

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
School of Management & Law

Bachelorarbeit

**Die digitale Ermüdung der Generation Y und das
Potenzial für Printmedien**

Simon Stäubli

Agnesstrasse 44

8004 Zürich

Matrikelnummer: S12466819

staeusim@students.zhaw.ch

BOVZHS13_GMc

Betreut durch: Dr. Angela Bearth

Datum der Abgabe:

25. Mai 2016

Wahrheitserklärung

„Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig, ohne Mithilfe Dritter und nur unter Benützung der angegebenen Quellen verfasst habe und dass ich ohne schriftliche Zustimmung der Studiengangleitung keine Kopien dieser Arbeit an Dritte aushändigen werde.“

Gleichzeitig werden sämtliche Rechte am Werk an die Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) abgetreten. Das Recht auf Nennung der Urheberschaft bleibt davon unberührt.

Name der / des Studierenden (Druckbuchstaben)

Simon Stäubli

Unterschrift der / des Studierenden



.....

Herausgabeerklärung der / des Dozierenden

Herausgabe¹⁾ der Bachelor-Arbeit „Die digitale Ermüdung der Generation Y und das Potenzial für Printmedien“

Die vorliegende Bachelor-Arbeit wird

- nicht herausgegeben.
- nicht herausgegeben werden bis ins Jahr .
- für eine uneingeschränkte Herausgabe freigegeben.

,
(Ort, Datum)

.....
(Unterschrift der / des Dozierenden)

¹⁾ Unter "Herausgabe" wird sowohl die Einsichtnahme im Hause wie auch die Ausleihe bzw. die Abgabe zu Selbstkostenpreisen verstanden.

Management Summary

Der Mensch als Individuum muss sich den neuen Lebensstrukturen des digitalen Lebensraumes anpassen. Dabei ist er gezwungen, sich aufgrund der Gefahr von Überlastung und Ermüdung durch die überwältigende Masse an verfügbaren digitalen Technologien und Informationen, bewusst von der Digitalisierung abzugrenzen. Diese Abgrenzung respektive Rückbesinnung auf das Analoge als Retrotrend bietet Medienhäusern und Presseverlagen eine Chance, die schwindende Relevanz von Printmedien in einer digitalisierten Welt zu bekämpfen und dadurch ihre Existenzgrundlage zu stärken.

In der vorliegenden Arbeit wird untersucht, ob und wie die negativen Auswirkungen der Digitalisierung auf das menschliche Wohlbefinden als Potenzial für Printmedien genutzt werden können. Dabei wird das Medienverhalten, die Einstellung gegenüber Printmedien sowie der Umgang mit der Digitalisierung analysiert. Als Zielgruppe wird spezifisch auf die Generation Y fokussiert.

Im theoretischen Teil der Arbeit werden basierend auf einer Literaturrecherche die relevanten Begrifflichkeiten und Konzepte bezüglich der Thematik der digitalen Ermüdung definiert sowie ein Interview-Leitfaden ausgearbeitet. Im Rahmen der qualitativen Datenerhebung wurden damit sieben Tiefeninterviews durchgeführt und mittels einer zusammenfassenden Inhaltsanalyse ausgewertet.

Die Ergebnisse der Analyse zeigen eine ambivalente Wahrnehmung der Generation Y gegenüber der Digitalisierung. Dies verdeutlicht sich in einer tendenziellen Betroffenheit, in den angewandten Abgrenzungsstrategien, im Bedürfnis nach einer vermehrten Rückkehr in die reale Welt sowie im Bewusstsein für die Thematik der digitalen Ermüdung. Bezüglich Printmedien kann eine positive Einstellung festgestellt werden, welche auf das analoge Leseerlebnis und die Attribute physische Präsenz und Haptik zurückzuführen ist. Die Nutzung von Printmedien beschränkt sich auf Situationen der Erholung und Entspannung. Im Direktvergleich der Formate bezüglich Nutzung zeigt sich eine klare Präferenz für Zeitschriften und Bücher.

Aus diesem Grund sind insbesondere Zeitungen im Printformat gezwungen, sich der entschleunigenden Anwendung von Printmedien anzupassen und sich als Lifestyle-Produkt mit den Attributen von Genuss und Lebensqualität neu zu positionieren. Zudem gilt es, den Inhalt sowie die Abonnemente zu individualisieren und den Kunden in den Produktgestaltungsprozess unter dem Aspekt von Co-Creation zu integrieren.

Inhaltverzeichnis

I. ABBILDUNGSVERZEICHNIS	VII
II. TABELLENVERZEICHNIS	VII
III. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	VII
<u>1 EINLEITUNG.....</u>	<u>1</u>
1.1 PROBLEMSTELLUNG	1
1.2 ZIELSETZUNG UND FORSCHUNGSFRAGE	2
1.3 AUFBAU DER ARBEIT	2
1.4 ABGRENZUNG	3
<u>2 THEORETISCHER TEIL</u>	<u>4</u>
2.1 DIGITALISIERUNG	4
2.1.1 BEGRIFFSDEFINITION DER DIGITALISIERUNG ALS MEGATREND.....	4
2.1.2 WIRTSCHAFTLICHE VERÄNDERUNG: ARBEITSMARKT UND JOBPROFILE.....	5
2.1.3 TECHNOLOGIE UND GESELLSCHAFT.....	6
2.1.4 KONSUM VON PRODUKTEN, DIENSTLEISTUNGEN UND INFORMATION	8
2.1.5 KOMMUNIKATION UND MENSCHLICHE BEZIEHUNGEN	9
2.1.6 FAZIT	12
2.2 DIGITALISIERUNG IM ALLTAG: ERSTE ANZEICHEN NEGATIVER AUSWIRKUNGEN.....	12
2.2.1 BEGRIFFSDEFINITION MENSCHLICHES WOHLBEFINDEN UND STRESS.....	13
2.2.2 DIE GEGENSÄTZE VON FLOW-THEORIE UND MULTITASKING	13
2.2.3 NEGATIVEN AUSWIRKUNGEN VON MULTITASKING UND INFORMATION-OVERLOAD ...	16
2.2.4 BEGRIFFSDEFINITION DIGITALE ERMÜDUNG	18
2.3 DIE ENTSCHEUNIGUNG UND ALTERNATIVEN ZUR DIGITALISIERUNG	18
2.3.1 GEGENKULTUR DER DIGITALISIERUNG: DIE OFFLINER	19
2.3.2 DIE BE- UND ENTSCHEUNIGUNG ALS KONZEPT VON HARTMUTH ROSA	20
2.3.3 DIGITAL DETOX	22
2.3.4 FAZIT:	23
2.4 DEFINITION UND AUSPRÄGUNG DER UNTERSUCHTEN MEDIEN.....	23
2.5 DIE AKTUELLE SITUATION DER SCHWEIZER PRESSELANDSCHAFT	25
<u>3 EMPIRISCHER TEIL</u>	<u>27</u>
3.1 METHODIK.....	27
3.1.1 UNTERSUCHUNGSDESIGN	27

3.1.2	INTERVIEW-LEITFADEN & ABLAUF DES INTERVIEWS.....	27
3.1.3	KRITERIEN DER PROBANDENAUSWAHL	30
3.1.4	ANALYSEVERFAHREN.....	30
3.1.5	REKRUTIERUNG DER PROBANDEN UND DATENERHEBUNG:	31
3.2	ERGEBNISSE DER INHALTSANALYSE.....	32
3.2.1	MEDIENKONSUM DER PROBANDEN	32
3.2.2	EMOTIONALE BINDUNG: UMGANG MIT BÜCHERN UND ZEITSCHRIFTEN.....	33
3.2.3	KONSUMBEWUSSTSEIN UND HANDLUNGSABLÄUFE	34
3.2.4	FUNKTION VON ZEITUNGEN IM PRINTFORMAT:	35
3.2.5	WAHRNEHMUNG DER DIGITALISIERUNG	36
3.2.6	NEGATIVE AUSWIRKUNGEN DER DIGITALISIERUNG AUF DAS WOHLBEFINDEN.....	37
3.2.7	IDEENANSÄTZE FÜR ZEITUNGEN IM PRINTFORMAT	38
4	<u>DISKUSSION</u>	<u>40</u>
4.1	DIGITALE ERMÜDUNG UND ABGRENZUNGSSTRATEGIEN	40
4.2	DIE DIGITALE MEDIENNUTZUNG DER GENERATION Y	41
4.3	DIE STÄRKEN DER PRINTMEDIEN	43
5	<u>KONKLUSION.....</u>	<u>44</u>
5.1	FAZIT UND ZUSAMMENFASSUNG DER FORSCHUNGSERGEBNISSE	44
5.2	HANDLUNGSEMPFEHLUNG FÜR PRESSEVERLAGE UND MEDIENHÄUSER	46
5.3	KRITISCHE WÜRDIGUNG DER ARBEIT UND AUSBLICK	49
6	<u>LITERATURVERZEICHNIS</u>	<u>51</u>
7	<u>ANHANG</u>	<u>58</u>
7.1	KORRESPONDENZ MIT MEDIENPSYCHOLOGIN S. GENNER (31. MÄRZ 2016).....	58
7.2	INTERVIEW-LEITFADEN	60
7.3	PROTOKOLLIERUNG DER INTERVIEWS	63
	INTERVIEW: N.W. (WEIBLICH, 26 JAHRE)	63
	INTERVIEW: J.G. (MÄNNLICH, 25 JAHRE)	68
	INTERVIEW: N.L. (MÄNNLICH, 24 JAHRE).....	74
	INTERVIEW: P.B. (WEIBLICH, 24 JAHRE).....	81
	INTERVIEW: S.M. (WEIBLICH, 24 JAHRE).....	85
	INTERVIEW: T.B. (MÄNNLICH, 25 JAHRE).....	89
	INTERVIEW: T.C. (MÄNNLICH, 27 JAHRE).....	96

I. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Realitätslücke.....	6
Abbildung 2: Time Spent Social Networking.....	11
Abbildung 3: Modelle der Flow-Theorie.....	14
Abbildung 4: Titelzahl und Auflage bezahlter Zeitungen	25

II. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Medienübersicht der Untersuchung	24
Tabelle 2: Aufbau des Interview-Leitfadens.....	29

III. Abkürzungsverzeichnis

BSF	Bundesamt für Statistik
GWI	GlobalWebIndex
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
MGI	McKinsey Global Institute

1 Einleitung

Die Digitalisierung ist omnipräsent und hat Einfluss auf gesellschaftliche Strukturen, Normen, Werte und vor allem auf das Verhalten des Menschen im Berufs- sowie Privatleben. Der Einzug der Digitalisierung in den Alltag ist aufgrund zahlreicher Vereinfachungen und flexibler Gestaltungsmöglichkeiten für den Menschen weitgehend akzeptiert. Dies führt dazu, dass in Zukunft analoge und digitale Welt noch stärker miteinander verschmelzen werden (Cachelin, 2015b, S.7). Die dadurch neu entstehenden Herausforderungen wie Informationsflut und 24-Stunden-Gesellschaft mit der Erwartung von ständiger Verfüg- und Erreichbarkeit, gilt es als Person individuell zu bewältigen. Es droht durch den überwältigenden Einsatz von Technologie und Information die Gefahr einer digitalen Ermüdung. Der daraus resultierende Stress führt zu körperlichen und psychischen Beschwerden bis hin zum Burnout (Johnson & Indvik, 2004, S. 20).

1.1 Problemstellung

Die Möglichkeiten durch Informations- und Kommunikationstechnologien [IKT] Daten und Informationen digital zu verarbeiten und zu speichern, sowie über Netzwerke zu kommunizieren (Deloitte, 2013, S. 9), ist der Ausgangspunkt der Digitalisierung und wird von Châlons und Dufft (2016, S. 27) als digitale Revolution bezeichnet. Sie ist Treiber für Innovationen, die Gestaltung von neuen Geschäftsfeldern, von Produkten und Dienstleistungen und bewirkt, dass komplette Wertschöpfungsketten und Branchen umstrukturiert werden, etablierte Marktkonstellationen aufbrechen und sich so die Wettbewerbsdynamik erhöht (Châlons und Dufft, S. 28). Unternehmen sind aufgrund dieser Entwicklungen der Gefahr ausgesetzt, auf obsoleten Geschäftsmodellen zu beharren und so ihre Ertragsgrundlage zu verlieren (Leimeister, 2015, S. 3).

Dies betrifft insbesondere analoge Dienstleistungen und Produkte, welche mit digitalen Alternativen konkurrenzieren. Auch Medienhäuser und Presseverlage sind von der digitalen Dynamisierung betroffen, da Printmedien, Produkte wie Zeitungen, Zeitschriften und Bücher bezüglich Aktualität und Interaktivität ihren digitalisierten Substituten unterlegen sind. Zusätzlich hat sich aufgrund der Digitalisierung das Rezeptionsverhalten der Leser verändert, was die Relevanz von Printmedien reduziert (Rankl, 2014, S.21).

Gleichzeitig entwickelt sich mit der zunehmenden Digitalisierung und den daraus entstandenen Herausforderungen ein Retrotrend, welcher die Rückbesinnung auf das Analoge beinhaltet und Grundlage für eine alternative Geschäftsstrategie zur Digitalisierung darstellt (Pietzcker, 2014, S. 208). Dies bietet für Medienunternehmen ein mögliches Potenzial, Printmedien neu zu positionieren und entsprechend zu vermarkten.

1.2 Zielsetzung und Forschungsfrage

Ziel dieser Arbeit ist es, die Auswirkungen von Ermüdungserscheinungen aufgrund der zunehmenden Digitalisierung in der Generation Y zu untersuchen. Dabei werden mit der Digitalisierung als Megatrend und dem Branchenfokus Printmedien primär zwei Hauptuntersuchungsgebiete festgelegt.

Ersteres beinhaltet die Einstellung der Generation Y gegenüber der Digitalisierung, sowie die Massnahmen und Strategien, welche von betroffenen Personen angewendet werden, um dem Phänomen der digitalen Ermüdung entgegenzuwirken. Im zweiten Hauptuntersuchungsgebiet wird auf das Konsumverhalten der Generation Y hinsichtlich der einzelnen Medienformate und Kanäle, sowie auf die Einstellung und Nutzung von Printmedien fokussiert.

Die erhaltenen Erkenntnisse über Mediennutzung, Bedürfnisse und Umgang mit der digitalen Ermüdung sollen für die Produktgestaltung und Positionierung von Printmedien genutzt werden, damit diese der Herausforderung der Digitalisierung erfolgreicher begegnen können. Daraus lässt sich die Forschungsfrage dieser Arbeit ableiten:

Ist die digitale Ermüdung der Generation Y ein Potenzial für Printmedien?

1.3 Aufbau der Arbeit

Das methodische Vorgehen zur Beantwortung der Forschungsfrage besteht aus einer Literaturrecherche und einer anschliessenden empirischen Untersuchung.

Mit der Literaturrecherche wird die theoretische Grundlage für die nachfolgende empirische Untersuchung geschaffen. Dabei wird initial der Begriff Digitalisierung definiert und die Auswirkungen auf die Gesellschaft beschrieben. Anschliessend werden basierend auf den Konzepten von Information-Overload, Multitasking und Flow-Theorie die negativen Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gesellschaft beschrieben, sowie die digitale Ermüdung als Begriff theoretisch hergeleitet. Zum Abschluss der theoretischen Grundlagen werden die Konzepte von Digital Detox und Entschleunigung als mögliche

Abgrenzungsstrategien vorgestellt und die aktuelle Situation der Schweizer Presselandschaft analysiert.

Im Rahmen der empirischen Untersuchung wurden sieben Personen aus der Generation Y befragt. Im empirischen Teil der Arbeit wird vorgängig zur Ergebnispräsentation der Untersuchung die qualitative Forschungsmethode der Tiefeninterviews als exploratives Untersuchungsdesign beschrieben und die Untersuchungsziele anhand des Interview-Leitfadens erläutert. Weiter wird die angewandte Methodik der Inhaltsanalyse hinsichtlich der Auswertung der Interviews, sowie der Verlauf der Datenerhebung aufgezeigt. Die Ergebnisse werden nach induktiver Kategorienbildung und ansonsten nach den Themenschwerpunkten des Interview-Leitfadens präsentiert. In der anschliessenden Diskussion werden die Erkenntnisse unter Berücksichtigung der theoretischen Grundlagen diskutiert. Darauf erfolgt die Beantwortung der Forschungsfrage sowie die Ableitung der Handlungsempfehlung.

1.4 Abgrenzung

Die Zielgruppe der empirischen Untersuchung wird auf die Generation Y beschränkt. Dies wird mit der tiefen Stichprobengrösse von qualitativen Untersuchungen begründet, bei der bei einer grossen Altersspannweite die Aussagekraft der Resultate reduziert wird. Zudem eignet sich die Generation Y aufgrund ihres Alters hinsichtlich der Entwicklung der Digitalisierung. Der Begriff Generation Y wird im Verlauf der Arbeit konkret definiert und eingegrenzt.

Weiter wird der Begriff Printmedien zur Vereinfachung und zur Konkretisierung der Thematik auf die Formate Bücher, Zeitschriften und Zeitungen eingegrenzt. Dabei werden die gewonnenen Erkenntnisse zu allen Formaten in der Beantwortung der Forschungsfrage hinsichtlich des Potenzials berücksichtigt. Die Handlungsempfehlung bezüglich Positionierung und Produktgestaltung wird auf das Printformat Zeitung beschränkt. Die Formate Bücher und Zeitschriften dienen in dieser Hinsicht lediglich für das Verständnis und zur Interpretation der Einstellung und des Mediennutzungsverhalten.

2 Theoretischer Teil

In diesem Kapitel wird eine theoretische Grundlage basierend auf bestehender Literatur geschaffen, welche den Ausgangspunkt für die darauffolgende empirische Untersuchung darstellt.

2.1 Digitalisierung

In einem ersten Schritt wird der Begriff Digitalisierung als Megatrend definiert. Der Fokus liegt dabei auf den Einflüssen und Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gesellschaft und wie sie die Struktur, das Leben und die Verhaltensweisen innerhalb einer Gesellschaft prägen, mit dem Ziel ein ganzheitliches Verständnis bezüglich des Begriffes Digitalisierung zu schaffen.

2.1.1 Begriffsdefinition der Digitalisierung als Megatrend

Der Begriff Digitalisierung lässt sich auf zwei verschiedene Arten interpretieren, die sich in ihrer Bedeutung grundsätzlich unterscheiden, sich jedoch ergänzen. «Er bezeichnet entweder die Überführung von Informationen von einer analogen in eine digitale Speicherung oder den Prozess, der durch die Einführung digitaler Technologien beziehungsweise der darauf aufbauenden Anwendungssysteme hervorgerufenen Veränderungen» (Hess, 2013). Diese duale Interpretation verlangt für eine präzise Anwendung nach einer Konkretisierung des Kontextes, in dem der Begriff Digitalisierung verwendet wird. Während die erste Interpretation einen technischen Vorgang zur Informationsverarbeitung beschreibt, legt die Zweite den Fokus auf den Veränderungsprozess, der durch digitale Technologien ausgelöst wurde. Cachelin (2015a, S. 6) sieht in der Digitalisierung dagegen die technologische, ökonomische und soziale Vernetzung. Für die Definition von Digitalisierung als Megatrend ist der Veränderungsprozess ausschlaggebend, da ein Megatrend als eine breite soziale, wirtschaftliche, politische und technologische Veränderung (Kotler, Bliemel & Keller, 2007, S. 234) charakterisiert werden kann, die sich langsam entfaltet und deren Einfluss über mehrere Jahrzehnte anhalten kann (Naisbitt, Aburdene & Gärtner, 1991, S. 9-10). Es stellt sich nun die Frage, was die Digitalisierung für die einzelnen Akteure der Gesellschaft und deren Sphären bedeutet, wie umfassend der ausgelöste Wandel ist und wie die Gesellschaft wirtschaftlich und sozial davon betroffen ist.

2.1.2 Wirtschaftliche Veränderung: Arbeitsmarkt und Jobprofile

Van Haaren (1997, S. 2) identifizierte mit der Rationalisierung, Globalisierung, Zersplitterung und Flexibilisierung von Arbeit vier Trends, welche die etablierten Strukturen der industriell geprägten Arbeitswelt aufbrechen. Er sah die durch den technischen Fortschritt und insbesondere durch die Digitalisierung entstandenen Möglichkeiten nicht als Ursache für den Wandel der Arbeitswelt, sondern vielmehr als beschleunigendes Element, welches den sozioökonomischen Wandel vorantrieb. Frey und Osborne (2013 S. 39) prognostizieren aufgrund des technologischen Fortschrittes und der Digitalisierung weitreichende Konsequenzen für den Arbeitsmarkt, nämlich dass aufgrund der breiteren Einsatzmöglichkeit von Maschinen und Computern die menschliche Arbeitskraft weitgehend substituiert werden kann. Vorteile der menschlichen Arbeitskraft sehen sie nur noch in Aufgabenbereichen, welche Fähigkeiten voraussetzen, die von Technologie nicht ausgeführt werden kann. Die Entwicklung, dass aufgrund des technischen Fortschrittes zunehmend hochqualifizierte und spezifizierte Arbeitskräfte nachgefragt werden, ist unter dem Begriff *skill biased technical change* bekannt (Card & Di Nardo, 2002, S. 1).

Untersuchungen des Arbeitsmarktes in den Vereinigten Staaten durch Autor (2010, S. 9-10) ergaben, dass es zu einer zunehmenden Polarisierung der Beschäftigten bezüglich ihrer Qualifikation kommt. Die Aufteilung des Arbeitsmarktes in drei verschiedene Bereiche, die sich in der Arbeitnehmerqualifikation unterscheiden, zeigt eine signifikante Konzentration auf Arbeitsbereiche, die entweder einen hohen oder einen tiefen Ausbildungsgrad erfordern. So ist in den letzten zwei Jahrzehnten die Anzahl der Beschäftigten in Bereichen mit hohen und tiefen Arbeitnehmerqualifikationen stärker gestiegen als im Bereich mit mittlerer Arbeitnehmerqualifikation, der zunehmend stagniert. Autor (2010, S. 4) sieht die Ursache dieser Entwicklung in der Eigenschaft der Aufgabenprofile. Die Arbeitsprofile mittlerer Arbeitnehmerqualifikation charakterisiert er als geistig präzise Routineaufgaben, wie buchhalterische Aufgaben und sonstige administrativen Tätigkeiten, welche aufgrund der Digitalisierung zunehmend automatisiert durch Maschinen ausgeführt werden. Nichtroutine Aufgaben sind weniger substitutionsanfällig, da sie auf abstrakten kognitiven Vorgängen, wie Problemlösungsprozessen, Intuition, menschlicher Interaktion und auf visueller und sprachlicher Erkennung basieren. Sie erfordern somit eine situative Anpassungsfähigkeit.

Die vorgehend beschriebenen Entwicklungen verdeutlichen lediglich die negativen Folgen der Digitalisierung auf die menschliche Arbeitskraft. Gleichzeitig werden durch den fortschreitenden Digitalisierungsprozess auch neue Arbeitsfelder geschaffen. Das McKinsey Global Institute (2011, S. 1) schätzt, dass alleine aufgrund der Digitalisierung zukünftig im Themengebiet von Big Data weltweit bis zu 200'000 neue Arbeitsstellen entstehen werden.

2.1.3 Technologie und Gesellschaft

Als Kontrast zur in der Einleitung erwähnten digitalen Revolution von Châlons und Dufft (2016, S. 28), die den digitalisierungsbasierten Innovationen grosse Bedeutung zuschreiben, relativiert Booty (2011) in seinem Aufsatz zur digitalen Revolution deren tatsächlichen Einfluss auf die Gesellschaft. Dabei kritisiert er die Herangehensweise respektive die Fragestellung hinsichtlich der Einflussnahme der Digitalisierung auf die Gesellschaft. Seiner Ansicht nach stellt sich nicht die Frage, welchen Grad die Digitalisierung in der Gesellschaft erreicht hat, sondern wie sich das Leben durch die digitale Welt verändert. Er begründet dies mit der Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage beziehungsweise der Nutzung von technischen Innovationen, Funktionen und Dienstleistungen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist der technische Fortschritt über die Zeit schneller gewachsen, als die daraus resultierenden Produkte und Dienstleistungen von der Gesellschaft tatsächlich in das alltägliche Leben integriert wurden. Diese Entwicklung definiert er als Realitätslücke.

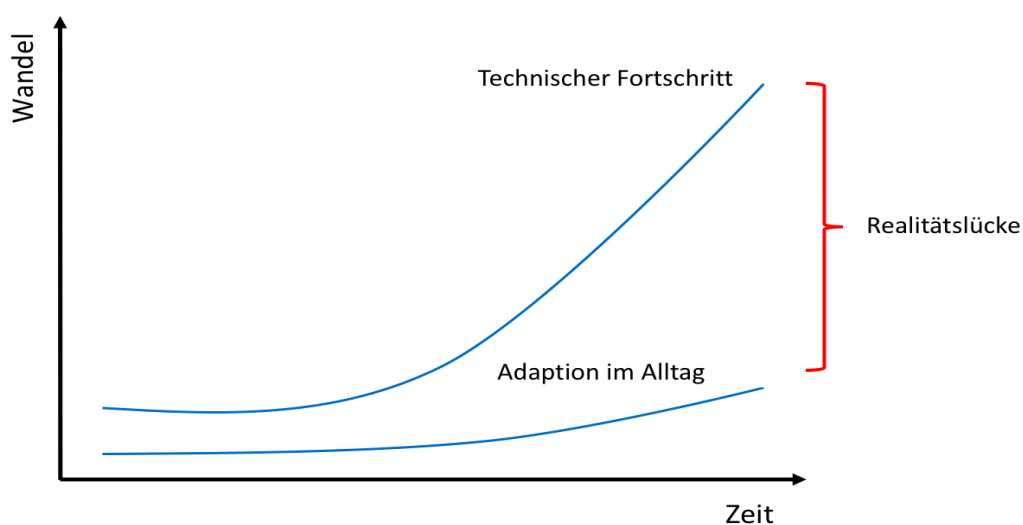


Abbildung 1: Realitätslücke; Eigene Darstellung in Anlehnung an Booty (2011)

Als Auslöser dieser Entwicklung identifiziert Booty (2011) nicht die fehlende Ausrichtung an Kundenbedürfnissen, sondern vielmehr die Orientierung an den technischen Möglichkeiten. Dies hat die Auswirkung, dass technische Innovationen nicht die breite Masse erreichen und lediglich von Innovatoren genutzt werden.

Die Technologiepyramide

Van Mensvoort (2013, S. 14) erkannte die Notwendigkeit für ein vertieftes Verständnis, wie sich Technologien entwickeln und welche Positionen sie in der Gesellschaft einnehmen. In Anlehnung an die Bedürfnistheorie von Maslow (1943, S. 330), welche die fünf Grundbedürfnisse des Menschen definiert und diese in einer Abhängigkeitsbeziehung zueinander als hierarchisches Stufenmodell erklärt, entwickelte van Mensvoort die siebenstufige Technologie Pyramide. Diese zeigt auf, welche Phasen Technologien durchlaufen und wie sich die Beziehung zwischen Mensch und Technologie entwickelt. Dabei steht der Veränderungsprozess bezüglich Wahrnehmung und Verständnis von Technologie im Fokus. (2013, S. 14).

Nachfolgend werden die einzelnen Stufen des Modells und deren Bedeutung kurz beschrieben (van Mensvoort, 2013, S.17- 31). Als tiefste Stufe des Modells definiert van Mensvoort die (1) *Vision*. Sie beinhaltet die Technologie als Gedankenkonstrukt eines Menschen, welcher sich mit einer bestimmten Idee auseinandersetzt. Dabei besteht keine zeitliche Limitierung, wie lange sich das Gedankenkonstrukt in dieser Phase befindet und ob es sich weiterentwickelt.

In der Stufe (2) *Umsetzung* wird die Technologie als Prototyp realisiert, dessen Funktion aber noch nicht ausgereift ist und weitere Entwicklung erfordert.

Hat die Technologie die Marktreife erreicht und wird kommerzialisiert, so befindet sie sich in der (3) *Anwendung*. Dabei ist das Potenzial der Technologie respektive die Akzeptanz durch den Nutzer noch unklar.

Die Transformation zur nächsten Stufe (4) *Akzeptanz* wird von van Mensvoort als kritische Phase bezeichnet. Gründe sieht er in der gesellschaftlichen Akzeptanz, die geschaffen werden muss. Technologien können auf der dritten Stufe aufgrund von gesellschaftlichen Prinzipien stagnieren. Erreicht die Technologie aber diese nächst höhere Stufe, ist sie gesellschaftlich anerkannt und wird von den Nutzern als normal und vertraut wahrgenommen. Zusätzlich bewirkt sie eine kulturelle Prägung.

Mit zunehmender Akzeptanz werden Technologien mit dem gesellschaftlichen Leben verbunden und beeinflussen die täglichen Routinen der Gesellschaft. Sie gehören zur gesellschaftlichen Identität und haben den gesellschaftlichen Lebensstil geprägt, so dass deren Wegfall eine kulturelle Krise auslösen würde. Es handelt sich dann um grundlegende und unbestrittene Technologien. Haben sie diesen Status erreicht, werden sie in die Stufe (5) *Vital* eingestuft und stellen die grundlegende Infrastruktur für Technologien auf niedrigeren Stufen. Van Mensvoort nennt die Mobiltelefone und das Internet als Beispiel für Technologien der fünften Stufe.

Auf der nächsten Stufe der (6) *Unsichtbarkeit* beginnt der Transformationsprozess, in dem sich die Technologie von der bewussten Wahrnehmung und dem Verständnis als Werkzeug löst und zu einem unsichtbaren Assistenten der Gesellschaft wird. Der Übergang einer Technologie zur (7) *Natürlichkeit* beschreibt die letzte Stufe, in welcher der Integrationsprozess abgeschlossen ist und die Technologie Teil der Menschlichkeit wird.

Abschliessend vermerkt van Mensvoort (2013, S. 33) als Grund für die Stagnation von Technologien in den Anfangsstufen, das naive und limitierte Verständnis des Begriffs Technologie. Dabei beschränkt er sich nicht nur auf das gesellschaftliche Verständnis, sondern kritisiert insbesondere die einseitige Ansicht von Technologie durch Experten, Entwickler und Unternehmer.

