



Bachelorarbeit

Das Erreichbarkeits-Dilemma

Umgang und Erleben mobiler Erreichbarkeit
im Spannungsfeld von Berufs- und Privatleben

Beatrice Budmiger

Vertiefungsrichtung Entwicklungs- und Persönlichkeitspsychologie

Michael Böhm

Vertiefungsrichtung Entwicklungs- und Persönlichkeitspsychologie

Referentin: Sarah Genner, lic. phil.

Dübendorf und Schaffhausen, Mai 2012

Diese Arbeit wurde im Rahmen des Bachelorstudienganges am Departement P der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW verfasst. Eine Publikation bedarf der vorgängigen schriftlichen Bewilligung durch das Departement Angewandte Psychologie.

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Departement Angewandte Psychologie, Minervastrasse 30, Postfach, 8032 Zürich.

Danksagung

An dieser Stelle möchten wir uns bei allen bedanken, die zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben.

Wir bedanken uns bei unserer Referentin Frau Sarah Genner für ihre fachliche Begleitung. Ihre konstruktiven Rückmeldungen während der gesamten Entstehungszeit der Arbeit waren uns eine wertvolle Unterstützung. Ebenfalls bedanken möchten wir uns bei den Studienteilnehmerinnen und -teilnehmern für die Bereitschaft, sich für ein Interview und den Persönlichkeitsfragebogen zur Verfügung zu stellen. Ihre offenen und differenzierten Antworten und Ausführungen haben die Entstehung dieser Arbeit erst ermöglicht. Ein besonderer Dank gilt Frau Ivana Leiseder, welche sich als Lektorin zur Verfügung gestellt hat.

Abstract

Das Ziel dieser qualitativen Studie besteht darin, mögliche Auswirkungen ständiger mobiler Erreichbarkeit im Alltag zu untersuchen. Es wird der Frage nachgegangen, wie ständige Erreichbarkeit im Spannungsfeld von Berufs- und Privatleben erlebt und wie damit umgegangen wird. Auch wird geklärt, wie Persönlichkeitsfaktoren den Umgang und das Erleben mobiler Erreichbarkeit beeinflussen. Die empirische Untersuchung wird auf der Grundlage aktueller Forschungsergebnisse sowie aus Erkenntnissen der Theorie zur Mobilkommunikation und zur Persönlichkeitspsychologie aufgebaut. Mit zehn problemzentrierten Interviews werden der Umgang und das Erleben ständiger Erreichbarkeit wie auch die Nutzung und die Perspektiven mobiler Medien bei Berufstätigen im Alter von 26 bis 66 Jahren exploriert. Anhand des psychometrischen Fragebogens NEO-FFI wird nach dem Konzept der Big Five die Persönlichkeit erschlossen. Die gewonnenen Daten werden mit einer induktiv geleiteten qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet und mit Ergebnissen aktueller Forschungsevidenzen validiert. Die Gesamtauswertung zeigt, dass eine vollständige Trennung privater und beruflicher Erreichbarkeit nicht möglich ist. Mobile Erreichbarkeit wird als wertvoll eingeschätzt, da sie die Organisation des Alltags, eine ortsungebundene Kommunikation und die Pflege sozialer Kontakte erleichtert. Gleichzeitig fördert die mobile Erreichbarkeit aber eine Informationsüberflutung und Beeinflussung des öffentlichen Raums durch berufliche wie auch persönliche Telefongespräche. Den kommunikativen Herausforderungen im Umgang mit mobilen Geräten steht der Wunsch gegenüber, die eigene Erreichbarkeit zu kontrollieren. Erreichbar sein wollen und erreichbar sein müssen wird in diesem Zusammenhang oft als Dilemma wahrgenommen. Entlastungen bieten die Strukturierung der eigenen Verfügbarkeit, das Einräumen eines Rechts auf Nicht-Erreichbarkeit sowie die Klärung eigener und fremder Erwartungen an die mobile Erreichbarkeit. Allgemein wirkt die Persönlichkeit als beeinflussender Faktor. Die Tendenz zu einer disziplinierten Handhabung mobiler Erreichbarkeit spiegelt sich in der Ausprägung der Gewissenhaftigkeit. Die Dimension der Verträglichkeit zeigt auf, inwiefern eine Fähigkeit zur Skepsis vorhanden ist, damit der eigene Umgang mit Mobilkommunikation vermehrt hinterfragt werden kann. Die Arbeit kommt zum Schluss, dass es lohnenswert ist, die eigene mobile Erreichbarkeit nicht dem Zufall zu überlassen, sondern stetig zu reflektieren, an die eigenen Bedürfnisse anzupassen und förderliche Richtlinien und Vereinbarungen für die private und berufliche Erreichbarkeit einzuhalten.

Inhalt

1	Einleitung	1
1.1	Hintergrund	1
1.2	Ziel der Arbeit und Untersuchungsdesign	1
1.3	Aufbau der Arbeit	1
I	THEORETISCHER TEIL	3
2	Grundlegende Aspekte mobiler Erreichbarkeit	3
2.1	Mobilität	3
2.2	Mobilkommunikation	3
2.3	Mobile Medien	4
2.4	Mobile Erreichbarkeit und Verfügbarkeit	5
3	Auswirkungen mobiler Erreichbarkeit	6
3.1	Privatisierung des öffentlichen Raums	6
3.2	Auflösung der Grenzen zwischen Arbeits- und Privatleben	7
3.3	Psychologische und gesundheitliche Aspekte	10
3.4	Das Erreichbarkeits-Dilemma	12
4	Einflussfaktoren der Handhabung mobiler Erreichbarkeit	13
4.1	Situative Aspekte	14
4.2	Soziale Beziehungen	15
4.3	Individuelle Aspekte	17
5	Persönlichkeitsspezifische Aspekte der Nutzung mobiler Medien	18
5.1	Definition von Persönlichkeit	19
5.2	Big Five-Modell	20
5.3	NEO-Fünf-Faktoren-Inventar (NEO-FFI) nach Costa und McCrae	22
5.4	Bedeutung der Persönlichkeitspsychologie für die mobile Erreichbarkeit	23
5.5	Stand der Forschung	24

II	EMPIRISCHER TEIL	27
6	Methodik und Forschungsgegenstand	27
6.1	Ausgangslage und Absicht	27
6.2	Untersuchungsplan: Einzelfallanalyse	27
6.3	Datenerhebung	28
6.4	Stichprobe	29
6.5	Durchführung	30
6.6	Datenaufbereitung und Datenauswertung	30
7	Ergebnisse	31
7.1	Quantitative Übersicht der Ergebnisse	31
7.2	Nutzung mobiler Medien	33
7.3	Erleben der Erreichbarkeit	36
7.4	Umgang mit der Erreichbarkeit	47
7.5	Perspektiven mobiler Medien	55
7.6	Persönlichkeit und Erreichbarkeit	56
8	Diskussion	63
8.1	Zusammenfassung	63
8.2	Interpretation der Ergebnisse	71
8.3	Kritische Stellungnahme	76
8.4	Weiterführende Gedanken	77
9	Literatur	79
10	Anhang	87

Abbildungen

Abbildung 1: Anzahl Nennungen pro Unterkategorie zur Nutzung mobiler Medien.....	31
Abbildung 2: Anzahl Nennungen pro Unterkategorie zum Erleben der Erreichbarkeit.....	32
Abbildung 3: Anzahl Nennungen pro Unterkategorie zum Umgang mit der Erreichbarkeit	32
Abbildung 4: Anzahl Nennungen pro Unterkategorie zu den Perspektiven mobiler Mediennutzung	32
Abbildung 5: T-Mittelwerte der fünf Persönlichkeitsdimensionen	57
Abbildung 6: T-Werte der Frauen	57
Abbildung 7: T-Werte der Männer.....	58

Tabellen

Tabelle 1: Endgerätegruppen in der Mobilkommunikation.....	4
Tabelle 2: Orte, an denen das Handy als „besonders störend“ wahrgenommen wird	7
Tabelle 3: Soziodemografische Daten der Stichprobe.....	29

1 Einleitung

1.1 Hintergrund

Wir leben heute in einer hochgradig mobilen Informations- und Mediengesellschaft. Die Mobilkommunikationstechnik soll dem Menschen einen ständigen Zugang zum digitalen Informations- und Kommunikationsnetz bieten und somit eine örtliche und zeitliche Unabhängigkeit in der Nutzung von Kommunikationsmöglichkeiten erlauben. In der Praxis stösst dieser Wunsch nicht selten in Form von Widerständen gegen den Erreichbarkeitszwang an soziale Grenzen (Döring, 2008, S. 225). Die neuen Kommunikationsmittel bringen es mit sich, dass insbesondere die Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben immer mehr verschwimmen. Dabei fühlen sich die einen von Informationen überflutet und leiden unter dem Druck der ständigen Erreichbarkeit, während andere von den vielfältigen Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten nicht ausgeschlossen sein wollen. Ein sogenanntes Erreichbarkeits-Dilemma kann die Folge sein: Benutzer von mobilen Medien möchten jeden an jedem Ort und zu jeder Zeit erreichen, wollen aber selbst nur von wenigen Personen und dann auch nur zu bestimmten Anlässen erreicht werden. Ständige Erreichbarkeit wird in diesem Kontext je nach Person und Situation zwischen Fluch und Segen wahrgenommen.

1.2 Ziel der Arbeit und Untersuchungsdesign

Im Rahmen dieser empirischen Arbeit soll mithilfe von problemzentrierten Interviews herausgearbeitet werden, welche Nutzungsmuster die befragten Personen im Gebrauch mobiler Medien aufweisen, wie sie mit dem Phänomen mobiler Erreichbarkeit umgehen, dieses erleben und welche Auswirkungen ständiger mobiler Erreichbarkeit im beruflichen und privaten Alltag bestehen. Darüber hinaus soll untersucht werden, ob es Faktoren gibt, die auf einen möglichen Zusammenhang zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und dem Erleben sowie der Handhabung mobiler Erreichbarkeit hinweisen. Weiter soll eine kurze Einschätzung bezüglich der zukünftigen Entwicklung der Mobilkommunikation vorgenommen werden.

1.3 Aufbau der Arbeit

Der theoretische Teil dieser Arbeit gliedert sich in vier Abschnitte und thematisiert überblicksartig den aktuellen Wissensstand bezüglich Umgang und Erleben mobiler Erreichbarkeit. Zum Thema grundlegende Aspekte mobiler Erreichbarkeit (Kapitel 2) werden in vier Unterkapiteln die Schlüsselbegriffe Mobilität, Mobilkommunikation, mobile Medien sowie mobile Erreichbarkeit und Verfügbarkeit definiert und mit aktuellen Erkenntnissen und Daten aus der Forschung der Mobilkommunikation ergänzt.

Nachfolgend werden die Auswirkungen mobiler Erreichbarkeit dargelegt (Kapitel 3). Als mögliche Folgen ständiger Erreichbarkeit werden in vier Unterkapiteln die Privatisierung des öffentlichen Raums wie auch die Auflösung der Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben beschrieben. Ausserdem werden die psychischen und gesundheitlichen Konsequenzen und das Erreichbarkeits-Dilemma erläutert. Im Anschluss werden die Einflussfaktoren der Handhabung mobiler Erreichbarkeit in drei Unterkapiteln dargestellt (Kapitel 4). Hierbei werden situative, soziale und individuelle Aspekte erörtert. Der Theoretische Teil schliesst mit Überlegungen zum Einfluss von persönlichkeitspezifischen Aspekten auf den Umgang und das Erleben mobiler Medien (Kapitel 5). In vier Unterkapiteln wird auf der Grundlage des Big-Five-Modells das Konstrukt der Persönlichkeit definiert und in Form des NEO-FFI ein multidimensionales Persönlichkeitsinventar vorgestellt. Zum Schluss wird die Bedeutung der Persönlichkeitspsychologie für die Mobilkommunikation geklärt.

Im empirischen Teil werden die Methodik und der Forschungsgegenstand dieser Arbeit erläutert (Kapitel 6). Die Unterkapitel liefern Hinweise zur Ausgangslage und Absicht der Studie und legen den Untersuchungsplan sowie die Untersuchungsmethode dar. Des Weiteren folgen Angaben zur Stichprobe, zur Durchführung der Interviews wie auch zur Datenaufbereitung und Datenauswertung. Der Abschluss des empirischen Teils bildet die Präsentation der Ergebnisse (Kapitel 7).

Die Diskussion (Kapitel 8) bildet den Abschluss dieser Arbeit. Im ersten Teil der Diskussion werden die Untersuchungsergebnisse im Hinblick auf die Fragestellungen und unter Einbezug der theoretischen Grundlagen zusammenfassend dargelegt. Anknüpfend folgen die Interpretation der Ergebnisse, eine kritische Stellungnahme sowie weiterführende Gedanken.

I. THEORETISCHER TEIL

2 Grundlegende Aspekte mobiler Erreichbarkeit

Der Mobilfunk verzeichnete in den vergangenen zehn Jahren eine Entwicklung, für die das Festnetztelefon 100 Jahre benötigte. Dank einer Vielzahl mobiler Kommunikationsmöglichkeiten können wir andere überall und jederzeit erreichen, sind aber auch für andere ständig erreichbar geworden. Aufgrund ihrer nützlichen Eigenschaften als „ultra-mobile-tools“ (Barkhuus 2003, S. 4) sind mobile Medien aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken.

2.1 Mobilität

Mobilität und Mobilsein sind Schlüsselbegriffe unserer modernen Weltgesellschaft und haben sich in Zeiten der Globalisierung zu einem Erfordernis der neuen Kultur der Beweglichkeit entwickelt: „Leitfigur der Moderne ist der mobile Mensch: flexibel, ungebunden, leistungsstark“ (Schneider, Limmer & Ruckdeschel, 2002, S. 9). Die neue Mobilität zeigt sich beispielsweise in der zunehmenden räumlichen Trennung von Wohnort und Arbeitsplatz. Selbst während der beruflichen Tätigkeit arbeitet nur noch jede vierte Person ausschliesslich im Büro (Mignot, 2010, S. 6). Das Bedürfnis des ortsungebundenen Menschen, mit Familienangehörigen, Geschäftspartnern oder Freunden in Kontakt zu bleiben, wird von mobilen Medien auf ideale Weise erfüllt, was wiederum zu einem stetig wachsenden Interesse für mobile Kommunikationsmöglichkeiten führt (Haddon, de Gournay, Lohan, Östlund, Palombini, Sapio & Kilegran, 2002, S. 7).

2.2 Mobilkommunikation

Unter Mobilkommunikation versteht man digitale Kommunikation mittels portabler, drahtlos an Funknetze angebundener Endgeräte (Döring, 2008, S. 220). Laut dem Bundesamt für Kommunikation (BAKOM, 2011) wurden im Jahr 2000 in der Schweiz erstmals mehr Mobilfunkanschlüsse als Festnetzanschlüsse verzeichnet. Ende 2010 wurden über 9.5 Millionen Mobilfunkteilnehmer registriert (S. 6). Heute bewegt sich der Versorgungsgrad der Schweizer Bevölkerung durch ein Mobilfunknetz gegen 100 Prozent (S. 20). Mit der Einführung des Hochgeschwindigkeits-Mobilfunknetzes LTE (Long Term Evolution) steht dem Mobilfunkkunden seit 2011 ein noch leistungsfähigeres Netz für mobiles Arbeiten zur Verfügung, das die mobile Nutzung datenintensiver Dienste wie VoIP (Voice over Internet Protocol) oder Videokonferenz ermöglicht. Dass dies einem Kundenbedürfnis entspricht, zeigt auch die Tatsache, dass sich das Verkehrs-

volumen im Mobilfunkbereich schweizweit alle 7 Monate verdoppelt (Petit & Dede-
richs, 2010, S. 6).

2.3 Mobile Medien

Mobilkommunikation ist mit verschiedensten mobilen Endgeräten möglich. Tabelle 1 zeigt, welche Gruppen mobiler Endgeräte sich derzeit bestimmen lassen und welche mobilen Anwendungen und Dienste damit genutzt werden können:

Tabelle 1: Endgerätegruppen in der Mobilkommunikation
(Quelle: Döring, 2008, S. 222; angepasst und ergänzt durch die Autoren)

Endgerätegruppe	Andere (umgangs- sprachliche) Bezeichnungen	Mobile Anwendungen	Mobile Dienste
Handy 	<ul style="list-style-type: none"> • Natel • Mobile 	<ul style="list-style-type: none"> • Wecker • Foto-/Videokamera • Elektronisches Telefon- und Adressbuch 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiltelefonie • SMS/MMS • Mobiles Internet • Datenaustausch mit anderen mobilen Endgeräten
Personal Digital Assistent 	<ul style="list-style-type: none"> • PDA • BlackBerry • Handheld • Palmtop • Pocket-PC • Organizer 	<ul style="list-style-type: none"> • Büro-Software • Elektronische Agenda • Elektronisches Telefon- und Adressbuch 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiltelefonie • SMS / Mail • Mobiles Internet • Datenaustausch mit anderen mobilen Endgeräten
Smartphone 	<ul style="list-style-type: none"> • iPhone 	<ul style="list-style-type: none"> • Wecker • Foto-/Videokamera • Büro-Software • Elektronisches Notizbuch • Elektronische Agenda • Elektronisches Telefon- und Adressbuch 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiltelefonie • SMS / MMS / Mail • Mobiles Internet • Social Media • Apps (Applications) • Datenaustausch mit anderen mobilen Endgeräten
Notebook / Netbook 	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop • Subnotebook • Ultra-Mobile-PC 	<ul style="list-style-type: none"> • Büro-Software • CD-/DVD-Player 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Mobiles Internet • Mail • VoIP • Social Media • Datenaustausch mit anderen mobilen Endgeräten
Tablet-PC 	<ul style="list-style-type: none"> • iPad • SmartPad 	<ul style="list-style-type: none"> • Wecker • Foto-/Videokamera • Büro-Software • Elektronisches Notizbuch • Elektronische Agenda • Elektronisches Telefon- und Adressbuch 	<ul style="list-style-type: none"> • SMS / MMS / Mail • Mobiles Internet • Apps (Applications) • Social Media • Datenaustausch mit anderen mobilen Endgeräten • (Mobiltelefonie)

Das mit Abstand am meisten verbreitete mobile Endgerät ist das Mobiltelefon.¹ Bereits mehr als die Hälfte der verkauften Mobiltelefone in der Schweiz sind heute Smartphones. Diese mobilen Alleskönner entwickeln sich immer mehr zu „multimedialen Hybridmedien“, mit denen an beinahe jedem Ort telefoniert sowie auf das Internet zugegriffen werden kann. Vom mobilen Internet macht rund ein Viertel der Bevölkerung auf ihrem Smartphone, Notebook oder Tablet-PC Gebrauch (Mignot, 2010, S. 6).

Weitere interessante Ergebnisse zur Nutzung mobiler Medien liefert eine deutsche Untersuchung des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM, 2011): So gut wie alle Handybesitzer nutzen die Grundfunktion, das mobile Telefonieren. Kurznachrichten (SMS) verschicken und empfangen werden von etwa der Hälfte und die E-Mail-Funktion von etwa jedem fünften Handybesitzer genutzt (S. 25). Wenn es um den Verzicht auf bestimmte Medien geht, so können sich drei Viertel am wenigsten ein Leben ohne Internet vorstellen und über die Hälfte möchte nicht auf das Handy verzichten (S. 36).

2.4 Mobile Erreichbarkeit und Verfügbarkeit

Die zentrale Vision der Mobilkommunikationsindustrie ist eine örtliche, zeitliche und personale Entgrenzung der Kommunikationsmöglichkeiten, also eine „anytime anywhere anyone“-Kommunikation (Landegem & Viswanathan, 2008, S. 1). Die technisch vermittelte Möglichkeit, jemanden mobil zu erreichen, bedeutet aber nicht automatisch, dass dieser Kontaktversuch auch erfolgreich ist. So kann eine unzureichende Netzabdeckung die **technologische Erreichbarkeit** verunmöglichen. Die eigene Erreichbarkeit stösst aber vor allem an soziale Grenzen, die sich zum Beispiel im Widerstand gegen die eigene ständige Erreichbarkeit oder in sozialen Normen (z.B. Tabuisierung von Handy-Kommunikation an bestimmten Orten) zeigen. Die Möglichkeit zu ständiger Erreichbarkeit muss somit erst in sozialem Handeln, sprich **sozialer Erreichbarkeit**, umgesetzt werden (Döring, 2008, S. 225). In diesem Sinne gelten Personen erst dann als erreichbar, wenn sie ein mobiles Gerät bei sich tragen, dieses eingeschaltet ist, sie Anrufe entgegennehmen oder auf erhaltene Mitteilungen reagieren. Soziale Erreichbarkeit bedeutet allerdings nicht automatisch auch die Möglichkeit für eine längere Interaktion bzw. **effektive Erreichbarkeit** für mobile Kommunikation, da diese situativen, örtlichen und zeitlichen Beschränkungen (z.B. unpassende Situation, laute Hintergrundgeräusche, wenig Zeit) unterliegt (Pöschl, 2010, S. 19).

¹ In der vorliegenden Arbeit werden unter dem Begriff „Mobiltelefon“ alle Geräte subsumiert, mit denen sich mobil telefonieren lässt. Wo nicht genauer bezeichnet, kann also unter einem Mobiltelefon ein Handy, ein Smartphone oder ein PDA verstanden werden.

Die Bedeutung mobiler Erreichbarkeit kann gemäss Pöschl (2010, S. 25) unter zwei Gesichtspunkten betrachtet werden: Eine **praktische Bedeutung** erhält die ständige mobile Erreichbarkeit durch die damit einhergehende Erleichterung des Alltags. So werden mobile Medien als Organisationsmedium für die Koordination von Privat- und Berufsleben betrachtet. Zum anderen hat mobile Erreichbarkeit eine **soziale Bedeutung**. Sie ermöglicht es uns, immer und überall Kontakt zu unserem sozialen Netzwerk aufzunehmen, es aufrechtzuerhalten und zu pflegen.

Ein wesentliches Bedürfnis oder den Bedarf nach ständiger Erreichbarkeit sieht Hano (2011, S. 5-6) in der modernen Arbeit, die einen Sisyphus-Charakter aufweist und auf „immer mehr“ und „immer schneller“ angelegt ist. Unter diesen Umständen sind die Grenzen zwischen ständiger Erreichbarkeit und **ständiger Verfügbarkeit** fließend. Wenn Erreichbarkeit gegeben ist, wird diese schnell mit dem Anspruch auf ständige Verfügbarkeit verknüpft.

Im Rahmen dieser Arbeit wird mobile Erreichbarkeit in erster Linie als Kommunikation mittels mobiler Medien verstanden. Dabei muss die Erreichbarkeit oder Kommunikationsmöglichkeit nicht zwingend unterwegs gewährleistet sein, sondern kann auch zuhause oder am Arbeitsplatz mit mobilen Geräten erfolgen.

3 Auswirkungen mobiler Erreichbarkeit

Die wortwörtlich grenzenlosen mobilen Kommunikationsmittel machen es sowohl privat als auch beruflich möglich, rund um die Uhr erreichbar zu sein. Mit dieser Situation sinnvoll und kompetent umzugehen, stellt für die Benutzer mobiler Medien eine grosse Herausforderung dar. Denn ein nicht bewusster Umgang mit mobilen Medien kann Ärger, Stress, mangelnde Erholung oder gar schlimmere gesundheitsschädigende Folgen nach sich ziehen. Die folgenden Kapitel geben einen Überblick möglicher Auswirkungen von mobiler Erreichbarkeit.

3.1 Privatisierung des öffentlichen Raums

Höflich und Gebhard (2005b, S. 137) postulieren, dass mobile Medien zu einer Grenzverschiebung des Öffentlichen und Privaten beitragen. Bei der Telefonzelle beim Telefonieren in der Öffentlichkeit zumindest noch einen gewissen Schutz des Einzelnen vor (unerwünschten) Einblicken in Privates, verliert das Telefonieren „mit dem Handy [...] seine Intimität, das Private dringt in die Öffentlichkeit“ (Burkart, 2000, S. 218). Und somit auch an Orte, an denen die Nutzung des Mobiltelefons als besonders störend empfunden wird, wie folgende Tabelle zeigt:

Tabelle 2: Orte, an denen das Handy als „besonders störend“ wahrgenommen wird (n=400)
(Quelle: Höflich, 2011, S. 152; angepasst durch die Autoren)

Im Kino, Theater oder Museum	92,0 %
Auf offiziellen Veranstaltungen (z.B. ein Vortrag)	91,5 %
In Kirchen	89,6 %
In Warteräumen (z.B. beim Arzt)	70,8 %
In Restaurants	57,5 %
Bei der Arbeit	41,8 %
Öffentliche Verkehrsmittel (z.B. Bus, Bahn)	37,5 %
Zu Hause bei anderen	27,1 %
In Geschäften	25,0 %
Zu Hause bei mir	18,3 %
In Wartehallen (z.B. in Bahnhöfen)	14,0 %
Fussgängerzonen	6,0 %

Wie verschiedenen Studien zu entnehmen ist, wird das Klingeln des Handys oder das zu laute Sprechen von den Befragten als besonderes Eindringen in den öffentlichen Raum betrachtet (Ling, 2005, S. 124). Als deutlich störend wird dabei vorwiegend die Tatsache genannt, dass man Dinge von anderen Menschen mitbekommt, die einen eigentlich gar nichts angehen (Höflich & Gebhardt, 2005b, S. 152). Weiss (2002, S. 68) stellt fest, dass durch die zunehmende Mediatisierung des öffentlichen Raums Verschiebungen von Grenzen des Öffentlichen und Privaten scheinbar leichter hingenommen werden und sich auch Empfindsamkeiten dahingehend, ob und wann es sich um Indiskretionen handelt, verändern dürften.

3.2 Auflösung der Grenzen zwischen Arbeits- und Privatleben

Im Zeitalter der Globalisierung leben wir in einer 24-Stunden-Gesellschaft. Neue technologische Entwicklungen machen es möglich, in immer kürzerer Zeit immer mehr Informationen auszutauschen. Dieser technologische Fortschritt führt zu einer allgemeinen Beschleunigung und Verdichtung der Arbeit. Es kommt zu einer Loslösung von Arbeit, Zeit und Ort (Baumgartner & Gisler, 2010, S. 5). Der eigentliche Erfolg des Mobiltelefons und seine Durchsetzung als Massenprodukt kam erst mit seiner Privatisierung und Veralltäglicung (Burkart 2007, S. 70-71). Viele der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien haben sich ursprünglich im beruflichen Kontext durchgesetzt. Durch den Einsatz mobiler Medien versprechen sich die Unternehmen eine entscheidende Flexibilisierung der Arbeitsprozesse und eine daraus resultierende Produktivitätssteigerung. So werden durch den Einsatz mobiler Kommunikationsmittel unter anderem neue Formen der Teamarbeit (z.B. verteilte, mobile Teams) möglich. Die Mitarbeitenden sind zudem immer und überall informiert und können mit E-Mails flexibel und schnell auf Anfragen (z.B. auf Kundenwünsche) eingehen (Baumgartner & Gisler, 2010, S. 16).

