehr bedacht. Konfrontation mit technischen Problemen werden vermieden. Auch Befragte 4 sagt aus, dass der Umgang mit neuen Techniken ihr schwerfällt und sie höchstens fünf Prozent dessen nutzt, wozu ihr Smartphone fähig ist. Sie empfindet das Smartphone als unwichtig für ihren persönlichen Umgang und die Nutzung ist für sie zweckerfüllend. Den selben Eindruck macht auch Befragter 2. Das Mobiltelefon ist immer dabei, jedoch wird unterwegs wenig mit dem Gerät gearbeitet. Im Gegensatz zu Befragter 2 und 4 interessieren sich die anderen drei Digital Immigrants mehr für ihr Smartphone und sind im Umgang mit neuen Geräten aufgeschlossener. Befragte 3, 9 und 10 sind besser in der digitalen Gesellschaft angekommen und haben den Zustand akzeptiert, dass sich heutzutage vieles im digitalen Raum abspielt. Das zeigt die höher frequentierten Nutzung der verschiedenen Applikationen. Befragte 3 sagt aus, dass sie sich „nackt“ fühlt, wenn sie ihr Smartphone

nicht bei sich hat. Im Umgang mit technischen Neuheiten ist sowohl Befragte 3, als auch die Befragten 9 und 10 weniger ängstlich. Aber auch diejenigen der älteren Befragten, die einen umfangreicheren Konsum aufweisen, haben Augenblicke in denen sie gut auf das Smartphone verzichten können und wollen. So ist es den Befragten 3 und 9 wichtig, wenn sie im Urlaub sind, nicht ständig erreichbar zu sein und das Smartphone mal auf dem Zimmer liegen zu lassen. Schwierigkeiten sind bei den Befragten 3, 9 und 10 anfänglich mit der Umstellung auf das Smartphone aufgekommen. Befragte 9 beschreibt ihren jetzigen Umgang mit dem Smartphone als „Ok“. Befragte 3 und 10 haben keine nennenswerten Probleme mit technischen Geräten. Im Hinblick auf die jüngeren Befragten kann man einleitend sagen, dass die Einschätzung des eigenen Nutzungsverhalten, als sehr intensiv bezeichnet wird und kaum Schwierigkeiten mit der Technologie beschrieben werden.

Bei dem Befragten 1, der mit 35 Jahren der Älteste der Befragten der Digital Natives ist, fällt auf, dass dieser sich schon immer für Technik und Computer interessiert hat. Obwohl er am ältesten war, als die Digitalisierung aufkam, zeigt er heute ebenfalls ein sehr intensives Nutzungsverhalten. Er bezeichnet sich selbst als „krankhaft“ was den Umgang mit dem Smartphone und weiteren mobilen Endgeräten angeht (Transkript 1, 2018). Beruflich bedingt, besitzt er zwei Smartphones und mindestens eines der Geräte, hat er immer dabei. Die 17-jährige Befragte 6 nennt den Umgang mit den Office-Programmen als eine Nutzungsschwierigkeit, hat jedoch wenig Berührungspunkte bis dato mit den Programmen gehabt. Die Angst vor neuen Geräten oder Techniken ist kaum bis gar nicht vorhanden und wichtige Kriterien in der Anwendung bei den DN, ist eine intuitive Handhabung der Geräte und Apps. Befragte 7 bezeichnet sich selbst als „Heavy User“ im Umgang mit den mobilen Endgeräten (Transkript 7, 2018). Der erste Blick am Morgen, geht auf das Smartphone. Die 23-Jährige sagt außerdem, dass das Smartphone sie oft ablenkt von dem, was sie gerade im Alltag erledigt. In die Bibliothek ist ihr das Smartphone ständig im Weg und lenkt sie für ein paar Minuten vom lernen ab. Es stört sie, dass sie sich nicht für ein paar Stunden, von dem Smartphone trennen kann. Allerdings nicht so sehr, als dass sie auf das Smartphone verzichten wollen würde.

Als abhängig würde sich Befragte 8 nicht beschreiben und sie könnte sogar nach eigenen Angaben auf das Smartphone verzichten. Schwierigkeiten habe sie vor allem bei der Kommunikationsapplikation *Snapchat* gehabt. Sie beschreibt die App als nicht intuitiv und schwierig zu bedienen, was bei keinem der anderen Befragten der DNs als Problem genannt wird.

(7) Datenumgang

„Man ist gläsern und jeder weiß was du gerade tust [...]“ (Transkript 2, 2018) ist die Antwort auf die Frage, ob er sich mit dem Datenumgang im World Wide Web sicher fühlt. Vor allem er und die ältere Befragte 4, stehen dem Umgang mit Daten im Internet sehr skeptisch gegenüber und kaufen weder online ein, noch nutzen sie Online Banking oder haben bestehen Kundenkonten auf Shopping-Websites. Den Umgang mit Daten im Internet bezeichnet der 55-Jährige als „dubios“ (Transkript 2, 2018). Sein Beruf als Polizist lässt ihn täglich Fälle erleben, in denen Menschen Anzeige erstatten, weil Dritte ihre Daten verwendet haben. Er berichtet, dass es häufig junge Menschen betrifft, die zu sorglos im Internet unterwegs sind. Sein Umgang mit den Daten und auch der von Befragter 4, ist konsequent ablehnend. Private Bilder hochzuladen oder den eigenen Status zu teilen ist für Befragte 9 sehr fragwürdig. Für die 49-Jährige ist die Durchsichtigkeit, die einige Menschen bei den sozialen Kanälen bedienen, bedenkenswert. In beruflichen sozialen Netzwerken, wie Xing und LinkedIn, hat sie allerdings berufliche Daten angegeben und hat außerdem ihre Bankdaten bei Amazon hinterlegt. Die Kritik an dem sorglosen Verbreiten von Bildern und Information der Menschen auf sozialen Netzwerken, steht den sorglosen Verhalten des Online- Einkaufs gegenüber. Nur bei den ältesten Befragten (2 und 4) kann man eine konsequente Missbilligung und Ablehnung der Datenfreigabe entdecken, die einen ebenso konsequente Vermeidung dieser Freigabe zur Folge hat.

Auch die Digital Natives wurden zu ihrem Umgang mit den persönlichen Daten im Netz befragt. Es fällt auf, dass das Bewusstsein für die Freigabe von Daten präsent ist. Der jüngste männliche Befragte 5, surft häufig im privaten Modus⁴ im Internetbrowser und schaltet außerdem oftmals sein Handy in den Flugmodus. Den Flugmodus nutzt er, weil ihm aufgefallen ist, dass er vermehrt personalisierte Werbung auf *Instagram* ausspielt bekommt und ihm konkrete Vorschläge zu Produkten angezeigt werden (als Beispiel nennt Befragter 5 die Schokoladenmarke *Milka*), über die er im Vorwege mit seinen Freunden gesprochen hat. Das Bewusstsein für die Macht der Daten und der daraus resultierende Nutzen der Internetgiganten, ist bereits bei der jüngsten Generation vorhanden. Die Erkenntnis, welche Daten durch die Nutzung einer App wie *Instagram* gesammelt werden, ist gegeben und die Befragten sind sensibilisierter. Jedoch führen solchen Erkenntnisse nicht zu einem Austritt aus den sozialen Netzwerken oder spezieller zum Abmelden von Instagram. Wie bereits in der Kategorie „Soziale Netzwerke und Medienangebote“ beschrieben, haben beide Befragte 5 und 6 einen *Facebook*-Account. Obwohl beide festgestellt haben, dass der Nutzungsvorteil

⁴ Der private Modus beschreibt die Einstellung im Internetbrowser, dass keine Speicherung des Such- und Browserverlaufs, der Passwörter, des Downloads und der Cookies. Der Nutzer surft unsichtbar im Internet (Werner, 2017).

für sie nicht vorhanden ist, bestehen die Konten weiterhin. Der Grund, weshalb die Konten nicht gelöscht werden, ist der Vorteil der einfachen Verbindung des *Facebook*-Kontos mit anderen Seiten. Befragte 8 versucht den vereinfachten *Facebook* -Login weniger zu verwenden und möglichst oft ihre Mailadresse anzugeben, wenn sie auf neuen Webseiten ein Konto anlegen muss. Im Allgemeinen nutzt sie die Anwendungen bei denen es möglich ist, über den Internetbrowser, um so das Herunterladen von Applikationen auf ihrem Smartphone zu vermeiden. Sie empfindet die Datenverwendung von *Facebook* als falsch, kann sich jedoch trotzdem nicht von ihrem *Facebook*-Konto trennen. Zusätzlich wickelt die 30-Jährige Onlineeinkäufe über ihr gespeichertes Paypal-Konto, sowie die Giro- und Kreditkarte ab. Auf die Frage wie sie nach eigenen Einschätzungen mit ihren Daten umgeht, sagt sie selbst, dass sie unvorsichtiger ist, als sie sein müsste. Den eigenen Aussagen von Befragter 5 und 6 zu Folge, geben die beiden 17 Jahre alten Schüler, keine Daten an und kaufen nur über die bereits bestehenden Konten ihrer Mütter ein. Diese Gegebenheit muss dem Alter der beiden Befragten zugesprochen werden.

Befragter 1 ist bewusst, welche Daten er im digitalen Raum preisgibt, jedoch ist seine Einstellung zu der Datenfreigabe im Netz „liberal“ (Transkript 1, 2018). Er betont, dass es ihn nicht stört, wenn jemand weiß wo er wohnt oder über seine Telefonnummer verfügt. Viel mehr tangiert es ihn, wenn dritte Parteien seine Gesundheitsakte einsehen könnten. Ansonsten ist er im Umgang mit den persönlichen Daten im digitalen Raum sorglos und unbedacht unterwegs. Es ist ersichtlich, dass ein Bewusstsein vorhanden ist, dass im Umgang mit den persönlichen Daten im Internet, wachsam umgegangen werden muss, jedoch ist keiner der jungen Nutzer konsequent in dieser Anwendung. Alle sagen aus, dass sie vorsichtig sind mit dem Umgang der eigenen Daten und doch haben alle ihre Kontodaten auf mehreren Seiten angegeben, da es vieles vereinfacht. Die Verbindung zu den Freunden durch die sozialen Netzwerke und die Bequemlichkeit, online einzukaufen und nicht in den stationären Handel zu gehen, umso die Datenangaben online zu verhindern, wird nicht getätigt. Dem Bewusstsein für den Datenschutz und der damit einhergehenden Konsequenzen des Austrittes aus sozialen Medien wird nicht stringent verfolgt und es bleibt bei dem Bewusstsein, jedoch keiner Gegenmaßnahme.

(8) Vorteile der digitalen Welt

Im Hinblick auf die Vorteile, die durch die Digitalisierung aufgekommen sind, nennen alle Befragten die Erreichbarkeit und Kommunikation.

Der Unterschied ist, dass die Digital Immigrants im Hinblick auf die Vergangenheit die Kommunikation vergleichen können mit Zeiten, in denen diese nicht selbstverständlich war.

Die Kommunikation, die heute unkompliziert über das Telefon abgewickelt werden kann, brachte früher kostspielige Telefonrechnungen mit sich, oder den Gang zu der Telefonzelle. „Früher brauchte man Kleingeld für die Telefonzelle. Das ist heute deutlich angenehmer“ (Transkript 2, 2018). Zusammenfassend empfinden die älteren Befragten die Digitalisierung als Erleichterung vergangener Alltagshürden. Befragte 3, 4 und 10 nennen außerdem die Möglichkeit Wissen, mit einem Klick aufzurufen, als den größten Vorteil der Digitalisierung. Befragte 9 nennt als Einzige noch die heutigen Möglichkeiten, Kontakt mit Freunden im Ausland über *Facebook* oder *Instagram* zu halten. Den Kontakt zu halten ist für die DNs ebenfalls relevant, jedoch sind hiermit alle Menschen gemeint und nicht nur Freunde im Ausland. Befragte 1 und 7 nennen beide die Story-Funktion bei *Instagram* als Vorteil um über das Leben Anderer auf dem Laufenden zu bleiben. Die unkomplizierte Kommunikation spielt sich für die Digital Natives nicht nur auf *WhatsApp* ab, wie es bei den DIs vorzufinden ist, sondern vermehrt auf den sozialen Medien wie *Instagram* oder *Snapchat*. Der Vorteil ist, dass jeder weiß „[...]“, wie das Leben bei anderen Menschen so verläuft, auch wenn man sich gar nicht trifft. Man weiß immer über alle Bescheid und weiß wo seine Freunde sind“ (Transkript 7, 2018).

4.3 Forschungsmethode II: Das Experteninterview

Nachdem die zehn Interviews mit den Befragten aus den beiden Kategorien der Digital Natives und Digital Immigrants geführt wurden, soll zusätzlich ein Experte zu der Thematik befragt werden. Die Reihenfolge dient zum einen dazu, die Ergebnisse aus den zehn Interviews mit dem Experten besprechen zu können und außerdem sollen die Interviews eine Wissensgrundlage sein für die Forscherin und Verfasserin dieser Arbeit. Dadurch kann vor dem Expertengespräch ein Einblick in die Thematik des praktischen Teils gewonnen und theoretisch vor- und nachgearbeitet werden. Das Experteninterview ist eine Methode der empirischen Sozialforschung. Hierbei soll ein Experte zur Untersuchung eines sozialen Zustands, mittels eines Interviews befragt werden. Ein Experte ist ein Medium zum Verständnis eines Sachverhaltes. Dieser ist nicht wie in den Interviews zuvor, ein Untersuchungsobjekt, sondern die Möglichkeit, den zu untersuchenden Prozess oder sozialen Sachverhalt, zu verstehen. Er fungiert als Zeuge (Gläser & Laudel, 2010, S.12). Zweck des Interviews ist das geteilte Wissen des Experten. Es handelt sich dabei um ein Interview, in dem soziale Situationen oder Prozesse rekonstruiert werden. Die Erfahrung und das Insider-Wissen des Experten dienen dazu, ein Phänomen oder eine soziale Struktur zu analysieren und darauf aufbauend die Hypothese zu belegen oder zu entkräften und anschließend die Fragestellung zu beantworten. Als Experten werden Personen ausgewählt,

die Expertenwissen über ein Phänomen oder soziale Gegebenheiten erworben haben (Gläser & Laudel, 2010, S.13). Dieser Experte wird auf Grundlage des zu untersuchenden sozialen Felds ausgewählt (Neuser & Nagel, 1991; nach Gläser & Laudel, 2010, S.13). Ein Experte kennt üblicherweise den Wissensstand, der für das bestimmte Gebiet relevant ist (Hitzler, 1996, S.26; nach Pfadenhauer, 2002, S.115).

4.3.1 Feldzugang

Bei der Auswahl des Interviewpartners ist zu bedenken, dass ein Experte ausgewählt wird, der über entsprechende Informationen verfügt, präzise Aussagen machen kann und dazu bereit sowie zeitlich verfügbar ist (Gläser & Laudel, 2010, S.117).

4.3.2 Planung und Durchführung des Experteninterviews

Die Planung eines Experteninterviews ist zeitintensiv, da sich der Forscher mit dem Fachgebiet auseinandersetzen muss und die Literatur des Interviewpartners kennen sollte. Auf Grund der Aneignung des Wissens, ist die Anordnung der zehn halbstandardisierten Interviews zu Beginn und nachfolgend das Experteninterview sinnvoll, da der Forscher sich zunächst intensiv mit dem Gebiet auseinandersetzen und sich durch die zehn „Generationsinterviews“ ein Bild der gesellschaftlichen Lage macht.

Zunächst sollte das Forschungsproblem konkretisiert werden um darauf aufbauend, für das Interview geeignete Fragen, konzipieren. Anschließend ist zu überlegen, welche Art von Fragen die gewünschten Informationen erzielen (Kaiser, 2014, S.55).

Für die Akquise des Experten ist vor allem wichtig, dass der Experte genügend Informationen über das Gebiet hat um die Fragestellungen zu beantworten.

Durch die Forschung für den theoretischen Teil der Arbeit sind verschiedene Personen in den möglichen Auswahlkreis der Experten gerückt. Hallers Buch zu dem Thema ist aktuell und hat eine breite Sicht auf das Thema der Digital Natives. In seinem Werk behandelt er vor allem die Generation Y und Z. Haller hat bereits in Kooperation mit der HMS eine Forschung zu dem Thema der Digital Natives geleitet.

Die Befragungsart wird kein standardisierter Fragebogen sein, da diese für einen sozialen Sachverhalt nicht geeignet ist. Eine standardisierte Befragung ist nicht förderlich da diese keine tiefgehende Analyse ermöglicht und das Wissen des Experten nicht in seiner Menge erfassen kann und sogar abgeschnitten wird (Gläser & Laudel, 2010, S.37). Auf den Experten aufbauend, wurde der folgende Fragebogen entwickelt (s. Anhang C). Der Fragebogen soll als Leitfadeninterview aufgebaut sein und kann in einer anderen Reihenfolge oder anderem Wortlaut in das Interview eingebunden werden. Der Leitfaden

engt das Interview nicht ein, sondern soll als eine Stütze dienen (Mieg, 2015, S.10). Vorab muss ein Bewusstsein dafür bestehen, dass während eines Experteninterviews Fehler auftreten können. Ein Hindernis kann sein, dass der natürliche Gesprächsfluss während des Experteninterviews ins Schwanken geraten kann, da der Interviewer ein vorinformierter Laie ist. Es kann auch passieren, dass der Interviewer die Rolle als Forscher verlässt und sich in ein zwangloses Gespräch verleiten lässt und so den Leitfaden des Interviews vergisst (Gläser & Laudel, 2010, S.187). Darüber sollte sich der Forscher vor dem Interview im Klaren sein und versuchen sich entsprechen vorzubereiten um diese Situationen zu vermeiden.

4.3.3 Zusammenfassung des Experteninterviews

Das Experteninterview mit Michael Haller (s. Anhang D), welches im Anschluss an die zehn halbstandardisierten Interviews geführt wurde, dient zur endgültigen Validierung oder Falsifizierung der Hypothesen und Beantwortung der Fragestellung.

Für Haller sind die Etikettierungen der verschiedenen Generationsdefinitionen unscharf (2018). Es muss klar abgegrenzt werden, wer der Generation Y und Z angehört. In Hallers Augen besteht ein klarer Unterschied zwischen den Angehörigen der beiden Generationen. Er betrachtet die Gen Z als Millennials und nicht wie in anderen Definitionen häufig verwendet, die Generation Y. Die Generation Z ist durch eine „Veralltäglicung“ des Internets und des Smartphones geprägt. Für sie ist der Zustand, ständig das Smartphone dabei zu haben und Informationen abrufen zu können, selbstverständlich. Für den Medienwissenschaftlicher ist das der größte Unterschied zwischen den beiden jüngeren Generationen und muss für alle weiteren Untersuchungen beachtet werden. Betrachtet man nun das veränderte Mediennutzungsverhalten im Verlauf der letzten Jahre, so ist es den Menschen heute möglich auf partizipatorischer Ebene mitzuwirken. Die Invention von *WhatsApp* brachte einen ständigen Kommunikationsfluss mit sich. Gerade die jungen Menschen, die in der Pubertät stecken, sind fasziniert von diesem Prozess. Sie sind ständig in Kontakt mit ihren Freunden und involviert in virtuelle Kreise. Das veränderte Mediennutzungsverhalten ist für Haller vor allem sichtbar bei denjenigen, die bei der Entwicklung des Internets schon im Vor- oder Grundschulalter waren und denjenigen, die in die Digitalisierung reingeboren wurden. Für ihn ist der frühe Umgang mit Technik und der digitalen Welt bereits in der primären Sozialisation⁵ der ausschlaggebende Faktor für ein anderes und allgegenwärtiges Medienverhalten. Weitere Unterschiede erkennt er in dem

⁵ Die primäre Sozialisation umfasst die Lernphase, die ein Individuum in seiner Kindheit durchläuft um so den Aufforderungen der Gesellschaft weitestgehend zu entsprechen. Diese gesellschaftliche Ordnung lernt und übernimmt das Kind von Anderen (Hurrelmann, 2006, S.13).

veränderten Umgang mit den Medien bei formal besser gebildeten Menschen. Bei Kindern, in dessen Elternhäusern ein höherer Bildungsgrad vorhanden ist, ist gleichzeitig ein differenzierter Umgang mit Medien festzustellen. Sie sind eingeschränkter und das Frustrationserlebnis wird trainiert, da sie nicht immer Zeit am Smartphone oder am Tablet verbringen dürfen. Auf die Frage, ob er denkt, dass die jüngeren Nutzer kopflos im Umgang mit dem Internet sind im Bezug auf Datenschutz und Sicherheit, antwortet Haller: „Also ich würde nicht sagen kopfloser. Auch hier spielt die formale Bildung eine Rolle. Die formal besser Ausgebildeten sind sich, nach allen Studien die ich kenne, dem Problem deutlicher bewusst und haben weniger diese „Egal Haltung“ die man bei den stärker konsumorientierten Eingestellten antrifft“ (Haller, 2018). Psychologisch betrachtet ist eine Dissonanz festzustellen, zwischen dem Bewusstsein der Datenunsicherheit einerseits und dem nicht wahrhaben wollen, andererseits. Für die Zukunft sagt er, dass die Faszination des Internets immer geringer werden wird und der Digital Divide irgendwann nicht mehr die Alterskluft beschreiben wird, sondern viel mehr die Kluft zwischen denjenigen, die sich von dem Internet lösen möchten und denjenigen, die es auf Grund fehlender Bildung nicht reflektieren können und sich daher nicht lösen werden. Die Begrifflichkeiten des Digital Native und des Digital Immigrant grenzt Haller ein, in dem er Menschen als Digital Immigrants beschreibt, die Anfang der 90er Jahre bereits 40 Jahre oder älter waren. „Damals konnten wir die Etikettierungen der Digital Natives und der Digital Immigrants gut gebrauchen. Aber je weiter wir fortschreiten, weg von diesem explosionsartigen Start in den ersten Jahren dieses Jahrtausends. Je weiter wir davon weg sind, desto weniger bilden diese Begriffe ab, bis wir irgendwann nur noch Natives haben“ (Haller, 2018,).