2.1.4 Konsum von Produkten, Dienstleistungen und Information

Um herauszufinden, wie die Digitalisierung auf das Konsumverhalten der Gesellschaft wirkt, stellt sich primär die Frage, wie der Einfluss der Digitalisierung auf das Konsumverhalten gemessen werden kann. Ausgehend vom vorgehend beschriebenen Konzept von van Mensvoort (vgl. Abschnitt 2.1.3) zur Beziehung zwischen Gesellschaft und Technologie, muss eine Technologie gewählt werden, welche zur gesellschaftlichen Identität zählt, deren Lebensstil nachhaltig prägt und eine breite Anwendung in der Gesellschaft findet. Das Internet als Technologie erfüllt die definierten Voraussetzungen. Eine vom Bundesamt für Statistik [BFS] durchgeführte Studie zum Thema Internetzugang und Internetnutzung hat ergeben, dass 83 Prozent der Schweizer Haushalte über einen Internetanschluss verfügen (2015, S. 5). Zudem zeigt sich eine signifikante Verschiebung von der stationären Internetnutzung hin zur mobilen Nutzung, welche das BFS mit der zunehmenden Verbreitung von Smartphones im Mobiltelefonmarkt erklärt (2015, S. 10). Untersuchungen zur individuellen Internetnutzung verdeutlichen, dass das Internet aufgrund

der vielfältigen Nutzung durch die Bevölkerung eine zentrale Funktion in der Gesellschaft einnimmt. Das Internet dient zunehmend als primäre Informationsquelle, welche von dreiviertel der Bevölkerung für verschiedenste Bedürfnisse, wie Nachrichten, Bildung, Kommunikation und zur Informierung über Dienstleistungen und Produkte genutzt wird. Weiter nutzt mehr als die Hälfte der Bevölkerung das Internet für den Erwerb von Produkten und Dienstleistungen (2015, S. 18). Gemäss dem E-Commerce Report 2015 (Wölfle & Leimstoll, 2015, S. 3), wird sich die Nachfrage von Gütern und Dienstleistungen über das Internet mit zunehmender Kompetenz der Konsumenten bezüglich Internet und E-Commerce noch verstärken. Weitere Treiber, welche diese Entwicklung in Zukunft unterstützen, sehen Wölfle und Leimstoll in der zunehmenden Nutzung des Internets via mobile Endgeräte und im demographischen Wandel.

2.1.5 Kommunikation und menschliche Beziehungen

Bevor auf die Veränderungen der Kommunikation und deren Auswirkungen auf soziale Beziehungen durch die Digitalisierung eingegangen werden kann, besteht die Notwendigkeit für das Verständnis von Kommunikation als Prozess. Merten (2007, S. 55-56) definiert mit dem Stimulus-Response-Modell ein aus drei Elementen bestehendes simplifiziertes Kommunikationsmodell. Dieses besteht aus dem Kommunikator, als Ausgangspunkt und Initiator des Kommunikationsprozesses und dem Rezipienten als Empfänger. Der Stimulus stellt dabei die Information dar, welche vom Kommunikator an den Rezipienten übermittelt wird.

Die Digitalisierung ermöglichte die Verlagerung hin zu einer digitalen Kommunikation, die Grimm (2005, S. 93) als die Kommunikation mit Hilfe von elektronischen Medien, Telekommunikation und Internetanwendungen definiert, zu welchen auch die Sozialen Netzwerke gehören. Boyd und Ellison (2013, S. 158) charakterisieren diese als Kommunikationsplattformen, welche es Individuen erlauben, innerhalb des Netzwerkes Inhalte zu konsumieren, zu und mit anderen Nutzern zu teilen. Die Erschliessung digitaler Kommunikationskanäle, insbesondere die Erfindung von sozialen Netzwerken, wie Facebook, Google+ und Instagram stellen einen zentralen Punkt in der Veränderung von Beziehungen dar. Rainie und Wellman (2012 S. 8-10) argumentieren, dass aufgrund der Existenz von sozialen Netzwerken, engverknüpfte soziale Gruppierungen, wie Familien, Dörfer und kleine Organisation zunehmend verschwinden und sich grössere und losere Netzwerke bilden, welchen sich soziale Gruppierungen weniger überschneiden. Zusätzlich

entsteht die Möglichkeit an mehreren unverbindlichen Netzwerken teilzunehmen, um so spezifischen Interesse und Bedürfnisse zu befriedigen (Wampfler, 2014, S. 81). Gleichzeitig entsteht dadurch die Notwendigkeit für eine aktive Netzwerkpflge, um die Qualität der Beziehungen aufrechterhalten zu können. Rainie und Wellman (2013, S.9) beschreiben diese Entwicklung als Paradoxon, da soziale Netzwerke propagieren, Personen einfacher zu verknüpfen, jedoch gleichzeitig grössere Anstrengungen in der Netzwerkpflge fordern. Wampfler (2014, S. 81) sieht darin eine kritische Entwicklung, da die durch die Digitalisierung gewonnene Freiheiten und Möglichkeiten in der Gestaltung der eigenen Netzwerke, die Vertrautheit und Verbindlichkeit einer realen Beziehung nicht immer ersetzen können.

Die vorgehend beschriebenen Kommunikationsmöglichkeiten mittels sozialer Medien, sowie die Veränderung von persönlichen Netzwerkstrukturen sind Auslöser für ein neues Kommunikationsverhalten. Michelis (2012, S. 47) bemerkt, dass sich die Anwender von Internetkommunikationsformen an die interaktive Teilnahmemöglichkeit gewöhnt haben, mit der Folge, dass sie das interaktive Verhalten in Form von Beiträgen, Bewertungen und Teilen von Inhalten, auch von den anderen Teilnehmern der sozialen Medien erwarten. Für den Soziologen Danesi ist die Veränderung des Kommunikationsverhalten sowie der geschriebenen und gesprochenen Sprache, auf den Einfluss von elektronischen Medien zurückzuführen, was bereits mit der Erfindung von Fernsehen und Radio begonnen hatte (2016, S. 104).

Mit der zunehmenden Etablierung von sozialen Medien haben sich elektronische Dialekte entwickelt, welche sich untereinander klar unterscheiden und je nach Plattform oder Netzwerk zum Einsatz kommen. Dies impliziert, dass sich die Nutzer von sozialen Medien ein spezifisches Wissen zu Umgangsformen, Sprache und Normen bezüglich der verschiedenen Netzwerken aneignen müssen (Danesi, 2016, S. 108-111). Ein weiterer Grund liegt in der Eigenschaft der virtuellen Kommunikation. Von Kardorff (2008, S. 32) sieht die Ursache dafür in der beschränkten Ausdrucksmöglichkeit der virtuellen Kommunikation, da bei geschriebenen Nachrichten ergänzende Interpretationshilfen, wie Tonfall Gestik und Mimik wegfallen. Beisswenger (2005, zit. in von Kardorff, 2008 S. 32) bemerkt, dass sprachliche Feinheiten mit Hilfe der englischen Sprache oder mit Icons und Emoticons ergänzt werden, mit der Absicht, den Explikationsgrad der Nachricht zu erhöhen.

Wie umfassend die Auswirkungen der Digitalisierung bezüglich der vorgehend beschriebenen Entwicklungen sind, verdeutlicht sich unter der Berücksichtigung von quantitativen Daten. Gemäss dem Marktforschungsinstitut GlobalWebIndex [GWI] (2016, S. 4) verfügen 92 Prozent der Erwachsenen, welche sich im Internet bewegen über einen Account bei einem Sozialen Netzwerk, von denen 78 Prozent diesen mindestens einmal im Monat nutzen. Welchen Stellenwert Soziale Netzwerke in der Gesellschaft erreicht haben, illustriert die untenstehende Grafik. Wobei sich die durchschnittliche Nutzung von Sozialer Netzwerken in den vergangenen vier Jahren stets erhöht hat und einen Drittel der im Internet verbrachten Zeit beansprucht.

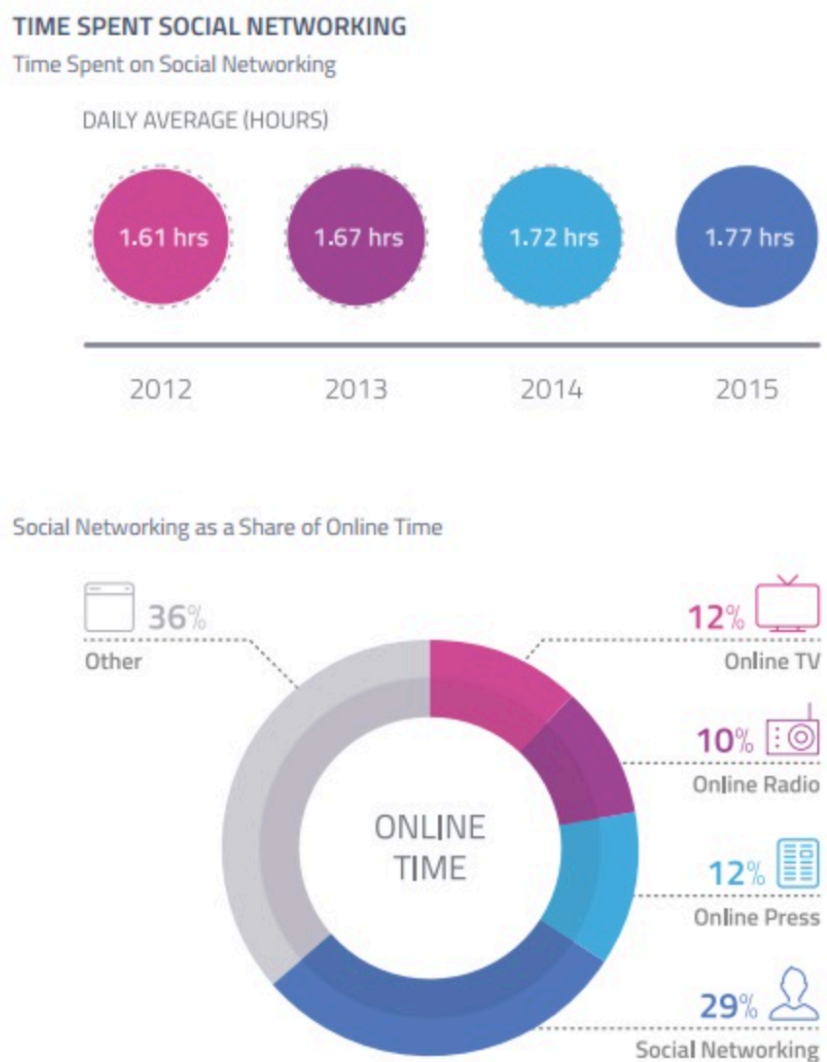


Abbildung 2: Time Spent Social Networking; GWI (2015, zit. in Kroker, 2015)

Zusätzlich stellt das GWI (2015, zit. in Kroker, 2015) eine überdurchschnittlich starke Nutzung Sozialer Medien in den Altersgruppen 14 bis 24 Jahre und 25 bis 35 Jahre fest, welche sich auf 2.7 Stunden respektive 2.2 Stunden pro Tag summiert.

2.1.6 Fazit

Die vorgehend diskutierten Einflussbereiche der Digitalisierung zeigen, wie tiefgründig und umfassend die Digitalisierung auf die Gesellschaft wirkt und wie stark einzelne Bereiche der Gesellschaft davon betroffen sind. Die realisierten technischen Innovationen und die im sozialen Leben bezüglich Kommunikation und Konsum geschaffenen Möglichkeiten, verdeutlichen die gewichtigen Argumente der zunehmenden Digitalisierung. Die leichte Zugänglichkeit von Information, die persönliche Vernetzung, sowie die permanente Verfüg- und Erreichbarkeit in der digitalen Welt, ergänzen die Aussage von Cachelin (2015b, S. 47), der die Argumente der Digitalisierungstreiber in der Ermöglichung eines einfachen und intensiven Lebens sieht. Die dominante Wirkung der Digitalisierung illustriert aber auch, dass sich der Mensch als Individuum der Gesellschaft neu definieren und sich innerhalb der digitalisierten Welt neu positionieren muss. Die Herausforderung im Umgang mit und in der Adaption an die Digitalisierung zeigt sich unter anderem in der wandelnden Arbeitswelt, in welcher die menschliche Arbeitskraft zunehmend substituiert werden kann. Abschliessend kann dem Menschen eine ambivalente Rolle im Megatrend Digitalisierung zugeschrieben werden, in welcher er von den Errungenschaften und Erfolgen der Digitalisierung profitiert, sich gleichzeitig aber neuen Herausforderungen stellen muss.

2.2 Digitalisierung im Alltag: Erste Anzeichen negativer Auswirkungen

Ausgehend von den beschriebenen Einflüssen der Digitalisierung auf die Gesellschaft, werden in diesem Kapitel die negativen Auswirkungen des Megatrends auf den einzelnen Menschen beschrieben und diskutiert. Dabei wird im Unterschied zum vorherigen Kapitel auf das menschliche Wohlbefinden fokussiert. Dabei werden verschiedene Begriffe und Konzepte hinsichtlich der Thematik erläutert, welche als Basis für die Begriffsdefinition der digitalen Ermüdung dienen.

2.2.1 Begriffsdefinition menschliches Wohlbefinden und Stress

Die Wahl des menschlichen Wohlbefindens als Messkriterium, wie sich die Digitalisierung auf den Menschen auswirkt, bedingt für den weiteren Verlauf der Arbeit eine Definition des Begriffes. Marderthaler (1998, S. 484) verwendet in seiner Forschung den Ausdruck menschliches Wohlbefinden als Oberbegriff für positive Befindlichkeiten, wie Glück, Freude und Zufriedenheit. Zudem verweist er auf die vielfältige Interpretation und Anwendung des Begriffes in der Empirie. Veenhoven (2011, S. 396) thematisiert die Verwendung des Begriffes als Synonym für Glück oder Lebensqualität. Er beschreibt den Begriff Glück, als die subjektive Wertschätzung eines Zustandes und definiert den Begriff wie folgt: *«Glück ist das Maß oder der Grad, in dem ein Mensch mit der Qualität seines eigenen Lebens insgesamt zufrieden ist. Anders ausgedrückt bezeichnet Glück das Maß, in dem man das eigene Leben mag»*. Csikszentmihalyi (2014, S. 71) sieht aufgrund der vielfältigen Attribute, welche das subjektive Wohlbefinden beinhaltet, Glück als treffendstes Definitionsargument. Basierend auf der vorgehenden Literaturdiskussion werden die Begriffe Wohlbefinden und Glück für den weiteren Verlauf der Arbeit als Synonyme betrachtet und zum Verständnis die Definition von Veenhoven (2011, S. 396) verwendet.

Dieselbe Herausforderung besteht für die Definierung des Begriffes Stress, welcher aufgrund seiner Relevanz für Gesellschaft, Literatur und Forschung aus verschiedenen Perspektiven betrachtet und in verschiedensten Kontexten spezifisch verwendet wird. Cohen, Kessler und Underwood Gordon (1997, S. 3) nehmen sich dieser Problematik an und definieren Stress als Oberbegriff folgendermassen: *«Stress is a process, in which environmental demands tax or exceed the adaptive capacity of an organism, resulting in psychological changes that may place person at risk for disease»*. Für diese Arbeit ist die Betonung auf die Überbeanspruchung der menschlichen Kapazität von Bedeutung. Diese wird zu einem späteren Zeitpunkt konkret thematisiert. Der Begriff Stress wird nachfolgend als direkter Gegenpol zum Begriff Wohlbefinden verstanden.

2.2.2 Die Gegensätze von Flow-Theorie und Multitasking

Das Konzept der Flow-Theorie des amerikanischen Psychologen Csikszentmihaly, hat ihren Ursprung im Phänomen der intrinsischen Motivation, welche den Zusammenhang zwischen einer Aktivität oder Anstrengung und der daraus erzeugten inneren Befriedigung erklärt (Nakamura & Csikszentmihaly, 2014, S. 240).

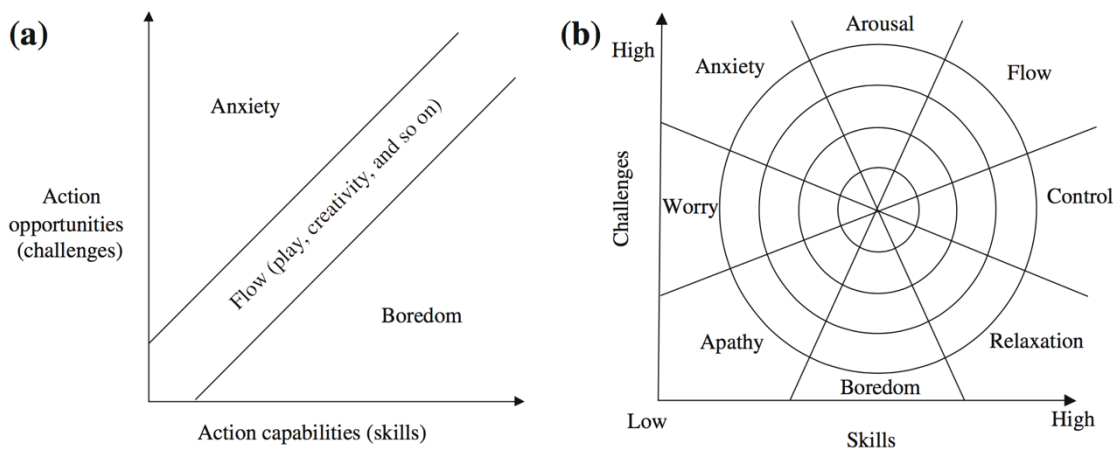


Abbildung 3: Modelle der Flow-Theorie (Nakamura & Csikszentmihaly, 2014, S. 248)

Csikszentmihaly, Nakamura und Abuhamdeh (2014, S. 230-234) beschreiben den Flow als einen subjektiven Zustand, in welchem sich die betroffene Person komplett auf eine Tätigkeit oder Aufgabe fokussieren kann und dadurch ihre höchste Leistungsfähigkeit respektive Produktivität erlangt. Wird dieser Zustand erreicht, werden alle Einflüsse und Wahrnehmungen, welche nicht direkt mit der aktuellen Aufgabe oder dem Ziel verbunden sind absorbiert. In diesem Zustand fehlt der Person die Fähigkeit zur Wahrnehmung von Zeit, Müdigkeit und persönlicher Anstrengung.

Um den Flow-Zustand erreichen zu können, müssen im voraus definierte Ziele existieren und eine übereinstimmende Wahrnehmung zwischen eigenen Fähigkeiten und der Schwierigkeit der bestehenden Ziele bestehen. Sollten sich die gesetzten Ziele und die persönlichen Fähigkeiten nicht im Gleichgewicht befinden, ist die Person entweder unter- oder überfordert (Modell (a)). Dies äussert sich in ängstlichem oder gelangweilten Verhalten. Aufgrund neuer Forschungsergebnissen bestand die Notwendigkeit das Flow-Konzept zu verfeinern. Diese implizieren, dass der Flow-Zustand nicht im Gleichgewicht erreicht wird, sondern wenn der Grad der Herausforderung und die persönlichen Fähigkeiten über dem persönlichen Durchschnitt wahrgenommen werden. Die Intensität des Flow-Zustandes intensiviert sich mit zunehmender Entfernung vom Mittelpunkt (Modell (b)) (Nakamura & Csikszentmihaly, 2014, S. 248). Die durch den Flow-Zustand erzeugte intrinsische Befriedigung, welche das Resultat einer überdurchschnittliche erreichten Leistung darstellt, löst ein Verlangen nach Wiederholung des Zustandes aus. Mit zuneh-

mender Wiederholung verbessern sich die Fähigkeiten der Person, so dass die Herausforderungen erhöht werden müssen, um die gleiche Intensität des Flow-Zustandes zu erreichen (Nakamura & Csikszentmihaly, 2014, S. 244).

Als Gegensatz zur Flow-Theorie beschreibt der Begriff Multitasking, die simultane Bearbeitung mehrerer Aufgaben. Der Begriff stammt ursprünglich aus dem Gebiet der Informatik und bezieht sich auf die Fähigkeit von Prozessoren, verschiedene Aufgaben simultan ausführen zu können (Baethge & Rigotti, 2010, S. 26). Wird der Begriff auf die Arbeitsweise von Personen angewandt, so definieren Law, Logie, Pearson et al. (2004, S.2) den Begriff folgendermassen: «*The term Multitasking can be used to apply to a situation where a person is engaged in multiple discrete tasks within a limited time frame but must switch back and forth between them rather than a situation where he or she is attempting multiple tasks simultaneously*». Baethge & Rigotti (2010) weisen darauf hin, dass der Begriff im alltäglichen Gebrauch falsch angewendet wird, da eine simultane Ausführung von verschiedenen Aufgaben aufgrund kognitiver Limitationen nur unter bestimmten Umständen möglich ist (S.26). Sie beschränken die allfällige simultane Ausführung von verschiedenen Aufgaben auf motorische und gut automatisierte Abläufe (S. 32). Tätigkeiten die diese Charakteristik nicht erfüllen, können gemäss der Definition nur ausgeführt werden, wenn die vorgehende Aktivität unterbrochen wird.

Über die Beweggründe zur Anwendung von Multitasking divergieren die Meinungen. So sieht Sullivan (2008, S. 8) Multitasking als eine mögliche Herangehensweise, um der Herausforderung von vielen Verpflichtungen zu begegnen. Ruskanen (2004, S. 51-52) fasst Multitasking als eine natürliche Reaktion auf die subjektive Wahrnehmung von Zeitdruck zusammen, verweist aber auf die unterschiedliche Anwendungshäufigkeit im Bezug auf die Wahrnehmung von Zeitdruck. Er argumentiert, dass Multitasking häufiger eingesetzt wird, wenn Zeitdruck als ein allgemeiner und langanhaltender Zustand wahrgenommen wird. Kenyon (2008, S. 310) beschreibt Multitasking als Teil der modernen Gesellschaft. Sie verweist auf die positive Wahrnehmung des Begriffs in ihrer Studie, welche die Anwendung von Multitasking im Internet untersuchte. Die Resultate belegen, dass Multitasking nicht als Notwendigkeit gesehen wird, sondern vielmehr als Chance, das Leben zu vereinfachen, Arbeit und Freizeit zu verbinden und zu kombinieren, sowie die persönlichen Verpflichtungen besser kontrollieren zu können. Kenyon nennt zusätz-

lich einen Aspekt für die verbreitete Präferenz von Multitasking mit Hilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien [IKT], da dies Nutzern ermöglicht, unabhängig von Ort und Zeit ihre Aktivitäten auszuüben. Trotz unterschiedlicher Argumentation bezüglich der Anwendung von Multitasking enthalten alle Aussagen das Motiv der Effizienzsteigerung, sowie der Gewährleistung der Kontrolle über persönliche Verpflichtungen.

2.2.3 Negativen Auswirkungen von Multitasking und Information-Overload

Beim Vergleich der beiden vorgehend beschriebenen Konzepte werden die unterschiedliche Ansätze bezüglich Produktivität und Leistungsfähigkeit ersichtlich. Während das Konzept der Flow-Theorie die Fokussierung auf eine Tätigkeit beinhaltet, setzt Multitasking für eine Effizienzsteigerung die quasi simultane Ausführung voraus. Dies impliziert, dass eine Person, welche Multitasking betreibt, sich automatisch mehreren externen Einflüssen aussetzt. Wird der Megatrend Digitalisierung berücksichtigt, können dies aufgrund der Eigenschaft von IKT theoretisch eine unbeschränkte Menge an Informationen und Einflüssen sein.

Himma (2007, S. 296) beschreibt die Gegenüberstellung von unlimitierten Menge an Informationen und der beschränkten menschlichen Aufnahmefähigkeit als die Grundproblematik des Information-Overload. Misra und Stokols (2012) definieren den Begriff als das Gefühl von Überlastung der kognitiven Fähigkeiten, welches aufgrund einer zu starken Stimulierung durch digitale Kommunikations- und Informationsinputs ausgelöst wird. Dabei charakterisieren sie die digitalen Inputs als technologiebasierte Anwendungen wie Computer, Smartphones, Internet, digitale Plattformen und Informationsquellen (S. 739-740). Mit ihrer Untersuchung zur Thematik von Information-Overload konnten sie belegen, dass die kognitive Überlastung aufgrund von digitalen Kommunikations- und Informationsinputs zu einer erhöhten Stresswahrnehmung führt. Zudem konnten sie nachweisen, dass sich der Information-Overload negativ auf den allgemeinen Gesundheitszustand von betroffenen Personen auswirkt (S. 752).

Reinecke et al. (2016, S. 12-16) untersuchten in einer vergleichbaren Studie die Auswirkungen von Internet-Multitasking auf die subjektive Stresswahrnehmung. Sie definieren den Begriff Internet-Multitasking als die simultane Nutzung verschiedener internetbasierter Anwendungen und digitaler Kommunikationskanäle, sowie die Nutzung von Internet

während Gesprächen, Verpflegung oder Ausführung von Freizeitaktivitäten mit real anwesenden Personen.

Dabei konnten sie nachweisen, dass sich die Ausprägung der subjektiven Stresswahrnehmung in den verschiedenen Altersgruppen unterscheidet. Das subjektive Stressempfinden aufgrund von Internet-Multitasking ist in den Altersgruppen 14 bis 30 Jahre und 35 bis 49 Jahre signifikant, während Personen zwischen 50 und 85 Jahren davon nicht betroffen sind. Weiter konnte sie den sozialen Druck der ständigen Erreichbarkeit, sowie die Angst relevante Informationen und Geschehnisse zu verpassen, als Gründe für die Anwendung von Internet-Multitasking bestätigen. Die beiden Faktoren wirken insbesondere bei der jüngsten Altersgruppe und stellen eine signifikante Einflussgrösse dar, welche sich positiv auf die Menge an konsumierten Informationen auswirkt. Zudem konnte der subjektiv erlebte Stress aufgrund von Internet-Multitasking bei den Altersgruppen 14 bis 30 Jahre und 35 bis 49 Jahre mit Angststörungen, Depression und Burnout in Verbindung gebracht werden.

Die Resultate zeigen, dass die Generation Y, welche je nach länderspezifischer Definition, die Jahrgänge zwischen 1980 bis 2000 erfasst (GenerationY.com, 2015), von den Auswirkungen betroffen ist. Eine mögliche Erklärung für dieses Phänomen ist der Umgang mit der Digitalisierung. Die Generation Y, vielfach auch als Digital Natives bezeichnet, ist mit der Digitalisierung aufgewachsen. Somit ist für sie das Leben in einer digitalen Welt natürlich, da sie im Vergleich zu den vorherigen Generationen keinen anderen Lebensraum kennen (Palfrey & Gasser, 2008, S. 4-5). Dies impliziert aber auch, dass sie aufgrund einer engeren Verbundenheit mit Digitalisierung auch stärker von den negativen Auswirkungen bezüglich den vorgehend diskutierten gesundheitlichen Risiken betroffen ist.

2.2.4 Begriffsdefinition Digitale Ermüdung

Das Wortkonstrukt digitale Ermüdung als solches existiert in der Literatur nicht. Aufgrund dessen besteht die Notwendigkeit einer Herleitung des Begriffes, basierend auf den Konzepten von Information-Overload und Multitasking. Zimpel (2009, S. 188) definiert die Überstimulierung des menschlichen Nervensystems als Reizüberflutung. Er verweist mit der Autismus Forschung auf die ursprüngliche Herkunft des Begriffes, sieht die Reizüberflutung aber auch als ein allgemein menschliches Problem. Betroffene Personen leiden unter schneller Ermüdung, Konzentrationsstörungen, Gereiztheit und Aggressivität. Diese Definition lässt sich mit dem Konzept von Information-Overload vergleichen, da sie mit der Überbeanspruchung der kognitiven Fähigkeiten respektive des menschlichen Nervensystems, die gleiche Ursache aufweist. Demnach kann digitale Ermüdung wie folgt definiert werden:

Digitale Ermüdung ist die Folge einer Überlastung der menschlichen Kognition mit digitalen Informationen und Eindrücken, welche aufgrund ihrer Menge das menschliche Nervensystem überfluten, bei betroffenen Personen Symptome wie Stress, schnelle Ermüdung, Konzentrationsstörungen und Gereiztheit auslösen und sich so negativ auf das menschliche Wohlbefinden auswirkt.

Wer von der digitalen Ermüdung betroffen ist

Als Treiber der digitalen Ermüdung identifiziert die Medienpsychologin S. Gönner (Interview per Fragebogen, 31. März 2016) die omnipräsenten technischen Möglichkeiten mit multifunktionalen digitalen Geräten Kontakte zu pflegen und Informationen zu beziehen. Bezüglich der Anfälligkeit hinsichtlich digitaler Ermüdung sieht sie mehrere Faktoren als ausschlaggebend. Sie verweist dabei auf die Persönlichkeitsstruktur, die persönliche Motivation sowie die eigene Impulskontrolle, welche schlussendlich über den Erfolg von Abgrenzungsstrategien bezüglich digitaler Kanäle entscheiden. Als einen externen Faktor nennt sie zusätzlich die berufliche Tätigkeit, welche je nach Funktion unterschiedlich zur digitalen Ermüdung beitragen kann.

2.3 Die Entschleunigung und Alternativen zur Digitalisierung

In diesem Kapitel werden drei unterschiedliche Konzepte bezüglich dem Umgang mit der Digitalisierung beschrieben, mit dem Ziel die unterschiedlichen Bedürfnisse und Gründe für eine Ablehnung der Digitalisierung aufzuzeigen.

2.3.1 Gegenkultur der Digitalisierung: Die Offliner

Als Kontrastpunkt zum fortschreitenden Megatrend Digitalisierung beschreibt Cachelin (2015b) die Gegenkultur der Offliner und charakterisiert sechzehn verschiedene Personengruppen und deren Eigenschaften, Beweggründe und Ideologien respektive Ziele, die eine Teilnahme an der Digitalisierung zumindest teilweise nicht zulassen. Nachfolgend werden die drei für die Thematik relevanten Personengruppen beschrieben.

Für die Zugehörigkeit zu dieser Gegenbewegung muss nicht zwingend eine bewusste Entscheidung vorhergehen. So können finanzielle Ressourcen oder demographische Eigenschaften, wie Alter, Herkunft, spezifisches Wissen, finanzielle Ressourcen und Bildungsstand Gründe sein, welche eine aktive Teilnahme an der Digitalisierung respektive den Zugang zum Netzwerk verunmöglichen (Helsper, 2008, S. 12). Diese von Cachelin (2015b, S. 28) als Nonliner beschriebene Personengruppe ist unterprivilegiert und weiß im Vergleich zu den anderen keine ideologischen Hintergründe auf. Die Entschleuniger hingegen kritisieren die Ökonomisierung der Zeit und sehen die Digitalisierung und das Internet als primären Treiber der Beschleunigung der Gesellschaft, welches eine Verdichtung der Aktivitäten auf den gleichen Zeitraum bedeutet. Die Romantiker wünschen sich die Rückbesinnung auf reale Momente, etablierte Strukturen und traditionelle Werte. Zusätzlich zweifeln sie zumindest teilweise am Nutzen des technischen Fortschrittes und befürworten die klare Trennung von analog und digital (Cachelin, 2015b, S. 29-30).