Lowry und Moskos (2005) halten in einer explorativen Studie von Berufstätigen fest, dass die Nutzung von Mobiltelefonen für berufliche Zwecke ein „zweischneidiges Schwert“ bedeutet: Mobiltelefone werden von den Befragten einerseits als wertvolles und hilfreiches Medium zur Organisation von Arbeitsprozessen ausserhalb des Arbeitsplatzes betrachtet, andererseits wecken sie bei den Nutzern auch Befürchtungen über eine berufliche Intrusion in das Privatleben (S. 1). Als positiver Aspekt wird vor allem von Aussendienstmitarbeitern und Selbständigen die Möglichkeit des Arbeitens in "to-ten" Zeiten (z.B. Warteperioden) und damit der Zugang zu entfernten technologischen oder informationellen Ressourcen erwähnt. Ausserdem ermöglichen mobile Medien die Koordination von verstreuten Kollegen innerhalb konkreter Projekte und tragen nicht zuletzt durch Telefonate dazu bei, ein Gefühl der Gemeinschaft aufzubauen und informelles Wissen über die Vorgänge im Aussendienst zu vermitteln (S.6). Ferner erleichtert das Mobiltelefon eine flexiblere Handhabung und Organisation der Arbeits- und Freizeit und ermöglicht beispielsweise, mit der Familie oder Freunden ausser Haus etwas zu unternehmen und trotzdem beruflich erreichbar zu sein (S.13). Als eher negativ werden mögliche Ansprüche des Arbeitgebers zur ständigen Verfügbarkeit und somit eine regelrechte Anbindung an den Arbeitsplatz über die Arbeitszeit hinaus bewertet. Dies wird als störender Einfluss auf das private und persönliche Leben wahrgenommen (S. 5). Anrufe oder eingehende Mitteilungen während der Arbeitszeit werden als Ablenkung, Unterbrechung oder Störung des aktuellen Arbeitsprozesses empfunden (S. 11). Schliesslich können die ständige berufliche Erreichbarkeit und das Erledigen von Arbeit im privaten Umfeld zu Spannungen oder Konflikten innerhalb der Familie führen (S. 12).

Die Möglichkeit ständiger Erreichbarkeit lässt somit die Grenzen zwischen Privat- und Arbeitsleben zusehends verwischen und dies auf zweifache Weise: Die Arbeit kann in das Zuhause und in Freundschaftsnetzwerke eindringen, es ist aber genauso wahrscheinlich, dass private Kommunikation in die formalen Grenzen der Arbeit eindringt (Castells, Fernández-Ardevol, Qiu & Sey, 2007, S. 82).

Arbeitnehmer sehen in der beruflichen Nutzung mobiler Medien auch Vorteile: „A mobile phone and a notebook are the most important communication devices for work purposes. Participants appreciate the possibility thanks to new technologies not to be bound to a physical office“ (Uzunova, Biller & Rossetti, 2010, S. 7). Allerdings besitzen lediglich acht Prozent der Berufstätigen ein Diensthandy, wohingegen gut ein Drittel das private Handy auch beruflich nutzt (BITKOM, 2011, S. 47). Für die meisten beruflichen Handynutzer ist das Mobiltelefon zum festen Bestandteil der Arbeitskommunikation geworden. So können sich 42 Prozent gar nicht vorstellen, beruflich auf das Handy zu verzichten (S. 48). Etwa neun von zehn Berufstätigen sind ausserhalb ihrer Arbeitszeiten für Kollegen, Vorgesetzte oder Kunden per Handy, Smartphone oder E-Mail er-

reichbar. Fast jeder Dritte ist beruflich jederzeit erreichbar, acht Prozent sogar im Urlaub (S.49).

Mobile Medien werden von den Berufstätigen nicht grundsätzlich negativ beurteilt. Die Möglichkeit, immer und überall informiert zu sein und schnell reagieren zu können, wird im Allgemeinen geschätzt. Die übertriebenen und oft nicht klar geäußerten Erwartungen an die Erreichbarkeit sowie die konstante Ablenkung während der Arbeit werden jedoch als negativ empfunden. Meistens werden in Unternehmen mobile Geräte eingeführt, ohne die damit verbundenen Erwartungen an die Mitarbeiter zu klären (Baumgartner & Gisler, 2010, S. 31). Hauptsächlich Berufstätige in höheren beruflichen Positionen müssen mit einer gesteigerten Erwartung an ihre Erreichbarkeit rechnen (Jurczyk, Schier, Szymenderski, Lange & Voss, 2009, S. 285).

Genauso wie die Arbeit durch elektronische Medien ins Privatleben eindringt, greift auch die Erledigung privater Online-Aktivitäten während der Arbeitszeit in das Arbeitsleben über. So nutzt mehr als jeder vierte Berufstätige das Internet mindestens einmal täglich während der Arbeitszeit für private Zwecke, wobei am häufigsten das private E-Mailkonto aufgerufen wird (Baumgartner & Gisler, 2010, S. 50-51).

Das Eindringen privater Mitteilungen und Telefonate in den beruflichen Kontext kann auch aus Sicht der Arbeitgeber Nachteile mit sich bringen. So kann private Kommunikation zu Störungen oder Unterbrechungen des Arbeitsprozesses führen, was die Produktivität der Mitarbeitenden beeinträchtigt. Deshalb werden von den Unternehmen vermehrt Richtlinien zur Nutzung von Mobiltelefon und Notebook erlassen. (Townsend & Batchelor, 2005; zit. nach Pöschl, 2010, S. 51). Die Notwendigkeit einer „bewusst gelebten Erreichbarkeitskultur“ in Unternehmen fordern auch Baumgartner und Gisler (2010):

„Die Einstellung zur und der Umgang mit der ständigen Erreichbarkeit sind Teil der Unternehmenskultur, welche nicht dem Zufall überlassen, sondern von Betrieben bewusst beeinflusst werden sollte. Unausgesprochene Erwartungen an die Erreichbarkeit, der Umgang mit Smartphones, der E-Mail-Verkehr und die Sitzungskultur sind Punkte, die dabei besondere Beachtung verdienen.“ (S. 29)

Die Auflösung der Grenze zwischen Arbeits- und Privatleben verlangt nach einer **Strukturierung der Erreichbarkeit**. Gemäss Uzunova, Biller und Rossetti (2010, S. 9) hängt das Bedürfnis von Berufstätigen, Arbeit und Privatleben zu trennen, von verschiedenen Faktoren ab:

- *Der aktuellen Lebensphase:*
Personen mit Partner, Familie und kleinen Kindern sowie ältere Berufstätige trennen ihr Berufs- und Privatleben eher, um mehr Zeit mit ihren Liebsten zu verbringen.

- *Freizeitaktivitäten:*
Berufstätige mit einem breiten Spektrum und verschiedenen Möglichkeiten an Freizeitaktivitäten trennen die beiden Bereiche eher.
- *Einbindung in den Beruf (Identifikation mit der Arbeit):*
Personen mit einer hohen beruflichen Identität trennen die beiden Bereiche weniger.
- *Stand der Karriere und berufliche Position:*
Personen in einer höheren beruflichen Position und Berufstätige, die erst kürzlich einen neuen Job angetreten haben, neigen dazu, Beruf und Freizeit weniger zu separieren.
- *Beziehung zu Arbeitskollegen und Kunden:*
Diejenigen, die eine freundschaftliche Beziehung zu ihren Arbeitskollegen und Kunden pflegen, fühlen sich weniger gestört durch berufliche Anrufe ausserhalb der Arbeitszeit.
- *Anstellungsbedingungen:* Teilzeitarbeitende schätzen die Flexibilität ihres Arbeitgebers und sind eher auch an ihren freien Tagen beruflich erreichbar.

3.3 Psychologische und gesundheitliche Aspekte

Die Klinik-Einlieferung eines 25-jährigen Dänen sorgte im Oktober 2000 weltweit für Schlagzeilen: „Nachts habe er gearbeitet und tagsüber die Tastatur seines Handys bearbeitet. Mit durchschnittlich 217 SMS pro Tag stieg natürlich auch seine Telefonrechnung entsprechend auf monatlich etwa 3000 Mark an.“ (heise online, 2000)

Auswirkungen ständiger Erreichbarkeit wie in diesem Fall sind zwar eher selten, dennoch scheint es unbestritten, dass mobile Medien nicht nur den Alltag verändert haben, sondern bei unkontrollierter Nutzung und übertriebener Erwartung an die Erreichbarkeit auch gesundheitliche und psychische Beeinträchtigungen die Folge sein können.

Ständige Erreichbarkeit kann zu einer **Störung der Work-Life-Balance** beitragen. Unter dem Begriff der "Work-Life-Balance" wird im Alltagsverständnis oft die Ausgewogenheit zwischen beruflichen Anforderungen und privaten Interessen gesehen. Dabei wird für gewöhnlich *Ressource* mit dem privaten Leben und *Belastung* mit dem beruflichen Teil des Lebens assoziiert. Hano (2011) kritisiert diese Betrachtungsweise: „Der Lebenswirklichkeit der meisten Menschen wird dieses Bild nicht gerecht. Sowohl das Arbeits- als auch das Privatleben bietet Belastung und Beanspruchung auf der einen, wie auch Erholung und Entspannung auf der anderen Seite“ (S. 6).

Ein "kluger Umgang" mit ständiger Erreichbarkeit unterstützt eine ausgewogene Work-Life-Balance und kann zu einer gelingenden Arbeits- und Lebensgestaltung beitragen. Gerät die Balance von ständiger Erreichbarkeit und Nicht-Erreichbarkeit in Berufs- und Privatleben längerfristig aus dem Gleichgewicht, können sich gesundheitliche oder psychische Beeinträchtigungen entwickeln.

Für **Handysucht** weist die Internet-Suchmaschine Google über 70'000 Treffer auf. Meistens wird der Begriff gesellschaftskritisch in Glossen verwendet. Allerdings wird das Thema mittlerweile auch unter Ärzten ernstgenommen. Problematisch scheint dabei nicht so sehr das Handy selbst oder das Telefonieren zu sein, sondern der Wunsch, über Aktuelles informiert und für andere Menschen erreichbar zu sein (Bleuel, 2008, S. 147). Döring (2005) weist darauf hin, dass man bei einer umfassenden Betrachtung von pathologischen Symptomen im Zusammenhang mit der Handynutzung neben tatsächlicher oder vermeintlicher Sucht auch andere Verhaltensauffälligkeiten wie aggressives oder belästigendes Verhalten per Handy, Handy-Angst, Wahnvorstellungen (z.B. Stimmenhören) usw. berücksichtigen muss (S. 80).

Im Hinblick auf **Angst** wird dem Handy einerseits durch eine tatsächliche oder vermeintliche Erhöhung der Sicherheit (z.B. beim Sport in abgelegenen Gegenden oder auf dem nächtlichen Heimweg) eine positive Wirkung zugeschrieben (Döring, 2005, S. 63). Andererseits nimmt auch die Nomophobie (Kunstwort aus No Mobile Phone-Phobia) – die Angst, per Handy nicht mehr erreichbar zu sein – zu. Mittlerweile geraten ohne die Gewissheit der ständigen Erreichbarkeit nicht mehr nur Handysüchtige in Panik (Hano, 2011, S. 5).

Informationsüberflutung kann die Folge einer intensiven Nutzung verschiedener digitaler Medien sein. Auf der einen Seite wird es durch die Vielzahl von Informationskanälen immer leichter, an Nachrichten zu gelangen, auf der anderen Seite kann die Nachrichtenflut auch überfordern. Vor allem ältere Mediennutzer (41% der 50-64-Jährigen) haben im Vergleich zu jüngeren (14% der 14-29-Jährigen) mit der Menge an Informationen zu kämpfen (BITKOM, 2011, S. 37). Der oder die Einzelne muss in immer kürzerer Zeit immer mehr Informationen aufnehmen und bearbeiten. Für eine aktive Auseinandersetzung mit den Inhalten bleibt immer weniger Zeit. Die Autorin Miriam Meckel (2009) beschreibt dies mit den Worten: „Wer immer auf Empfang ist, versteht bald gar nichts mehr.“ (S. 34)

Stress ist im Zusammenhang mit Mobilkommunikation ein oft diskutiertes Problem. Durch ständige Erreichbarkeit bis hin zu permanentem Verfügbarkeitszwang geraten Menschen unter Dauerbelastung (Döring, 2005, S. 63). Elektronische Hilfsmittel wie E-Mail und Mobiltelefon bringen im Beruf nicht immer die erhoffte Arbeitserleichterung, sondern häufig eine noch höhere Belastung: „Die Überflutung mit Informationen sowie der Zwang zur ständigen Erreichbarkeit stören einen Drittel der Erwerbstätigen und sind die zweithäufigste Ursache für berufsbedingten Stress“ (Gangl & Birkner, 2009, S. 16).

Schlaf ist ein weiteres relevantes Thema. Mit der Online- und Mobilkommunikation gibt es heute rund um die Uhr spannende Beschäftigungsmöglichkeiten. Zeitlich bedingte Normen (Mittags- und Nachtruhe), die während der Festnetztelefonie noch be-

achtet wurden, rücken bei der Kommunikation mit Handy und Laptop in den Hintergrund. Zu jeder Tages- und Nachtzeit kann beispielsweise eine SMS versendet werden, um "anzuklopfen", ob die andere Person noch wach bzw. zum Telefonieren oder zu einem Treffen bereit ist. Dies kann zu einer Reduktion und Störung von Schlafenszeit führen (Döring, 2005, S. 63). Laut The iPass Global Mobile Workforce Report (2011) haben beinahe die Hälfte aller „mobile workers“ (Erwerbstätige, die regelmässig beruflich reisen) ihr Smartphone während der Nacht in Griffweite und wachen gelegentlich oder regelmässig auf, um ihr Smartphone oder Tablet-PC auf eingehende Nachrichten zu kontrollieren (S. 9-10). Nicht nur im Wachzustand üben mobile Medien also einen Einfluss auf das Leben aus: „We have brought them into our bedrooms, and they keep us up at night with gentle pings letting us know that the rest of the world has not gone to sleep“ (S. 24).

Elektromagnetische Mobilfunkfelder führen in der Öffentlichkeit zu Sorgen vor gesundheitlichen Schäden (z.B. beschleunigtes Krebsgeschehen, Kopfschmerzen, Migräne, Konzentrationsmangel, Schlafstörungen, Beeinträchtigung des Herzkreislaufs). Obwohl gesundheitliche Schäden wissenschaftlich nicht nachgewiesen werden konnten, werden Mobilfunkfelder „pauschal als Gefahr für die Gesundheit betrachtet“ (Silny, 2005, S.105).

Einflüsse auf **kognitive Prozesse** (z.B. Wahrnehmung, Aufmerksamkeit) sind nicht nur der Handystrahlung, sondern vor allem auch der Handynutzung zuzuschreiben. Verschiedene Untersuchungen zum sogenannten Doppelaufgaben-Paradigma (Multitasking), in denen Probanden eine Hauptaufgabe (z.B. Autofahren) und gleichzeitig eine Zweitaufgabe (Handy-Telefonat führen) bearbeiten müssen, haben übereinstimmend gezeigt, dass die (Fahr-)Leistung bei einer Doppelaufgabe mit Handy-Gespräch signifikant geringer ist als bei einer Einfachaufgabe (Döring, 2005, S. 66).

3.4 Das Erreichbarkeits-Dilemma

Die Möglichkeit ständiger Erreichbarkeit als ein wesentlicher Vorteil mobiler Medien ist hinlänglich bekannt (Burkart, 2007, S. 51). Auch der Aspekt des "Erreichbar-Sein-Müssens" wird in der Literatur zum Mobilfunk diskutiert (Lange, 1991):

„Der Benutzer eines Mobiltelefons steht – weitaus mehr als der Benutzer des Festnetzes – vor einem zentralen Dilemma: Er möchte potentiell jeden an jedem Ort und zu jeder Zeit erreichen können, möchte aber selbst – zumindest zu bestimmten Zeiten – nur von wenigen Personen und dann auch nur zu bestimmten Anlässen erreicht werden können.“ (S. 156)

Auch Mettler-Meibom (1994, S. 163-164) erachtet die „[t]otale Erreichbarkeit als Endvision einer technischen Entwicklung, bei der Erreichbarkeit immer ein Doppelgesicht hat: Erreichen zu können und erreichbar zu sein“. Die Problematik des Erreichbarkeits-

Dilemmas ist heute aktueller denn je. So postuliert Burkart (2007), dass es kaum noch telefonlose Zeiten gibt, in denen man ungestört arbeiten kann oder in denen man nicht erreichbar ist. Die mit den mobilen Medien entwickelten Erwartungsstrukturen verlangen mehr oder weniger ständige Verfügbarkeit (S. 59-60). Gleichzeitig wächst mit dem Mobiltelefon für den Einzelnen die Entscheidungsmöglichkeit, ob, wann und wo er ans Kommunikationsnetz angeschlossen sein möchte (Paschen, Wingert, Coenen & Banse, 2002):

„Früher definierte sich der Kommunikationsraum durch die nächste erreichbare Telefonzelle; dazwischen gab es einen kommunikativ nicht besetzten, leeren Raum. Dort unterwegs, war man einfach weg, nicht erreichbar, ungestört. Eine solche "Freischaltung" des Raumes kann heute jeder Handy-Besitzer selbstverständlich auch herstellen, aber es wird ihm anders zugerechnet. Er ist nicht "nicht erreichbar", sondern er schaltet eigenhändig, koppelt sich vom Kommunikationsnetz ab. Das ist ein anderer Vorgang.“ (S. 212)

Gerade in Berufskontexten ist Nicht-Erreichbarkeit häufig keine freie Entscheidung, sondern eine Frage der sozialen Stellung. Beim einen erhöht die Nicht-Erreichbarkeit die Autonomie und Entscheidungsmacht, beim anderen kann sie zur Kündigung führen. Für manche Arbeitnehmer ist daher ständige Erreichbarkeit gleichbedeutend mit ständiger Überwachung. Entscheidend ist, wer die Verfügungsmacht über die Erreichbarkeit besitzt. Das Mobiltelefon ermöglicht soziale Unabhängigkeit, kann aber auch zu sozialer Abhängigkeit und Kontrolle führen. Mobile Medien haben dazu geführt, immer stärker strategisch mit der eigenen sowie der Erreichbarkeit andere Personen umzugehen, damit der Vorteil der ständigen Erreichbarkeit nicht in einen Nachteil der ständigen Kontrollierbarkeit und Verfügbarkeit umschlägt (Burkart, 2007, S. 60)

Ständige Erreichbarkeit kann aufgrund der dargelegten Aspekte als Chance und als Herausforderung verstanden werden. Mobile Medien und der Umgang damit gelten nicht selten als Ursache dafür, dass Menschen die Kontrolle über ihr Leben verlieren (Katz & Aakhus, 2002, S. 8). Eine Regelung der eigenen Erreichbarkeit ist deswegen unumgänglich. Diese Handhabung mobiler Erreichbarkeit wird im folgenden Kapitel thematisiert.

4 Einflussfaktoren der Handhabung mobiler Erreichbarkeit

Ob die ständige mobile Erreichbarkeit von den Betroffenen als Fluch oder Segen wahrgenommen wird, hängt von der jeweiligen räumlichen und zeitlichen Situation, dem sozialen Kontext sowie individuellen Faktoren ab. Neben den Vorteilen der mobilen Kommunikation wird die damit verbundene Erreichbarkeit auch oft als Störung der privaten, beruflichen oder öffentlichen Sphäre empfunden. Dies können Gründe für die Notwendigkeit bzw. das Bedürfnis sein, mobile Erreichbarkeit zu regulieren.

4.1 Situative Aspekte

Insbesondere der **Ortsbezug** spielt bei der effektiven Erreichbarkeit eine wichtige Rolle und entscheidet, ob ein Telefonat überhaupt stattfinden kann (Pöschl, 2010, S.22). Bestimmte Orte (z. B. wenn sich die angerufene Person in einer Toilette oder Umkleidekabine befindet) lassen ein längeres Gespräch kaum zu. Die bei Handykonversationen häufig geäußerte Eröffnungsfrage „Wo bist du?“ (Laurier, 2001) soll den Anrufer darüber informieren, ob sich der Angerufene tatsächlich an einem Ort oder in einer Situation befindet, in der ein Handytelefonat möglich ist.

Ob ein Handygespräch störend wirkt, hängt nicht nur vom Ort ab, an dem es stattfindet, sondern auch vom Typus der **sozialen Situation**, in der sich die Kommunikationspartner gerade befinden. Burkart (2007, S. 85-86) nennt zwei grundlegende Typen sozialer Situationen: Zum einen gibt es Situationen, die eine spezifische Funktion und eine starke soziale Regelstruktur haben (z.B. Konzertsaal, Gottesdienst). Hier ist der Gebrauch eines Mobiltelefons kaum möglich. Auf der anderen Seite gibt es Situationen, deren soziale Funktion diffus ist, die sozial unstrukturiert oder unspezifisch strukturiert sind (z. B. öffentliche Plätze, Bahnhofshalle). In diesen Fällen unterliegt die mobile Kommunikation weniger Beschränkungen. Ähnlich bezeichnet Levinson (2004) die Kategorien, in die Situationen bezüglich einer Nutzung von mobilen Medien, insbesondere aber von Handys, eingeteilt werden können als „never wrong“, „always wrong“ und „sometimes wrong“ (S.80). Gerade letztere Kategorie der ‚manchmal falschen‘ Situationen stellt das grösste Dilemma dar, weil hier Verhaltensnormen nicht unbedingt eindeutig sind. Häufig handelt es sich dabei um Orte wie teure Restaurants, die einerseits öffentlich sind, in denen aber vorübergehend ein privater Raum eingenommen wird und damit die mobile Kommunikation nicht explizit verboten, aber unter Umständen unerwünscht ist (Ling, 2004, S. 125-126).

Neben dem örtlichen hat auch der zeitliche Kontext einen Einfluss auf die Handhabung mobiler Medien. Während mobile Kommunikation in Form von Textmitteilungen (SMS, E-Mail) unabhängig von Raum und **Zeit** genutzt werden kann, kann bei Handyanrufen nicht von einer völlig zeitunabhängigen Nutzung gesprochen werden. Handytelefonate werden unter anderem von der Tageszeit beeinflusst (Barkhuus, 2003, S. 7-8). Längere Gespräche finden für gewöhnlich abends statt, weil ausserhalb der Arbeitszeit am ehesten effektive Erreichbarkeit gegeben ist. Die Angerufenen befinden sich in der Regel zu Hause und werden mit deutlich geringerer Wahrscheinlichkeit bei wichtigen Aktivitäten unterbrochen. Ein grosser Teil der Handytelefonate ist kürzer als 45 Sekunden, weil ein Anruf in einer unpassenden Situation oder zu einem ungünstigen Zeitpunkt oft rasch abgebrochen und auf einen späteren Zeitpunkt verschoben wird (Licoppe, 2003; zit. nach Pöschl, 2010, S. 22). Umgekehrt ermöglicht mobile Kommunikation laut Ling (2004, S. 57) einen flexibleren Umgang mit der Zeit, mit Ablaufplänen und Zeit-

strukturen. Eine eher starre Zeitordnung wird durch interaktive Prozesse des Aushandelns von „Pünktlichkeit“ oder der angemessenen Zeit, sich zu treffen, ersetzt:

„Zeit wird [...] zu einer Tauschware, die über das Telefon nach Belieben gehandelt werden kann. Die konventionelle Agenda, in der die Zeit nach Minuten, Stunden, Tagen und Wochen verplant wird, wird zerstört und durch einen permanenten Strom von immer wieder neu ausgehandelten Absprachen und Neuplanungen ersetzt. Jederzeit überrumpelt man seine Freunde oder wird selber von ihnen überrumpelt.“ (Townsend, 2000; zit. nach Geser, 2005, S.49-50)

Dieser unverbindlichere Umgang mit der Zeit hat, wie viele Aspekte der mobilen Mediennutzung, zwei Seiten: Cooper (2002) sieht darin zumindest für kleine Gruppen oder private Interaktionen eine deutliche Erleichterung und Verbesserung von zeitlich-räumlicher Koordination oder der Lösung von kleinen Alltagsproblemen (S. 26). Burkart (2007) hingegen weist auf einen zunehmenden Bedeutungsverlust von Verbindlichkeit hin: Diese besitzt ihre Gültigkeit nur noch bis auf Abruf oder Anruf (S.54).

Bei verschiedenen Umfragen, in denen die Gründe für die Anschaffung eines Handys erhoben wurden, wurde mit grosser Mehrheit der Gebrauch in **Notfallsituationen** erwähnt. So hielten 94 Prozent der Befragten in einer europaweiten Studie das Mobiltelefon in diesem Fall für praktisch (Ling, 2004, S. 59). Dabei scheint nicht nur ein möglicher hilfreicher Einsatz des Mobiltelefons bei Ereignissen mit Notfallcharakter (z. B. Autopanne oder Unfall) eine Rolle zu spielen, sondern genauso das durch die Verfügbarkeit eines Handys vermittelte Gefühl der Sicherheit (Klamer, Haddon & Ling, 2000, S. 49).

4.2 Soziale Beziehungen

Mobiltelefone, insbesondere Smartphones, sind ausgeprägte Beziehungsmedien. Sie bringen Menschen enger zusammen und ermöglichen von räumlichen Begrenzungen losgelöste persönliche Netzwerke. Wir sind damit überall erreichbar und erreichen andere überall (Höflich & Gebhardt, 2005a, S. 7).

Gemäss Döring (2005, S. 75-76) findet mobile Kommunikation in erster Linie zwischen Personen aus dem nahen sozialen Umfeld statt (Partner, Familie, gute Freunde und berufliche Kontakte). Zwischen zwei Personen besteht eine **soziale Beziehung**, wenn sie wiederholt miteinander Kontakt haben (Döring, 2004, S. 253). Bei den einzelnen Kontakten muss es sich keineswegs nur um „Face-to-Face-Kontakte“, sondern es kann sich auch um Telefon-, E-Mail-, Chat-, SMS- oder sonstige mediatisierten Kontaktformen handeln. Die Möglichkeit ständiger Erreichbarkeit stellt demnach eine Ressource dar, indem sie es Kommunikationspartnern erlaubt, kontinuierlich miteinander zu kommunizieren. Die potentiell ständige Verbindung mit dem sozialen Netzwerk durch mobile Medien hat allerdings auch Nachteile: Jeder fehlgeschlagene Kontaktversuch bedeutet

Nicht-Erreichbarkeit. Eine solche Begebenheit kann durch die angenommene konstante Erreichbarkeit beim Sender oder Anrufer zu Unsicherheiten und Interpretationen der sozialen Beziehung zum Empfänger oder Angerufenen führen (Licoppe, 2004; zit. nach Pöschl 2010, S. 27). Dieser wiederum kann durch unbeantwortete Kontaktversuche (insbesondere auch im beruflichen Kontext) in einen Legitimationsdruck der Nicht-Erreichbarkeit geraten (Burkart, 2007, S. 59-60).