5 Hypothesenüberprüfung: Praxis und Theorie

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit der Überprüfung der Hypothesen und der Beantwortung der Fragestellung anhand der zehn Interviews und des Experteninterviews.

H1: Die Digital Natives empfinden die Mediennutzung als selbstverständlicher und nehmen schneller neue technologische Veränderungen auf, als die Digital Immigrants.

Die erste Hypothese kann validiert werden. Im Kontext der Interviews ist die intuitive Nutzung das Schlagwort. Diese fehlt den älteren Befragten oft im Hinblick auf den Umgang mit den technischen Geräten und Programmen. Trotz des Versuches, die Dienste wie *Snapchat* zu adaptieren, fehlt häufig doch die Fähigkeit diese einwandfrei zu bedienen. Die Transformation von der analogen zu der digitalen Welt ist für die älteren Befragten viel

präsenter, da sie diese miterlebt haben und ein Leben ohne Smartphone kennen. Für die Jüngsten der Befragten (Befragte 5 und 6), ist die digitale Transformation ein Normalzustand, aber auch für die anderen Digital Natives, ist die Digitalisierung selbstverständlich und sie nutzen diese intensiv.

Was die junge Generation als Vorteil sieht, den ständigen Zugang zum Smartphone, dem Internet, die durchgehende Erreichbarkeit und der ständige Austausch mit Familien und Freunden über verschiedenen soziale Netzwerke, stößt bei einige Älteren auf Unverständnis. Befragter 2 und 4 stehen hier für einen Teil der Gesellschaft, die sich mit den technischen Neuheiten nicht identifizieren können. Für die anderen Digital Immigrants ist der größte Vorteil die grenzenlose Verfügbarkeit von Informationen. Das wird von den Digital Natives nicht als Vorteil genannt. Daran ist erkenntlich, dass der schnelle Wissens- und Datentransfer sich bei den DNs in den Alltag und den Köpfen positioniert hat und die schnelle Kommunikation für sie viel relevanter ist.

Die ältesten Befragten bemitleiden die Jüngeren mehr, als dass sie den natürlichen Umgang mit den Medien bewundern. Sie genießen Zeiten in denen sie nicht erreichbar sind.

Der Experte Haller zeigt im Gespräch auf, dass klar zwischen Menschen entschieden werden muss, die bereits im Vor- und Grundschulalter die Digitalisierung als alltäglich empfinden konnten und denjenigen die 40 Jahre alt waren bei der Ankunft des Internets. Hier lassen sich bei den ältesten Befragten Ansätze von aversiven Einstellungen entdecken. Je jünger die DI werden, desto entspannter und intensiver wird der Umgang. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass es einen klaren Unterschied gibt, in der Adaption der Technik. Die Selbstverständlichkeit der Vorzüge, die die Digitalisierung gebracht hat, ist bei den DNs viel selbstverständlicher, als sie bei den DIs ist.

H2: Digital Natives sehen keine Grenzen zwischen Online und Offline sein.

Die Hypothese 2 kann ebenfalls validiert werden. Digital Natives adaptieren die Kommunikation über die Endgeräte in ihrem Alltag. Die Grenzen zwischen offline und online verschwimmen und das Smartphone integriert sich komplett in den Lebensalltag. Eine Kommunikation, die früher über ein Medium lief, wird heute über drei bis vier Kanäle gleichzeitig geführt und jeder Kanal bedient einen anderen Nutzen. Diese Überlappung der Kommunikation entdeckt man vor alle bei den Jüngeren. Es kann jedoch noch unterschieden werden zwischen denjenigen, die zu Beginn der Zeit der Generation Y geboren wurden und den jüngeren der Generation. Bei den jüngeren der Generation Y und den Mitgliedern der Generation Z, lassen sich Parallelen in der Nutzung ziehen und auch in der Intensität des Konsums. Bei Beiden fällt ein übergreifender Umgang der Kanäle und der Geräte auf und

kein Gerät ersetzt ein anderes, wie es bei den Digital Immigrants zu erkennen ist. Die Nutzung der Geräte ist in der Gesamtbetrachtung bei den Digital Natives bei vier von fünf Befragten sehr hoch und das Smartphone ist ständig greifbar. Erkennbar werden jedoch Unterschiede in der Anwendung der sozialen Medien. Die Generation Z hat eine hoch frequentierte Nutzung des Videoportals *YouTube* und dem sozialen Medium *Snapchat*. Diese lassen sich kaum bis gar nicht bei der Generation Y entdecken.

In Hinsicht auf die Nutzung der Geräte erkennt man wiederum Parallelen zwischen den Gen Y und Gen Z. Den Angaben der DN's zu folge, ist das Smartphone sieben bis zehn Stunden im Betrieb und wird für jegliche Anwendungen genutzt.

Die Digital Natives sind in ihrem Umgang, vor allem mit dem Smartphone, sehr intuitiv. Der Griff zum Smartphone ist auch häufig unbewusst und kann als unterbewusster und natürlicher Reflex beschrieben werden. Die Distanzierung vom Smartphone, ist für fast alle nicht möglich. Die übergreifende Verwendung von online und offline fällt auch in der sozialen Interaktion auf. Die DN's, vor allem die Jüngeren (5,6 und 7), aber auch der älteste Befragte (Transkript 1, 2018) verwenden soziale Netzwerke als bestehenden und relevanten Teil der sozialen Beziehungen. Soziale Netzwerke bedienen teilweise Funktionen des sozialen Lebens und halten ihre Nutzer durch Story-Funktionen auf *Instagram* und *Snapchat*, aber auch auf *Facebook* über das Leben von Freunden, Bekannten aber auch Unbekannten auf dem Laufenden.

Bei den Digital Immigrants lassen sich hingegen Abgrenzungen zu der digitalen Welt erkennen. Die Ältesten nehmen sich weitergehend aus den neuen Technologien raus. Sie wollen nicht tiefer in digitale Prozesse einsteigen und finden es erschreckend, wie sich der Umgang bei den jungen Menschen unter dem Wandel der Digitalisierung entwickelt. Die Abgrenzung zeichnet sich durch die Unwissenheit, einem Desinteresse und der Angst vor der Freigabe von Daten aus. Auch wenn das Medienverhalten bei den Nutzern der Generation X (Befragte 3,9 und 10) teilweise stärker ausgeprägt ist und sie mehr online sind, besteht dennoch das Verständnis für analoge Medien und sie genießen den Umgang mit diesen. Soziale Interaktionen wird nicht durch soziale Medien ersetzt und persönliche und reale Momente werden wertgeschätzt. Für Haller ist die Bindekraft der Internets, wie sie die Digital Native haben, nicht bei den anderen Nutzern in dem Maße gegeben. Haller bestätigt die Annahme der Hypothese in dem er sagt, dass vor allem Menschen die in ihrer Adoleszenz sind, die Faszination für den virtuellen Raum stärker empfinden. Diejenigen, die die Digitalisierung seit der frühen Kindheit miterlebt haben, weisen heute eine ständige Kommunikation mit anderen im virtuellen Raum auf. Für sie ist eine Abgrenzung zwischen der online und offline Welt nicht mehr vorhanden.

H3: Je später der Zugang zu Technologie kam, desto schwerer fällt es den Befragten diese anzunehmen.

Die dritte Hypothese, dass ein später Zugang zu Technologie, einen beschwerlichen Umgang zur Folge hat, kann ebenfalls bestätigt werden. Betrachtet man die ältesten Befragten der zehn Interviews, so wird deutlich, dass diese durch den späten Zugang zum Smartphone heute ein distanziertes Medienverhalten aufweist. Sie nutzen nur die nötigsten Anwendungen, in denen Sie den größten Mehrwert sehen. Sie empfinden die Nutzung der Jüngeren teilweise als störend oder bedenklich. Bei Fragen oder Problemen mit den technischen Geräten, reduzieren sie den Konsum anstatt das Problem zu lösen. Es wird lieber eine andere Person konsultiert, als sich dem Problem zu stellen. Sie wollen jedoch auch nicht tiefer einsteigen und sich mehr Wissen aneignen.

Das kann damit erklärt werden, dass die Babyboomer einen längeren Lebensabschnitt ohne Digitalisierung gelebt haben und wissen, dass es auch ohne diese geht. Beide Älteren werden in den kommenden Jahren pensioniert, und haben daher weniger Berührungspunkte mit den Generation Z und der Generation Y, zumindest im Arbeitsalltag.

Die Generation Y und Z haben das Smartphone immer dabei, sind ständig erreichbar und wünschen dieses auch bewusst. Sie kommunizieren über verschiedenen Kanäle gleichzeitig mit den selben Personen. Solche Phänomene erkennt man in der Intensität der Nutzung nicht bei den älteren Befragten. Die primäre Sozialisation ist eine prägende Zeit in der Entwicklung, sagt Haller. Gerade Menschen die schon in dieser Zeit mit der Digitalisierung in Berührung bekommen sind, haben heute eine intensive und intuitivere Nutzung. Dieses Alter haben die Befragten der DI überschritten, als die Digitalisierung Anfang der 90er Jahre einsetzte. Jedoch erkennt man bei den Mitgliedern der Generation X einen aufgeschlosseneren Umgang, was durch die berufliche Konfrontation mit Technik begünstigt werden könnte.

H4: Digital Immigrants haben mehr Angst vor neuen Technologien.

Die vierte Hypothese kann auf Grundlage der Forschung nur zum Teil validiert werden. Betrachtet man nur die Angehörigen der Generation Babyboomer, die Befragten 2 und 4, kann man von einer konfrontationsscheuen Einstellung sprechen. Es ist jedoch weniger die Angst vor der Technologie, sondern vor den Folgen. Gerade die Freigabe von Daten im digitalen Raum ist bei den Befragten der Babyboomer-Generation, ein präsent Problem. Sie vermeiden die Nutzung des Internets im Übermaß und eine Verweigerung der sozialen Medien, ist in diesem Maße nur bei den Ältesten zu finden. Sie sind auch die einzigen, die

eine konsequente Ablehnung der Aktivitäten praktizieren, die viele persönliche Daten freigeben. Die Sensibilisierung gegenüber dem Datenschutz, lässt sich auch im Bewusstsein der anderen Befragten entdecken, jedoch werden hier keine verhinderten Maßnahmen, wie das Entfernen der Social Media-Konten, eingeleitet. Die Angst vor der Freigabe von Daten entdeckt man kaum bei den Jüngeren. In Anbetracht der Generation X und ihrem Umgang mit der Technologie, fällt kein ängstliches Verhalten auf. Es ist viel mehr ersichtlich, dass die Befragten sich von den digitalen Medien versuchen, in bestimmten Momenten wie beispielsweise im Urlaub, zu distanzieren und die bereits bestehende Abhängigkeit zu minimieren. Haller bestätigt ebenfalls, dass die Menschen sich versuchen zu distanzieren, was er auf den Unterschied in den Bildungsgraden zurückführt. Für ihn sind Menschen die eine formal bessere Ausbildung genossen haben, heute in einem Zustand der Reflexion und Abgrenzung zu der Digitalisierung. Von ängstlichem Umgang spricht er nicht. Insgesamt kann die Hypothese im Hinblick auf die Interviews nur auf die Mitglieder der Generation Babyboomer validiert werden. Alle folgenden Generationen haben keine Angst, sondern mehr den Wunsch sich teilweise von der Digitalisierung zu lösen und die Hypothese stimmt nicht zu.

H5: Der Digital Divide zwischen den beiden Gruppierungen wird immer größer.

Die fünfte und letzte Hypothese, dass sich der Digital Divide in den nächsten Jahren vergrößern wird, musste auf Grundlage der zehn Interviews und dem Experteninterview falsifiziert werden. Im Anbetracht der zum einen, zunehmenden intensiven Nutzung der digitalen Medien auch bei den Angehörigen der Generation X, kann man immer weniger von einer digitalen Kluft oder Alterskluft sprechen. Weiterhin zeichnet sich sogar eine Tendenz ab, dass sich die Kluft ein paar Jahren verringern wird. Exkludiert werden sollten bei dieser Hypothese die Generation Babyboomer. Diese werden in den nächsten Jahren in Rente gehen und so in beruflicher Hinsicht weniger mit der zunehmenden Digitalisierung von Arbeitsprozessen in Berührung kommen. Es wird sicherlich Mitglieder der Generation geben, die sich aus Interesse mit der Digitalisierung beschäftigen, jedoch wird eine Mehrheit weniger Berührungspunkte damit bekommen und das teilweise aversive Verhalten, welches sie heute schon aufweisen, wird sich ggf. verstärken und sie verlieren immer mehr das Interesse sich weiterhin in die Thematik zu beschäftigen.

Für Haller werden in Zukunft nur Digital Natives bestehen, die einen mühelosen Umgang mit der Technik aufweisen. Die DIs entwickeln sich mehr in die Richtung der DNs und in Zukunft kann der Begriff des Digital Immigrant nur noch als anfängliche digitale Sozialisation und nicht mehr als aktueller Zustand der Nutzung verwendet werden können.

Für die Angehörigen der Babyboomer-Generation wird diese Begrifflichkeit jedoch als Mediensozialisation bestehen bleiben. Haller sieht eine zunehmende Kluft zwischen denjenigen die ein wachsendes Distanzierungsbewusstsein von den digitalen Medien entwickeln, zumindest im privaten Bereich und denjenigen die sich weniger davon lösen können. Dieses Bewusstseins schreibt er den Nutzern zu, die eine formal bessere Bildung haben. Er sieht diese Entwicklung sowohl bei den älteren als auch den jüngeren Nutzern.

Die Entwicklungen die Haller prophezeit, dass Bildung den größten Einfluss auf eine zunehmende Distanzierung der digitalen Medien hat, kann durch die Forschungsmethode I dieser Arbeit nicht bestätigt werden. Dieser Forschung weist in der Befragungsgruppe der Digital Natives eine Variation an Bildungsgraden auf. Es wurden sowohl Personen mit angehenden Fachabitur, ein Schüler mit einem Hauptschulabschluss, aber auch Personen im Bachelorstudium, eine Befragte die ein Traineeship absolviert sowie ein leitender Manager eines großen internationalen Unternehmens befragt. Vier der Fünf Digital Natives zeigten keine Anzeichen davon, sich von dem Smartphone zu distanzieren.

6 Beantwortung der Fragestellung

Abschließend soll die Fragestellung auf Grundlage der validierten und falsifizierten Hypothesen beantwortet werden. In welchen Aspekten unterscheidet sich das Mediennutzungsverhalten der Digital Natives, von dem der Digital Immigrants?

Zum einen unterscheidet sich der Umgang im Hinblick auf die simultane und selbstverständliche Nutzung der Onlinedienste bei den Digital Natives zu dem der Digital Immigrants. Die Gewichtung von sozialen Medien ist vor allem für die Jüngsten der Digital Natives, also die ab 1995 geborenen, relevanter als für die restlichen Befragten. Die Gewichtung der Medieninhalte wird von den DNs und den DIs unterschiedlich vorgenommen. Auch wenn die DIs teilweise eine erhöhte Frequenz des Medienkonsums auf dem Smartphone oder dem Tablet aufweisen, so sind es doch verschiedenen Inhalte die konsumiert werden. Die Nutzung der DN, vor allem der Jüngsten, hat noch teilweise spielerischen Charakter. Langeweile und Ablenkungen von anderen Tätigkeiten stehen teilweise im Vordergrund der Anwendung. Die DIs hingegen und hier kann man alle befragten DIs miteinbeziehen, verwenden die Digitalisierung viel mehr für die Informationsbeschaffung. Eine Möglichkeit, die sie vor 30 Jahren noch nicht hatten. Im Gegensatz dazu stehen die junge Menschen. Für den Digital Native haben sozialen

Netzwerke den höchsten Stellenwert in der Nutzung ihrer mobilen Endgeräte. Der Digital Native hat eine wachsende Verflechtung der digitalen und realen Welt. Er ist kontinuierlich online und erreichbar und hat ein hohes Selbstvertrauen im Umgang mit neuen Technologien. Des Weiteren spielen sich viele soziale Interaktionen auf sozialen Medien ab und sie sind für die DNs heute ein fundamentaler Teil um mit Freunden und Bekannten zu kommunizieren, sich auszutauschen und auf dem Laufenden über das Leben von Freunden oder Unbekannten zu bleiben. Was für die Digital Natives ein Vorteil ist, die ständige Erreichbarkeit und durchgehend online sein zu können, ist für die DIs mehr ein gesellschaftlicher Druck, dem sie sich teilweise Teil beugen aber zum größten Teil entfliehen. Bei technischen und medialen Probleme ist eine konfrontationsscheue Einstellung bei den DIs anzutreffen. Der DN hingegen lebt nach dem Prinzip des „Learning by doing“.

Des Weiteren ist ein Unterschied in der natürlichen Gerätenutzung festzustellen. Digital Natives nutzen Geräte übergreifend und nicht als Austauschoption. Zusätzlich ist ihr Verhalten im Umgang mit dem Smartphone reflexartig und der Griff zum Smartphone hat sich als intuitive Bewegung etabliert. Digital Natives sind bequem. Sie wissen um die Unsicherheit der Daten, gehen diesem Problem jedoch teilweise aus dem Weg um die Vorteile der Anwendungen nicht aufgeben zu müssen.

Als Ausblick kann festgehalten werden, dass die Digital Immigrants sich jedoch immer mehr der Medienkompetenz der Digital Natives nähern und ebenfalls ein intensiveres Mediennutzungsverhalten sichtbar wird. Dieses Verhalten kann vor allem bei den jüngeren DIs festgestellt werden, die auch im Berufsleben mehr mit den „neuen Medien“ konfrontiert sind. Die DIs, die älter sind, sehen weniger die Notwendigkeit in die Digitalisierung einzusteigen und eine höhere Medienkompetenz aufzubauen. Es zeichnet sich jedoch gegenteilig auch eine Distanzierung derjenigen ab, die die Digitalisierung als zu einnehmend betrachten und Zeiten ohne mobile Endgeräte schätzen. Das ist vor allem bei den DIs der Fall. Möglicherweise ist das dem Alter zuzuschreiben und die Digital Natives, die heute ein umfassendes Medienverhalten aufweisen und jünger sind, werden sich in einigen Jahren ebenfalls versuchen zu distanzieren.

Abschließend muss vermerkt werden, dass diese Forschung nicht repräsentativ ist. Die Anzahl der Befragten ist zu gering, als dass man hier allgemeine gesellschaftliche Phänomene herausarbeiten kann. Jedoch kann man die Arbeit mit anderen, bereits veröffentlichten, quantitativen Arbeiten vergleichen und erkennt hier Überschneidungen der Erkenntnisse.