Die Erläuterungen zeigen, dass die Gegenkultur der Offliner in sich heterogen ist. Dies verdeutlicht sich in den divergenten Ansichten und Beweggründen der einzelnen Personengruppen, sich gegen die Digitalisierung zu stellen. In einem Punkt sind sie nach Cachelin (2015b, S. 57-59) dennoch vereint. Gemäss ihm fordern die Offliner nicht primär eine Entkoppelung vom Internet, sondern viel mehr eine Mitgestaltungsmöglichkeit der digitalen Zukunft. Diese beinhaltet unter anderem reziproke Transparenz, welche ein ausgeglichenes Machtgefüge aller Akteure im digitalen Raum vorsieht und somit keine Monopolstellung und Ausbeutung einzelner Gesellschaftsschichten aufgrund unterschiedlichen Ausgangslagen und Ressourcenverfügbarkeit zulässt. Weiter soll die Entscheidungsfreiheit gewährleistet sein, in welcher Form und Intensität eine Person an der digitalen Kultur teilhaben will, ohne dabei wirtschaftlich und sozial benachteiligt zu werden.

Mit dieser digitalen Diversität soll ein entschleunigtes Leben neben und mit der Digitalisierung ermöglicht werden.

2.3.2 Die Be- und Entschleunigung als Konzept von Hartmuth Rosa

Das Konzept der Entschleunigung gilt es als Reaktion beziehungsweise als Antwort auf eine zunehmend beschleunigte Gesellschaft zu begreifen. Aus diesem Grund ist für ein tieferes Verständnis die Aufarbeitung der Beschleunigung als Begriff in einem soziologischen Kontext notwendig, um die Entschleunigung als Reaktion erfassen zu können.

Beschleunigung

Rosa (2013, S. 20) unterteilt den Begriff Beschleunigung in drei verschiedene Sphären: *1. Technische Beschleunigung 2. Beschleunigung des sozialen Wandels 3. Die Beschleunigung des Lebenstempos.*

Die *technische Beschleunigung* beinhaltet die Steigerung der Geschwindigkeit von Transport-, Kommunikations- und Produktionsprozessen (Rosa, 2013, S. 20). Somit gehören technische Errungenschaften in diese Kategorie, welche als Basis für die Entstehung von Megatrends, wie Globalisierung, Urbanisierung, Digitalisierung und Konnektivität (Zukunftsinstitut GmbH, 2015), dienen. Dies wirkt sich signifikant auf die soziale Realität aus, welche die Wahrnehmung und Organisation von Raum und Zeit im sozialen Leben verändert und äussert sich in der Verfügbarkeit von Informationen und Dienstleistungen, welche nicht mehr an einen physischen Ort gebunden sind (Rosa, 2013, S. 21).

Im Unterschied zur *technischen Beschleunigung*, welche die Geschwindigkeit von Prozessen einer Gesellschaft erhöht, beschleunigt sich in der zweiten Sphäre die Gesellschaft selber. So stellen Werte, Lebensstile, Einstellungen und Milieus keine stabilen sozialen Aggregate mehr dar, sondern sie unterliegen einer immer kürzer werdenden Lebensdauer. Die Beschleunigung des sozialen Wandels nimmt damit stetig zu (Rosa, 2013, S. 22). Hermann Lübke (1998, S. 268) entwickelte den Begriff Gegenwartsschrumpfung als Folge der Beschleunigung von kulturellen und gesellschaftlichen Innovationsraten, mit der Folge, dass der aktuelle Ist-Zustand einer akzellerierten Veränderung ausgesetzt ist und so schneller der Vergangenheit angehört. Für eine Gesellschaft bedeutet dies, dass erlebte Erfahrungen sich immer weniger als Basis für die Einschätzung zukünftiger Ereignisse eignen und dadurch Wert verlieren (Rosa, 2013, S. 22).

Die von Rosa (2013, S. 26) als dritte Sphäre definierte *Beschleunigung des Lebenstempos* beinhaltet, das Phänomen der wahrgenommenen Zeitknappheit, welche sich im Laufe der Modernisierung in der westlichen Welt akzentuiert. Er definiert dies als die Steigerung der Zahl an Handlungs- oder Erlebnisepisoden pro Zeiteinheit, welche empirisch nachgewiesen ist und sich unter anderem im abnehmenden Zeitaufwand für Verpflegung (Robinson & Godbey, 1999, S. 55) und in der reduzierten Schlafdauer (Tinguely, Landolt & Cajochen, 2014, S. 637) äussert. Als Ursprung der sozialen Beschleunigung beziehungsweise dem Phänomen der wahrgenommenen Zeitknappheit, sieht Rosa (2013, S. 34-35) den Wettbewerb, welcher angetrieben von den Prinzipien des kapitalistischen Marktsystems, eine stetige Profitmaximierung und Effizienzsteigerung fordert.

Entschleunigung

Als Kontrast zur Beschleunigung verwendet Rosa (2013, S. 44) den Begriff Entschleunigung für die Verlangsamung der vorgehend beschriebenen Vorgänge beziehungsweise die Eingrenzung der zunehmenden Beschleunigung. Er unterteilt den Begriff in vier Untergruppen. Diese unterscheiden sich durch ihre Eigenschaften im Umgang mit der Beschleunigung.

1. So sieht er *natürliche Geschwindigkeitsgrenzen*, welche den Prozess der Beschleunigung verunmöglichen oder zumindest aufgrund ihrer Eigenschaften verzögern. In diese Kategorie fallen unter anderem physische Prozesse, die natürliche Reproduktion natürlicher Ressourcen, sowie der Zyklus der Jahreszeiten (Rosa, 2013, S. 47).
2. Anders als die natürlichen Geschwindigkeitsgrenzen, welche durch ihre Eigenschaften zur Entschleunigung beitragen, entziehen sich *Entschleunigungsaspen*, als soziale und kulturelle Nischen, dem Modernisierungsprozess. Rosa (2013, S. 48) verweist dabei unter anderem auf die kommerzielle Nutzung der Entschleunigung als Nutzenversprechen für Konsumgüter, deren Erfolg auf Beständigkeit und Stabilität basiert. Pietzcker (2014, S. 213) nennt in diesem Zusammenhang als entschleunigende Zonen den Gastromietrend der Slowfood-Bewegung, welcher die bewusste und nachhaltige Ernährung beinhaltet. Er sieht den Grund für den Erfolg und Erhalt solcher entschleunigten Zonen respektive Produkte in der authentischen und ganzheitlichen Befriedigung von psychologischen, emotionalen und körperlichen Bedürfnissen. Gleichzeitig verweist

er auf damit auf die Schwäche der Digitalisierung, welche diese ganzheitliche Bedürfnisbefriedigung nur unzureichend erfüllen kann.

3. Die *Entschleunigung als dysfunktionale Nebenfolge* ist das Resultat der Beschleunigung und von Dynamisierungsprozessen, welche zur Überlastung eines Systems führt und sich in der automatischen Verlangsamung zeigt (Rosa, 2013, S. 49). Als Beispiel dienen die durch den Strukturwandel ausgelösten Veränderungen im Arbeitsmarkt, welche zunehmend höhere Anforderungen in Form von unternehmerähnlichen Eigenschaften, wie Selbstkontrolle und Selbstökonomisierung an die Arbeitnehmer stellen (Voss & Weiss, 2014, S. 34). Die Gefahr der Selbstüberforderung sowie das Stressempfinden steigt, was letztendlich in einer Zunahme von pathologischen Verlangsamungen wie Burnout oder Depressionen resultiert (Rosa, 2013, S. 49).

4. Die *intentionale Entschleunigung* als vierte Untergruppe beinhaltet die absichtliche Abgrenzung zur Beschleunigung. Dabei gilt es zwischen der funktionalen und der ideologischen Entschleunigung zu unterscheiden. Bei Ersterer steht eine temporäre Abkopplung von beschleunigten Systemen im Vordergrund, mit der Absicht, diesen gezielten Rückzug als Erholungsphase zu nutzen, um anschliessend produktiver an den beschleunigten Systemen wieder teilzunehmen (Rosa, 2013, S. 50). Die ideologische Entschleunigung oder auch oppositionelle Entschleunigung genannt, enthält gemäss Rosa (2013, S. 51) oft auch antimoderne Züge und wird von fundamentalistischen Gruppierungen angestrebt. Gleichzeitig mahnt er, die Entschleunigung nicht als rein ideologisches Konstrukt zu erfassen.

2.3.3 Digital Detox

Die englische Wortkombination Digital Detox ist ein Begriff der populärwissenschaftlichen Literatur. Sie lässt sich direkt als digitale Entgiftung respektive als digitaler Entzug übersetzen. «*Digital Detox ist die Bereitschaft, für eine bestimmte Zeit, bewusst die auf Nutzung digitaler Medien zu verzichten. Diesem digitalen Entzug stellen sich Menschen, die durch die hohe Mediennutzung im Alltag, speziell im Berufsalltag eine Reizüberflutung verspüren*» (Bauernhofer, Fink, Papousek, Unterrainer & Weiss, 2016, S. 4). Dies mit der Absicht unter dem Aspekt von Worklife-Balance den Stress zu reduzieren. Dadurch kann wieder vermehrt auf die direkte soziale Interaktion, sowie auf Aktivitäten in der physischen Welt fokussiert werden (Bauernhofer et al., 2016, S. 4). Digital Detox

entwickelte sich zunehmend zu einem Geschäftsmodell. Neben verschiedenen Ratgebern, Veranstaltungen und Seminaren zur Thematik hat auch die Tourismusbranche das Potenzial erkannt und definiert den Begriff Auszeit, mit einem auf diesen Trend angepassten und entschleunigten Leistungsangebot neu (Hahn & Schmidl, 2016, S. 256).

Nachfolgend wird Digital Detox als allgemeiner Begriff verstanden, wie mit den negativen Auswirkungen der Digitalisierung umgegangen werden kann. Dabei wird nicht spezifisch zwischen beruflichen oder privaten Lebenssituationen unterschieden.

2.3.4 Fazit:

Basierend auf den vorgehend beschriebenen Konzepten zeigt sich die Relevanz der Be- und Entschleunigung als Konzept hinsichtlich der Thematik der digitalen Ermüdung. Insbesondere die durch die Digitalisierung erreichte Beschleunigung des Lebenstempos respektive die Verdichtung der Handlungsepisoden pro Zeiteinheit verweist auf die Problematik von Multitasking. Gleichzeitig werden dadurch die Bedeutung und die Stärken von Entschleunigungsphasen ersichtlich.

Die Entschleunigung an sich verweist einerseits auf die pathologischen Auswirkungen der digitalen Ermüdung, andererseits beinhaltet sie auch Abgrenzungsstrategien und Verhaltensweisen im Umgang mit der Beschleunigung respektive Digitalisierung. So kann Digital Detox als eine Abgrenzungsstrategie charakterisiert werden, welche im Konzept von Rosa als intentionale Entschleunigung beschrieben wird. Begründen lässt sich dieser Vergleich mit der übereinstimmenden Absicht der Erholung, sowie der bewussten Handlung der Abgrenzung.

2.4 Definition und Ausprägung der untersuchten Medien

Zur besseren Verständlichkeit und als Ausgangslage für die empirische Untersuchung werden, basierend auf der bereits vorgenommenen Abgrenzung in der Einleitung (vgl. Abschnitt 1.4), die relevanten Medien beschrieben. Die in der Arbeit berücksichtigten Medien beschränkt sich auf Zeitungen, Zeitschriften und Büchern. Diese werden wie folgt charakterisiert:

Zeitung: Ist ein Medienprodukt aus der Gruppe der Printmedien, welche einen regelmäßigen Erscheinungszyklus und eine darauf abgestimmte Aktualität aufweist. Zeitungen

sind zudem auf die Ansprache einer breiten Öffentlichkeit ausgerichtet. Ein weiteres Merkmal liegt in der Universalität, welches sich in der inhaltlichen Vielfalt und thematischen Offenheit zeigt. Zeitungen lassen sich unter anderem nach Periodizität (Tageszeitung, Wochenzeitung und Sonntagszeitung) und regionaler Verbreitung (überregional, regional und lokal) unterscheiden (Gabler Wirtschaftslexikon, 2016a).

Zeitschrift: Ist ein Medienprodukt aus der Gruppe der Printmedien, welches einen regelmässigen Erscheinungszyklus aufweist. Bei Zeitschriften ist das Merkmal der Aktualität respektive der Gegenwartsbezug nicht eine primäre Eigenschaft. Im Vergleich zu Zeitungen ist auch die Universalität, also die inhaltliche Vielfalt und thematische Offenheit kein systematisches Merkmal. Zeitschriften können in drei Kategorien eingeteilt werden: Publikumszeitschriften, Fachzeitschriften und Kundenzeitschriften (Gabler Wirtschaftslexikon, 2016b).

Bücher: Sind gebundene Druckwerke veröffentlichter Texte zu literarischen oder wissenschaftlichen Thematiken (Duden, 2016).

Die vorgehenden Definitionen gilt es für den weiteren Verlauf der Arbeit zusätzlich noch zu verfeinern. Wie die untenstehende Tabelle zeigt, sind die alle drei Medien sowohl in gedruckter als auch in digitaler Form verfügbar. Die verschiedenen Ausprägungen des digitalen Formates werden in dieser Arbeit nicht differenziert betrachtet. Sie werden nur zur Verständlichkeit und Übersicht für die nachfolgende Untersuchung aufgelistet.

Medien-kategorie	Printformat	Ausprägung Digitalformat	Pressemedium
Zeitung	√	E-Paper, Website & App	√
Zeitschriften	√	E-Paper, Website & App	√
Bücher	√	E-Book	X

Tabelle 1: Medienübersicht der Untersuchung

2.5 Die aktuelle Situation der Schweizer Presselandschaft

Nachfolgend wird die Schweizer Presselandschaft kurz beschrieben. Dabei wird auf die allgemeinen Entwicklungen eingegangen. Zur Reduktion der Komplexität und aufgrund der Datenlage, wird für den Beschrieb der aktuellen Situation von Printmedien auf die Presselandschaft fokussiert. Für den weiteren Verlauf der Arbeit ist die Analyse insofern notwendig, da sie als Teilkomponente der Ausgangslage für die empirische Untersuchung dient und die Herausforderungen der Medienhäuser und Presseverlage verdeutlicht.

Wie die Abbildung 3 zeigt, ist in den vergangenen zehn Jahren die Auflage von kostenpflichtigen Zeitungstiteln, nach dem erreichten Höchststand um die Jahrtausendwende, kontinuierlich gesunken. Gleichzeitig illustriert die Grafik eine Tendenz, wonach sich die Anzahl kostenpflichtiger Zeitungstitel stetig reduziert.

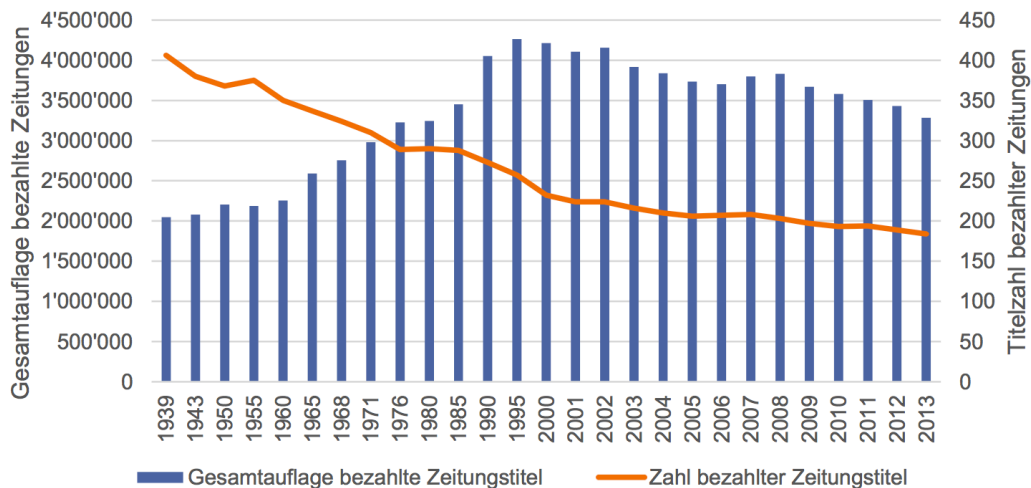


Abbildung 4: Titelzahl und Auflage bezahlter Zeitungen (Studer, Schweizer, Puppis & Künzler, 2014, S. 13)

Ettinger, Gisler und Udris (2014, S. 103-104) identifizieren mit der Digitalisierung und der daraus resultierenden Gratiskultur im Internet, eine Ursache für den Leserschwund bei kostenpflichtigen Printmedien. Zusätzlich verweisen sie auf den Zerfall der Zahlungsbereitschaft, welche durch die Lancierung von Gratiszeitungen im Jahre 1999 ausgelöst wurde. Durch den Zerfall der Zahlungsbereitschaft und der dadurch sinkenden Auflage reduzieren sich neben den Einnahmen aus Verkäufen auch die Einnahmen aus Werbemitteln aufgrund der tieferen Attraktivität als Werbepattform. Ein weiterer von ihnen genannter Aspekt, welcher die Situation von Printmedien verschärft, ist der zunehmende Abfluss von Werbemitteln ins Internet. Printmedienunternehmen versuchen diese Entwicklung durch eine Konvergenzstrategie von Print- und Onlineberichterstattung zu verlangsamen.

Schranz, Gisler und Gedamke (2013, S. 153) beurteilen die Erfolge der Monetisierung des Online-Informationsbereichs kritisch, mit der Begründung, dass die im Online-Bereich erwirtschafteten Werbeinnahmen die Werbeverluste der Printformate nicht kompensieren können. Eine Ursache sehen sie in der steigenden Konkurrenz durch branchenfremde Konzerne, wie Facebook und Google, welche sich ebenfalls im Online-Werbe-markt positionieren. Um die Werbeabhängigkeit des Online-Informationsjournalismus zu verringern, setzen Verlage zunehmend auf Bezahlschranken (Paywalls). So werden ab einer bestimmten Anzahl gelesener Artikel die Inhalte für den Nutzer kostenpflichtig. Die Wirksamkeit dieser Paywalls sowie die Auswirkungen auf das Nutzungsverhalten der Leser ist jedoch noch unklar (Schranz, Gisler & Gedamke, 2013, S. 166).

Die vorgehend beschriebenen Entwicklungen in der Schweizer Presselandschaft verdeutlichen die Herausforderungen der Branche sowie die Schwierigkeiten in der Adaption der Geschäftsmodelle an die Digitalisierung.

3 Empirischer Teil

3.1 Methodik

3.1.1 Untersuchungsdesign

Für die empirische Untersuchung der Fragestellung, wird unter dem Aspekt der Primärforschung, eine neue Datenerhebung durchgeführt. Ausschlaggebendes Argument dafür ist die Möglichkeit zur Erhebung von fragestellungsspezifischen Informationen. Aufgrund der explorativen Charakteristik des Untersuchungsziels, wird als Untersuchungsdesign eine qualitative Forschungsmethodik, in Form von Tiefeninterviews angewendet. Damit steht nicht die quantifizierbare oder repräsentative Aussage im Vordergrund, sondern die Erfassung der Wirkung von Zusammenhängen problemrelevanter Variablen (Kuss, Wildner & Kreis, 2014, S. 14). Somit sind die Resultate von qualitativen Untersuchungen auf die Gewinnung von Ideen und Hypothesen ausgerichtet und tragen aufgrund des interpretativen Ansatzes der qualitativen Methodik zum Verständnis von sozialen Phänomenen und menschlichem Verhalten bei (Kuss et al., 2014, S. 53).

3.1.2 Interview-Leitfaden & Ablauf des Interviews

Um die inhaltliche Bandbreite der Antworten aufgrund von ausgeprägten Interviewstrukturen nicht zu beeinflussen (Kepper, 1996, S. 34) und so die Identifikation von bewussten und verborgenen Motiven, Verhaltensweisen und Einstellungen zu verunmöglichen (Kepper, 1996, S. 47), werden die Tiefeninterviews anhand eines Leitfadens durchgeführt, welcher die Themenschwerpunkte des Interviews beinhaltet. Der Leitfaden beinhaltet die Grobstruktur des Interviews und soll den Gesprächsfluss fördern, sowie Ausuferungen des Tiefeninterviews vermeiden (Kuss et al., 2014, S. 53). Die Themenschwerpunkte, sowie die konkreten Fragestellungen wurden aus der Forschungsfrage respektive der Zielsetzung dieser Arbeit abgeleitet.

Unter der Berücksichtigung, dass es bei dem Inhalt des Interviews um eine persönliche beziehungsweise intime Thematik handelt, wird das Interview auf Empfehlung von Bock (1992, S. 92) nach aufsteigender Brisanz und Intimität der Themenschwerpunkte gegliedert (vgl. Tabelle 1: Aufbau des Interview-Leitfadens). Dies soll es erleichtern, eine Vertrauensbasis zu schaffen und den Probanden zu einer offenen und ehrlichen Beantwortung

der Fragen zu bewegen. Zur Überprüfung des Interviewleitfadens und der Verständlichkeit der Fragestellungen, Einführungen und Hilfestellungen wird ein Pretesting durchgeführt. Dabei wird der Fragebogen respektive Interview-Leitfaden unter möglichst untersuchungssituationsnahen Bedingungen getestet (Kuss et al., 2014, S. 119-120). Hierfür wurde ein Probeinterview durchgeführt, welches in der Datenerhebung nicht berücksichtigt wird.

Aufbau des Interview Leitfadens

Themenschwerpunkte	Inhaltspunkte	Spezifikation/Hilfestellung
1. Einleitung	<ul style="list-style-type: none"> • Rahmen der Forschung • Thematik • Allgemeine Hinweise • Datenschutz 	<ul style="list-style-type: none"> • Einleitung durch Interview-Leiter
2. Persönliche Angaben	<ul style="list-style-type: none"> • Beruf/Ausbildung • Interessen • Charakter • Einstellung und Werte 	<ul style="list-style-type: none"> • Fokussierung auf psychologische Aspekte zur Interpretation
3. Persönliche Mediennutzung	<ul style="list-style-type: none"> • Medienformate • Motive & Ziele • Konsumbewusstsein 	<ul style="list-style-type: none"> • Wissensfrage zum Einstieg und Auflockerung • Beschrieb anhand eines normalen Tagesablauf
4. Printmedien	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung • Einstellung • Positive & negative Eigenschaften • Leseerlebnis 	<ul style="list-style-type: none"> • Mündliche Einführung durch Interview-Leiter. • Definition von Printmedien durch Interview-Leiter vorgegeben
5. Digitalisierung	<ul style="list-style-type: none"> • Wahrnehmung der Digitalisierung • Negative Erfahrungen • Abgrenzungsstrategien • Negative Auswirkungen auf Wohlbefinden 	<ul style="list-style-type: none"> • Mündliche Einführung durch Interview-Leiter: Definition von Digitalisierung • Beschrieb von negativen Erfahrungen: Privat/Beruf

6. Abschluss	<ul style="list-style-type: none"> • Freier Input durch Proband 	<ul style="list-style-type: none"> • Thematisierung zusätzlicher nicht diskutierter Aspekte durch Probanden
--------------	--	--

Tabelle 2: Aufbau des Interview-Leitfadens

In der Einleitung werden die Probanden in das Interviewsetting eingeführt. Dabei wird den Probanden der Forschungsrahmen, sowie die Erwartungen an ihren Beitrag aufgezeigt und auf die Datenschutzbestimmungen hingewiesen. Anschliessend stellen sich die Probanden kurz vor, um eine Interpretationsbasis für die nachfolgenden Erläuterungen zu schaffen. Als Einstieg in das eigentliche Tiefeninterview wird den Probanden eine Wissensfrage gestellt, bei der sie verschiedene Medien aufzählen müssen. Dies dient einerseits zur Auflockerung, andererseits kann so sichergestellt werden, dass sie für die nachfolgenden Schwerpunkte alle Medienformate berücksichtigen. Anschliessend erläutern die Probanden ihre alltägliche persönliche Mediennutzung, dabei stehen Verhaltensweisen, die Anwendungsziele der einzelnen Medienformate sowie das Konsumbewusstsein im Vordergrund.

Im Schwerpunkt Printmedien wird spezifisch die Einstellung und die Nutzung von Printmedien thematisiert. Dabei steht die spezifische Nutzenstiftung von Printmedien sowie die positiven und negativen Formateigenschaften im Vordergrund. Weitere Aspekte in diesem Abschnitt sind der Vergleich des Leseerlebnisses zwischen digitalen Medien und Printmedien, sowie die situationsbedingte Anwendung von Printmedien.

Um Unklarheiten im Schwerpunkt Digitalisierung zu vermeiden, wird den Probanden eine mündliche Definition des Begriffes als Hilfestellung gegeben. Anschliessend werden sie zu ihrer persönlichen Wahrnehmung bezüglich Digitalisierung sowie den wahrgenommenen positiven und negativen Aspekten befragt. Zentraler Inhaltspunkt, welcher auf die digitale Ergründung abzielt, ist die Erläuterung von negativen Erfahrungen mit der Digitalisierung im Beruf- und Privatleben. Danach wird spezifisch auf die Reaktionen und Verhaltensmustern eingegangen, welche die Probanden in solchen Situationen anwenden. Abgeschlossen wird dieser Schwerpunkt durch eine persönliche Einschätzung bezüglich der digitalen Mediennutzung und ob diese negative Auswirkungen auf das eigene Wohlbefinden hat. Zum Schluss wird den Probanden die Möglichkeit gegeben, nicht angesprochene Punkte zu thematisieren.

3.1.3 Kriterien der Probandenauswahl

Als übergeordnetes Kriterium dient die Beschränkung der Probanden auf die Generation Y. Dieses Kriterium wurde weiter auf die Jahrgänge 1988-1992 eingeschränkt. Die Begründung für diese Massnahme liegt in der grossen Spannweite der Generation und der damit unterschiedlich starken Prägung der einzelnen Jahrgänge durch die Digitalisierung. Mit der Fokussierung auf die mittleren Jahrgänge wird versucht, diese Verzerrung auszugleichen. Um eine einseitige Ausprägung der Stichprobe bezüglich Bildungsstand und Digitalisierungsexposition aufgrund der beruflichen Tätigkeit zu verhindern, werden gleichviele Probanden mit akademischem Abschluss und regulärer Berufsausbildung befragt. Gleiches gilt für die Verteilung bezüglich der Geschlechter.

3.1.4 Analyseverfahren

Die Auswertung der durchgeführten Tiefeninterviews wird auf der theoretischen Grundlage zur qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015, S. 69-72) vorgenommen. Dabei wird die Technik der Zusammenfassung sowie die induktive Kategorienbildung angewendet. Das bereits transkribierte Material der Tiefeninterviews wird über mehrere Etappen abstrahiert, transformiert und so zusammengefasst. Nachfolgend werden die vier Schritte des Verfahrens kurz erläutert:

- *Paraphrasierung*: Inhaltstragende Textbestandteile der Tiefeninterviews werden auf eine einheitliche Sprachebene übersetzt. Nicht relevante Textbestandteile, Wiederholungen sowie Betonungen werden gestrichen.
- *Generalisierung*: Zur Generalisierung der Paraphrase wird vorgehend ein Abstraktionsniveau definiert. Paraphrasen, die unter dem Abstraktionsniveau liegen, werden zu allgemeinen Aussagen umformuliert. Paraphrasen die über dem Abstraktionsniveau liegen, werden nicht bearbeitet.
- *Erste Reduktion*: Auf dieser Stufe werden die Paraphrasen selektioniert. Aufgrund des Generalisierungsprozess entstandene bedeutungsgleiche Paraphrasen werden anschliessend gestrichen. Die verbleibenden Paraphrasen werden übernommen.
- *Zweite Reduktion*: Im letzten Reduktionsschritt werden sich aufeinander beziehende Paraphrase zu einer Aussage zusammengefasst.

Mayring (2015, S. 71) empfiehlt bei unüberschaubaren Materialmengen das Verfahren zu verkürzen. Aufgrund dieser Empfehlung wird das Verfahren der Inhaltsanalyse angepasst und die Schritte der Generalisierung sowie der ersten Reduktion zusammengefasst und simultan durchgeführt.

3.1.5 Rekrutierung der Probanden und Datenerhebung:

Die Rekrutierung von Probanden mit akademischem Hintergrund erfolgte durch die zufällige Ansprache von Personen im Umfeld der Zürcher Hochschule der Angewandten Wissenschaften und der Universität Zürich. Die Probanden mit regulärer Berufsausbildung wurden aus dem erweiterten beruflichen Umfeld des Autors rekrutiert. Ausschlaggebendes Kriterium für die Auswahl der Probanden war, dass zum Zeitpunkt der Befragung keine direkte Beziehung zwischen Interview-Leiter und Proband bestand. Damit sollte eine Beeinflussung von persönlichen Faktoren auf die Datenerhebung reduziert werden.

Insgesamt wurden in der Datenerhebung sieben Personen befragt. Die Stichprobe besteht aus vier männlichen und drei weiblichen Probanden. Drei Teilnehmer verfügen über einen akademischen Abschluss oder befanden sich zum Zeitpunkt der Befragung noch in der Ausbildung. Vier der Befragten absolvierten eine eidgenössisch anerkannte Beruflehre. Alle Teilnehmer sind in der Zeitspanne zwischen 1988 und 1992 geboren und erfüllen somit das definierte Kriterium der Generation Y.

Die Tiefeninterviews fanden zwischen dem 10. und dem 20. April 2016 statt und wurden als Einzelinterviews durchgeführt. Den Probanden wurden vor der Datenerhebung keine spezifischen Informationen abgegeben und lediglich auf die allgemeine Thematik der Untersuchung verwiesen. Die Interviews dauerten im Durchschnitt 35 Minuten und konnten aufgrund der Zustimmung aller Probanden aufgezeichnet werden. Zur Auflockerung der Atmosphären wurden die Tiefeninterviews in der Du-Form durchgeführt.

Während der Datenerhebung wurden die Formulierungen der Hilfestellungen und sowie der mündlichen Einführungen für eine bessere Verständlichkeit leicht angepasst. Je nach Gesprächsverlauf des Interviews wurden nicht alle Fragen explizit gestellt, wenn sie von den Probanden jeweils direkt beantwortet wurden. Damit wurde der Gesprächsfluss der Probanden so wenig wie möglich unterbrochen. Jedoch wurden einzelne Schwerpunkte mit Zusatzfragen vertieft, um die genannten Aspekte zu spezifizieren. Bei Bedarf wurde

den Probanden Projektionshilfen geboten, um Selbstbelastungen bezüglich negativ assoziierten Verhaltensweisen, Gefühlen und Einstellungen zu vermeiden (Kuss, Wildner & Kreis, 2014, S. 58). Probanden, konnten in dieser Situation auf allgemeine Situationen ausweichen oder Erfahrungen aus ihrem Umfeld erwähnen.