Die mobile Nutzung von Smartphone, Handy, Notebook & Co. bringt es mit sich, dass die Orte des Gebrauchs immer auch **soziale Orte** sind. Öffentliche Handygespräche führen nach Puro (2002, S. 23) zu einer gewissen sozialen Abwesenheit: „Talking on the mobile phone in the presence of others lends itself to a certain social absence where there is little room for other social contacts. The speaker may be physically present, but his or her mental orientation is toward someone who is unseen.“ Der eigene Mediengebrauch wird schon alleine dadurch beeinflusst, dass andere Personen anwesend sind, und durch den eigenen Mediengebrauch werden wiederum die Anwesenden beeinflusst (Höflich, 2005, S. 23). Anwesende Dritte, die in keiner direkten Beziehung zum Telefonierenden stehen, können einerseits durch lautes Reden oder andere Tätigkeiten dessen Kommunikation stören, andererseits sind sie als Mithörer selber von womöglich unerwünschten Einblicken in die Privatsphäre des Telefonierenden betroffen. Für anwesende Dritte kann öffentliches Telefonieren eine Aufdringlichkeit, wenn nicht sogar eine Belästigung darstellen, weil die Telefonierenden den öffentlichen Raum privatisieren (S. 33). Besonders herausfordernd ist die Situation eines Mobiltelefonats gemäss Ling (2005, S. 124-125) dann, wenn sich der Angerufene zum Zeitpunkt des Telefonats in einer Face-to-Face-Interaktion befindet (z.B. Nachtessen in einem Restaurant mit einem Freund oder Geschäftssitzung mit Berufskollegen). Burkart (2000, S. 219) konstatiert hierzu: „Wer bei Anwesenheit anderer mobil telefoniert, verletzt Höflichkeitsregeln, insbesondere die Regel "Aufmerksamkeit und Priorität für Anwesende".“

Zu den Auswirkungen mobiler Erreichbarkeit in **Familienbeziehungen** lassen sich folgende Aspekte zusammenfassen: Nach Feldhaus und Logemann (2006) dienen mobile Medien (insbesondere das Mobiltelefon) dazu, die klassischen Funktionen von Familie jederzeit und an jedem Ort zu unterstützen. Als Sicherheitsmedium bietet es den Familienmitgliedern eine psychische Entlastung für den Fall, dass etwas passiert ist oder dass sich jemand Sorgen macht und sich vergewissern möchte, ob die Sorgen begründet sind. Ferner hilft das Handy im Falle emotionaler Spannungszustände, indem etwa Sorgen und Ängste mitgeteilt werden können, oder bei räumlicher Abwesenheit (z.B. Zeltlager, berufliche Abwesenheit), indem die Intimität zwischen den Familienmitgliedern aufrechterhalten werden kann. Mobile Medien ermöglichen in dem Sinn eine gegenseitige emotionale Stabilisierung. Schliesslich besitzt das Handy eine wichtige Funktion bei der Organisation und Synchronisation von individuellen Tagesabläufen der einzelnen Fami-

lienmitglieder. In der Eltern-Kind-Beziehung wird das Mobiltelefon nicht nur für Absprachen, sondern – insbesondere bei Jugendlichen – auch als Medium sozialer Kontrolle ausserhalb des familialen Haushalts (z.B. Ausgehverhalten) eingesetzt (S. 2-3). In Paarbeziehungen wird das Handy als ein Mittel der organisatorischen Erleichterung gesehen und eine jederzeitige und ortsunabhängige Kontaktaufnahme aus emotionalen Gründen begrüsst (Pöschl, 2010, S. 47). Allerdings kann die Option der ständigen Erreichbarkeit laut Döring und Dietmar (2003) auch zu Unselbständigkeit und Abhängigkeit (S. 10) oder im Falle unerwarteter Nicht-Erreichbarkeit zu Unsicherheit, Sorge, Ärger oder Panik führen (S. 14). Feldhaus und Logemann (2006 S. 6) halten fest, dass kontinuierliche Erreichbarkeit innerhalb des Familiensystems erwartet wird und ein „Recht auf Nicht-Erreichbarkeit“ (Mettler-Meibom, 1994, S. 181) von den Familienmitgliedern nicht ohne Weiteres gewährt wird.

4.3 Individuelle Aspekte

Die Handhabung mobiler Erreichbarkeit hängt auch von individuellen Faktoren ab. So können die Einstellungen zur Mobilkommunikation, Erwartungen in der Situation, soziodemographische Aspekte von Nutzern und anwesenden Dritten sowie die Persönlichkeit eine Rolle spielen.

Einstellungen gegenüber mobiler Erreichbarkeit ändern sich mit zunehmender eigener Handyerfahrung sehr schnell. Ein Grund für die Anschaffung eines Handys oder anderer mobiler Medien stellt die Möglichkeit der ständigen Erreichbarkeit dar. Zu Beginn des eigenen Handygebrauchs kann die Einstellung gegenüber mobilen Kommunikationsmöglichkeiten noch negativ sein (Palen, Salzman & Youngs, 2001; zit. nach Pöschl, 2010, S. 35-36). Neue Nutzer sind so nicht selten der Meinung, man solle das Handy nur für wichtige Gespräche nutzen und erachten Handytelefonate in der Öffentlichkeit als grundsätzlich unangemessen. Doch bereits nach vier bis sechs Wochen der Nutzung werden keinerlei derartige Bedenken mehr geäussert und die Sorge über den Eindruck, den man bei anwesenden Dritten hinterlassen könnte, ist verschwunden. Die kritische Haltung gegenüber ständiger Erreichbarkeit nimmt mit steigender Nutzungsdauer sukzessive ab (Peters und Ben Allouch, 2005, S. 18-19). Eine angemessene Kommunikation mit mobilen Medien kann und muss also gelernt werden.

Die **Erwartungen** an eine Situation und die Vorhersagbarkeit eines potentiellen Ereignisses kann beeinflussen, wie die Situation wahrgenommen wird. Unerwartete Handy-anrufe können zu negativen Reaktionen führen. Wenn situationsinterne Normen (z.B. Stille im Theater) eine Störung nicht nahelegen, werden Anrufe auch nicht erwartet. Wird die Norm durch einen Handyanruf gebrochen, so scheinen die Angerufenen neben der sichtbaren Verlegenheit selbst oft ähnlich überrascht wie die anwesenden Dritten. Um die allfällige Peinlichkeit einer Störung zu reduzieren, werden erwartete Anrufe

vorgängig angekündigt, oder, wo dies nicht möglich ist, das Gerät stumm geschaltet und der Vibrationsalarm aktiviert (Bergvik, 2004, S.12).

Betreffend **soziodemographischer Aspekte**, die den Umgang mit mobiler Erreichbarkeit beeinflussen, wurden bislang vor allem Studien zu Alter und Geschlecht durchgeführt. Jüngere Altersgruppen sind dafür bekannt, dass sie sich den Umgang mit digitalen Medien leichter aneignen. Als „Digital Natives“ (Prensky, 2001, S. 1) sind sie zu einer Zeit aufgewachsen, in der das Mobiltelefon und Notebook bereits den digitalen Alltag geprägt haben. Demgegenüber werden Personen, die erst im Verlaufe ihres Lebens mit digitalen Technologien konfrontiert wurden, als „Digital Immigrants“ bezeichnet (S. 2). Obwohl mobile Medien heute in nahezu allen Generationen zum Alltag gehören, gibt es dennoch altersspezifische Nutzungsmuster. Vor allem die junge Generation nutzt die gesamte Bandbreite der Handysfunktionen (Telefonie, SMS, E-Mail, Internet, u.a.) und legt einen grossen Wert auf permanente Erreichbarkeit (S. 29). Ältere Nutzer hingegen beschränken sich mehrheitlich auf die Grundfunktion der mobilen Telefonie (BITKOM, 2011, S. 25). Neben dem Alter hat auch das Geschlecht einen Einfluss auf die Handhabung mobiler Medien. Verschiedene Studienergebnisse weisen darauf hin, dass Frauen das Mobiltelefon mehrheitlich zur sozialen Kommunikation und zum Ausdruck ihres eigenen Befindens nutzen, während Männer eher funktionale Anrufe (häufig beruflicher Art) tätigen. Während bei Frauen die eigene Erreichbarkeit für andere im Vordergrund steht, interpretieren Männer ihre eigene Erreichbarkeit eher aktiv, in dem Sinne, dass sie selber jederzeit jemanden erreichen können (Castells, Fernández-Ardevol, Qiu & Sey, 2007, S. 45-48).

Auch **persönlichkeitspsychologische Ansätze** und Modelle können zur Erklärung des Umgangs mit mobiler Erreichbarkeit betrachtet werden. Da der Aspekt der Persönlichkeit und deren Einfluss auf das Erleben und den Umgang mit der Erreichbarkeit ein weiteres Thema dieser Arbeit darstellt, soll im Kapitel 5 genauer darauf eingegangen werden.

5 Persönlichkeitsspezifische Aspekte der Nutzung mobiler Medien

Der Fortschritt der Mobiltechnologie geht am Menschen, seiner Identität und seinen sozialen Interaktionen nicht spurlos vorüber. In diesem Sinne sagt Srivastava (2005, S. 111): „Today’s mobile phone is a pervasive tool. It has become such an important aspect of a user’s daily life that it has moved from being a mere ‘technological object’ to a key ‘social object’.“ Die Durchdringung des Alltags durch das Mobiltelefon fordert eine besondere Kompetenz, die es ermöglicht, „den Umgang mit mobiler Erreichbarkeit in verschiedenen Kontexten selbstgesteuert, der aktuellen Situation angemessen und re-

flektiert umzusetzen“ (Pöschl, 2010, S. 279). Für Untersuchungen dieser Art verspricht die Einbeziehung der Persönlichkeit einen zusätzlichen Erkenntnisgewinn (S. 91).

5.1 Definition von Persönlichkeit

Der Begriff der Persönlichkeit wird in der Persönlichkeitspsychologie unterschiedlich definiert. Gemäss Häcker und Stapf (2009, S. 739) sind die Definitionen von der jeweiligen Persönlichkeitstheorie abhängig und variieren von Autor zu Autor. Der Persönlichkeitsforscher Theo Herrmann (1976) legt in seinem Lehrbuch der empirischen Persönlichkeitsforschung aber ein bis heute geltender Grundkonsens zum Begriff der Persönlichkeit dar: Er vergleicht Definitionen von Autoren wie Lersch, Thomae, Allport, Eysenck und Guilford und fasst zusammen, dass „die Persönlichkeit ein bei jedem Menschen einzigartiges, relativ überdauerndes und stabiles Verhaltenskorrelat ist“ (S. 25). Wird der Begriff der Persönlichkeit im Alltag verwendet, so meint dies nach Carver und Scheier (2008, S. 3) die Essenz einer Person zu porträtieren. Demnach geht es darum, die vielen Informationen über ein Individuum auf eine geringere Anzahl von übergeordneten Qualitäten und Attributen zu reduzieren. Anhaltspunkte zur Persönlichkeit ergeben Beobachtungen, die aufzeigen, *was* eine Person tut und sagt und insbesondere auch *wie* die Person tut, was sie tut.

Der im Alltag verwendete Begriff der Persönlichkeit verleiht den Handlungen von Menschen ihren individuellen Stil. Aus Sicht der Persönlichkeitspsychologie verstehen Carver und Scheier (2008, S. 4) Persönlichkeit als abstraktes Konzept, das auf jeden Menschen anwendbar ist. Ihre Arbeitsdefinition von Persönlichkeit lehnt sich dabei an Allport (1961; zit. nach Carver & Scheier, 2008, S. 5) an: „Personality is a dynamic organization, inside the person, of psychophysical systems that create the person’s characteristic patterns of behavior, thoughts, and feelings.“ Laut dieser Definition ist die Persönlichkeit eine Organisation, die prozesshaft ist, sich also verändern und entwickeln kann. Auch ist Persönlichkeit ein psychologisches Konzept, das untrennbar an den physischen Körper gebunden ist. Persönlichkeit hat einen kausalen Einfluss darauf, wie eine Person sich auf die Welt bezieht. Des Weiteren zeigt sich Persönlichkeit in individuellen Mustern. Sie offenbart sich auf viele Arten, in Verhaltensweisen, Denkmustern und Gefühlen (Carver & Scheier, 2008, S. 5). Auch bei Pervin, Cervone und John (2005) finden sich die konsistenten Verhaltensmuster und Qualitäten in der Person als Charakteristika des Menschen. In diesem Zusammenhang betonen die Autoren, dass es für die Forschung von besonderem Interesse ist, wie die Gedanken, Gefühle und beobachtbaren Verhaltensweisen miteinander in Beziehung stehen und das einmalige, unverwechselbare Individuum bilden (S. 31). Bei der Erfassung einer Persönlichkeit gilt es in einer theoretischen Auseinandersetzung Antworten auf die Fragen nach dem Was, Wie und Warum zu erhalten (S. 32): *Was* für ein Mensch ist das? Ist er ängstlich? Was ist typisch, charakte-

ristisch für diese Person? *Wie* ist der Mensch zu dem geworden, was er ist? In welcher Weise haben Umwelt, Biologie, soziale Lernerfahrungen und eigene Anstrengungen zur Entwicklung der Persönlichkeit beigetragen? *Warum* verhält sich der Mensch so, wie er sich verhält? Welches sind die Gründe für das Verhalten? Welche Motivation steckt dahinter? Im Sinne dieser Fragen decken Persönlichkeitstheorien vier Bereiche ab: Es geht um die Struktur – die grundlegenden Bausteine der Persönlichkeit, den Prozess –, die dynamischen Aspekte der Persönlichkeit, das Wachstum und die Entwicklung sowie um die Psychopathologie und Verhaltensänderung eines Menschen (S. 33).

Im nächsten Abschnitt wird das Big-Five-Modell vorgestellt, mit dem die Persönlichkeit anhand von fünf Hauptfaktoren beschrieben werden kann.

5.2 Big-Five-Modell

Das Big-Five-Modell hat sich als meistverwendeter Ansatz für eine umfassende psychometrische Beschreibung der Persönlichkeit durchgesetzt (Rammstedt, Koch, Borg & Reitz, 2004, S. 7). Seine Entwicklung geht auf den psycho-lexikalischen Ansatz zurück. Dieser orientiert sich daran, dass die in Lexika aufgeführten Begriffe zur Beschreibung von Persönlichkeitsmerkmalen alle bedeutenden Persönlichkeitseigenschaften abdecken (vgl. Klages, 1926; Baumgarten, 1933; Allport & Odbert, 1936; Cattell, 1943).

Seit den 1980er Jahren sorgt das Big-Five-Modell in der Persönlichkeitsforschung für grossen Aufschwung. Ein Grund liegt darin, dass sich mit dem Modell individuelle Unterschiede in einheitlicher und allgemeingültiger Terminologie beschreiben lassen (Asendorpf, 2004, S. 156). Dazu haben sich traditionelle Eigenschaftsbegriffe durchgesetzt und an Präzision und Klarheit gewonnen (Lang & Lüdke, 2005, S. 29). Asendorpf (2004) definiert Eigenschaften als „stabile Beziehungen zwischen den Situationen und den Reaktionen einer Person“ (S. 36). Sie zeigen sich dadurch, dass die Verhaltens- und Erlebensweisen eines Individuums in bestimmten Situationen immer wieder ähnlich ausfallen. Daraus folgt, dass sich Individuen in ihren Verhaltens- und Erlebensweisen stabil und konsistent unterscheiden (Lang & Lüdke, 2005, S. 29).

Die zentrale Annahme des Big-Five-Modells ist, dass die Persönlichkeit aufgrund alltagspsychologischer Beschreibungen möglichst breit in den folgenden fünf Dimensionen erfasst werden kann: Extraversion, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit, Neurotizismus und Offenheit für Erfahrung (S. 32). Die fünf Faktoren sind dazu geeignet, Persönlichkeitsunterschiede sowohl bei Erwachsenen als auch bei Kindern und Jugendlichen zu beschreiben (Asendorpf, 2004, S. 156).

Der Hauptfaktor *Extraversion* beschreibt Menschen als gesellig. Extravertierte Menschen mögen andere Menschen und fühlen sich in Gruppen und auf gesellschaftlichen Versammlungen besonders wohl. Sie lieben Anregungen und Aufregungen und neigen

zu einem heiteren Naturell (Borkenau & Ostendorf, 2008, S. 40). Personen mit ausgeprägter Extraversion sind selbstsicher, aktiv, gesprächig, energisch, personenorientiert, herzlich, heiter und optimistisch (S. 7). Introversion verhält sich nach Costa und McCrae (1992) nicht gegensätzlich zur Extraversion, vielmehr bedeutet sie ein Fehlen derselben (S. 15). So sind Introvertierte eher zurückhaltend, unabhängig und ausgeglichen. Charakterisierend ist, dass Introvertierte nicht unbedingt unter sozialer Ängstlichkeit leiden, sondern vielmehr den Wunsch haben, allein zu sein. Introvertierte sind zwar nicht überschäumend lebhaft wie Extravertierte, können aber trotzdem glücklich und optimistisch sein (Borkenau & Ostendorf, 2008, S. 40).

Die Dimension der **Verträglichkeit** beschreibt interpersonelles Verhalten. Nach Carver und Scheier (2008) wird unter diesem Faktor Wärme und Liebenswürdigkeit verstanden (S. 54). Menschen mit hoher Verträglichkeit sind altruistisch. Sie zeigen anderen Menschen gegenüber Verständnis, Wohlwollen und Mitgefühl und sind überzeugt, dass diese sich ebenso verhalten. Ihre Neigung zu Kooperativität, zur Nachgiebigkeit und zu einem starken Harmoniebedürfnis ist bezeichnend. Personen mit wenig ausgeprägter Verträglichkeit lassen sich als egozentrisch und misstrauisch gegenüber den Absichten anderer Menschen beschreiben. Das eher kompetitive Verhalten macht sie wenig beliebt. Um für eigene Interessen zu kämpfen und Problemen auf den Grund gehen zu können, ist es gemäss den Autoren jedoch in vielen Situationen hilfreich, wenn die Fähigkeit zu Misstrauen und Skepsis vorhanden ist (Borkenau & Ostendorf, 2008, S. 41).

Die dritte Dimension ist die **Gewissenhaftigkeit**. Grundlage für diesen Persönlichkeitsfaktor ist die Selbstkontrolle. Personen mit ausgeprägter Gewissenhaftigkeit sind zielstrebig, ehrgeizig, fleissig, ausdauernd, systematisch, willensstark, diszipliniert, zuverlässig, pünktlich, ordentlich, genau und penibel. Wenig gewissenhafte Personen sind eher nachlässig, gleichgültig und unbeständig. Ihre Ziele verfolgen sie mit geringem Engagement (Borkenau & Ostendorf, 2008, S. 41).

Die Dimension des **Neurotizismus** erfasst individuelle Unterschiede darüber, wie Emotionen erlebt werden. Menschen mit hohen Werten in Neurotizismus sind leicht aus dem seelischen Gleichgewicht zu bringen und werden als emotional labil geschildert. Sie erleben häufiger negative Gefühlszustände als emotional stabile Personen. Sie fühlen sich oft voller Sorgen und reagieren erschüttert, betroffen, beschämt, unsicher, verlegen, nervös, ängstlich und traurig. Ebenfalls neigen emotional labile Personen zu unrealistischen Ideen und können ihre Bedürfnisse schlechter kontrollieren. Menschen mit niedrigen Werten in Neurotizismus sind emotional stabil. Sie werden als ruhig, ausgeglichen und sorgenfrei wahrgenommen. In Stresssituationen geraten sie nicht schnell aus der Fassung (Borkenau & Ostendorf, 2008, S. 40).

Der Faktor der *Offenheit für Erfahrungen* geht auf das Interesse an neuen Erfahrungen, Erlebnissen und Eindrücken ein. Gleichzeitig erfasst diese Dimension auch das Ausmass der Beschäftigung mit Neuem. Personen mit ausgeprägter Offenheit für Erfahrungen beschreiben sich als wissbegierig, intellektuell, experimentierfreudig, unkonventionell, phantasievoll und künstlerisch interessiert. Auch sind sie eher bereit, bestehende Normen kritisch zu hinterfragen und auf neuartige soziale, ethische und politische Wertvorstellungen einzugehen. In ihrem Urteil sind sie unabhängig. Häufig erproben sie neue Handlungsweisen und bevorzugen Abwechslung. Personen mit geringer Offenheit für Erfahrungen neigen eher zu konventionellem Verhalten und zu konservativen Einstellungen. Bekanntes und Bewährtes ziehen sie dem Neuen vor (Borkenau & Ostendorf, 2008, S. 40).

Der Big-Five-Ansatz ist trotz seiner grossen Akzeptanz und Verbreitung in der Persönlichkeitsforschung nicht unumstritten (Lang & Lüdke, 2005, S. 31). Aufgrund des lexikalischen Reduktionsprozesses und aus Gründen der Überschaubarkeit umfassen die Big Five nicht alle Eigenschaften der existierenden Persönlichkeitsbereiche. So werden Einstellungen und Werthaltungen, gesundheits- und sexualitätsbezogene Eigenschaften sowie stark sozial erwünschte bzw. unerwünschte Eigenschaften im Big-Five-Modell nicht berücksichtigt. Für generelle Aussagen zur Beschreibung einer Persönlichkeit und wie diese sich von anderen unterscheidet, ist das Big-Five-Modell jedoch völlig ausreichend (Pöschl, 2010, S. 95).

Das nächste Kapitel stellt ein Persönlichkeitsinventar vor, das der Logik des Big-Five-Modells folgt. Es wurde im Rahmen der vorliegenden Arbeit angewendet, da seine Gütekriterien gut belegt sind und die Persönlichkeit damit gut erfasst werden kann.

5.3 NEO-Fünf-Faktoren Inventar (NEO-FFI) nach Costa und McCrae

Das NEO-FFI nach Costa und McCrae (1992) ist ein multidimensionales Persönlichkeitsinventar (Borkenau & Ostendorf, 2008, S. 3). Es basiert auf einem Verfahren, in dem sich Personen mithilfe von Fragebogen auf Adjektivskalen einschätzen. Umfangreiche faktorenanalytische Studien haben gezeigt, dass dieser Methode fünf robuste Dimensionen zugrundeliegen. Das NEO-FFI erfasst mittels fünf Skalen und insgesamt 60 Items individuelle Merkmalsausprägungen in den Bereichen Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrung, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit (Borkenau & Ostendorf, 2005, S. 7). Das NEO-Fünf-Faktoren-Inventar gilt als Kurzform des deutlich längeren NEO-Persönlichkeitsinventar (NEO-PI-R), das 1992 von den amerikanischen Psychologen Paul Costa und Robert McCrae entwickelt wurde (Asendorpf, 2004, S. 156). Bei den Items des NEO-FFI handelt es sich folglich um eine Teilmenge der Items des NEO-PI-R (Borkenau & Ostendorf, 2008, S. 3). Die Analysebefunde der zweiten und aktuellen Auflage beruhen auf einer nicht-klinischen Stichprobe von 11'724 Pro-

bandinnen und Probanden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der gewonnene Datensatz erlaubt die Mitteilung repräsentativer Normen (S. 17). Hinsichtlich des Anwendungsbereichs des NEO-FFI heben die Autoren hervor, dass dieses Messinstrument für ein Breitbandverfahren geeignet ist (S. 10). Es soll dann eingesetzt werden, wenn Probanden in den wichtigsten Dimensionen individueller Persönlichkeitsunterschiede erfasst werden sollen (S. 12). Das NEO-FFI wird aus Gründen der Robustheit und Varianzstärke oft für Forschungszwecke eingesetzt. Ein weiterer Vorteil ist auch der geringe Aufwand hinsichtlich Durchführung und Auswertung. Die fünf Dimensionen sind mit 12 Items pro Persönlichkeitsbereich ökonomisch zu erfassen. So liegt die Bearbeitungsdauer des Fragebogens bei etwa 10 Minuten (S. 13). Dies ist gemäss den Autoren insbesondere dann vorteilhaft, wenn die Belastbarkeit der Probanden begrenzt und/oder die für die Testdurchführung zur Verfügung stehende Zeit knapp bemessen ist (S. 3).

5.4 Bedeutung der Persönlichkeitspsychologie für die mobile Erreichbarkeit

Die Medienpsychologie profitiert stark von der Persönlichkeitsforschung, denn dadurch können neue Perspektiven und Forschungsfelder identifiziert werden (Döring, 2005; zit. nach Pöschl, 2010, S. 99). Solch theoretisch denkbare Verbindungen zwischen Persönlichkeit und Medien finden sich bei Schmitt (2004, S. 156-166). Er postuliert drei Wirkungsmodelle: Im ersten Modell erscheint die Persönlichkeit als *unabhängige Variable* und hat damit Auswirkungen auf das Medienverhalten einer Person als abhängige Variable. Im zweiten Modell sind es die Medien, die eine Auswirkung auf die Persönlichkeit haben. So stellt die Persönlichkeit diesmal die *abhängige Variable* dar und die Medien werden als unabhängige Variable gekennzeichnet. Im dritten Wirkungsmodell ist die Persönlichkeit eine *Moderatorvariable*. Gleich wie im zweiten Modell wird das Medium als ursächlich erachtet, doch hinzu kommt, dass die Wirkung des Mediums von den Persönlichkeitseigenschaften des Empfängers abhängig ist. Gemäss Love und Kewley (2005) steht die Forschung zur Handhabung von (Nicht-)Erreichbarkeit und den mitbestimmenden individuellen Charakteristika noch am Anfang (S. 273). Für gewöhnlich wurde die Persönlichkeit als unabhängige Variable untersucht, was dem ersten Wirkungsmodell nach Schmitt entspricht. Häufig handelt es sich aber um Korrelationsstudien, bei denen nicht mit Sicherheit auf eine eindeutige Ursache-Wirkungs-Relation geschlossen werden kann (Pöschl, 2010, S. 100). So stellen sich die folgenden zwei Fragen: Inwiefern beeinflusst die Persönlichkeit die Handhabung der mobilen Erreichbarkeit? Und welche Auswirkungen hat diese wiederum auf die Persönlichkeit? Laut Döring (2008) haben Persönlichkeitsmerkmale wie Technikinteresse oder Computerangst sowie situative Variablen und Umweltkomponenten einen Einfluss darauf, ob sich eine Person einem innovativen Mobilmedium zuwendet und überhaupt zum Nutzer

wird. Ausserdem beeinflussen Persönlichkeitsvariablen, *wie* die Nutzung erfolgt. Wird davon ausgegangen, dass extravertierte Menschen kontaktfreudig sind und gern im Mittelpunkt stehen, lässt sich gemäss Döring die Hypothese aufstellen, dass Extravertierte in ihrem Handy-Adressbuch mehr Kontaktpersonen gespeichert haben als Introvertierte. Auch würden Extravertierte häufiger und länger mit dem Handy telefonieren sowie in der Öffentlichkeit ohne Hemmungen zum Handy greifen. Introvertierte und Menschen mit sozialer Angst und Unsicherheit bevorzugen es, per SMS zu kommunizieren, weil es ihnen leichter falle, textbasiert ihr wahres Selbst zu offenbaren (S. 232). Döring erklärt weiter, dass mediale Komplikationen (z.B. das Ausbleiben einer erwarteten SMS oder die überraschende Nicht-Erreichbarkeit eines Kommunikationspartners wegen ausgeschaltetem Handy) zu unterschiedlichen Bewertungen und Reaktionen führen kann. Menschen mit hoher emotionaler Stabilität und sozialer Verträglichkeit reagieren daher anders als Menschen mit ausgeprägter emotionaler Labilität oder Eifersucht (S. 233). Persönlichkeitsdispositionen können in diesem Zusammenhang als moderierende Faktoren gesehen werden, die zwischen der Nutzung von Medien und der Wirkung von Medien vermitteln. Im Zusammenhang mit dem Einfluss mobiler Medien auf die Persönlichkeit hebt Döring hervor, dass heute bereits Grundschulkindern Handys nutzen und das Gerät oft zum ständigen Begleiter im Alltag wird. Obwohl Persönlichkeitsdispositionen gemäss Definition stabil und zeitlich überdauernd sind, kann eine nachhaltige Veränderung von Persönlichkeitsmerkmalen nicht ausgeschlossen werden. Entsprechende Studien fehlen bislang. Döring geht jedoch davon aus, dass Mediennutzung allenfalls dann einen Einfluss auf die Persönlichkeit entwickeln kann, wenn sie über längere Zeiten und in hoher Intensität wirkt (S. 232).

5.5 Stand der Forschung

In empirischen Erhebungen sind die Variablen Persönlichkeit und mobile Erreichbarkeit hinsichtlich ihrer kausalen Zusammenhänge noch wenig erforscht. Viele Studien untersuchen, inwiefern die Persönlichkeit und der Umgang mit Handyanrufen in Verbindung stehen. Die Designs beleuchten individuelle Unterschiede oder persönliche Dispositionen, die eine bedeutsame Auswirkung auf das soziale Verhalten im Umgang mit Handys haben könnten – im weitesten Sinne also auch mit mobiler Erreichbarkeit. Als Grundlage für die vorliegende Arbeit finden sich darin wertvolle Hinweise zur Persönlichkeit und ihrem Umgang und Erleben von mobiler Erreichbarkeit.

