

Connect - Disconnect

Bachelor-Thesis

zur Erlangung des akademischen Grades B.Sc.

Ann-Kathrin Heike Kennecke

2063481



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Fakultät Design, Medien und Information
Department Medientechnik

Erstprüfer: Wolfgang Willaschek

Zweitprüfer: Hans Jörg Kapp

Hamburg, 10. Juni 2016

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	4
2	Grundlagen	6
2.1	Generation Y	6
2.2	Web 2.0	7
2.3	Social Software - Social Web	8
2.4	Social Media	10
2.5	Soziale Netzwerke	10
3	Der Selbstversuch und die Forschung	12
3.1	Versuchsvorbereitung und Durchführung	12
3.2	Ergebnisse	14
3.2.1	Ergebnisse Verabredungen / Geduld	15
3.2.2	Produktivität offline	15
3.2.3	Antwortversuche auf vorher gestellte Fragen	16
3.3	Produktivität online	19
3.4	Facebook und Daten	21
4	Fazit	25
5	Ausblick- Die neuen Ikonen der Jugend	26
	Abbildungsverzeichnis	27
	Literaturverzeichnis	28

Abstract

This bachelor thesis will demonstrate the dependency and perception of the “Generation Y” towards their smart phone, thus generating a deeper understanding for other generations. At the outset of this work, basic definitions, in regards to smartphones and social media, will be elucidated/clarified. In the chapter “Grundlagen”, concepts around the Web 2.0 will be differentiated. In addition, the problem of the “Generationenkonflikt” will get a thorough examination and the term “Generation Y” will be defined further. These basic concepts will aid in understanding the second part of this work. This part will deal with an experiment conducted by and on myself, with the purpose to observe and monitor the personal usage of the smartphone, as well as to assess and understand personal habits. Subsequently, the experiment will get a detailed assessment and brought into context with the topics mentioned in chapter 1, focusing on details of the experiment, the procedure and results, and finally what kind of conclusions one can draw from it.

Zusammenfassung

Die vorliegende Bachelorarbeit soll die Abhängigkeit der Generation Y zu ihrem Smartphone beleuchten und ihre Sichtweisen erklären, sowie das Verständnis anderer Generationen zu dieser öffnen. Zu Beginn der Arbeit sollen zunächst grundlegende Begriffe, die in Bezug auf Smartphones und soziale Netzwerke von Bedeutung sind, erläutert werden. Eine Ausdifferenzierung der vielen Begrifflichkeiten rund um das Web 2.0 wird in dem Kapitel der Grundlagen vollzogen. Ebenfalls wird auf den Generationenkonflikt eingegangen und es folgt eine genauere Definition der Generation Y. Die Grundlagen dienen dem Verständnis des zweiten Teils der Arbeit. Im zweiten Abschnitt der Arbeit geht es um einen Selbstversuch, der dazu dienen sollte, den eigenen Umgang mit dem Smartphone näher zu beobachten, zu bewerten und auch besser verstehen zu können. Anschließend wird der Selbstversuch genauer beleuchtet. Um was für einen Versuch es sich handelt, wie er abgelaufen ist und welche Schlüsse sich daraus ziehen lassen. Dabei wird auch auf Fakten der sozialen Netze und der Handynutzung im Zusammenhang mit der Produktivität geschaut.

1 Einleitung

Morgens um 6:53 Uhr klingelt es. Es ist zu 100% geladenen. Ich drücke auf snooze und wische anschließend mit meinen Daumen über den Entsperren-Schriftzug. Nun blicke ich auf die vielen roten Kreise mit weißen Zahlen (Abb. 1.1). Ich fühle mich gestresst, weil ich das Gefühl habe diese Zahlen schnell loswerden zu müssen. Schnell tippe ich die Apps nacheinander an. Nach sieben Minuten fängt es in meiner Hand an zu vibrieren und noch bevor die Melodie des längst viel zu häufig gehörten Songs beginnt, habe ich die gewohnte Wischbewegung gemacht und ich stehe auf. Auf dem Weg zum Bad öffne ich die Tagesschau App, denn während ich mir die Zähne putze, mich schminke und mir die Haare glätte gucke ich mir die Tagesschau von gestern an. Während des Frühstücks scrolle ich dann noch ein bisschen durch die sozialen Netzwerke. Auf dem Weg zur Uni laufe ich zu Fuß zur Bahn und jeder meiner Schritte wird gezählt. In der Uni werde ich dafür belohnt, dass ich bereits die Hälfte meines Tagesziels an Schritten erreicht habe, gleichzeitig muss ich es dort um 9:30 Uhr das erste Mal wieder an eine Steckdose anschließen. Mein Morgen wird inzwischen durch dieses Gerät bestimmt: Mein Smartphone.

Aufgewachsen in einer digitalisierten Welt scheint das Smartphone das Leben zu bereichern und einfacher zu machen. Nie zuvor hat es solch eine Möglichkeit gegeben, so schnell auf so viel Wissen zugreifen zu können. Zeit und Raum spielen bei der Betrachtung des Smartphones eine wichtige Rolle. Mit diesen gelingt es -von überall- Dinge schnell zu planen und zu regeln. Man ist immer erreichbar, kann binnen Minuten E-Mails und Nachrichten beantworten, fühlt sich verbunden und informiert. Auf der anderen Seite scheint es, als hätten diese Geräte ihre Benutzer, vor allem die jüngeren Generationen, inzwischen fest im Griff. So wundert es nicht, dass die kritischen Stimmen immer lauter werden und teilweise von einer *Verblödung der Ge-*



Abbildung 1.1: Ausschnitt des Homescreens, Quelle: eigener Screenshot am 2.Juni 2016

1 Einleitung

sellschaft, bedingt durch die Smartphonennutzung, gesprochen wird¹. Diese geäußerte Kritik scheint vor allem ein großes Problem zwischen den Generationen zu sein, da es sehr unterschiedliche Auffassungen zur Nutzung des Smartphones zu gibt.

Die sozialen Medien vermitteln das Gefühl, nichts mehr verpassen zu müssen, da man durch das Bewegen auf sozialen Plattformen immer auf den neusten Stand gebracht wird, doch womit zahlen wir diese dauerhafte Informationsflut? Ist die Beeinträchtigung des Smartphones dem Nutzer bewusst? Wie beeinflussen soziale Netze, das Smartphone und das Web 2.0 unseren Alltag? Zu diesem Themenbereich gibt es viele verschiedene Ansätze in der Literatur. Es ist ein Gegenstand, welcher breit und häufig diskutiert wird. In dieser Arbeit möchte ich mich dem Thema in Form eines Selbstversuches nähern.

Als jemand, die sich ihren Alltag manchmal viel zu sehr durch das Smartphone bestimmen lässt, auch, weil sie viele der bekanntesten sozialen Plattformen rezipiert, habe ich mich gefragt, ob ein Leben ohne Handy und Internet für mich heutzutage noch denkbar wäre. Gleichzeitig möchte ich mit dem Versuch herausfinden, wie sich meine Einstellung zum Thema Smartphones verändert und ob sich ein Unterschied im Smartphone-Verhalten, vor und nach Durchführung des Experiments, erkennen lässt.

¹Hock (2013)

2 Grundlagen

Um den Selbstversuch im späteren Verlauf der Arbeit und die Abhängigkeit vom Smartphones im Leben einer jungen Erwachsenen, also einem Mitglied der Generation Y, zu verstehen, soll folgendes Kapitel einige Basisbegriffe diesbezüglich klären und näher erläutern.

2.1 Generation Y

Wenn man sich mit dem Internet und den sozialen Netzwerken auseinandersetzt, stolpert man häufig über den Begriff *Generation Y*. Diese Bezeichnung meint die erste Generation, die mit dem Internet als selbstverständliches und immer vorhandenes Medium ausgewachsen sind. Vor allem die Medien unterstützen eine negative Konnotation des Begriffs Generation Y. Vertreter der Generation Y sind die Ersten, die in ihrer Jugend bereits E-Mails und Chatprogramme im Internet nutzten, um miteinander zu kommunizieren. Sie haben die Entwicklung vom offline zum permanenten online Sein miterlebt.