3.2 Ergebnisse der Inhaltsanalyse

Die aus der Inhaltsanalyse erhaltenden Ergebnisse werden entweder nach induktiver Kategorienbildung oder nach den Themenschwerpunkten des Interviewleitfadens gegliedert. Argument für diese Aufteilung ist die Struktur der Resultate, welche eine reine induktive Kategorienbildung oder eine reine Gliederung nach Themenschwerpunkten nicht zulassen. Bei einzelnen Kapiteln wird zudem spezifisch auf einzelne Medienformate fokussiert. Es wird zu Beginn der entsprechenden Abschnitte darauf hingewiesen. Die durch die Inhaltsanalyse herausgearbeiteten Paraphrasen, werden mit direkten Zitaten der Probanden ergänzt. Damit sollen die Verständlichkeit sowie die Präzision der Erkenntnisse erhöht werden.

3.2.1 Medienkonsum der Probanden

Die Tiefeninterviews zeigen unterschiedliche Anwendungsstrategien bezüglich der verschiedenen Medien und deren Motive. Eine erste Ausprägung zeigt sich in der Anwendung von Medien am Morgen zwischen Erwachen und Arbeitsweg. Zu diesem Zeitpunkt besteht der Zweck der Mediennutzung in der mentalen Vorbereitung auf den Tag. «Ich brauche diese Berieselung des Radios, um nicht wieder einzuschlafen und um richtig wach zu werden», (weiblich, 24 Jahre). Ein weiterer genannter Aspekt ist der bewusste Verzicht auf die Nutzung von Medien oder eine konkrete Beschäftigung, welche eine höhere Priorität als das Konsumbedürfnis von Medieninhalten aufweist. «Kurz nach dem Aufstehen nutze ich keine Medien, ich trinke zuerst mal einen Kaffee und kümmere mich um meinen Sohn», (weiblich, 26 Jahre).

Auf dem Arbeitsweg mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gaben alle Probanden an, Medien zu verwenden. Dieses Zeitfenster wird genutzt, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren oder sich mit Medien zu unterhalten. «Eigentlich immer, wenn ich mit den öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs bin, ist entweder 20 Minuten im Printformat, Facebook oder Instagram meine Beschäftigung», (weiblich, 24 Jahre). Als Motiv für

diese Handlung werden die Überbrückung der Reisedauer sowie die Möglichkeit zur produktiven Nutzung der Situation genannt. «Natürlich ist es auch Information, aber ich informiere mich eigentlich nur, wenn ich Zeit überbrücken muss», (weiblich, 24 Jahre).

Ansonsten wurden Information und Unterhaltung als die beiden Hauptmotive für die Nutzung von Medien genannt. Als Informationsquelle nutzen die Probanden digitale Plattformen wie die News Portale von Tageszeitungen, Wikipedia oder Google. Zur Unterhaltung nutzen die Probanden soziale Plattformen wie Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube oder analoge Medien wie Bücher und Zeitschriften. Probanden nannten den Fernseher, Internet, Zeitschriften und Bücher als Medien, die sie nach Feierabend konsumieren. Dabei steht neben der Information insbesondere die Unterhaltung im Vordergrund.

3.2.2 Emotionale Bindung: Umgang mit Büchern und Zeitschriften

Die nachfolgenden Beispiele und Erklärungen beziehen sich ausschliesslich auf die Printformate Bücher und Zeitschriften.

Der Umgang mit Printmedien ist allen Probanden im Allgemeinen sehr vertraut. Als Grund dafür wird die Verwendung von Büchern im schulischen Alltag, die regelmässige Verwendung von Printmedien in der Kindheit, sowie die aktuelle Nutzung von Printmedien genannt. Dabei beschränkt sich der Nutzen von Printmedien nicht ausschliesslich auf den Inhalt, sondern erweitert sich durch die physische Präsenz. «Es gibt dem Medium mehr wert, weil es fassbar ist», (männlich, 27 Jahre). Ein anderer Proband bemerkt: «Der Übergang zwischen Mensch und dem Digitalen ist weniger fliessend, als bei einem Medium, dass man in der Hand halten kann», (männlich, 25 Jahre). In diesem Kontext wurde auch die Möglichkeit zur Anbringung von Notizen, Bemerkungen, sowie das Markieren von Textstellen erwähnt.

Ein weiterer genannter Aspekt ist die Verbindung von spezifischen Erinnerungen, Situationen oder Gemütszuständen mit gelesenen Printmedien. «Aus diesem Grund behalte ich die Bücher, da sie ein Teil meiner Erinnerung sind», (weiblich, 24 Jahre). In diesem Zusammenhang wurde auch die Möglichkeit erwähnt, Printmedien zu teilen, im persönlichen Umfeld auszuleihen oder als gestalterisches Element in der Wohnung auszulegen. Zusätzliche Aspekte die positiv im Zusammenhang mit der physischen Präsenz genannt

wurden, sind die Wahrnehmung des Designs, des Druckverfahrens sowie die unterschiedlichen Grössenformate und Papierqualitäten. «Es hat einfach seinen Reiz, Hochglanzzeitschriften im Printformat zu lesen, auch wenn es als E-Paper einfacher ist», (weiblich, 24 Jahre). Die Probanden berichten von einem sorgfältigen und bewussten Umgang mit Printmedien. Genannte Gründe dafür sind die aufgewendete Zeit für das Lesen eines Printmediums, das Aufteilen des Mediums in verschiedene Leseinheiten, die längere Aktualitätsspanne von Büchern und Zeitschriften im Vergleich zu Zeitungen und digitalen Medien sowie der klar definierte Akt des Lesens eines Printmediums.

3.2.3 Konsumbewusstsein und Handlungsabläufe

In diesem Abschnitt werden Ergebnisse der Tiefeninterviews bezüglich Konsumbewusstsein von Medieninhalten beschrieben. Diese Kategorie beinhaltet zudem auch die dazugehörigen Abläufe der Mediennutzung.

Die Probanden sehen bezüglich ihres Konsumbewusstseins von Medieninhalten unterschiedliche Ausprägungen. Probanden, die ein klares Konsumbewusstsein angeben, verweisen auf die Initialhandlung, welche von der Person ausgehen muss. «Ich nutze das News App bewusst oder ich lese bewusst eine Zeitschrift. Für mich sind Start und Ziel der Handlung klar gegeben», (weiblich, 24 Jahre). Ein weiteres in dieser Hinsicht genanntes Argument ist die bewusste Abgrenzung von spezifischen Inhalten aus persönlicher Überzeugung. Ein Proband differenziert zudem das Konsumbewusstsein nach Format: «Wenn ich eine App auf meinem Smartphone nutze, überfliege ich den Inhalt mehr und bin auch weniger konzentriert dabei. Bei Printmedien bin ich viel konzentrierter, da man es physisch vor sich liegen hat und es viel grösser erscheint», (männlich, 27 Jahre).

Als Argument für eine unbewusste Mediennutzung nennen die Probanden die Nutzung von digitalen Inhalten aufgrund der ständigen Verfügbarkeit in Alltagssituationen. «Sei es im Bus, Tram oder sonst in einer freien Minute, man nimmt das Smartphone hervor», (männlich, 27 Jahre). Die Probanden beschreiben diesen Ablauf nicht mehr als bewusste Handlung, sondern sehen darin Automatismen und Routinen, die sich in spezifischen Alltagssituationen entwickelt haben. Ein weiterer genannter Aspekt ist der oberflächliche Umgang mit den konsumierten Inhalten in diesen Alltagssituationen. Die Teilnehmer beziehen sich dabei ausschliesslich auf die Nutzung von Sozialen Medien, digitalen Kommunikationskanälen und digitaler Berichterstattung. Ein Proband beschreibt die digitale

Nutzung von Tageszeitungen folgendermassen: «Ich überfliege nur kurz die Titel und den Newsfeed», (männlich, 24 Jahre). Ein anderer Proband bemerkt: « In diesem Moment konsumiere ich einfach, ich setze mich auch nicht bewusst mit den Inhalten auseinander. Die überflogenen Inhalte merkt man sich auch nicht», (männlich, 24 Jahre). Die Probanden identifizieren die lose Strukturierung von sozialen Medien und sonstigen digitalen Plattformen als Ausgangspunkt für die oberflächliche Mediennutzung respektive als Ursache, welche eine bewusste digitale Mediennutzung erschwert. «Am ehesten verliere ich mich in den sozialen Medien oder im digitalen Raum allgemein, weil es kein klares Ende gibt», (männlich, 25 Jahre). Ein weiterer Punkt ist die unbegrenzte Menge an Inhalten sowie die Verknüpfung der einzelnen Themengebiete, welche gemäss Teilnehmer das Konsumbewusstsein beeinflusst. «Bei digitalen Medien, gerade im Internet, wandert man quer durch alle Inhalte und landet am Schluss irgendwo. Im Internet versumpft man in den Inhalten», (weiblich, 24 Jahre).

3.2.4 Funktion von Zeitungen im Printformat:

Die nachfolgenden Formulierungen beinhalten die Ergebnisse zu Anwendung und Umgang mit kostenpflichtigen Zeitungen im Printformat.

Die Probanden gaben an, Zeitungen weiterhin im Printformat zu verwenden, verweisen aber gleichzeitig auf die zunehmende Seltenheit. «Am liebsten lese ich eine Zeitung im Printformat, aber leider habe ich selten eine zur Hand und ich besitze auch kein Abonnement», (männlich, 27 Jahre). Andere Probanden sehen die Eigenschaft einer Zeitung in Verbindung mit Format Print als Ursache für die abnehmende Verwendung. «Zeitungen beinhalten das Tagesgeschehen, sie sind darum schnell nicht mehr aktuell und werden entsorgt. Aus diesem Grund lese ich Zeitungen bewusst online und im Printformat nur, wenn sie mir zur Verfügung stehen», (weiblich, 24 Jahre). Dazu wird der Preis als zusätzliche Komponente genannt: «Wieso soll ich dafür zahlen, wenn sie auf dem Smartphone gratis ist. Ich persönlich sehe den Vorteil einer Tageszeitung im Printformat hinsichtlich der Digitalisierung nicht», (männlich, 25 Jahre).

Als Kontrast zu den beiden vorgehenden Aussagen, welche die Verfügbarkeit als Hürde für die Verwendung von Printmedien hervorheben, verweisen zwei Probanden, die über ein Abonnement verfügten, auf die schlechte Integration in den Alltag und die tiefe Priorität einer Tageszeitung. «Es war schön am Morgen eine Zeitung im Briefkasten zu haben,

aber ich bin trotzdem immer aus dem Haus, ohne sie mitzunehmen», (männlich, 25 Jahre). Bezüglich der Integration in den Alltag wurde das Grössenformat thematisiert, welches eine Anwendung in beruflichen und privaten Situationen erschwert. «Im Tram kann man aufgrund des Platzes keine Zeitung lesen. Auch im Geschäft auf dem Tresen geht das nicht», (weiblich, 26).

Auf die Frage, unter welchen Umständen sie eine Zeitung im Printformat lesen würden, verwiesen die Teilnehmer mehrheitlich auf das Wochenende oder auf Situationen, in denen die Zeitung frei zugänglich ist, keine weiteren Tätigkeiten anstehen, sowie ein entsprechendes Zeitfenster vorhanden ist. «Wenn ich in einem Café sitze und auf jemanden warten muss, sind Printmedien praktisch», (weiblich, 24 Jahre). Ein weiterer Proband beschreibt die wochenendliche Nutzung von qualitativ hochwertigen Zeitungen als Tradition, welche er mit einem Besuch im Café verbindet. Das Setting respektive die Atmosphäre ist der entscheidende Faktor. «Es ist für mich eine Symbiose aus Entspannung und Information. Man kann sich richtig Zeit lassen, man muss nicht effizient sein», (männlich, 25). Dabei wird auch auf das analoge Leseerlebnis verwiesen, welches von allen Probanden als angenehmer beschrieben wird. «Bei gedruckten Medien ist die Struktur viel klarer und auch der Inhalt ist begrenzt», (weiblich, 24 Jahre).

3.2.5 Wahrnehmung der Digitalisierung

In diesem Abschnitt werden die positiven und negativen Aspekte der Digitalisierung beschrieben, welche von den Probanden genannt wurden.

Berufliche Berührungspunkte mit der Digitalisierung werden von den Probanden ausschliesslich als positiv beschrieben. Die genannten Vorteile beziehen sich auf Kosten, Ressourcen und die Flexibilisierung der Arbeit. «Es wird alles immer mehr in Richtung Digitalisierung gehen, da es weniger Platz braucht und immer verfügbar ist. Dadurch kann ich von überall und jederzeit flexibel arbeiten», (männlich, 27 Jahre). Positive Beispiele aus dem Privatleben betreffen die Kommunikation, Alltagssituationen und genutzte Dienstleistungen. Die Probanden verweisen dabei spezifisch auf die Vernetzung von Personen und die Möglichkeit, durch digitale Kommunikation grosse Distanzen überwinden zu können, sowie auf die Verfüg- und Erreichbarkeit von Informationen. «Sucht man zum Beispiel ein Paar Schuhe, muss man nicht mehr jedes Geschäft abklappern», (weiblich, 26 Jahre).

Als negativ wahrgenommene Aspekte der Digitalisierung nennen die Teilnehmer drei Themenbereiche: Zunehmendes Verschwinden der realen Umwelt, Verlust der Zwischenmenschlichkeit aufgrund der digitalen Kommunikation und die Ständige Erreichbarkeit. «Es gibt halt beide Seiten. Einerseits schätze ich die Vorteile mit allem verbunden zu sein und auf alles zugreifen zu können, andererseits mag ich eine gewisse Ruhe und Unabhängigkeit von den Einflüssen der Digitalisierung», (männlich, 24 Jahre).

3.2.6 Negative Auswirkungen der Digitalisierung auf das Wohlbefinden

Im nachfolgenden Abschnitt werden die von den Probanden genannten Situationen und Erfahrungen beschrieben, in welchen die Digitalisierung negative Auswirkungen auf ihr Wohlbefinden hat. Zudem werden die von ihnen angewandten Abgrenzungsstrategien aufgezeigt.

Die verfügbare Menge an Informationen im digitalen Raum wurde von mehreren Probanden als kritisches Element identifiziert. Neben der schieren Menge verweisen sie auf die Konfrontation mit emotional belastenden Inhalten und die Herausforderung bezüglich der Verifizierung ihrer Integrität. «Wenn man nicht weiss, wie man die relevanten Informationen herausfiltern kann, ist man schnell überfordert. Ich stelle mir auch immer wieder die Frage, wie verlässlich die ganzen Informationen sind», (weiblich, 24 Jahre). Eine weitere Probandin ergänzt: «Ich verspüre recht schnell eine Reizüberflutung durch all die Informationen, die auf mich einwirken. Am meisten stört mich, dass viele Informationen entweder falsch oder schlecht recherchiert sind. Ich fühle mich durch negative Berichterstattungen zu Themen wie dem IS oder der Flüchtlingskrise gestresst oder sie lassen mich nicht mehr los», (weiblich, 26 Jahre).

Eine weitere von den Probanden als negativ identifizierte Auswirkung der Digitalisierung ist die ständige Erreichbarkeit auf den digitalen Kommunikationskanälen sowie die Unterbrechung durch ständig eintreffende Nachrichten. «Weil mein Smartphone Arbeitsgerät und Freizeitbeschäftigung zugleich ist, bin ich dauernd davon abgelenkt. Dadurch hat man nie die Möglichkeit sich davon zu lösen und mal abzuschalten», (männlich, 27 Jahre). Ein weiterer genannter Aspekt bezüglich dieser Thematik, welcher bei den Probanden Stress auslöst, ist die Lesebestätigungsfunktion bei Chat-Funktionen. «Jeder sieht, ob ich die Nachricht schon gelesen habe oder nicht. Man fühlt sich dann automatisch verpflichtet zu antworten», (weiblich, 24 Jahre). Ein anderer Proband ergänzt: «Die

ewige Erreichbarkeit und dass der Mensch immer alles sofort haben muss, ist mir nicht sympathisch. Wir müssen wieder lernen zu warten. Das würde uns guttun», (männlich, 25 Jahre). Bezüglich der negativen Auswirkungen verweist ein Proband auf die Kombination von Menge an digitalen Inhalten und Ermüdungserscheinungen der Augen, was sich auf die Konzentrationsfähigkeit auswirkt und Kopfschmerzen verursacht. Zwei Probanden berichten zudem, dass sie aufgrund der starken Nutzung von digitalen Inhalten am Abend schlechter einschlafen können.

Die Probanden verwenden unterschiedliche Abgrenzungsstrategien, um sich von einer Überlastung durch digitale Inhalte zu schützen. Eine besteht darin, das Smartphone und alle daran geknüpften digitalen Kommunikationskanäle zu ignorieren oder das Gerät auszuschalten. Eine Probandin hinterfragt jedoch die Wirkung dieser Abgrenzungsstrategie. «Wirklich los, kommt man trotzdem nicht, weil ich für wichtige Kontakte trotzdem erreichbar sein will», (weiblich, 24 Jahre). Eine andere Probandin intensiviert die vorher genannte Strategie: «Ich lasse manchmal bewusst mein Smartphone zu Hause, unter dem Vorwand ich hätte es vergessen. So kann ich das Haus verlassen, ohne mich ständig mit dem Smartphone auseinandersetzen zu müssen», (weiblich, 24 Jahre). Weitere genannte Abgrenzungsstrategien sind Sport, das Verbringen von Zeit in der Natur, das Pflegen von Beziehungen in der realen Welt sowie die Nutzung von Printmedien. «Ich nutze fast keine digitalen Inhalte mehr vor dem Schlafen und lese lieber ein Buch, um etwas abschalten zu können», (weiblich, 26 Jahre).

3.2.7 Ideenansätze für Zeitungen im Printformat

Nachfolgend werden Ideen beschrieben, welche von zwei verschiedenen Probanden im Tiefeninterview thematisiert wurden. Dabei handelt es sich um konkrete Vorschläge bezüglich der Gestaltung von Zeitungen im Printformat, mit der Absicht die Positionierung und das Nutzenversprechen von analogen Medien zu verbessern. Die genannten Ideen werden zu einem späteren Zeitpunkt in die Entwicklung von Handlungsempfehlungen einfließen.

1. Ein Proband sieht eine Chance in der interaktiveren Gestaltung des Konsumerlebnisses. «Man muss aus dem Zeitunglesen ein Erlebnis machen. Das kann man im Internet nicht, da man nur auf den Knopf drücken muss», (männlich, 25). Er beschreibt die Möglichkeit, Artikel einer Zeitung stärker mit dem Verfasser zu Verknüpfen, um

so eine emotionale Verbindung aufbauen zu können. Konkret nennt er Lesungen und sonstige Veranstaltungen, welche Journalisten und Leser zusammenbringen. Durch den direkten Austausch sieht er die Möglichkeit, das Interesse am Journalismus im Allgemeinen zu steigern und die Kundenbindung der einzelnen Titel zu verbessern.

2. Der zweite Proband sieht das Nutzenversprechen von Zeitungen im Printformat aufgrund der Digitalisierung klar im Nachteil. «Das Nutzenversprechen der Digitalisierung liegt in der Einfachheit», (männlich, 25 Jahre). Er verweist aber auf die Möglichkeit Zeitungen individueller zu gestalten. Abonnenten könnten sich so ihre Zeitungen aus verschiedenen Themengebieten selber zusammenstellen und spezifisch nach ihren Bedürfnissen oder Interessen ausrichten. Damit will er Leser ansprechen, welche sich nur für spezifische Themengebiete interessieren und durch das fixe Gesamtprodukt von einem Kauf abgehalten werden.

4 Diskussion

In diesem Kapitel werden in einem ersten Schritt die Ergebnisse der Tiefeninterviews aufgearbeitet und diskutiert. Dabei werden Rückschlüsse auf die im theoretischen Teil der Arbeit beschriebenen Konzepte gezogen. Die Diskussion dient als Ausgangslage für die Formulierung von möglichen Handlungsempfehlung bezüglich der Leistungserstellung und Positionierung von Zeitungen im Printformat, sowie für die Beantwortung der Forschungsfrage.

4.1 Digitale Ermüdung und Abgrenzungsstrategien

Die Ergebnisse zeigen, dass nicht nur die Menge der konsumierten Inhalte unter dem Aspekt von Information-Overflow eine relevante Einflussgrösse darstellt, sondern auch die Inhalte selber, welche die Probanden unterschiedlich stark beschäftigen oder belasten. Ein zusätzlicher Aspekt ist die von den Probanden thematisierte ständige Unterbrechung und Ablenkung durch eingehende Nachrichten von digitalen Kommunikationskanälen. Diese wird insbesondere in Kombination mit der Lesebestätigungsfunktion von digitalen Kommunikationskanälen zum sozialen Druckmittel. Die durch digitale Kommunikationskanäle bedingten Unterbrechungen und Ablenkungen von gegenwärtig ausgeführten Tätigkeiten, verweisen nicht direkt auf die digitale Ermüdung aufgrund von Menge oder Charakteristik der digitalen Inhalte, sondern auf die kognitive Überlastung durch Internet-Multitasking (vgl. Abschnitt 2.2.2). Dies verdeutlicht, wie unscharf die Grenzen zwischen den beiden Thematiken sind und impliziert eine Inklusion der Charakteristik von Multitasking in die Definition von digitaler Ermüdung. Die digitale Ermüdung wird dadurch zu einem gesellschaftlichen Phänomen, welches als Summe der einzelnen Faktoren wirkt. Wird diese Erkenntnis betreffend die digitale Ermüdung berücksichtigt, zeigen sich bezüglich der Betroffenheit von digitaler Ermüdung bei den Probanden verschiedene Ausprägungen. Auch wenn das Ziel der qualitativen Untersuchung nicht die Messung hinsichtlich der erlebten Intensität von digitaler Ermüdung ist, so kann aufgrund von Aussagen der Probanden darauf geschlossen werden, dass alle Probanden, auch wenn unterschiedlich stark, von der Problematik der digitalen Ermüdung betroffen sind.

Die von den Probanden angewandten Abgrenzungsstrategien sind bezüglich ihrer Effektivität unterschiedlich zu beurteilen. Der Verzicht auf digitale Medien und Geräte ist insbesondere effektiv, wenn eine örtliche Trennung oder eine höher priorisierte Tätigkeit wie zum Beispiel Sport vorliegt, welche eine Nutzung von digitalen Geräten verunmög-

licht. Ansonsten besteht die Gefahr, dass die Abgrenzungsstrategie aufgrund von schwacher Persönlichkeitsstruktur, Eigendisziplin und Impulskontrolle scheitert. Begründen lässt sich dies mit Phänomenen des sozialen Drucks zur ständigen Erreichbarkeit und der Zentralisierung aller relevanten digitalen Funktionen auf dem Smartphone.

Die ambivalente Wahrnehmung der Digitalisierung betreffend Erreichbarkeit, Vernetzung und Zugänglichkeit von Informationen illustriert, wie komplex die Herausforderung hinsichtlich einem verantwortungsvollen und symptomfreien Umgang mit der Digitalisierung ist. Die Aussagen und die von den Probanden angewandten Abgrenzungsstrategien verdeutlichen jedoch das Bedürfnis nach digitalisierungsfreien Zeitabschnitten, welche eine Rückkehr in die analoge Welt mit realen Personen, Beziehungen und klaren Strukturen ermöglichen. Daraus wird ersichtlich, dass das Bewusstsein für die Thematik der digitalen Ermüdung grundsätzlich vorhanden ist und eine latente Forderung nach digitaler Diversität (vgl. Abschnitt 2.3.1) besteht.

Der im theoretischen Teil thematisierte Begriff von Digital Detox (vgl. Abschnitt 2.3.3) wurde von den Probanden in den Tiefeninterviews nicht konkret erwähnt. Die Abgrenzungsstrategien weisen aber mehrheitlich den Charakter von Digital Detox auf, da es sich dabei um bewusst vorgenommene Massnahmen handelt, welche den Konsum von digitalen Inhalten beschränken soll. Jedoch gilt es zu bemerken, dass es sich mehrheitlich nicht um etablierte Routinen und ausgereiften Verhaltensmuster handelt, sondern um reaktive Massnahmen.

4.2 Die digitale Mediennutzung der Generation Y

Die Digitalisierung ermöglicht aufgrund von IKT und dem Zugang zum Internet eine mobile Mediennutzung, welche von der Generation Y genutzt wird. Dies verdeutlicht sich insbesondere am Beispiel der Mediennutzung in öffentlichen Verkehrsmitteln. Die Einfachheit als Attribut der Digitalisierung äussert sich in dieser Situation im unbeschränkten Zugang und in der unbeschränkten Verfügbarkeit von digitalen Inhalten. Dieses Mediennutzungsverhalten von digitalen Inhalten, welches die Ergebnisse der Befragung als unbewussten Konsum charakterisieren, erklärt, wie die kognitiv überlastenden Informationsmengen respektive der Information-Overload (vgl. Abschnitt 2.2.3) der digitalen Ermüdung entsteht. Ausgangspunkt für die unbewusste Mediennutzung sind die

von den Probanden beschriebenen Automatismen und Routinen, welche sie in spezifischen Situationen immer wieder auf das Smartphone zurückführen. Ein weiterer Faktor stellt die lose Struktur von digitalen Inhalten sowie die unlimitierten Vorschläge zu verwandten Themen dar, welche den Konsumenten zu einem längeren Verweilen auf der Webseite respektive Plattform verleiten. Dadurch konsumiert der Nutzer mehr digitale Inhalte, als sein Initialbedürfnis grundsätzlich vorsah.

Zusätzlich bewegt sich der Nutzer aufgrund der verfügbaren Menge an Informationen schneller zwischen den einzelnen Inhalten, was automatisch eine oberflächlichere Aufnahme und Verarbeitung der Informationen bedingt. Diese Tendenz zeigt sich in den Aussagen der Probanden, wonach bei News-Portalen von Tageszeitungen die Titel mehrheitlich überflogen werden, ohne dass sie anschliessend ganze Artikel lesen. Diese Erkenntnis zeigt, dass sich der konkrete Nutzen, der von den Probanden beschriebenen Automatismen relativiert und sich das Informationsbedürfnis bezüglich des Weltgeschehens und der Sozialen Netzwerke einerseits als breit aber auch als oberflächlich erweist. Die Ergebnisse verdeutlichen zudem eine zunehmende Nutzung von digitalen Medien zur Befriedigung des Informationsbedürfnisses. Als Begründung warum Printmedien, insbesondere Tageszeitungen für die reine Informationsgewinnung nicht mehr berücksichtigt werden, dienen die Attribute der Digitalisierung wie, Verfügbarkeit und Zugänglichkeit. Diese Argumentation stützt sich auf die Aussagen der Probanden, welche eine Integration von Zeitungen in Alltagssituationen als schwierig und umständlich beschreiben. Zudem zeigt sich, dass die positive Bewertung des Leseerlebnisses von Printmedien hinsichtlich der Nutzung von Zeitungen im Alltag kein ausschlaggebendes Attribut ist, welches die Generation Y zur Nutzung von Zeitungen im Printformat bewegen könnte.

Zusätzlich scheint die Wertschätzung für den Journalismus als Dienstleistung, das heisst für die Aufbereitung von Informationen und die tägliche Berichterstattung, gesunken zu sein. Eine mögliche Erklärung hierfür ist die Herausforderung der Monetarisierung der digitalen Berichterstattung von Presseverlagen, welche gezwungen waren, die Dienstleistung aufgrund der zunehmenden Digitalisierung unter Wert anzubieten. Die Konsequenz daraus ist die tiefere Zahlungsbereitschaft für Zeitungen im Printformat, wie die Resultate der Befragung belegen. Ein weiterer Ansatzpunkt zur Begründung der sinkenden Zahlungsbereitschaft für Zeitungen ist die steigende Verfallsrate der Informationsaktualität, welche die Argumentation für den Kauf einer Tageszeitung zunehmend schwächt. Die

Reduzierung der wahrgenommenen funktionalen Nutzenstiftung einer Zeitung im Printformat, sowie die tiefe Priorisierung im Alltag führt zur Frage, wie sich das Nutzenbündel einer Tageszeitung im Printformat zukünftig zusammensetzt.

4.3 Die Stärken der Printmedien

Eine der Stärken von Printmedien ist das Leseerlebnis, welches sich gegenüber den digitalen Medien durch die physische Präsenz unterscheidet und so nachhaltig auf den Leser wirkt. Die Aussagen der Probanden zeigen, dass sich aufgrund der physischen Präsenz der Umgang bezüglich Medium und Inhalt hinsichtlich Bewusstsein der Informationsaufnahme und Intensität der Informationsverarbeitung unterscheidet. Die intensivere Auseinandersetzung und der bewusstere Konsum von analogen Medien wird durch den klaren physischen Akt des Lesens ersichtlich. Dies zeigen die Resultate, wonach der Akt des Lesens durch seine Vorbereitungshandlungen das Konsumbewusstsein stärkt und sich als bewusste Handlung von den beschriebenen Automatismen unterscheidet. Eine mögliche Erklärung hierfür ist die Eigenschaft von Printmedien, welche je nach Gröszenformat nicht an beliebigen Orten gelesen werden können, so dass für ein optimales Leseerlebnis Sitzgelegenheiten und ausreichend Platz benötigt wird. Ein weiterer Aspekt, welcher das Konsumbewusstsein stärkt, ist die limitierte Verfügbarkeit, welche voraussetzt, dass Printmedien vorgehend besorgt werden müssen und im Vergleich zu digitalen Medien nicht an ein Gerät geknüpft sind, das im Megatrend Digitalisierung immer in Griffbereitschaft liegt.

Diese Erkenntnis bezüglich Verfügbarkeit und der Akt des Lesens stärken den entschleunigenden Charakter von Printmedien, welcher sich bereits durch die klar vorgegebene Struktur und den begrenzten Inhalt ergibt. Dem Leser wird dabei im Vergleich zu digitalen Medien die Informationsselektion teilweise durch den Titel des Printmediums abgenommen. Diese Vorselektion durch den Titel ist hinsichtlich der Thematik von Informations-Overflow und digitaler Ermüdung insofern relevant, da Personen dadurch automatisch kleineren Informationsmengen ausgesetzt sind.

Die Aussagen der Probanden verweisen zudem auf eine Verwendung von Printmedien in einem entschleunigenden Kontext. So zeigen die Resultate, dass Printmedien von den Probanden mehrheitlich in Freizeitsituationen, also Situationen der Entspannung und Er-

holung genutzt werden. Dies verdeutlicht, dass die Bereitschaft zur Nutzung von Printmedien weiterhin vorhanden ist, sich in der Tendenz aber auf Situationen beschränkt, in denen der Zeitfaktor entweder eine untergeordnete Priorität aufweist oder nicht relevant ist. Dies verdeutlicht wiederum die Relevanz von Entschleunigungs- beziehungsweise Orte der Erholung und Entspannung (vgl. Abschnitt 2.3.2), welche massgeblich zum Konsumerlebnis beitragen.