Richardson (2009): Information lifeline or high-tech tether: An empirical investigation of workplace connectivity behavior

Richardson (2009, S. 53-54) untersucht Vollzeit-Berufstätige (N=67), Angestellte der Medienbranche (N=139) und Ehemalige einer Universität (N=98) auf deren Umgang mit mobiler Erreichbarkeit. Aus der Studie geht hervor, dass situationsbedingte und in-

individuelle Unterschiede bei Berufstätigen für den Umgang mit mobiler Erreichbarkeit entscheidende Faktoren darstellen (S. 82). Im Rahmen der individuellen Besonderheiten prüft Richardson unter anderem drei der Big-Five-Dimensionen: Extraversion, Gewissenhaftigkeit und Neurotizismus. Die Befunde zeigen einen kleinen, aber signifikanten Zusammenhang zwischen Extraversion und dem Umgang mit mobiler Erreichbarkeit. Wahrscheinlich spielt bei der breiten Dimension der Extraversion der Subfaktor Selbstbewusstsein eine prägende Rolle hinsichtlich eines hohen Bedarfs nach mobiler Erreichbarkeit (S. 91). Die Faktoren Gewissenhaftigkeit und Neurotizismus sind gemäss den Befunden für den Umgang mit mobiler Erreichbarkeit nicht bedeutsam (S. 90).

Love und Kewley (2005): Does personality affect peoples' attitude towards mobile phone use in public places?

Love und Kewley (2005, S. 277-283) erforschen in einer Querschnittstudie 42 Probanden bezüglich Persönlichkeit und Gebrauch des Handys auf öffentlichen Plätzen. Die Autoren erkennen, dass Extraversion nur begrenzte Auswirkungen auf den Umgang mit Handys auf öffentlichen Plätzen hat. Sie vermuten, dass Menschen mit ausgeprägter Extraversion weniger Scheu besitzen als introvertierte Menschen. Es falle Extravertierten deshalb leichter, in der Öffentlichkeit bzw. in einer Face-to-Face-Interaktion mit dem Handy zu telefonieren, auch wenn es nicht angebracht ist.

Caporael und Xie (2003): Breaking time and place: Mobile technologies and re-constituted identities.

In einer interkulturellen Studie (N=231) von Caporael und Xie (2003, S. 219) wurden mittels Fragebogen, Interviews und Textquellen Daten über mobile Technologien und die damit verbundenen neu gewonnenen Identitäten gewonnen. Gemäss den Befunden reagieren Personen mit hoher Verträglichkeit auf unangemessenen Handygebrauch bei anderen vermutlich weniger negativ. Es sei möglich, dass solche Personen ihr Handy im Kino, in Restaurants oder in der Kirche ausschalten, sich also an die informellen Regeln zum angemessenen Handygebrauch halten, um ihre Mitmenschen nicht zu belästigen (S. 223-224).

Glutz und Bertschi (2006): People, mobiles and society: Concluding insights from an international expert survey.

Glutz und Bertschi (2006) führten 2004 eine internationale Expertenstudie (N=117) zur sozialen und kulturellen Entwicklung hinsichtlich der Mobiltelefonie durch (S. 69-71). Ein Ergebnis daraus zeigt auf, dass sich gewissenhafte Menschen an informelle Regeln der Handynutzung halten. Die Autoren nehmen an, dass diese Menschen ihr Handy gezielt einsetzen, um eigene Ziele insbesondere beruflicher Natur zu erreichen. So würden beispielsweise mit dem eigenen Arbeitgeber oder Kollegen auch dann berufsbezogene Dinge abgesprochen, wenn der eingehende Anruf in einer unpassenden Situation auftritt (S. 83).

Turner, Love und Howell (2008): Understanding emotions experienced when using a mobile phone in public: The social usability of mobile (cellular) telephones.

In dieser englischen Studie (N=184) wird dargelegt, wie sich junge Erwachsene beim Erhalten eines Handyanrufes in verschiedenen Situationen emotional verhalten (Turner et al., 2008, S. 201). Hinsichtlich medialer Kommunikation, wie beispielsweise überraschende Nicht-Erreichbarkeit des Kommunikationspartners, können emotional labile Personen Pannen vermutlich weniger gut verarbeiten (S. 209-210). Wahrscheinlich erleben sie mehr medienbezogene Konflikte (beispielsweise eine Störung durch einen eingehenden Handyanruf) und reagieren darauf ärgerlicher als emotional stabile Personen (S. 211-212).

Srivastava (2005): Mobile phones and the evolution of social behavior.

In einem Fachreferat beschreibt Srivastava (2005, S. 111) die Auswirkungen des Fortschritts in der Mobiltechnologie und die damit verbundene Entwicklung des sozialen Verhaltens. In diesem Zusammenhang schätzt Srivastava Menschen mit hoher Offenheit auch für technische Entwicklungen so ein, dass diese gegenüber Handytelefonaten in Gegenwart anderer toleranter sind. Als Grund gibt sie an, dass sich diese Personen als ein Symptom einer sich wandelnden Kommunikationsstruktur in Bezug auf „anytime anywhere communication“ verstehen (S. 123).

II. EMPIRISCHER TEIL

6 Methodik und Forschungsgegenstand

6.1 Ausgangslage und Absicht

Obwohl die Anzahl Untersuchungen zum jungen Forschungsstand der Mobilkommunikation steigt, wurden zum Umgang mit mobiler Erreichbarkeit erst wenige theoretische Einordnungen vorgenommen. Diese weisen häufig einen explorativen Charakter auf (Pöschl, 2010, S. 271). Insgesamt existieren kaum Studien, die sich ausschliesslich mit der mobilen Erreichbarkeit und dem Spannungsfeld zwischen Berufs- und Privatleben sowie dem Einfluss der Persönlichkeit beschäftigen. Die vorliegende Arbeit beabsichtigt deshalb, das Erleben und den Umgang mobiler Erreichbarkeit genauer zu erforschen.

Ausgangspunkt der Untersuchung bildet folgende **Fragestellung**:

Wie wird mit mobilen Medien im Spannungsfeld von Berufs- und Privatleben umgegangen und wie wird die Möglichkeit ständiger Erreichbarkeit dabei erlebt? Welchen Einfluss haben Persönlichkeitsfaktoren auf das Erleben und den Umgang mit mobiler Erreichbarkeit?

Die Forschungsfrage wird mittels qualitativer Interviews bearbeitet. Es werden Feinheiten, Subjektivitäten, Zwischentöne und eigene Formulierungen zur mobilen Erreichbarkeit gesammelt, sodass Kernthemen entdeckt und verdichtet werden können. Mit einer induktiven Vorgehensweise wird gewährleistet, dass die Interpretation auf der Grundlage der gewonnenen Daten erfolgt. Letztlich dient die Arbeit dazu, bestehende Ergebnisse zu überprüfen und mögliche Hypothesen für weitere Studien zu generieren.

6.2 Untersuchungsplan: Einzelfallanalyse

Die Ausgangslage und Zielsetzung dieser Untersuchung führten zum Forschungskonzept der Einzelfallanalyse. Die Einzelfallanalyse erfasst gemäss Lamnek (1988, S. 204) den Menschen in seinem konkreten Kontext und in seiner Individualität. Mayring (2002, S. 42) sieht den Vorteil von Einzelfallanalysen darin, dass sie die Komplexität und die Zusammenhänge der Funktions- und Lebensbereiche einer Person sowie der historische, lebensgeschichtliche Hintergrund betonen. Mit Fallanalysen können diejenigen Einflussfaktoren gefunden werden, die für die Interpretation von Zusammenhängen relevant sind. Dabei ist es vorteilhaft, wenn nur wenige Versuchspersonen analysiert werden. So kann auf die Besonderheiten eines Falles eingegangen und eine genauere Analyse mit tieferehenden Einsichten erreicht werden. Laut Soeffner (2008, S. 173)

können mittels systematischem Quervergleich schrittweise fallübergreifende und zugleich fallgenerierende Strukturen entdeckt werden.

6.3 Datenerhebung

Die Form der Datenerhebung ist das problemzentrierte Interview nach Mayring (2002). Es handelt sich hierbei um eine offene, halbstrukturierte Befragungsmethode. Diese Interviewform eignet sich insbesondere bei spezifischen Fragestellungen, über die bereits einiges bekannt ist. Die interviewte Person soll sich bei diesem Verfahren möglichst frei äussern können. Für den Forschungsprozess ist es wesentlich, dass ein Vertrauensverhältnis aufgebaut wird, denn auf der Basis einer gleichberechtigten Beziehung kann der Befragte „ehrlicher, reflektierter, genauer und offener als bei einem Fragebogen oder einer geschlossenen Umfragetechnik“ erzählen und Stellung nehmen (Mayring, 2002, S. 69). Das Gespräch konzentriert sich auf eine bestimmte Problemstellung, die der Interviewer einführt und anschliessend immer wieder ins Zentrum rückt. Ein wichtiger Punkt für die spätere Vergleichbarkeit und Auswertung der Interviews ist die teilweise Standardisierung des Leitfadens. Mittels bestimmter Leitfadenfragen werden die wesentlichen Themenaspekte festgehalten. Die Form der Halbstrukturiertheit lässt zu, dass vertiefend nachgefragt werden kann, wenn dies für die Arbeit bedeutsam ist (S. 70).

Die Datenerhebung folgt dem Ablaufmodell des problemzentrierten Interviews (Mayring, 2002, S. 71): In der Phase der Problemanalyse findet das Studium über Theorien, Modelle und Untersuchungen zum Thema statt. Daraus werden zentrale Fragestellungen zur Leitfadenkonstruktion abgeleitet. Das Interview wird anschliessend in einem Probelauf mit einer neutralen Person durchgespielt. Die Fragen können dadurch eingeübt werden und es erfolgt gleichzeitig eine Testung des Instruments. Falls notwendig, wird der Leitfaden ergänzt und angepasst. In der Phase der Interviews werden die Gespräche mit dem Einverständnis der befragten Person aufgezeichnet.

Die Struktur des Interviewleitfadens (Anhang A) gründet im erarbeiteten theoretischen Verständnis. Alle Themenbereiche sind mit Leitfadenfragen eingeleitet und lassen sich bei Bedarf anhand von Vertiefungsfragen weiter explorieren. Das Interview beginnt mit einer Aufwärmphase, in der sich die befragte Person und der Interviewer oder die Interviewerin vorstellen. Es wird über die Absicht, die Themen, die Dauer und den Persönlichkeitsfragebogen (NEO-FFI) informiert. Dabei wird der Probandin oder dem Probanden Anonymität zugesichert. Anschliessend werden die soziodemografischen Daten erhoben. Die Eröffnung der Befragung beginnt mit einem Bild, das verschiedene mobile Medien zeigt. Die befragte Person wird angeregt, ihre Assoziationen zu den abgebildeten Geräten, die mobile Erreichbarkeit ermöglichen, auszusprechen. Im Weiteren konzentriert sich das Interview auf vier übergeordnete Themenbereiche: den Stellenwert

von mobilen Medien, das Erleben mobiler Erreichbarkeit, den Umgang mit mobilen Medien und der Erreichbarkeit sowie die Zukunftsperspektiven im Umgang mit mobilen Medien. Vor dem Gesprächsende hat die befragte Person die Möglichkeit, weitere Themen zu diskutieren, die im Interviewleitfaden nicht angesprochen wurden.

Den Abschluss der Datenerhebung bildet die Bearbeitung des Persönlichkeitsfragebogens NEO-FFI durch die Probandin oder den Probanden.

6.4 Stichprobe

Die Stichprobe dieser Untersuchung umfasst zehn Probandinnen und Probanden aus vier verschiedenen Kantonen der Deutschschweiz. Es wurden zehn Berufstätige aus unterschiedlichen Branchen und beruflichen Positionen aufgenommen. Die Arbeitsbereiche und der Ausbildungsgrad der befragten Personen sind heterogen und umfassen von der Berufslehre bis zum Universitätsstudium mit dem Dokortitel das ganze Spektrum, wobei das Arbeitspensum mindestens 60% beträgt. Das Alter der befragten Personen bewegt sich zwischen 26 und 66 Jahren. Die folgende Tabelle bietet einen Überblick über die wichtigsten Merkmale der Stichprobe. Die Berufsfelder orientieren sich an der Übersicht von René Zihlmann (2008).

Tabelle 3: Soziodemografische Daten der Stichprobe

Proband	G.	Alter	Berufsfeld	Pensum	Kinder	Mobile Mediennutzung
A	m	31	Druck	100%	nein	Smartphone, Laptop, Tablet-PC
B	w	44	Wirtschaft, Verwaltung Gesundheit	80% 20%	nein	Smartphone, Laptop
C	w	26	Bildung, Soziales	100%	nein	Smartphone, Handy, Laptop
D	w	35	Wirtschaft, Verwaltung	80%	nein	Smartphone, Laptop, Tablet-PC
E	w	52	Gesundheit	60%	ja	Handy, Laptop
F	w	36	Gesundheit	60%	ja	Smartphone, Laptop
G	m	32	Wirtschaft, Verwaltung	100%	nein	Smartphone, Laptop
H	w	39	Gesundheit	90%	nein	Smartphone, Netbook
I	m	43	Natur	60%	ja	Handy, Laptop
J	m	66	Bildung, Soziales	60%	ja	Smartphone, Laptop, Tablet-PC

Die Probandinnen und Probanden wurden über persönliche Kontakte rekrutiert, wobei die Kontaktaufnahme Anfang Januar 2012 per E-Mail oder Telefon stattfand. Es wurden das Thema der Arbeit und der am Schluss des Interviews auszufüllende Persönlichkeitsfragebogen erläutert. Den Teilnehmenden wurde Anonymität zugesichert. Auch erhielten sie die Möglichkeit, Fragen zum Vorgehen zu stellen. Anschliessend wurde ein Termin vereinbart. Alle angefragten Personen haben sich für ein Interview bereiterklärt.

6.5 Durchführung

Die Befragungen wurden im Januar und Februar 2012 durchgeführt. Ein Interview dauerte durchschnittlich 60 Minuten, wobei sich das kürzeste Gespräch auf 40 Minuten, das längste auf 100 Minuten belief. Zwei Interviews fanden an der Hochschule für Angewandte Psychologie, sieben Interviews im privaten Umfeld der befragten Person oder des Interviewers und eine Befragung am Arbeitsplatz des Probanden statt. Die Gespräche wurden mit dem Einverständnis der interviewten Person aufgezeichnet.

6.6 Datenaufbereitung und Datenauswertung

Als Basis für eine ausführliche interpretative Auswertung wurden die Interviews wörtlich transkribiert. Das verbale Material in gesprochenem Dialekt wurde ins Schriftdeutsche übersetzt, um die Leserlichkeit zu verbessern. Nonverbale Äusserungen, Füllwörter und Helvetismen wurden dann verschriftlicht, wenn sie für das Verständnis des Gesagten wesentlich erschienen. Da bei dieser Arbeit die inhaltlich-thematische Ebene im Vordergrund steht, wurden Satzbaufehler behoben und der Sprachstil geglättet. Alle Namen, Orts- und Zeitangaben wurden ausserdem anonymisiert. Die vollständige Textfassung des verbal erhobenen Materials stützt sich auf die Transkriptionsregeln von Mayring (2002, S. 89-94). Insgesamt umfassen die Transkriptionen rund 100 A4-Seiten.

Zur Auswertung der Interviews wurde die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse gewählt. Dabei handelt es sich um ein systematisches Vorgehen, das das Material schrittweise bearbeitet (Mayring, 2002, S. 114). Gestützt auf die Zusammenstellung nach Schmidt (2008, S. 449-455) wurden zunächst induktiv Kategorien gebildet. Das theoretische Vorverständnis und die Fragestellung leiteten die Aufmerksamkeit. Sie gaben Hauptkategorien vor. Diese deduktive Vorgehensweise war erforderlich, um an der Absicht der Untersuchung festhalten zu können. In einem zweiten Schritt wurden die Auswertungskategorien zu einem Codierleitfaden (Anhang B1-4) zusammengestellt. Jede Kategorie wurde prägend definiert und mittels repräsentativer Ankerbeispiele erläutert. Nach der Bearbeitung der ersten vier Interviews wurde der Codierleitfaden ausdifferenziert und trennschärfer gemacht. Überlappungen von Kategorien wurden entfernt. Anschliessend folgte die Codierung des gesamten Materials. Jedes Interview wurde unter Verwendung des Codierleitfadens eingeschätzt und klassifiziert. Die Einzelfälle wurden auf dominante Tendenzen verglichen. Das Forschungsteam arbeitete zuerst unabhängig voneinander und kam in ausführlicher Diskussion zu einer konsensuellen Lösung. Als Ergebnis entstand ein Kategoriensystem (Anhang C), mit dem das gesamte Datenmaterial in Bezug auf die Fragestellung und die dahinter liegende Theorie interpretiert werden konnte. Es war das Ziel, neue Hypothesen zu finden, diese am Einzelfall zu überprüfen und zu neuen theoretischen Überlegungen zu kommen.

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse auf Grund der systematischen Analyse der Textfassungen dargestellt. Die verschiedenen Themenbereiche des Interviewleitfadens sowie das Kategoriensystem geben die Unterteilung vor.

7 Ergebnisse

Die Präsentation der fallübergreifend zusammengefassten Ergebnisse gliedert sich in sechs Teile. Das erste Unterkapitel gibt eine Übersicht der gewonnenen Kategorien sowie eine quantitative Darstellung der Anzahl Nennungen pro Unterkategorie zu jedem Themenbereich. Daraus lässt sich eine erste allgemeine Tendenz zur Relevanz verschiedener Themenbereiche im Zusammenhang mit dem Erleben und dem Umgang mit mobiler Erreichbarkeit ablesen. Im Anhang D finden sich dazu die detaillierten quantitativen Ergebnisse. Die weiteren vier Unterkapitel widmen sich den übergeordneten Kategorien, die aus den Interviews evaluiert wurden: Die Nutzung mobiler Medien, das Erleben der Erreichbarkeit, der Umgang mit der Erreichbarkeit und die Perspektiven mobiler Mediennutzung. Die Resultate jeder Hauptkategorie werden anhand der induktiv gewonnenen Themenbereiche (Unterkategorien) zusammenfassend dargestellt und mit charakteristischen Ankerbeispielen ergänzt. Die Reihenfolge der Ergebnisse entspricht der Anzahl Nennungen durch die befragten Personen in absteigender Form. Im sechsten Unterkapitel werden die Resultate des NEO-FFI sowie die qualitativ erhobenen Daten in Relation gesetzt und davon ausgehend Erwartungen formuliert.

7.1 Quantitative Übersicht der Ergebnisse

Die folgenden Abbildungen 1 - 4 geben zu den einzelnen Themenbereichen einen quantitativen Überblick über die Anzahl Nennungen pro Unterkategorie:

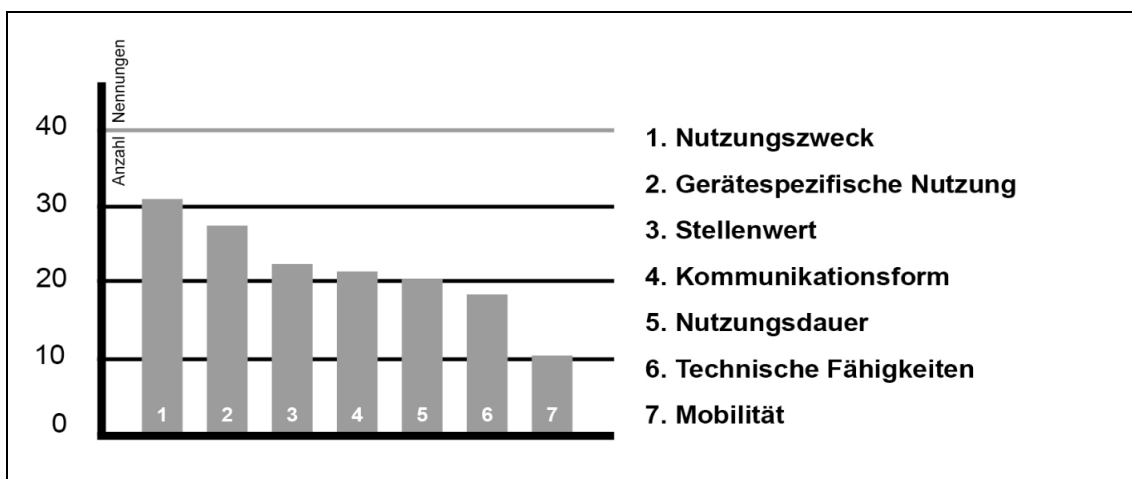


Abbildung 1: Anzahl Nennungen pro Unterkategorie zur Nutzung mobiler Medien

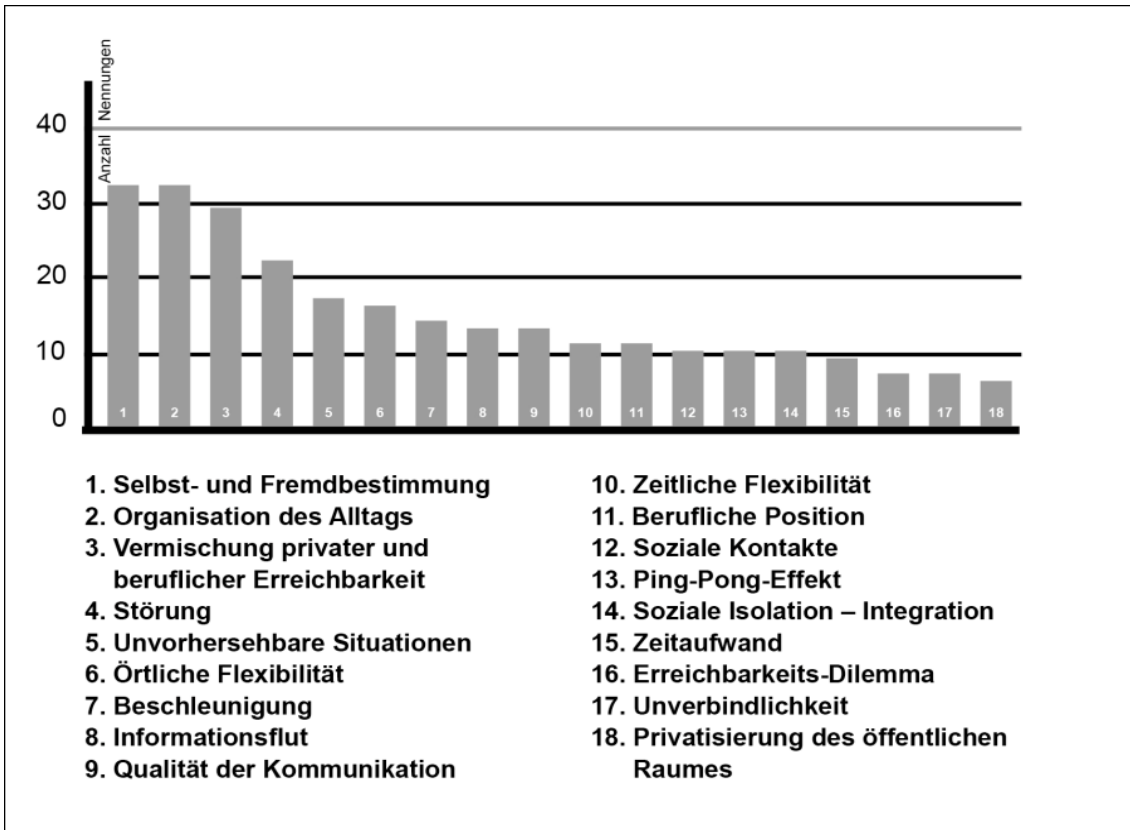


Abbildung 2: Anzahl Nennungen pro Unterkategorie zum Erleben der Erreichbarkeit

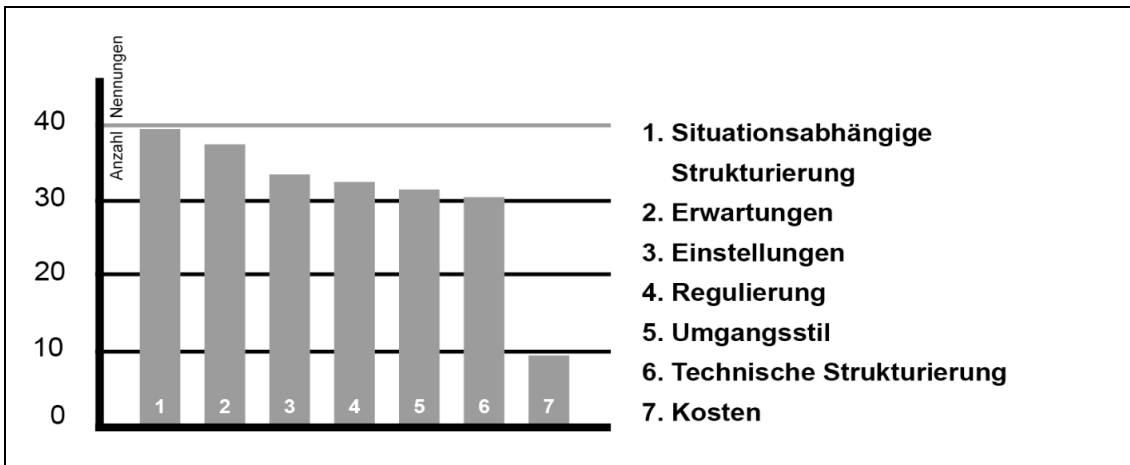


Abbildung 3: Anzahl Nennungen pro Unterkategorie zum Umgang mit der Erreichbarkeit



Abbildung 4: Anzahl Nennungen pro Unterkategorie zu den Perspektiven mobiler Mediennutzung

7.2 Nutzung mobiler Medien

Nutzungszweck

Alle zehn Teilnehmenden nutzen ihre mobilen Geräte, um mit anderen Personen auf verschiedene Arten direkt oder indirekt zu kommunizieren. Um sich zu informieren, benutzen alle Befragten ihren Laptop oder ihr Netbook. Acht Personen machen ausserdem vom Smartphone Gebrauch, um sich Informationen zu beschaffen.

„Es gibt einem die Möglichkeit, in den Ferien am Strand zu liegen und wenn man Lust hat zu erfahren, was jetzt gerade in der Schweiz passiert, dann nehme ich das iPhone hervor und öffne das 20Minuten App und lese dann die News.“ (Proband A)

Keine der befragten Personen erwähnt, das Handy oder Smartphone zur eigenen Unterhaltung zu nutzen. Die beiden Handynutzer, die kein Smartphone besitzen, äussern sich diesbezüglich kritisch.

„Bei einem Handy habe ich noch eher das Gefühl, es sei ein Kommunikationsmittel und kein Spielzeug wie ein iPhone.“ (Probandin E)

Eine Person bemerkt die Veränderung der Nutzungsmöglichkeiten durch das Smartphone in Form eines Hybridmediums.

„Ja, ja, es hat sich verändert, seit das Handy ein Display erhalten hat. Wo du eigentlich unbeschränkte Möglichkeiten hast. Einen Clip anschauen, die verpasste Tageschau noch einmal anschauen, E-Mails und SMS versenden und natürlich auch telefonieren. Du hast alles auf einem Gerät.“ (Proband G)

Gerätespezifische Nutzung

Alle befragten Personen nutzen mindestens zwei unterschiedliche mobile Gerätetypen zur Kommunikation. Vier besitzen noch ein drittes Mobilgerät. Sieben der zehn Teilnehmenden benutzen für mobile Telefongespräche ein Smartphone, zwei Personen ein herkömmliches Handy und eine Person benutzt sowohl Smartphone als auch Handy. Als mobiles Arbeitsgerät benutzen neun Befragte einen Laptop und eine Person greift auf ein Netbook zurück. Ein Tablet-PC kommt bei drei Personen als drittes mobiles Arbeitsgerät zum Einsatz.

Stellenwert

Neun von zehn Befragten erwähnen den Stellenwert mobiler Medien in ihrem Alltag. Fünf Personen berichten, dass mobile Medien nicht mehr aus ihrem Alltag wegzudenken seien.

„Es ist wie ein Auto oder Kühlschrank. Es gehört dazu, es ist nicht mehr denkbar ohne, denke ich im Moment.“ (Probandin E)

Auf eine zunehmend gesellschaftliche wie auch persönliche Bedeutung von mobilen Medien weist die Hälfte der Teilnehmenden hin.