Nach dem historisch-gesellschaftlichen Generationenbegriff, welcher auf den Soziologen Karl Mannheim und seinen Aufsatz *Das Problem der Generationen*¹, von 1928 zurückzuführen ist, sei eine Generation eine Kohorte, mit im gleichen Zeitabschnitt geborenen Menschen, welche sich dadurch auszeichne, dass sie durch bestimmte Ereignisse und Veränderungen in der Welt, welche vor allem während ihrer Kindheit und Jugendphase passierten, geprägt seien. Es sei jedoch weiterhin zu beachten, dass man die Menschen in einer Kohorte weiterhin als Individuen betrachten müsse, geformt durch ganz eigene Erfahrungen, ausgezeichnet durch Stärken und Schwächen und mit individuellen Charakterzügen, welche sich stark von den Eigenschaften der Kohorte abgrenzen können. Der Kontext, in denen die Begriffe um die Generationen heute verwendet werden, ist vor allem vor einem populärwissenschaftlich Hintergrund². Generation Y beschreibt diejenige Kohorte, der etwa zwischen 1981 und 1995 geborenen Menschen, also der Nachfolger der Babyboomer und der Generation X (Abb.2.1). Für die Generation Y wird der 11. September 2011 als das kollektiv erlebte Ereignis in der formativen Phase bezeichnet³. Das Internet spielt eine zentrale Rolle im Leben der Generation Y und der nachfolgenden Generationen. Die Universitäten und

¹Mannheim (1928)

²der Begriff der Generation X, trat das erste Mal als Titel eines Romans von Douglas Coupland: *Generation X: Tales for an Accelerated Culture* auf vgl. Biermann & Schäfer & Kollitz (2014)

³Klaffke (2014), S. 60

2 Grundlagen

Ausbildungsstätten setzen einen sicheren Umgang mit dem Medium Internet voraus. Sie nutzen E-Learning Plattformen um Informationen und Aufgaben zu teilen. Auch die Arbeitsplatzsuche wird vom Internet beherrscht. Bewerbungsverfahren werden in vielen Fällen online getätigt. Selbst die Pflege der sozialen Kontakte wird mit Hilfe von sozialen Plattformen im Internet geregelt. Der Charakter der jungen Generationen ist geprägt durch den Wandel der digitalen Informationstechnik, in welcher sie aufgewachsen sind. Ihre Beziehung zum Internet ist dadurch geprägt, dass sie es gewohnt sind, dass sie immer und überall Informationen verfügbar sind⁴.

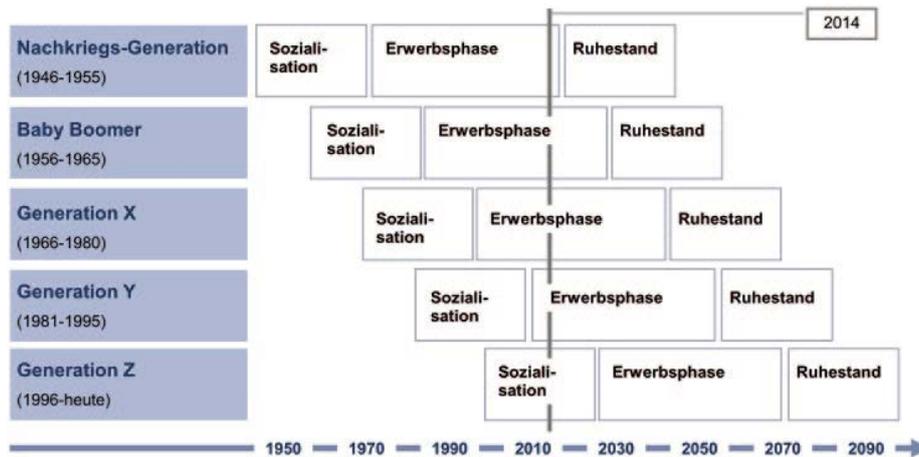


Abbildung 2.1: Generationen-Tableau, Quelle: Klaffke (2014), S.12

2.2 Web 2.0

Web 2.0, Social Web, Social Media, Social Software und Social Network: fünf Begriffe, die alle ähnlich klingen und ähnliche Inhalte beschreiben. In der Literatur werden sie oft auch synonym verwendet, obwohl sie nicht gleich verstanden und dementsprechend auch nicht gleich behandelt werden sollten. Die präzise Auseinandersetzung mit den verschiedenen Begriffen soll eine klare Differenzierung hervorbringen. Klaus Neumann Braun und Ulla Autenrieth sehen, nach Hajo Bruns⁵, die Unterscheidung des Web 2.0 zu seinem Vorgänger vor allem in der Verschiebung der Partizipation des Netzes, vom Rezipienten zum Produzenten⁶. Der Begriff sei vorher schon aufgetaucht, war er zum Beispiel 2003 in der Zeitschrift InfoWorld, in welcher der Chefredakteur Eric Knorr, den Technischen Direktor von BEA Systems, Scott Dietzen, zitiert, welcher die vermehrte Ausgliederung von Netzdiensten als Web 2.0 bezeichnete⁷. Etwa

⁴vgl. Biermann & Schäfer & Kollitz (2014)

⁵Bruns (2006)

⁶vgl. Neumann-Braun & Autenrieth (2011): S.9

⁷vgl. Sixt (2014): S.7

zur gleichen Zeit suchten Dale Dougherty von O'Reilly Media und Craig Cline von MediaLive einen Namen für eine Konferenz in San Francisco, die schließlich den Namen Web 2.0 Conference bekam⁸. Populär wurde die Bezeichnung Web 2.0 jedoch erst als der Verleger Tim O'Reilly, etwa ein Jahr nach der besagten Konferenz ein viel zitierten Artikel in Web veröffentlichte. In diesem Artikel wurden die bis heute gültigen Definitionen und Eigenschaften des Web 2.0 zusammengefasst⁹: Das Internet ist das Übertragungsmedium für Informationen, Wissen und Kommunikation zwischen den Menschen und nicht mehr nur Verbindung zwischen Servern, zur Datenübertragung und Informationsbeschaffung, dies stellt einen großen Unterschied zwischen den Versionsnummern dar. Web 2.0 ist demnach der Oberbegriff für das Internet, so wie wir es heute kennen, mit all seinen Partizipationsmöglichkeiten. Diese reichen von einer Bewertung auf Amazon und eigenen Wikipedia-Beiträgen bis zur Erstellung eines eigenen Blogs. Zudem verschwimmen die Grenzen zwischen offline geladenen Programmen und Webanwendungen, da die neuen Technologien es möglich machen, dass man diese zusätzlich von unterschiedlichen Geräten vom Browser aus abrufen kann. Einige der durch O'Reilly und seinem Artikel aufgestellten Neuerungen und mit diesen immer wieder in Zusammenhang gebrachten Schlagwörtern des Web 2.0 sind zum Beispiel Wikis, Folksonomy, Blogosphäre, Partizipation und Podcast. Heutzutage werden diese Begriffe dem Social Web zugeordnet. Eine Verschiebung hat stattgefunden und an die Stelle des Begriffs Web 2.0 sind andere Bezeichnungen gerückt, die den durch den User generierten Inhalt im Web beschreiben sollen.

2.3 Social Software - Social Web

Um den Begriff Social Web besser verstehen zu können, wird zunächst kurz auf die Definition der Social Software eingegangen. Hajo Hippner hat sich intensiv mit diesem Thema beschäftigt. Hippners Definition nach liegen die Gedanken von Clay Shirky¹⁰ zugrunde, dieser nutzte den Begriff schon 2002.

Social Software sind webbasierte Anwendungen, die für Menschen, den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und die Kommunikation in einem sozialen Kontext unterstützen Informationen, aus dem Netz zu bekommen und sich an spezifische Prinzipien halten.¹¹

In seiner Definition beschreibt Hippner webbasierte Anwendungen. Dadurch, dass Hippner mit webbasierten Anwendungen auch Instant Messaging und andere, wenn nicht vom Internet, dennoch aber vom Browser unabhängige Programme impliziert, muss man den Begriff Social Web getrennt von der Bezeichnung Social Software untersuchen. Bei Definitionen zum Social Web wird ein Internetbrowser vorausgesetzt und

⁸O'Reilly (2005)

⁹O'Reilly (2005)

¹⁰Shirky (2003)

¹¹Hippner (2006)

2 Grundlagen

da das Herunterladen einer Applikation, diese nicht mehr über einen Browser laufen lässt, muss man diese hier voneinander unterscheiden. Sie dient aber als Grundlage um auch das Social Web zu definieren. Zunächst fällt auf, dass die Definition Hippners aus heutiger Sicht auf die Social Software Lücken aufweist und man sollte sie um einige Punkte erweitern und anpassen¹². Im Sinne des Web 2.0 werden Informationen nicht nur ausgetauscht, sondern auch durch die kollaborative Zusammenarbeit der Nutzer erstellt. Ein gutes Beispiel hierfür ist Wikipedia. Außerdem spricht er vom Beziehungsaufbau durch die Social Software, jedoch nicht von den bereits bestehenden Kontakten oder alte Beziehungen die wieder gefunden und die durch diese gepflegt werden können.

Nach Ebersbach, Glaser und Heigl ist die Definition des Social Webs eine Erweiterung der Liste von Hippner. Beispielsweise werden, im Sinne des Web 2.0, Informationen nicht nur ausgetauscht, sondern auch durch die kollaborative Zusammenarbeit der Nutzer erstellt. Außerdem spricht Hippner vom Beziehungsaufbau durch die Social Software, jedoch nicht von den bereits bestehenden Kontakten oder früherer Kontakte, die wieder gefunden und die durch diese gepflegt werden können. Eine in ihrem Sinne erweiterte Liste der von Hippner aufgestellten Bedingungen für Social Software wäre folgendermaßen¹³:

- Im Mittelpunkt stehen Individuen oder Gruppen
- Das Social Web unterliegt der Grundidee der Selbstorganisation
- Die Einbindung des Individuums in den sozialen Kontext erfolgt bei der Social Software freiwillig, während es sich bei traditioneller Software meist um eine erzwungene Vernetzung der Gruppenmitglieder handelt
- Die Rolle des Individuums wandelt sich zunehmend vom Informationskonsumenten hin zum Informationsproduzenten, weshalb *Social Ratings*, also die kollektive Bewertung, bedeutender werden. Beiträge können aber nicht nur erstellt und bewertet sondern auch anschließend nach diesen Bewertungen geordnet werden.
- Der Fokus liegt weniger auf den Informationen des einzelnen Individuums, als vielmehr auf der Struktur, die aus der Verknüpfung der Informationen wächst.