Die Ergebnisse zeigen zudem, dass neben den physischen Aspekten, wie Design, Druck, Gröszenformat und Einband auch emotionale Komponenten, wie Erinnerungen und Gefühlszustände zu erlebten Ereignissen wie Ferien für die positive Einstellung gegenüber Printmedien verantwortlich sind. Die emotionalen Komponenten wirken insbesondere bei Büchern und Zeitschriften. Dies lässt sich mit der längeren Aktualitätsspanne und Gültigkeit der beiden Formate begründen, welche im Vergleich zu Zeitungen und digitalen Inhalten niedrigeren Informationsverfallsraten ausgesetzt sind.

5 Konklusion

5.1 Fazit und Zusammenfassung der Forschungsergebnisse

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurde untersucht, ob die digitale Ermüdung als negative Folge einer intensiven Nutzung der Digitalisierung, sich als ein Potenzial für Printmedien erweisen könnte. Mit der Absicht, dass die Generation Y bedingt durch die digitale Ermüdung wieder vermehrt Printmedienformate in ihrer Mediennutzung berücksichtigt. Dabei wurden die Probanden in den Tiefeninterviews zu den Themenbereichen Mediennutzungsverhalten, Einstellung zu Printmedien, sowie zu ihren negativen Erfahrungen hinsichtlich der Digitalisierung befragt. Als Ausgangslage zur Beantwortung der Forschungsfrage und der qualitativen Untersuchung wurde vorgehend die Digitalisierung als Megatrend beschrieben und die gesellschaftlichen Auswirkungen des Megatrends aufgezeigt. Basierend auf diesen Erkenntnissen sowie den Konzepten von Multitasking und Information-Overload wurde die digitale Ermüdung als Begriff theoretisch hergeleitet.

Zusammenfassend können aus der empirischen Untersuchung vier Hauptkenntnisse festgehalten werden:

1. Die Generation Y fühlt sich von der Thematik der digitalen Ermüdung betroffen und verfügt über individuell angepasste Abgrenzungsstrategien unterschiedlicher Ausprägung. Dabei zeigt sich, dass neben der Menge und Art von digital konsumierten Inhalten vor allem die ständige Erreichbarkeit und die dadurch entstehenden Unterbrechungen Faktoren sind, welche sich negativ auf das Wohlbefinden auswirken. Die Wahrnehmung der Digitalisierung ist ambivalent. Dies verdeutlicht sich in der kritischen Hinterfragung hinsichtlich der durch die Digitalisierung geschaffenen Vernetzung und Verfügbarkeit von Informationen und Personen sowie im Bedürfnis nach bewusster Abgrenzung und Rückkehr in die reale Welt.
2. Die Printmediennutzung reduziert sich primär auf Situationen der Erholung und Entspannung, in welchen der Zeitaspekt eine untergeordnete Priorität aufweist. Dabei steht der Konsum von Büchern und Zeitschriften im Vordergrund, während sich die Nutzung von Zeitungen im Printformat auf Situationen beschränkt, in welchen sie frei zur Verfügung stehen. Grund dafür ist die kostenlose Alternative der digitalen Informationskanäle, wie Online-Berichterstattungen verschiedener Zeitungstitel, die für die Befriedigung des oberflächlichen Informationsbedürfnisses im Alltag ausreichen und die das Printformat substituieren können.
3. Zeitungen werden im Gegensatz zu Büchern und Zeitschriften mehrheitlich als reines Informationsmedium betrachtet, während sich die Nutzenstiftung von Zeitschriften und Büchern nicht auf den Inhalt beschränkt. Sie erfüllen aufgrund der längeren Lebensdauer ihrer Inhalte neben dekorativen auch emotionale Funktionen. Sie dienen so auch als Zeitdokumente, an welche Erinnerungen und Gefühle geknüpft sind.
4. Das Leseerlebnis von Printmedien kann sich gegenüber digitalen Inhalten durch die Attribute, physische Präsenz, Haptik und Erscheinungsbild abheben. Die klare Struktur sowie der begrenzte Inhalt tragen zusätzlich zu einem bewussten Konsum der Inhalte bei, was neben der physischen Präsenz der ausschlaggebende Punkt für ein intensiveres Konsumerlebnis ist. Es wird ausnahmslos eine grundlegend positive Einstellung bezüglich Printmedien erwähnt.

Inwiefern die digitale Ermüdung der Generation Y nun ein konkretes, auch wirtschaftlich verwertbares Potenzial für Printmedien birgt, kann nicht abschliessend beantwortet werden. Mögliche Ansätze werden im nachfolgenden Kapitel präsentiert.

Mit der Existenz der digitalen Ermüdung als Tendenz, der festgestellten positiven Einstellung bezüglich Printmedien und der weiterhin verbreiteten Nutzung von Printmedien in der Generation Y sind drei Grundvoraussetzungen vorhanden, die eine wirtschaftliche Nutzung des Potenzials begünstigen. Weiter muss zudem die zukünftige Entwicklung der Digitalisierung als Megatrend berücksichtigt werden, welche in Anbetracht aktueller technischer Fortschritte noch weiter zunehmen wird. Dies impliziert, dass die Herausforderung für einen symptomfreien Umgang mit der Digitalisierung und die Wahrscheinlichkeit einer digitalen Ermüdung weiter steigen.

Ein entscheidendes Element in der Realisierung des Potenzials wird sein, inwieweit die Nutzung von Printmedien in die Abgrenzungsstrategien der Konsumenten integriert werden können. Die Resultate weisen darauf hin, dass sich die Potenziale der einzelnen Formate unterscheiden. Die bereits entschleunigende Anwendung von Zeitschriften und insbesondere Büchern, sowie die Charakteristik der beiden Formate, deuten im Vergleich zu Zeitungen auf ein höheres Potenzial hin. Zeitungen im Printformat sind aufgrund ihrer Eigenschaft und Nutzung stärker gezwungen sich an die Digitalisierung anzupassen und neu zu positionieren, um die digitale Ermüdung erfolgreich als Potenzial nutzen zu können.

5.2 Handlungsempfehlung für Presseverlage und Medienhäuser

Die Digitalisierung verlangt eine Adaption respektive Ausrichtung des Printmedienangebotes an die aktuellen Mediennutzungsgewohnheiten der Gesellschaft. Dabei gilt es für Printmedienunternehmen sich am Konsumverhalten der Generation Y zu orientieren, da diese aufgrund ihres Alters eine Pionierfunktion im Umgang mit der Digitalisierung aufweist und ihre Mediennutzung nachhaltig durch die Digitalisierung geprägt wurde.

Nachfolgend werden allgemeine Handlungsempfehlungen und Vorschläge für kostenpflichtige Zeitungstitel im Printformat bezüglich Positionierung und Produktgestaltung abgegeben, die bezüglich wirtschaftlicher Umsetzbarkeit es individuell zu überprüfen gilt.

Positionierung

Für die Positionierung von Zeitungen im Printformat ist die bewusst gegensätzliche Ausrichtung zur Digitalisierung essentiell, mit der Begründung, dass so ein Vergleich zwischen analogen und digitalen Medien verhindert werden kann. So können die vorteilhaften Attribute der Digitalisierung, wie ständige Verfügbarkeit und Aktualität, umgangen werden. Stattdessen sollen Zeitungen im Printformat die Qualität der redaktionellen Inhalte, das Leseerlebnis und die Vorzüge der physischen Präsenz als zentrale Argumente verwenden. Allgemein empfiehlt es sich, die Zeitung am Vorbild von Büchern und Zeitschriften vermehrt als Lifestyle-Produkt zu vermarkten, welche sich durch die Haptik und Erscheinungsbild von den digitalen Medien abheben. Information kann nach wie vor als Kernelement funktionieren, die Argumentationsmerkmale müssen jedoch auf Qualität, Integrität und längerer Gültigkeit basieren, ansonsten besteht der aussichtslose direkte Konkurrenzkampf bezüglich Aktualität mit der digitalen Berichterstattung. Ein Ansatz für die klare Abgrenzung zur digitalen Berichterstattung ist die exklusive Veröffentlichung von spezifischen Themen im Printformat.

Grundsätzlich gilt es in der Leistungserstellung und Positionierung von Zeitungen im Printformat die Nutzungssituationen der Leser zu berücksichtigen, welche sich gemäss vorgehender Untersuchung zunehmend in Richtung Erholung und Entspannung verschieben. Dies erleichtert grundsätzlich die Positionierung von Printmedien als Lifestyle-Produkt, das in Ruhe und ohne Zeitdruck konsumiert werden kann.

Durch die Aufwertung des Erscheinungsbildes sowie die Anpassung der Inhalte, kann sich das Printformat Zeitung von seinem rein funktionalistischen Image lösen. Der Genuss der Inhalte durch den bewussten Konsum ist dabei ein zentrales Element und soll entschleunigend zur Lebensqualität respektive zum menschlichen Wohlbefinden beitragen. Die Attributkette «Genuss-Lifestyle-Lebensqualität» soll in der Vermarktung von Zeitungen im Printformat als Basis dienen.

Produktgestaltung

Für die Erhöhung der Zahlungsbereitschaft, sowie für eine stärkere Wertschätzung der journalistischen Arbeit gilt es zudem das Konsumerlebnis der Leser zu erweitern und die Kundenbeziehung zu intensivieren. Ein Ansatzpunkt hierfür ist die klarere Verknüpfung zwischen den Verfassern und den veröffentlichten Artikeln (vgl. Abschnitt 3.2.7).

Dadurch wird ein persönlicher Bezug geschaffen und der Verfasser übernimmt eine Identifikationsfunktion, mit der Absicht die Loyalität der Leser zu erhöhen. Weitere Gestaltungsmöglichkeiten, in welcher Journalisten und Medienschaffende eine stärker repräsentative Funktion erhalten, sind Veranstaltungen wie Lesungen, Vorträge und Podiumsdiskussionen. Dabei unterscheidet sich die Interaktivität in der analogen Welt im Vergleich zu den existierenden Möglichkeiten im digitalen Bereich, wie Kommentarfunktionen, durch erhöhte Qualität und Tiefe der Interaktionen. Die Veranstaltungen können einerseits als Zusatzangebote für Abonnenten oder als offene Anlässe gestaltet werden, welche auch Promotionszwecke erfüllen können.

Einbezug des Kunden

Weiter muss das Verständnis bezüglich der Stellung des Kunden hinsichtlich der betrieblichen Leistungserstellung neu definiert werden. Die Funktion der Leser respektive Abonnenten soll nicht mehr auf die Rolle des Rezipienten reduziert werden. Viel mehr gilt es den Konsumenten unter dem Ansatz von Co-Creation als Teil der betrieblichen Leistungserstellung zu betrachten und ihn in den Prozess der Produktgestaltung zu integrieren. Durch die Integration des Konsumenten kann die betriebliche Leistungserstellung präziser auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt werden, mit der Absicht, dass sich Zeitungen im Printformat erfolgreicher an die digitalisierte Gesellschaft adaptieren können (Prahalad & Ramaswamy, 2004, S. 8-9). Die Integrierung des Kunden in die Produktgestaltung kann direkt über die Online-Portale der Zeitungen und Presseverlage erfolgen. Für die Generierung von Ideenansätzen können unter anderem Wettbewerbe und moderierte Foren eingesetzt werden, in denen Leser ihre Vorschläge bezüglich der Gestaltung von Zeitungen im Printformat einreichen und diskutieren können. Die eingereichten Vorschläge und Ansätze können anschliessend vom Unternehmen beurteilt und weiterentwickelt werden. Ausgereifte und konkrete Ideen werden zum Abschluss der Leserschaft durch Online-Umfragen auf der firmeneigenen Website vorgelegt.

Flexibilisierung des Leistungsangebotes

Printmedienunternehmen müssen zudem das Printformat Zeitung flexibilisieren und sich am Beispiel des Internets orientieren, welches eine individuelle und selektive Nutzung von Inhalten ermöglicht. Ein Ansatz hierfür ist die individuelle Gestaltungsmöglichkeit des Printmediums respektive die Zusammenstellung der Inhalte nach persönlichen Inte-

ressen und Themengebieten durch den Kunden (vgl. Abschnitt 3.2.7). So kann ein Abonnent den Aufbau seiner Zeitung anhand einer vorgegebenen Auswahl an Themenschwerpunkten individuell wählen. Dadurch erhält und bezahlt der Abonnent nur noch die Inhalte, welche seinen Interessen und Bedürfnissen entsprechen und die er tatsächlich konsumieren will. Die Gliederung der Themengebiete gilt es durch das Unternehmen zu bestimmen. Ein möglicher Ansatz hierfür ist die Gliederung nach Zeitungsbund. Die Standardversion der Ausgabe wird dabei nicht abgeschafft und weiterhin auch an öffentlichen Verkaufsstellen angeboten.

Die Flexibilisierung des Leistungsangebotes soll auch auf die zeitliche Dimension ausgeweitet werden. Der Leser soll frei entscheiden können, an welchen und wie vielen Tagen in der Woche er eine Zeitung geliefert haben möchten. So kann das Argument der tiefen Ausnutzung des Abonnements in Verbindung mit der tiefen Zahlungsbereitschaft teilweise entschärft werden.

5.3 Kritische Würdigung der Arbeit und Ausblick

Die vorliegende Arbeit ist ein erster Ansatz bezüglich der Erfassung von Zusammenhängen zwischen digitaler Ermüdung und einer möglichen wiederaufkommenden Nutzung von Printmedien. Die durch die Ergebnisse aufgezeigten Tendenzen hinsichtlich Medienutzung, Einstellungen und digitaler Ermüdung dienen als Grundlage für weitere spezifischere Forschungen. Dabei verdeutlichen die Ergebnisse die Notwendigkeit einer verfeinerten und ganzheitlichen Definition des Konzeptes der digitalen Ermüdung, welche die rein quantitativ berücksichtigten Aspekte erweitern.

Die festgestellte Grundaffinität für Printmedien dieser Generation überrascht und führt zur Frage inwiefern, die festgestellte Einstellung auch repräsentativ für die nachfolgende Generation Z ist. Die zunehmende Intensivierung der Digitalisierung relativiert möglicherweise die Relevanz der Generation Y hinsichtlich der digitalen Ermüdung und stellt zumindest die Frage nach der Berücksichtigung der darauffolgenden Generationen.

Die Wahl eines qualitativen Forschungsdesigns hat sich für die Untersuchung der Fragestellung und sowie für die Identifikation von Verhaltensweisen und Einstellungen bewährt. Dennoch gilt es auf die Herausforderung der Tiefeninterviews zu verweisen. In den geführten Interviews zeigte sich die Verständlichkeit der Hilfestellungen und die Einführungen in die komplexe Thematik als kritisches Element. Die teilweise notwendigen

ad-hoc Ergänzungen sollten unter dem Aspekt der Verzerrung der Datenerhebung vermieden werden. Dies impliziert, dass das Pretesting des Interviewleitfadens auf einen mehrstufigen Prozess ausgeweitet werden sollte.

In weiterführenden Untersuchungen sollten die qualitativen Resultate der vorliegenden Untersuchung durch quantitative Forschungsmethoden bestätigt werden. Ein möglicher Ansatzpunkt ist die quantitative Erfassung der digitalen Ermüdung in der Generation Y, sowie die quantitative Validierung der identifizierten Tendenzen in der Nutzung von Printmedien in Situationen der Entspannung und Erholung. Eine weitere Möglichkeit ist die quantitative Untersuchung der Einstellung der Generation Y gegenüber Printmedien. Mittel- bis langfristig gilt es zudem zu verfolgen, wie sich die Einstellung in der Generation Y bezüglich Printmedien verändert. Zusätzlich können die Kernattribute von Printmedienformaten wie Design, Haptik und physische Präsenz hinsichtlich ihrer Beständigkeit und Relevanz in einer digitalisierten Gesellschaft untersucht werden.

Eine wirtschaftliche Betrachtungsweise der Potenziale war nicht Gegenstand der vorliegenden Arbeit. Diese gilt es für die weiteren Umsetzungsschritte hinsichtlich der abgegebenen Handlungsempfehlungen zu erarbeiten. Bezüglich wirtschaftlicher Nutzung der digitalen Ermüdung als Potenzial unter dem Aspekt der Abgrenzungsstrategien wäre zudem eine branchenneutrale Erfassung sinnvoll, deren Erkenntnisse in einem weiteren Schritt für eine Ausweitung auf noch nicht etablierte Geschäftsmodelle angewendet werden könnte.

6 Literaturverzeichnis

- Autor, D. (2010). *The polarization of job opportunities in the U.S. Labor Market: Implications for Employment and Earnings*. Massachusetts/Washington: MIT Department of Economics/National Bureau of Economic Research.
- Baethge, A., & Rigotti, T. (2010). *Arbeitsunterbrechungen und Multitasking: Ein umfassender Überblick zu Theorien und Empirie unter besonderer Berücksichtigung von Altersdifferenzen*. Dortmund/Dresden: Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin.
- Bauernhofer, K., Papousek, I., Fink, A., Unterrainer, H. F., & Weiss, E. M. (2016). Problematisches Internetnutzungsverhalten (PIN) – eine Übersicht zu Messinstrumenten und Risikofaktoren. *Neuropsychiatrie*, 30(1), S. 2-9. DOI: 10.1007/s40211-015-0169-3.
- Bock, M. (1992). «Das halbstrukturierte-leitfadenorientierte Tiefeninterview»: Theorie und Praxis der Methode am Beispiel von Paarinterviews. In: J. H. P. Hoffmeyer-Zlotnik (Hrsg.): *Analyse verbaler Daten: Über den Umgang mit qualitativen Daten*. S. 90-109. Opladen: Westadt Verlag.
- Booty, E. (2011). *Majority Report: Looking Through The Digital Hype*. Abgerufen von http://bbh-labs.com/majority-report-looking-through-the-digital-hype/#_ftn8.
- Bundesamt für Statistik (2015). *Internetzugang der Haushalte und Internetnutzung der Bevölkerung in der Schweiz: Erhebung zu den Informations- und Kommunikationstechnologien 2014 in Privathaushalten*. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik.
- Cachelin, J. L. (2015a). *Die Digitalisierung als Jobmotor: Wie die Digitalisierung neue Märkte und Berufsbilder hervorbringt*. Dulliken: Wissensfabrik.
- Cachelin, J. L. (2015b). *Offliner - Die Gegenkultur der Digitalisierung*. 1. Auflage. Bern: Stämpfli Verlag AG.
- Card, D., & DiNiardo, J. E. (2002). *Skill biased technological change and rising wage inequality: Some problems and puzzles*. Working Paper No. 8769. Cambridge: National Bureau of Economic Research.

- Châlons, C., & Dufft, N. (2016). Die Rolle der IT als Enabler für Digitalisierung. In: F. Abolhassan (Hrsg.): *Was treibt die Digitalisierung? Warum an der Cloud kein Weg vorbeiführt*. S. 27-36. Wiesbaden: Springer Fachmedien Verlag.
- Cohen S., Kessler, R. C., & Underwood Gordon, L. (1997). Strategies for measuring stress in studies of psychiatric and physical disorders. In: S. Cohen, R.-C. Kessler, & L. Underwood Gordon (Hrsg.): *Measuring Stress: A Guide of Health and Social Scientists*. S. 3-28. Oxford: Oxford University Press.
- Csikszentmihaly, M., Nakamura, J., & Abuhamdeh, S. (2014). The Flow. In: M. Csikszentmihaly (Hrsg.): *Flow and the Foundation of positive Psychology*. S. 227-236. Dordrecht: Springer Verlag.
- Danesi, M. (2016). *Language, Society and New Media: Sociolinguistic Today*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Deloitte (2013). *Digitalisierung im Mittelstand*. Abgerufen von <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/Mittelstand/Digitalisierung-im-Mittelstand.pdf>.
- Duden (2016). *Buch*. Abgerufen von <http://www.duden.de/rechtschreibung/Buch>.
- Ellison, N. B., & Boyd, D. M. (2013). Sociality Through Social Network Sites. In: W.-H. Dutton (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Internet Studies*. S. 151-198. Oxford: Oxford University Press.
- Ettinger, P., Gisler, A., & Urdis, L. (2014). II. Presse. In: Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich (Hrsg.): *Qualität der Medien: Jahrbuch 2014*. S. 101-132. Basel: Schwabe Verlag.
- Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2013). *The Future of Employment: How susceptible are jobs to computerisation?* JEL Classification: E24, J24, J31, J62, O33. Oxford: Oxford University.
- Gabler Wirtschaftslexikon (2016a). *Stichwort: Zeitung*. Abgerufen von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/569825/zeitung-v4.html>.

- Gabler Wirtschaftslexikon (2016b). *Stichwort: Zeitschrift*. Abgerufen von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/zeitschrift.html#definition>.
- Generation Y (2015). *Defintion of Generation Y*. Abgerufen von <http://www.generationony.com/about-generation-y-in-the-workforce/definition/>.
- GlobalWebIndex (2016). *Social Summary: GlobalWebIndex's quarterly report on the latest trends in social networking. Q1 2016*. Abgerufen von http://www.globalwebindex.net/hubfs/Reports/GWI_Social_-_Q1_2016_Summary.pdf?t=1463743195783&utm_campaign=Insight+Reports&utm_source=hs_automation&utm_medium=email&utm_content=22078263&_hsenc=p2ANqtz--TzsXOVFLZJUfn5aMu8NKhf0uu4jZvnT3DcdtD5QKFtm3L3esjK-fgQDnfo3_133DpoGOxEapflPqmSn_YgTLslwu8Rw&_hsmi=22078263.
- Grimm, R. (2005). *Digitale Kommunikation*. München: Oldenbourg.
- Helsper, E. J. (2008). *Digital inclusion: An analysis of social disadvantage and the information society*. London: Department for Communities and Local Government.
- Hess, T. (2013). *Digitalisierung*. Abgerufen von <http://www.enzyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de/lexikon/technologien-methoden/Informatik-Grundlagen/digitalisierung>.
- Himma, K. E. (2007). The concept of information overload: A preliminary step in understanding the nature of a harmful information-related condition. *Ethics and Information Technology*, 9(4), S. 259-272. DOI: 10.1007/s10676-007-9140-8.
- Johnson, P.R., & Indvik, J. (2004). Digital Depression, Stress and Burnout: Same Song, Different. *Journal of Organizational Culture, Communication and Conflict*, 8(1), S. 19-24. DOI: k.A.
- Kenyon, S. (2008). Internet Use and Time Use: The importance of multitasking. *Time & Society*, 17(2/3), S. 283-318. DOI: 10.1177/0961463X08093426.
- Kepper, G. (1996). *Qualitative Marktforschung: Methoden, Einsatzmöglichkeiten und Beurteilungskriterien*. 2. überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Verlag.

- Kotler, P., Bliemel, F., & Keller, K. L. (2007). *Marketing Management: Strategien für ein wertschaffendes Handeln*. 12. Auflage. München: Pearson Studium.
- Kroker, M. (2015). *User nutzen Social Media fast 1,8 Stunden am Tag – 30 Prozent der gesamten Internet-Zeit*. Abgerufen von <http://blog.wiwo.de/look-at-it/2015/10/20/user-nutzen-social-media-fast-18-stunden-am-tag-30-prozent-der-gesamten-internet-zeit/>.
- Kuss, A., Wildner, R., & Kreis, H. (2014). *Marktforschung: Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse*. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Law, A. S., Lodgie, R. H., Pearson, D. G., Cantagallo, A., Moretti, E., & Dimarco, F. (2004). Resistance to the impact of interruptions during multitasking by healthy adults and dys-executive patients. *Acta Psychologica*, 116 (3), S. 285-307. DOI: 10.1016/j.actpsy.2004.04.003.
- Leimeister, J. M. (2015). *Einführung in die Wirtschaftsinformatik*. 12. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
- Lübbe, H. (1998). Gegenwartsschrumpfung. In: K. Backhaus, & H. Bonus (Hrsg.): *Die Beschleunigungsfälle oder der Triumph der Schildkröte*. S. 263-272. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Marderthaler, R. (1998). Wohlbefinden, Lebensqualität und Umwelt. In: I. Kryspin-Exner, B. Lueger-Schuter, & G. Weber (Hrsg.): *Klinische Psychologie und Gesundheitspsychologie: Postgraduelle Aus- und Weiterbildung*. S. 483-508. Wien: WUV/Universitätsverlag.
- Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. The basic needs. In: M. J. Baker (Hrsg.): *Marketing: Critical Perspectives on Business and Management*. S. 321-331. London/New York: Routledge.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. 12. Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- McKinsey Global Institute (2011). *Big data: The next frontier for innovation, competition and productivity*. Abgerufen von <http://www.mckinsey.com/business-functions/business-technology/our-insights/big-data-the-next-frontier-for-innovation>.

- Merten, K. (2007). *Einführung in die Kommunikationswissenschaft: Aktuelle Medien- und Kommunikationsforschung*. 3. Auflage. Münster: LIT Verlag.
- Michelis, D. (2012). Die Sprache der Neuen Medien (Lev Manovich). In: D. Michelis, & T. Schildhauer (Hrsg.): *Social Media Handbuch: Theorien, Methoden, Modelle und Praxis*. S. 56-67. Baden-Baden: Nomos.
- Misra, S., & Stokols, D. (2012). Psychological and Health Outcomes of Perceived Information Overload. *Environment and Behavior*, 44(6), S. 737-759. DOI: 10.1177/0013916511404408.
- Naisbitt, J., Aburdene, P., & Gärtner, T. (1991). *Megatrends 2000: Zehn Perspektiven für den Weg ins nächste Jahrtausend*. Düsseldorf: ECON-Taschenbuch-Verlag.
- Nakamura, J., & Csikszentmihaly, M. (2014). The Concept of Flow. In: M. Csikszentmihaly (Hrsg.): *Flow and the Foundation of positive Psychology*. S. 239-252. Dordrecht: Springer Verlag.
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2008). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books.
- Pietzcker, P. (2014). Die neue Sehnsucht nach dem Analogen - Retrotrends im digitalen Zeitalter als Kommunikationsstrategien. In: S. Dänzler, & T. Heung (Hrsg.): *Marke und digitale Medien*. S. 207-219. Springer Fachmedien Verlag.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), S. 5-14. DOI: 10.1002/dir.20015.
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Networked : The new social operating system*. Cambridge: Massachusetts MIT Press.
- Rankl, D. (2014). *Ressorts im Zeitalter von Medienwandel und Boulevardjournalismus: Themenwahl als Qualitätskriterium*. Wiesbaden: Springer Gabler Fachmedien Verlag.

- Reinecke, L., Aufenanger, S., Beutel, M. E., Dreier, M., Quiring, O., Stark, B., & Müller, K. W. (2016). Digital Stress over the Life Span: The Effects of Communication Load and Internet Multitasking on Perceived Stress and Psychological Health Impairments in an German Probability Sample. *Media Psychology*, 19(1), S. 1-26. DOI: 10.1080/15213269.2015.1121832.
- Robinson, J., & Godbey G. (1999). *Time for Life. The Surprising Ways Americans Use Their Time*. 2. Auflage. Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.
- Rosa, H. (2013). *Beschleunigung und Entfremdung*. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Russkanen, O. P. (2004). *An Econometric Analysis of Time Use in Finnish Households (Dissertation)*. Helsinki: School of Economics.
- Schranz, M., Gisler, A., & Gedamke, S. (2013). IV. Online. In: Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich (Hrsg.): *Qualität der Medien: Jahrbuch 2013*. S. 153-175. Basel: Schwabe Verlag.
- Studer, S., Schweizer, C., Puppis, M., & Künzler, M. (2014). *Darstellung der Schweizer Medienlandschaft: Bericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM)*. Freiburg: Universität Freiburg, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät.
- Sullivan, O. (2008). Busyness, Status Distinction and Consumption Strategies of the Income Rich, Time Poor. *Time & Society*, 17(1), S. 5-26. DOI: 10.1177/0961463X07086307.
- Tinguely, G., Landolt, H. P., & Cajochen, C. (2014). Schlafgewohnheiten, Schlafqualität und Schlafmittelkonsum der Schweizer Bevölkerung – Ergebnisse aus einer neuen Umfrage bei einer repräsentativen Stichprobe. *Therapeutische Umschau*, 71(11), S. 637-646. DOI: 10.1024/0040-5930/a000604.
- Van Haaren, K. (1997). Digitalisierte Arbeitswelt. In: A. Dengel, & W. Schröter (Hrsg.): *Flexibilisierung der Arbeitskultur – Infrastrukturen der Arbeit im 21. Jahrhundert*. S. 98-109. Mössingen-Talheim: Talheimer-Verlag.
- Van Mensvoort, K. (2013). *Pyramid of Technology: How Technology Becomes Nature in Seven Steps*. Eindhoven: University of Technology.

- Veenhoven, R. (2011). Glück als subjektives Wohlbefinden: Lehren aus der empirischen Forschung. In: D. Thomä, C. Henning, & O. Mitscherlich-Schönherr (Hrsg.): *Glück: ein interdisziplinäres Handbuch*. S. 396-404. Stuttgart: Metzler Verlag.
- Von Kardorff, E. (2008). Virtuelle Netzwerke- und neue Formen der Kommunikation und Vergesellschaftung? In: H. Willems (Hrsg.): *Weltweite Welten: Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive*. S. 23-56. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Voss, G., & Weiss, C. (2014). Burnout und Depression - Leiterkrankung des subjektivierten Kapitalismus oder: Woran leidet der Arbeitskraftunternehmer? In: S. Neckel, & G. Wagner (Hrsg.): *Leistung und Erschöpfung. Burnout in der Wettbewerbsgesellschaft*. S. 29-57. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Wampfler, P. (2014). *Generation «Social Media»: Wie digitale Kommunikation Leben, Beziehungen und Lernen Jugendlicher verändert*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH.
- Wölfe R., & Leimstoll U. (2015). *E-Commerce-Report Schweiz 2015: Der Schweizer Onlinehandel aus Anbietersicht*. Olten: Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW.
- Zimpel, A. F. (2009). Isolation. In: M. Dederich, & W. Jantzen (Hrsg.): *Behinderung und Anerkennung: Ein enzyklopädisches Handbuch (Vol. Band 2, Behinderung, Bildung, Partizipation)*. S. 188-191. Stuttgart: Kohlhammer.
- Zukunftsinstitut GmbH (2015). *Übersicht Megatrends*. Abgerufen von <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>.