III. Literaturverzeichnis

1. Burkhart, S. (2016). Die spinnen, die Jungen!: Eine Gebrauchsanweisung für die Generation Y. Offenbach: Gabal Verlag GmbH
2. Edwards, M. (2002). Education and occupations: Reexamining the conventional wisdom about later first births among American mothers. *Sociological Forum*, 17, S. 423-443
3. Frieling, J. (2010). Zielgruppe Digital Natives: Wie das Internet die Lebensweise von Jugendlichen verändert. Hamburg: Diplomica Verlag,
4. Gasser, U. & Palfrey, J. (2008). Generation Internet. Die Digital Natives: Wie sie leben, Was sie denken, Wie sie arbeiten. München: Carl Hanser Verlag
5. Gläser, J. & Laudel, G. (2010). Experteninterviews und Qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierender Untersuchungen (4. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien
6. Günther, J. (2007). Digital Natives & Digital Immigrants. Innsbruck: Studien Verlag
7. Haller, M. (2015). Was wollt ihr eigentlich? Die schöne neue Welt der Generation Y. Hamburg: Murmann Publishers GmbH
8. Hopf, C. & Weingarten, E. (Hrsg.) (1984). Qualitative Sozialforschung. Stuttgart: Klett-Cotta
9. Hurrelmann, K. (2006). Einführung in die Sozialisationstheorie (9. unv. Aufl.). Weinheim & Basel: Beltz Verlag
10. Kaiser, R. (2014). Qualitative Experteninterviews. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung. Wiesbaden: Springer VS
11. Klaffke, M. (2014). Erfolgsfaktor Generationen-Management – Handlungsansätze für das Personalmanagement. In M. Klaffke (Hrsg.). *Generationen-Management: Konzept, Instrumente, Good-Practice-Ansätze* [S. 3-26] Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
12. Küchler, M. (1983). „Qualitative“ Sozialforschung- ein neuer Königsweg? In D. Garz & L. Kraimer (Hrsg.), *Brauchen wir andere Forschungsmethoden? Beiträge zur Diskussion interpretativer Verfahren* [9-30]. Frankfurt am Main: Scriptor.
13. Lamnek, S. & Krell, C. (2016). *Qualitative Sozialforschung* (6. Auflage). Basel: Beltz Verlag
14. Mangelsdorf, M. (2014). 30 Minuten- Generation Y. Offenbach: Gabal Verlag GmbH

15. Mangelsdorf, M. (2015). Von Babyboomer bis zur Generation Z: Der richtige Umgang mit unterschiedlichen Generationen im Unternehmen. Offenbach: Gabal Verlag
16. Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Technik. Weinheim/Basel: Beltz Verlag (12. überarbeitete Aufl. 2015)
17. Krause, L. (2015). Die Generation Y- Ihre Wünsche und Erwartungen an die Arbeitswelt. In H. Bröckermann (Hrsg.). Praxisorientierte Personal und Organisationsführung. Band 21. München und Mering: Rainer Hampp Verlag
18. Noruzi, A. (2011). The Web Presence of European and Middle Eastern Countries. A Digital Divide. In K. St. Amant & A. Bolanle (2011). Globalization and Digital Divide. New York: Cambria Press [S. 141-159]
19. Oertel, J. (2014). Babyboomer und Generation X- Charakteristika der etablierten Arbeitnehmer-Generation. In M. Klaffke (2014) (Hrsg.). Generationen-Management: Konzept, Instrumente, Good-Practice-Ansätze. [S. 27-56] Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
20. Parment, A. (2013). Die Generation Y. Mitarbeiter der Zukunft motivieren, integrieren, führen. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag
21. Pfadenhauer, M. (2002). Auf Augenhöhe reden. Das Experteninterview- ein Gespräch zwischen Experten und Quasi-Experten. In A. Bogner, B. Littig, W. Menz (2002) (Hrsg.). Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung [113-130] Wiesbaden: Springer VS.
22. Pfeil, S. (2016). Werteorientierung und Arbeitsgeberwahl im Wandel der Generationen. Eine empirisch fundierte Analyse unter besonderer Berücksichtigung der Generation Y. Leipzig & Wiesbaden: Springer Gabler
23. Pilarczyk, H. (2011). Sie nennen es Lebens. Werden wir von der digitalen Generation abgehängt? München: Wilhelm Heyne Verlag
24. Riederle, P. (2013). Wer wird sind und was wir wollen. Ein Digital native erklärt seine Generation. München: Knauer Taschenbuch Verlag
25. Peiser, W. (1996). Die Fernsehgeneration. Eine empirische Untersuchung ihrer Mediennutzung und Medienbewertung. Opladen: Westdeutscher Verlag
26. Rodeck, M. (2014). Der Wertewandel in der Arbeitswelt durch die Generation Y: Wie Unternehmen bei der Personalführung sinnvoll reagieren und agieren können. Hamburg Diplomica Verlag GmbH
27. Schaar, P. (2015). Das digitale Wir. Unser Weg in die transparente Gesellschaft. Hamburg: Körber Stiftung

28. Scholl, A. (2015). Die Befragung (5. Auflage). Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH
29. Scholz, C. (2014). Generation Z: wie sie tickt, was sie verändert, und warum sie alle ansteckt. Weinheim: Wiley-VCH Verlag
30. Schulenburg, N. (2016). Führung einer neuen Generation: Wie die Generation Y führen und geführt werden sollte. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag
31. Süss, D. (2004). Mediensozialisation von Heranwachsenden: Dimensionen - Konstanten – Wandel. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
32. Tapscott, D. (1996). Die digitale Revolution. Verheißung einer vernetzten Welt- die Folgen für Wirtschaft, Management und Gesellschaft. Wiesbaden: Gabler Verlag
33. Weischer, C. (2007). Sozialforschung. Basel: Beltz Verlag Weinheim
34. Zarra, E. (2017). Helping Parents Understand the Minds and Hearts of Generation Z. Maryland: Rowman & Littlefield

Internetquellen

1. Aschermann, T. (2015). Was ist Instant Messaging? Einfach erklärt. In https://praxistipps.chip.de/was-ist-instant-messaging-einfach-erklart_41407 [03.07.2018]
2. Beams, N. (2002): Die Weltwirtschaftskrise: 1991-2001. In <https://www.wsws.org/de/articles/2002/04/beam-a03.html>, eingesehen am 07.05.2018
3. Best, S. & Engel, B. (2011). Alter und Generationen als Einfluss der Mediennutzung. Kohortenanalyse auf Basis der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation [PDF]. In Media Perspektive. In http://www.ard-werbung.de/download.php?file=fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2011/11-2011_Best_Engel.pdf, eingesehen am 15.05.2018
4. Buchhorn, E. & Werle, K. (2011). Generation Y- Die Gewinner des Arbeitsmarktes. In <http://www.spiegel.de/karriere/generation-y-die-gewinner-des-arbeitsmarkts-a-766883.html>, eingesehen am 30.04.2018
5. Duden (2018). Begriffserklärung: Early Adopters. In https://www.duden.de/rechtschreibung/Early_Adopter [09.07.2018]
6. Frees, B. & Koch, W. (2017). ARD/ZDF-Onlinestudie 2017: Neun von zehn Deutschen online [PDF]. In Media Perspektiven, BD. 9. [S. 434-446]. In

- http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2017/0917_Koch_Frees.pdf [03.05.2018]
7. Hank, R. (2013). Babyboomer- Wir sind viele! In <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/vollbeschaeftigung/babyboomer-wir-sind-viele-12165063.html> [05.05.2018]
 8. Ingold, J. (2016). Generation Z. Metastudie über die kommende Generation [PDF]. In http://www.sprachenrat.bremen.de/files/aktivitaeten/Generation_Z_Metastudie.pdf [30.04.2018]
 9. Kleinig, G. (1982). Umriss zu einer Methodologie qualitativer Sozialforschung. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 34 (2), 224-253. In https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/861/ssoar-kzfss-1982-2-kleinig-umriss_zu_einer_methodologie_qualitativer.pdf?sequence=1 [12.05.2018]
 10. Kulhay, J. (2013). Die Mediengeneration. Ihr Medienkonsum und ihre Mediennutzung (Band 11). In http://www.kas.de/wf/doc/kas_33767-544-1-30.pdf?130313111732 [09.07.2018]
 11. Mayring, P. (2000). Qualitative Inhaltsanalyse [28 Absätze]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research [On-line Journal]*, 1(2). Abrufbar über: <http://qualitative-research.net/fqs/fqs-d/2-00inhalt-d.htm> [23.06.2018]
 12. Meyer, K. (2016). Die Generation Y als Digital Natives: Mythen und Fakten [online]. In <http://www.usability.ch/news/generation-y-digital-natives.html> [28.04.2018]
 13. Mieg, H. (2015). Experteninterview in den Umwelt- und Planungswissenschaften. Eine Einführung und Anleitung [PDF]. In http://www.metropolenforschung.de/download/Mieg_Experteninterviews.pdf [21.05.2018]
 14. Newman, A. (2014). Generation Y (Millennials) [PDF]. In <http://www.financialmutuals.org/files/files/2014%2004%2027%20Gen%20Y%20Article%20for%20AFM%20NEDs.pdf> [29.04.2018]
 15. Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants [PDF]. On the Horizon, Vol. 9, Nummer 5. In <https://edorigami.wikispaces.com/file/view/PRENSKY+-DIGITAL+NATIVES+AND+IMMIGRANTS+1.PDF> [14.04.2018]

16. Ramasubba, S. (2015). From Gen X to Y and Z: Technology and the Generation Gap. In <https://www.huffingtonpost.com/suren-ramasubbu/from-gen-x-to-y-and-z-technology-7645410.html?guccounter=1> [08.07.2018]
17. Riede, P. (2015): Die Generation Z kommt- Prof. Christian Scholz im Interview. Interview mit Prof Christian Scholz [online]. In <https://www.hrweb.at/2015/04/generation-z-generation-y-christian-scholz/> [08.05.2018]
18. Schönball, R. & Wittlich, H. (2017). 10 Jahre iPhone- Das erste Smartphone war ein Nokia. In <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/10-jahre-iphone-das-erste-smartphone-war-ein-nokia/19221898.html> [03.07.2018]
19. Selle, A. (2016). Sicherheitsnetz. In <https://www.tagesspiegel.de/medien/kinderweb-sicherheitsnetz/14539490.html> [15.05.2018]
20. Signium International (2013). Generation Y. Das Selbstverständnis der Manager von morgen [PDF]. In https://www.zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Auftragstudien/studie_generation_y_signium.pdf [29.04.2018]
21. Stein, A. (2015). Was ist ein Tablet. Einfach erklärt. In https://praxistipps.chip.de/was-ist-ein-tablet-einfach-erklart_41282 [09.08.2018]
22. SWR (2018). Das WWW wird 25. In <https://www.swr.de/buffet/leben/internet-feiert-jubilaem-das-www-wird-25/-/id=257304/did=21361320/nid=257304/1qrz3qy/index.html> [30.04.2018]
23. Werner, Markus (2017). Privater Modus: Inkognito mit dem Smartphone surfen! In <http://www.computerbild.de/artikel/cb-Tipps-Handy-privater-modus-Inkognito-mobil-surfen-17980435.html> [04.06.2018]
24. Wolanin, S. (2017). Was sind Digital Immigrants? <https://www.m-k.ch/was-sind-digital-immigrants-2/> [09.05.2018]
25. Wydra, K. (2014). Brücken bauen, Lücken schließen – Wege zur Überwindung der digitalen Kluft. In <https://www.alumniportal-deutschland.org/global-goals/sdg-10-ungleichheiten/digitale-kluft-digital-divide-digitale-inklusion-digital-inclusion/> [07.05.2018]

IV. Anhang

Dem Anhang können sowohl die transkribierten Interviews der zehn Interviewpartner und dem Experteninterview, sowie die Leitfäden der beiden Interviewarten entnommen werden.

A. Interviewleitfaden halbstandardisierte Interviews

1. Wann wurden Sie geboren?
2. Was ist Ihr beruflicher/schulischer Status?
3. Welche mobilen Endgeräte nutzen Sie?
4. Wo nutzen Sie die Geräte? Unterwegs und/oder online?
5. Wofür nutzen Sie die Geräte/ das Gerät?
6. Wie häufig/ intensiv nutzen Sie die Geräte?
7. Wie viele verschiedenen Medienangebote nutzen Sie?
8. Wofür nutzen Sie Ihr Smartphone am meisten?
9. Welche sozialen Netzwerke nutzen Sie?
10. Wie häufig nutzen Sie soziale Netzwerke täglich (min/Tag)?
11. Welche analoge/ klassische Medien nutzen Sie und wofür?
12. Wie würdest Sie Ihr Smartphone-Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben?
13. Wie stehen Sie dem Zustand gegenüber, dass sich immer mehr von der analogen Welt in das Digital verschiebt?
14. Wie empfinden Sie den Zustand des durchgängigen „Online-Seins“?
15. Wie gehen Sie mit deinen privaten Daten wie zum Beispiel Kontodaten beim Online Shopping um?
16. In welche Bereichen profitieren Sie am meisten von dem digitalen Angebot?
17. Erinnern Sie sich an neue Technologien in den letzten Jahren, bei denen du Schwierigkeiten hatten, diese anzunehmen? (BEISPIEL: Nutzung des Smartphones)

B. Kategorie-System der halbstandardisierten Interviews

- C. (1) Mobile Endgeräte
- D. (2) Soziale Netzwerke und Medienangebot
- E. (3) Nutzung der Geräte
- F. (4) Datenumgang im digitalen Umfeld
- G. (5) Transformation von analog zu digital

- H. (6) Persönliche Vorteile der digitalen Welt
- I. (7) Einschätzung des eigenen Nutzungsverhalten & Schwierigkeiten
- J. (8) Intensität der Nutzung

a. Transkript 1

Interviewerin: Vorab, darf ich aufzeichnen, was du sagst?

Befragter 1: Selbstverständlich.

Interviewerin: In welchem Jahr wurdest du geboren?

Befragter 1: 1983.

Interviewerin: Was ist dein beruflicher oder schulischer Status?

Befragter 1: Also ich habe Abitur gemacht. Anschließend habe ich ein Bachelorstudium in Wirtschaftsinformatik und Masterstudium in Management gemacht.

Interviewerin: Und deine aktuelle Position?

Befragter 1: Ich bin aktuell CRM Manager bei Philips.

Interviewerin: Wie viele mobile Endgeräte nutzt du?

Befragter 1: Jetzt muss ich zählen.... vier.

Interviewerin: Und was genau für welche Geräte nutzt du?

Befragter 1: Ich habe zwei Smartphones und zwei Tablets

Interviewerin: Und beide Smartphone sind beruflich oder privat?

Befragter 1: Ja genau, das eine ist beruflich, das andere ist privat.

Interviewerin: Und wo nutzt du die Geräte jeweils? Unterwegs oder manche nur Zu Hause?

Befragter 1: Ich nutzt Sie eigentlich beide konstant überall.

Interviewerin: Und die Tablets?

Befragter 1: Die Tablets nutze ich zu Hause und bei den Smartphones ist es überall.

Interviewerin: Und wofür nutzt du die Geräte? Also die Smartphones und die Tablets?

Befragter 1: Smartphones nutze ich mittlerweile für fast alles. Also sowohl fürs einkaufen, Recherche und um einfach auch die Arbeitsmails zu checken, die anfallen. Tablet ist wirklich mehr Video schauen und teilweise ein bisschen shoppen. Wobei den finalen Kauf mache ich meistens woanders.

Interviewerin: Woanders heißt jetzt im stationären Geschäft?

Befragter 1: Am Desktop oder Laptop, die habe ich auch noch.

Interviewerin: Also hast du insgesamt sechs technische Geräte?

Befragter 1: Ja so gesehen habe ich dann sechs Geräte, wenn du den Laptop noch dazu zählst.

Interviewerin: Und der Computer nutzt du dann wirklich nur, wenn du detaillierter irgendwas machen musst?

Befragter 1: Genau also, wenn ich detaillierter recherchiere und einzukaufen. Wenn ich ein Webprojekt selbst programmiere oder eine Website selbst programmiere. Dann kommt der Desktop noch zum tragen. Ansonsten mache ich das meiste, was schnell geht, über das Smartphone.

Interviewerin: Und wie häufig nutzt du die Geräte?

Befragter 1: Mehrere Stunden täglich, muss man mittlerweile sagen.

Interviewerin: Wie viele Stunden ungefähr?

Befragter 1: Alle Geräte zusammen, denke ich schon mehr als 10 Stunden pro Tag.

Interviewerin: Weil du auch bei der Arbeit viel an den Smartphones und Laptop bist?

Befragter 1: Ganz genau.

Interviewerin: Was nutzt du jetzt an Medienangeboten?

Befragter 1: Neben Online Shopping, nutze ich das Smartphone noch für soziale Medien relativ viel. Für *Facebook*, *Snapchat* und *Instagram* habe ich Apps. LinkedIn und Xing habe ich für den beruflichen Bereich. Online-Banking mach ich auch viel über das Smartphone. Und ansonsten *WhatsApp* und *Allo*. *WhatsApp* ist für mich ein reines Kommunikationsmittel. Da würde ich keine Live-Status posten. Das mache ich dann über *Snapchat* oder *Instagram*.

Interviewerin: Was ist *Allo*?

Befragter 1: Allo ist das *WhatsApp* von Google.

Interviewerin: Wie häufig nutzt du soziale Netzwerke pro Tag?

Befragter 1: Wenn ich alles an sozialer Interaktion dazu zähle, dann komm ich bestimmt auf vier bis fünf Stunden pro Tag.

Interviewerin: Welche analogen und oder klassischen Medien nutzt du? Und wenn du welche nutzt, wofür?

Befragter 1: Fernsehen auf jeden Fall. Alleine schon als Sportfan must du das *Sky*-Abo haben. Auf der anderen Seite auch diese OTT Services die es mittlerweile gibt, sowie *DZone* und so weiter, die nutze ich auch. Also das konvergiert für mich. Aber wenn du jetzt nach klassischen Medien fragst, ist Fernsehen auf jeden Fall dabei. Was Telefonieren angeht, eigentlich nur noch das Festnetz für meine Eltern. Mittlerweile ist das Festnetz und der Anrufbeantworter wie die zweite Mailadresse die man hat um an Gewinnspielen teilzunehmen. Es ist nicht mehr Hauptkommunikationsmedium für mich.

Interviewerin: Fernsehen nutzt du dann hauptsächlich um Sport zu sehen?

Befragter 1: Ja, Nachrichten mache ich eigentlich nur noch über das Internet. Weil es einfach schneller ist und ich da auch die Information bekomme, die ich haben möchte.

Interviewerin: Nutzt du auch Netflix?

Befragter 1: Netflix ist das Einzige was ich nicht habe. Ansonsten Prime Video, DZone und den EuroSport Player.

Interviewerin: Wie würdest du denn dein Smartphone- Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben?

Befragter 1: Das erste Wort was mir in Kopf kommt, ist krankhaft. So extrem ist es vielleicht auch nicht, aber ich würde mich schon als Heavy User bezeichnen. Der Blick geht häufiger auf das Smartphone, als es gesund ist oder sein sollte.

Interviewerin: Also du hast es immer bei dir?

Befragter 1: Mindestens ein Gerät ist immer bei mir.

Interviewerin: Wie stehst du dem Zustand gegenüber, dass ich immer mehr aus der analogen Welt in die Digital verschiebt?

Befragter 1: Es gibt Momente, in denen ärgert es mich, weil von der analogen Interaktion passiert relativ viel auf relativ unpersönlicher Ebene, wie WhatsApp. Das heißt, gefühlt trifft man sich schon weniger, als man es früher getan hat. Ich würde es aber nicht grundsätzlich als schlecht darstellen, weil sich eben die alltäglichen Verhaltensweisen verändert haben. Ich bin auch nicht jeden Tag um 14 Uhr aus der Arbeit raus um mich dann mit Freunde zu treffen. Dann ist es mir lieber, dass ich zumindest die Chance habe, da noch eine Nachricht oder eine Story zu verschicken, als mich gar nicht zu melden. Aber ich sehe das nicht als Ersatz für die menschliche Komponente, die es früher auf jeden Fall mehr gegeben hat als heute.

Interviewerin: Siehst du auch im beruflichen Bereich Vor- oder Nachteile?

Befragter 1: Es kommt darauf an. Hier bei *Philips* ist es schlimm, weil du tendenziell drei Mails schreibst oder noch mehr, anstatt dich einmal am Tisch zusammen zusetzen um das Thema zu klären. Hier sind wir wirklich an der Grenze, durch die verschiedenen Möglichkeiten die wir haben, zu Ineffizienz zu neigen. Manchmal hätte ich es da gerne anders.

Interviewerin: Wie findest du es, dass du auch ein berufliches Smartphone hast?