„Der Stellenwert von mobilen Medien hat zugenommen. [...] Heute haben mehrheitlich alle mobile Geräte und nutzen diese. Das ist noch nicht so lange her, seit es flächendeckend ist.“ (Proband I)

Zwei Befragte empfinden den zunehmenden Stellenwert von mobilen Medien als eher negativ und zwei äussern sich diesbezüglich eher positiv. Eine befragte Person stellt fest, dass sich die persönliche Bedeutung von mobilen Medien von einem ursprünglich hohen zu einem mittleren Stellenwert gewandelt hat.

Kommunikationsform

Neun von zehn Teilnehmenden machen Angaben über ihre bevorzugte Art und Weise, mit anderen zu kommunizieren. Neben dem Telefonieren teilen fünf Befragte mit, dass sie mit ihrem Mobiletelefon oft und gerne SMS für Kurzabsprachen bei Nicht-Erreichbarkeit des Kommunikationspartners versenden.

„Die Freundin möchte gerne wissen, ob ich nach dem Training noch etwas trinken gehe mit den Kollegen. Dann schreibe ich ein SMS. So weiss sie, was läuft.“ (Proband A)

Ebenfalls die Hälfte der zehn Befragten erwähnen als private und berufliche Kommunikationsform das E-Mail, wobei zwei Personen das E-Mail vor allem für berufliche Belange als geeignetes Kommunikationsmittel erwähnen. Vier Teilnehmende versenden E-Mails vorwiegend auf ihrem Laptop, zwei Personen nutzen die Mailfunktion auch regelmässig auf ihrem Smartphone.

„Was ich muss, ist auf das Mail sowohl privat als auch beruflich relativ intensiv zugreifen können.“ (Proband I)

„Bei mir im Geschäft ist vor allem der E-Mail-Verkehr sehr ausgeprägt.“ (Probandin D)

„Per E-Mail bin ich auf dem iPhone immer erreichbar, weil da drücke ich regelmässig immer wieder drauf, wenn ich es einschalte [E-Mail-App auf iPhone].“ (Probandin H)

Für vier Befragte stehen beim Handy oder Smartphone andere Kommunikationsformen als das Telefonieren im Vordergrund. Sie bemerken eher weniger oder ungern, dass sie mit Mobilgeräten telefonieren.

„Ich telefoniere praktisch nie mit dem Handy. Ich brauche das Handy, um SMS zu schreiben. Das Laptop verwende ich mehr, um E-Mails zu schreiben. Telefonieren tue ich mit dem altmodischen Festanschluss zuhause.“ (Probandin B)

Welche Kommunikationsform gewählt wird, machen zwei Befragte von der zu erreichenden Person oder der Situation abhängig.

„Es gibt bei diesen Geräten verschiedene Möglichkeiten der Kommunikation und da unterscheide ich etwas. Mit gewissen Leuten nutze ich das iPhone zum Telefonieren, aber würde ich nie ein SMS oder E-Mail schreiben, weil das nicht die passende Kommunikationsmöglichkeit mit diesen Personen ist. Ich weiss genau, wem ich kein SMS zu schreiben brauche, weil er oder sie kaum auf SMS reagiert. Da habe ich besser per E-Mail oder Telefon Kontakt.“ (Probandin H)

„Bei mir ist es mehr die Frage: Welches ist das adäquate Medium? Es ist je nach Situation ein SMS oder ein Telefon. Was ist das richtige Kommunikationsmittel, das der Sache wirklich dient?“ (Proband I)

Eine befragte Person erklärt, dass sie für eine kurzfristige Erreichbarkeit eher telefoniert oder ein SMS sendet und bei E-Mails mit einem längeren Zeithorizont rechnet. Das Kommunizieren mittels Skype (kostenlose Videotelefonie über Internet) schätzt eine Probandin, um Kontakt mit Familienangehörigen im Ausland zu haben.

Nutzungsdauer

Alle zehn Teilnehmenden machen Angaben zum zeitlichen Umfang ihrer mobilen Mediennutzung. Fünf Befragte berichten, dass sie während der Arbeit immer wieder mobile Medien benutzen, dauernd online und somit auch ständig erreichbar sind.

„Eigentlich bin ich durch meinen Beruf den ganzen Tag mit mobilen Medien im Kontakt.“ (Proband A)

Drei Personen schätzen den Zeitaufwand, den sie täglich zur Kommunikation mit mobilen Medien aufwenden, als zu gross ein.

„Ich habe das Gefühl, man sitzt schnell länger dran, als man eigentlich denkt oder will.“ (Probandin F)

Über eine mehrmals tägliche, aber jeweils nur kurze Benutzung von mobilen Medien – insbesondere von Handy und Smartphone - berichten zwei Probanden.

„Ich bin selten sehr lange dran. Wahrscheinlich bin ich häufig nur kurz dran. So vom Gefühl her nehme ich es zwanzig Mal in die Hand. Aber die zwanzig Mal sind dann zwischen 5 Sekunden und 2 Minuten.“ (Proband G)

Auf eine Zunahme der Nutzungsdauer mobiler Medien aufgrund häufigerer Zugfahrten weist ein Proband hin. Eine andere befragte Person führt eine häufigere Nutzung auf die ständige Erreichbarkeit zurück.

Technische Fähigkeiten

Über die technischen Fähigkeiten in der Anwendung von mobilen Geräten machen alle zehn befragten Personen eine Aussage. Sechs Teilnehmende schätzen ihre Anwenderkenntnisse für ihre Ansprüche als ausreichend ein.

„Das, was ich brauche, kann ich. Man könnte es vielleicht auch besser und schneller machen. Aber ich bin eigentlich glücklich und zufrieden mit dem Steinzeitalter meiner mobilen Kommunikationsmöglichkeiten.“ (Proband I)

Vier Personen schätzen ihre technischen Fähigkeiten im Umgang mit mobilen Medien als gut bis sehr gut ein und betonen auch, dass sie die Geräte gerne benutzen.

„Sehr gut. Ich bin natürlich beruflich immer damit beschäftigt und so bekomme ich viel mit.“ (Proband A)

„Wenn's einem Spass macht, dann ist das wie ein Hobby und es schränkt einen nicht ein.“ (Proband J)

Mobilität

Die mobile Mediennutzung in Zusammenhang mit der eigenen Mobilität wird von sechs Befragten erwähnt. Zwei Personen sehen in der Handlichkeit von mobilen Geräten den Vorteil, diese überall problemlos mitnehmen zu können.

„Gewisse Geräte, die sehr praktisch sind zum Mitnehmen, welche sich vielleicht für den Arbeitsweg eignen, wie das iPad.“ (Probandin C)

Für weitere zwei Personen spielt die Nutzung von mobilen Medien auf Reisen oder im Ausland eine wichtige Rolle.

„Das sind praktische Hilfsmittel. Damit bin ich örtlich unabhängig. Die Mobilität hat dadurch gewaltig gewonnen. Was ich am Schreibtisch mache, könnte ich genauso gut auch irgendwo in Südafrika machen. Das ist für mich der grosse Gewinn.“ (Proband J)

Schliesslich schätzen zwei Befragte die Möglichkeit, mobile Geräte auch auf ihrem Arbeitsweg beruflich nutzen zu können.

„Wenn ich im Zug bin, schaue ich auch mal die Geschäftsmails an.“ (Proband A)

7.3 Erleben der Erreichbarkeit

Selbst- und Fremdbestimmung

Mit insgesamt 32 Nennungen äussern sich neun von zehn Teilnehmenden zur Selbst- und Fremdbestimmung der eigenen Erreichbarkeit. Ihnen ist es wichtig, selbstbestimmt über die eigene Erreichbarkeit entscheiden zu können.

„Ich möchte selber bestimmen, ob ich informiert werden möchte, und ob ich etwas mitteilen möchte.“ (Proband G)

Zwei Befragte bringen die Chance zur Selbstbestimmung der Erreichbarkeit in Form einer eigenen Wahlmöglichkeit zum Ausdruck.

„Ich denke, man hat ja auch die Wahl. Man muss ja nicht immer erreichbar sein. Ich kann das ja selber steuern. Ich bin in diesem Sinn nicht ein Opfer, weil ich nun ein Handy habe.“ (Probandin B)

Dass die Regulierung der Erreichbarkeit auch Selbstdisziplin verlangt, wird von einem Teilnehmer erwähnt.

„Das kann einen belasten, wenn man selber nicht die Disziplin hat zu sagen: So, jetzt nehme ich das Telefon mal nicht ab.“ (Proband A)

Zwei Befragte äussern sich kontrovers darüber, ob sich die eigene Erreichbarkeit steuern lässt.

„Du kannst die Erreichbarkeit extrem gut steuern. Wenn die anderen Leute wissen, dass du innerhalb einer halben Stunde zurückschreibst, dann erwarten sie das auch.“ (Probandin H)

„Regulieren kann man die Erreichbarkeit nur schwer.“ (Proband I)

Bei einem Teilnehmer beeinflusst das Ausmass der Selbstbestimmung über die eigene Erreichbarkeit, wie weit berufliche Angelegenheiten in das Privatleben eindringen dürfen.

„Solange ich es steuern kann, darf das berufliche auch einmal in das Private eindringen. Sobald meine Erreichbarkeit fremdbestimmt ist, mache ich nicht mit.“ (Proband I)

Eine Teilnehmerin beschreibt eine Gewöhnung an den Anspruch der Erreichbarkeit durch die eigene mobile Mediennutzung.

„Ich beobachte bei mir Veränderungen im Rahmen der Erreichbarkeit. Dass man das Gefühl oder das Bedürfnis hat, ich muss jetzt schon aufs Handy schauen. Dafür habe ich ja dieses Gerät. Das hätte ich anfänglich nicht gedacht.“ (Probandin F)

Sechs befragte Personen erleben die Möglichkeit zur ständigen Erreichbarkeit teilweise als aufgezwungen oder von aussen beeinflusst.

„Die Informationen und Mitteilungen werden giesskannenartig gegen aussen verteilt, nach dem Motto: Wer will, der nehme. Es wird nicht nachgefragt: Hast du Interesse? Die Erreichbarkeit wird dir wie eine Art aufgezwungen und du musst dich damit auseinandersetzen, ob du willst oder nicht.“ (Probandin C)

„Ich bekomme Informationen, die ich im Moment gar nicht unbedingt erhalten möchte. Entweder sind sie unerwünscht oder du rechnest gar nicht damit. Das ist natürlich auch eine Beeinflussung.“ (Proband G)

Die Gefahr einer gewissen Abhängigkeit oder sogar ein Suchtpotenzial messen der mobilen Erreichbarkeit sechs Befragte zu.

„Viele Leute machen sich keine Gedanken über die eigene Erreichbarkeit. Es ist wie es ist und man macht es einfach so. Gerade die Personen, die mit mobilen Medien aufwachsen, überlegen sich gar nichts dabei und reiten mit dieser Welle mit. Teilweise ist es auch ein Suchtpotenzial und eine Abhängigkeit. Wie Alkohol oder Drogen.“ (Probandin H)

„Wenn man die eigene Erreichbarkeit jedoch nicht unter Kontrolle hat, dann kann das schon fast süchtig machen, dann bist du fast immer am Arbeiten.“ (Proband A)

Zwei Probanden äussern Bedenken, die Kontrolle über die eigene Erreichbarkeit zu verlieren und zu Geiseln mobiler Medien zu werden.

„Mir scheint es wichtig, dass wir den Umgang mit diesen Geräten kontrollieren können und diese Geräte beherrschen und nicht umgekehrt.“ (Probandin E)

„Es ist mit Vorsicht zu geniessen, damit am Schluss du das Gerät beherrschst und nicht das Gerät dich.“ (Proband G)

Organisation des Alltags

Neun von zehn Teilnehmenden mit ebenfalls 32 Nennungen erwähnen im Interview, dass ihnen mobile Geräte bei der Organisation ihres Alltags hilfreiche Dienste leisten. Für die Organisation von beruflichen Aufgaben greifen sechs Befragte gerne auf ihr Mobilgerät zurück, fünf berichten diesbezüglich von einem organisatorischen Gewinn in ihrer Freizeit.

„Im Berufsleben hilft mir das Handy vor allem die Arbeit zu organisieren und zu koordinieren und somit auch zu verbessern.“ (Probandin E)

„Privat ist das Laptop auch da, um die verschiedenen Aktivitäten, die man hat, zu koordinieren.“ (Proband I)

Auf die Möglichkeit, durch mobile Medien kurzfristige Anpassungen in der Organisation des Alltags vorzunehmen, weisen fünf Personen hin.

„Oder natürlich auch wenn du etwas abgemacht hast und du bist etwas zu spät, dann kannst du kurz ein SMS schicken oder anrufen. Hättest du das nicht, würdest du den andern ewig suchen. Ich erachte es in erste Linie als organisatorische Hilfe.“ (Proband G)

Vier befragte Personen berichten, dass sie Organizer-Funktionen, wie die elektronische Agenda, Adressdateien oder Telefonlisten, zur organisatorischen Unterstützung ihres Alltags nutzen.

„Man hat auf einem kleinen Gerät ganz viele Möglichkeiten. Für mich ist es so: Ich habe auf einem Gerät alle Telefonlisten drauf. Ich habe die Agenda drauf. Ich habe die Daten der Kinder drauf. Ich habe meine Daten drauf. Und das ist einfach ein kleines Teil. Ich schleppe nicht drei, vier Sachen mit mir herum. Bedingt aber immer auch, dass man alles einträgt.“ (Probandin F)

Drei Personen schätzen es, mithilfe mobiler Geräte ortsunabhängig ihren Alltag koordinieren zu können.

„Wenn du beispielsweise in Genf bist und du weißt die Zugverbindungen nicht, dann kannst du schnell auf dem Handy schauen.“ (Probandin D)

„Ich überlege mir nicht mehr, was ich organisieren muss, denn ich kann's ja unterwegs machen.“ (Proband A)

Vermischung privater und beruflicher Erreichbarkeit

Das Erleben einer Auflösung der Grenzen von beruflicher und privater Erreichbarkeit wird von allen zehn Teilnehmenden im Interview genannt.

„Ich sollte meine privaten und beruflichen Interessen eindeutig mehr trennen. Es sollte eigentlich ein Vorsatz von mir sein, dies klarer zu trennen. Dass ich z.B. mein privates Handy während der Arbeit bis zur Mittagspause abgeschaltet habe. Das wäre optimal.“ (Probandin E)

Vier befragte Personen führen die Vermischung von privater und beruflicher Erreichbarkeit darauf zurück, dass die gleichen mobilen Geräte, die vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellt werden, sowohl für die Freizeit wie auch für die Arbeit benutzt werden.

„Ein Laptop, welches vom Geschäft her kommt, benutze ich sowohl privat als auch beruflich. Das pendelt mit mir hin und her.“ (Proband I)

Drei Personen bemerken, dass die Benutzung nur eines E-Mail-Kontos zu einer Vermischung dieser beiden Lebensbereiche führt.

„Alles ist ja auf demselben Gerät. Die E-Mails kommen auch auf derselben Adresse rein. Da mache ich für mich keine Unterscheidung.“ (Probandin F)

„Alles läuft per E-Mails. Da hat man das Private neben dem Geschäftlichen. Das erschwert es ein bisschen. Wenn man aber Disziplin hat, dann geht es. Es kann einen allerdings aber auch hineinziehen.“ (Proband A)

Die private Erreichbarkeit während der Arbeit lassen drei Befragte zu, wobei umgekehrt das Eindringen von beruflichen Mitteilungen ins Privatleben weniger vorkommt oder toleriert wird.

„Während der Geschäftszeit bin ich privat eher erreichbar als umgekehrt zuhause für Geschäftliches. Dass mir jemand während ich arbeite privat anruft, lasse ich zu und ist für mich soweit in Ordnung [...].“ (Proband I)

„Da ich aber mein privates Teil [iPhone] auch im Geschäft habe, bekomme ich auch während der Arbeit private Mitteilungen. Umgekehrt ist es weniger der Fall. Ich bekomme zuhause sehr selten Nachrichten vom Geschäft.“ (Proband G)

Zwei Befragte machen ihre private wie auch berufliche Erreichbarkeit von der Wichtigkeit der Person abhängig, die sie zu erreichen versuchen.

„Wichtige Personen, wie beispielsweise meine Frau, können mich für private Zwecke auch über meine Geschäfts-E-Mail-Adresse erreichen, was völlig in Ordnung ist.“ (Proband G)

Ein Teilnehmer erklärt die Auflösung der Grenzen von beruflicher und privater Erreichbarkeit durch eine Vermischung von privaten und beruflichen Interessen.

„Wenn du das Hobby zum Beruf machst, dann fließt die berufliche und private Erreichbarkeit sowieso ineinander hinein.“ (Proband I)

Eine Trennung von beruflicher und privater Erreichbarkeit stellt ein weiterer Teilnehmer grundsätzlich in Frage.

„Entweder man ist erreichbar oder nicht. Ich kann ja nicht sagen, Erreichbarkeit gilt nur fürs Berufliche und nicht fürs Private oder umgekehrt.“ (Proband J)

Störung

Alle zehn Teilnehmenden erleben die Nutzung mobiler Kommunikationsmittel in unterschiedlichem Kontext als störend. Als besonders unangenehm werden Mobiltelefone in der Gesellschaft anderer Personen empfunden, wobei neben Telefongesprächen, SMS oder E-Mails die alleinige Gegenwart von mobilen Geräten zu Unbehagen oder Ärger führt.

„Ganz negativ finde ich, wenn man mit andern Personen zusammen ist und diese dauernd an diesen Geräten herumfummeln. Also das finde ich hoch unanständig und ist etwas, das leider zunimmt. Was mich daran stört, ist, dass der Benutzer des Gerätes in dem Moment gegenüber seinem direkten Partner abwesend ist, wenn er noch schnell nachschaut, was das Wetter morgen macht.“ (Probandin E)

„Mich stört die Ablenkung, wenn du mit jemandem kommunizierst und der andere wird ständig abgelenkt. Man ist gar nicht mehr füreinander da. Es ist eine Art Zerstückelung des Ganzen.“ (Probandin H)

Als Störfaktor während der Arbeit werden eingehende private E-Mails, SMS oder Anrufe von drei Befragten erlebt.

„Habe ich aber mein privates Handy bei der Arbeit dabei, dann kann es vorkommen, dass mein Mann schreibt: Kannst du bitte noch einkaufen gehen? Oder meine Tochter schreibt: Die Prüfung ist mir gar nicht gelungen. Und diese Informationen machen meinen Arbeitsalltag ja nicht wirklich einfacher. Mit diesen privaten Einflüssen bist du während deiner Arbeit berieselt und im schlimmsten Fall behämmert.“ (Probandin E)

„Man möchte lieber auch vorwärtsarbeiten und nicht dauernd von Anrufen, SMS oder Mails gestört werden.“ (Proband I)

Für drei Personen spielen der Ort und die Situation des Empfängers eine Rolle, ob Mobilkommunikation als unpassend oder störend empfunden wird.

„Manchmal erreichen einen die Leute an Orten, wo es mir nicht recht ist.“ (Proband J)

„Ich war aber mal an einer Beerdigung und dann klingelte plötzlich während der Schweigeminute bei jemandem das Telefon. Das finde ich peinlich.“ (Probandin F)

Die durch Mobilkommunikation verursachten Geräusche erleben zwei Teilnehmer als lästig.

„Das Kommunizieren an allen Orten in einer Lautstärke schätze ich überhaupt nicht.“ (Proband I)

„Wenn du in der Öffentlichkeit bist und es piepst überall, das stört mich. Ich möchte das nicht hören. Es ärgert mich dann ein bisschen.“ (Proband G)

Unvorhersehbare Situationen

Die Möglichkeit, in Notfällen Hilfe anzufordern oder in ausserordentlichen Situationen mit dem Mobiltelefon andere erreichen zu können, schätzen acht von zehn befragten Personen.

„Ich bin einmal an einen Unfallort gefahren, da hat der Fahrer vor mir gerade die Rega mit dem Handy aufgeboten. Das war eine Notfallsituation, in der es ausserordentlich gut war, dass man diese Möglichkeit hatte.“ (Probandin E)

„Nützlich ist ein Handy in all den Situationen, bei denen es nicht so läuft, wie die Abmachung vorher war. Wenn irgendetwas dazwischen kommt. Zum Beispiel der SBB-Blackout, als kein Zug mehr gefahren ist und Reisende auf dem Schienennetz gestrandet sind und dadurch vielleicht Termine nicht einhalten konnten.“ (Proband I)

Zwei Befragte möchten vor allem in Ausnahmesituationen, die ihre Kinder betreffen, selber erreichbar sein oder andere erreichen können.

„Du bist auf dem aktuellen Stand, wenn mal etwas ist. Da geht es mir vor allem um die Kinder, wenn da mal etwas passieren würde.“ (Probandin F)

Einem Teilnehmer vermittelt die Verfügbarkeit eines Mobiltelefons ein grundsätzliches Gefühl der Sicherheit.

„Das Handy dabei zu haben, ist verbunden mit einem Sicherheitsgefühl. Da bin ich immer an einem Rettungsseil. Für mich ist das eine wesentliche Sache.“ (Proband J)

Örtliche Flexibilität

Neun von zehn Teilnehmenden berichten, dass sie es schätzen, dank mobiler Medien ortsunabhängig mit anderen kommunizieren oder sich informieren zu können. Besonders oft genutzt wird diese Möglichkeit im Zug oder Auto.

„Ich kann mit dem iPhone sogar ein E-Mail im Zug schreiben.“ (Probandin H)

„Man muss nicht warten, bis man zuhause ist. Man sitzt auf dem Bänkli und wartet auf den Zug und kann dies oder das auch noch erledigen.“ (Probandin E)

Drei Personen berichten, sich unterwegs mithilfe von Online-Diensten zu informieren.

„Ich bin eigentlich nicht so ein Smartphone-Fan, ich wollte lange keines, aber was ich sehr praktisch finde, ist, dass ich im Zug den Online-Fahrplan abrufen kann.“ (Probandin C)

Ein Teilnehmer beschreibt den Vorteil, sich ortsunabhängig mit mobilen Medien den Zugang zu geschäftlichen Informationen zu verschaffen.

„Überall, wo ich bin, kann ich mit dem Laptop oder sogar mit dem iPad aufs System schauen, das im Geschäft läuft.“ (Proband A)

Beschleunigung

Eine durch mobile Medien bedingte Beschleunigung des Lebens stellen sechs von zehn befragten Personen fest.

„Ich denke, das Leben wird auch immer etwas komplexer, wenn du ständig erreichbar bist. Ich glaube, diese Medien kurbeln das Leben an.“ (Probandin E)

Vier Teilnehmende berichten in diesem Zusammenhang von Stress und Hektik, hervorgerufen durch die mobile Erreichbarkeit.

„Ich finde, die Möglichkeit ständig erreichbar zu sein, gibt eine Hektik und einen Stress.“ (Probandin H)

Zwei Personen führen eine Beschleunigung des Alltags auf die eigene oder fremde Erwartung zurück, Nachrichten wie E-Mails oder SMS möglichst rasch beantworten zu müssen.

„Der Zeittakt, den du für das Antworten hast, ist viel kürzer geworden. Früher hast du einmal am Tag Post, Korrespondenz erhalten, dann hattest du einen Tag Zeit, diese abzuarbeiten. Heute kommen dauernd diese Sachen rein.“ (Proband I)

Informationsflut

Sechs von zehn Teilnehmenden erleben die Bewältigung der grossen Menge an Nachrichten und Informationen auf ihren mobilen Geräten als Herausforderung.

„Mobile Medien erleichtern das Leben nicht immer wirklich, sondern können auch zu einer Überflutung von Informationen führen.“ (Proband I)

Von vier Befragten wird die teilweise kaum zu bewältigende Flut von E-Mails beschrieben.

„Je nach dem, was sonst noch alles los ist, denke ich bei dem Haufen zu bearbeitender E-Mails: Das brauche ich jetzt nicht auch noch.“ (Proband I)

Eine Teilnehmerin sieht in der vielfältigen und oft synchronen Nutzung mobiler Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten die Ursache einer Informationsüberlastung.

„Am Schluss hast du zehn Ebenen, auf denen du antworten musst. Per Mail, per WhatsApp, per SMS, per Facebook, per Messenger. Super, du bist nur noch am Antworten, du kannst nicht mehr arbeiten oder lernen.“ (Probandin H)

Eine weitere Probandin ist der Meinung, dass viele Nachrichten und Informationen unnötig sind und deshalb den Alltag erschweren.

„Die Möglichkeit, andere ständig und über verschiedene Kanäle zu erreichen und zu informieren, erweckt den Anschein, dass es den Alltag vereinfacht. Das stimmt aber nicht nur, denn man kommuniziert auch viele Dinge, die gar nicht nötig wären. Man wird überflutet mit eingehenden Informationen.“ (Probandin E)

Eine Möglichkeit, die Informationsflut selber etwas zu regulieren, sieht eine Teilnehmerin in der eigenen Zurückhaltung beim Versenden von Nachrichten und Informationen.

„Es hat sich nun etwas eingependelt. Wenn man selber nicht mehr so viele SMS und Mails schreibt, dann geht die Flut automatisch zurück. Man ist dann nicht mehr so interessant für die andere Seite.“ (Probandin B)

Qualität der Kommunikation

Eine Abnahme der inhaltlichen Qualität bei Gesprächen oder Mitteilungen aufgrund der Nutzung mobiler Medien stellen sechs von zehn Befragten fest. Vier Teilnehmende sind der Meinung, dass die Kommunikation per E-Mail oder SMS einen eher unpersönlichen Charakter besitzt und sich daher für Kurzmitteilungen und Kontakte zu weniger nahestehenden Personen eignet.

„Ich schreibe weniger sehr lange Mails, welche einen komplizierten Inhalt haben. Es ist mehr, um etwas kurz und eher unpersönlich zu erledigen.“ (Probandin C)

Eine Teilnehmerin schildert diesbezüglich eine negative Erfahrung und berichtet über ein Dankeschreiben in Form eines SMS.

„Ich habe meinem Göttikind ein Weihnachtsgeschenk gemacht. Es war sein 18. Geburtstag, also ein wichtiger Geburtstag. Ich habe dementsprechend auch mehr gegeben. Und dann kommt einfach ein banales SMS: Danke vielmal, zack. Dort habe ich geschluckt und gedacht: Er muss mir nicht die Füße küssen, aber vielleicht ein Telefon in die Hand nehmen oder eine Karte schreiben. Das fand ich damals völlig daneben, weil es gibt den Eindruck, etwas schnell zu erledigen. Es ist auch sehr unpersönlich.“ (Probandin E)

Allerdings bemerkt die gleiche Teilnehmerin auch, dass Jugendliche und junge Erwachsene heute wohl grundsätzlich für jegliche Art von Kommunikation das E-Mail und SMS als korrekte Form erachten.

Drei Befragte stellen aufgrund der zunehmenden Nutzung von mobilen Medien eine Abnahme von direkten (Face-to-Face-)Gesprächen fest, was sich auch auf die inhaltliche Qualität der Kommunikation auswirke.

„Ich habe gemerkt, dass diese Art von Kommunikation oft auch leere Kommunikation ist. Es gibt viel weniger her, wie wenn du jemanden live siehst.“ (Probandin H)

Zwei Teilnehmerinnen haben schon erlebt, dass Kurzmitteilungen zu Missverständnissen zwischen Sender und Empfänger führen können.

„Ich denke mir, dass es auch sehr viele Missverständnisse deswegen gibt. So kurze Sätze können Missverständnisse hervorrufen. Vor allem bei SMS habe ich schon etwas völlig anderes verstanden als gemeint war.“ (Probandin E)

Zeitliche Flexibilität

Sechs von zehn Befragten schätzen den zeitlichen Spielraum, der ihnen die Kommunikation mit mobilen Medien bietet.