7 Anhang

7.1 Korrespondenz mit Medienpsychologin S. Genner (31. März 2016)

Vier Fragen zum Thema digitale Ermüdung

1. Wie lässt sich digitale Ermüdung definieren und wo liegt die Grenze zum Burnout oder Erschöpfungsdepression?

Es spielen immer mehrere Faktoren eine Rolle, digital allein reicht nicht. Genauso hat Burnout multifaktorielle Ursachen und ist streng genommen keine klinisch anerkannte Erkrankung gemäss den Diagnose-Manualen ICD und DSM, auch wenn es in aller Munde ist und Burnout-Kliniken ausgebucht sind. In der Forschung gibt es dennoch das "Maslach Burnout Inventory" [MBI]. Eine grosse Studie mit 5000 Lehrpersonen konnte zeigen, dass in rund 90 Prozent der Fälle, in welchen gemäss MBI eine Lehrperson ausgebrannt war, auch eine Depression vorlag. Das bedeutet nicht, dass Burnout und Erschöpfungsdepression dasselbe ist und/oder dieselben Ursachen hat, aber es besteht eine bedeutende Überlappung.

Stresserkrankungen haben im Allgemeinen stark zugenommen, Experten sind sich jedoch nicht einig, ob es sich um eine relative oder absolute Zunahme handelt. Möglicherweise tragen Sensibilisierungseffekte und eine Enttabuisierung auch dazu bei, dass die Zahlen steigen. Schaut man nämlich zurück, gab es vor mehr als 100 Jahren - lange vor der Digitalisierung - eine ähnliche Debatte. Das damalige Burnout hiess Neurasthenie. Neurasthenie war die Diagnose für nervöse Erschöpfung. Als Grund dafür gab man damals das hektische Stadtleben, Überarbeitung, Überforderung, Suchtmittel, Traumata etc. an.

Kurz: Erschöpfung ist kein Phänomen des digitalen Zeitalters. Wie viel die Digitalisierung und die Möglichkeit ständiger Erreichbarkeit zu einer Erschöpfung beitragen, ist ebenfalls umstritten. Meine Forschungsergebnisse deuten darauf hin, dass Persönlichkeitsstrukturen und persönliche Motivationen schlussendlich steuern, wie gut man sich von digitalen Ablenkungen und sozialen Anforderungen auf digitalen Kanälen abgrenzen kann. Wer gut "nein" sagen kann, kaum Angst hat, etwas zu verpassen, und zusätzlich über eine gute Impulskontrolle verfügt, kann sich eine digitale Ermüdung besser vom Leib halten.

2. Welche Rolle spielt Multitasking in dieser Thematik?

Multitasking ist tatsächlich nachgewiesenermassen kognitiv ermüdend und verbessert die Produktivität keineswegs. Multifunktionale digitale Geräte und ständiger Onlinezugang lassen private und berufliche Grenzen verschwimmen und fördern rein technologisch betrachtet Multitasking und geteilte Aufmerksamkeit.

3. Was sind aus psychologischer Sicht die stärksten Treiber der digitalen Ermüdung?

Die zahlreichen und omnipräsenten technologischen Möglichkeiten (mit dem privaten und beruflichen Umfeld ständig im Kontakt zu sein und Informationen von überall und zeitunabhängig zu beziehen), die jedoch auch aus persönlichen Motivationen oder mangelnden individuellen Abgrenzungsstrategien erst zur Ermüdung führen. Wer nicht bewusst an Abgrenzung, Erholung und an der eigenen Impulskontrolle arbeitet, läuft eher Gefahr in eine Stresserkrankung bzw. Erschöpfung zu geraten. Ebenfalls abhängig ist es auch von der beruflichen Funktion und der Branche (wer viel Kundenkontakt hat beispielsweise, ist in der Regel stärker unter Druck, "always on" zu sein).

4. Welcher Anteil trägt der freiwillige Konsum von digitalen Inhalten zur digitalen Ermüdung von Erwachsenen (Generation Y) bei?

Das ist meines Wissens nicht genau erforscht, aber eine spannende Frage. Ich vermute, dass ein sehr hoher Konsum digitaler Inhalte – z.B. Social-Media-Feeds oder Netflix-Serien-Marathons – zu einer kognitiven Überlastung und schliesslich Ermüdung führen kann. Konkret trägt auch der blaue Lichtanteil bei Bildschirmen dazu bei, dass das Schlafhormon Melatonin unterdrückt wird und man dadurch auch rein biochemisch gesehen – nicht nur wegen Cliffhangers bei Serien – weniger schnell einschlafen kann. Auch das kann indirekt zur Ermüdung beitragen.

7.2 Interview-Leitfaden

1. Einleitung

- *Vorstellung des Untersuchungsrahmens:* Es ist eine Untersuchung im Rahmen der Bachelorarbeit an der Züricher Hochschule für Angewandte Wissenschaften zu Einstellungen und Verhaltensweisen bezüglich Medien und Digitalisierung.
- *Ablauf des Interviews:* Das Gespräch wird als Tiefeninterview geführt. Es geht darum, Ihre persönlichen Ansichten, Meinungen und Bedürfnisse im Bezug auf Medien zu erfahren. Ziel ist es, dass Sie so ausführlich wie möglich ihre Ansichten erläutern, dies dürfen auch spontane Einfälle sein. Falls notwendig werden Zwischenfragen gestellt, um die Thematik zu vertiefen. Bei Unklarheiten zu Fragestellungen oder Thematiken bitte ich Sie, umgehend nachzufragen.
- *Datenschutz:* Das Interview wird für die Transkription aufgezeichnet. Die Audio-Dateien werden anschliessend vernichtet. Die von Ihnen gemachten Angaben werden ausschliesslich im Rahmen dieser Untersuchung verwendet, nicht an Dritte weitergegeben und lediglich als Transkription im Anhang der Arbeit beigelegt. Ihr Name wird in Form ihrer Initialen anonymisiert.

2. Kurzer Beschrieb seiner Person durch Probanden

- Alter, Wohnort
- Ausbildung & Beruf
- Interessen & Freizeitbeschäftigungen
- Persönliche Lebenseinstellung / Lebensmotto

3. Persönliche Mediennutzung

Einstiegsfrage: Welche Medien/Medienformate kennen Sie?

(Hilfestellung: Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Social Media, Blogs, Internet usw.)

Mündliche Einführung: Stellen Sie sich vor, Sie stehen am Morgen auf und haben einen für Sie gewöhnlichen Tag vor sich. Beschreiben Sie anhand ihres Tagesablaufes ihren Medienkonsum, mit allem was dazu gehört.

- Welche Medienformate nutzen Sie?
- Warum gerade diese?
- Was ist das Ziel respektive das Bedürfnis hinter dem Medienkonsum (Information, Zeitfüllen, Unterhaltung)
- Wie würden Sie Ihren Medienkonsum beschreiben, als bewussten oder eher unbewussten Konsum und warum?

4. Printmedien

Einstiegsphrase zur Definition: Legen wir den Fokus nun spezifisch auf Printmedien. Darunter fallen alle auf Papier gedruckten Inhalte wie Texte, Bilder und Grafiken.

Einstiegsfrage: Was fällt Ihnen spontan zu Printmedien ein und welche Formate kennen Sie? (*Hilfestellung: Wochenzeitungen, Tageszeitungen, Zeitschriften, Bücher, Bildbände*)

- Inwiefern fühlen Sie sich im Umgang und in der Nutzung von Printmedien vertraut?
- Welche Printmedienformate nutzen Sie?
- In welchen Situationen greifen Sie auf Printmedien zurück und welchen speziellen Nutzen verbinden Sie mit Printmedien?
- Unter welchen Umständen würden Sie z.B. eine Tageszeitung lesen?
- Was schätzen Sie an Printmedien, was nicht?
- Was haltet Sie davon ab Printmedien zu nutzen?
- Lese- und Konsumerlebnis: Was ist für Sie angenehmer, analog oder digital?

5. Digitalisierung

Mündliche Einführung: Die Digitalisierung umfasst im weitesten Sinne alle Möglichkeiten, die durch Technologien wie Computer, Internet und Smartphones geschaffen werden und für Sie nutzbar sind.

Was verstehen Sie unter der Digitalisierung?

- Inwiefern nehmen Sie die Digitalisierung als positiv wahr?
- Was stört sie an der Digitalisierung?

Mündliche Einführung: Beschreiben Sie berufliche oder private Situationen, in denen Sie sich von der Digitalisierung, ihren Einflüssen und Informationen überfordert oder gestresst fühlen. Momente, in denen für Sie alles zu viel wird.

- Was lösen diese Situationen in Ihnen aus?
- Wie reagieren Sie auf solche Situationen?
- Was unternehmen Sie dagegen?
- Was wünschen Sie sich in solchen Situationen?
- Wie entziehen Sie sich der digitalen Welt?

(Hilfestellung: Persönliches Beispiel Jogging)

- Haben Sie manchmal das Gefühl, die Nutzung respektive der Konsum von digitalen Medien und Inhalten haben negative Auswirkungen auf Sie? Wenn ja, wie äussert sich dies?

6. Abschluss

- Gibt es noch Aspekte, welche nicht thematisiert wurden, die Sie wichtig finden?

7.3 Protokollierung der Interviews

Interview: N.W. (weiblich, 26 Jahre)

Bitte stelle dich anhand einer kurzen persönlichen Beschreibung vor:

Mein Name ist N.W. und ich arbeite im Detailhandel im Bereich Mode. Ich bin Mutter eines vierjährigen Sohnes. Meine Interessen sind im handwerklichen Bereich angesiedelt, wie Nähen und Basteln. Mir ist ein toleranter Umgang mit meinen Mitmenschen wichtig und dass jeder seine Verantwortung in der Gesellschaft übernimmt.

Block 1 Medien:

Als Einstiegsfrage in den Medienblock: Welche Medienformate kommen dir spontan in den Sinn? Zeitschriften, Fernseher, Apps, Radio. Social-Media habe ich unter dem Begriff Apps zusammengefasst.

Nun geht es um deinen persönlichen Medienkonsum. Stell dir vor du stehst am Morgen auf und hast einen ganz normalen Tag vor dir. Beschreib anhand deines Tagesablaufs deinen Medienkonsum.

Am Morgen kurz nach dem Aufstehen nutze ich keine Medien, trinke zuerst mal einen Kaffee und kümmere mich um meinen Sohn. Nachher kommt es darauf an, ob ich arbeiten gehe oder nicht. Den ersten Kontakt mit Medien habe ich auf dem Arbeitsweg im Tram. Dann lese ich eine 20 Minuten oder Blick am Abend, nehme sie nicht mit, sondern überfliege nur die Titelseite. Den Tag durch nutze ich regelmässig Facebook und die Huffpost. Ich schaue momentan recht bewusst auf den Konsum von News, weil sehr viele Informationen, die in den sozialen Medien gepostet werden, nicht stimmen oder sehr einseitig dargestellt werden. Ich fühle mich durch solche negativen Berichterstattungen zu Themen wie dem IS oder der Flüchtlingskrise gestresst und sie lassen mich nicht mehr los. Im Nachhinein stellt sich jedoch oft heraus, dass nur die halbe Wahrheit berichtet wurde und meine ganze Aufregung unbegründet ist. Der Verzicht ist zu meinem eigenen Schutz.

Ich bin täglich bei meinen Eltern und dort läuft den ganzen Tag der Radio. Ansonsten lese ich das Neon sehr gerne, welches für mich eine angenehme Mischung aus Aktuellem, Beziehung und Themen ist, die junge Erwachsene interessieren.

Was ist das Bedürfnis, das hinter deiner Mediennutzung/Konsum steht?

Es gibt für mich zwei Ebenen. Entweder es ist ein Thema, dass mich interessiert und man sucht aktiv nach dem und will mehr darüber erfahren. Hier steht klar das Interesse im Vordergrund aber sonst nutze ich Medien, weil mir oft langweilig ist. Ich bin im Arbeitsalltag oft auf Facebook und bleibe auf der Seite hängen. Dies geschieht nicht aus Interesse, sondern unbewusst.

Empfindest du deinen Medienkonsum als bewussten Konsum oder verfolgt er kein bewusstes Ziel?

Ich denke es ist beides. Zurzeit sicher einen bewussteren Konsum, weil ich nicht alles wissen will und ich mich bewusst abgrenze, da es mich ansonsten zu stark beschäftigt.

Im nächsten Block geht es um Printmedien, also alle Inhalte, die auf Papier gedruckt sind. Inwiefern ist dir der Umgang mit Printmedien vertraut?

Ich habe Printmedien sehr gerne und empfinde sie angenehmer zu lesen als Inhalte auf Bildschirmen. Ich nehme sie auch gerne mit. Sie sind eine gute Abwechslung zum Smartphone. Printmedien sind in ihrem Inhalt begrenzt, wenn man den Artikel oder die Zeitung gelesen hat, ist die Zeitung oder der Artikel fertig, während bei digitalen Medien immer wieder neue Themen und Inhalte vorgeschlagen werden. Es fällt mir daher bei digitalen Medien schwerer aufzuhören und ich fühle mich mit den konsumierten Inhalten überfordert. Bei Printmedien, muss man die Auswahl bezüglich Titel und Inhalt im Vorhinein treffen und ob einem die Berichterstattung angenehm ist. Sind die Texte gelesen gibt es keine weiteren Inhalte mehr. Man ist nicht den Unmengen an Informationen ausgesetzt und man verliert sich weniger in Themen, die einem eigentlich gar nicht interessieren und oft sogar stressen.

In welchen Situationen greifst du auf Printmedien zurück und welchen speziellen Nutzen haben sie für dich?

Ich habe das Neon abonniert. Dieses lese ich immer komplett. Es ist auch unsere klassische Toilettenlektüre. Zusätzlich haben wir das Magazin Wir-Eltern, wegen den guten Bastelideen. Ansonsten kaufe ich mir gerne weitere Bastel- und Nähzeitschriften. Ich empfinde Printmedien angenehmer zu lesen als auf dem Bildschirm. Zum Beispiel, wenn man eine Stunde Zug fährt. Bei Zeitungen lese ich nur einzelne Berichte, wenn mir mein Vater einen spannenden Artikel hinlegt.

Was hält dich davon ab eine Zeitung zu lesen?

Ich weiss nicht, wann ich das in meinen Alltag einbauen soll. Ich stöbere manchmal am Abend noch in Zeitungen. Aber richtig Zeit zum Lesen einer Zeitung nehme ich mir selten. Ich lese einfach lieber Zeitschriften als Zeitungen. Wieso, weiss ich auch nicht genau. Es liegt wahrscheinlich am Inhalt und wie sie aufgebaut sind. Es geht ja bei Zeitschriften mehr um Berichte als brandaktuelle News. Ich habe mich auch gefragt, ob es mit dem Gröszenformat einen Zusammenhang hat. Im Tram kann man aufgrund des Platzes keine Zeitung lesen. Auch im Laden auf dem Tresen geht das nicht. Eine Zeitschrift ist darum für mich einfacher in der Handhabung. Ich bin mir aber nicht wirklich sicher warum ich keine Zeitung lese. Ich kann ja auch meinen Vater fragen, wenn mich etwas interessiert.

Was schätzt du an Printmedien?

Ich finde Printmedien angenehmer zu lesen. Der Konsum ist bewusster, da man sich hinsetzt und die Zeitschrift aufschlägt. Der Sinn vom Abschalten durch Lesen geht mit dem Smartphone verloren, da mein Sohn dann ständig Youtube-Videos schauen will und ich mit ihm darum streiten muss.

Was stört dich an Printmedien?

Grundsätzlich nichts. Der Preis ist mir einfach manchmal zu hoch. Würde mir jemand die Zeitschrift ausleihen, würde ich sie bestimmt lesen. Der Preis hält mich aber davon ab sie zu kaufen. Ich habe keine zwanzig Franken für eine Zeitschrift. Darum habe ich dem Kiosk nebenan gesagt, sie sollen Zeitschriften ausleihen mit einer Tagesgebühr.

Was spielt das Design und der Druck für eine Rolle?

Design und der Druck spielen als Verkaufsargument eine grosse Rolle, ob ich sie lesen würde aber nicht. Als Beispiel in Arztpraxen lese ich alle Zeitschriften, auch solche die ich nie kaufen würde.

Block 2 Digitalisierung:

Mündliche Einführung: Die Digitalisierung umfasst im weitesten Sinne alle Möglichkeiten, die durch Technologien wie Computer, Internet und Smartphones geschaffen werden und für dich nutzbar sind.

Was ist für dich Digitalisierung?

Ist für mich noch schwierig, da ich noch nie in einem Bereich gearbeitet habe, in dem man einen Computer brauchte. Gemerkt habe ich es bei den Fotos. Als Kind haben wir die Filme noch zur Entwicklung eingeschickt. Heute können wir sie direkt auf den Computer laden. Ich benütze auch eigentlich in meinem Umfeld nur Whatsapp und schreibe trotzdem jede Woche noch eine Postkarte.

Wie empfindest du die zunehmende Digitalisierung und was sind positive sowie negative Aspekte?

Ich empfinde die zunehmende Verschiebung in den digitalen Raum als lästig. Sicher es ist praktisch, dass viele Dinge einfacher zugänglich sind. Man ist schnell an der Information. Sucht man zum Beispiel ein Paar Schuhe, muss man nicht mehr jedes Geschäft abklappern, sondern geht direkt ins Internet. Man ist schneller an der Information, aber es stumpf auch ab. Ich sehe jeden Tag Personen, die das Smartphone als GPS brauchen anstatt jemanden zu fragen. Ich verstehe, dass es praktisch ist und ich nutze es ja auch. Dadurch dass man ständig an der Informationsquelle ist, kann man sich sehr einfach vom normalen Leben abgrenzen. Man findet alle Informationen, ohne auf andere Personen angewiesen zu sein. Offensichtlich wird es im öffentlichen Verkehr, dort sitzen alle nur noch vor ihren Bildschirmen, ohne miteinander zu sprechen. Mich stört es, dass man lieber mit virtuellen Personen kommuniziert anstatt mit den anwesenden Menschen. Es birgt die Gefahr, dass man sich durch das Smartphone, von der Situation in der man sich befindet, ablenken lässt. Es ist auch einfach, in die virtuelle Welt zu flüchten.

Gibt es berufliche oder private Situationen, in denen dich die Digitalisierung überfordert? Wenn ja, wie äussert sich das?

Ich verspüre recht schnell eine Reizüberflutung von all den Informationen, die auf mich wirken. Am meisten stört mich, dass viele Informationen entweder falsch oder schlecht recherchiert sind. Ich müsste mich hier einfach besser abgrenzen können.

Was unternimmst du dagegen?

Es hilft mir, wenn ich mich nur noch auf Plattformen bewege, denen ich vertrauen kann und auf denen ich mich wohlfühle. So übernehmen diese Plattformen für mich schon eine gewisse Filterfunktion und man bekommt nicht die ganze ungefilterte Ladung an Informationen. Ich habe auch gemerkt, dass mich die Informationsflut am Abend und kurz vor dem Schlafen stressen. Aus diesem Grund nutze ich fast keine digitalen Inhalte mehr vor dem Schlafen und lese lieber ein Buch, um etwas abschalten zu können.

Hast du manchmal das Gefühl, dass die Nutzung von digitalen Medien/Inhalten negative Auswirkungen auf dich haben? Wenn ja, wie äussert sich das?

Absolut. Ich habe eigentlich immer das gleiche Problem in der Abgrenzung. Ich habe aber nicht das Gefühl, dass es eine Auswirkung auf meine Arbeitsleistung hat.

Interview: J.G. (männlich, 25 Jahre)

Bitte stelle dich anhand einer kurzen persönlichen Beschreibung vor:

Mein Name ist J.G., ich bin 25 Jahre alt und von Beruf gelernter Schreiner. Während meiner Zeit im Zivildienst habe ich in einem behinderten Heim gearbeitet und bereite mich nun auf die Berufsmaturität vor und möchte langfristig an die pädagogische Hochschule. In meiner Freizeit betätige ich mich gerne kreativ im Bereich Musik und Malerei. Mir ist es wichtig, dass alle Menschen fair behandelt werden und man sich gegenseitig unterstützt. Persönlich bin ich auch eher ein harmoniebedürftiger Mensch.

Block 1 Medien:

Als Einstiegsfrage in den Medienblock: Welche Medienformate kommen dir spontan in den Sinn? Radio, Zeitung, Internet, Magazin, Fernsehen.

Nun geht es um deinen persönlichen Medienkonsum. Stell dir vor du stehst am Morgen auf und hast einen ganz normalen Tag vor dir. Beschreibe anhand deines Tagesablaufs deinen Medienkonsum.

Die klassischen Zeitungen wie Tagesanzeiger, NZZ und 20 Minuten lese ich eigentlich nicht, auch keine Gratiszeitungen und Online-Zeitungen. Wenn ich eine Zeitung lese, dann eher noch eine reguläre Zeitung und das vorwiegend am Wochenende. Im Alltag verwende ich wohl das Internet am Meisten, mit dem Ziel den persönlichen Interessen nachzugehen. Dazu gehört vor allem YouTube, Google und Wikipedia. Auf den sozialen Netzwerken bin ich nicht vertreten. Ich hatte früher mal einen Twitter-Account, den ich allerdings nie wirklich genutzt habe.

Was ist das Bedürfnis respektive Ziel, das hinter deiner Mediennutzung/Konsum steht?

Es gibt zwei Aspekte: Als erstes gibt es die Informationsbeschaffung, zum Beispiel durch Wikipedia oder sonstigen Websites. Hier geht es meistens um Begriffserklärungen oder Erklärungsvideos zu den verschiedensten Themen via YouTube. Das zweite Bedürfnis ist Unterhaltung im Sinne von Zeitvertreib und Spass. Beispiele sind lustige Videos oder Wurfvideos von „Dude Perfect“.

Du bewegst dich eigentlich bezüglich deiner Mediennutzung nur im digitalen Raum und liest auch eigentlich keine Printmedien. Kannst du noch das Beispiel von der Zeitung am Wochenende ausführen?

Ich halte mich am Wochenende oft in einem Café auf und dort hat es Zeitungen. Ich trinke dann einen Kaffee und lese dazu meistens die ganze Zeitung über alle Themenbereiche hinweg. Der Grund warum ich dies nur am Wochenende mache, ist der Zeitmangel unter der Woche. Im Prinzip hat man ja den Zugang zu den Medien relativ einfach, auch aufgrund von Gratiszeitungen. Aber diese sprechen mich nicht an, da ich alle lesen müsste, um ein abgerundetes Bild zu erhalten. Aus diesem Grund lese ich dann am Wochenende qualitativ hochstehende Zeitungen wie den Tagesanzeiger oder die NZZ.

Wie sieht es in deinem Beispiel mit den verfolgten Zielen aus? Ist es eher Unterhaltung oder Information?

Es ist sicher beides. Einzelne Themenbereiche sind sehr informativ und andere liest man eher zur Unterhaltung oder zum Zeitfüllen. Aber der Informationsaspekt ist sicher der wichtigere. Ich lese Zeitungen nicht weil mir langweilig ist, sondern um Informationen zu erhalten.

Was spielt der Zeitaspekt für eine Rolle in deinem Beispiel?

Es ist für mich ein wenig Tradition geworden. Ich richte mir das auch bewusst so ein. Es ist wichtig, dass das ganze Rundherum stimmt. Du hast deinen Kaffee, es regnet draussen und man sitzt gemütlich in seinem Stuhl. Man zelebriert es, man kann sich richtig Zeit lassen und muss nicht effizient sein. Man kann eine halbe Seite auch in zwei Stunden lesen und es ist völlig egal. Man kann sich in die Zeitung vertiefen und sich gehenlassen und muss auch nicht die ganze Zeitung lesen. Alles rundherum spielt keine Rolle in diesem Moment. Es ist eine Symbiose aus Entspannung und Informationen. Das Rundherum ist entspannend, aber man nimmt auch etwas mit.

Welcher Teil deines Rituals ist wichtiger, die Zeitung oder das Setting des Cafés?

Ich glaube nicht, dass ich in erster Linie wegen der Zeitung ins Café gehe. Aber ich überlege mir im Vorhinein schon, ob ich ein Buch mitnehmen soll oder nicht. Wenn ich ein Buch habe, mache ich das ganze Ritual mit einem Buch. Eigentlich ist die Zeitung Stellvertreter.

Empfindest du deinen Medienkonsum als bewussten Konsum oder verfolgt er kein bewusstes Ziel? Beschreibe dies kurz anhand von konkreten Beispielen.

Ich denke es ist zwangsläufig eher ein unbewusster Konsum. Wenn man im Internet surft, liest man schnell noch einen Bericht hier und dort, ohne sich bewusst hinzusetzen und sich eine im Vorhinein klare Vorgabe zu machen. Ich denke das passiert sehr viel und ausschliesslich im digitalen Bereich. Es ist oft auch ein Aspekt des Zeitfüllens. In diesem Moment konsumiere ich einfach. Ich setze mich auch nicht bewusst mit den Inhalten auseinander. Die überflogenen Inhalte merkt man sich auch nicht.

Was ist der Nutzen dieser Art von Konsum?

Ganz ehrlich, nicht viel. Man hat sich selber betrogen. Man hat das Gefühl man informiert sich und es ist ja auch wichtig, dass man sich informiert, aber im Prinzip hat man nichts davon. Man hat es nur gemacht, um Zeit zu überbrücken.

Im nächsten Block geht es um Printmedien, also alle Inhalte, die auf Papier gedruckt sind. Inwiefern ist dir der Umgang mit Printmedien vertraut?

Ich bin sehr vertraut mit Printmedien. Ich lese sehr gerne Bücher. Sie sind für mich ein Zeitdokument. Früher hatte man nur Bücher und ich finde es schade, dass sie am aussterben sind.

Welchen speziellen Nutzen haben sie für dich?

Ich nutze Printmedien oft auch zur Erstellung von Collagen oder als Packpapier. Ansonsten habe ich keinen speziellen Nutzen, ich sammle auch keine Magazine oder sonstige Zeitung. Alte Zeitschriften und Zeitungen sind heute wahrscheinlich viel Wert als Sammlerstück. Heute hat man den Wert gar nicht mehr, weil alle Informationen so schnell um die Welt gehen, so dass eine Zeitung heute gar nicht mehr so gefragt ist. Das kann sich aber wieder ändern, wenn es gar keine mehr gibt. Meine Bücher behalte ich schon und leihe sie auch gerne an Freunden aus. Bücher haben für mich schon einen Wert. Ich habe ein, zwei Bücher, die ich für meine Kinder behalte. Magazine, Zeitschriften und Zeitungen entsorge ich, wenn ich sie nicht mehr brauche.

Nochmals zur Ergänzung zu deinem Beispiel: Unter welchen Umständen würdest du eine Tageszeitung lesen?

Ich lese eine Zeitung nur, wenn ich Zeit habe und ich die Zeitung bewusst lesen kann. Es muss nicht immer ein Café-Ambiente sein. Es kann auch an einem anderen Ort sein. Im öffentlichen Verkehr würde ich jetzt keine Tageszeitung lesen. Ich lese lieber an einem ruhigen Ort, an dem ich mich ganz auf das Gelesene konzentrieren kann.

Was stört dich an Printmedien?

Nichts, mir gefällt der Druck auf Papier. Daran habe ich nichts auszusetzen.

Lese und Konsumerlebnis: Was ist für dich angenehmer analog oder digital?

Analog ist für mich angenehmer. Man hat viel mehr mit der Materie zu tun. Es geht um das geschriebene Wort. Man kann das Papier anfassen, darin blättern. Ich empfinde analog als ehrlicher, auch wenn es vielleicht umständlicher ist. Man kann in den Text schreiben, sich etwas notieren oder unterstreichen.

Als kleines Experiment mit dir: Was müsste man verändern, um das Printmedium wieder attraktiver zu gestalten? Mit dem Ziel, dass man sich wieder vermehrt auf die ausgedruckte Version fokussiert.

Eine Möglichkeit ist das Konsumerlebnis der Leser viel interaktiver zu gestalten. Dass man sich seine Zeitung direkt bei der Druckerei holen gehen kann und so einen tieferen Einblick erhält. Die gelesene Zeitung kann man wieder zurückbringen und gegen eine neue eintauschen. Man muss aus dem Zeitunglesen ein Erlebnis machen. Das kann man im Internet nicht, da man nur auf den Knopf drücken muss.

Fehlt dir die Verbindung zur Zeitung respektive zur Person, die die Artikel verfasst?

Ich weiss es nicht. Im Internet kann man alles schreiben, es kommt nicht darauf an, man sieht ja nur das Kürzel. Wenn man das Ganze nun personifiziert und mit einer realen Person verbindet und man diesen Autor sympathisch findet, liest man viel eher seine Artikel. Durch den stärkeren Bezug zu den Verfassern ist man automatisch auch bereit, den Zeitungstitel zu unterstützen. Vielleicht kann man das auch mit Lesungen erreichen, damit die Kunden die Autoren besser kennen lernen und sich auch mit ihnen austauschen können. Ich glaube das schnelllebige bricht uns irgendwann das Genick. Dem kann man

entgegenwirken, wenn der Mensch wieder eine stärkere Rolle spielt und es weniger Hektik und Konsum gibt.

Es ist eine der Schwächen der Printmedien, dass sie mit der Schnellebigkeit nicht mithalten können. Siehst du eine Möglichkeit, dass man sich in Printmedien nur auf Themengebiete bezieht, welche dem Zeitaspekt weniger ausgesetzt sind?

Nein ich glaube nicht. Es gibt immer noch aktuellere Informationen. Wir sind sehr lange ohne das Internet ausgekommen und es hat bestens funktioniert. Es stellt sich die Frage, wie notwendig die ständige Information ist. Man wird über die wichtigen Dinge sowieso informiert. Vielleicht nicht umgehend nach dem Ereignis, aber spätestens am Mittag oder am Abend. Die ewige Erreichbarkeit und dass der Mensch immer alles sofort haben muss, ist mir nicht sympathisch. Wir müssen wieder lernen zu warten. Das würde uns guttun. Wenn man etwas wartet, kann man sich auch eine bessere Meinung bilden und es würden gehaltvollere und reflektiertere Artikel entstehen. Aber finde mal jemand, der drei Tage warten will und nicht schon alles weiss. Die Idee ist super, aber ich glaube nicht, dass es den Konsum von Printmedien ankurbeln würde.

Block 2 Digitalisierung:

Mündliche Einführung: Die Digitalisierung umfasst im weitesten Sinne alle Möglichkeiten, die durch Technologien wie Computer, Internet und Smartphones geschaffen werden und für dich nutzbar sind.

Wie empfindest du die zunehmende Digitalisierung und was sind positive sowie negative Aspekte?