Befragter 1: Grundsätzlich habe ich damit keine Probleme, auch aus vorherigen Jobs. Das eigentliche Problem was ich habe ist, dass das berufliche Handy so eine schlechte Qualität hat. Das erschwert es und ist mehr ein Briefbeschwerer als dass es ein Smartphone ist.

Interviewerin: Was muss denn ein smartes Smartphone für dich haben?

Befragter 1: Es sind so Kleinigkeiten wie: Lässt sich das Display schnell entsperren, funktioniert ein Fingerabdruckscanner, komm ich schnell in meine Apps hinein, oder habe ich lange Wartezeiten mit Verzögerung, stürzt das Gerät häufig ab und das sind alles Dinge, die sollte funktionieren.

Interviewerin: Glaubst du du bist ungeduldiger geworden?

Befragter 1: Ich persönlich würde sage ja. Man ist mittlerweile schon dran gewöhnt, dass Dinge schneller funktionieren. Sei es eine Ladezeit einer App oder Website oder eine Reaktion von Menschen. Also wenn du heute zwei Tage später antwortest, dann hat jeder das Gefühl, dass du die Wichtigkeit des Themas nicht erkannt hast. Da ist definitiv mehr Druck drin.

Interviewerin: Wie siehst du den Zustand des ständigen Online-Seins?

Befragter 1: Für mich ist es in Ordnung. Die Verfügbarkeit von Informationen zu jeder Zeit ist wichtig, weil ich tendiere auch mehr dazu, diese typischen nine-to-five Arbeitszeiten zu haben, sondern auch noch einmal von zu Hause was zu tun. Da ist es hilfreich. Trotzdem würde ich sagen ist es für mich hilfreich, wenn ich für die Arbeit nicht erreichbar sein möchte, darum habe ich auch zwei Handy, dann muss ich auch die Chance habe, das Arbeitshandy abzuschalten.

Interviewerin: Kannst du das Smartphone einfach abschalten?

Befragter 1: Ich mach das im Urlaub. Das ist Zeit für mich und dann kommt nur das private Handy mit und das auch nur in Teilen.

Interviewerin: Dann machst du eine Art Detox?

Befragter 1: Ich habe das mal probiert. Langfristig ist das nichts für mich, aber mal eine Woche ohne Handy als ich zum Beispiel auf den Seychellen war, war das auch mal ganz angenehm.

Interviewerin: Wie gehst du denn mit deinen Daten online um?

Befragter 1: Ich bin liberal.

Interviewerin: Du gibst also beim Online Shopping alle Daten an?

Befragter 1: Ja für mich persönlich, das mag jede für sich selbst entscheiden, aber ich habe kein Problem damit, wenn jemand meine Adresse oder meine Telefonnummer kennt. Weil es einfach genügend Stellen gibt, wo man Daten angibt und diese Daten sind dann vorhanden. Die Grenze ziehe ich dann da, wo es um persönliche und gesundheitsbezogen Daten geht. Also das jeder meine Gesundheitsakte einsehen könnte, damit hätte ich auf jeden Fall ein Problem.

Interviewerin: Was glaubst du denn in welchem Bereich du am meistens von dem digitalen Angebot profitierst?

Befragter 1: Schnelligkeit und Einfachheit. Gerade wenn du den *Facebook*-Login an mehreren Stellen verwendest, muss ich nicht jeden Mal meine Kontaktdaten angeben. Ich achte schon darauf, auf welchen Portalen ich mich einlogge. Es sind keine Gesundheitsportale oder Portale, wo ich noch zusätzlich Informationen abgeben muss.

Interviewerin: Erinnerst du dich an eine Technologie in den letzten Jahren, bei den du Schwierigkeiten hattest, diese anzunehmen?

Befragter 1: Bei mir war es mehr Software. Hardware war nicht so das Problem. Ich habe auch früher relativ viel an Computern rumgeschraubt. Das heißt solchen Sachen stehen ich schon offen gegenüber. Es war ungewohnt, als ich mein erstes Smartphone hatte. Das war ein iPhone. Das schreiben darauf war ungewohnt. Ansonsten sind es Apps, den ich nicht so viel abgewinnen kann. Ich nutze zwar auch mal *Snapchat*, aber das ist mehr eine Spielerei. Das ist nicht das, was ich tagtäglich mache. Aber richtige Problem in der Adaption habe ich nicht wahrgenommen.

Interviewerin: Also du fühlst dich nicht überrumpelt von dem was da gekommen ist in den letzten Jahren?

Befragter 1: Nein, von der Technologie selbst nicht. Das wovon man überrumpelt sein kann ist, wie man es interpretiert. Ich bin dann vielleicht auch härter als Andere, dass ich dann beispielsweise mein Arbeitstelefon ausschalte. Aber dieses ständige verfügbar sein, die Erwartungshaltung, dass du auch im Urlaub immer antwortest, die kann Stress verursachen. Da ist dann jeder selbst gefordert, sich da entsprechen abzuschotten.

Interviewerin: Also hat jeder eine Eigenverantwortung?

Befragter 1: Es sollte zumindest so sein. Aber da ist immer die Frage, wenn du dein Handy abschaltest und in deiner Freizeit nicht erreichbar bist, wie das von den Führungskräften wahrgenommen wird. Wenn die dir das zugestehen und das ist meine Erwartungshaltung, weil es Freizeit ist und auch abschalten muss, dann kann es funktionieren. Wenn jetzt die Erwartungshaltung ist, dass man auch am Sonntagsnachmittags verfügbar ist, dann kann das zum Problem werden.

Interviewer: Vielen Dank für das Gespräch.

b. Transkript 2

Interviewerin: Vorweg, darf ich das folgenden Gespräch aufzeichnen?

Befragter 2: Natürlich.

Interviewerin: In welchem Jahr wurdest du geboren?

Befragter 2: 1963.

Interviewerin: Was ist dein beruflicher Status?

Befragter 2: Ich bin Polizeibeamter, Hauptkommissar und Wachhabender.

Interviewerin: Welche mobilen Endgeräte nutzt du?

Befragter 2: Privat eigentlich nur mein Handy. Ab und zu mal das Tablet von meiner Frau. Im Dienst hauptsächlich nur unseren ganz normalen den Computer, mit dem wir tagtäglich arbeiten.

Interviewerin: Welches Smartphone nutzt du?

Befragter 2: Ich habe ein iPhone 5s.

Interviewerin: Und wofür nutzt du die Geräte?

Befragter 2: Also das Handy ist hauptsächlich zum telefonieren, Musik hören und um im Auto Musik zu hören. Für *WhatsApp* und um SMS zu schreiben und ab und zu ins Internet zu gehen.

Interviewerin: Aber selten?

Befragter 2: Sehr selten. Und ich muss auch sagen, dass ich Mails praktisch nur ab und zu auf dem Handy nachgucke. Aber so gut wie gar nichts verschicke. Das mache ich dann mehr auf der Arbeit am PC. Auf der Wache habe ich selbst ansonsten nicht viel mit Medien zu tun, das machen mehr die Kollegen.

Interviewerin: Und das Tablet, wofür nutzt du das?

Befragter 2: Um dann mal wirklich was zu schreiben. Als moderne Schreibmaschine um eine Mail zu verfassen.

Interviewerin: Fällt dir das auf dem Handy schwerer?

Befragter 2: Ich sehe den Sinn nicht, dass auf so einem kleinen Apparat zu machen und schon gar nicht von unterwegs. Weil solche Sachen, mach ich das persönlich, per Telefon und wenn das umfangreicher ist, sitze ich mich lieber zu Hause an das Tablet oder an das Macbook.

Interviewerin: Wie häufig nutzt du die Geräte?

Befragter 2: Das Smartphone habe ich ja täglich am Mann. Ich sag mal über den ganzen Tag maximal eine Stunde.

Interviewerin: Und wie viel verschiedene Medienangebote nutzt du?

Befragter 2: Nachrichten über die *Tageschau* App, *Spotify*, *WhatsApp*. Dann habe ich noch diverse weitere Apps, die aber teilweise entweder bereits auf dem Ding waren, oder die meine Frau mir drauf gespielt hat. Ganz normal die App, mit der man Fotos mitmachen kann, Videos mit drehen kann oder wo die Fotos gespeichert sind. Wie gesagt, eigentlich brauche ich das Gerät nicht. Ich habe mich lange dagegen gesträubt und habe lange ein Nokia gehabt. Ich brauche es wirklich nur zum telefonieren und mal eine *WhatsApp* zu schreiben

Interviewerin: Und nutzt du soziale Netzwerke außer WhatsApp?

Befragter 2: Nein, gar nichts. Auch im beruflichen Bereich nicht. Ich muss sagen, im Dienst bin ich viel im Internet, weil da habe ich dann die Möglichkeiten zu recherchieren.

Interviewerin: Ist das dann berufliche oder private Recherche?

Befragter 2: Hauptsächlich beruflich. Wenn ich mal Zeit finde auch privat. Weil ich auch keine Lust habe zu Hause mit dem Handy zu recherchieren. Aber mehr beruflich.

Interviewerin: Das ist dann am PC angenehmer für dich, weil du es besser lesen kannst?

Befragter 2: Ja genau.

Interviewerin: Und was nutzt du an analogen beziehungsweise klassischen Medien?

Befragter 2: Fernseher mit entsprechenden Recordern wie Apple TV. Da bin ich aber auch nur Mitbenutzer, weil das hauptsächlich meine Frau macht mit Netflix und dem ganzen Kram. Da bin ich nicht so der Typ für, weil ich relativ konservativ bin. Wenn ich Fernsehen gucke will, reichen mir die Programme. Ich muss nicht tausend Serien haben und von alleine würde ich mir Apple TV nicht holen. Ich sehe den Sinn nicht!

Interviewerin: Wie würdest du denn dein Smartphone Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben?

Befragter 2: Grundlegend kann ich das gut bedienen, weil die ja meistens auch schon selbsterklärend sind. Ich stoße dennoch auf Probleme und habe dann eine gewisse Unsicherheit. Dann drücke ich da lieber nicht „OK“ oder sonst was. Da bin ich dann wahrscheinlich durch meine konservative Einstellung, dass ich nicht so freudig bin was auszuprobieren. Das macht meine Frau und wenn ich irgendwelche Fragen haben, dann frag ich sie meistens und das ist dann auch relativ einfach.

Interviewerin: Wie stehst du dem Zustande gegenüber, dass immer mehr aus der analogen Welt in das Digital kommt?

Befragter 2: Ich sag mal, ich bin auch eine Generation des Übergangs, die sowohl das konservative Alte, als auch den Übergang vor 10 oder 15 Jahren als das Ganze mit dem Smartphone aufgekommen ist, mitbekomme hat und reingewachsen ist. Aber wahrscheinlich schon über das Alter gewesen bin, wie heute, dass Leute sich gleich voll reinfuchsen und das Ganze total klasse finden. Alle Kollegen die bei mir auf der Wache 15 Jahre jünger sind, den brauch ich nicht irgendwas von Straßensuche oder Stadtplan erzählen. Die sind nur in digitalen Medien unterwegs. Alles nur mit Handy und was weiß ich wo die überall sind.

Interviewerin: Nervt dich das persönlich, wenn du siehst, dass deine Kollegen alle am Handy sind?

Befragter 2: Es ist sicherlich nicht schön, ich akzeptiere es im gewissen Maße. Nur ich sehe es auch ziemlich bedenklich, die sind teilweise von den Dingen abhängig. Wenn ich das so

sehe, wie das vor Jahren war, als ich angefangen habe, da hat man noch mehr miteinander gesprochen. Jetzt sitzt man zu Dienstbeginn zusammen und das Erste was passiert: Alle haben ihr Handy auf dem Tisch. Da wird geschrieben und gemacht und das Ding piept und pfeift an allen Ecken und Enden und es komme neue Videos oder *WhatsApp* rein. Ich finde es bedenklich, aber es ist die neue Zeit und es wird mehr werden. Das Problem sehe ich auch da drin, dass viel automatisiert wird. Nicht nur die Kommunikation, aber das geht ja auch in die Berufswelt raus. Wo alles automatisiert wird und alle eingespart wird. Es ist schwierig für alle Leute, die da noch etwas werden wollen, die müssen zwangsläufig auf diesen Zug aufspringen. Ansonsten bleiben Sie auf der Strecke. Die handwerklichen und klassischen Berufe, die werden aussterben. Das sieht man ja heute schon, wenn die jungen Leute nicht mehr wissen, was ein Telefon mit einer Drehschreibe ist. Das ist natürlich auch normal, weil das gab es zu der Zeit als die geboren wurden, schon gar nicht mehr.

Interviewerin: Also wie empfindest du diesen Zustand des ständigen Online-Seins?

Befragter 2: Muss jeder für sich selbst entscheiden. Für mich ist es nichts und ich würde es nicht machen. Man ist auch gläsern und jeder weiß was du gerade tust. Weil jeder weiß, wo ich gerade bin, wenn ich irgendwo mit meinem Handy rumlaufe. Das finde ich beängstigend. Da machen sich die Leute, die in dieser Zeit leben keine Gedanken und das gehört anscheinend dazu. Ich brauche sowas nicht. Wenn es möglich wäre, würde ich diese Funktion ausschalten.

Interviewerin: Das ist auch ein gutes Stichwort zu der nächsten Frage: Wie gehst du denn im digitalen Umfeld mit deinen persönlichen Daten um?

Befragter 2: Da ich das gar nicht mache, sondern alles meiner Frau überlasse, habe ich damit kein Problem. Sie ist relativ sensibel, was diese Sachen angeht. Ich bin weder mit Ebay, noch mit Amazon. Ich finde das alles sehr dubios und erlebe es leider auch tagtäglich auf der Arbeit. Wenn Leute kommen und Anzeigen aufgeben und sich wundern, wie ein Dritter an ihre Daten gekommen ist. Da bin ich schon verwundert. Das sind dann auch häufig junge Leute, die in der Digitalisierung aufgewachsen sind. Es ist halt heutzutage so, man muss mit den Medien aufpassen. Aber ich mach das sowieso nicht

Interviewerin: In welchen Bereich profitierst du am meisten, von dem digitalen Angebot und was ist der größte Vorteil für dich?

Befragter 2: Wenn man das Handy alleine betrachtet, dass man jeder Zeit kurz Nachrichten verschicken kann und, dass man erreichbar ist. Früher brauchte man Kleingeld für die Telefonzelle. Das ist heute deutlich angenehmer. Das merken wir auch in meinem Job, dass durch diese neuen Medien und das Digitale, geht natürlich alles viel schneller rund ist vor

allem sicherer. Teilweise was Abhörtechniken angeht. Im Großen und Ganzen ist das schon gut.

Interviewerin: Erinnerst du dich an Technologien, bei denen du Schwierigkeiten hattest diese zu adaptieren? Wie zum Beispiel das iPhone?

Befragter 2: Ohne Frage, dass war was Neues und Ungewohntes. Ich bin ja mehr oder weniger von der Schreibmaschine zum ersten PC an der Dienststelle jetzt immer mitgekommen und das ging auch alles. Man hat zwar keine Lehrgänge und muss sich viel selbst beibringen- Learning by doing. Aber was jetzt das Telefon anging, fand ich das schon toll, als es die ersten Handys gab. Ich war eine lange Zeit ein Nokia-Kämpfer, da gab es dann irgendwann nicht mehr. Ich brauche das anfänglich auch nicht, als es die ersten Touchscreens gab und hatte auch bedenken ob ich das verstehe. Aber die sind dann auch relativ schnell von meiner Frau gekauft worden, weil sie sich auch viel damit auseinandergesetzt hat und für sie erklärte sich das alles von selbst. Von daher bin ich da mit reingewachsen und nutze das so gut ich kann. Bin aber nicht bereits da tiefer einzusteigen.

Interviewerin: Also das Stadium auf dem du dich jetzt befindest, reicht dir?

Befragter 2: Was heißt es reicht mir. Wenn es mal wieder was Neues gibt und ich entscheide, dass ich das brauche, dann adaptiere ich das auch. Ich habe zum Beispiel jahrelang CDs gehört und heute ist alles über Bluetooth. Wenn es dann auch so Apps wie *Spotify* gibt, wo man etwas runterladen kann und man hat immer die tollste Musik in super Qualität. Aber wenn es dann ans Eingemachte geht, frage ich lieber meine Frau.

Interviewerin: Vielen Dank für das Interview!

Befragter 2: Sehr gerne!

c. Transkript 3

Interviewerin: Vielen Dank, dass du dir die Zeit genommen hast. Darf ich das Gesagte aufzeichnen?

Befragte 3: Natürlich, dass darfst du sehr gerne!

Interviewerin: In welchem Jahr wurdest du geboren?

Befragte 3: 1965.

Interviewerin: Was ist dein beruflicher Status?

Befragte 3: Ich bin kaufmännische Angestellte im Handwerk.

Interviewerin: Welche mobilen Endgeräte nutzt du?

Befragte 3: Ich habe ein iPhone, ein iPad und ein Macbook.

Interviewerin: Und wo nutzt du die jeweiligen Geräte und wofür?

Befragte 3: Das Mobiltelefon nutze ich zum telefonieren, shoppen und um jederzeit Informationen einzuholen. Das Macbook und das iPad nur zu Hause. Das iPad ständig und immer zu. Das ist für mich wie eine offene Programmzeitschrift, wie eine Zeitschrift die ständig aktualisiert. Das Macbook eigentlich nur, weil manche Seiten einfach nicht genug Informationen hergeben auf der mobilen Plattform, dann muss man in Browser und die Seiten dort öffnen. Oder wenn ich ein Brief schreibe nutze ich auch das Macbook.

Interviewerin: Und wie häufig und intensiv nutzt du die Geräte?

Befragte 3: Also das iPhone nutze ich ehrlichweise zwei bis drei Stunden pro Tag und man schaut immer wieder zwischendurch drauf. Das iPad ist, wenn ich zu Hause bin, auch ständig bei mir. Das nimmt man auch während eines Films tausendmal in die Hand und googelt.

Interviewerin: Welches Medienangebot nutzt du?

Befragte 3: Online Banking, Mails, Social Media. Bei mir ist das nicht ganz so viel, aber *Facebook* bisschen, *WhatsApp* und bisschen *Snapchat* mit den drei Kontakten die man als ältere Mensch hat. Außerdem mache ich das meiste Shopping über das Smartphone.

Interviewerin: Wie bist du auf *Snapchat* gekommen?

Befragte 3: Das habe ich, weil meine Nichten und Neffen darüber kommunizieren. Da wollte ich das auch mal ausprobieren. Ich bin sehr aufgeschlossen was neue Dinge angeht, muss aber sagen, ich finde *Snapchat* nicht immer so übersichtlich und intuitiv. Nutzen tue ich die App nicht so viel, weil ich wie gesagt nur mit meinen jungen Kontakt darüber kommuniziere und keiner meiner Freunde *Snapchat* überhaupt nutzt.

Interviewerin: Nutzt du die Geräte auch übergreifend?

Befragte 3: Manchmal ist es mir auf dem Telefon zu klein und das strengt mich an und dann mache ich das meistens über das iPad und fast nie über das Macbook. Das Macbook ist mir dann wieder zu unkomfortabel.

Interviewerin: Und wofür nutzt du das Smartphone am meisten?

Befragte 3: An aller erster Stelle *WhatsApp*. Danach Google und dann in der Abschwächung Online Banking und dann kommt vielleicht telefonieren. Vielleicht davor sogar noch Online Shopping. Telefonieren wird immer weniger.

Interviewerin: Du hattest gesagt du nutzt *Facebook* und *Snapchat*. Wie intensiv nutzt du soziale Medien?

Befragte 3: Ganz reduziert, weil ich über *Facebook* erst seit kurzem einen richtigen Account mit meinem Namen habe. Davor hatte ich immer eine Fake-Account. Ich habe das aber jetzt so eingestellt, dass ich von niemandem eine Freundschaftsanfrage bekomme und nur in einer einzigen geschlossenen Gruppe Mitglied bin, um da zu posten. Ansonsten bin ich anonym.

Interviewerin: Wenn du das in eine Minuten- oder Stundenzahl benennen müsstest, wie oft bist du dann bei *Facebook* und *Snapchat* unterwegs?

Befragte 3: Eine Stunde in der Woche

Interviewerin: Welche analogen oder klassischen Medien nutzt du?

Befragte 3: Also ich tatsächlich das Fernsehgerät. Da aber mittlerweile ziemlich gezielt bestimmte Serien, Nachrichten. Viele Polit- und Talkshows. Aber ansonsten mehr Netflix. Das Radio läuft bei uns zu Hause immer und Kochzeitschriften kaufe ich auch recht viele.