„Ich schätze es, dass ich das iPhone dann benutzen kann, wenn ich gerade Lust dazu habe.“ (Proband G)

„Du kannst im Moment kommunizieren und nicht erst, wenn du am Abend vor dem Computer sitzt und vielleicht schnell reinschaust.“ (Probandin H)

Die Möglichkeit, E-Mails und SMS unabhängig von der Erreichbarkeit des Empfängers zu verfassen und zu senden, wird von zwei Teilnehmerinnen positiv bewertet.

„Ich habe die Möglichkeit, mich dann mitzuteilen, wenn ich Zeit habe. Ich muss auch nicht wissen, ob der andere jetzt Zeit hat, denn der entscheidet das selber. Das finde ich gut. So habe ich das, was ich erledigen muss, gemacht und dann kommt irgendwann mal etwas zurück.“ (Probandin B)

Eine Teilnehmerin erwähnt, dass es ihr das Smartphone ermöglicht, die „toten Zeiten“ zum Schreiben von E-Mails zu nutzen.

„Ich kann mit dem iPhone ein E-Mail in einer toten Zeit schreiben, wo ich irgendwo bin und nichts machen kann. Das finde ich schon noch praktisch.“ (Probandin H)

Dass die zeitliche Unabhängigkeit mobiler Kommunikation neben Zeitersparnis auch Nachteile mit sich bringt, erwähnt ein Proband.

„Der zeitliche Gewinn und die zeitliche Unabhängigkeit sind interessant, wobei die auch einen negativen Aspekt haben. Ich kann überall und jederzeit arbeiten. Das ist ein 24-Stunden-Job. Da beginnt die eigene Disziplin. Da muss ich die Disziplin finden, sonst bin ich diesen Sachen ausgeliefert.“ (Proband J)

Berufliche Position

Die berufliche Stellung einer Person spielt betreffend den Erwartungen an die geschäftliche Erreichbarkeit für sechs von zehn Teilnehmenden eine Rolle.

„Betreffend Erreichbarkeit besteht ein grosser Unterschied Chef zu sein oder nicht Chef zu sein.“ (Proband G)

Drei Personen berichten, froh zu sein, dass sie aufgrund ihrer beruflichen Position nicht einer allzu grossen Erwartungshaltung betreffend ihre geschäftliche Erreichbarkeit ausgesetzt seien.

„Die meisten haben ein iPhone. Das ist so. Einige haben es vom Geschäft aus, weil sie immer erreichbar sein müssen. Ich habe jetzt keines. [...] Das will ich nicht. Ich bin nicht so hoch gestuft im Geschäft, dass ich das haben müsste.“ (Probandin D)

Zwei Befragte nehmen wahr, dass ihre Vorgesetzten aufgrund ihrer beruflichen Stellung deutlich mehr erreichbar sein müssen oder wollen.

„Meine Chefin ist in einer höheren Position, die nimmt den Laptop immer mit nach Hause und ist vielleicht nicht gerade 24 Stunden erreichbar, aber ich könnte ihr jetzt [20.00 Uhr] ein E-Mail auf die Geschäftsadresse schreiben und innerhalb einer halben Stunde hätte ich eine Antwort.“ (Proband G)

Soziale Kontakte

Sieben von zehn Teilnehmenden erachten mobile Medien als nützlich, um nahestehende Personen zu kontaktieren oder ein gemeinsames Treffen zu vereinbaren.

„Ich benutze das iPhone, um mit Kollegen abzumachen, um Kontakte zu pflegen.“ (Proband G)

Mobile Medien erlauben zwei Teilnehmerinnen, den Kontakt zu Freunden oder Familienangehörigen im In- und Ausland aufrechtzuerhalten, weil ein persönliches Treffen aufgrund der räumlichen Distanz nicht oder nur schwer möglich ist.

„Für mich persönlich ist es die Verbindung zu den Leuten, die ich nicht eins zu eins sehen kann, weil die Distanz zu gross ist. Das ist für mich eigentlich die grösste Bedeutung.“ (Probandin H)

„Die angenehme Seite ist, dass ich viele Personen im Ausland kenne und dies ermöglicht mir auf angenehme Art zu wissen, wie es ihnen geht.“ (Probandin C)

Für zwei Eltern stellen mobile Medien ein wichtiges Medium dar, um den Kontakt mit ihren Kindern zu gewährleisten.

„Vor allem meine Kinder sind so eine dauernde - dauernd, das tönt jetzt blöd - aber dass ich sicher pro Tag von mindestens einem Kind ein Telefon oder SMS erhalte mit Fragen oder was auch immer. Aber ich möchte für meine Töchter erreichbar sein, die in dieser Form den Kontakt pflegen.“ (Probandin E)

Ping-Pong-Effekt

Von einem Gefühl, sofort auf Textmitteilungen reagieren zu müssen, und einem wiederholten Hin- und Herschreiben zwischen Sender und Empfänger berichten sechs befragte Personen.

„Weil gewisse Leute immer wieder geschrieben haben [SMS], hast du das Gefühl, du musst zurückschreiben und dann haben die andern wieder geschrieben und dann musst du schon wieder schreiben.“ (Probandin H)

„Manchmal wird sieben Mal hin und her gemailt, bis Schluss ist, das scheint mir schon etwas fraglich.“ (Proband I)

Der Sisyphuscharakter des ständigen kommunikativen Hin und Her bei SMS wird von zwei Personen als „Ping-Pong(-Effekt)“ beschrieben.

„Du hast zum Beispiel bei SMS ständig den Druck zu antworten. So eine Art wie ein Ping-Pong-Effekt.“ (Proband G)

„Früher schrieb ich viel mehr SMS. Das war dann ein dauerndes Ping-Pong.“ (Probandin B)

Ein Teilnehmer wählt bei bestimmten Personen eine andere Kommunikationsform, um einen „Ping-Pong-Effekt“ zu vermeiden.

„Ich weiss bei gewissen Personen, wenn ich ein SMS schreibe, dann geht das fünf Mal hin und her, dann rufe ich besser an.“ (Proband G)

Soziale Isolation – Integration

Sechs Befragte berichten, dass die Art und Weise des Umgangs mit mobilen Medien einen Einfluss haben kann, wie stark man sich im engeren oder weiteren Umfeld sozial integriert oder isoliert fühlt.

„Ich denke, es kommt darauf an, in welchem Umfeld man ist. Wenn das eigene Umfeld mit mobilen Medien funktioniert, dann ist das wie eine Welt für sich. Man lässt sich auf diese Welt ein und ist dabei, oder man steht etwas daneben.“ (Probandin B)

„Es gab auch schon Zeiten, da habe ich gedacht: Nanu, schreibt mir eigentlich niemand? Hat man mich noch gern? Fünf Tage, und keine Tochter hat sich gemeldet, was soll denn das? Es kommt aus dem Bedürfnis, dass jemand an mich denkt. Es ist ja so einfach, ein SMS zu schreiben. Wenn dann gar nichts kommt, dann ist es eben auch eine Nachricht.“ (Probandin E)

Drei Teilnehmerinnen denken, dass die Gewohnheiten der Gruppe - ob und wie häufig man miteinander über mobile Medien kommuniziert - bei der sozialen Integration eine Rolle spielen, wobei zwei diesbezüglich häufig einen Gruppendruck bei jugendlichen Mobilgerätenutzern feststellen.

„Aber ich glaube schon, dass ich auf mein Smartphone verzichten könnte, aber ich möchte nicht. Wieso ich es trotzdem nicht mache, ist ein wenig der Gruppenzwang. Weil die Personen, die für mich wichtig sind, haben das (Smartphone, Handy) alle. Ich merke, dass vieles an Informationen über diese Kanäle läuft. Ich habe den Anspruch, auch dabei zu sein, zu wissen was läuft [...].“ (Probandin C)

„Aber gerade bei Jungen, Teenies ist natürlich ein enormer Druck da. Ein Gesellschaftsdruck, ein Druck in dieser Gruppe zu sein, heisst vielleicht immer erreichbar zu sein.“ (Probandin H)

Zwei Personen sprechen davon, dass während des Gebrauchs von mobilen Medien eine Abkapselung des Nutzers von seiner sozialen Umwelt stattfindet.

„Teilweise kapseln die Geräte die Menschen auch ab.“ (Proband G)

„Gewisse Leute konzentrieren sich nur noch auf das mobile Gerät und sehen nicht mehr das Rundherum. So findet die direkte Kommunikation mit dem Gegenüber im Zug nicht mehr statt. Durch mobile Kommunikation gibt es auch mehr Isolation.“ (Probandin H)

Zeitaufwand

Ob die Nutzung mobiler Medien eine Zeitersparnis oder einen erhöhten Zeitaufwand bedeutet, darüber gehen die Meinungen der sechs sich zu diesem Thema äussernden Personen auseinander. Drei Befragte finden, dass ihnen die Kommunikation mit mobilen Medien eine Zeitersparnis bringt.

„Das Telefonieren oder SMS schreiben spart Zeit, wenn du etwas abmachen willst.“ (Probandin C)

Drei Teilnehmende sprechen hingegen davon, dass sie durch die gesteigerte Erreichbarkeit mehr Zeit für die Kommunikation mit andern aufwenden müssen.

„Ich denke an den Zeitfaktor, der durch die Möglichkeiten und Erwartungshaltung der Erreichbarkeit entsprechend gestiegen ist.“ (Proband I)

Erreichbarkeits-Dilemma

Sieben Teilnehmende schildern, dass sie die Möglichkeit der ständigen Erreichbarkeit zwiespältig erleben.

Für die meisten der befragten Personen besteht das Dilemma im Wunsch, andere erreichen zu wollen, aber gleichzeitig selber für andere nicht immer erreichbar zu sein.

„Ich stelle es teilweise auch bewusst ab, damit mich andere nicht erreichen können. Dumm ist dann, dass ich andere auch nicht erreichen kann.“ (Proband G)

Die eigene Erreichbarkeit wird von einer Probandin durchaus geschätzt, allerdings stört sie sich gleichzeitig am Anspruch anderer, nur aufgrund des Besitzes von mobilen Medien ständig erreichbar zu sein.

„Es ist sicher mit ein Gefühl, ich bin da. Ich bin erreichbar. Doch das andere eben auch, sie erwarten halt, dass du erreichbar bist, wenn du so eine Nummer hast.“ (Probandin F)

Für eine Teilnehmerin besteht das Dilemma darin, dass sie einerseits ihre eigene Erreichbarkeit im Alltag schätzt, andererseits in den Ferien die Nicht-Erreichbarkeit bevorzugt.

„Die Möglichkeit der ständigen Erreichbarkeit ist für mich teilweise schon ein Dilemma. Denn wenn du während den Ferien in Namibia in einem Funkloch bist, denkst du: Ach, ist das schön! Und wenn du so im Alltag bist, ist es eine Selbstverständlichkeit, dass man von jedem Furz erfährt, was los ist, und andere über jeden Furz informieren möchte. Man kann ja auch mit gewissen Dilemmas leben. Manchmal muss man diese mehr und manchmal weniger aushalten.“ (Probandin E)

Unverbindlichkeit

Mobile Medien erlauben Anpassungen von Tagesstrukturen sowie Veränderungen bei Abmachungen oder Verabredungen anderen kurzfristig mitzuteilen. Eine daraus resultierende Unverbindlichkeit von Terminen und Vereinbarungen wird von fünf Befragten erlebt. Zwei Probandinnen erwähnen zwar den Vorteil, dass durch mobile Medien das Mitteilen von kurzfristigen Änderungen überhaupt erst möglich sei, weisen aber gleichzeitig auch auf die damit verbundenen Nachteile hin.

„Wenn ich mein Smartphone jetzt hier abgeben würde, wären die Zuverlässigkeit und das Zeitmanagement anders. Du kannst nicht mehr kurzfristig abmachen, was ja auch seine Vorteile hat. Du musst dich dann mehr auf die Abmachungen mit anderen verlassen können.“ (Probandin C)

„Du kannst auch unterwegs, wenn du etwas abgemacht hast und du zehn Minuten zu spät bist, dann schickst du schnell ein SMS: Sorry, ich bin 10 Minuten zu spät. [...]. Manchmal finde ich das positiv, es kann aber auch negativ sein, weil gewisse Leute werden dann etwas schlampig und sagen: Es ist ja egal, ich kann dann schnell anrufen, oder ein SMS schreiben.“ (Probandin H)

Drei Teilnehmerinnen stören sich an der Unverbindlichkeit von Abmachungen, die sich durch die Möglichkeit von kurzfristigen Mitteilungen per Mobiltelefon ergibt.

„Aber ich glaube, es ist auch so, dass man nicht mehr Verbindlichkeiten abmachen will. Man findet: "Ich kann heute ja noch schnell telefonieren oder ein SMS schicken." Ich finde es manchmal total nervig. Ich finde, man kann ja sagen, an diesem Tag um diese Zeit und nicht noch 100 Mal schieben. Ich habe das Gefühl, das hat schon zugenommen mit dem smslen.“ (Probandin F)

„Diese Unverbindlichkeit finde ich etwas Schlimmes. Man hat oft verschiedene Möglichkeiten für Verabredungen oder Freizeitbeschäftigungen und kann teilweise mit einer Entscheidung bis zur letzten Minute warten. Das stört mich sehr.“ (Probandin C)

Privatisierung des öffentlichen Raums

In der Öffentlichkeit Mobiltelefongespräche von fremden Personen anhören zu müssen, empfinden vier Teilnehmende als störend. Das Hineintragen von privaten Angelegenheiten in den öffentlichen Raum sowie das ungewollte Mithören von Gesprächen werden dabei als unangenehm empfunden.

„Ich sehe vor allem den Nachteil, dass der öffentliche Raum immer mehr zur Privatsphäre der Allgemeinheit wird.“ (Proband I)

„Gestern beim Einkaufen, da hat eine beim Gemüse die halbe Lebensgeschichte erzählt. Der andere lief mit dem Handy herum und fragte: "Wo ist jetzt dieses Fleisch?" Dann denke ich jeweils: Eigentlich ist das schlimm. Dann nimmst halt mal was anderes nach Hause. Ist doch egal. Aber das ist dann halt eben die Erreichbarkeit.“ (Probandin F)

7.4 Umgang mit der Erreichbarkeit

Situationsabhängige Strukturierung

Die Teilnehmenden strukturieren ihre Erreichbarkeit je nach Verwendung des mobilen Gerätes unterschiedlich. Die telefonische Erreichbarkeit und jene per E-Mail sind nicht identisch. Von zehn Befragten geben acht Probanden an, dass sie nach der Arbeit telefonisch nicht mehr für berufliche Angelegenheiten erreichbar sein wollen.

„Wenn ich heimgehe, dann habe ich mit dem Geschäft null mehr zu tun. Dann ist das meine Privatzeit. Dann nutze ich diese Zeit privat.“ (Probandin D)

Ausnahmen machen zwei Probanden. Gründe dazu sind entweder ein Anruf vom Chef oder von einem Geschäftskollegen, der eine Frage hat.

„[...] da ich dann weiss, wer Pikett hat, dann helfe ich ihm und nehme das Telefon ab, denn er hat mir ja auch schon mal geholfen.“ (Proband A)

Zwei Probandinnen verwenden je ein Handy für berufliche und private Zwecke. Ihnen ist die gerätespezifische Trennung wichtig, um während der Geschäftszeiten von keinerlei Privatem abgelenkt zu werden. Umgekehrt wollen sie im Privatleben für berufliche Angelegenheiten telefonisch nicht erreichbar sein.

„Ich habe nur das Geschäftshandy bei mir und dort kommen nur Anrufe, welche nur die Arbeit betreffen. [...] Ich bin dann zwölf Stunden von zuhause weg und es läuft nichts, was mich beeinflusst.“ (Probandin E)

Drei Probanden berichten, dass sie aus beruflichen Gründen auch nachts oder an Wochenenden für eine regelmässig wiederkehrende Zeitspanne von sieben bis vierzehn Tagen rund um die Uhr erreichbar sein müssen.

„Mein Handy liegt auch während der Nacht eingeschaltet neben mir auf dem Nachttisch. [...] Wir haben für unsere Kunden eine Notfallnummer, wenn das Büro nicht offen ist. Die wird von einem zum andern Mitarbeiter weitergeschaltet. Diese Rufumleitung wird während zwei Wochen verwendet.“ (Proband J)

„Es kann auch sein, dass ich am Wochenende ein bis zwei Stunden fürs Geschäft opfern muss. Aber ich erhalte dafür auch Geld.“ (Proband A)

Während der Freizeit erlauben sich alle interviewten Personen Nischen zu schaffen, in denen sie für niemanden erreichbar sind. Sie stellen ihr Handy ab oder auf lautlos, lassen es irgendwo in der Wohnung liegen, drücken einen eingehenden Anruf weg oder ignorieren diesen schlichtweg.

„Ich schalte einfach ab, wenn ich nicht will, dann bin ich nicht erreichbar. [...] Ich schalte es dann ein, wenn ich Lust dazu habe, wenn ich erreichbar sein möchte oder andere erreichen möchte.“ (Probandin H)

Sechs Probanden geben an, während der Ferien kaum erreichbar zu sein.

„In den Ferien liegt das Natel in der Regel eine Woche rum und wird nicht genutzt. Mails schaue ich während den Ferien keine an und schreibe auch keine, dafür habe

ich dann Berge davon, wenn ich zurück bin. Für mich sind Ferien auch ganz bewusst dazu da, sich von der Erreichbarkeit auch einmal vollständig abzukoppeln.“ (Proband I)

„Und wenn ich in den Ferien bin, dann hat es eine sehr geringe Bedeutung. Dann brauche ich es eigentlich überhaupt nicht.“ (Probandin C)

Vier Probanden schalten das Handy in den Ferien zu regelmässigen Zeitpunkten wie einmal abends ein.

„In den Ferien bin ich einmal am Tag erreichbar.“ (Probandin E)

Vier Personen berichten über eine klare Trennung der E-Mail-Adressen. Privat- und Berufsadressen sollen separat abrufbar sein.

„Ich habe drei verschiedene E-Mail-Adressen: Eine, welche die privaten Leute kennen. Eine, welche ich für allen Müll benutze, wenn ich mal irgendeinen Wettbewerb oder eine Bestellung oder etwas mache [...] und eine, welche ich beruflich benutze. Da gibt es eine klare Trennung.“ (Probandin H)

Ein anderer Proband mit ebenfalls unterschiedlichen E-Mail-Konten schaut sich in der Freizeit die Geschäfts-E-Mails an, hält sich jedoch an selbst erstellte Regeln der Abgrenzung.

„In der Freizeit schaue ich mir zwischendurch die privaten E-Mails an und sehe dann, da hat's auch noch E-Mails vom Geschäft. Da schaue ich vielleicht schnell rein und sehe, das ist nichts Wichtiges und gehe dann wieder raus. Oder ah, das interessiert mich jetzt doch noch und dann lese ich es rasch. In der Regel antworte ich nicht. Da ziehe ich dann den Strich, sonst hört man nie mehr auf zu arbeiten.“ (Proband A)

Ein Proband gibt in diesem Zusammenhang an, dass er im Privatleben keinen Zugang auf seine Geschäfts-E-Mails haben will.

Erwartungen

Alle zehn Probanden geben an, dass sie weder an sich noch an andere die Erwartung haben, ständig erreichbar zu sein.

„Ich glaube, ich erwarte in Sachen Erreichbarkeit nicht mehr, als ich selber biete.“ (Probandin H)

„Ich habe nicht den Anspruch, dass jemand immer erreichbar ist. Ich nehme ja auch nicht jedes Telefon ab, dann kann ich das auch nicht von anderen erwarten.“ (Proband A)

Gewisse Bedingungen gibt es allerdings, denn vier Personen sagen aus, dass sie je nach Beziehung zu einer Person unterschiedliche Erwartungen an deren Erreichbarkeit haben.

„Mein Anspruch an die Erreichbarkeit anderer ist sehr personenabhängig. [...] Umso näherstehend die Person, desto höher ist mein Anspruch an die Erreichbarkeit.“ (Probandin E)

Eine hohe Erwartung an die eigene Erreichbarkeit geben drei Teilnehmende im Zusammenhang mit ihren Kindern an. Je jünger die Kinder, desto höher die Erwartung an sich selbst, jederzeit telefonisch erreichbar zu sein.

„Vor allem dann möchte ich erreichbar sein, wenn die Kinder nicht zuhause sind. [...] Einfach zu wissen, falls etwas wäre, dass jemand von uns [Eltern] erreichbar ist.“ (Probandin F)

Im Berufsleben steigt die Erwartungshaltung an die eigene und fremde Erreichbarkeit per Mobiltelefon oder E-Mail nochmals. Dies geben sechs Personen an.

„Es macht mich echt wütend, wenn jemand im Team sich als nicht-erreichbar einstuft, es [das Handy] nicht zur Arbeit mitnimmt oder nicht einschaltet oder nicht abnimmt.“ (Probandin E)

Zwei Mobiltelefon-Benutzer geben an, dass sie den Besitz eines solchen Gerätes automatisch mit der Erwartung an die eigene und fremde Erreichbarkeit verbinden.

„Wenn man sich ein solches Teil [mobiles Gerät] anschafft, dann macht man den Schritt auch, weil man erreichbar sein möchte, weil sonst sehe ich den Sinn nicht dahinter.“ (Probandin C)

Zwei Probanden gehen davon aus, dass Familienmitglieder, Freunde und Bekannte ihr Gerät während der Nacht entweder lautlos stellen oder abschalten. Ist dies nicht der Fall und reagiert jemand auf eine gesendete SMS, so wird angenommen, dass der andere noch erreichbar sein will.

„Wenn ich [...] nicht sicher bin, ob ich um 21 Uhr noch anrufen kann, dann schreibe ich ein SMS: Bist du noch wach? Wenn keine Antwort kommt, dann ist es klar und sonst weiss ich, dass ich noch anrufen kann. Da habe ich wenig Verständnis, wenn sich jemand durch meinen Anruf gestört fühlt, er oder sie aber sein Smartphone nicht abgeschaltet oder auf lautlos gestellt hat.“ (Probandin C)

SMS stellen eine besondere Art der Erreichbarkeit dar. Zwei Probandinnen setzen voraus, dass darauf innert Kürze geantwortet wird.

„Wenn ich ein SMS schicke, habe ich die Erwartung, dass es die andere Person lesen und mir auch eine Antwort geben muss. Ich nehme dem anderen dann das Recht vom Nicht-erreichbar-Sein und werde dann vielleicht sauer, wenn ich über Stunden nichts höre.“ (Probandin E)

Drei Befragte geben an, dass diese Erwartungshaltung nicht identisch sei mit der eigenen Vorstellung über die Erreichbarkeit. Sie wollen sich keineswegs dazu verpflichtet fühlen, Kurzmitteilungen umgehend beantworten zu müssen.

„Zwei Kolleginnen haben sich beklagt, oder waren erstaunt: "Wieso antwortest du nicht? Ist alles OK?" Die haben beinahe schon Angst bekommen, weil ich nicht innerhalb von drei Stunden reagiert habe.“ (Probandin H)

Einstellungen

Drei von zehn Probanden sagen übereinstimmend, dass sie nicht auf das Mobiltelefon verzichten könnten, weil sie sonst ihre Lebenseinstellung ändern müssten. Sie begründen es mit ihrer Offenheit für die vielfältigen Möglichkeiten der Erreichbarkeit.

„Ich würde eine andere Lebensphilosophie brauchen, wenn ich auf diese mobilen Geräte verzichten müsste.“ (Proband J)

Die anderen sieben Probanden wissen die Vorteile der Mobiltechnologie ebenfalls zu schätzen, zeigen aber in verschiedenster Hinsicht eine kritische Einstellung. Drei Personen plädieren für einen sinnvollen Umgang mit der eigenen Erreichbarkeit. Auch sollte dieser fortwährend reflektiert werden.

„Also generell finde ich eben schon, dass man diese Erreichbarkeit kritisch hinterfragen sollte und man Inseln [der Nicht-Erreichbarkeit] auch ausbauen sollte.“ (Proband I)

Drei Probandinnen geben an, dass Smartphones in geselliger Runde zum Zeitvertreib und Spielen verleiten, insbesondere bei Jugendlichen. Kritisch zu betrachten sei dabei die geringe Qualität der sozialen Interaktion.

„Was ich ganz daneben finde, ist, wenn man miteinander am Tisch sitzt und jeder hat sein Teil in der Hand, schaut ein bisschen drauf, zeigt, was man dort drauf hat. Eigentlich spricht man dann gar nicht mehr miteinander. Das Soziale geht irgendwann verloren. Das finde ich schade, wenn ich diese Teile anschaue.“ (Probandin F)

„Für mich haben diese Geräte schon heute einen zu grossen Stellenwert bei den Jungen. Für einen grossen Teil der Schülerinnen und Schüler dreht sich alles oder viel um diese Geräte. Und das finde ich sehr schade, denn es gehen andere Qualitäten des Kommunizierens verloren.“ (Probandin C)

Drei Teilnehmende erklären, dass sie im Laufe der letzten Jahre gelernt haben, ihre eigene Erreichbarkeit einzugrenzen. Dies trage zu einer positiven Einstellung gegenüber der vielfältigen Erreichbarkeit bei.

„Ich finde halt, es hat sich mit der Erreichbarkeit in den letzten Jahren immer mehr zugespitzt, ich bin mit dieser Welle mit geritten und muss jetzt sagen: Nein, fertig! Und habe wieder zurückbuchstabiert, habe zwar ein neues Gerät und bin auf dem aktuellen Stand, nutze das auch, schäme mich nicht deswegen, aber setze Grenzen mit der Erreichbarkeit.“ (Probandin H)

Regulierung

Neun von zehn Probanden machen Aussagen über Regeln und Abmachungen, die sie in ihrem Privat- und Berufsleben hinsichtlich ihrer Erreichbarkeit (telefonisch oder per E-Mail) befolgen. Vier Personen geben an, dass sie aufgrund beruflicher Verpflichtungen im Privatleben während gewisser Zeiten erreichbar sein müssen.

„Im beruflichen Bereich [Bildung, Soziales] gibt es mit den Eltern eine klare Abmachung, dass ich bis um 20 Uhr abends erreichbar bin.“ (Probandin C)

Zwei Personen haben geschäftsintern die Vereinbarung, dass Angestellte mit einer höheren Position jederzeit – auch während Sitzungen – für Anrufe anderer Abteilungen erreichbar sein müssen.

„Es ist üblich bei uns, dass auch mal während einer Sitzung ein Handy klingelt und dann diese Person rausgeht, um zu telefonieren. [...] Das ist auch bei meinem Chef so. Er muss dann abnehmen.“ (Probandin D)

Ein Proband hält sich auf Geschäftsreisen an die Abmachung, jederzeit per E-Mail erreichbar zu sein und Anfragen umgehend zu beantworten.

Schriftliche Vereinbarungen zur Handhabung privater Telefongespräche während der Arbeitszeit kennt niemand der zehn Befragten. Vier Probandinnen halten sich jedoch an eine mündliche Übereinkunft, dass während der Arbeit keine privaten Anrufe getätigt werden sollten.

„Für die Arbeit haben wir keine schriftlichen Vereinbarungen und mündlich ist es klar, dass es auf dem Geschäftshandy keine persönlichen Gespräche gibt. Es ist eine Vertrauensangelegenheit, dass das nicht ausgenützt wird.“ (Probandin E)

Sechs Probanden nehmen während der Geschäftszeiten private Telefonate entgegen, sagen jedoch ganz klar, dass solche Anrufe selten vorkommen und jeweils von kurzer Dauer seien. Das vom Arbeitgeber entgegengebrachte Vertrauen wird von den genannten Personen nicht missbraucht.

„Ein gesundes Denken muss da sein, dass du noch all deine Arbeit machen kannst.“ (Probandin D)

Über die private Internetnutzung während der Arbeitszeit kennt lediglich ein Proband eine vertraglich geregelte Situation.