Grundsätzlich ist die Digitalisierung etwas Sinnvolles. Das Zwiespältige an der Digitalisierung ist die ständige Erreichbarkeit. Es ist sehr praktisch, wenn man sich spontan treffen will oder unbedingt jemanden erreichen muss. Die Kehrseite ist, man ist immer erreichbar. Ich höre sehr gerne Musik und ich finde es genial, kann ich im Internet alles gratis und zu jederzeit herunterladen. Aber es wäre auch schön, gäbe es noch mehr Plattenläden. Auch bei Dienstleistungen, die sich ins Internet verschieben, wie Online-Banking, ist es sinnvoll. Jeder der sich komplett gegen die Digitalisierung stellt, hat seine Haltung nicht durchdacht. Aber es ist und bleibt eine Hassliebe. Ein weiterer Punkt ist:

Durch all die Plattformen haben nun die Leute das Gefühl sie müssten sich dauernd mitteilen und sich zu spezifischen Themen äussern. Alles in allem ist die Digitalisierung ein Schritt, den man machen musste. Nun muss man einfach schauen, dass nicht alles in den digitalen Raum verlegt wird. Sollte etwas mit dem Internet geschehen, sind wir nicht mehr funktionsfähig.

Beschreibe berufliche oder private Situationen, in denen du dich von der Digitalisierung, ihren Einflüssen und Informationen überfordert oder gestresst fühlst. Momente, in denen für dich alles zu viel wird.

Die Informationsflut, die im Internet entsteht, kann überfordern, in dem ich nach zig Artikeln immer noch nicht alle Meinungen gelesen habe, um mir ein genaues Bild machen zu können. Ich fühle mich in solchen Situationen ein bisschen hilflos.

Hast du manchmal das Gefühl, dass die Nutzung von digitalen Medien/Inhalten negative Auswirkungen auf dich haben? Wenn ja, wie äussert sich das?

Es passiert mir relativ oft bei YouTube, dass ich die Zeit komplett vergesse und ich erst sehr spät ins Bett gehe. In solchen Situationen hätte ich im Nachhinein lieber ein Buch gelesen und nach einer Stunde geschlafen. Es äussert sich auch in einer gewissen Unzufriedenheit, weil ich nicht gut einschlafen kann. Auch wenn ich es weiss, dass ich wohl besser ein Buch lesen würde, nehme ich trotzdem jedes Mal das Smartphone. Es ist eine einfachere Art des Konsums, in dem man sich passiv Verhalten kann. Beim Buch muss man noch selber lesen und denken.

Wie wirken die neuen Kommunikationsmöglichkeiten negativ auf dein Wohlbefinden?

Ich habe weniger Mühe mit den eingehenden Nachrichten, da man diese relativ gut ignorieren kann. Sei es in dem man sie auf lautlos stellt oder den Flugmodus einschaltet. Die Eigendisziplin zu haben, digitale Inhalte nur noch in einem vernünftigen Ausmass zu konsumieren ist viel schwieriger.

Interview: N.L. (männlich, 24 Jahre)

Bitte stelle dich anhand einer kurzen persönlichen Beschreibung vor:

Mein Name ist N.L. Ich bin ursprünglich gelernter Kaufmann und habe aufgrund des Zivildienstes in einem Pflegeheim mit körperlich behinderten Menschen gearbeitet. Zurzeit hole ich die Berufsmatura auf dem zweiten Bildungsweg nach. Meine grosse Leidenschaft ist kochen. Ich organisiere mit Freunden drei bis vier Catering-Anlässe im Jahr.

Für mich als Person ist es wichtig, dass man glücklich ist mit dem was man macht und Spass daran hat.

Block 1 Medien:

Als Einstiegsfrage in den Medienblock: Welche Medienformate kommen dir spontan in den Sinn? Zeitung, Blog, Radio, Fernseher.

Nun geht es um deinen persönlichen Medienkonsum. Stell dir vor du stehst am Morgen auf und hast einen ganz normalen Tag vor dir. Beschreib anhand deines Tagesablaufs deinen Medienkonsum.

Am Morgen lese ich hauptsächlich Zeitung auf dem Smartphone. Ich hatte mal die Wochenzeitung abonniert, aber jetzt auch nicht mehr. Am Abend nutze ich den Fernseher für Tageschau und Nachrichten.

Wie sieht es mit Social-Media und Internet aus?

Ich bin ein reger Nutzer von Facebook, Instagram und Snapchat. Bei Facebook hat man als Jugendlicher sich einfach ein Profil erstellt, ohne gross darüber nachzudenken. Ich nutze es, um mit Leuten aus der ganzen Welt in Kontakt zu bleiben. So kann ich mit Bekanntschaften von meiner Weltreise auf eine schnelle, günstige und unkomplizierte Art in Verbindung bleiben. Ich schätze, dass die Kommunikation dadurch sehr viel schneller und mobiler geworden ist. Snapchat nutze ich nur zur Unterhaltung, um unter Kollegen lustige Bilder und Videos zu verschicken. Ich poste eigentlich nicht viele Fotos, aber das Format von Instagram sagt mir zu. Man sieht Fotos von Personen und Dingen, die einem interessieren und kann so Inhalte auf eine sehr konzentrierte Weise konsumieren. Es handelt sich hierbei um Themenbereiche wie Sport, Musik und Freunde.

Was ist das Bedürfnis, das hinter deiner Mediennutzung steht?

Neben dem Unterhaltungsaspekt von Social-Media gibt es für mich klar das Bedürfnis nach Information. Ich lese täglich Tageszeitungen wie die Zeit. Bei Schweizer Tageszeitungen wie 20 Minuten überfliege ich nur kurz die Titel und den Newsfeed. Ich nehme die Informationen gar nicht wirklich auf. Ich nutze diese Zeitungen alle in digitaler Form. Ich hatte mal die Wochenzeitung abonniert, aber es ist zu viel Altpapier und digital auf dem Smartphone oder Laptop ist es praktischer. Ich lese auch gerne auf dem Laptop, weil es mich im Vergleich zu anderen Personen nicht ermüdet. Ich sehe dabei den Vorteil, dass man viel schneller an der Quelle ist zwischen verschiedenen Titeln wechseln kann. Bei Büchern kann ich es jedoch mir gar nicht vorstellen, diese digital oder online zu lesen. Ein Buch muss riechen, es muss Eselsohren haben, man muss reinschreiben können. Es ist etwas Traditionelles, das ich in der Schule brauche. Im Vergleich zu den Zeitungen habe ich zu Büchern eine viel stärkere Verbindung und finde es schön, eine eigene Büchersammlung zu haben.

Inwiefern nutzt du Medien, um Zeit zu überbrücken?

Sehr oft, vor allem die sozialen Netzwerke. Eigentlich permanent, wenn ich nichts zu tun habe. Man schaut dann auf das Smartphone, nimmt es aber gar nicht so wahr. Sondern macht es, dass man es gemacht hat. Es ist keine konkrete Aufnahme von Informationen. Man schaut, was gelaufen ist und wer was gemacht hat. Eigentlich eine stupide Handlung. Wahrscheinlich kann man es sogar als Sucht bezeichnen.

Empfindest du deinen Medienkonsum als bewussten Konsum oder verfolgt er kein bewusstes Ziel?

Ich denke vieles ist unbewusst und ist zur Routine geworden. Vor allem die Nutzung der sozialen Medien ist Routine, es passiert einfach. Wenn ich etwas Bestimmtes suche, ist es sicher bewusst.

Was sind das für Routinen?

Als Beispiel: In der Schule habe ich 45 Minuten Unterricht und dann geht man in die Pause. Ich rauche dann eine Zigarette und schaue gleichzeitig auf das Smartphone, ob jemand etwas gepostet hat oder ob man eine Nachricht erhalten hat. Ich denke, dass die Nutzung von sozialen Medien sehr unbewusst ist, da man im Vergleich zum SMS oder Whatsapp selten direkt angeschrieben wird und es darum so eher zur Routine wird.

Legen wir nun den Fokus auf Printmedien, also alle Inhalte, die auf Papier gedruckt sind. Inwiefern ist dir der Umgang mit Printmedien vertraut?

Auch wenn ich eigentlich nur noch digital unterwegs bin, fühle ich mich im Umgang mit Printmedien trotzdem sehr vertraut, weil ich Printmedien früher sehr viel genutzt habe. Wir hatten früher immer den Tagesanzeiger zu Hause und das Magazin habe ich auch immer gelesen. Bücher nutze ich immer noch sehr regelmässig. Ich lese jeden Monat ungefähr ein Buch. Aber abgesehen von literarischen Büchern hat sich die Nutzung von Printmedien im Zuge der Digitalisierung auf ein Minimum beschränkt.

Was ist der Grund dafür?

Es ist einfach praktischer. Es braucht kein Papier. Ich glaube nicht, dass ich aus diesem Grund aufgehört habe Printmedien zu nutzen. Aber im Nachhinein macht es für mich absolut Sinn. Bei den Büchern will ich dennoch nicht auf das Printformat verzichten.

Spielt der Preis eine Rolle?

Es ist unbewusst eine Frage des Preises, da man im Internet die Artikel und Beiträge gratis oder günstiger lesen kann.

Welche Printmedien nutzt du neben den Büchern sonst noch?

Die Zeitschrift Reportage lese ich noch.

In welchen Situationen greifst du auf Printmedien zurück und welchen speziellen Nutzen haben sie für dich?

Ich nutze Bücher zur Unterhaltung. Ich lese sehr gerne und habe schon immer gelesen. Es ist ein Hobby von mir, wenn man so will. Es beruhigt mich. Ich lese sehr viel in Feriensituationen, weil ich dann auch viel Zeit habe, mich mit Literatur auseinander zu setzen. Zeitschriften stechen mir ins Auge, wenn es sie ein Thema behandeln, das mich interessiert oder der Einband des Magazins mir gefällt. Ungefähr einmal im Monat kaufe ich so eine Zeitschrift. Auch die Wochenzeitung kaufe ich mir manchmal, aber auch sehr spezifisch aufgrund des Inhaltes, der mich interessiert.

Wie unterscheidet sich das verfolgte Ziel zwischen der Nutzung von Printmedien und digitalen Inhalten?

Es unterscheidet sich zuerst mal in der Auswahl der Titel, die ich nutze. Ich nutze die Online-Zeitungen zur Information und die sozialen Medien zur Unterhaltung. Auch Magazine, die man online lesen kann sind für mich zumindest teilweise Unterhaltung. Man kann sagen, dass ich Printmedien mehr zur Unterhaltung nutze und digitale Medien, abgesehen von den sozialen Medien, mehr zur Informationsbeschaffung verwende.

Unter welchen Umständen würdest du eine Tageszeitung im Printformat lesen?

Sofern eine Tageszeitung herumliegt, lese ich sie schon. Ich würde sie mir einfach nicht kaufen. Wieso soll ich dafür zahlen, wenn sie auf dem Smartphone gratis ist. Mir gefällt, das Format auch nicht wirklich. Es braucht mir zu viel Platz und digital ist sie viel kompakter. Wenn ich mir die Zeit nehmen würde eine Zeitung im Printformat zu lesen, dann wohl eher am Wochenende. Ich persönlich sehe den Vorteil einer Tageszeitung im Printformat hinsichtlich der Digitalisierung nicht.

Wie ist es bei anderen Printformaten?

Grundsätzlich nicht, nur schon der ökologische Aspekt spricht dagegen. Bei den Büchern ist das anders, da bin ich etwas nostalgisch veranlagt. Auch bei Zeitschriften ist es anders. Diese würde ich ebenfalls lieber in Printformat lesen, da man sie auch zu Hause auslegen und immer wieder anschauen kann. Ich glaube der Zeitaspekt spielt eine wichtige Rolle. Bei einem Buch und auch bei einer Zeitschrift muss man sich viel mehr Zeit nehmen. Man liest diese Formate nicht in einem Tag und entsorgt sie dann. Man kann sich auch viel eher an die gelesenen Inhalte erinnern. Bücher und Zeitschriften kann man auch teilen und ausleihen, bei Zeitungen macht man das nicht.

Lese und Konsumerlebnis: Was ist für dich angenehmer analog oder digital?

Bücher sicher auf Print. Ich kann mich nicht so lange am Bildschirm konzentrieren. Speziell wenn er noch klein ist. Es hängt viel davon ab wie gross die Fläche ist, auf der man lesen kann. Zum Beispiel lese ich Zeitungen auf dem Computerbildschirm viel genauer als auf dem Smartphone und auch das Buch ist ungefähr gleich gross, wie ein normaler Computerbildschirm.

Block 2 Digitalisierung:

Mündliche Einführung: Die Digitalisierung umfasst im weitesten Sinne alle Möglichkeiten, die durch Technologien wie Computer, Internet und Smartphones geschaffen werden und für dich nutzbar sind.

Wie empfindest du die zunehmende Digitalisierung und was sind positive sowie negative Aspekte?

Ich musste am Anfang meiner Berufslehre die Rechnungen immer ausdrucken, um sie verarbeiten zu können. Dank der Digitalisierung konnten wir sie ein Jahr später digital auf dem Bildschirm anzeigen lassen und mussten es nicht mehr jedes mal sinnlos ausdrucken. Diese Entwicklung empfinde ich zumindest in beruflicher Hinsicht als sehr positiv, da es Kosten und Ressourcen spart. Ich schätze auch den Kontakt via digitale Kommunikationskanäle und die Möglichkeit mit entfernten im Kontakt bleiben zu können.

Was mich nervt, ist der Zwang ständig online sein zu müssen. Ich habe dies auf meiner Reise sehr genossen, als ich das Smartphone den ganzen Tag nicht benutzen musste, da es nirgends eine Internetverbindung gab. Es gibt halt beide Seiten. Einerseits schätze ich die Vorteile mit allem verbunden zu sein und auf alles zugreifen zu können, andererseits mag ich eine gewisse Ruhe und Unabhängigkeit von den Einflüssen der Digitalisierung.

Beschreibe nun berufliche oder private Situationen, in denen du dich von der Digitalisierung, ihren Einflüssen und Informationen überfordert oder gestresst fühlst. Momente, in denen alles zu viel wird.

Was mich nervt, sind lange E-Mails und SMS. Ich habe E-Mails seit meiner Ausbildung auch nicht mehr wirklich benutzt. In unserem Kochprojekt sind wir fünf Personen, welche nun im Vorfeld eines Projektes E-Mail schreiben und sich gegenseitig antworten, so dass der Inhalt schnell explodiert und völlig unübersichtlich wird. Dies wird mir der Zeit zu blöd und ich greife zum Telefon und rufe lieber kurz an, anstatt die Situation mit zu langen E-Mails noch zu verschlimmern. Ich hasse diese Situationen, da ich mit so einer unübersichtlichen Informationsflut auch nicht umgehen kann.

Gehen wir nochmals zurück zu deiner Reise. Du hast damals die digitalisierungsfreie Zeit genossen. Gibt es auch noch private Situationen, in denen dich die Digitalisierung überfordert? Ich habe mal für ein halbes Jahr, alle meine sozialen Netzwerke gelöscht. Mich nervte die ganze Belanglosigkeit der sozialen Netzwerke und ich habe den Sinn dahinter nicht mehr gesehen. Ich wollte am Trend alles zu teilen und zu posten nicht mehr teilhaben, weil es am Ende des Tages auch niemanden wirklich interessiert und es nur ein Aufspielen und Positionieren von Personen ist. Wobei es für solche Projekte, wie wir es durchführen, doch auch immer noch sehr praktisch ist. Man kann auf eine sehr einfache Art viele Personen erreichen. Aber persönlich finde es nicht nötig 24 Stunden am Tag erreichbar zu sein.

Was unternimmst du dagegen? Wie gelingt dir diese Abgrenzung?

Wenn ich keine Lust habe an der Digitalisierung teilzunehmen, nutze ich mein Telefon nicht. Als Beispiel: Wenn ich im Heim vorgehend gesagt habe, dass ich zu einem gewissen Zeitpunkt nicht erreichbar bin, dann nehme ich auch das Telefon nicht ab. Innerhalb der Familie ist es sicher etwas anderes. Aber ich glaube in den beruflichen Tätigkeiten, die ich gemacht habe, kann nichts so wichtig sein, dass ich 24 Stunden am Tag erreichbar sein muss. Ich arbeite gerne und engagiert, aber alles hat seine Grenzen. In den Ferien bin ich grundsätzlich nicht erreichbar und ich genieße es, wenn ich mal für eine gewisse Zeit mit niemandem Kontakt habe, sei es beruflich oder zum Teil auch privat.

Hast du manchmal das Gefühl, dass die Nutzung von digitalen Medien/Inhalten negative Auswirkungen auf dich haben? Wenn ja, wie äussert sich das?

Nein, eigentlich nicht. Vielleicht auf die Konzentration, aber die Tagesform ist dort auch entscheidend. Wenn ich motiviert bin zu lernen und Lust auf die Schule habe, fällt es mir leicht mich abzugrenzen, das gleiche gilt für die Arbeit im Heim. Aber wenn ich einen schlechten Tag habe, dann ist es schon der Fall, dass ich mich schneller ablenken lasse und mich in den sozialen Medien verliere. Dies führt zu einem sinnlosen Zeitvertrieb durch belanglose Inhalte. Wenn ich im Stress bin, dann verliere ich den Überblick bei welchen Personen ich mich melden soll. Manchmal, habe ich das Gefühl, dass ich nicht vorwärts komme und ich noch viele Dinge im Internet nachschauen möchte, aber ich ins Bett muss, da ich am nächsten Morgen früh aufstehen muss.

Es ist noch schwierig dies über mich selber zu sagen, aber ich habe schon das Gefühl, dass sehr viele Personen abhängig sind von der digitalen Welt. Im Beruflichen macht es für mich mehr Sinn und ich finde es auch nicht tragisch, weil es einfach dazugehört. Wo bei ich mich im Privaten darüber aufrege, auch über mich selber, wenn man mit Freunden zusammen ist und durch das Smartphone komplett abgelenkt ist. Ich verstehe nicht, warum in solchen Momenten das Smartphone so wichtig sein kann und man es nicht auf einen späteren Zeitpunkt verschieben kann. Wenn man mit jemandem Zeit verbringt, möchte man sich doch mit dieser Person auseinandersetzen.

Interview: P.B. (weiblich, 24 Jahre)

Bitte stelle dich anhand einer kurzen persönlichen Beschreibung vor:

Mein Name ist P.B. und ich lebe in Zürich. Ich habe Publizistik und Fotografie studiert und absolviere zurzeit ein Praktikum als Journalistin. Im August beginnt für mich die Ringier Journalistenschule. Meine Leidenschaft ist Flamenco und ich beschreibe mich als eine sehr offene und zielstrebige Persönlichkeit.

Block 1 Medien:

Als Einstiegsfrage in den Medienblock: Welche Medienformate kommen dir spontan in den Sinn?

Fernsehen, Zeitung, Zeitschriften, alles Digitale, Social Media

Nun geht es um deinen persönlichen Medienkonsum. Stell dir vor du stehst am Morgen auf und hast einen ganz normalen Tag vor dir. Beschreibe anhand deines Tagesablaufs deinen Medienkonsum.

Ich stehe auf und höre als erstes Radio, um wach zu werden. Es kommen dann auch die News, aber mehrheitlich ist es Musik. Für mich ist es daher mehr Unterhaltung. Auf meinem Arbeitsweg lese ich Nachrichten auf meinem Smartphone. Dies hat für mich einen informationellen Hintergrund, dass ich über das aktuelle Geschehen im Bild bin. Je nach dem schaue ich auch noch auf mein Instagram-Profil. In der Redaktion angekommen, arbeite ich nur noch mit unserer eigenen Zeitung. Spezifische Informationen von anderen Zeitungstiteln recherchiere im Internet. Wenn ich Zeit habe, lese ich noch die aktuellen Tageszeitungen, die bei uns in der Redaktion aufliegen. Dies aber nur, wenn ich auf dem Arbeitsweg nicht durchgekommen bin. Nach Feierabend lese ich keine Zeitungen mehr. Oft blättere ich zwischendurch in einer Zeitschrift oder lese ein Buch. Gelegentlich kommt auch der Fernseher zum Zug.

Mit Unterhaltung und Information hast du bereits zwei Ziele deiner Mediennutzung genannt. Bitte führe diese noch etwas aus.

Unterhaltung nutze ich als Zeitvertreib z.B. am Morgen wenn ich Radio höre. Instagram und Fernsehen nutze ich auch zur Unterhaltung. Weil ich die News meistens im Tram

oder Zug lese, ist es eigentlich auch zum Zeit überbrücke. Natürlich ist es auch Information, aber ich informiere mich eigentlich nur, wenn ich Zeit überbrücken. Ausgenommen sind da die beruflichen Recherchen im Büro.

Empfindest du deinen Medienkonsum als bewussten Konsum oder verfolgt er kein bewusstes Ziel? Ich denke es ist ein bewusster Konsum. Ich nutze das News App bewusst oder ich lese bewusst eine Zeitschrift. Für mich sind Start und Ziel der Handlung klar gegeben.

Im nächsten Block geht es um Printmedien, also alle Inhalte, die auf Papier gedruckt sind. Inwiefern ist dir der Umgang mit Printmedien vertraut?

Der Umgang mit Printmedien ist mir sehr vertraut, vor allem was Bücher und Zeitschriften betrifft. Zeitschriften und Bücher lese ich nie digital, da ich Bücher gerne besitze und ich sie nachdem ich sie lesen haben, gerne im Regal ausstelle. Zeitschriften sammle ich weniger, ausser es handelt sich um ein spezielles Thema oder es ist eine qualitativ hochstehende Zeitschrift. Zeitungen beinhalten das Tagesgeschehen, sie sind darum schnell nicht mehr aktuell und werden entsorgt. Aus diesem Grund lese ich Zeitungen bewusst online und im Printformat nur, wenn sie mir zur Verfügung stehen. Ich habe auch schon Zeitungen selber gekauft, aber eher selten. Zeitschriften und Bücher kaufe ich regelmässig im Printformat.

In welchen privaten Situationen greifst du auf Printmedien zurück und welchen speziellen Nutzen verbindest du mit Printmedien?

Wie gesagt, ich nutze vor allem Zeitschriften und Bücher im Printformat. Ich halte ein Medium gerne in der Hand. Dazu kann ich sie noch sammeln und ausstellen. Bei Zeitschriften gefällt es mir, wenn sie aufwändig gestaltet sind und eine spezielle Druckart angewendet wurde. Ich verbinde Bücher oft mit Erinnerungen und Situationen, in denen ich das Buch gelesen habe. Zum Beispiel erinnern mich Bücher oft an meine Ferien und vergangene Gemütszustände. Aus diesem Grund behalte ich die Bücher, da sie einen aktiven Teil meiner Erinnerung sind.

Wie unterscheidet sich das Leseerlebnis zwischen analog und digital?

Es fällt mir einfacher gedruckte Werke zu lesen. Bei digitalen Inhalten bekomme ich ab einer gewissen Zeit Kopfschmerzen. Aus diesem Grund nutze ich lieber Printmedien,

wenn es denn möglich ist. Auch beruflich drucke ich mir Dokumente lieber aus, als sie digital zu nutzen. Ich arbeite einfach lieber mit Papier. Man kann sich etwas notieren oder etwas anstreichen. Digital ist es schon auch möglich, aber für mich weniger greifbar.

Was empfindest du als negativ an Printmedien?

Zum Teil sind Bücher und auch Zeitschriften schwer.

Wie unterscheidet sich für dich die qualitative Wahrnehmung einer Zeitschrift bezüglich Printformat oder E-Paper?

Ich glaube schon, dass es einen Unterschied macht. Gerade bei Hochglanzzeitschriften sehe ich einen Vorteil im Printformat. Es hat einfach seinen Reiz Hochglanzzeitschriften im Printformat zu lesen, auch wenn es als E-Paper einfacher ist.

Block 2 Digitalisierung:

Mündliche Einführung: Die Digitalisierung umfasst im weitesten Sinne alle Möglichkeiten, die durch Technologien wie Computer, Internet und Smartphones geschaffen werden und für dich nutzbar sind.

Was ist für dich Digitalisierung?

Alles was im Internet ist. Es gewährt einem sehr viele Möglichkeiten, die man früher nicht hatte. Das Internet erschliesst und verbindet alle relevanten Lebensbereiche, was zu einer starken Vernetzung der einzelnen Teilnehmer führt.

Wie empfindest du die zunehmende Digitalisierung und was sind positive sowie negative Aspekte? Positiv ist, dass alles immer verfügbar ist und in einer so konzentrierten Form erreichbar ist. Es ermöglicht eine sehr spezifische Informationssuche, da man Informationen sehr genau filtern kann. Negativ ist die Fülle an Informationen und Möglichkeiten. Es ist eine eigene Welt für sich. Wenn man nicht weiss, wie man die relevanten Informationen herausfiltern kann, ist man schnell überfordert. Ich stelle mir auch immer wieder die Frage, wie verlässlich die ganzen Informationen sind. Auch finde ich schade, dass die Digitalisierung die reale Welt immer mehr verschwinden lässt und so das Greifbare, also die Haptik verloren geht.

Beschreibe nun berufliche oder private Situationen, in denen du dich von der Digitalisierung, ihren Einflüssen und Informationen überfordert oder gestresst fühlst. Momente, in denen alles zu viel wird.

Spontan fallen mir Gruppenchats ein. Wenn dutzende Nachrichten innerhalb weniger Minuten eintreffen. Man kommt nicht mehr nach mit dem Lesen und das Smartphone vibriert ständig. Solche Situationen stressen mich. In solchen Situationen lege ich das Smartphone auf die Seite und warte bis sich die Lage wieder beruhigt. Wirklich los kommt man jedoch trotzdem nicht, weil ich für wichtige Kontakte trotzdem erreichbar sein will.

Ein weiteres Beispiel ist die Werbung im Internet. Man wird mittlerweile auf jeder Website, speziell auch im Newsbereich, mit Werbung überhäuft. Mich stört auch die Anwendung von Cookies, welche für personalisierte Werbung genutzt wird. Klicke ich ausversehen ein Kleid für schwangere Frauen an, werden mir auf der nächsten Website Werben für Windeln angezeigt. Ich finde es unheimlich, wie genau solche Mechanismen funktionieren.

Was wünschst du dir in solchen Situationen?

Ich weiss nicht, was ich mir wünschen soll. Die Situation wird sich nicht verändern. Es wird nur noch schlimmer werden.

Wie löst du dich von der digitalen Welt?

Ich lege den Computer und das Smartphone auf die Seite und verbringe mehr Zeit im realen Leben. Entweder betätige ich mich sportlich, treffe Freunde oder verbringe Zeit in der Natur. Wichtig ist, dass man sich eine Aktivität sucht, die einem komplett von der Digitalisierung lösen. Treffe ich mich mit Freunden, ist die Gefahr gross, dass ich das Smartphone wieder nutze.

Hast du manchmal das Gefühl, dass die Nutzung von digitalen Medien/Inhalten negative Auswirkungen auf dich haben? Wenn ja, wie äussert sich das?

Die angesprochene Werbung und auch der Gruppenchat führen bei mir nicht zu starkem Stress. Für mich sind die Kopfschmerzen problematischer, wenn ich zu lange vor dem Bildschirm sitze. An die anderen Situationen kann ich mich anpassen und lerne fortlaufend, wie ich mit solchen Situationen umgehen will.

Interview: S.M. (weiblich, 24 Jahre)

Bitte stelle dich anhand einer kurzen persönlichen Beschreibung vor:

Mein Name ist S.M., ich bin 24 Jahre alt und lebe in Zürich. Zurzeit studiere ich Psychologie an der Universität Zürich. Ich interessiere mich für Theater und Sport. Als sehr soziale Person schätze ich den menschlichen Kontakt sehr. Das ist alles.

Block 1 Medien:

Als Einstiegsfrage in den Medienblock: Welche Medienformate kommen dir spontan in den Sinn?

Internet, Printmedien, Facebook, Radio.

Nun geht es um deinen persönlichen Medienkonsum. Stell dir vor du stehst am Morgen auf und hast einen ganz normalen Tag vor dir. Beschreibe anhand deines Tagesablaufs deinen Medienkonsum.

Am Morgen höre ich Radio, vor allem wegen der Musik und teilweise auch wegen den Nachrichten. Ich brauche diese Berieselung, um nicht wieder einzuschlafen und um richtig wach zu werden. Unterwegs lese ich meistens die 20 Minuten in Printformat und nutze diverse Apps auf meinem Smartphone, wie z.B. Tagesanzeiger, Facebook, Instagram. Facebook und Instagram nutze ich mehrmals am Tag. Eigentlich immer, wenn ich mich mit den öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs bin, ist entweder 20 Minuten, Facebook oder Instagram meine Beschäftigung. Ich finde es sehr praktisch. Man hat es immer dabei.

Welche Ziele und Bedürfnisse stehen hinter deinem Medienkonsum?

Es ist mehrheitlich Unterhaltung oder Information über das Weltgeschehen. Wetter ist für mich auch noch ein wichtiger Aspekt. Ansonsten steht für mich die Kommunikation mit Freunden über Facebook im Vordergrund. Facebook ist für mich bis auf die Veranstaltungsinformationen grundsätzlich Unterhaltung. Es geht mehr darum, sich über sein Umfeld zu informieren. Zeitungen und Radio sind für mich klar Information.

Empfindest du deinen Medienkonsum als bewussten Konsum oder verfolgt er kein bewusstes Ziel? Ich denke es ist ein unbewusster Konsum. Vieles geschieht automatisch.

Kaum steigt man in das Tram ein, nehme ich das Smartphone hervor und nutze Facebook. Oder wenn ich am Morgen erwache, schaue ich als erstes auf das Smartphone und checke kurz 20 Minuten ab. Es sind Automatismen, die sich gebildet haben, es ist keine bewusste Nutzung mehr.

Im nächsten Block geht es um Printmedien, also alle Inhalte, die auf Papier gedruckt sind. Inwiefern ist dir der Umgang mit Printmedien vertraut?

Ich fühle mich im Allgemeinen sehr vertraut, was Printmedien angeht. Mir gefällt das Printmedienformat und ich halte auch gerne etwas Physisches in der Hand. Zum Beispiel Bücher würde ich nie online lesen oder einen E-Reader benutzen.

In welchen privaten Situationen greifst du auf Printmedien zurück und welchen speziellen Nutzen verbindest du mit Printmedien?

Einen speziellen Nutzen haben sie nicht für mich. Aber ich finde es angenehmer im Café ein Printmedium zu lesen, als auf das Smartphone zu starren. Es hat etwas Friedliches und Gemütliches und ich finde mich auch besser zurecht in Printmedien. Bei digitalen Medien, gerade im Internet, wandert man quer durch alle Inhalte und landet am Schluss irgendwo. Bei gedruckten Medien, ist die Struktur viel klarer und auch der Inhalt ist begrenzt. Das schätze ich. Im Internet versumpft man in den Inhalten.

Was stört dich an Printmedien?

Bei Tageszeitungen stört mich vor allem die Grösse. Printmedien können je nach dem etwas unhandlich sein.

Unter welchen Umständen würdest du eine Tageszeitung lesen?

Wenn ich im Café sitze und auf jemanden warten muss, sind Printmedien praktisch. Ich lese sie nur, wenn sie zu freier Benutzung aufliegen. Ein Abonnement habe ich nicht mehr. Es hat sich für mich nicht gelohnt, da ich es zu wenig genutzt habe. Es ist für mich die einzige Situation, in der ich noch den Tagesanzeiger lese.