Interviewerin: Wie würdest du dein Smartphone Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben?

Befragte 3: Ich habe es immer dabei und wenn es nicht bei mir ist fühle ich mich nackt. Aber wenn ich mit Menschen bin, die mir wichtig sind oder ich persönliche Gespräche habe, dann lasse ich das Handy in der Tasche. Ich benutze es, wenn ich alleine bin, schon viel.

Interviewerin: Wie stehst du denn dem Zustand gegenüber, dass immer mehr von der analogen Welt in die digitale Welt übergeht?

Befragte 3: Sagen wir es mal so, es ist ein normaler Prozess und da ich eben jemand bin, der in dieser Welt angekommen ist und akzeptiert hat, dass es so ist, nehme ich diesen Zustand so hin. Ich kann die meisten Dinge noch analog wie Briefe schreiben

Interviewerin: Findest du das Andere das nicht mehr können?

Befragte 3: Ja.

Interviewerin: Wer zum Beispiel?

Befragte 3: Ganz viele junge Menschen. Also alles was so unter 20 ist, kann nicht mehr analog. Die kennen es auch nicht. Finde es aber traurig, dass wenn das Telefon nicht geht, dann haben die das Gefühl, dass sie nie wieder jemanden erreichen können. Aber das sie mal einen Brief schreiben, das kommt den gar nicht in Kopf oder telefonieren über das Festnetz. Das finde ich schade und komisch.

Interviewerin: Wie empfindest du den Zustand des ständigen Online-Seins?

Befragte 3: Ich empfinde es als ungesund für die Seele und beängstigend.

Interviewerin: Aber empfindest du das für dich persönlich als beängstigend? Wenn du das iPad neben dir hast und im Internet recherchierst. Hast du das Angst?

Befragte 3: Nein. Ich finde es zwischenmenschlich sehr schwierig. Ich mache auch mein Telefon, wenn ich zu Hause bin, lautlos. Und im Urlaub nehme ich es nicht mit zum Essen. Aber ich kann immer noch abschalten und ich weiß auch, dass mein Telefon noch auszustellen geht. Und ich glaube das wissen viele gar nicht.

Interviewerin: Du meinstest vorhin, dass du bereits ein Fake-Account bei *Facebook* hattest. Wie gehst du denn im Allgemeinen im digitalen Umfeld mit deinen Daten um?

Befragte 3: Ich mache mich immer schlau. Wenn ich irgendetwas neues beginne, muss ich die AGBs lesen oder lese zumindest einmal quer durch. Es kommt immer darauf an. Mit meinen persönlichen Daten und Bankdaten bin ich sehr vorsichtig. Aber ich glaube, wenn du dich einmal entschlossen hast mit Namen ins Netz zu begeben, dann wirst du gescannt. Wenn du dein Telefon bei dir hast, dann bist du nicht so Anonym, wie du denkst, dass du es bist.

Interviewerin: Also du bist dir darüber bewusst, dass man viel über dich weiß. Aber es schreckt dich nicht ab online zu shoppen?

Befragte 3: Nein, aber ich bin nicht so leichtgläubig. Mir ist noch nie etwas passiert, ich mache nie Mails, von unbekanntem Verfassern auf. Also ich achte da sehr drauf und bin sensibilisiert.

Interviewer: In welchem Bereich profitierst du am meisten von der Digitalisierung?

Befragte 3: Für mich persönlich glaube ich tatsächlich, ich könnte auf alles verzichten. Ich könnte sofort wieder zur Bank gehen und alles analog machen. Ich finde es aber so toll, dass man sich in kurzer Zeit ein Wissen aneignen kann. Das ich gucken kann was in der Welt los ist. Aber alles andere finde ich nicht schlimm, wenn das wegfällt. Aber auf das Wissen würde ich nicht gerne verzichten wollen.

Interviewerin: Abschließende Frage: Erinnerst du dich an irgendeine Technologie, die auf dem Markt kam und du Schwierigkeiten hattest, diese zu adaptieren?

Befragte 3: Nein gar nicht, weil ich ganz furchtlos bin. Das erste Mal als ich am Rechner gesessen habe, vor 18 Jahren, musste ich eine Power Point Präsentation machen und ich hatte das Wort noch nicht einmal gehört. Ich habe mich durch gearbeitet und so gemacht, wie ich gedacht habe, dass es richtig ist. Das was dann rausgekommen ist hat mein damaliger Chef belächelt, aber ich hatte keine Angst vor neuen Dingen. Mir gibt man ein Endgerät und ich probiere das einfach aus.

Interviewerin: Vielen Dank für das Interview!

Befragte 3: Gerne!

d. Transkript 4

Interviewerin: Vielen Dank für deine Zeit. Bevor ich anfangen darf ich das Gesagte aufnehmen?

Befragte 4: Ja natürlich!

Interviewerin: In welchem Jahr wurdest du geboren?

Befragte 4: 1954.

Interviewerin: Was ist denn dein schulischer Status?

Befragte 4: Ich bin Angestellte im öffentlichen Dienst.

Interviewerin: Welche mobilen Endgeräte nutzt du?

Befragte 4: (*Lachen*) Ein Handy.

Interviewerin: Welches Handy nutzt du genau?

Befragte 4: Ein Smartphone und ich habe auch noch ein Tablet.

Interviewerin: Und wo genau nutzt du die Geräte?

Befragte 4: Zu hause und unterwegs.

Interviewerin: Und wofür nutzt du die Geräte?

Befragte 4: Das Smartphone benutzte ich eigentlich nur zum telefonieren und für *WhatsApp* und fotografieren. Und das Tablet habe ich eigentlich hauptsächlich zum Filme über die Mediathek zu gucken oder mal zum googlen.

Interviewerin: Aber mehr machst du damit nicht?

Befragte 4: Nein, Ich mache zum Beispiel kein Banking auf keinem der Geräte

Interviewerin: Und wie häufig nutzt du die Geräte?

Befragte 4: Täglich beides.

Interviewerin: Nutzt du noch ein anderes Medienangebot, außer die bereits genannten?

Befragte 4: Ich lese auch einige Zeitschriften über das Tablet.

Interviewerin: Gehst du dann auf die Website oder guckst du über die App?

Befragte 4: Nein, dann gehe ich auf die Website. Überall da, wo ich kostenlos reinschauen kann, nutze ich das Angebot.

Interviewerin: Wofür nutzt du das Smartphone am meisten?

Befragte 4: (*überlegt*) Mittlerweile eigentlich für *WhatsApp*.

Interviewerin: Nicht mehr fürs telefonieren, beispielsweise?

Befragte 4: Nein, das ist heute nicht mehr so. Vor ein paar Jahren war es wichtiger.

Interviewerin: Nutzt du auch soziale Netzwerke?

Befragte 4: Nein, gar nicht

Interviewerin: Nutzt du analoge beziehungsweise klassische Medien?

Befragte 4: Ja ich nutze das Fernsehen logischerweise. Da habe ich auch kein Internetanschluss für das Ding.

Interviewerin: Also es ist kein Smart-TV?

Befragte 4: Nein das kommt mir auch nicht ins Haus, wenn es irgendwie geht. Und ich habe eigentlich nur eine Zeitschrift im Abo: *Stern Crime*.

Interviewerin: Wie würdest du denn dein Smartphone Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben?

Befragte 4: Das ist total unwichtig für mich. Es kann durch aus einmal sein, dass ich es vergesse. Das ist momentan ein bisschen schwierig, weil ich auf diese Art und Weise die Schranke für den Parkplatz auf dem ich stehe, öffnen muss. Normalerweise brauche ich das dafür nicht. Aber es kann auch mal passieren, dass ich mein Handy zu Hause liegen lasse und dann bricht auch keine Welt zusammen.

Interviewerin: Wie stehst du denn dem Zustand gegenüber, dass immer mehr von dieser analogen Welt wie du sie mal kanntest, in das Digitale übergeht?

Befragte 4: (*überlegt*) Ich finde das eigentlich gar nicht so schlecht, nur man hat keinen Einfluss mehr, auf das was da passiert. Die Technik hat sich natürlich verbessert. Das fängt schon an, mit dem Fernseher. Ich habe meinen alten Fernseher ausrangieren müssen, weil es die neue Technik nicht mehr empfängt. Das Fernsehgerät ist völlig in Ordnung. Aber ich musste es trotzdem ausrangieren und das gefällt mir nicht. Das ist verplempern von Ressourcen.

Interviewerin: Glaubst du man wird da ein bisschen reingedrückt?

Befragte 4: Ja, du wirst gezwungen.

Interviewerin: Aber an sich findest du nicht alles negativ, dass vieles digital möglich ist?

Befragte 4: Es gibt auch Vorteile, aber ich habe immer ein ungutes Gefühl dabei. Alleine die Tatsache, dass mein Auto per Satellit verbunden ist und man das kontrollieren kann wo ich bin, finde ich äußerst befremdlich. Auf der anderen Seite ist es natürlich eine tolle Sache, dass wenn ich einen Unfall habe, dass sich jemand meldet und sagt: „Hilfe ist unterwegs“. Das ist immer so die Kehrseite der Medaille.

Interviewerin: Und auf der Arbeit nutzt du auch einen Computer?

Befragte 4: Ja.

Interviewerin: Und dann bist du darüber auch im Internet?

Befragte 4: Es ist eigentlich verboten.

Interviewerin: Und wie checkst du zum Beispiele deine Mails?

Befragte 4: Ich habe kein Mail Adresse, dass erledige ich alles über eine berufliche Mailadresse.

Interviewerin: Wie empfindest du denn persönlich den Zustand des ständigen Online – Seins?

Befragte 4: Furchtbar. Ich bin notgedrungen auch immer online, weil mein Smartphone auch als Wecker dient, daher muss es immer an sein. Schön finde ich es nicht, aber das ist nun einmal so. Es klappt ja auch mit dem Ding, aber wenn mir abends jemand eine *WhatsApp* schreibt, dann stehe ich senkrecht im Bett.

Interviewerin: Du sagtest schon, du hast Angst mit diesen ganzen Daten und der Überwachung deines Autos. Wie gehst du denn mit deinen privaten Daten im Netz um?

Befragte 4: Ich bemühe mich, nicht zu erscheinen. Es wird sicherlich Leute geben, die haben schon ein Foto von mir gemacht und das ist vielleicht auf *Facebook*. Aber mich selber wirst du da nicht finden. Ich schoppe auch nicht online und will da auch nicht meinen sensiblen Bankdaten preisgeben.

Interviewerin: Auch nicht, wenn du auf Rechnung kaufst und selbstständig überweisen kannst?

Befragte 4: Nein, dass ist mir zu unsicher.

Interviewerin: Aber in welchen Bereichen würdest du für dich sagen, profitierst du am meisten von dem digitalen Angebot?

Befragte 4: Also, dass ich in Magazine reingucken kann und da lesen kann und die werden ja auch stündlich aktualisiert.

Interviewerin: Aber könntest du darauf verzichten?

Befragte 4: Komischerweise darauf nicht mehr. Aber wenn ich *WhatsApp* nicht mehr hätte, dann würde die Welt sicherlich nicht untergehen. Aber ich bin zwangsläufig, wenn ich *WhatsApp* nicht mehr hätte, ausgeschlossen. Dann ist man außen vor. Dann würde sich jeder wundern. Ich bin dadurch dann gezwungen, *WhatsApp* zu haben. Man existiert ansonsten nicht. Und ich hatte auch lange nicht *WhatsApp* und hab mich dagegengestellt. Da hatte ich immer noch dieses... wie hieß das nochmal... SMS, aber das nutzt man heute gar nicht mehr.

Interviewerin: Letzt Abschlussfrage: Erinnerst du dich an neue Technologie wie zum Beispiel das Smartphone, bei denen du Schwierigkeiten hattest das zu adaptieren? Hattest du Schwierigkeiten diese Technologie anzunehmen?

Befragte 4: Ja.

Interviewerin: Auch heute noch?

Befragte 4: Ja, ich bin der festen Überzeugung von den Möglichkeiten die mein Smartphone bieten, vielleicht fünf Prozent zu nutzen. Also ich sehe das bei einigen meiner Kollegen, die legen das Ding nie aus der Hand. Das ist auch in der Mittagspause immer auf dem Tisch und es wird ununterbrochen an dem Ding rumgespeilt. Das ist total nervig. Dann schicken Sie sich gegenseitig Videos, da sehe ich den Sinn nicht. Das brauche ich nicht. Aber man muss das Smartphone einfach heute haben.

Interviewerin: Würdest du das als gesellschaftlichen Druck bezeichnen?

Befragte 4: In gewisser Weise ja! Ich empfinde das aber nicht als unangenehmen Druck. Ich habe ja auch Vorteile dadurch, dass ich so ein Gerät habe. Aber ich bin mit dem Ding

verbunden. Denn wenn ich es nicht habe, existiere ich nicht. Wer telefoniert heute noch auf dem Festnetz? Kaum jemand, obwohl ich das als viel gemütlicher empfinde.

Interviewerin: Dann bedanke ich mich für deine Zeit.

e. Transkript 5

Interviewerin: Also vor ab, darf ich das Gesagte aufzeichnen?

Befragter 5: Ja.

Interviewerin: In welchem Jahr wurdest du geboren?

Befragter 5: 2000 wurde ich geboren.

Interviewerin: Und was ist dein schulischer Status?

Befragter 5: Ich mache meinen ersten Schulabschluss, den Hauptschulabschluss.

Interviewerin: Welche mobilen Endgeräte nutzt du?

Befragter 5: Mein Handy, aber ich habe auch noch einen Computer und eine PS4.

Interviewerin: Und wozu nutzt du die Geräte?

Befragter 5: *YouTube*, *Snapchat*, *Instagram* und *WhatsApp*. Die PS4 und dem Computer zum Netflix gucken und zum spielen von Online-Spielen.

Interviewerin: Und wo nutzt du dein Handy?

Befragter 5: Eigentlich immer.

Interviewerin: Wie häufig nutzt du das Smartphone?

Befragter 5: Wenn ich zu Hause bin eigentlich die ganze Zeit. Ich gucke immer mal wieder drauf, ob ich Nachrichten bekommen habe oder checke *Instagram* und *Snapchat*. Jetzt liegt es ja auch gerade neben mir. So ist es eigentlich immer.

Interviewerin: Hast du das Handy immer bei dir auch wenn du durch die Wohnung läufst?

Befragter 5: Ja, jetzt gerade auch. Aber wenn ich draußen bin mache ich immer Flugmodus an und dann gucke ich alle Stunde mal, ob ich Nachrichten bekommen haben.

Interviewerin: Warum stellst du immer den Flugmodus ein?

Befragter 5: Weil ich bei *Instagram* schon oft gesehen habe, dass ich Werbung bekomme über Themen mit den ich mit Freunde geredet habe. Wenn wir über irgendwas reden, zum Beispiel *Milka*. Nachdem ich mit meinen Freunden darüber geredet habe, haben wir am selben Tag *Milka* Werbung auf meinen Insta-Feed gesehen.

Interviewerin: Und wie viele verschiedenen Medienangebote nutzt du?

Befragter 5: *Snapchat*, *Instagram*, *WhatsApp* und *YouTube*. Eigentlich nur die. Ich bin auch bei *Facebook* angemeldet aber ich nutze das nie. Das finde ich unnötig. Am Anfang wollte man das unbedingt haben und jetzt ist das so unnötig und man braucht das gar nicht. *Instagram* ist das heutig *Facebook*.

Interviewerin: Du sagst also für *Snapchat*, Instagram, *YouTube* und *WhatsApp* nutzt du dein Handy am meisten?

Befragter 5: Ja genau.

Interviewerin: Und wie häufig nutzt du die sozialen Netzwerke am Tag?

Befragter 5: Sechs bis sieben Stunden täglich.

Interviewerin: Nutzt du auch analoge Medien?

Befragter 5: Ich habe einen Newsletter, da kann ich auf dem Handy immer verschieden Nachrichten lesen.

Interviewerin: Aber du gehst jetzt nicht explizit auf die Website einer Zeitschrift?

Befragter 5: Nein ehr nicht.

Interviewerin: Und kaufst du dir Zeitschriften?

Befragter 5: Nein, habe ich noch nie gemacht.

Interviewerin: Warum nicht?

Befragter 5: Ich habe doch mein Handy.

Interviewerin: Und wie würdest du dein Smartphone Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben?

Befragter 5: Es gehört dazu und ich wüsste gar nicht, was ich ohne Handy machen sollte. Alleine schon wegen *WhatsApp*.

Interviewerin: Und wie findest du das, dass man immer ständig online ist?

Befragter 5: Also ich finde, wenn ich selber am Handy bin, fällt einem das gar nicht auf. Aber wenn man in einer Gruppe ist und die anderen immer an Handy sind, dann fragt man sich schon manchmal, wieso man sich überhaupt getroffen hat. Aber alle gucken halt auf ihr Handy. Man unterhält sich, aber dann sieht man Etwas auf dem Handy und checkt das erstmal aus.

Interviewerin: Wie findest du das, dass immer mehr aus der analogen Welt in die digitale Welt übergeht?

Befragter 5: Ich weiß nicht, dass ist so normal für mich. Ich kenn das gar nicht anders. Mama holt sich auch keine Zeitungen mehr und ist so durch uns da reingekommen und guckt im Internet alles nach. Da geben wir auch manchmal Hilfestellungen, wenn sie was nicht versteht.

Interviewerin: Wie gehst du denn mit deinen privaten Daten im Internet um?

Befragter 5: Also wenn ich im Internet bin, dann surfe ich immer im privaten Modus. Und online kaufe ich nur über den Account meiner Mutter.

Interviewerin: Was glaubst du wie du am meisten von dem ganzen online Angebot profitierst.

Befragter 5: Also *WhatsApp* ist eigentlich so das Wichtigste.

Interviewer: Also die Kommunikation?

Befragter 5: Ja das man einfach immer schreiben kann wo man ist und was man macht.

Interviewerin: Alles klar. Letzte Frage: Erinnerst du dich an Technologien bei denen du Schwierigkeiten hattest, diese anzunehmen?

Befragter 5: Hm eigentlich nicht. Was ich so benutzte am Computer, da weiß ich wo alles ist und da kenne ich mich gut aus. In der Schule habe ich den Umgang mit dem Computer gelernt und ansonsten von Freunden. Aber erinnern tue ich mich jetzt an keine Technik, die ich nicht verstanden habe. Man probiert es einfach aus.

Interviewerin: Vielen Dank für deine Zeit!

f. Transkript 6

Interviewerin: Vorweg, darf ich das alles aufzeichnen, was du sagen wirst?

Befragte 6: Ja.

Interviewerin: In welchem Jahr wurdest du geboren

Befragte 6: 2000.

Interviewerin: Was ist dein beruflicher oder schulischer Status?

Befragte 6: Ich gehe auf die höhere Handelsschule und mache gerade mein Fachabitur.

Interviewerin: Welche mobilen Endgeräte nutzt du?

Befragte 6: iPhone und Laptop.

Interviewerin: Wo nutzt du die Geräte?

Befragte 6: Das iPhone tagtäglich immer. Und den Laptop nur zu Hause.

Interviewerin: Wofür nutzt du die beiden Geräte?

Befragte 6: Das iPhone nutze ich hauptsächlich für *Snapchat*, *Instagram*, *YouTube*, *WhatsApp* und *Spotify*.

Interviewerin: Und den Laptop?

Befragte 6: Nur für die Schule, wenn ich was schreiben oder recherchieren muss.

Interviewerin: Und Mails?

Befragte 6: Ja, Mails mache ich sowohl auf dem Laptop als auch auf dem Handy, aber mehr auf dem Laptop.

Interviewerin: Wie häufig oder intensiv nutzt du die Geräte?

Befragte 6: Also ich hatte mal eine App, die hat mir gesagt, dass ich am Tag sieben Stunden an einem Tag an meinem Handy war.

Interviewerin: Und den Laptop?

Befragte 6: Einmal die Woche höchstens.

Interviewerin: Guckst du auch *Netflix* über die Geräte?

Befragte 6: Ja, aber nur über den Apple TV.

Interviewerin: Wie viele verschiedenen Medienangebote nimmst du wahr?

Befragte 6: Also am Laptop viel Online-Shopping. Auf dem Handy *Snapchat*, *Instagram*, *WhatsApp* und *YouTube*.

Interviewerin: Machst du auch am Handy Online Shopping?

Befragte 6: Ja da habe ich eigentlich viele Apps und gucke da auch immer wenn mir langweilig ist rein.

Interviewerin: Was glaubst du, wofür nutzt du das Smartphone am meisten?