Das Social Web lässt sich demnach als sozialer Teil des Web 2.0 definieren. Social Software umschließt jedoch auch Programme wie Whatsapp, die heruntergeladen werden müssen. Somit passt der Begriff Social Web nicht in das Muster des Web 2.0. Daraus resultiert, dass der Begriff Social Web nach den oben genannten Definitionen nicht mehr zeitgemäß ist. Früher zeichnete sich das Social Web vor allem durch die Plattformunabhängigkeit aus. Dies galt als klarer Fortschritt, weil man Programme nicht mehr herunterladen musste, sondern sie stattdessen direkt vom Browser aus öffnen konnte. Heutzutage sind die meisten Anwendungen jedoch mit Softwareschnittstellen

¹²Ebersbach & Glaser & Heigl (2008)

¹³vgl.Ebersbach & Glaser & Heigl (2008): S.30ff

zu anderen Anwendungen ausgestattet, befinden sich überwiegend auch auf den mobilen Endgeräten wieder und müssen als App heruntergeladen werden. Beide Begriffe lassen sich heutzutage nicht mehr getrennt voneinander betrachten. Vielmehr müssen sie als kombinierte Faktoren gesehen werden, die zu den Säulen des *Social Media* werden.

2.4 Social Media

Einige der Beispiele für Social Media sind:

- Weblogs
- Foren
- Social Bookmarking
- Wikis
- Media Sharing (Teilen von multimedialen Inhalten wie Flickr für Fotografien und Youtube für Videos)
- Podcasts
- interaktive Mobile Apps wie Quizduell, wobei man gegen Freunde antreten kann und Fragen unterschiedlicher Kategorien beantwortet
- und Social Networks

Den Begriff Social Media beschreibt ein eigenständiges Medium, welches sich im Laufe der Jahre neben den zahlreichen anderen Medien bewähren konnte. Social Media allein für die Technologie zu verwenden oder sie überhaupt noch den Definitionsbereichen des Social Webs und dem Web 2.0 zuzuordnen ist heutzutage nicht mehr sinnvoll. Vielmehr lässt es sich als autonome Kategorie definieren.¹⁴

2.5 Soziale Netzwerke

Das soziale Netzwerk wird wissenschaftlich unterschiedlich definiert. So ist es von jeder Fachwissenschaft abhängig, welche Bedeutung dem Begriff soziale Netzwerke zugeschrieben wird. In dieser Arbeit geht es nicht um den soziologischen Sinn von sozialen Netzwerken, sondern um die sozialen Netzwerkseiten im Internet.¹⁵

Meine eigene Darstellung in den sozialen Medien ist wichtig, um im späteren Verlauf der Arbeit den Versuch des online-offline Vergleiches entwickeln zu können. Nach einer Definition von Danah M. Boyd und Nicole B. Ellison sei eine Social Network Site ein webbasierter Service, welcher es dem individuellen Benutzer erlaube, sich

¹⁴Soziale Medien wird im folgenden bedeutungsgleich mit Social Media verwendet

¹⁵Im weiteren Verlauf der Arbeit wird von Social Networks oder sozialen Netzwerken gesprochen, diese meinen die sozialen Netzwerke im Internet.

2 Grundlagen

ein öffentliches oder halb-öffentliches Profil in einem begrenzten System zu erstellen, sich Listen bestehend aus anderen Benutzern zu generieren, mit welchem dieser eine Verbindung teilt und Listen von anderen Nutzern innerhalb des Systems zu durchstöbern¹⁶. Social Network Sites, kurz SNS, gibt es nach den Kriterien von Boyd und Ellison seit 1997. Damals wurde das Onlinenetzwerk SixDegrees.com ins Leben gerufen und gilt als Vorreiter für heutige Netzwerke.¹⁷ Es unterschied sich von den anderen damals bereits bestehenden Netzwerken vor allem durch seine Funktion, Profillisten erstellen und veröffentlichen zu können.

Zu den bekanntesten sozialen Netzwerken zählen heute Facebook, Twitter und LinkedIn¹⁸, wobei Letzteres in Deutschland weniger bekannt ist als die Plattform Xing, ein deutsches Netzwerk für berufliche Kontakte. Netzwerke entstehen zumeist aus dem Bedürfnis Kontakte pflegen zu wollen, alte Bekannte wiederzufinden und territoriale Grenzen zu überschreiten. Verschiedene Studien¹⁹ haben gezeigt, dass diese seltener dazu genutzt werden, neue Kontakte aufzubauen.

¹⁶vgl. Boyd & Ellison (2008): S.211

¹⁷vgl. Boyd & Ellison (2008): S.214

¹⁸Alexa (2016)

¹⁹vgl. Neumann-Braun & Autenrieth (2011): S.69

3 Der Selbstversuch und die Forschung

Als Mitglied der Generation Y bin ich mit dem Handy und dem Zugang zum Internet groß geworden. Dass es nicht mehr da sein könnte, ist für mich unvorstellbar. Ich habe eine starke Abhängigkeit von meinem Handy entwickelt, ich informiere mich überwiegend online und bin vor allem jederzeit erreichbar. Weil ich aber doch wissen wollte, wie es sein würde das Handy einmal abzuschalten, habe ich mich im Rahmen dieser Arbeit dafür entschieden, einen Monat lang komplett auf das Internet zu verzichten. Hauptsächlich habe ich das getan um herauszufinden, ob jemand wie ich – die das Internet in seiner Web 2.0 Version kennengelernt hat und damit aufgewachsen ist, jemand, die immer ihr Smartphone bei sich trägt und alles online macht, schon Bewerbungsschreiben komplett am Handy verfasst hat und Verträge mit dem Smartphone unterschreibt – einen Monat ohne Handy und ohne Zugang zum Internet durchhält.

Dieses Kapitel wird auf meinen Selbstversuch eingehen.

3.1 Versuchsvorbereitung und Durchführung

Mein Experiment bestand nicht nur darin, einen Monat lang Zugang zum Internet auszukommen. Ich entschied mich dazu, auch die Handynutzung zu unterlassen. Der Zeitrahmen des Versuchs sollte vom 15.11.2015 bis zum 15.12.2015 sein. Dieser Zeitabschnitt wurde so gewählt, weil der Versuch noch vor den Weihnachtsferien beendet sein sollte, sodass ich Weihnachten und Silvester wieder in der Lage sein würde, mein Handy und das Internet nutzen zu können. Außerdem sollte ich am Ende des Semesters zwei Prüfungen in den Fächern Programmieren und Kryptografie absolvieren. Für das Üben und die Vorbereitungen auf die Klausuren wollte ich nicht auf das Internet verzichten.

Hauptaugenmerk des Versuchs lag vor allem auf der Abhängigkeit, die durch das Smartphone und das Internet entsteht. Hierbei geht es nicht nur um die Abhängigkeit, die durch den exzessiven Umgang mit dem Handy entsteht, sondern auch durch die Verlagerung vieler Teilbereiche des offline Lebens ins Internet. Die folgenden Ausführungen stehen teilweise im Präsens, weil es sich dabei um konkrete Beobachtungen handelt, die ich während meines Versuchs verschriftlicht habe und möglichst unverfälscht präsentieren möchte. Es handelt sich also um eine chronologische, protokolartige Beschreibung des Versuchsverlaufs.

Erwartungen/ Erste Gedanken: Ich gehe stark davon aus, dass sich meine Sichtweisen bezüglich des Umgangs mit dem Smartphone ändern werden und auch mein Verhalten mit dem Smartphone nach dem Versuch anders sein wird. Womöglich werde ich mein Handy nach dem Versuch weniger nutzen, da ich lernen werde, wie man offline und ohne sein Smartphone den Alltag meistern kann.

Es kann natürlich auch in eine andere Richtung gehen: Vielleicht werde ich mein Smartphone so sehr vermissen, dass ich nach dem Versuch einen gewissen Durst stillen muss und erst einmal wieder ganz viel Zeit am Handy verbringen werde. Ich bin willensstark, habe jedoch noch nie einen Selbstversuch gemacht – diesbezüglich bin ich etwas aufgeregt. Habe ich das Durchhaltevermögen? Was wird meine Umgebung sagen? Werden sie mich unterstützen oder dazu bringen, das Experiment abzubrechen?