„Es gibt im Geschäft die Regelung, dass das Internet nicht für private Zwecke genutzt werden soll. Dazu gibt es wie auch für die Internettelefonie [Skype] schriftliche Richtlinien, die der Arbeitnehmer zu Beginn seines Arbeitsverhältnisses unterschreiben musste.“ (Proband G)

Vier Probanden bringen zum Ausdruck, dass sie selber oder familienintern Zeiten der Nicht-Erreichbarkeit einhalten.

„Ich für mich habe die Regel, dass ich abends um neun Uhr nicht mehr telefonieren will.“ (Probandin B)

„Das sind die Höflichkeitsregeln. Nach acht Uhr am Abend rufe ich eigentlich niemanden mehr an, wenn's nicht sein muss. Nur gerade bestimmte Leute, bei denen ich weiss, die sitzen bis Mitternacht an der Arbeit. Umgekehrt ist es auch so. Das ist ein stilles Einverständnis. Ansonsten am Mittag zwischen zwölf und eins, da rufe ich niemanden an und wenn, dann frage ich, ob ich störe und ob ich reden kann. Wenn's nicht irrsinnig dringend ist, dann rufe ich später an. Diese Rücksicht ist immer dabei im privaten Bereich.“ (Proband J)

Umgangsstil

Es ist unterschiedlich, wie sich die einzelnen Befragten in ihrem Umgangsstil mit der Erreichbarkeit beschreiben. Unter den zehn Teilnehmenden gibt es vom moderaten bis zum intensiven Nutzertyp verschiedene Nuancen. Sie lassen sich in zwei Gruppen aufteilen. Sechs Probanden etikettieren ihren Umgangsstil mit massvoll bis zweckgerichtet.

„Ich bin ein moderater User. Moderat heisst für mich, dass ich gerne auf dem Laufenden bin. [...] Aber ich kann sehr gut abschätzen, was ich brauche, wie stark und was ich nicht brauche.“ (Probandin C)

Drei dieser sechs Befragten betonen, dass sie an einem praktischen Nutzen orientiert sind und die Möglichkeiten der Erreichbarkeit nicht für Unsinniges nützen wollen.

„Ich nutze das, was gerade für mich praktisch ist. Ich bin nicht die Person, die damit Zeit vertreibt. Es ist nicht mein Hobby, sondern es ist ein Arbeitsgerät für mich.“ (Probandin H)

Vier der zehn Probanden erkennen in sich den intensiven Nutzertyp.

„Ich erachte meinen Umgangsstil als locker. Ich bin sicherlich nicht so vergiftet wie die heutigen Teenager, welche nur noch auf das Display schauen. Aber ich zähle mich schon zu den Digital-Natives.“ (Proband G)

„Spielerisch, neugierig [...] Ich würde sagen, ich gehöre zu den intensiven Nutzern, aber nicht mehr. Ich denke, wenn man damit aufgewachsen ist, ist das ganz normal.“ (Proband A)

Zwei Befragte lassen verlauten, dass sie die immensen Möglichkeiten der Mobiltechnologie als Suchtpotenzial erkennen und dagegen auch konsequent angehen.

„Ich merke, allzu viel darf ich mich dieser Spielerei nicht hingeben, sonst verliere ich zu viel Zeit für anderes. [...] Da muss ich schlichtweg etwas anderes tun, rausgehen.“ (Proband J)

Eine besondere Herausforderung im Umgang mit der Erreichbarkeit per E-Mail schildert eine Probandin, die im Geschäft täglich 100 E-Mails abzuarbeiten hat, nach den Ferien gar das Zehnfache.

„Die ersten zwei Tage nach den Ferien werden nur E-Mails angeschaut. Und das tägliche Geschäft mache ich einfach nebenbei, gerade das, was du machen musst. [...] Wenn ich im cc bin, dann ist das für mich "for your information" - und weg. Sonst komme ich nicht durch.“ (Probandin D)

Technische Strukturierung

Telefonisch erreichbar meint nicht automatisch verfügbar zu sein. Das Mobiltelefon ermöglicht den Benutzern eine Vielfalt an technischer Strukturierung ihrer Erreichbarkeit. Situationsbedingt wird ein individuell passender Modus von laut, lautlos, vibrieren bis Flugmodus oder off gewählt. Alle zehn Probanden haben ihr mobiles Telefon während der Arbeitszeit in irgendeiner Form aber eingeschaltet.

„Ich habe mein Handy dabei. Vielfach ist der Ton abgestellt oder dann gar nicht so laut angestellt.“ (Probandin B)

Zwei Probandinnen verwenden während der Arbeit nur das Geschäftshandy, das immer auf laut gestellt ist. Ausnahmen bilden lediglich Gesprächs- und Sitzungszeiten, in denen der Lautlos-Modus Vorrang hat.

Die Mittags- und Pausenzeiten ermöglichen es, die eigene Erreichbarkeit zu verändern. Zwei Probanden wechseln den bisherigen Modus gelegentlich auf laut.

„Um 12 Uhr stelle ich manchmal auf laut bis um ein Uhr, dann wieder auf lautlos.“ (Probandin C)

Im Privatleben wird der Status der Erreichbarkeit von acht Probanden dem Zufall überlassen. Ihr mobiles Telefon wird nicht zwingend auf laut geschaltet oder in hörbarer Distanz gehalten.

„Zuhause trage ich es nicht mit mir herum. Es ist immer in der Tasche. Und es ist auch nicht immer auf laut. Ich schaue es zwei bis dreimal am Tag an und wenn dann Telefonate drauf sind, dann rufe ich zurück.“ (Probandin F)

Zwei Personen geben an, dass sich ihr Handy zuhause immer in nächster Nähe befindet.

„Es ist immer da. Beim Fernsehen ist es nebenan. In der Küche ist es dabei.“ (Probandin D)

Nachts ist das Handy bei zwei Probanden jederzeit hörbar eingestellt.

„Das iPhone läuft ja immer. Ich stelle es nie ab. Auch in der Nacht nicht. Ja, das hat vielleicht auch damit zu tun, dass wir keinen Festanschluss haben. Wenn etwas ist, dann kann man uns ja auch nur übers iPhone erreichen. Also ist es immer an. [...] Ich schaue darauf, dass ich nicht neben dem Handy schlafe. Meistens habe ich es im Esszimmer, neben dem Schlafzimmer. Da höre ich, wenn es auf dem Holztisch ist.“ (Probandin D)

Zwei weitere Probanden stellen ihr Gerät während der Nacht nur dann auf laut, wenn sie aus beruflichen Gründen dazu verpflichtet sind.

„Wir haben auch Dienst über die Nacht, während dem man erreichbar sein muss.“ (Probandin E)

Zwei Probanden stellen ihr Handy im Berufs- und Privatleben zeitweise ganz ab.

„Es gibt Situationen, in denen ich das Natel abschalte oder lautlos stelle. Zum Beispiel, wenn ich in Ruhe etwas arbeiten möchte, wenn ich mit den Kindern etwas mache.“ (Proband I)

Spezielle Situationen stellen Wochenendausflüge, Ferien und Kino-, Theater- oder Restaurantbesuche dar. Drei Befragte erzählen in diesem Zusammenhang, dass sie ihr Handy zwar dabei haben, jedoch abschalten oder den Lautlos-Modus wählen.

„Wenn wir beispielsweise weggehen übers Wochenende, dann stelle ich es meistens ab. Zwei Mal am Tag, am Morgen und am Abend, stelle ich es kurz an und schaue, ob etwas drauf ist.“ (Probandin B)

„Ich schalte es eigentlich nur in konkreten Anlässen aus wie Theater, Konzert und so.“ (Proband J)

Was die technische Strukturierung der Erreichbarkeit per E-Mail betrifft, so erwähnen drei Probanden, dass sie bei geschäftlicher Abwesenheit eine entsprechende Meldung einrichten.

„Wenn ich ein langes Wochenende habe und zum Beispiel am Montag nicht im Geschäft bin, dann richte ich im Geschäft eine automatische Abwesenheitsmeldung im Mail ein, die sagt, dass ich nicht erreichbar bin und an wen man sich wenden kann.“ (Proband G)

Kosten

Fünf der befragten Personen erwähnen die Kosten als direkten Einflussfaktor auf den Umgang mit der Erreichbarkeit. Eine Probandin stellt beispielsweise den Kaufpreis für ein mobiles Gerät in den Vordergrund.

„Wenn es 1000 Fr. teurer wäre, dann hätte ich es [iPhone] nicht gekauft. Für mich spielt das Geld schon auch noch eine Rolle.“ (Probandin C)

Dieselbe Person berichtet über ein Handy-Abonnement, das ihr bis zu einem gewissen Alter erlaubte, gratis zu telefonieren. Diese Gelegenheit bildete die Voraussetzung für häufige Gespräche mit dem Mobiltelefon. Dementsprechend hoch gestaltete diese Teilnehmerin ihre Erreichbarkeit.

„Ich hatte ein Abo, mit dem ich gratis telefonieren konnte bis 26. Das habe ich natürlich voll ausgenutzt. Ich habe kaum mehr SMS geschrieben, weil das etwas kostete und das Telefonieren nicht. Bei jedem Blödsinn habe ich angerufen, doch jetzt kann ich das nicht mehr und ich merke, wie das Telefonieren wieder abnimmt. Die Kostenfrage des Abos als Student war schon noch wichtig.“ (Probandin C)

Zwei Probandinnen schildern die kostengünstigen Vorteile der Internettelefonie. Ihnen ist es ein Anliegen, dass sie Familienmitglieder oder Freunde im Ausland unkompliziert erreichen können und umgekehrt auch für diese ohne finanziellen Mehraufwand erreichbar sind.

„Mit dem Skypen konnten wir relativ günstig über längere Zeit miteinander sprechen.“ (Probandin E)

Smartphone-Applikationen wie WhatsApp oder Viber steigern die Motivation, um vermehrt erreichbar zu sein. Das Telefonieren sowie das Schreiben von Mitteilungen kostet den Nutzer nichts, vorausgesetzt, der Kommunikationspartner hat dieselbe Software auf seinem Mobiltelefon installiert. Fünf Probanden schätzen diese Möglichkeit.

„Weil vieles gratis ist, schreibt man viel mehr. Was natürlich auch dazu führt, dass man unnütze Sachen umher schickt. Wenn man für das Herumschicken eines Tageswitzes bezahlen müsste, dann würde man sich das zwei Mal überlegen.“ (Probandin D)

Sind zwei mobile Kommunikationspartner iPhone-Benutzer, so profitieren sie von kostenlosen Telefongesprächen. Eine Probandin macht dazu eine Aussage.

„Du musst dir nicht einmal Gedanken machen über Kosten, die entstehen, und so plappert man freudig drauflos.“ (Probandin H)

7.5 Perspektiven mobiler Medien

Ideen

Sieben von zehn befragten Personen nennen eine oder mehrere Ideen darüber, wie sich die Nutzung mobiler Medien in naher Zukunft zeigen könnte. Zwei Probandinnen und zwei Probanden geben Hinweise auf eine Verfeinerung der Technik.

„Wenn dann in Zukunft jeder so ein Handy hat, dann macht man vielleicht mehr Videotelefonie, sodass man einander während des Telefonierens sieht.“ (Proband A)

Zwei Befragte deuten auf die Möglichkeiten hin, die Applikationen künftig noch haben könnten.

„Diese Apps haben meines Erachtens das grösste Potenzial in der ganzen Geschichte der Software.“ (Proband J)

Alle zehn Teilnehmenden sind überzeugt, dass die Zukunft der mobilen Medien noch einiges zu bieten hat.

„Ich denke, in Zukunft wird jedes Auto so einen Touchscreen haben. Vom Auto aus kann man ins Internet gehen.“ (Probandin D)

Ein Teilnehmer vermutet die Durchsetzung der Mobilität und sieht deshalb das Ende des Festnetzes kommen.

Bedenken

Neun von zehn Probanden äussern Bedenken zur Nutzung mobiler Medien. Drei Probandinnen geben an, dass die Qualität der Gespräche und damit auch die direkte soziale Interaktion eine grosse Einbusse erleben könnten.

„Das ursprüngliche Interagieren, das normale Gespräch [Face-to-Face] und das Formulieren von Argumenten ohne Reize, die von aussen kommen, das wird immer schwieriger.“ (Probandin C)

Eine Person ist gegenüber einer ständigen Ortung durch den Besitz eines Smartphones kritisch eingestellt.

„Ich hoffe, dass es nicht zu einem Überwachungsgerät von Personen wird. Es gibt ja bereits solche Tendenzen, dass man jeden überall orten kann.“ (Probandin E)

Für die berufliche Erreichbarkeit antizipiert ein Proband negative Aspekte.

„Es kann durchaus sein, dass die Erreichbarkeit vom Geschäft her in Zukunft mehr gewichtet wird. Damit rechne ich sogar ein Stück weit.“ (Proband I)

Eine Person prognostiziert für die Zukunft eine Zunahme der Vernetzung und befürchtet deshalb eine Abhängigkeit von mobilen Geräten.

„In Zukunft wird eine noch grössere Vernetzung der Gesellschaft stattfinden. Das ist teilweise auch etwas beängstigend. Man ist immer mehr abhängig von digitalen Geräten und verliert vielleicht auch den Bezug zur Realität.“ (Proband G)

Offenheit

Fünf von zehn befragten Personen nehmen Stellung dazu, mit welcher Offenheit sie der bevorstehenden Entwicklung zur mobilen Mediennutzung begegnen. Eine Person äussert ihre uneingeschränkte Bereitschaft für alles, was der Fortschritt bringen wird.

„Ich bin offen für alles, denn wer hätte schon gedacht, dass es all diese Sachen geben würde, die wir heute haben. [...] Es gibt uns Menschen irgendwie eine grosse Chance für neue Sachen. Man kann nicht sagen, ob das alles gut ist oder nicht. [...] Mich freut's eigentlich auf die Zukunft, auf all das, was noch kommen wird.“ (Proband A)

Vier Probandinnen wollen Schritt halten mit der Entwicklung und erkennen darin auch einen persönlichen Nutzen.

„Ich selber gehe mit der Zeit mit. Aber ich komme auch nicht unter Druck, wenn ich die neusten Geräte nicht sofort besitze.“ (Probandin C)

Eine Probandin bringt in ihrer Offenheit auch die Neugierde zum Ausdruck.

„Mich nimmt es wunder, was man alles sonst noch kann, was man sonst noch bekommt. [...] Es wird sicher noch einiges mehr auf uns zukommen. Ich glaube, wir wachsen dann einfach in das rein. Wir werden das auch immer mehr brauchen.“ (Probandin D)

Wünsche

Drei Personen berichten über Wünsche, die ihnen im Zusammenhang mit der ständigen Erreichbarkeit wichtig sind. Ein Proband fordert klare Regeln für die Verbreitung von Werbung.

„Auf die Gesellschaft bezogen würde ich mir gewisse ethische Standards wünschen. Zum Beispiel für die Werbung. Die Werbung hat ja durch die Apps, durch YouTube und alles andere eine Multiplikation erfahren. Dieses vollkommene Durchdringen und diese Kommerzialisierung sollten sich reduzieren. Dafür sollte man Regeln aufstellen, die einzuhalten sind.“ (Proband J)

Zwei Personen wünschen für sich selbst und für andere einen vernünftigen Umgang mit den mobilen Geräten.

„Dass man diese Geräte nicht einfach hervor nimmt, wenn man sie nicht braucht.“ (Probandin F)

7.6 Persönlichkeit und Erreichbarkeit

Mit dem NEO-FFI, einem standardisierten Persönlichkeitsfragebogen, wurden bei den Probandinnen und Probanden die Dimensionen Neurotizismus, Extraversion, Offenheit, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit untersucht. Die Ergebnisse werden nachfolgend mit dem Stand der Forschung und den entsprechenden Aussagen der Teilnehmenden in Beziehung gesetzt.

Abbildung 5 gibt einen nach Geschlechtern getrennten Überblick zu den T-Mittelwerten der fünf Persönlichkeitsdimensionen:

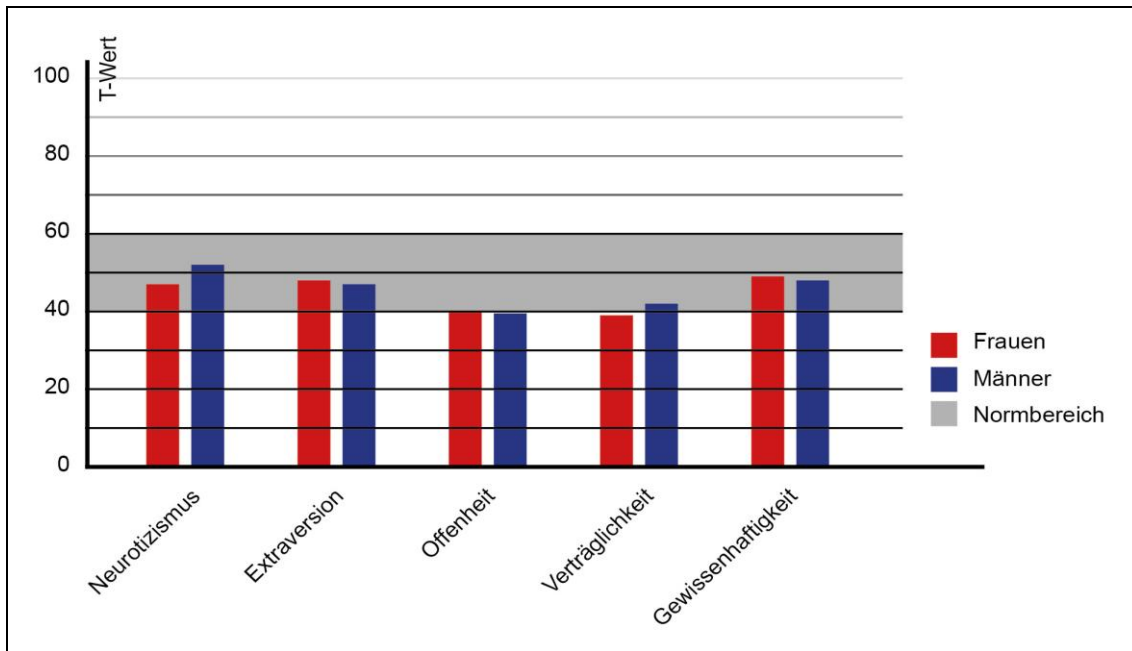


Abbildung 5: T-Mittelwerte der fünf Persönlichkeitsdimensionen

In Abbildung 5 wird ersichtlich, dass sich die Ausprägungen der Persönlichkeitsdimensionen bei den befragten Frauen (n=6) und Männern (n=4) mehrheitlich innerhalb der Norm ($T > 40 < 60$) bewegen. Bedeutsame Abweichungen vom Durchschnitt gibt es bei den Faktoren Offenheit und Verträglichkeit. Die ganze Stichprobe bewegt sich hinsichtlich dieser beiden Dimensionen im unteren Normbereich oder knapp darunter. Die Offenheit der Frauen ($T=40.25$) ist leicht grösser als die der Männer ($T=39.70$). Die Verträglichkeit der Frauen ($T=38.75$) ist etwas kleiner als die der Männer ($T=42.03$).

Die nachfolgenden Abbildungen 6 und 7 zeigen die individuellen T-Werte der fünf Persönlichkeitsdimensionen, aufgeteilt nach weiblichen und männlichen Probanden:

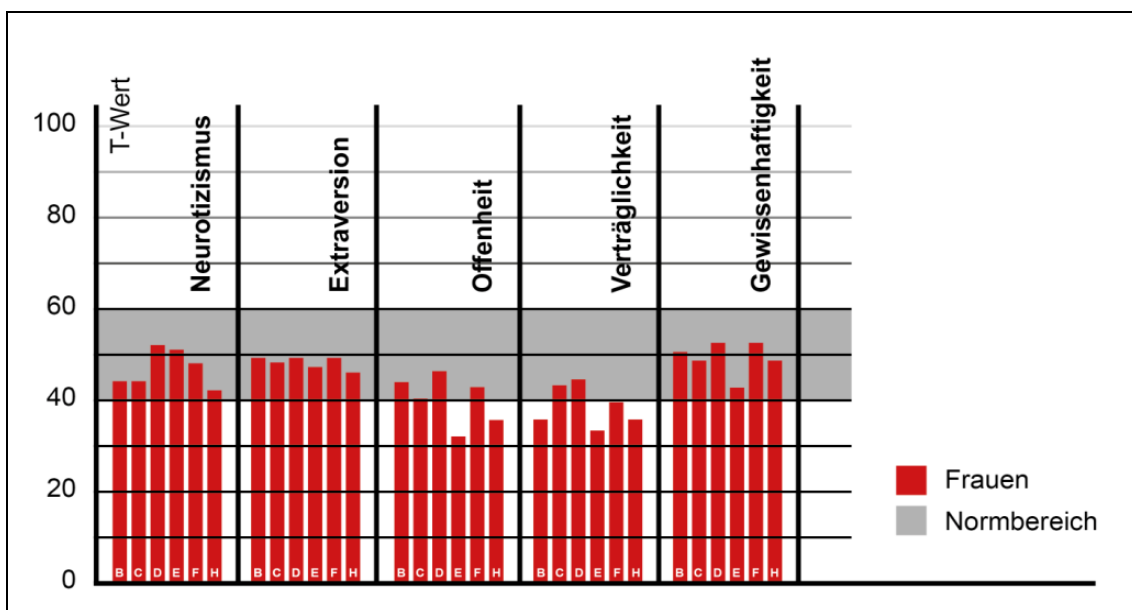


Abbildung 6: T-Werte der Frauen

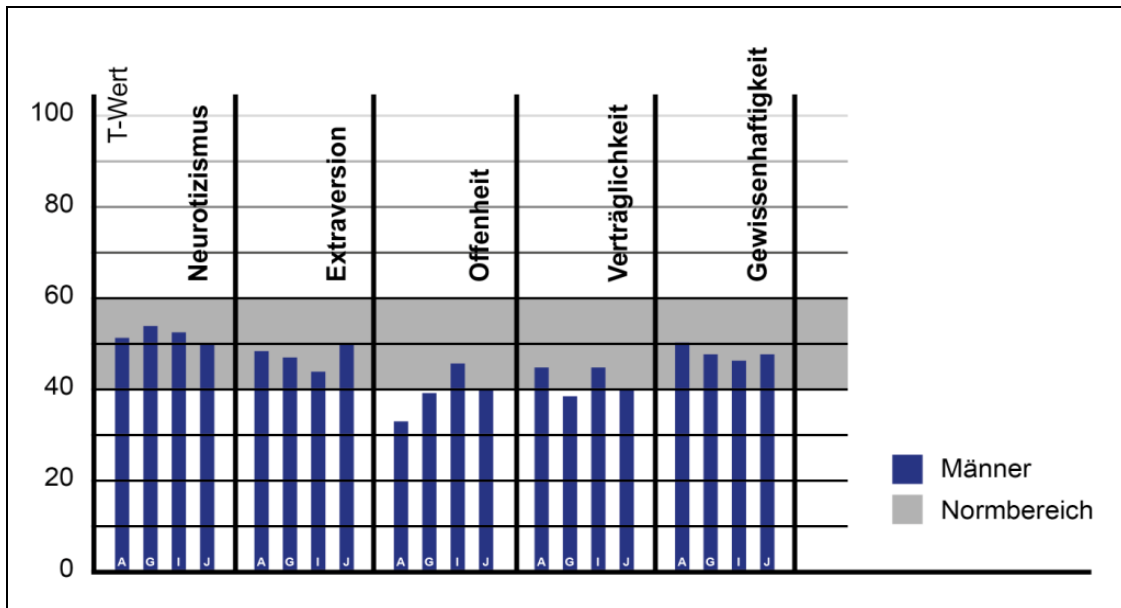


Abbildung 7: T-Werte der Männer

Offenheit

Zwei Probandinnen ($T_H=35.7 / T_E=32.1$) und zwei Probanden ($T_G=39.2 / T_A=33.0$) weisen in ihrer Offenheit Werte auf, die unter dem Normbereich liegen. Gemäss NEO-FFI entsprechen unterdurchschnittliche Werte einem konventionellen und wenig neugierigen Verhalten. Bekanntes und Bewährtes wird Neuem vorgezogen. Zum Erleben der Erreichbarkeit macht Srivastava (2005) die Vermutung, dass Menschen mit hoher Offenheit, insbesondere auch für technische Entwicklungen, gegenüber Handytelefonaten in Gegenwart anderer toleranter sind als jene mit tiefen Werten. Werden die Offenheitswerte der genannten Probanden mit ihren Aussagen zum Erleben der Erreichbarkeit im öffentlichen Raum verglichen, so zeigt sich eine Übereinstimmung von 75%.

„Wenn du an einem Anlass bist und gewisse Leute ständig ihr Handy zücken, um nachzuschauen, ob sie ein SMS erhalten haben. Und das alle zehn Minuten. Oder du bist irgendwo unterwegs mit einer Gruppe oder jemandem und ständig läutet es wieder und das finde ich grausam, das finde ich schrecklich.“ (Probandin H)

Proband A weist in seiner Offenheit einen unterdurchschnittlichen Wert ($T_A=33$) auf, zeigt jedoch für technische Entwicklungen ein grosses Interesse.

„Da ich auch ständig die abonnierten Newsletter lese – zum Beispiel für Macs und die Bereiche, die mich auch interessieren – dann kriege ich laufend mit, was neu herausgekommen ist, was eine gute App ist usw.“ (Proband A)

Vier Probandinnen und zwei Probanden weisen in ihrer Offenheit Werte im Normbereich auf. Sie äussern sich dennoch kritisch dazu, wie sie die Erreichbarkeit im öffentlichen Raum erleben und wie sie damit umgehen.

„Mich interessiert es nicht, was andere für Probleme am Telefon besprechen. Das nach aussen Tragen der Privatsphäre in die öffentliche Sphäre. Da bin ich völlig altmodisch, das ist etwas, was mich ziemlich nervt, was ich überhaupt nicht nötig finde und nach Möglichkeit auch nicht selber mache.“ (Proband I)

„Ich erfahre Dinge von Personen, die ich gar nicht so gut kenne und die mich gar nicht interessieren.“ (Probandin C)

Verträglichkeit

Bei vier Teilnehmerinnen und einem Teilnehmer sind die T-Werte der Verträglichkeit unterdurchschnittlich ($T_F=39.6$ / $T_G=38.5$ / $T_{B,H}=35.8$ / $T_E=33.4$). Gemäss NEO-FFI ist dies ein Hinweis auf misstrauisches Verhalten und Skepsis. In der Studie von Caporael und Xie (2003) wird für diese Dimension der Persönlichkeit angenommen, dass Menschen mit tiefer Verträglichkeit auf unangemessenen Handygebrauch bei anderen negativ reagieren. In diesem Zusammenhang äussern die erwähnten Probanden übereinstimmend, dass sie sich wegen der mangelnden Aufmerksamkeit, die ihnen von anderen Personen aufgrund der ständigen Erreichbarkeit entgegengebracht wird, gestört fühlen.

„Ich habe einen Kollegen, mit dem ich zusammen Gitarre spiele. Wenn wir uns treffen, dann legt der als erstes sein iPhone auf den Tisch. Er ist ein Heavy-User. Dann kann es so ausarten, dass sein iPhone während dem Gitarrenspielen ständig pfeift und macht, und er muss ständig nachschauen. Das stört mich dann schon.“ (Proband G)

Zwei Probandinnen und drei Probanden haben in ihrer Verträglichkeit durchschnittliche Werte ($T_{A,I}=44.8$ / $T_D=44.6$ / $T_C=43.3$ / $T_J=40.0$). Sie erwähnen alle mehrmals, dass sie sich vom unangemessenen Gebrauch der mobilen Geräte anderer genervt fühlen. Sie reagieren darauf verständnislos.