Befragte 6: Ich glaube für *WhatsApp*, Musik und *Instagram*.

Interviewerin: Und welche sozialen Netzwerke nutzt du jetzt?

Befragte 6: *Snapchat*, *Instagram*, *WhatsApp* und *YouTube*.

Interviewerin: *Facebook* auch?

Befragte 6: Ich habe ein Account, aber ich nutze den nicht.

Interviewerin: Wieso nicht?

Befragte 6: Ich brauche den einfach nicht, weil keiner meiner Freunde da ist. Ich nutze das nur, um mich mit dem *Facebook*-Konto auf anderen Seiten schneller anmelden zu können.

Interviewerin: Und wie häufig nutzt du soziale Netzwerke täglich?

Befragte 6: Also eigentlich auch die sieben Stunden die ich am Tag am Handy bin. Man schreibt einfach immer mit Freunden.

Interviewerin: Über *WhatsApp*?

Befragte 6: Auch! Aber ich habe es oft, dass ich mit einer Freundin normal auf *WhatsApp* schreibe oder Sprachnotizen verschicke und dann zusätzlich noch *Memes* auf *Instagram* an die gleiche Freundin verschicke oder auf *Snapchat* Bilder an sie versenden. Manchmal schreibt oder kommuniziert man auf drei Kanälen gleichzeitig mit einer Person.

Interviewerin: Empfindest du das als stressig, wenn du auf drei Kanälen der selben Person antworten musst?

Befragte 6: Nein, eigentlich nicht. Ist ja kein Akt, habe das Handy doch sowieso in der Hand und nutze alle Apps.

Interviewerin: Und wieso drei Kanäle?

Befragte 6: Naja, *Instagram* ist ja wirklich nur für Bilder. Man markiert sich darunter oder schickt sich Bilder von anderen Seiten oder aus Stories von Bloggern zu. *WhatsApp* schreibt man halt über alle mögliche und *Snapchat* verschicke ich viele echt hässliche Bilder von mir oder, wenn ich was Lustiges sehe. Das geht halt super schnell und das Bild ist dann auch nach maximal zehn Sekunden wieder weg.

Interviewerin: Nutzt du auch klassische Medien?

Befragte 6: Also ich gucke wie gesagt über mein *Apple TV*, der mit dem Fernseher verbunden ist, *Netflix* und *Amazon Prime* aber nie das normal Programm. Ich kaufe auch keine Zeitschriften. Ich informiere mich nur über meinen Newsfeed der mir auf dem Handy angezeigt wird.

Da lese ich dann immer *Bild*- oder mal *Spiegel*-Artikel. Aber auch nur Überschriften, die mich interessieren und die spannend klingen.

Interviewerin: Wie würdest du dein Smartphone Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben?

Befragte 6: Das ist eigentlich Beschäftigungsmittel um Zeit zu überbrücken oder wenn ich alleine bin. Wenn ich mit Freunden bin, bin ich weniger am Handy. Weil wenn man das rausholt, dann sagt irgendjemand immer man soll das Handy wegpacken. Aber es gibt auch Momente wo alle am Handy sind.

Interviewerin: Wie siehst du das, dass immer mehr aus der analogen Welt in die Digitale Welt übergeht?

Befragte 6: Eigentlich ist das ja normal. Ich kenne das nur so. Aber andere Dinge kann man sich auch sparen, so wie zum Beispiel die intelligenten Autos. Das finde ich komplett unnötig. Aber das man Zeitungen online lesen kann und schnell *WhatsApp* hin und her schreiben kann, finde ich einfach praktisch.

Interviewerin: Erinnerst du dich an dein erstes Smartphone?

Befragte 6: Ja, das habe ich mit neun Jahren bekommen.

Interviewerin: Und wie empfindest du das, dass du sieben Stunden am Tag am Handy bist und verfügbar bist?

Befragte 6: Nicht so schlimm. Ich versuche schon am Wochenende weniger das Handy zu nutzen. Morgens wacht man auf und hat direkt 20 bis 30 Snaps auf seinem Handy in dem einem alle „Guten Morgen“ wünschen. Unter der Woche ist es aber nicht so extrem, durch die Schule. Da kann man auch nicht immer am Handy sein. Aber man merkt das schon, wenn man am Wocheneden die ganze Zeit daran sitzt.

Interviewerin: Wie gehst du denn mit deinen persönlichen Daten im Netz um?

Befragte 6: Da bin ich vorsichtig. Ich gebe fast nirgendwo meine Daten an. Wenn ich online einkaufe, läuft das über das Konto meiner Mama.

Interviewerin: Was ist für dich persönlich der größte Vorteil der digitalen Angebote?

Befragte 6: Ich finde es gut, dass man immer erreichbar ist.

Interviewerin: Erinnerst du dich denn an Technologien, die für dich schwer waren zu adaptieren?

Befragte 6: *Word, Power Point und Excel* ist für mich schwer zu bedienen. Ich musste sie bis jetzt auch nicht wirklich viel nutzen.

Interviewerin: Glaubst du es liegt daran, dass es nicht ganz so intuitiv ist?

Befragte 6: Ich hatte einfach noch wenig Situationen, in den ich diese Programme anwenden musste.

Interviewerin: Dann vielen Dank für das Interview und deine Zeit.

Befragte 6: Gerne.

g. Transkript 7

Interviewerin: Vielen Dank für deine Zeit. Vorab die Frage, darf ich das alles aufzeichnen?

Befragte 7: Ja, darfst du.

Interviewerin: In welchem Jahr wurdest du geboren?

Befragte 7: 1995.

Interviewerin: Was ist dein aktueller beruflicher oder schulischer Status?

Befragte 7: Ich bin Student im Bachelorstudiengang.

Interviewerin: Welche mobilen Endgeräte nutzt du?

Befragte 7: Ich habe mein Smartphone und meinen Laptop.

Interviewerin: Wo benutzt du die beiden Geräte?

Befragte 7: Mein Handy auf jeden Fall zu Hause und unterwegs. Den Laptop teilweise unterwegs, aber mehr zu Hause.

Interviewerin: Und wofür nutzt du die Geräte?

Befragte 7: Also mein Smartphone vor allem für Social Media, muss ich schon so sagen, um zu kommunizieren mit Freunden und Familie und um Musik zu hören auf *Spotify*. Manchmal lade ich mir auch aus der ZDF Mediathek die Nachrichten runter und gucke sie offline im Zug. Dann checke ich mein Kontostand über das Handy. An meinem Laptop erledige ich alle Tätigkeiten für die Uni so was wie Hausarbeiten und Recherche. Ich nutze aber auch meinen Laptop um Serie zu sehen und online zu shoppen.

Interviewerin: Und was würdest du sagen, wie intensiv nutzt du die Geräte täglich?

Befragte 7: Ich würde schon sagen, ich nutze mein Smartphone sehr viel. Ich finde jedoch, dass kann man schlecht einschätzen, weil man es ja immer mal wieder in die Hand nimmt und nie konsequent mehrere Stunden oder Minuten am Handy verbringt. Ich gucke unbewusst immer wieder rauf und öffne Apps, die ich vor einer Minute geschlossen habe

Interviewerin: Hast du dein Handy immer bei dir?

Befragte 7: Ja ich habe es immer bei mir und meinen Laptop nutze ich auch intensiv, aber nicht so wie das Smartphone.

Interviewerin: Nutzt du denn die Geräte übergreifend?

Befragte 7: Ja ich nutze *WhatsApp* sowohl auf dem Handy als auch auf dem Laptop. Das heißt auch wenn das Handy mal nicht direkt neben mir liegt und ich am Laptop bin, bin ich trotzdem erreichbar.

Interviewerin: Nutzt du ansonsten, neben den bereits genannten Apps und Möglichkeiten, noch weitere Medienangebote?

Befragte 7: Ich nutze auch viel die Wetter-App, wenn ich zu Hause bin. Das heißt, anstatt einmal rauszugehen, gucke ich am Handy wie warm es draußen ist. Das finde ich schon selber strange. Ich verkaufe auch viel über Kleiderkreisel oder Ebay Kleinanzeigen. Dann habe ich noch Nachrichten-Apps um sich auf dem Laufenden zu halten obwohl sich mittlerweile auch viele Nachrichten und Artikel im *Facebook* Newsfeed einordnen.

Interviewerin: Welche sozialen Netzwerke nutzt du?

Befragte 7: Ich nutze *Instagram*, *Facebook* und *Snapchat* und *WhatsApp*.

Interviewerin: Und das ist dann auch die Zeit für die du am meisten am Handy verbringst?

Befragte 7: Ja.

Interviewerin: Nutzt du alle Netzwerke gleich?

Befragte 7: Nein, *Instagram* deutlich mehr. *Snapchat* wird auch gefühlt immer weniger kommuniziert, in meinem Freundeskreis. Immer mal wieder aber nicht täglich.

Interviewerin: Nutzt du die Kanäle manchmal gleichzeitig oder übergreifend?

Befragte 7: Ja eigentlich immer. Manchmal swicht man einfach von *WhatsApp* zu *Instagram*, dann bekommt man einen Snap und guckt sich den auf *Snapchat* an und antwortet dann noch über die Schnellantwort-Funktion einem Freund bei *WhatsApp*.

Interviewerin: Empfindest du das als stressig oder verlierst du manchmal den Überblick wer dir wo was schreibt?

Befragte 7: Hm, nein! Man ist das gewohnt. Die Kanäle bedienen auch komplett andere Funktionen, dass heißt *Snapchat* wird nur genutzt, wenn man schnell Bilder versenden will, die vielleicht nicht immer die beste Seite von mir zeigen (*lacht*). Diese Funktion gibt es mittlerweile auch auf *Instagram*, wird aber noch nicht so viel genutzt bei meinen Freunden. Und *Instagram* ist viel mehr ein Medium zur Selbstinszenierung. *WhatsApp* dient wirklich zur reinen Kommunikation. Da schreibt man ganz normal mit Freunden, schickt sich Bilder zu oder versendet Sprachnotizen, halt wie früher SMS nur einfacher, schneller und angenehmer. Manchmal erhalte ich eine Nachricht von einem Freund in einem Gruppenchat. Ein Anderer aus der Gruppe schickt gleichzeitig ein lustiges Bild in die gleiche

Personenkonstellation, aber auf *Instagram* und wieder ein Anderer aus der Gruppe schickt ein Bild an alle, jetzt aber über *Snapchat*. Das ist eigentlich echt verrückt, wenn man das man reflektiert. Aber wie gesagt, es ist einfach normal für uns.

Interviewerin: Nutzt du auch irgendwelche analogen oder klassischen Medien?

Befragte 7: Ja ich gucke ab und zu Fernsehen, aber dann gezielter. Ich schalte nie an und gucke was läuft. Sondern ich weiß freitags um 20:15 Uhr habe ich mir was rausgeschrieben und das möchte ich gerne gucken. Nicht so wie früher, dass ich einfach reinschalte. Ich kaufe auch gerne Zeitschriften. Häufig sind es Mode oder Lifestyle-Magazine. Aber das auch nur, wenn ich beispielsweise verreise oder eine längere Bahnfahrt vor mir habe. Sehr unregelmäßig.

Interviewerin: Wie würdest du denn die Smartphone Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben?

Befragte 7: Ich würde mich schon als Heavy User beschreiben, weil mich das Smartphone schon oft ablenkt von dem was ich eigentlich gerade im Alltag mache.

Interviewerin: Nutzt du das Handy auch manchmal aus Langeweile oder zum Zeitvertreib?

Befragte 7: Ja, alleine schon morgens, wenn ich aufstehe ist es das Erste wo man raufguckt.

Interviewerin: Und wie stehst du persönlich dem Zustand gegenüber, dass sich immer mehr von der analogen Welt in das Digitale verschiebt?

Befragte 7: Es gibt wahnsinnig viel, was ich praktisch finde. Zum Beispiel war ich jetzt auf einem Flohmarkt und habe dort Klamotten verkauft und es kam jemand der wollte gerne eine Jacke kaufen, hatte aber die 30€ nicht mehr in bar. Dann habe ich ihm vorgeschlagen, dass er mir das Geld über Paypal überweist und wir das ganze digital regeln. Und das war halt super praktisch, weil er dann die Jacke kaufen konnte und ich hatte das Geld direkt auf dem Konto. Oder Car2Go finde ich total sinnvoll und nutze das total viel, dass ich dann mit meinem Smartphone ein Auto mieten kann. In manchen Situationen ist das einfach super praktisch.

Interviewerin: Wann hattest du dein erstes Smartphone oder wann hast du das erste Mal einen Computer bedient?

Befragte 7: Ich glaube mein erstes Smartphone hatte ich mit 15 oder 16, das war dann so ungefähr 2010. Den Computer hatte meine Eltern schon, als ich 4 oder 5 Jahre alt war. Aber so richtig damit in Berührung bin ich gekommen, als ich 11 oder 12 war. Da kamen die ersten sozialen Netzwerke wie *SchülerVZ*, *MSN* oder *ICQ*. Das war damals natürlich total spannend. Und dann ist man zu *Facebook* gewechselt und hat da kommuniziert und irgendwann, so 2011, kam dann *Instagram*.

Interviewerin: Wie empfindest du selbst dieses ständige Online-Sein? Empfindest du das als bedrückend?

Befragte 7: Bedrückend nicht, weil in dem Moment nutze ich das Smartphone ja gerne. Aber ich muss schon sagen, wenn man sein Verhalten am Ende des Tages reflektiert, gruselt es mich schon ein wenig. Oder wenn ich weiß, ich geh jetzt in die Bibliothek um zu lernen und mir mein Smartphone ständig in Weg kommt, auch wenn es meine Wahl ist, kann ich trotzdem nicht weggucken. Dann finde ich das schon störend aber nicht so störend, dass ich darauf verzichten würde. Das kann ich leider nicht. Aber am Ende des Tages sieht man keinen Mehrwert darin, dass man den ganzen Tag am Handy war. Ich muss aber sagen, wenn ich in meinem Freundeskreis unterwegs bin dann legen wir die Handys immer weg, weil dann ist das soziale Leben direkt vor dir und nicht mehr in deinem Handy. Das fällt mir mehr bei den Freunden meiner Eltern auf. Die sind dann noch faszinierter und zücken dann doch öfters das Smartphone um irgendwelche Videos zu zeigen. Das fällt mir schon negativ auf.

Interviewerin: Ersetzt die digitale Kommunikation für den persönlichen Austausch?

Befragte 7: Nein auf gar keinen Fall.

Interviewerin: Wie gehst du denn mit deinen privaten Daten um?

Befragte 7: Generell schoppe ich nur online auf Seiten, mit den ich bereits gute Erfahrungen gemacht habe. Und ich mag nicht gerne neue Seite ausprobieren, es sei denn Freunde empfehlen mir Seiten weiter. Mit Fotos bin ich schon relativ vorsichtig, aber ich habe nicht das Gefühl es interessiert jemanden was ich mache. Ich bin aber auch nicht der Typ Mensch, der pikante Dinge von sich ins Internet stellt. Von daher, dass was ich im Internet hoch lade, da habe ich kein Problem mit, wenn das jemand sieht. Darüber denke ich vorher nach.

Interviewerin: Was würdest du für dich sagen, wovon du am meisten von dem digitalen Angebot profitierst?

Befragte 7: Der größte Mehrwert ist, würde ich sagen, das soziale Netzwerke und auf einfachen Wege mit Personen in Kontakt zu bleiben die man ewig nicht gesehen hat. Oder auch mitzubekommen, wie das Leben bei anderen Menschen so verläuft, auch wenn man sich gar nicht trifft. Man weiß immer über alle Bescheid und weiß wo seine Freunde sind. Man kann auch neue Orte entdecken, auf die man selbst gar nicht gekommen wäre. Es ist einfach auch eine Hilfestellung um Freundschaften leichter Aufrecht zu erhalten oder leichter seine Freunde zu informieren ohne das man jeden anrufen muss und denjenigen das zu erzählen.

Interviewerin: Abschließende Frage. Erinnerst du dich an Technologie in den letzten Jahren wie beispielsweise das Smartphone, bei denen du Probleme hattest die anzunehmen?

Befragte 7: Ich muss schon sagen, dass ich nie Problem habe mit neuen Geräte, Websites oder Softwares. Ich glaube schon, dass ich mit allem immer recht schnell zu recht komme, aber ich sperre mich da vielleicht auch nicht so gegen. Aber es gibt auch Dinge, da bin ich rational und benötige die Geräte dann auch einfach nicht, wie zum Beispiel ein Tablet. Da sehe ich für mich keinen Nutzen aber der Umgang damit ist kein Problem, da ich mir viel einfach schnell selbst erklären kann und ich brauche da keine Hilfestellung.

Interviewerin: Dann bedanke ich mich für deine Zeit!

h. Transkript 8

Interviewerin: Vorab, darf ich das Gespräch aufzeichnen?

Befragte 8: Ja klar.

Interviewerin: In welchem Jahr wurdest du geboren?

Befragte 8: 1988.

Interviewerin: Was ist dein aktueller beruflicher Status?

Befragte 8: Ich bin DACH Trainee im Marketing und Sales.

Interviewerin: Und welche mobilen Endgeräte nutzt du?

Befragte 8: Ein iPhone, das Tablet nicht mehr, dass habe ich meiner Mama geschenkt und ein Laptop.

Interviewerin: Das Tablet hast du verschenkt, weil du es nicht nutzt?

Befragte 8: Genau.

Interviewerin: Wo nutzt du die genannten Geräte?

Befragte 8: Laptop eigentlich ausschließlich zu Hause und das Handy unterwegs und zu Hause.

Interviewerin: Wie intensiv nutzt du die Geräte?

Befragte 8: Den Laptop würde ich sagen, nutze ich an fünf bis sechs Tagen in der Woche so zwischen 15 Minuten und drei Stunden. Das Handy täglich, stündlich.

Interviewerin: Und wie viele verschiedenen Medienangeboten nutzt du über die beiden Geräte jeweils?

Befragte 8: An Sozial Media nutzte ich *Instagram* und *Snapchat*. Und dann praktisch den Browser um Sachen nachschauen und lesen auf Nachrichtenwebsite wie *Spiegel Online* oder die *Zeit*.

Interviewerin: Also da hast du nicht die Apps runtergeladen?

Befragte 8: Nein, keine Apps nur über den Browser. Die *Facebook* -App habe ich auch nicht runtergeladen. Also wenn ich bei *Facebook* was gucke, was ich auch mache, dann melde ich mich über den Browser auf dem Handy an.

Interviewerin: Hast das ein bestimmten Grund, wieso du die Apps nicht runterlädst?

Befragte 8: Ja, irgendwann hatte *Facebook* mal Einstellungen innerhalb der App geändert und man sollte den Standort angeben, das hat mich genervt und das wollte ich nicht. Darum habe ich die App gelöscht. Was auch da reinspielt ist, dass *Facebook* Datenklau macht und es ja einige Studien dazu gibt, dass *Facebook* auch bei den Nutzern mithört um gezielt Werbung auszuspielen. Das wollte ich auch nicht mehr. Außerdem nutze ich *Facebook* auch gar nicht so viel.

Interviewerin: Nutzt du das Smartphone mehr für Social Media oder für Nachrichten?

Befragte 8: Ich würde sage, es ist relativ gleichmäßig verteilt. Die Top Apps die ich nutze, sind *Instagram* und dann den Browser und *Spotify* und dann kommst *Snapchat* oder Verkehrs- und Wetter-Apps.

Interviewerin: Und wie häufig nutzt du soziale Netzwerke täglich?

Befragte 8: Ich würde sagen *Instagram* mindestens eine halbe Stunde am Tag, aber nicht länger als eine Stunde. *Facebook* maximal eine Stunde in der Woche, wenn überhaupt. *Snapchat* in der Zeit insgesamt geringer, weil da schaut man ja wirklich nur rein, wenn man Nachrichten von seinen Freunden bekommt. Also vielleicht eine halbe Stunde bis Stunde in der Woche.

Interviewerin: Welche analogen oder klassischen Medien nutzt du?

Befragte 8: Gar nichts eigentlich. Wir haben zwar ein Fernsehen, aber keinen Kabelanschluss. Das heißt wenn wir Fernsehen schauen, dann Netflix.

Interviewerin: Also Tagesthemen oder Tagesschau guckst du nicht?

Befragte 8: Nein, relativ wenig. Ich habe die *Tageschau*-App, aber in die schau ich nicht regelmäßig rein.

Interviewerin: Wie würdest du denn dein Smartphone-Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben?