Vorbereitung: Bevor ich meinen Versuch in die Tat umsetzen konnte, musste ich jedoch einige Vorbereitungen treffen:

Für meine Erreichbarkeit bekannt, musste ich zunächst vielen Menschen in meinem Umfeld von dem Vorhaben erzählen. Die wohl größte Arbeit in der Vorbereitung lag darin, mir von möglichst vielen Kontakten die Festnetznummern geben zu lassen. Ebenfalls musste ich allen klar machen, dass ich aufgrund meines Versuches für die nächsten vier Wochen nur im Notfall und dann nur unter meiner Festnetznummer erreichbar sei.

Weil ich vorher festlegen wollte, worauf ich ungefähr achten möchte, stellte ich einige Fragen auf, auf welche ich im weiteren Verlauf der Arbeit noch eingehen werde.

Außerdem musste ich mir eine Armbanduhr und einen Wecker zulegen, da ich bisher mein Handy für das morgendliche Wecken benutzt hatte und auch den Überblick über die Uhrzeit nur durch den Blick auf das Handy behielt. Einen analogen Kalender führte ich teilweise bereits, weshalb ich nur einige wenige der Termine für die nächsten Wochen darin vermerken musste.

Regelwerk Damit der Selbstversuch funktioniert und an Ernsthaftigkeit gewinnt, habe ich vorher einige Regeln aufgestellt. Ich hätte das Gebrauchsverbot ausschließlich auf mein Handy beziehen können, beschloss jedoch, den Versuch auch auf meine Internetnutzung auszuweiten. So entstand das Regelwerk zum Abschalten:

- ein Handy mitzuführen ist verboten
- Tablets zu nutzen ist verboten
- Internetverbindungen für Geräte generell sollten vermieden werden, das gilt für Computer, Fernseher, Uhren, Drucker und anderes
- verboten ist es auch, jemanden darum zu bitten, Informationen aus dem Netz zu holen

Natürlich ließ ich mir einige Sonderregelungen offen, dass ich zum Beispiel, wenn

auch ausschließlich von einem der Hochschulcomputer aus, die E-Learning Plattform der Hochschule nutzen und ebenfalls hiervon abgehende Links öffnen durfte. Dies erlaubte ich mir hauptsächlich, da ich noch zwei Veranstaltungen für mein Studium belegt hatte. Obwohl ich wirklich ernsthaft versuchen wollte ohne Internet an die benötigten Materialien zu kommen, versuchte ich mich dadurch abzusichern. Mein Studium sollte nicht unter dem Versuch leiden.

3.2 Ergebnisse

Ergebnis Kommunikation

Ich bin ein sehr kommunikativer Mensch. Vor allem online. Beim Thema Kommunikation wollte ich vor allem darauf achten, wie sich das nicht-mehr-online-Sein und nicht-online-Schreiben auf mein Kommunikationsverhalten auswirkt und ob ich insgesamt ähnlich viel zu erzählen habe, wie bisher. Wenn man abends mit Freunden chattet, fühlt es sich immer so an, als hätte man täglich etwas zu berichten, außerdem hat man insgesamt über den Tag verteilt auch viel mehr Kontakt mit unterschiedlichen Leuten im Netz. Es könnte auch sein, dass man weniger erzählt, weil man den Schritt jemanden anzurufen länger durchdenkt, vielleicht dann aber mehr redet. Vor allem aber fragte ich mich, ob mir online die gleichen Menschen wichtig sind wie offline, wenn es um die tägliche Kommunikation geht.

Ich habe einige wenige lange Telefonate unter der Woche geführt. Diese waren vor allem mit den Personen mit denen ich seit Schulzeiten viel Kontakt habe. Ich telefoniere normalerweise nicht besonders häufig, während des Versuches habe ich insgesamt häufiger telefoniert. Zur Kommunikation muss man sagen, dass sich diese sehr häufig um den Versuch gedreht haben, man hatte viel zu berichten, weil man ständig kleine Anekdoten erzählen konnte und jeder eine Meinung zum Thema Smartphonennutzung hat. Ich kam dann auch mit vielen Menschen ins Gespräch, mit denen ich vorher nie geredet hatte, weil diese von dem Versuch gehört hatten und wissen wollten, wie es läuft. Weil ich mich nicht mehr anders ablenken konnte, redete ich mehr mit anderen. Wenn ich in die Uni ging um zu lernen, war es mir sehr wichtig, meine Pausen so zu legen, dass sie sich möglichst mit den Pausen zwischen den Vorlesungen überschneiden, sodass ich Leute treffen konnte. Ich wurde eher selten von anderen als den Menschen angerufen, mit denen ich ohnehin schon ab und zu vom Festnetz aus telefonierte, auch weil es den meisten irgendwie unangenehm schien meine Festnetznummer zu wählen. Aus dem Versuch mitgenommen habe ich, dass ich weiterhin häufiger mal anrufe, wenn ich jemanden für einige Tage nicht gesprochen habe, allerdings sind es dann häufig Videotelefonie-Anrufe, also bin ich wieder im Internet. Ich rufe auch nie vom Festnetz Telefon aus an. All meine Anrufe gehen von meinem Smartphone aus. Das hat den Grund, dass ich schon häufiger im Nachhinein wissen wollte, wann ich einen Anruf getätigt habe und dann direkt nachgucken konnte.

3.2.1 **Ergebnisse Verabredungen / Geduld**

Ich habe mich mehr verabredet, weil Verabredungen fest und bindend waren. Ich hatte auch eine leichte Angst vor Wochenenden, weil ich diese ansonsten oft mithilfe des Smartphones plante. Deshalb versuchte ich meine Verabredungen während des Versuchs schon in der Woche zu organisieren, um mich abzusichern.

Bei einer Verabredung mit einer Kommilitonin, mit der ich mich zum ersten Mal traf, spürte ich meine Ungeduld. Ich hatte mir den Treffpunkt in meinen Terminplaner geschrieben, nachdem mir mündlich mitgeteilt wurde, dass es dazu ein Facebook Event gäbe. Um 20:00 Uhr war ich am besagten Treffpunkt. Normalerweise hätte ich bereits eine Nachricht verschickt um sicherzugehen, ob das Treffen noch steht, wo sie ist, wo wir uns genau treffen wollen und wahrscheinlich hätte ich auch nochmal nachgefragt ob wir 20:00 Uhr gesagt hatten, einfach um nochmal sicherzugehen. Nach etwa fünf Minuten machte ich mir sehr ernsthafte Gedanken darüber, wie ich sie erreichen sollte, ob ich einfach vorgehen könnte, ob sie vielleicht doch nicht konnte, mich ja aber nicht erreichen kann und deshalb einfach gar nicht kommt und wie lange man gewartet hat, als man noch kein Handy hatte. Als sie – mit etwa zwanzig Minuten Verspätung – zum Treffpunkt kam, erklärte sie mir, dass sie zunächst an der falschen Haltestelle gewartet hatte. Sie hatte zusätzlich vergessen, wie die Veranstaltung bei Facebook hieß und musste diese deshalb erstmal suchen.

Wenn ich mich jetzt verabrede, versuche ich teilweise vorher Smartphone unabhängiger zu planen, ich gucke mir also den Weg zu Hause noch einmal genau an und mache genaue Treffpunkte und Uhrzeiten aus, immer für den Fall, dass es einen Grund gibt, dass man sich nicht schreiben kann. Ich frage auch nicht mehr schon nach drei Minuten wo der Andere ist, sondern versuche hier geduldiger zu sein. Ich genieße es aber auch in diesem Fall wieder ein Smartphone zu haben.

3.2.2 **Produktivität offline**

Nun sitze ich also ohne Internet in der Bibliothek und überlege genau wann ich essen gehen sollte. Weil ich mich mit keinem zum Mittag verabredet habe (Wie denn auch?), überlege ich mich ins Café eine Etage tiefer zu setzen. Da müssten die meisten meiner Kommilitonen vorbei kommen und mich zwangsweise treffen. Ich gehe also ins Café, kaufe mir meinen zweiten Kaffee heute und setze mich in eine Ecke, von welcher ich die Treppe und den Eingang beobachten kann. Ich starre wieder auf meinen Computer und versuche einige Hausaufgaben zu lösen. Mich nervt, dass ich kein Internet habe um zu googlen, wie genau RSA funktioniert. Ich gucke ständig hoch. Sobald jemand vorbei geht, muss ich sehen, ob ich sie oder ihn kenne und vielleicht ein Gespräch anfangen kann.