Wie unterscheidet sich das Leseerlebnis zwischen analog und digital?

Analog ist für mich angenehmer. Es tut mir nicht gut, die ganze Zeit auf einen Bildschirm zu starren. Das macht mich nervös.

Block 2 Digitalisierung:

Mündliche Einführung: Die Digitalisierung umfasst im weitesten Sinne alle Möglichkeiten, die durch Technologien wie Computer, Internet und Smartphones geschaffen werden und für dich nutzbar sind.

Was ist für dich Digitalisierung und wo kommst du mit ihr in Kontakt?

Eigentlich überall. Ich bin sehr oft auf Whatsapp oder Facebook und kommuniziere mit Freunden. Ich pflege meine Kontakte viel mehr übers Internet als im realen Leben, was ich eigentlich bedauere. Man findet auch alles, was man sucht im Internet und ist den ganzen Tag von der Digitalisierung umgeben.

Wie empfindest du die zunehmende Digitalisierung und was sind positive sowie negative Aspekte?

Positiv, man ist immer über das aktuelle Geschehen informiert. Ein weiterer Punkt sind die Unterhaltungsmöglichkeiten, die immer zur Verfügung stehen. Dies kann aber auch negativ sein. Man muss nicht mehr aus Eigeninitiative etwas anreissen. Sollte dir mal langweilig werden, hast du immer dein Smartphone zur Stelle und man findet immer etwas Spannendes darauf. Die ständige Kommunikation über digitale Kanäle hat für mich auch negative Aspekte. Das Zwischenmenschliche geht verloren. Die Art und Weise, wie man digital kommuniziert ist viel oberflächlicher und oft auch sehr kurzgefasst.

Beschreibe nun berufliche oder private Situationen, in denen du dich von der Digitalisierung, ihren Einflüssen und Informationen überfordert oder gestresst fühlst. Momente, in denen alles zu viel wird.

Was mich stört oder stresst ist die ständige Erreichbarkeit. Auch stört mich die Lesebestätigungsfunktion von Whatsapp. Jeder sieht, ob ich die Nachricht schon gelesen habe oder nicht. Man fühlt sich dann automatisch verpflichtet zu antworten. Man ist immer erreichbar. Sollte man mal nicht erreichbar sein, gibt es gleich ein Drama.

Eine weitere Situation ist die Nutzung des Fernsehers, während dem Essen. Man fokussiert sich nur noch auf den Fernseher und wird von Werbung und sonstigen belanglosen Programmen zugemüllt, ohne diese aktiv zu verfolgen. Am Schluss schaltet man den Fernseher mit einem schlechten Gewissen aus, da man stundenlang Zeit verschwendet hat.

Was unternimmst du gegen solche Situationen? Wie löst du dich von der digitalen Welt?

Ich lasse manchmal bewusst mein Smartphone zu Hause, unter dem Vorwand ich hätte es vergessen. So kann ich das Haus verlassen, ohne dass ich mich ständig mit dem Smartphone auseinandersetzen muss. Um nicht den ganzen Abend vor dem Computer zu verbringen, gehe ich nun jeden Abend spazieren. Ich habe gemerkt, dass mich die Nutzung des Computers am Abend stresst und ich nicht gut schlafen kann. Der abendliche Spaziergang beruhigt mich und ich kann besser einschlafen.

Hast du manchmal das Gefühl, dass die Nutzung von digitalen Medien/Inhalten negative Auswirkungen auf dich haben? Wenn ja, wie äußert sich das?

Ich habe das Gefühl, dass ich bei zu langer Smartphone oder Computernutzung nervös werde. Es kommt der Drang nach Bewegung in mir hoch.

Interview: T.B. (männlich, 25 Jahre)

Bitte stelle dich anhand einer kurzen persönliche Beschreibung vor:

Mein Name ist T.B. Ich habe eine kaufmännische Ausbildung absolviert. Im Anschluss an meiner Ausbildung habe ich bei einer Unternehmensberatung gearbeitet und die Welt bereist. Zurzeit arbeite ich im Bereich Marketing für eine Personalvermittlung und studiere Betriebsökonomie im Teilzeitprogramm an der ZHAW. Meine Interessen sind Musik, Sport, Outdoor-Aktivitäten generell und meinen Garten. Ich habe eine positive Lebenseinstellung und bin ein Optimist durch und durch. Ich bin eine ehrgeizige Person, die nach Selbstverwirklichung strebt. Gerne verbringe ich Zeit in der Natur, bin aber auch viel vor dem Computer.

Block 1 Medien:

Als Einstiegsfrage in den Medienblock: Welche Medienformate kommen dir spontan in den Sinn? Radio, Fernsehen, Internet, Zeitung, Magazin, soziale Medien.

Nun geht es um deinen persönlichen Medienkonsum. Stell dir vor du stehst am Morgen auf und hast einen ganz normalen Tag vor dir. Beschreibe anhand deines Tagesablaufs deinen Medienkonsum.

Meistens versuche ich ohne Medien auszukommen bis ich im Büro ankomme. Ich stehe am Morgen auf, stelle das Smartphone als Wecker ab, nutze es aber sonst noch nicht. Anschliessend fahre ich mit dem Tram ins Büro. Im Tram habe ich den Einfluss der Medien, wie Werbung. Oft lese ich ein Buch oder ein Magazin. Es kann aber auch sein, dass ich das Smartphone für die Kommunikation verwende oder News lese. Aber normalerweise fahre ich mit dem Fahrrad ins Büro und habe so keinen Medienkontakt bis ich den Computer oder das Internet einschalte. Ich höre auch während der Arbeit den ganzen Tag Musik via Online-Radio. Es kann sein, dass ich während der Arbeit Fachliteratur verwende. Während der Arbeit komme ich auch mit Videomaterial von YouTube in Kontakt. Am Mittag lese ich die Printmedien wie 20 Minuten oder Printmedien, in denen wir als Unternehmen inserieren.

Am Nachmittag geht es gleich weiter wie am Morgen. Nach Feierabend bereite ich noch Vorlesungen vor und lese Fachliteratur in Büchern. Ansonsten nutze ich teilweise den

Fernseher als Informationsquelle und zur Unterhaltung. Dabei schaue ich vor allem die Tageschau sowie diverse Sportprogramme. Weitere digitale Medienquellen sind Livestreams im Internet. Mein Tag endet auch meistens mit dem Smartphone und dem Internet.

Was ist das Bedürfnis respektive das Ziel, welches hinter deiner Mediennutzung/Konsum steht? Welche Kanäle verwendest du für welche Bedürfnisse?

Es ist noch schwierig eine solche Aufteilung zu machen. Fernsehen ist sicher Unterhaltung, aber auch Information, wenn es um News geht. Aber weil ich mit dem Internet arbeite, kann ich keine klare Aufteilung machen. Die private Internetnutzung ist meistens Unterhaltung, wobei auch hier Information durch Online-Zeitungen eine Rolle spielt. Es kommt wohl auf die Qualität der Newsartikel darauf an. Bücher sind für mich auch beides. Privat nutze ich Bücher jedoch nur zur Unterhaltung. Auch Radio würde ich zu fünfundneunzig Prozent als Unterhaltung einschätzen. Die Zeitungen, die ich lese, sehe ich mehr als Informationsbeschaffung. Ich persönlich lese sehr wenig Printmedien oder anders gesagt, alle News, die ich konsumiere sind online. Beruflich ist das Internet klar Information. Privat ist es mindestens achtzig Prozent Unterhaltung.

Nutzt du Medien auch um Zeit zu überbrücken? Wenn ja, wie äussert sich das?

Eher selten. Obwohl im Tram redet man ja nicht wirklich mit anderen Personen, ausser man ist zu zweit unterwegs. In diesem Fall ist es für mich eine Zeitüberbrückung. Generell im Alltag, wenn man sich mit öffentlichen Verkehrsmitteln fortbewegt und an diese gebunden ist. Kann man die Reisezeit nutzen oder eben mit Medien überbrücken.

Empfindest du deinen Medienkonsum als bewussten Konsum oder verfolgt er kein bewusstes Ziel? Ich habe das Gefühl mein Medienkonsum ist mehrheitlich bewusst. Am ehesten verliere ich mich in den sozialen Medien oder im digitalen Raum allgemein, weil es kein klares Ende gibt. Es gibt auch keinen klaren Anstieg der Spannung. Es gibt immer wieder etwas Neues. Man könnte auf einer Facebook-Timeline herunterscrollen bis zum Tag null. Das ist genau der Unterschied. Ein Buch liest man zu Ende und dann muss man sich ein neues suchen. Ich bin nicht jemand, der nur aus Langeweile auf Facebook verweilt. Ich öffne die Plattform, schaue ob ich Nachrichten bekommen habe und verweile anschliessend noch vielleicht vier Minuten auf der Website.

Im nächsten Block geht es um Printmedien, also alle Inhalte, die auf Papier gedruckt sind. Inwiefern ist dir der Umgang mit Printmedien vertraut?

Mir ist der Umgang mit Printmedien sehr vertraut. Ich fühle mich auch wohl dabei. Im Vergleich zum Digitalen sind Printmedien für mich angenehmer zu lesen. Die Haptik ist anders. Man hält es wirklich in der Hand. Meine Einschätzung ist, dass ich eine grössere Selbstbestimmung habe, was ich lese. Ich kann eine physische Zeitung zurückblättern, während ich online, den nächsten Artikel suchen muss. Auch den Umgang mit Bücher empfinde ich als wertvoll. Ich habe aber selber noch nie einen E-Reader benutzt. Es hat mich auch nicht gereizt, dies ein Mal auszuprobieren. Vielleicht bin ich dort auch ein bisschen konservativ. Ich schätze es, ein Buch besitzen zu können und es macht sich gut im Bücherregal.

In welchen Situationen greifst du auf Printmedien zurück und welchen speziellen Nutzen haben sie für dich?

Sicher zur Informationsgewinnung, wenn ich für das Studium arbeite. Aber auch im Büro, mit dem funktionalen Nutzen, dass ich etwas nachschlagen kann. Printmedien nutze ich auch in Form von Büchern zur Unterhaltung. Schön gestaltete Magazine, dienen mir zur Inspiration und sprechen mich durch Design, Grafik und Haptik an.

Unter welchen Umständen würdest du eine Tageszeitung im Printformat lesen?

Wenn ich Zeit habe, dann ist es am ehesten am Wochenende. Ich hatte mal den Tagesanzeiger abonniert. Ich habe die Zeitung aber nie gelesen und sie nur zu Hause gestapelt. Es war schön am Morgen eine Zeitung im Briefkasten zu haben, aber ich ging trotzdem immer aus dem Haus, ohne die Zeitung mitzunehmen. Ich habe sie immer erst am Abend aus dem Briefkasten genommen und auch dann oft nicht gelesen, weil wichtigere Dinge angestanden sind. Ich habe aber auch keine anderen Printformate abonniert, die sich zum Beispiel auf meine persönlichen Interessen oder meinen Beruf beziehen.

Du hast bereits die Haptik von Printmedien angesprochen. Was gefällt dir sonst noch am Printmedienformat?

Die unterschiedlichen Formate bezüglich der Grösse und auch die Gestaltung. Tageszeitungen, die man aufschlagen kann. Tageszeitungen in der Grösse von 20 Minuten. Aber auch Magazine, die oft gestalterische Aspekte beinhalten und visuell attraktiv wirken. Nicht zu vergessen die Bücher, welche ein tolles Format sind. Sich einfach hinsetzen zu können und ein Buch zu lesen, hat schon fast etwas Nostalgisches.

Vergleichen wir nun die Wirkung der Gestaltung von analog und digital. Es gibt ja auch schöne E-Papers. Was ist der Unterschied?

Dem möchte ich gar nicht widersprechen. Ich lese nie auf dem Tablet und ich lese nie auf dem E-Reader. Wenn ich lese, ist es am Laptop. Man kann den Laptop nicht in die Hand nehmen. Man kann auch nicht im Dokument blättern, sondern man scrollt hin und her. Es ist ein ganz anderes Leseerlebnis. Der Übergang zwischen Mensch und dem Digitalen ist weniger fließend als bei einem Medium, das man in der Hand halten kann. Die Distanz zwischen Mensch und einer physischen Zeitung ist kürzer. Beim Lesen von Online-Zeitungen wird man auch mehr abgelenkt durch Werbung, welche überall herum-schwirren. Ausser man hat einen Adblocker.

Was stört dich an Printmedien oder was hält dich davon ab Printmedien zu lesen?

Der Zeitfaktor ist sicher ein Punkt. Auch sind sie teurer als digitale Medien. Das sind die beiden Hauptargumente, die mich davon abhalten mehr Printmedien zu nutzen. Bis zu einem gewissen Mass auch der ökologische Aspekt, wenn man sich eine Zeitung abonniert und sie nachher nie liest. Die Zugänglichkeit empfinde ich nicht als Ausschlusskriterium, auch wenn man mit digitalen Medien viel schneller in Berührung kommt. Ich glaube es ist viel mehr ein Nachfrageproblem, dass sich die Verkaufsstellen für Printmedien immer mehr reduzieren. Wir leben im 2016. Wir können uns der Digitalisierung nicht verschliessen. Ich finde es auch in Ordnung, dass wir uns dem nicht verschliessen können. Jeder muss für sich selber entscheiden, wie wichtig Printmedien sind. Daraus entsteht dann ein Markt oder eben nicht. Aber zurzeit gibt es meiner Ansicht nach noch genug Verkaufsstellen.

Block 2 Digitalisierung:

Mündliche Einführung: Die Digitalisierung umfasst im weitesten Sinne alle Möglichkeiten, die durch Technologien wie Computer, Internet und Smartphones geschaffen werden und für dich nutzbar sind.

Wie empfindest du die zunehmende Digitalisierung und was sind positive sowie negative Aspekte?

Positiv ist sicher der Zugang oder die Erreichbarkeit von Informationen. Das fängt im Mobile-Bereich an. Daraus entstehen neue Märkte, die mit disruptiven Innovationen die Welt verändern. Das finde ich extrem spannend. Es ist der Zeitgeist, der sich wandelt.

Durch die Digitalisierung ist plötzlich alles in einem globalen Kontext zugänglich und alles ist miteinander vernetzt. Gerade für Recherchearbeiten ist dies sehr praktisch. Nicht nur Zugang zu Informationen, sondern auch zu Wissen ist viel einfacher geworden. Auch die digitale Kommunikation hat uns einen grossen Schritt weitergebracht. Plötzlich hat man Freunde in der ganzen Welt, mit denen man live kommunizieren kann. Es ergeben sich neue Möglichkeiten und Chancen für jedes einzelne Individuum.

Die Digitalisierung löst das Analoge ab. Der Online-Store ersetzt das physische Geschäft, das SBB-App löst den Fahrplan ab. Es braucht keine Grafiker mehr, sondern nur noch Entwickler. Es gibt eine grosse Verlagerung von Personen, die plötzlich im digitalen Bereich tätig sein müssen. Es ist einfach der Zeitgeist, der sich verändert.

Als negativ sehe ich die ständige Erreichbarkeit. Ich sehe den Vorteil einer 24-Stunden Gesellschaft, man kann als Individuum darauf zugreifen. Negativ wird es, wenn das System 24-Stunden am Tag auf dich zurückgreift. Das heisst, jeder kann auch dich jederzeit erreichen. Die Systeme verfolgen auch dich anhand deiner Datenspur 24-Stunden am Tag, analysieren dein Verhalten und nutzen diese Informationen für ihre geschäftlichen Zwecke. Man verliert so den gesunden Bezug zur Digitalisierung, was hauptsächlich mit der Datengewinnung zusammenhängt.

Die Kommunikation und ständige Erreichbarkeit sehe ich problematisch. Wir sind auch jetzt nicht offline. Ich habe heute Morgen noch keine digitalen Inhalte konsumiert, aber

ich bin nicht offline. Diese Entwicklung kommt nur im Unterbewusstsein zur Erscheinung, weil es auch eine schleichende Entwicklung mit inkrementellen Fortschritten ist.

Beschreibe nun berufliche oder private Situationen, in denen du dich von der Digitalisierung, ihren Einflüssen und Informationen überfordert oder gestresst fühlst. Momente, in denen alles zu viel wird.

Ich glaube mehr, dass mich die Gesamtheit der Geschehnisse an den Rand bringen. Wenn ich arbeite, bin ich vom Morgen bis am Abend am Computer. Ich muss mit dem Computer arbeiten. Ich arbeite mit und im Internet. Ich arbeite hauptsächlich mit digitalen Medien. Es ist sowohl der Konsum von digitalen Inhalten als auch das ständige „in einen Bildschirm starren“ als Kombination, dass mir Mühe macht.

Privat merke ich es bei meiner Freundin, die im Bett immer noch via Smartphone in den sozialen Medien verweilt. Das stresst mich extrem. Ein weiteres Beispiel ist, wenn man mit Personen zusammen Zeit verbringt, die sich ständig durch das Smartphone ablenken lassen. Es ist normal, dass man nicht zwei Dinge gleichzeitig machen kann und sich nur auf etwas konzentrieren kann. Aber ich verstehe nicht, wieso man umgehend auf eingegangene Nachrichten reagieren muss und so den realen Austausch mit dem Gegenüber der digitalen Kommunikation unterstellt. Vergleicht man das Verhalten unserer Jahrgänge mit den echten Digital Natives, so haben wir noch einen viel gemässigten Umgang mit der Digitalisierung. Ich habe auch nicht das Bedürfnis, mich nur noch in der digitalen Welt zu bewegen. Meiner Meinung nach sehe ich eine mangelhafte Aufklärung im Umgang mit digitalen Medien und Internet. Grundsätzlich kann alles, was im Internet dargestellt wird, falsch sein.

Gehen wir nochmals zurück zur Situation, in der dich die Digitalisierung überfordert. Was unternimmst du dagegen und wie löst du dich von der digitalen Welt?

Ich hatte gestern zum ersten Mal das Gefühl, dass ich zu lange vor dem Bildschirm gesessen bin. Nach der Arbeit bin ich nach Hause gekommen und habe noch die Sendungen Tageschau, Kassensturz und weitere vorgeschlagene Inhalte verfolgt, bis es mir zu viel wurde und ich ins Bett ging. Zurück zur Frage. Ich löse mich, in dem ich schlafe. Ich persönlich habe einen sehr tiefen Schlaf und es fällt mir auch nicht schwer einzuschlafen. Ich kann mir aber gut vorstellen, dass man bei einem zu hohen digitalen Konsum und den vielen Eindrücken, schlechter einschlafen kann. Ansonsten ist mein Gartenprojekt eine

meiner Ausweichstrategien, um den Kopf zu lüften. Generell hilft es mir in solchen Situationen, vermehrt Zeit in der Natur zu verbringen und mich sportlich zu betätigen.

Ich glaube es ist wichtig, dass ich mich für etwas so stark begeistern kann, dass ich alle digitalen Eindrücke vergessen kann. Nicht nur die digitalen Eindrücke, sondern auch die Relevanz der Digitalisierung.

Hast du manchmal das Gefühl, dass die Nutzung von digitalen Medien/Inhalten negative Auswirkungen auf dich haben? Wenn ja, wie äussert sich das?

Ja, ich denke schon. Gerade bei gewissen Informationen in den sozialen Medien weiss man mehr, als einem tatsächlich angenehm ist. Zudem ist man durch die Überflutung mit Information nicht mehr mit der gleichen Konzentration bei der Sache. Der Mensch nimmt durch den hohen Informationsfluss eine sehr passive Rolle ein. Alles wird an ihn herangetragen und er wird überall unterbrochen. Es hört nie auf. Ausser man stellt das Smartphone ab.

Wie könnten vordigitalisierte Produkte gestaltet sein, um die vorgehend diskutierten negativen Auswirkungen zu beseitigen?

Es muss einfach einen konkreten Nutzen haben. Das Nutzenversprechen der Digitalisierung ist die Einfachheit und das erschwert es für vordigitale Produkte. Der Mensch müsste sich so weit entwickeln, dass er erkennt, dass ihn die Digitalisierung krank macht. Ich glaube diese Erkenntnis kommt aber erst reaktiv auf die Digitalisierung. Zurzeit sehe ich eine nur noch stärkere Verlagerung ins Digitale. Das Nutzenversprechen der Printmedien oder sonstiger vordigitale Produkten kann zurzeit nicht mit dem Nutzenversprechen digitalisierter Produkte mithalten.

Grundsätzlich müsste man Zeitungen im Printmedien Format individueller gestalten. Der Konsument könnte sich dann seine Zeitung selber zusammenstellen und erhält so nur noch die Themengebiete, die ihn interessieren. Bezüglich des Zeitfaktors respektive der Aktualität sind Printmedien jedoch immer klar im Nachteil. Man könnte sie jedoch bewusst als Alternative zur Digitalisierung positionieren, um so den Zeitaspekt zu umgehen. Ich glaube wir sind an einem Punkt, an dem alternative Systeme zumindest diskutiert und von einer breiteren Basis als valable Lösung gesehen werden. Es fehlt jedoch noch das Bewusstsein für die negativen Folgen der Digitalisierung, damit solche Ideen wirklich eine Chance haben.

Interview: T.C. (männlich, 27 Jahre)

Bitte stelle dich anhand einer kurzen persönliche Beschreibung vor:

Mein Name ist T.C. und ich lebe in Zürich. Ich arbeite hauptsächlich in der Gastronomie und bin noch im Veranstaltungsbusiness tätig, in welchem ich Konzerte organisiere. Meine Hobbies sind Fussball und Musik logischerweise. Ich arbeite ja auf diesem Gebiet. Meine persönliche Lebenseinstellung ist YOLO, neue Dinge ausprobieren und einfach mal machen. Man kann nur gewinnen. Versucht man es nicht, weiss man es nie. Ich glaube auch, dass wir in der Schweiz viele Möglichkeiten haben, Dinge so auszuprobieren. Wenn etwas schief geht, hast du immer noch die Familie oder sonst am Schluss den Staat, der dich auffängt. Darum denke ich, leben wir in einer schönen Gesellschaft mit all den gebotenen Möglichkeiten.

Block 1 Medien:

Als Einstiegsfrage in den Medienblock: Welche Medienformate kommen dir spontan in den Sinn?

Zeitungen, Fernsehen, Online-Medien, Social Media, Zeitschriften und Radio.

Nun geht es um deinen persönlichen Medienkonsum. Stell dir vor du stehst am Morgen auf und hast einen ganz normalen Tag vor dir. Beschreibe anhand deines Tagesablaufs deinen Medienkonsum.

Ich schaue sicher einmal am Tag Fussball-News nach auf Kicker.de. Das ist ein Fussballblatt. Leider habe ich nicht so viel Zeit, darum informiere ich mich zurzeit nicht mehr täglich auf tagesanzeiger.ch. Am liebsten lese ich eigentlich eine Zeitung, aber ich habe selten eine zur Hand und besitze auch kein Abo. Ansonsten lese ich verschiedene Zeitschriften, die wir zu Hause haben und verschiedene Onlineportale, wie 20 Minuten und Watson via Smartphone. Den Computer brauche ich für Online-Medien eigentlich nie. Die Nachrichten via Fernseher verfolge ich auch sehr selten. Wenn, dann schaue ich zwischendurch mal einen Film.

Was sind die Bedürfnisse und Ziele, die du mit den verwendeten Medien verfolgst?

Ich finde es wichtig und interessant, was in der Welt geschieht. Gerade in den Online-Medien kannst du dich ganz oberflächlich informieren. Ich bin nicht der Typ, der ganze Artikel liest, ausser es interessiert mich wirklich. Grundsätzlich will ich einfach wissen, was gelaufen ist. Im Fussballbusiness sowieso, als so schnelllebiges Business. Es ist aber etwas anderes, da du mit deiner Mannschaft verbunden bist und eine gewisse emotionale Verbindung besteht.

Bis jetzt hast du nur Gründe der Information zur Mediennutzung genannt. Gibt es auch Aspekte der Unterhaltung und des Zeitfüllens?

Grundsätzlich nicht, da ich sehr wenig Zeit habe. Wenn dann nur im Tram oder am Abend im Bett. Ich nehme mir nicht extra Zeit um Zeitung zu lesen, das mache ich nur, wenn ich ein kleines Zeitfenster habe und darum ist es eher informativ. Aber wenn ich einen Film schaue, dann ist es schon Unterhaltung. Wobei schlussendlich ist die Mediennutzung in den Zeitfenstern schon auch Unterhaltung und auch Entspannung. Du bist den ganzen Tag am Arbeiten und bei den digitalen Medien kannst du dich nur noch berieseln lassen und zurücklehnen

Empfindest du deinen Medienkonsum als bewussten Konsum oder verfolgt er kein

bewusstes Ziel? Ich denke es ist beides. Schon auch sehr unbewusst, da man seit es Smartphones gibt jederzeit auf Medien zugreifen kann. Sei es im Bus, Tram oder wenn man sonst eine freie Minute hat, man nimmt das Smartphone hervor. Einerseits ist es unbewusst, weil es passiert einfach, andererseits will ich das Smartphone ja auch benutzen. Bücher habe ich ganz vergessen. Eigentlich lese ich auch viel, zum Beispiel im Bett kurz vor dem Einschlafen. Lesen ist für mich Unterhaltung und Entspannung. In einem Buch ist man viel intensiver involviert als in einem Film, aber es ist trotzdem extrem entspannend. Ich schlafe auch oft dabei ein. Es ist ein gutes Schlafmittel.

Im nächsten Block geht es um Printmedien, also alle Inhalte, die auf Papier gedruckt sind. Inwiefern ist dir der Umgang mit Printmedien vertraut?

Ich finde Printmedien ein schöneres Medium. Man kann es in die Hand nehmen. Es gibt dem Inhalt und dem Medium mehr Wert, weil es fassbar ist. Ich gehe mit Printmedien auch ganz anders um. In einer Zeitung zum Beispiel lese ich auch ganze Artikel. Ich empfinde Printmedien als schöneres Medium im Vergleich zum Digitalen.

Als Zusammenfassung: Zeitung liest du nur sofern vorhanden und Bücher als Entspannung im Bett. Gibt es sonst noch Printmedien, die du verwendest?

Zeitschriften sind für mich im Umgang ähnlich wie Zeitungen. Lediglich der Inhalt ist ein anderer. Es geht auch mehr in Richtung Bücher.

Wie unterscheidet sich das Leseerlebnis zwischen analog und digital?

Ich glaube, ich lese Printmedien sorgfältiger. Wenn ich eine App auf meinem Smartphone nutze, überfliege ich den Inhalt mehr und bin auch weniger konzentriert dabei. Bei Printmedien bin ich viel konzentrierter, da man es physisch vor sich liegen hat und es viel grösser erscheint. Es hat eine ganz andere Präsenz und man ist darum sorgfältiger im Umgang.

Was empfindest du als negativ an Printmedien?

Den Preis. Wobei es ist schon okay, dass sie etwas kosten. Online-Medien kosten theoretisch auch in der Herstellung. Ich finde es aber schade, gibt es überteuerte Printmedien. Zum Beispiel, wenn eine Zeitschrift zehn Franken kostet. Vielleicht haben sie ja auch diesen Wert aufgrund eines aufwändigen Druckverfahren oder teuren Materialien. Bücher sind im Vergleich sehr billig geworden, was auch irgendwie komisch ist.

Wirklich negatives gibt es nicht. Man hat es halt nicht immer dabei. Ich habe mein Buch eigentlich immer im Rucksack dabei, aber stell dir vor, man muss all seine Bücher, Zeitungen und Zeitschriften immer herumschleppen.

Was spielt der Zeitfaktor für eine Rolle in der Auswahl der Medienformate?

Er spielt sehr wohl eine entscheidende Rolle, da ich auf dem Smartphone kurz etwas anschauen oder lesen kann. Für ein Buch will ich mir mehr Zeit nehmen.

Block 2 Digitalisierung:

Mündliche Einführung: Die Digitalisierung umfasst im weitesten Sinne alle Möglichkeiten, die durch Technologien wie Computer, Internet und Smartphones geschaffen werden und für dich nutzbar sind.

Was ist für dich Digitalisierung?

Digitalisierung ist für mich die Veränderung von Medien hin zum Digitalen. Ich sehe dies auch in meinem Beruf, dass vieles nicht mehr analog gemacht wird. Es wird alles immer mehr in Richtung Digitalisierung gehen, da es weniger Platz braucht und immer verfügbar ist. Man ist nicht mehr an einen bestimmten Ort gebunden.

Wie empfindest du die zunehmende Digitalisierung und was sind positive sowie negative Aspekte? Ich arbeite sowieso fast nur noch im digitalen Bereich. Es ist positiv, da ich nicht an fixe Arbeitszeiten gebunden bin. Dadurch kann ich überall und zu jeder Zeit flexibel arbeiten. Der Nachteil ist, dass man nie aufhören kann. Man ist immer dran, es sind keine Grenzen gesetzt.

Beschreibe nun berufliche oder private Situationen, in denen du dich von der Digitalisierung, ihren Einflüssen und Informationen überfordert oder gestresst fühlst. Momente, in denen alles zu viel wird.

Wenn es soweit ist, merkt es zuerst meine Freundin. Weil mein Smartphone Arbeitsgerät und Freizeitbeschäftigung zugleich ist, bin ich dauernd davon abgelenkt. Dadurch hat man nie die Möglichkeit, sich davon zu lösen und mal abzuschalten. Auch diese Push-Funktionen bei Nachrichten lenken deinen Fokus immer wieder auf das Gerät zurück. Es gibt Momente, in denen es mir zu viel wird und ich das Gerät für ein paar Stunden auf die Seite lege. Es ist schon eine ziemliche Überflutung. Heutzutage ist es wichtig, dass man sich davon abgrenzt, da man sonst immer wieder davon eingeholt wird.

Hast du manchmal das Gefühl, dass die Nutzung von digitalen Medien/Inhalten negative Auswirkungen auf dich haben? Wenn ja, wie äussert sich das?

In meiner Arbeit denke ich nicht, da gehört es einfach dazu. Ich empfinde es mehr privat als störend, dass ich nicht abschalten kann und durch die ständige Ablenkung von Nachrichten nicht im privaten Leben ankomme. Es löst bei mir Stress aus, da ich nicht mehr mit den eingehenden Anfragen und Nachrichten nachkomme. Ich glaube aber eine hohe Stresstoleranz zu haben, auch aufgrund meiner Arbeit.

Was unternimmst du dagegen?

Einfach das Smartphone auf die Seite legen oder den Flugmodus einschalten. Den Computer brauche ich sowieso nur zur Arbeit.

Wie löst du dich von der digitalen Welt?

Ich koche gerne mit Freunden und genieße diese Zeit, mich ihnen direkt unterhalten zu können und ihre Gesichter wieder einmal zu sehen.