Befragte 8: Also ich würde mich nicht als „addicted“ beschreiben, weil mein Telefon immer komplett lautlos ist und häufig auch mal irgendwo liegt und ich für ein paar Stunden nicht erreichbar bin. Also zu Hause lege ich es meistens weg und auf der Arbeit bin ich auch nicht immer erreichbar.

Interviewerin: Also du kannst drauf verzichten?

Befragte 8: Ja, das kann ich gut!

Interviewerin: Und wie stehst persönlich dem Zustande gegenüber, dass sich immer mehr in die digitale Welt verschiebt? Ist das bedrückend für dich oder normal?

Befragte 8: Ich finde es tatsächlich ein bisschen Schade. Ich überlege mir oft, was passiert denn mit den Kindern die jetzt geboren werden? Was für Auswirkungen hat das, dass die

Eltern keine Zeit mehr mit ihren Kindern verbringen, sondern nur am Handy sind? Ich weiß früher wenn du mit deinen Eltern oder Großeltern in der Bahn gefahren bist, dann haben die sich mit dir beschäftigt und unterhalten. Und heute sieht man Eltern mit ihren Kindern in der Bahn und dann gucken mindestens die Eltern auf das Handy. Andererseits denke ich, dass ist nun einmal die Entwicklung der Gesellschaft. Man kann es nicht verhindern. Aber ich finde auch, dass der Trend wieder ein wenig davon weggeht und das Bewusstsein wieder geschaffen wird, die Geräte auch mal wegzulegen und Digital Detox zu machen.

Interviewerin: Also man muss ich das auch bewusstmachen?

Befragte 8: Ja auf jeden Fall. Ich glaube auch der Wunsch, zu mindestens in meiner Generation kommt dann wieder, dass man das mal ausschalten will.

Interviewerin: Wie empfindest du denn den Zustand des ständigen „Online-Seins“?

Befragte 8: Ja ich empfinde es als nicht so schlimm, weil ich es bei mir nicht so empfinde, dass ich immer erreichbar bin. Bei mir bleiben auch mal *WhatsApp* Nachrichten einen halben Tag unbeantwortet.

Interviewerin: Wie gehst du denn persönlich mit deinen privaten Daten im digitalen Netzwerk um?

Befragte 8: Wahrscheinlich nicht so wie es sein sollte. Ich versuche mich möglichst wenig mit dem *Facebook* -Login anzumelden, sondern versuche dann immer meine Emailadresse zu nutzen. Wenn es nicht notwendig ist, geben ich auch nicht meine Handynummer an.

Interviewerin: Und beim Online Shopping?

Befragte 8: Ja ich nutze *Paypal*, meine Kreditkarte ist hinterlegt, mein Girokarte ist auch registriert bei einigen Seiten.

Interviewerin: Was würdest du denn sagen, wo du am meisten von dem Online Angebot profitierst?

Befragte 8: Im Bereich der Kommunikation und öffentlicher Nahverkehr und Wege. Das würde ich sagen sind so die zwei wichtigsten Sachen die mir fehlen würden.

Interviewerin: Und könntest du auf Social Media verzichten?

Befragte 8: (*zögernd*) Ja, man könnte sicherlich verzichten.

Interviewerin: Abschließende Frage, erinnerst du dich an Technologien in den letzten Jahren, bei denen du Schwierigkeiten hattest, diese anzunehmen?

Befragte 8: Also eigentlich keine Schwierigkeiten, aber Ablehnung zum Beispiel gegen Alexa und so. Das ist mir unwohl, dass zu Hause aufzustellen. Und ich finde *Snapchat* ist nicht intuitiv und am Anfang schwierig zu bedienen.

Interviewerin: Danke für deine Zeit!

i. Transkript 9

Interviewerin: Einmal vorab, darf ich das aufnehmen was du heute sagst?

Befragte 9: Ja, klar!

Interviewerin: Vielen Dank für deine Zeit erstmal! Wann wurdest du geboren?

Befragte 9: 1969.

Interviewerin: Was ist dein beruflicher Status?

Befragte 9: Ich bin Angestellte.

Interviewerin: Welche mobilen Endgeräte nutzt du?

Befragte 9: Smartphone, Tablet, Laptop.

Interviewerin: Und wo nutzt du die jeweiligen Geräte?

Befragte 9: Zu Hause, unterwegs und auf der Arbeit.

Interviewerin: Das Tablet und den Laptop auch unterwegs?

Befragte 9: Unterwegs eigentlich nur das Smartphone.

Interviewerin: Und wofür nutzt du die verschiedenen Geräte?

Befragte 9: Also Laptop zum arbeiten und zu Hause für alle administrativen Sachen. Für mein privates Business, um Filme zu schauen, um einzukaufen, um mir Information zu beschaffen. Und das Smartphone unterwegs im Grunde genommen zur Informationsbeschaffung. Ganz pauschal, um meine Emails zu checken und auch für soziale Accounts wie *Facebook*, *Instagram* und so.

Interviewerin: Was glaubst du, wie intensiv nutzt du die Geräte?

Befragte 9: Smartphone Täglich. Laptop täglich. Tablet sehr wenig. Es ist mehr eine Nutzung von Laptop oder Smartphone. Laptop im privaten Bereich vielleicht 30 Minuten, im Moment zumindest. Und Smartphone, zwei Stunden kommen da schon zusammen.

Interviewerin: Was würdest du denn sagen, wofür du das Smartphone am meisten nutzt?

Befragte 9: Emails checken und soziale Netzwerke checken.

Interviewerin: Du meinst ja schon, dass du über das Smartphone deine sozialen Netzwerke checkst. Welche Accounts hast du genau?

Befragte 9: *Instagram*, *Facebook*, *Pinterest*. *Twitter* wenig, aber ich habe einen Account.

Interviewerin: Wie viele verschiedenen Medienangebote nutzt du auf dem Smartphone?

Befragte 9: Ich nutze *Etsy*, *Ebay Kleinanzeigen*, *Amazon*, Nachrichten-Apps und den Browser für Recherche.

Interviewerin: Wie häufig nutzt du denn soziale Netzwerke am Tag?

Befragte 9: Eine Stunde oder eigentlich weniger. Vielleicht 45 Minuten am Tag. Das fällt mir total schwer zusammenzufassen. Man guckt ja immer wieder in die Netzwerke rein und ist nicht konstant eine Stunde online.

Interviewerin: Was nutzt du denn für analoge Medien?

Befragte 9: Das Radio für meine täglichen Nachrichten. Außerdem Zeitschriften und Bücher. Fernsehen so selten, dass kann ich gar nicht mehr dazu zählen.

Interviewerin: Wie würdest du denn dein Smartphone Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben? Bist du jemand der immer erreichbar ist und das Handy immer bei sich hat?

Befragte 9: Das ist unterschiedlich, ich habe immer so Phasen wo ich mich dann auch echt entgifte. Im Urlaub gucke ich eigentlich nicht auf das Handy und habe es nur zum telefonieren mit, da komme ich nicht völlig von weg, weil ich ein behindertes Kind zu Hause habe und ich muss immer erreichbar bleiben. Ich habe es immer dabei, aber es ist nicht so, dass ich das Gefühl habe, dass ich es immer drauf gucken muss. Es kann auch mal drei Stunden in der Ecke liegen ohne dass ich kribbelig werde, weil ich meine Mail nicht gecheckt habe.

Interviewerin: Also du würdest dich selbst nicht als „Heavy User“ oder „addicted“ beschreiben

Befragte 9: Also ich bin kein Heavy User. Ich mach schon viel damit, aber ich bin nicht abhängig.

Interviewerin: Und wie stehst du dem Zustand gegenüber, dass sich immer aus der analogen in die digitale Welt verschiebt?

Befragte 9: Gespalten. Einerseits denke ich man muss mit der Zeit gehen und mit den Entwicklungen. Andererseits denke ich, es geht einem auch total viel verloren. Wenn man kein Buch mehr in den Händen hält oder nicht mehr weiß wie man mit einem Telefonbuch umgehen muss. Oder wie eine Kassette oder eine Schallplatte funktioniert. Und ich finde man macht sich auch sehr abhängig von den digitalen Medien. Man hat keine Telefonnummern im Kopf. Ich glaube, dass einem Fähigkeiten abhandenkommen. Ich habe auch immer noch einen Autoatlas in meinem Auto und kann nach Karte fahren. Und das geht Menschen verloren, die nur nach Navi fahren. Aber auch sich zu orientieren. Denn wenn man eine Strecke nach Navi fährt, prägt sie sich dir nicht ein. Wenn du diese dann aber selber nach Karte fahren musst, dann merke ich mir die Strecke besser. Damit trainieren wir unser Gehirn und erhalten und diese Fähigkeiten. Von daher sehe ich das auch immer kritisch. Es gibt noch so viel mehr als digital Medien auf dieser Welt. Wir verpassen einfach andere schöne Dinge und das Leben findet nicht im Internet statt, sondern im Eins-zu-Eins-Gespräch und in der Interaktion mit Menschen. Du machst deine Erfahrungen nicht, weil du mit Menschen chattest.

Interviewerin: Versuchst du das deiner Tochter auch bei zubringen, dass Handy und das Digitale nicht alles sind?

Befragte 9: Ja schon. Vielen fehlt das Verständnis, weil sie aber auch nicht anders kenne. Das ist natürlich eine Erziehungsfrage, was bringt man den Kindern oder Teenies als Eltern bei. Meine Tochter hat das glaube ich nicht so. Ich bin auch froh, wenn meine Eltern mit ihr rausgehen und in den Wald gehen und solche Dinge mit ihr machen.

Interviewerin: Wie empfindest du den Zustand des ständigen Online-Seins?

Befragte 9: Stressig. Ich merk auch, wenn ich von der Arbeit komme, weil hier muss ich ständig online sein. Ich finde es anstrengend, wenn man x Kanäle zur selben Zeit bedienen soll. Vielleicht ist das auch nur ein gefühltes „Soll“ (*macht die Bewegung von Anführungsstrichen*). Du musst überall präsent sein und erreichbar. Auch dieser Trend, seinen Status im Internet immer zu teilen. Was mache ich gerade? Was esse ich gerade? Ich löse mich da gerade von. Und wen interessiert das? Warum muss ich ein öffentliches Instagram-Profil haben um allen mitzuteilen, dass ich zum Beispiel ein Katzenjunkie bin. Was steht dafür ein Bedürfnis der Menschen hinter? Zusammenfassend ist es für mich so, diese Gefühl ständiger Erreichbarkeit ist stressig. Im privaten Bereich bei *WhatsApp* ist das ja auch nicht anders, jeder schickt dir Nachrichten und will sofort eine Antwort. Wenn Leute den Status sehen, dass ich die Nachrichten gelesen habe und nicht geantwortet habe und sich dann beschweren. Wenn es was Wichtiges ist, dann sollen sie doch bitte anrufen.

Interviewerin: Empfindest du das als gesellschaftlichen Zwang?

Befragte 9: Ja, bisschen schon. Alles sind ungeduldig, weil man es gewohnt ist, dass man alle Informationen schnell bekommt.

Interviewerin: Wie gehst du denn persönlichen Daten im Internet um.

Befragte 9: Also ich poste grundsätzlich keine Bilder, auf denen meine Tochter und ich zusehen sind. Ich zeige nichts, was ich nicht zeigen muss: Welche Gruppen ich beigetreten bin oder wer meine Freunde sind. Das *Facebook* mein Userverhalten trackt, dass weiß ich. Auf *Instagram* oder *Pinterest* wirst du keine persönlichen Fotos von mir finden. Wenn ich was poste, dann die Landschaft. Dass, was ich nicht preisgeben muss, gebe ich nicht ab. Ich halte es minimal. Außer in geschlossenen Netzwerken wie *LinkedIn* oder *Xing* gebe ich meine beruflichen Daten an. Online-Shopping mache ich und da gebe ich meine Bankdaten an. Es kommt auf die Plattform an. Bei *Amazon* habe ich sie hinterlegt, da bin ich auch schon seit 15 Jahren Kunden. Aber sonst lege ich mir Gastzugänge an. Ich frage mich einfach wo diese ganzen Daten landen, siehe Datenskandal bei *Facebook*.

Interviewerin: In welchem Bereich profitierst du denn am meisten von dem digitalen Angebot?

Befragte 9: Das ich erstmal immer erreichbar bin und ich mein Kind permanent erreichen kann. Das ich schnell an Informationen komme und dass ich Kontakte halten kann mit Freunden im Ausland.

Interviewerin: Und was wäre das, worauf du nicht verzichten könntest?

Befragte 9: Ich glaube die Informationsmöglichkeit.

Interviewerin: Erinnerst du dich an Technologien, mit denen du Schwierigkeiten hattest, diese anzunehmen?

Befragte 9: Also der Umstieg auf das Handy war für mich schwer, ich war auch die letzte die ein Handy hatte. Auch der Umstieg von Tastentelefon auf das Smartphone und diese ganze Touch- und Wischfunktionen, waren schwer und ich sehe das auch noch bei Leuten in meinem Alter. In dem Moment, wenn sie umsteigen, haben alle Probleme.

Also um auf deine Frage zurück zu kommen, der Umstieg war schwer, aber jetzt ist es auch okay. Ich bemerke aber, dass ich nicht mehr Willens bin, alle Funktionen kennen zu müssen. Meine Tochter ist in der Adaption der Dinge viel schneller und sie ist 10. Die wachsen tatsächlich anders auf.

Interviewerin: Vielen Dank, für deine Zeit!

j. Transkript 10

Interviewerin: Vielen Dank, dass du dir die Zeit genommen hast. Darf ich alles was du ab jetzt sagst aufzeichnen?

Befragte 10: Natürlich!

Interviewerin: In welchem Jahr wurdest du geboren?

Befragte 10: 1973.

Interviewerin: Was ist dein beruflicher Status?

Befragte 10: Ich bin Angestellter im Marketing in einer Agentur.

Interviewerin: Welche mobilen Endgeräte nutzt du?

Befragte 10: Ich habe ein iPhone und ein Tablet.

Interviewerin: Und wo nutzt du die jeweiligen Geräte und wofür?

Befragte 10: Das Mobiltelefon nutzt ich unterwegs zum telefonieren, *WhatsApp* zu schreiben, Sprachnotizen zu versenden und Informationen nachzusehen. Das iPad nutze ich zu Hause ständig. Das ist für mich oft angenehmer, rauf zu schauen und ich bin viel im Internet, höre Musik auf *Spotify* und lade mir auch Dokumente runter.

Interviewerin: Und wie häufig und intensiv nutzt du die Geräte?

Befragte 10: Also das iPhone nutze ich schon viel. Wenn ich das jetzt in Stunden zusammenfassen sollte, dann würde ich sagen ca. Drei bis vier Stunden am Tag. Man hat es

dann doch immer dabei. Das Tablet ist für mich zu Hause wichtig und ich habe es viel im Betrieb. Auf dem Weg zur Arbeit nehme ich das iPad ebenfalls mit. Ich habe auch einen Laptop, der ist aber hauptsächlich nur für die Arbeit nutze. Der ist dann immer mindestens acht Stunden täglich an.

Interviewerin: Welches Medienangebot nutzt du?

Befragte 10: Also Online Banking, Mails checken und ansonsten *Google*. *WhatsApp* natürlich ganz viel. Außerdem habe ich einen *Facebook* Account und *Instagram* Account.

Interviewerin: Nutzt du die Geräte auch übergreifend?

Befragte 10: Ich nutze das Tablet schon zu Hause und habe oft auch das Smartphone danebenliegen. Aber ich habe jetzt keine Apps sowohl auf dem Smartphone, als auch auf dem Tablet. Ach doch, *Spotify*.

Interviewerin: Und wofür nutzt du das Smartphone am meisten?

Befragte 10: An aller erster Stelle auf jeden Fall für *WhatsApp*. Dann würde ich sagen für Online Banking und telefonieren. Außerdem lese ich auf dem Weg zur Arbeit in der Bahn sehr viel auf *Spiegel Online* oder der *Tagesschau*, aber das dann auch oft über mein iPad. Soziale Medien checke ich täglich nach Neuigkeiten ab.

Interviewerin: Was nutzt du noch an soziale Medien neben *Facebook*?

Befragte 10: Ja also ich muss sagen, den *Facebook* Account, pflege ich nicht sehr intensiv und bin da auch nicht mehr so oft. Früher habe ich viel Kontakt mit Freunden gehalten, aber heute ist das irgendwie nicht mehr so und es haben sowieso alle *WhatsApp* oder *Instagram*.

Interviewerin: Wenn du das in eine Minuten- oder Stundenzahl benennen müsstest, wie oft bist du dann in sozialen Medien unterwegs?

Befragte 10: Nur, wenn ich eine Nachricht über den *Facebook* Messenger bekomme und das kommt immer seltener vor, vielleicht eine halbe Stunde die Woche. *Instagram* schon täglich. Ich arbeite im Marketing und bin daher auch angewiesen auf diese Medien. Hier kann man erkennen was die Trends sind und was vor allem die jungen Menschen interessiert.

Interviewerin: Welche analogen oder klassischen Medien nutzt du?

Befragte 10: Ich gucke Fernsehen, aber tatsächlich nur die Nachrichten oder Polit-Diskussionen. Ansonsten nur *Netflix*.

Interviewerin: Wie würdest du dein Smartphone Nutzungsverhalten im Alltag beschreiben?

Befragte 10: Ich habe es immer dabei und bin auch eigentlich immer erreichbar. Ich würde mich aber klar von den Jugendlichen heutzutage abgrenzen. Wenn man das sieht, da sitzen Freunde im Restaurant und alle haben das Handy entweder in der Hand, egal ob an oder aus, oder vor sich liegen. Das ist erschreckend. Aber wenn man sich selbst betrachtet, verbringt

man schon viel Zeit an den Dingen. Alleine um Wartezeiten zu überbrücken. Für Musik oder sonstiges.

Interviewerin: Wie stehst du denn dem Zustand gegenüber, dass immer mehr von der analogen Welt in die digitale Welt übergeht?

Befragte 10: Ach naja, ich finde es schon ziemlich praktisch. Im Hinblick auf die Kommunikation finde ich, dass sich vieles verbessert hat. Man steht natürlich in einer totalen Abhängigkeit zu den Endgeräten, dass muss man schon sagen. Aber es stört mich nicht. Es fällt einem nur auf, wenn man selbst mal von seinem Smartphone hochguckt, starren alle anderen auf ihre.

Interviewerin: Den Zustand des ständigen Online-Seins ist für dich also in Ordnung?

Befragte 10: Ja. Ich bin beruflich bedingt ja auch immer erreichbar und schaue immer wieder nach meinen Mails, *WhatsApp* oder Sonstigem.

Interviewerin: Wie gehst du denn im Allgemeinen im digitalen Umfeld mit deinen Daten um?

Befragte 10: Ich würde sagen, ich achte schon darauf, welche Seiten ich besuche. Aber man tut immer zu wenig und wenn man mitbekommt was Einigen passiert, dann bekommt man manchmal schon Angst. Aber da trägt dann das Prinzip (*macht Anführungszeichen in die Luft*) „Mir passiert das sowieso nicht, nur den Anderen“.

Interviewerin: In welchem Bereich profitierst du am meisten von der Digitalisierung?

Befragte 10: Auf jeden Fall durch die Schnelligkeit! Das finde ich den größten Vorteil! Ich finde es toll, dass man innerhalb kurzer Zeit Dinge klären kann und das so nebenbei. Man kann mit Freunden auf der ganzen Welt schreiben und telefonieren und das kostenlos. Wenn ich mir überlege, wie es noch vor einige Jahren war, da brauchte man extra eine Flatrate für das Ausland und jede Minute zu viel, war echt teuer. Oder wenn ich mit Freunden zusammensitze und uns fällt der Name eines Schauspielers nicht ein. Zack, innerhalb von paar Sekunden hat man den Namen. Man wird dadurch aber auch schon denkfaul an einigen Stellen.

Interviewerin: Abschließende Frage: Erinnerst du dich an irgendeine Technologie, die auf dem Markt kam und du Schwierigkeiten hattest, diese zu adaptieren?

Befragte 10: Hm naja, als ich mein erstes Smartphone hatte musste man sich echt dran gewöhnen. Aber so richtig Probleme hatte ich damit nicht. Aber ich glaube schon, dass Leute in meinem Alter einfach häufig den Sinn von verschiedenen Apps nicht so sehen. Wie Instagram.

Interviewerin: Vielen Dank für das interview!

Befragte 10: Gerne!