Hingegen meiner vorausgestellten Annahme, während meines Experimentes deutlich produktiver zu sein, ist genau dies nicht passiert. Das lag vor allem daran, dass ich öfter Angst hatte, zu wenig soziale Kontakte zu haben, dieses kann man natürlich als Fear of missing out¹ bezeichnen. Es führte aber dazu, dass ich mehr auf andere zugeht und viele positive Begegnungen hatte. Was den Punkt Produktivität angeht, konnte ich keine große Veränderung nach dem Versuch feststellen. Ich weiß von mir, dass ich sehr gut nachts arbeiten kann. Dies ist seit meiner Schulzeit mein Ausweg in die Offline-Produktivität. Nachts ist keiner online, die Frequenz der erscheinenden Beiträge auf sozialen Netzwerken sinkt rapide, was sie für mich weniger attraktiv macht. Das Handy ist ruhig. Manchmal setze ich mir Timer für 25 Minuten, in denen ich dann konzentriert arbeiten muss. Danach mache ich eine kurze Pause und beginne dann wieder mit den 25 Minuten Arbeitszeit. So schaffe ich mir meine eigene Möglichkeit, in den Flow Modus reinzukommen. Allerdings denke ich noch viel zu oft über den Timer nach und gucke dann auch immer ein paar Mal auf das Handy, um den Timer zu überprüfen. Wenn ich jetzt Aufgaben tagsüber wirklich sehr dringend erledigen muss, schalte ich mein Handy aus.

3.2.3 Antwortversuche auf vorher gestellte Fragen

Produktivität: Macht uns das Internet wirklich weniger produktiv? Die Produktivität ist von der eigenen Motivation abhängig. Tue ich etwas, worauf ich richtig Lust habe, dann ist das Internet auch nicht interessant genug mich abzulenken. Wenn ich keine Lust und keinen Zeitdruck habe, finde ich irgendetwas anderes, was mich ablenkt. Es ist nicht das Internet, das uns weniger produktiv macht, sondern der Druck der ständigen Erreichbarkeit, das Prüfen des Handys auf neue Nachrichten gepaart mit der Unlust an dem Sachverhalt, von dem wir uns ablenken lassen wollen. Dies kann ein Handy, jedoch auch ein Kreuzworträtsel sein. Für mich selbst habe ich gemerkt, dass ich trotz der Abwesenheit meines Handys nicht weniger abgelenkt war.

Alltag: Gibt es Situationen im Alltag in denen erwartet wird, dass jeder Zugang zum Internet hat? Von uns, also von der Generation Y, wird erwartet, dass sie Internet hat. Dass ich diese Auffassung teile, liegt vielleicht auch daran, dass ich Medieninformatik, an der Fakultät für Medientechnik an einer fortschrittlichen Hochschule studiere. Vielleicht liegt es auch daran, dass ich in der Großstadt aufgewachsen bin und dass sich auch meine Eltern schon früh für diese Technik interessiert haben, aber: Ich glaube, vor allem nach diesem Versuch, dass man es sich sehr schwer macht, wenn man als junger Mensch kein Smartphone hat, wenn man zusätzlich keine sozialen Netzwerke nutzen möchte. Was mir hauptsächlich aufgefallen ist, ist dass es von jemandem in meinem Alter einfach nicht erwartet wird, dass man nicht erreichbar sein könnte. Da scheinen einfache Treffen dann wie unüberwindbare Hürden (Wo trifft man sich wann wo? Wie lange wartet man und wird das wirklich was?). Am Beispiel der Großeltern, die in vielen Fällen kein Smartphone besitzen zeigt sich jedoch, dass es funktioniert,

¹Dossey (2014)

wenn man präzise Angaben über Ort und Zeit vorher austauscht. Auch die Tatsache, dass ich einen solchen Versuch mache und auf so große Resonanz stoße, ich von so vielen darauf angesprochen werde, ob es gut läuft und ob es überhaupt funktioniert, ob ich denn wirklich nicht schummle, hat mir gezeigt, dass es heute nicht mehr üblich ist, dass wir kein Internet haben. Es gibt öffentliche Räume, Bibliotheken z.B., in denen die Nutzung des Internets möglich ist. Man kann fast alles auch ohne Internet machen, versucht man aber zum Beispiel einen Job zu finden, bemerkt man auch schnell, dass dies mit dem Internet sehr viel einfacher ist. Viele größere Firmen haben inzwischen den gesamten Bewerbungsprozess von offline auf online umgestellt und dafür braucht man eine E-Mail-Adresse.

Kommunikation: Ist meine Onlinekommunikation mit meiner Offlinekommunikation zu vergleichen? Unter bestimmten Aspekten schon. Man kann Onlinekommunikation mit der Offlinekommunikation vergleichen, die sich nicht auf der nonverbalen Ebene aufhält, also Briefe, z.B., nur dass die Antwort im Internet sehr viel schneller kommt. Eine Kommunikation im Chat ist natürlich eine andere, als die direkte im echten Leben. Durch den Chatroom wird eine Art Anonymität geschaffen, diese verleitet uns Dinge auszusprechen, die wir unserem Gegenüber in der realen Welt so wahrscheinlich nicht sagen würden. Ich bin auch witziger und schlagfertiger online und habe ein unglaublich großes Wissen, weil ich einfach nur googlen muss. Also um die Frage zu beantworten: ich kann es vergleichen, allerdings würde eine Erörterung dieser Frage (ebenso wie eine genaue Erörterung aller Fragen, weshalb ich sie versuche nur kurz anzuschneiden) den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

3 Der Selbstversuch und die Forschung

Erinnerungen: Muss ich mich noch erinnern? Früher hat man Tagebücher geschrieben, Pinnadeln in Landkarten gesteckt, analog fotografiert und Bilder gesammelt. Heute schreiben wir Notizen und Erinnerungen in Apps, die sich auf allen Geräte synchronisieren lassen. Wir machen Fotos und unsere Handys können sich den Standort merken, an denen die Aufnahme gemacht wurde (Abb3.1). So sammeln wir kleine Stecknadeln auf einer virtuellen Karte. Die Frage, ob wir uns noch erinnern müssen, scheint mir nach dem Versuch komisch gestellt, dennoch wollte ich sie aufnehmen, weil ich sie im Vorwege eben aufgestellt hatte. Natürlich müssen wir uns erinnern, weil Erinnerungen etwas Schönes sind. In meinen Augen, dienen die Medien uns in diesem Falle als Unterstützung und helfen uns bei dem Festhalten von Momenten und Erlebnissen.

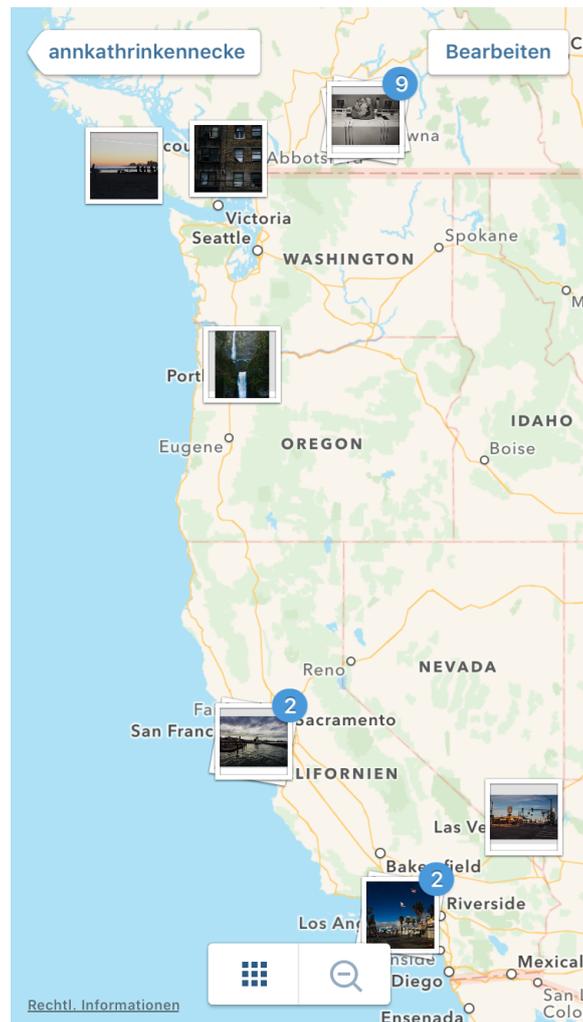


Abbildung 3.1: Landkarte in der Fotosharing App Instagram

3.3 Produktivität online

Die Ergebnisse meines Experiments zeigen teilweise Parallelen zu Forschungen, die in der Literatur oftmals diskutiert werden. So stellen gerade die Produktivität und das Multitasking wichtige Forschungsfelder dar. Das folgende Kapitel behandelt diese und geht dabei auf Forschungsergebnisse ein. Wie bei den Beobachtungen zu meinem Selbstversuch schon angeschnitten wurde, hat die Vielfalt der sozialen Netzwerke einen Preis: Die eigene Produktivität. Das folgende Kapitel behandelt die Themen Produktivität und Multitasking, geht dabei auf Forschungsergebnisse ein und beschreibt die Auswirkungen des exzessiven Smartphone und Social Media Gebrauchs. Der deutsche Informatiker Alexander Markowetz entwickelte mit seinem Team der Universität Bonn eine Mobile App, also eine Anwendungssoftware für das Smartphone, die das Verhalten des Nutzers mit seinem Telefon analysiert. Etwa 300.000 Smartphone-User nahmen teil, indem sie sich die App auf ihr Handy luden und die mit ihr aufgezeichneten Daten an Markowetz und sein Team übermittelten. Es stellte sich heraus, dass diese im Schnitt alle 18 Minuten ihre Tätigkeiten unterbrechen um auf ihre Smartphones zu gucken, am Tag im Schnitt 88 Mal den Bildschirm einschalten und Durchschnittlich 53 mal das Handy entsperren².

In seinem Werk *Digital Burnout* verweist Markowetz auf die Theorie des Psychologen Mihaly Csikszentmihalyi. Dieser gilt als Gründer des sogenannten Flow Prinzips. Bereits in den 1970er Jahren beschreibt er am Beispiel von Leistungssportlern und Chirurgen seine Theorie. Diese besagt, dass man eine gewisse Zeit benötige, um voll konzentriert arbeiten zu können. Diese Phase bezeichnet er als Flow. Es ist die Phase, in der das Gehirn die beste Arbeit leisten kann. Die Softwareentwickler Tom DeMarco und Timothy Lister fanden dazu heraus, dass die meisten Menschen etwa 15 Minuten benötigen, um einen Flow-Zustand erreichen zu können. Daraus resultiert, dass jemand, der alle 18 Minuten auf sein Handy blickt, die Möglichkeit in eine Phase der Leistungssteigerung zu geraten nach drei Minuten bereits unterbindet³. Den Grund hierfür kann man mit den vielen Smartphoneanwendungen und der Menge der Social Media Kanäle beschreiben. Dass das Handy dann nicht aufhört zu klingeln oder es ständig auf neue Nachrichten überprüft werden muss, nennen Wissenschaftler inzwischen *FoMO*, ein Akronym für Fear of missing out⁴ und obwohl die Mediensucht bisher noch keine anerkannte Krankheit in Deutschland darstellt wird die hohe Abhängigkeit zum Internet in Korrelation zu einem besonders hohen Aufkommen an Einsamkeit, Depression und Zwangsstörungen⁵.

Aber auch sein Smartphone einfach zur Seite zu legen, erfüllt nicht mehr den gleichen Effekt. Gerade im Leben eines Studenten werden die meisten Dinge heutzutage online und am Computer gemacht. Veranstaltungen werden über soziale Netzwerke wie

²vgl. Markowetz (2015)S. 30ff.

³DeMarco, Tom & Lister, Timothy (2014)

⁴Dossey (2014)

⁵vgl. Whang, & Lee & Chang (2003)S.148

Facebook geplant, Projekte werden im Google Drive⁶ verfasst und von Universitäten werden Hausaufgaben online eingefordert. Es ist dann auch gar nicht mehr notwendig sein Smartphone in Reichweite zu haben; Geräte lassen sich inzwischen nämlich so synchronisieren, dass man die Benachrichtigungen vom Smartphone auch auf den Computer bekommen kann. So lässt sich sogar die Smartphone-App *Whatsapp*, welche für viele inzwischen die SMS abgelöst hat, auf den Geräten so synchronisieren, dass man es temporär von überall aus, einfach vom Webbrowser abrufen kann. Auch in vielen Jobs ist das Internet zu einer nicht verzichtbaren Größe geworden. Viele Menschen sind innerhalb ihres Jobs auf das Internet angewiesen. So werden zum Beispiel der Emailverkehr und das Handy zu Arbeitsutensilien. Die Grenzen von Arbeitsplatz und Freizeit werden durch die ständige Erreichbarkeit immer mehr aufgelöst. Das Smartphone-Verhalten führt dazu, dass man viele Dinge häufig gleichzeitig macht. Es wird sich nicht mehr nur auf eine Sache konzentriert, sondern Handlungsabläufe verlaufen parallel nebeneinander. Da ich in meinem Selbstversuch gemerkt habe, dass auch ich normalerweise viele Dinge gleichzeitig mache, soll im Folgenden das Thema Multitasking näher erläutert werden.

Multitasking Im Sinne der Software-Entwicklung verstehe ich als Media Systems Studentin unter dem Begriff Multitasking, dass ich mehrere Programme nebenläufig ausführen kann. Diese Beschreibung deckt sich mit dem Verständnis vom Multitasking im psychologischen Sinne und im Bezug auf Mediennutzung. Multitasking bezeichnet die Fähigkeit, dass man mehrere Tätigkeiten gleichzeitig ausführen kann, man also Musik hörend zur Bahn geht, während man auf dem Handy Notizen für das Abendessen schreibt⁷. Allerdings ist es so, dass Neurologen und Psychologen schon längst herausgefunden haben, dass unser Gehirn nicht dazu in der Lage ist, mehr als eine komplexe Aufgabe gleichzeitig zu erledigen. Stattdessen schaltet es, falls man versucht zwei oder mehrere komplexe Aufgaben zu lösen, sehr schnell zwischen diesen beiden Bereichen hin und her. Das sorgt dafür, dass die Leistung absinkt⁸. Für diese Schaltung ist der präfrontale Cortex zuständig. Es ist möglich diesen zu trainieren⁹. Menschen, denen das Multitasking besonders einfach fällt, haben einen besonders trainierten präfrontaler Cortex, das heißt, sie können sehr schnell zwischen den Informationen und Aufgaben in beiden Gehirnhälften wechseln. Mehrere Studien zeigen, dass Menschen mit einer hohen Multitaskingfähigkeit gleichzeitig eine geschwächte Fähigkeit der Informationsfilterung haben. Eine Studie von Professor Clifford Nass, durchgeführt an der Stanford University, untersucht die Unterschiede der Leistungen, zwischen starken Multitaskern und den wenig geübten Multitaskern¹⁰. Die Gruppen bestanden aus fünfzig Studenten, die jeweils die gleichen Aufgaben in gleicher Zeit bearbeiten sollten. Die weniger geübten Multitasker schnitten in allen Bereichen sehr

⁶enthält ein Office Software Paket, welches das kollektive Erstellen von Dateien ermöglicht

⁷vgl. Spink (2004)

⁸vgl. Ophira & Nass & Wagner (2009)

⁹Dux & Tombu & Harrison & Rogers & Tong & Marois (2009)

¹⁰Gorlick (2009)

viel besser ab. Langfristig könnte Multitasking also zu Aufmerksamkeitsproblemen führen, kurzfristig nimmt es einem aber vor allem die Produktivität, denn wie beschrieben, ist der Flow Zustand nur erreichbar, wenn sich das Gehirn allein auf eine Aufgabe konzentrieren muss.

3.4 Facebook und Daten

Nun weiß man also, dass es nicht möglich ist, mehrere Aufgaben gleichzeitig zu lösen, wenn diese Aufgaben ähnlich komplex sind. Der nächste Abschnitt beschäftigt sich mit einer der vermeidlichen Quelle der Unproduktivität der Generation Y: Facebook. Und den Grund warum Facebook vielleicht mehr über diese Generation weiß, als ihre Eltern. Über drei Milliarden Menschen nutzen weltweit das Internet¹¹. Allein in Deutschland sind über die Hälfte der Internetnutzer bereits mit einem Mobilgerät online. Laut dem Online-Dienst, Alexa.de, ein Tochterunternehmen von Amazon, welches Informationen über die Zugriffszahlen auf Internetseiten sammelt und diese auswertet, ist Facebook Platz drei der weltweit am häufigsten aufgerufenen Seiten. Direkt hinter den amerikanischen Seiten von Google und Youtube¹², weshalb es einen auch nicht wundert, dass der Facebookgründer Mark Zuckerberg auf der Forbes Liste der einflussreichsten Menschen weltweit als jüngster den 19. Platz einnimmt¹³. Wie anfangs beschrieben, ist ein zentraler Punkt des Web 2.0 der durch den Nutzer generierte Inhalt. Der Einfluss Zuckerbergs besteht aus diesen nutzergenerierten Inhalten und lässt sich hauptsächlich so erklären: Auf der Plattform sind etwa 1,09 Milliarden aktive Nutzer täglich¹⁴. Der Umsatz von Facebook lag im Jahr 2015 bei etwa 17,9 Milliarden US-Dollar und allein im ersten Quartal von 2016 konnte Facebook einen Umsatz von 5.38 Milliarden US\$ erzielen. Ganze 96,6% des Umsatzes ist durch mobile Werbung erzeugt worden¹⁵ dies vor allem weil Facebook folgendes erkannt hat: Das Smartphone ist längst nicht mehr nur noch ein Telefon. Es kann weitaus mehr und besitzt zahlreiche Programme, wie zum Beispiel Taschenrechner und Stoppuhren, Nachrichten- und Wetter-, Navigations-, Notiz- und Kamera-Apps. Dies sind nur einige Beispiele, die sich heutzutage bereits vorinstalliert und nicht löschar auf jedem iPhone befinden. Hinzu kommen dann scheinbar unendlich viele Apps, die einem das Leben vereinfachen sollen, einen vernetzen und verkuppeln können, Spiele, die uns beschäftigen, wenn die Bahnfahrt zu lange dauert oder Fitness-Apps, vom Schritt- zum Kalorienzähler, die beim Abnehmen helfen sollen. Allein der Apple Appstore bietet 1,4 Millionen weitere Apps zum Download an¹⁶. Facebook nutzt diese Vielfalt der Apps und Funktionen auf dem Smartphone geschickt aus und bietet in Zusammenarbeit