C. Interviewleitfaden Experteninterview

1. Kann man Generationen anhand ihres Mediennutzungsverhaltens identifizieren?
2. Wie würden Sie die „Digital Natives“ beschreiben?
3. Würden Sie das Online-Sein der jüngeren als kopflos beschreiben?
4. Was halten Sie von der Begrifflichkeit der „Digital Immigrants“?
5. Denken Sie, dass ältere Nutzer mehr Respekt oder sogar Angst haben vor dem Umgang im digitalen Raum?
6. Welche Rolle spielen individuelle Bildungserlebnisse für die digitale Affinität?
7. Inwiefern könnte sich der Digital Gap in den kommenden Jahren verändern?
8. Wie empfinden Sie persönlich die Digitalisierung?

D. Interview Michael Haller (Transkript)

Interviewerin: Hallo Herr Haller. Vielen Dank für Ihre Zeit! Bevor wir anfangen mit den Fragen würde ich gerne einmal abklären, ob es für Sie in Ordnung ist, wenn ich das Gespräch aufzeichne?

Michael Haller: Gerne. Ja, tun Sie das.

Interviewerin: Kann man Generationen anhand ihres Mediennutzungsverhalten identifizieren?

Michael Haller: Also da müssten wir nochmal genauer die Generationen definieren. Man ist da mit den unterschiedlichen Etikettierungen relativ unscharf. Gehen wir mit dem was man mal die Generation Y genannt hatte, die jene sind, die in den frühen 80er Jahren bis zur Jahrhundert - oder Jahrtausendwende auf die Welt kamen. Nimmt man die sogenannten Millennials die auch im ersten Jahrzehnt unseres Jahrhunderts auf die Welt kamen betrachtet man die getrennt? Klammert man die zusammen? Also da ist mal die erste Arbeit, die Sie sozusagen vorab leisten sollten, wenn ich Ihnen das so sagen darf. Dass Sie den Untersuchungsgegenstand genauer zusammenfassen und das heißt in anderen Worten, Kriterien entwickeln, durch die Sie diesen Untersuchungsgegenstand eingrenzen. Mein Vorschlag wäre und so beziehe ich mal Ihre Frage mit ein, dass wir diejenigen ins Auge fassen, die seit den 90er Jahren und zwar seit dem Ende der 90er Jahre als insbesondere durch die Einrichtung so genannter Flatrates, die in unserer Sprache die Veralltäglichung der internetisierten Endgeräte, stattfand. Also das es nicht mehr so war, dass Mami oder Papi schreien: Jetzt bist du schon 15 Minuten im Internet. Es kostet zu viel. Sondern dass man über die nächste Generation und dann auch der Smartphones jeder Zeit und beliebig lange

Internetkontakt herstellen konnte. Da hat sich das Verhalten dramatisch verändert. Weil jetzt die Voraussetzung geschaffen waren, um zu dem sogenannten Web 2.0 in den Jahren 2005, 2006, 2007 als interaktive partizipatorische Angebote möglich wurde. Das Bekannteste, was sich daraus entwickelt hat, ist das was *Facebook* darstellt. Also darum muss man schon genauer hinschauen. Wenn wir über das veränderte Mediennutzungsverhalten sprechen. Dann ist zunächst bis zu der Zeit des Web 2.0, also 2004, 2005 zwar ein ubiquitäre, also zu jeder Zeit und überall Webzugang dar, aber das war noch stärker ausgerichtet auf ein Informations- und Managementverhalten. Man hat gelernt, dass man viele Dinge jetzt direkt über das Internet abrufen und anschauen kann. Das man sich viel umfangreicher informieren kann, über unendliche viele Anbieter. Aber über das das wir ja heute mit den veränderten Mediennutzungsverhalten sprechen ist eigentlich das was mit dem Web 2.0 auf der partizipatorischen Ebene in Gang kam. Also das sich jeder Einzelne, in dem er sein Smartphone aufruft und sich einschaltet, ob jetzt über Funk oder direkt WLAN oder was, jetzt das Gefühl hat er partizipiert in der riesigen Community der Anderen. Also er schreibt sofort eine *WhatsApp* und schickt die los und kriegt fast zeitgleich eine Antwort. Reagiert auf *Facebook* auf irgendein Like, Share oder eine Bildnachricht, die auch immer sofort bei ihm aufpoppt. Er ist also, man könnte sagen ständig und stetig eingebunden in Kommunikationsprozesse. Und das macht jetzt gerade die jungen Leute, die sag ich mal zwischen... also auch da muss man wieder genauer schauen. Also mit jungen Leuten sagen wir mal diejenige, die in der Adoleszenz sind. Also sozialpsychologisch würde man von der Adoleszenz Krise sprechen, also im Volksmund Pubertät genannt. Also die in einem ersten Ablösungsdrive gegenüber ihren Eltern sind und gleichzeitig ganz stark fokussiert sind auf ihre gleichaltrigen Freunde und Bekannten. Da setzte jetzt diese Faszination ein, die mit dem ständig Involvement, dass man ständig mit den Anderen virtuell unterwegs zu sein scheint. Und das ist das veränderte Verhalten gegenüber früheren Generationen.

Interviewerin: Also würden Sie schon sagen, dass es quasi gar keine Unterschied mehr gibt zwischen online und offline. Das es Eins ist für die junge, nachfolgende Generation?

Michael Haller: Verstehe ich nicht. Einen Unterschied zwischen online und offline ist selbstverständlich da.

Interviewerin: In dem Sinne, wenn ich ältere Nutzer befrage, dann heißt es: Ich geh mal eben ins Internet. Das würde in dem Wortlaut niemals von einen jungen Nutzer aufgegriffen werden.

Michael Haller: Ach so meinen Sie das. Sie sind einfach immer online. Ja.

Interviewerin: In Ihrem Buch beschreiben Sie ja auch die Begreiflichkeit des Digital Natives und wenn man im Netz rumschaut, dann ist die Definition ja sehr schwammig wer

genau da hineinfällt. In viele Definition werden die Millennials, die Generation Y und die Begrifflichkeit des Digital Natives vermischt. Würde Sie anhand dem vorher Gesagten auch behaupten, dass die Generation Y gar nicht in die Definition der Digital Natives mit reingezählt werden können, weil sie eben nicht mit der Digitalisierung aufgewachsen sind?

Michael Haller: Also ich meine entscheidend ist, dass die eben ins Auge gefassten Alterskohorten eben in ihrem Vorschulalter und Grundschulalter nicht bereits in der Web 2.0-Welt unterwegs waren. Also nicht in den kommunitären Feldern, wie es die Plattformen sind. Ich weiß nicht wie weit Sie sich das erzählen lassen haben von Kommilitonen die ein bisschen älter sind als Sie? In den 90er Jahren fanden so die allerersten Gehversuche von *SchülerVZ*, *StudieVZ* statt. Das waren in Deutschland programmierte Angebote, die so der erste Anfang dessen war, was später die interaktiven Plattformen wurden. Das war schon, also das *Schüler VZ*, das war für die in den 90er Jahren in die Schule gehenden, schon bereits prickelnd. Aber wie vorhin angedeutet, das hat nicht diese Bindekraft, weil auch das Online-Gehen unendliche teuer war. Das war Luxus und viele hatten keinen Internetzugang auf der mobile Ebene. Die hatten dann ein Funktelefon. Da war also die Kommunikation sehr, im Vergleich zu heute, eingeschränkt und darum auch das mediale Nutzungsverhalten anders. Darum würde ich schon hier einen Unterschied sehen wollen, zwischen denjenigen die, sag ich mal Mitte der 90er Jahre, Ende der 90er Jahre, also auch so wie wir man die Generation Y mal in unserer Studie definiert haben und dann diejenigen die dann Generation Z oder Millennials sind, die also bereits mit vier, fünf oder sechs Jahren, also im Vorschulalter dann, aber vor allem im Grundschulalter den uneingeschränkten, unbegrenzten Zutritt zum Internet erlebt haben. Also mit Internet ist dann nicht der Zugang über eine Flatrate zu Hause gemeint, das hatte man vorher auch schon. Aber auch der Zugang über die entsprechenden Funkverbindungen, die entsprechende Dienstleister anbieten, hatte man dann erst. Das hatte man so vorher auch nicht. Ich würde Ihnen Nahe legen, wenn Sie davon ausgehen wie die primäre Sozialisation in der Familie aussieht, also das sind diejenigen die drei, vier Jahre alt sind bis sie so sechs, sieben, acht Jahre alt sind und dann langsam die schulische Sozialisation stärker wird, also die Sekundäre. Wenn Sie diese primäre Sozialisation betrachten, dann würde ich an Ihrer Stelle ansetzen. Wer hier schon mit dem Mobile unterwegs sein konnte, der hat ein anderes Mediennutzungsverhalten. Nachvollziehbar für Sie?

Interviewerin: Ja das ist nachvollziehbar, vielen Dank. Glauben Sie denn auch, dass die Bildung im Allgemeinen eine Rolle spielt in der digitalen Affinität? Dass es Einfluss darauf hat welchen Bildungsgrad ich habe?

Michael Haller: Ich hoffe ich verstehe Sie richtig, wenn Sie von Bildungsgraden sprechen. Also wenn wir uns anschauen, wie die Gesellschaft strukturiert ist, also das was die Soziologie macht, dann ist eine Möglichkeit die Gesellschaft zu strukturieren die sogenannte formale Bildung. Was war der höchste Schulabschluss und wie ist möglicherweise darauf aufbauend noch eine berufliche Ausbildung und wiederum in die berufliche Karriere strukturiert. Wenn wir also das als strukturierte Technik hinterlegen, dann ist schon ein Unterschied sichtbar. Ich würde schon sagen, dass Kids die aus Elternhäusern kommen, die in der formalen Bildung stärker und breiter aufgestellt sind und in dem die Eltern auch ein Abitur oder einen Hochschulabschluss hatten, einen differenzierteren und auch eingeschränkteren Umgang mit dem digitalen, insbesondere dem Smartphone erlernt haben. Als das da schon die Eltern stärker darauf achten, gerade wenn sie noch im Vorschul- oder Grundschulalter sind. Dass, Frustrationserlebnis wird trainiert in dem man sagt: Jetzt leg doch mal das Handy weg, wenn du am Tisch sitzt. Also verstehen Sie? Solche Muster sind in Haushalten, in denen die Eltern formal besser ausgebildet sind, natürlich stärker anzutreffen, als in solchen Haushalten in denen die Eltern selber in ihrer Freizeit, in erster Linie kompensatorische, gratifikatorische Nutzungen brauchen, weil sie von ihrem Berufsalltag leer sind. Dass sie sich quasi befriedigen müssen und dann eben vor der Glotze hängen und, dass dann deren Kinder eben auch quasi vor ihrer Mini-Glotze hängen. Die Eltern haben dann auch größere Schwierigkeiten den Kindern da zu verbieten. Also auf der Ebene sieht man schon deutlich Unterschiede.

Interviewerin: Glauben Sie, dass die jüngeren Nutzer kopflos im Umgang mit dem Internet sind, im Bezug auf Datenschutz und Sicherheit?

Michael Haller: Also ich würde nicht sagen kopfloser. Auch hier spielt die formale Bildung eine Rolle. Den formal besser Ausgebildeten sind sich, nach allen Studien die ich kenne, dem Problem deutlicher bewusst und haben weniger diese „Egal Haltung“ die man bei den stärker konsumorientierten Eingestellten antrifft. Bei den stärker konsumeingestellten Nutzern, also formal nicht so gut ausgebildet und in ihrer beruflichen Perspektive begrenzter sind, da ist dann auch schnell mal ein Verdrängen anzutreffen. Man weiß es irgendwo und man hat darüber gelesen, aber man schnell aus Erklärungen, Ausreden oder Verharmlosungen nach den schon immer vorhandenen Mustern: Das betrifft mich nicht, oder was interessiert die da oben meine Daten. Ich will das jetzt, basta!

Wenn man das aus psychologischer Sicht betrachtet, hat man durchaus eine Dissonanz. Man weiß einerseits und will es andererseits nicht wahrhaben. Darum haben solche Enthüllungen wie die Cambridge Analytiker-Geschichte gar keinen Einfluss.

Interviewerin: Und wenn man dieses Phänomen auf die älteren Nutzer überträgt, denken Sie, dass es da mehr Respekt oder sogar eine größere Angst im Umgang im digitalen Raum besteht?

Michael Haller: Was meinen Sie mit älter?

Interviewerin: Die Generation X oder die Babyboomer. Personen die spät mit der Digitalisierung in Kontakt gekommen sind und somit einen späteren Zugang zu der Digitalisierung bekommen haben bzw. nicht wie die Generation Z schon im jungen Alter. Denken Sie, dass der Umgang ängstlicher ist etwas falsch zu machen?

Michael Haller: Ich kenne leider keine Studien die dieses Thema untersucht hat. Wird wahrscheinlich noch ein paar Jahre brauchen, bis dazu eine repräsentative Studie die empirisch gut sind, Licht in das Dunkle bringen. Daher kann ich Ihnen da nur spekulativ antworten, was ich vermute auf Grund was ich so weiß und beobachten konnte. Ich denke schon, dass diejenigen die erwachsen waren, also Ende der 90er Jahre älter als 25 waren. Die also so zwischen 1970 und 1980 auf die Welt gekommen sind, dass man da reflektierter Einstellungen anzutreffen ist. Und das von da weg, also je älter sie werden, wie sie es eben skizziert haben, Verhaltensweisen erkennbar werden sich wieder unabhängiger zu machen. Das sich mehr Handy-Auszeiten genommen werden oder, wenn man in Urlaub fährt, stelle ich das Ding ab und bin auch wirklich nicht erreichbar. Oder das man sagt, wenn man in der Lage ist und einer vorgesetzten Stellung ist und delegiert, dass man sich da freier macht und nicht immer erreichbar sein möchte. Solche Trends und Prozesse vermute ich, ich spekuliere wie sagt, wird es wohl schon geben und werden sich zweifellos verstärken. Weil die Faszination, dieser weitscheinenden Welt des Internet verblasst, weil insbesondere die unendliche brutale Durchkommerzialisierung von Kommunikation auch vielen Leuten schlicht auf den Wecker geht. Bei jedem was sie irgendwie aufrufen und dann sofort durch das Profiling regelrecht verfolgt werden von vermeintlich passender Reklame die auf sie zugeschnitten ist. Mit diesem permanenter Push, wird man wochenlang regelrecht drangsaliert. Ich höre das zunehmend auf Tagungen oder Vorträgen, diese aversive Stimmung, also die Faszination ist durch. Man sieht die Erleichterung und die Vorteile die die Internetisierung des Alltags bedeutet, aber man ist auch zunehmend genervt.

Interviewerin: Der Begrifflichkeit des Digital Natives steht dann der Begriff der Digital Immigrants gegenüber. Was halten Sie von dieser Begrifflichkeit auch im Bezug auf die Generation Babyboomer und der Generation X? Würde Sie das als passende Begrifflichkeit empfinden?

Michael Haller: Wir haben die Begriffe gebraucht, so vor zehn Jahren. Da waren die schon noch für die Situationsbeschreibung ganz gut. Das man sagen konnte, so vor zehn oder 15

Jahren, dass diejenigen die damals schon 40 oder 50 Jahre alt waren, dass waren die Immigrants. Und die haben sich deutlich anders verhalten als diejenigen, die schon im Grundschulalter damit in Berührung gekommen sind und rein wachsen konnten. Damals konnten wir die Etikettierungen der Digital Natives und der Digital Immigrants gut gebrauchen. Aber je weiter wir fortschreiten, weg von diesem explosionsartigen Start in den ersten Jahren dieses Jahrtausends. Je weiter wir davon weg sind, desto weniger bilden diese Begriffe ab. Bis wir irgendwann nur noch Natives haben.

Interviewerin: Würden Sie dann sagen, dass sich der Digital Gap oder die digitale Kluft immer mehr verringert?

Michael Haller: Er wird qualitativ anders. Der digitale Gap unterscheidet nicht mehr zwischen Natives und Immigrants. Er unterscheidet mehr zu dem was wir vorhin angesprochen haben. Sondern er beschreibt den unterschiedlichen Umgang mit digitalisierten Medien. Das was wir etwa am Beispiel der formalen Bildung sagten, da gibt es schon Gräben. Zwischen denjenigen die diesen Medien mehr ausgeliefert sind auf der einen Seite und darum auch diese Medien, man kann sagen, rund um die Uhr benutzen. Die sind schon immer online und nicht daran denken können, dass es auch ohne Smartphone geht und darum teilweise mit zwei Smartphone rumlaufen für den Fall, dass das erste Handy ausgeht. Also diese Leute gibt es nicht zu kann. Das ist der Gap zwischen denjenigen die völlig ausgeliefert sind und unreflektiert sind und auf der anderen Seite denjenigen die langsam auf Distanz gehen.

Interviewerin: Abschließend eine persönliche Frage an Sie. Wie empfinden Sie die Digitalisierung und den Umgang mit dieser?

Michael Haller: Lässt sich so einfach nicht beantworten. Also in der Welt der Forschung und Hochschullehre, ist die Digitalisierung und Internetisierung eine unglaubliche Bereicherung. Also schnell Datenüberlegungen, Gedanken, Projekte, Befunde rund um die Welt gleich austauschen zu können ist natürlich großartig. Da hat sich auch eine gewisse Kultur entwickelt, wenn Sie so wollen. Eine Kultur oder Diskurs wie man mit fremden Wissenschaftlern kommuniziert und wie man miteinander umgeht und was von einander lernen kann. Also sozusagen die offene diskursive dokumentierende Interaktionswelt, also virtuelle Interaktionswelt, das ist schon großartig. Wenn ich mir vorstelle wie ich vor 45 Jahren meine Doktorarbeit geschrieben haben und welchen eingegrenzten und engstirnigen Mitteln wir ausgesetzt waren, wie Stunden in der Bibliothek sitzen oder Wochen auf die Literatur aus anderen Bibliotheken zu warten. Ein völlig anderer Umgang mit den Wissensressourcen, als wir das heute haben. Durch die Digitalisierung haben wir einen unglaublichen Fundus von Informationen, jetzt im Sinne von gespeicherten Daten, das ist

großartig. Dass was ich sehr problematisch finde ist eben das, was wir eben schon angedeutet haben, dass die Gegenfinanzierung dieses ganzen Systems über Werbung läuft. Hier sieht man, dass man als Objekt von Werbebotschaft verfolgt wird. Das es sehr anstrengend ist das abzuschalten und dass es immer mehr ein System der Überwachung und Kontrolle zu werden beginnt. Ein System der Kontrolle war es schon immer, weil die amerikanischen und britischen Geheimdienste schon immer alles genau gecheckt haben, was die lieben Menschen über sich Preis geben. Das ist in der Welt der Wissenschaft nicht so problematisch. Aber wenn man sieht, welche Möglichkeiten, wie man jetzt auch am Beispiel von Cambridge Analytiker oder jetzt auch in China, die Entwicklung von Ranking und Messsystem vom Individualverhalten auf sagen wir mal Konformität zu messen und zu testen. Wenn man das betrachtet, was da auf uns zu kommt wird einem angst und bange und ich glaube, dass wir da, um das in den Worten des alten Goethe aus der Parade der *Zauberlehrling* auszudrücken, hier der Besen in Gang gesetzt wurde und uns der Zauberspruch leider fehlt, diese wieder in die Ecke zu bringen. Und wir die Eimer Wasser verschüttet bis wir alle ersaufen. Da hoffen wir auf die EU Kommissionen noch stärker restriktive Bestimmungen durchzusetzen, die immerhin schon mit den Datenschutzverordnungen reagiert haben. Ich glaube aus diesem Grunde muss da noch sehr viel geschehen, bis wir uns wieder sicher fühlen dürfen. Ob das wirklich dazu kommt oder es die umgekehrte Richtung nimmt, wie das Internet der Dinge zeigt, also das wir schon von den Dingen angegangen werden, die unser Alltagsverhalten bestimmen. Da müssen wir uns viele Fragezeichen setzen.

Interviewerin: Da ist natürlich der Blick in die Zukunft sehr unklar. Herr Haller, vielen Dank für Ihre Zeit und das Interview.

Eidesstattliche Erklärung

Ich, Sarah Akbari

geboren am 24.04.1995

erkläre hiermit, die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig und ohne fremden Hilfe angefertigt zu haben. Dabei habe ich mich keiner anderen Hilfsmittel bedient, als derjenigen, die im beigefügten Quellenverzeichnis genannt sind.

Alle Stelle, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen entnommen wurden, sind von mir als solche kenntlich gemacht.

Hamburg, den 20.07.2018

.....,
Studienort

.....
Unterschrift Studierende/r (= Verfasser/in)