¹¹Statista (2016) (Stand 1. Juli 2015)

¹²Alexa (2016) (Stand 6. Juni 2016)

¹³Forbes (2016) (Stand 29.Mai 2016)

¹⁴Facebook-Newsroom (2016) (Stand März 2016)

¹⁵Statista (2016) (Stand März 2016)

¹⁶Statista (2015) (Stand Mai 2015)

mit den Appanbietern eine Anmeldung mit dem Facebook-Profil bei vielen der Apps als Alternative zur Erstellung eines neuen Profils. Hierbei wird vor allem die Motivation des Users genutzt, da sich der Anmeldeprozess beschleunigt. Eine Fitness-App bekommt dann zum Beispiel Zugriff auf das Facebook-Profil, mitsamt den öffentlichen Informationen, wie zum Beispiel dem Geburtsdatum und den Kontaktlisten. Im Beispiel (3.2) kann man den Zugriff der Runtastic.com App auf mein persönliches Facebook-Profil sehen, zwar kann man diesen Zugriff im Nachhinein noch abwählen, allerdings muss dies aktiv durch den Benutzer in einem Menü aufgerufen werden. Dies setzt voraus, dass der Nutzer sich mit dem Thema Datenschutz und Privatsphäre auseinandersetzt. und daran interessiert ist, seine Privatsphäre, seine Daten und somit auch sich selbst zu schützen. Durch die Verbindung mit den Facebook-Profilen seiner Nutzer ist es den Softwarebetreibern möglich, gezielte Anpassungen innerhalb der Software zu machen. Ein weiterer Zusatz ist das Einsetzen der zielgruppengerechten Werbung.

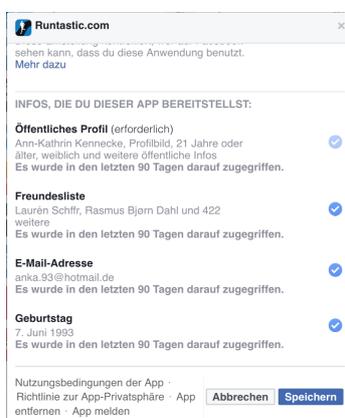


Abbildung 3.2: Zugriff der Runtastic-App auf Facebook-Daten Quelle: [Facebook-Einstellungen \(2016\)](#)

Facebook kann parallel zu den in den Profilen geteilten Informationen, Fotos und Likes, die Daten aus externen Apps, also zum Beispiel Daten bezüglich der Gesundheit der Nutzer, aktuellen Standorten oder Informationen darüber, welche Musik sie zu welchen Uhrzeiten hören sammeln, auswerten und mit Hilfe von Algorithmen für Werbung weiterverwenden. Ein weiteres wichtiges Tool der Übertragung von Informationen ist der *gefällt mir* Button, welchen man überall im Internet verteilt findet und ist man einmal im Hintergrund auf Facebook aktiv und *liked* im Vordergrund den neuesten Spiegel-Artikel, wird dieser der eigenen Newsfeed Seite auf Facebook hinzugefügt, ein Algorithmus analysiert die politischen Ansichten und die zukünftig auf Facebook angezeigten Meldungen werden diesem Artikel angepasst. Wissenschaftler aus Stanford haben herausgefunden, dass sich dadurch auch nicht aktiv geteilte Information von Facebook-Profilen ableiten lassen, wie der IQ, eine mögliche Schwangerschaft, die Persönlichkeit oder wie glücklich man ist, denn all dies lässt sich aus

3 *Der Selbstversuch und die Forschung*

dem Like-Verhalten und der App-Verwendung lesen.

Demnach kennen die meisten Versicherungen ihre Versicherten (3.3, Quelle), wahrscheinlich schlechter als Facebook ihre Mitglieder¹⁷. Und Facebook wirbt damit und macht den großen Teil seines Gewinns damit, gezielte Werbung zu schalten. Diese kann etwas, was TV Werbung nicht kann, sie kann angezeigt werden, wenn Algorithmen sagen, dass sie zur Person passen könnte, basierend auf anderen Themen, die dieser Person gefallen, anderen Werbebannern, auf die vorher geklickt wurden und Freunden mit denen man eventuell vorher im Kontakt stand und denen ähnliches gefällt und Informationen aus Apps, denen man Zugriff gewährt hat, um sich einen Anmeldeprozess zu ersparen. Man kann sein Profil auf Facebook auf privat schalten und damit verhindern, dass andere Facebooknutzer das Profil und die Profilinformationen sehen können, wenn man aber gleichzeitig den AGBs von externen Applikationen zustimmt, bei welchen man sich mit dem Facebook-Profil anmeldet, gewährt man diesen den Zugriff auf alle die Daten, die man eigentlich schützen wollte.

¹⁷was sich durch das Aufkommen der Fitnessarmbänder und die Zuzahlung derer durch Krankenkassen gerade auch bald ändern könnte, denn auch hier werden dann Schnittstellen offen, durch welche die Krankenkassen massiven Einblicke in das private Verhalten bekommen könnten

Erreiche die richtigen Personen

Bestimme genau, welche Personen du mit Facebook-Werbeanzeigen erreichen möchtest. Hier erfährst du, wie du Werbeanzeigen erstellen kannst, die genau die Personen erreichen, denen dein Unternehmen gefallen wird.



Standort

Erreiche deine Kunden dort, wo sie wohnen oder wo sie mit dir Geschäfte tätigen. Richte deine Werbeanzeigen auf ein Land, ein Bundesland, eine Postleitzahl oder sogar auf die Umgebung deines Geschäfts aus.



Demografische Daten

Die Kunden deines Unternehmens sind auf Facebook. Wähle die Zielgruppen, die deine Werbeanzeigen sehen sollen, nach Alter, Geschlecht, Interessen und sogar nach den Sprachen, die sie sprechen, aus.



Interessen

Wenn Menschen an deinem Unternehmen interessiert sind, ist es wahrscheinlicher, dass sie bei deiner Werbeanzeige eine Handlung durchführen. Wähle aus hunderten Kategorien wie Musik, Filme, Sport, Spiele, Einkaufen und noch vielen weiteren aus, um genau die richtigen Personen zu finden.



Verhalten

Du kennst deine Kunden am besten und kannst sie basierend auf ihren Tätigkeiten finden – z. B. Einkaufsverhalten, welche Art Smartphone sie verwenden, oder ob sie ein Auto oder ein Haus kaufen möchten.



Verbindungen

Erreiche die Menschen, die deine Seite oder deine App mit „Gefällt mir“ markiert haben – und erreiche auch ihre Freunde. So kannst du noch mehr Menschen finden, die sich möglicherweise für dein Unternehmen interessieren.

Abbildung 3.3: Facebook wirbt mit seiner Zielgruppengenauigkeit, Quelle: [Facebook-Einstellungen \(2016\)](#)

4 Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das kleine Gerät, das fast jeder von uns besitzt, viel mehr Macht ausübt, als uns bewusst ist und von einem kleinen Helfer zu einem Tagesbegleiter geworden ist. Der Selbstversuch hat deutlich gemacht, wie häufig ich als junge Studentin mein Smartphone nutze und dass es einen Unterschied in der Alltagsgestaltung zwischen CONNECT und DISCONNECT gibt.

Die Smartphone-Technologie wird nicht aufhören zu wachsen und sich weiterzuentwickeln, weil ich meine Bachelorarbeit darüber schreibe, wie unkonzentriert mich mein Smartphone manchmal macht. Auch Mark Zuckerberg wird Facebook nicht offline stellen oder auf die Werbung verzichten, weil ich in dieser darauf hinweise, dass die Werbung auf sozialen Netzwerken sehr viel mächtiger ist, als uns lieb ist.

Und das ist gut so, denn wir benötigen die sozialen Netzwerke, um uns weltweit zu vernetzen, zu organisieren und zu kommunizieren. Wir tauschen nicht nur unsere Standorte und Fotos, sondern erschaffen durch kollektives Wissen Enzyklopädien im Web. Sie bieten eine Möglichkeit, auf ein unglaublich großes Wissen zuzugreifen und Barrieren zu überwinden. Hat man zuvor seine Informationen aus einem Buch aus der Bibliothek erhalten, kann man mit Hilfe der sozialen Netzwerke zum Beispiel den gesamten Bestand der Library of Congress in Washington durchsuchen. Dieses öffnet eine vielfältige und globale Wissensaneignung. Problematisch wird es jedoch, wenn der Alltag ausschließlich vom Smartphone bestimmt wird und Handlungen zu einem Konglomerat werden und man versucht, möglichst viel gleichzeitig zu machen. Dieses Verhalten hat starken Einfluss auf unsere Produktivität und Aufmerksamkeit. Smartphone und die sozialen Medien sind zu Begleitern unseres Alltags geworden. Dass die Nutzung der Smartphones und der sozialen Medien noch deutlich steigen wird, lässt sich an den Tendenzen der jetzigen jungen Generation erkennen. So dürfen wir uns nicht vor den Unbekannten Dingen verschließen, sondern müssen vielmehr lernen, mit ihnen umzugehen. Ein reflektierter Umgang ist hierbei sehr wichtig.

Understand the wave, you can ride it. Refuse to adjust, you will be swallowed

Michael Saylor

5 Ausblick- Die neuen Ikonen der Jugend

Die sozialen Plattformen, sei es Facebook, Instagram, Twitter oder sogar YouTube dienen den Jugendlichen heutzutage nicht selten dazu, sich zu entwickeln. Sie orientieren sich – nicht anders als die Generationen davor auch schon – an Prominenten. Früher kannte man diese aus Funk, Fernsehen und Zeitungen, heute orientiert sich die Jugend an den neuen Stars aus dem Internet; den Bloggern¹. Diese neue Art der Ikone scheint sehr viel greifbarer zu sein, als ihre Vorgänger, weil man sie über viel mehr Kanäle erreicht und mit ihnen agieren kann. Damit werden sie für ihre Fans auf unterschiedlichsten Weisen rezipierbar. Es wird getweeted, gepostet, geliked, geshared und das in Echtzeit und aus vermeintlich echten Lebenssituationen heraus. Werbetreibenden ist es ein Leichtes, zielgruppenspezifischen Inhalt zu generieren indem sie Blogger zum Gesicht ihrer Produkte machen. Damals wurde nachgekauft, was die Stars in den Zeitschriften trugen, heute kaufen die Mädchen den Lockenstab, der von ihrem Idol auf Social Media Plattformen proklamiert wird.

¹Döring (2014)

Abbildungsverzeichnis

1.1	Ausschnitt des Homescreens, Quelle: eigener Screenshot am 2.Juni 2016	4
2.1	Generationen-Tableau, Quelle: Klaffke (2014) , S.12	7
3.1	Landkarte in der Fotosharing App Instagram	18
3.2	Zugriff der Runtastic-App auf Facebook-Daten Quelle: Facebook-Einstellungen (2016)	22
3.3	Facebook wirbt mit seiner Zielgruppengenauigkeit, Quelle: Facebook-Einstellungen (2016)	24

Literaturverzeichnis

- Alexa: *The top 500 sites on the web* <http://www.alexa.com/topsites>, 2016, letzter Zugriff: 08.06.2016
- Biermann, Christina & Kollitz, Rouven & Schäfer, Juliane: *Generation Y und Gen-Z*, <http://die-generation-z.de/generation-y-und-gen-z/>, 2005, letzter Zugriff: 20.04.2016
- Boyd, Danah M. & Ellison, Nicole B.: „Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship“, *Journal of Computer-Mediated Communication* vol. 13 (2008), 1982
- Bruch, Heike & Kunze, Florian & Böhm, Stephan: *Generationen erfolgreich führen*, GWV Fachverlage GmbH: 2010
- Bruns, Andreas: *Organisationales Wissen um strategischen Wandel in einer Welt elektronischer Netzwerkmedien*, Grin Verlag: 2006
- DeMarco, Tom & Lister, Timothy *Wien wartet auf Dich!*, Carl Hanser Verlag GmbH Co KG: 2014
- Dittler, Ullrich & Hoyer, Michael (Hrsg.): *Zwischen Kompetenzerwerb und Medien-sucht*, kopaed: 2010
- Döring, Nicola: „Professionalisierung und Kommerzialisierung auf YouTube“, *Jugend – Medien – Kommerzialisierung*, Heft 4, S. 24-31, kopaed: 2014
- Dossey, Larry: „FOMO, Digital Dementia, and Our Dangerous Experiment“, *EXPLORE*, vol. 10(2) vol. 30 (10), 2014
- Dux, Paul E. Tombu, Michael N. & Harrison, Stephenie & Rogers, Baxter P & Tong, Frank & Marois, Rene: „Training Improves Multitasking Performance by Increasing the Speed of Information Processing in Human Prefrontal Cortex“, *Neuro*, vol. 63(2) vol. 30, S.127–138, Elsevier: 2009
- Ebersbach, Anja & Glaser, Markus & Heigl, Richard: *Social Web*, UVK Verlagsgesellschaft mbH: 2008
- Facebook: Einstellung für den Zugriff der Apps auf das Profil: <https://www.facebook.com/settings?tab=applications>, 2016, letzter Zugriff: 08.06.2016

Literaturverzeichnis

- Facebook: Erreiche die richtigen Personen: <https://www.facebook.com/settings?tab=applications>, 2016, letzter Zugriff: 08.06.2016
- Facebook-Newsroom: <http://newsroom.fb.com/company-info/>, 2016, letzter Zugriff: 09.06.2016
- bibitem[Foehr(2006)]foehr Foehr, Ulla G.: *Media multitasking among american youth: prevalence, predictors and pairings*, Henry J. Kaiser Family Foundation: 2006
- Forbes, The World's Most Powerful People: <http://www.forbes.com/powerful-people/list/#tab:overall>, 2016, letzter Zugriff: 07.06.2016
- Gorlick, Adam: *Media multitaskers pay mental price, Stanford study shows* <https://news.stanford.edu/2009/08/24/multitask-research-study-082409/>, letzter Zugriff: 07.06.2016
- Hippner, Hajo: *Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotenziale von Social Software. In: Hildebrand, Knut und Josephine Hofmann [Hrsg]: Social Software*, dpunkt: 2006
- Hock, Andreas: *Like mich am Arsch*, riva Verlag: 2013
- Höpfinger, François: *Generationenfrage - Konzepte, theoretische Ansätze und Beobachtungen zu Generationenbeziehungen in späteren Lebensphasen*, Réalités Sociales: 1999
- Klaffke, Martin(Hrsg.): *Generationen Management*, Springer: 2014
- Lenhart, Amanda & Madden, Mary: *Social Networking Websites and Teens: An Overview*, Pew Internet & American Life Project: 2007, http://htlab.psy.unipd.it/uploads/Pdf/lectures/technology_for_young/Social%20Networking%20Websites%20and%20Teens%20text.pdf letzter Zugriff: 23.05.2016
- Mannheim, Karl: „Das Problem der Generationen“, *Kölner Vierteljahrshefte für Soziologie* Heft 7, S. 157-185, 309-330: 1928
- Markowetz, Alexander: *Digitaler Burnout, Warum unsere permanente Smartphone-Nutzung gefährlich ist*, Droemer: 2015
- Michelis, Daniel & Schildhauer, Thomas: *Social Media Handbuch Theorien, Methoden, Modelle und Praxis*, Nomos Verlagsgesellschaft: 2015
- Neumann-Braun,Klaus & Autenrieth, Ulla P.: *Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web, Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co.*, Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer: 2011
- Ophira,Eyal & Nass, Clifford & Wagnerc, Anthony D.: „Cognitive control in media multitaskers“, *PNAS*,vol. 106(37), 2009

Literaturverzeichnis

- O'Reilly, Tim: What Is Web 2.0 <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>, 2015, letzter Zugriff: 07.06.2016
- Shirky, Clay A Group Is Its Own Worst Enemy http://www.shirky.com/writings/group_enemy.html, 2003, letzter Zugriff: 07.06.2016
- Sixt, Elfriede: *Schwarmökonomie und Crowdfunding*, Springer: 2014
- Spink, Amanda: „Multitasking information behavior and information task switching: an exploratory study“ *Journal of Documentation*, Vol. 60 Iss 4 pp. 336 - 351
- Statista: Anzahl der angebotenen Apps in den Top App-Stores im Mai 2015: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/208599/umfrage/anzahl-der-apps-in-den-top-app-stores/>, letzter Zugriff: 22.04.2016
- Statista: Anzahl der Internetnutzer weltweit in den Jahren 1997 bis 2015 sowie eine Prognose für 2016 (in Millionen): <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/186370/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-weltweit-zeitreihe/>, letzter Zugriff: 07.06.2016
- Statista: Umsatz von Facebook nach Segmenten weltweit vom 1. Quartal 2010 bis zum 1. Quartal 2016 (in Millionen US-Dollar): <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/223277/umfrage/umsaetze-von-facebook-nach-segment-quartalszahlen/>, letzter Zugriff: 09.06.2016
- Terpitz, Katrin: *Eine Generation sucht Wege aus dem Stress* <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/beruf-und-buero/buero-special/immer-auf-standby-eine-generation-sucht-wege-aus-dem-stress/4675790.html>, letzter Zugriff: 06.06.2016
- Whang, Leo Sang-Min & Lee, Sujin & Chang, Geunyoung: „Internet Over-Users' Psychological Profiles: A Behavior Sampling Analysis on Internet Addiction“, *Cyber Psychology & Behavior* vol. 6 (2), 2003

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen oder dem Sinn nach entlehnten Passagen sind durch Quellenangaben eindeutig kenntlich gemacht.

Ort, Datum

Ann-Kathrin Heike Kennecke