„Was mich stört, ist, wenn ich mit anderen zusammen bin und diese Geräte eine zentrale Rolle spielen. Wenn sie während einem Gespräch einfach so daliegen und man einfach hin und wieder drauf schauen muss oder schnell nachschauen, ob eine neue Nachricht drauf ist, mit einer Art Fingerwisch. Ich habe eine Kollegin, die ihr Smartphone relativ oft frequentiert. Dann ist man zum Beispiel auf dem Skilift und man muss noch schnell nachschauen oder man ist zusammen im Zug und muss noch schnell ein Telefon machen [...]. Das hat mich zunehmend gestört und ich habe mich gefragt, ob es das sein kann.“ (Probandin C)

„Was mich stört, ist, wenn man irgendwo zusammen unterwegs ist oder zusammen sitzt und am Schluss hat jeder sein Gerät auf dem Tisch. Man spricht dann nicht mehr miteinander sondern via diesen Geräten. Dafür muss ich nicht abmachen.“ (Probandin F)

Gemäss Caporael und Xie (2003) halten sich Personen mit hoher Verträglichkeit mehrheitlich an informelle Regeln zum angemessenen Handygebrauch. Sie schalten ihr Handy im Kino, in Restaurants oder in der Kirche aus, da sie ihre Mitmenschen nicht belästigen wollen. Eine Probandin mit unterdurchschnittlicher Verträglichkeit ($T_E=33.4$) zeigt ebenfalls auf, dass sie sich an informelle Regeln hält.

„Wenn ich in die Musik gehe, dann lasse ich es [Handy] ganz sicher zuhause und nehme es auf keinen Fall mit. Es ist eine nicht ausgesprochene Abmachung [im Musikverein].“ (Probandin E)

Neurotizismus

Alle befragten Teilnehmenden weisen im Faktor des Neurotizismus Werte im Normalbereich auf. Der Mittelwert der Frauen ($T=46.98$) ist leicht tiefer als derjenige der Män-

ner ($T=51.95$). Der NEO-FFI umschreibt Personen mit durchschnittlichen Werten im Neurotizismus als emotional ausgeglichen. Tiefe Werte geben Hinweis auf emotional stabile und wenig ängstliche Personen, die sich in Stresssituationen nicht so rasch aus der Ruhe bringen lassen. Hohe Werte indizieren emotional labile und ängstliche Menschen, die leicht aus dem seelischen Gleichgewicht zu bringen sind. Turner, Love und Howell (2008) heben in ihrer Studie hervor, dass Menschen mit überdurchschnittlichen Werten im Neurotizismus wahrscheinlich mehr medienbezogene Konflikte erleben und darauf ärgerlicher reagieren als emotional stabile Persönlichkeiten. So würden sie Pannen wie überraschende Nicht-Erreichbarkeit des Kommunikationspartners weniger gut verarbeiten können als stabile Personen. Da sich alle Probanden im Rahmen der vorliegenden Arbeit im Normalbereich präsentieren, lässt sich keine eindeutige Zuordnung machen. Dennoch gibt es Äusserungen von sechs Personen, die aufzeigen, dass sich die emotionale Ausgeglichenheit verringert, wenn nach mehreren Versuchen ein Kommunikationspartner nach wie vor nicht erreichbar ist.

„Bei der Partnerschaft denke ich schon, dass man froh ist, wenn man den andern gerade erreichen kann. [...] Man ist dann sogar manchmal etwas genervt, wenn es nicht funktioniert oder wenn der andere nicht abnimmt.“ (Probandin D)

Eine Probandin zeigt entsprechend ihrem normalen Wert ($T_H=42.2$) eine gelassene Haltung gegenüber der Nicht-Erreichbarkeit eines gewünschten Kommunikationspartners.

„Wenn ich von jemandem etwas will, dann heisst das noch lange nicht, dass der mir zurückrufen muss. Es ist nett und schön, aber eigentlich erwarte ich das überhaupt nicht. Wenn der andere sieht, dass ich ihn innert kurzer Zeit 15 Mal versucht habe anzurufen, dann sollte dem schon ein Lichtlein aufgehen, dass es etwas Wichtiges ist.“ (Probandin H)

Eine Probandin bringt zum Ausdruck, dass sich ihre Haltung in medienbezogenen Konflikten wie beispielsweise das Ausbleiben einer SMS oder die Nicht-Erreichbarkeit anderer verändert habe.

„Früher merkte ich, dass ich oft erwartete, dass sofort eine Antwort kommen müsse. Denn man ist ja nun erreichbar. Das hat sich dann aber verändert. Ich musste mich damit auseinandersetzen.“ (Probandin B)

Ausreichende technische Fähigkeiten sind für drei Befragte ein wichtiger Grund, um einen unbelasteten und emotional ausgeglichenen Umgang mit den mobilen Medien pflegen zu können. Dies entspricht auch der Vermutung Dörings (2008), die Computerangst oder Technikinteresse als Voraussetzungen dafür sieht, wie jemand Emotionen im Zusammenhang mit der Nutzung mobiler Medien erlebt.

„In der Zwischenzeit ist das so handlich für mich, dass das keine Schwierigkeit ist für mich. Es bedrückt mich überhaupt nicht. Es ist ein Werkzeug, das ich wahnsinnig gern und gut nützen kann. [...] Mir fallen jedenfalls die technischen Sachen überhaupt nicht schwer. [...] Ich bin ein Freak von diesen Sachen, deswegen belasten sie mich auch nicht. Es sind für mich Spielzeuge für einen grossen Mann.“ (Proband J)

„Ich bin der Typ, der nicht Angst hat vor diesen Geräten, ich probiere einfach aus. Gerade das iPhone braucht kaum eine Erklärung, man versteht es auf Anhieb, wenn man es benutzt.“ (Probandin H)

Extraversion

Die T-Werte aller Befragten weisen eine Varianz von 43.9 bis 49.8 auf. Sie liegen somit in der Norm, wobei eine Tendenz zum unteren Bereich des Durchschnitts festzustellen ist. Gemäss NEO-FFI handelt es sich bei den untersuchten Probandinnen und Probanden also um Menschen, die weder ausgeprägt zurückhaltend noch überdurchschnittlich aktiv und gesprächig sind. Die Studie von Love und Kewley (2005) kommt zum Schluss, dass die Extraversion nur begrenzt eine Auswirkung darauf hat, wie Menschen auf öffentlichen Plätzen mit Handys umgehen. Menschen mit tiefen Extraversionswerten fällt es laut den Autoren schwerer, in der Öffentlichkeit mit dem Handy zu telefonieren als Menschen mit hohen Werten. Eine solche Tendenz kann bei einer Probandin ($T_B=49.3$) und einem Probanden ($T_I=43.9$) nachgewiesen werden. Allerdings sind in beiden Fällen die Werte im Normalbereich.

„Dazu kommt, dass ich nicht sehr gern mit dem Handy in der Öffentlichkeit telefoniere.“ (Probandin B)

„Gespräche von mir in der Öffentlichkeit, wenn irgendetwas ist, sind in der Regel ziemlich kurz und knapp. Ich sage lieber, dass ich später anrufe, wenn ich meine Ruhe habe. Da bin ich einfach nicht der Typ, der das gerne macht und darum Telefongespräche lieber auf später verschiebt oder das SMS nicht beantwortet, bis dann die Zeit dafür da ist.“ (Proband I)

Döring (2008) beleuchtet in ihrem Fachreferat zur Extraversion, dass introvertierte Menschen ihr wahres Selbst lieber textbasiert offenbaren. Sie bevorzugen es, SMS zu schreiben und fühlen sich in Bezug auf das Telefonieren in der Öffentlichkeit gehemmt. Eine Probandin ($T_B=49.3$) und ein Proband ($T_G=47.0$) geben an, nach Möglichkeit immer in Form von SMS zu kommunizieren. Die Gründe dafür sind jedoch zeitlicher Natur und nicht explizit ein gehemmtes Verhalten. Des Weiteren befinden sich die Werte der Extraversion bei beiden Probanden im Normalbereich und bestätigen somit die These von Döring nicht.

„Ich habe heute im Vergleich zu früher viel weniger direkte Gespräche. Es ist am Schluss zwar viel unpersönlicher, aber es ist halt schnell abgehandelt, wenn ich ein SMS schreibe.“ (Proband G)

Eine Person ($T_I=43.9$) schildert ihr mobiles Kommunikationsverhalten in der Öffentlichkeit als zurückhaltend.

„Also meine Frau beklagt sich, dass ich immer sehr kurz abgebunden bin am Handy, im öffentlichen Raum. Ich bin zwar erreichbar, aber wenn, dann bitte kurz und bündig.“ (Proband I)

Richardson (2009) hebt im Umgang mit der mobilen Erreichbarkeit als einzig relevante Dimension der Big Five die Extraversion hervor. Das Selbstbewusstsein hat demnach einen entscheidenden Einfluss darauf hat, wie ein Mensch mobil erreichbar sein will.

Ein hoher Extraversionswert deutet laut Richardson auf ein ausgeprägtes Selbstbewusstsein und ein grosses Bedürfnis nach ständiger Erreichbarkeit hin. Da die Werte der befragten Personen in der vorliegenden Arbeit im Normalbereich liegen, können keine entsprechenden Zuweisungen gemacht werden.

Gewissenhaftigkeit

Nebst dem Neurotizismus und der Extraversion liegen auch die T-Werte der Gewissenhaftigkeit bei allen Befragten im Bereich des Durchschnitts. Die Streuung reicht von 42.8 bis 52.6. Der NEO-FFI hält fest, dass dieser Persönlichkeitsfaktor die Selbstkontrolle eines Menschen beschreibt. Die Werte umfassen wenig sorgfältiges und unbeständiges Verhalten bis hin zu diszipliniertem, zuverlässigem und zielstrebigem Handeln. Glotz und Bertschi (2006) stellen in ihrer Expertenstudie fest, dass gewissenhafte Menschen ihr Handy durchdacht einsetzen, insbesondere, um Ziele beruflicher Natur zu erreichen. Eine selbstständig arbeitende Probandin ($T_F=52.6$) gibt an, dass sie während der Arbeitszeiten ihr Smartphone mit einer klaren Absicht und regelmässig auf eingegangene Anrufe überprüft.

„Tagsüber ist es meistens so, wenn ich eine Nummer nicht kenne, ist es jemand, der für die Praxis telefoniert. Da wird man schon abhängig im Sinn von, das ist mein Einkommen. Wenn die bei mir einen Termin erhalten, dann lebe ich davon. Und wenn ich das Telefon nicht entgegennehme, dann geht mir vielleicht wirklich ein Kunde weg.“ (Probandin F)

Alle Befragten sagen aus, dass sie sich aufgrund ihrer Arbeit gewissenhaft an Vereinbarungen zur Erreichbarkeit halten.

„Im beruflichen Bereich [Bildung, Soziales] gibt es mit den Eltern eine klare Abmachung, dass ich bis um 20 Uhr abends erreichbar bin.“ (Probandin C)

„Wenn ich arbeite, dann habe ich jeweils eine Woche lang Pikett-Dienst. In solchen Fällen schalte ich das Handy auf laut. Denn wenn etwas ist, dann muss ich aufwachen und anrufen. Erstmal fragen, was los ist. Ich geh dann an den Computer und schaue von zuhause aus aufs System im Geschäft. Solche Nachteinsätze sind für mich okay.“ (Proband A)

Rufen während der Arbeitszeit Privatpersonen an, so sagen drei Probandinnen und drei Probanden, dass sie solche Gespräche nach eigenem Ermessen entgegennehmen. Aus Respekt dem Arbeitgeber gegenüber behandeln sie Privatgespräche rücksichtsvoll.

„Der Chef appelliert an den gesunden Menschenverstand. So dass alle DAS machen und DEN Einsatz leisten, der stimmt. Und dass wir uns auch bewusst sind, dass wir dort Geld verdienen und Lohn erhalten.“ (Probandin B)

„Im Geschäft nehme ich, wenn es geht, sicher auch private Telefonate entgegen. Auf jeden Fall. Ausser ich bin in einem Gespräch. [...] In der Regel gehen private Gespräche höchstens fünf Minuten. Ich würde sagen, das Ganze läuft auf Vertrauensbasis.“ (Proband A)

Döring (2008) sieht bei Menschen mit geringer Selbstkontrolle in Bezug auf die Intensität der Nutzung mobiler Medien die Gefahr, dass sich deren Persönlichkeit trotz der

stabil geltenden Big Five langfristig verändern kann. Menschen mit normalen und überdurchschnittlichen Werten in der Gewissenhaftigkeit können demzufolge von einer gut entwickelten Selbstkontrolle profitieren. Eine Probandin und zwei Probanden geben an, dass sie dank ihrer Disziplin die Nutzung mobiler Medien zu kontrollieren wissen, obwohl die Versuchung gross sei, sich in den Möglichkeiten dieser Medien zu verlieren.

„Ich merke, allzu viel darf ich mich dieser Spielerei nicht hingeben, sonst verliere ich zu viel Zeit für anderes. [...] Da muss ich die Disziplin finden, sonst bin ich diesen Sachen ausgeliefert.“ (Proband J)

Alle Teilnehmenden heben hervor, dass ihnen die Kontrolle bezüglich der Intensität der Nutzung wichtig ist.

„Mir scheint es wichtig, dass wir den Umgang mit diesen Geräten kontrollieren können und diese Geräte beherrschen und nicht umgekehrt.“ (Probandin E)

„Wenn ich privat alleine oder mit meiner Familie unterwegs bin, habe ich das Natel meistens dabei und auch eingeschaltet. Ich bin theoretisch erreichbar, behalte mir aber die Freiheit vor, entweder das Telefon nicht abzunehmen oder lautlos zu stellen oder ich nehme ab und sage, dass es jetzt nicht passend ist und ein Gespräch morgen besser sei.“ (Proband I)

8 Diskussion

8.1 Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der mobilen Erreichbarkeit. Im Zentrum der Untersuchung steht die Frage, wie im Spannungsfeld von Berufs- und Privatleben mit der mobilen Erreichbarkeit umgegangen und wie diese Möglichkeit ständiger Erreichbarkeit erlebt wird. Ebenfalls relevant ist dabei der Einfluss von Persönlichkeitsfaktoren auf das Erleben und den Umgang mit mobiler Erreichbarkeit. Im Folgenden werden die Untersuchungsergebnisse im Hinblick auf die Fragestellung und unter Einbezug theoretischer Grundlagen zusammenfassend dargestellt.

Nutzung mobiler Medien

Um die mobile Erreichbarkeit zu gewährleisten, besitzen die meisten interviewten Personen neben einem Laptop ein Mobiltelefon in Form eines Smartphones. Dies bestätigt die Beobachtung von Mignot (2010), dass die Verkaufszahlen von Smartphones sukzessive steigen. Auch die von den Teilnehmenden dieser Studie **gewählte Kommunikationsform** zeigt ein weitgehend identisches Bild mit der Studie des BITKOM (2011): Neben dem eigentlichen Telefonieren wird von rund der Hälfte der Befragten das Mobiltelefon für die SMS- und etwa von einem Fünftel für die Mail-Funktion benutzt. Das Laptop oder Netbook wird von allen Teilnehmenden hauptsächlich für den E-Mail-Verkehr und den Zugang zum Internet verwendet. Diese mobilen Geräte kommen dabei

selten unterwegs, sondern meistens zuhause, im Geschäft oder an anderen stationären Orten zum Einsatz.

Bei allen Teilnehmenden dieser Studie nimmt die Nutzung mobiler Medien sowohl im privaten wie auch beruflichen Alltag einen festen Platz ein. Die **besondere Bedeutung mobiler Kommunikation** wird dabei in verschiedenen Bereichen zum Ausdruck gebracht: Eine Mehrheit der Befragten benutzt dieselben mobilen Medien für ihre berufliche und private Kommunikation. Laptop, Smartphone und andere mobile Geräte werden als **ständige Begleiter** zwischen Wohn-, Arbeits- und Freizeitorten verwendet. Die Grenzen zwischen geschäftlicher und persönlicher Nutzung scheinen fließend und der Gebrauch von mobilen Medien oft schon so weit in den Alltag integriert zu sein, dass ein solcher oft gar nicht mehr bewusst wahrgenommen wird. Eine tendenziell eher zurückhaltende oder kritische Einstellung gegenüber dem Gebrauch von mobilen Medien ist beim einen oder anderen Teilnehmenden zwar spürbar, dennoch scheinen alle befragten Personen keine Berührungängste zu kennen und mobile Medien grundsätzlich gerne zu nutzen. Baarkhus (2003) hat festgestellt, dass mobile Medien aufgrund ihrer nützlichen Eigenschaften kaum mehr aus dem Alltag wegzudenken sind. Dies wird von den interviewten Personen mehrfach bestätigt. Sie weisen auf den stetig steigenden Stellenwert von mobilen Geräten in ihrem Leben hin und wollen auf den Gebrauch von mobilen Medien längerfristig nicht verzichten.

Erleben der Erreichbarkeit

Die **Selbst- und Fremdbestimmung** der eigenen Erreichbarkeit erweist sich als die am häufigsten genannte Unterkategorie der Dimension „Erleben der Erreichbarkeit“, was die Relevanz dieses Aspekts für die interviewten Personen unterstreicht. Hervorgehoben wird von den Probandinnen und Probanden hauptsächlich das Bedürfnis, über die *eigene Erreichbarkeit selber bestimmen* zu können und nicht zum Spielball oder zur Geisel mobiler Kommunikationsmöglichkeiten zu werden. Dieser Wunsch entspricht dem von Burkhart (2007) geäußerten Anliegen, strategisch mit der Erreichbarkeit umzugehen, damit der Vorteil der ständigen Erreichbarkeit nicht in einen Nachteil der ständigen Kontrollierbarkeit oder Verfügbarkeit umschlägt.

Auch die **Nützlichkeit von mobilen Medien** für die Organisation des Alltags haben die befragten Personen dieser Untersuchung als wesentlich eingestuft. Dabei werden vor allem die *Vorzüge der Koordination* von privaten wie auch beruflichen Angelegenheiten und Aktivitäten geschätzt. Als wertvoll erachten die Hälfte der Probandinnen und Probanden die Möglichkeit, mithilfe mobiler Medien *kurzfristig Anpassungen* in der Gestaltung des Alltags vorzunehmen. Eine Mehrheit der Befragten schätzt aber auch den *zeitlichen Spielraum*, der ihnen die Kommunikation mit mobilen Medien ermöglicht. Die praktische Bedeutung mobiler Erreichbarkeit bestätigt sich in der Literatur. Nach

Pöschl (2010) werden mobile Medien als nützliches Organisationsmedium für die Koordination von Privat- und Berufsleben betrachtet. Die meisten befragten Personen dieser Studie betonen die Nützlichkeit des Mobiltelefons auch bezüglich *unvorhersehbarer Situationen* wie etwa Notfällen. Ling (2004) berichtet, dass der potentielle Gebrauch in Notfallsituationen für eine grosse Mehrheit einen wesentlichen Grund für die Anschaffung eines Handys darstellt. Für einen Teil der interviewten Personen vermittelt die Verfügbarkeit eines Mobiltelefons - vor allem auch im familiären Kontext mit Kindern - ein zusätzliches *Gefühl der Sicherheit*, was in der Literatur durch Klamer, Haddon und Ling (2000) bestätigt wird. Eine grosse Mehrheit der Befragten äussert sich positiv darüber, dass ihnen mobile Medien sowohl beruflich als auch privat eine *ortsunabhängige Kommunikation* ermöglichen und überall den Zugriff zu Informationen über das Internet erlauben. Haddon (2002) sieht darin das Bedürfnis des ortsungebundenen Menschen, mit Familienangehörigen, Geschäftspartnern oder Freunden in Kontakt zu bleiben. *Soziale Beziehungen pflegen und aufrechterhalten* wird von der Mehrzahl der Befragten als wichtig erachtet. Die Literatur bestätigt, dass mobile Kommunikation in erster Linie zwischen Partnern, Familienangehörigen und guten Freunden stattfindet, also zwischen Personen aus dem nahen sozialen Umfeld (Döring, 2009). Für einen Teil der befragten Personen stellen mobile Medien das bevorzugte Kommunikationsmittel dar, um mit ihren Kindern in Kontakt zu bleiben. Auch nach Feldhaus und Logemann (2006) dienen mobile Medien unter anderem zur gegenseitigen emotionalen Stabilisierung in der Familie.

Für die Mehrheit der Probandinnen und Probanden dieser Studie spielt die Erreichbarkeit mittels mobiler Medien eine bedeutende Rolle, inwieweit eine *soziale Integration* im Familienverband oder im Freundeskreis stattfindet. Einige Befragte äussern sich darüber, dass die Erwartung an die Erreichbarkeit auch einem *Gruppendruck* entspringen und Nicht-Erreichbarkeit zu einem Gefühl der *sozialen Isolation* führen kann. Die Theorie bestätigt, dass Nicht-Erreichbarkeit in Familienbeziehungen zu Irritationen und Unsicherheiten führen kann und von den Familienmitgliedern nicht ohne Weiteres toleriert wird (Feldhaus & Logemann, 2006). Burkart (2007) geht davon aus, dass eine eingeschränkte Erreichbarkeit sowohl in beruflichen wie auch privaten sozialen Beziehungen einen *Legitimationsdruck der Nicht-Erreichbarkeit* zur Folge haben kann. Darüber hinaus empfinden einzelne befragte Personen dieser Untersuchung den Gebrauch von mobilen Geräten im öffentlichen Raum als soziale Abkapselung des Nutzers. Die Einschätzung der Teilnehmenden wird in der Literatur bestätigt. Puro (2002) meint, dass öffentliche Handygespräche zu einer gewissen sozialen Abwesenheit führen.

Alle interviewten Personen erleben eine **Auflösung der Grenzen von beruflicher und privater Erreichbarkeit**. Auch in der Literatur wird erwähnt, dass die Möglichkeit der ständigen Erreichbarkeit die Grenzen zwischen Privat- und Arbeitsleben zusehends

verwischen lässt (Castells, Fernández-Ardevol, Qiu & Sey, 2007). Die meisten Teilnehmenden dieser Studie machen den *Gebrauch derselben mobilen Medien für die berufliche wie auch private Kommunikation* dafür verantwortlich. Ähnlich wie in einer Studie von Lowry und Moskos (2005), die die Nutzung von mobilen Medien für berufliche Zwecke als „zweischneidiges Schwert“ festhält, werden von den befragten Personen dieser Studie mobile Geräte einerseits als wertvolle und hilfreiche Medien betrachtet, andererseits wecken sie auch *Befürchtungen über eine berufliche Einflussnahme auf das Privatleben und umgekehrt*. Ein Teil der Probandinnen und Probanden lässt das Eindringen von privaten Mitteilungen während der Arbeitszeit eher zu, billigt demgegenüber jedoch berufliche Nachrichten in der Freizeit weniger. Einige interviewte Personen erleben die Vermischung von beruflicher und privater Erreichbarkeit als wenig störend, da sie grundsätzlich kaum eine klare Trennung von Privat- und Berufsleben vornehmen.

Alle betroffenen Personen der vorliegenden Untersuchung berichten, dass sie die **Nutzung mobiler Medien in verschiedenen Situationen als Störung** erleben. Als besonders unpassend oder gar unhöflich wird von einem grossen Teil der Befragten der Gebrauch oder nur schon die alleinige *Präsenz von mobilen Medien in Gegenwart anderer Personen* empfunden. Ähnliche Reaktionen werden in den Fachreferaten von Ling (2005) und Burkart (2000) aufgezeigt. Die Autoren beschreiben den Umgang mit der Situation eines Mobiltelefonats in Anwesenheit Dritter als Herausforderung. Zudem wird die *Verletzung der Höflichkeitsregeln* gegenüber der Aufmerksamkeit und Priorität für Anwesende betont. Die Hälfte der Teilnehmenden beschreibt ungünstige Situationen und Orte für Mobilkommunikation und empfindet dabei die verursachten Geräusche als unpassend oder störend. In der Literatur erwähnt diesbezüglich Pöschl (2010) den Ortsbezug, der massgeblich darüber entscheidet, ob eine Kommunikation überhaupt stattfinden kann. Ling (2005) berichtet, wie das Klingeln des Handys oder das zu laute Sprechen als ein besonderes Eindringen in den öffentlichen Raum betrachtet wird. Etwas weniger als die Hälfte der in dieser Untersuchung befragten Personen stört sich daran, in der Öffentlichkeit private Mobiltelefongespräche von unbekanntem Personen anhören zu müssen. Die Theorie bestätigt, dass mobile Medien zu einer *Privatisierung des öffentlichen Raums* beigetragen haben (Höflich & Gebhard, 2005b). Ein Drittel der Probandinnen und Probanden erlebt eingehende private Anrufe oder Nachrichten während der Arbeitszeit als Störung. Dieser Aspekt wird auch in der Studie von Lowry und Moskos (2005) erwähnt, die darauf hinweist, dass Anrufe oder eingehende Mitteilungen während der Arbeitszeit als *Ablenkung, Unterbrechung oder Störung des aktuellen Arbeitsprozesses* empfunden werden.

Eine durch die mobile Erreichbarkeit bedingte **Beschleunigung** des Lebens stellen etwas mehr als die Hälfte der Befragten fest. Bei einem Teil zeigt sich dies im Erleben

einer zunehmenden Hektik im Alltag. Die Studie von Gangl und Birkner (2009) bestätigt diese Wahrnehmung: Die *Überflutung mit Informationen* sowie die ständige Erreichbarkeit stellen wesentliche Faktoren für berufsbedingten Stress dar. Auch die Erwartung an eine umgehende Beantwortung von Anrufversuchen und Textmitteilungen wird als Ursache dafür verantwortlich gemacht. In diesem Zusammenhang sind auch kontroverse Aussagen der Probandinnen und Probanden betreffend dem Zeitaufwand mobiler Mediennutzung anzuführen. Die einen Teilnehmenden verbinden die Nutzung mobiler Medien mit einer *Zeitersparnis*. Die anderen stellen aufgrund einer zunehmenden Flut an zu bearbeitenden Informationen einen *erhöhten Zeitaufwand* fest. In der Literatur wird erwähnt, dass die Möglichkeit der mobilen Kommunikation zu einer allgemeinen Beschleunigung und Verdichtung des Alltags sowie zu einer Loslösung von Arbeit, Zeit und Ort führt (Baumgartner & Gisler, 2010). Als tägliche Herausforderung nehmen die Probandinnen und Probanden dieser Untersuchung die zunehmende Informationsflut (insbesondere von E-Mails) wahr und weisen auch darauf hin, dass die *gleichzeitige Nutzung von mehreren mobilen Kommunikationskanälen* diese Tendenz verstärkt. Ferner berichten mehr als die Hälfte der Teilnehmenden von einem ständigen und wiederholten Hin- und Herschreiben von Textmitteilungen. Dieser kommunikative *Ping-Pong-Effekt* wird oft als wenig zweckdienlich oder gar belastend erlebt.

Mehr als die Hälfte der interviewten Personen dieser Studie stellt eine **Einbusse der Qualität von Gesprächen oder Mitteilungen** mittels mobiler Medien fest. Dabei wird von einem Teil der Probandinnen und Probanden vor allem bei der Kommunikation per SMS ein *Verlust des persönlichen Charakters der Mitteilung* festgestellt, aber auch auf die *Gefahr von Missverständnissen* in der Interpretation verkürzter Textnachrichten hingewiesen. Einen unverbindlicheren Umgang mit Abmachungen und Terminen stellt die Hälfte der Befragten fest. Mobile Medien werden zwar als hilfreich angesehen, um anderen kurzfristige Änderungen in der eigenen Zeit- und Terminplanung mitzuteilen, verursachen aber aus Sicht der Teilnehmenden eine zunehmende *Unverbindlichkeit in der Einhaltung von Vereinbarungen*, was als unangenehm erlebt wird. Townsend (2000) hält fest, dass Zeit zu einer Tauschware wird, die über das Mobiltelefon nach Belieben gehandelt werden kann.

Die Mehrzahl der Probandinnen und Probanden sind der Meinung, dass eine höhere berufliche Position eine grössere **Erwartung an die Erreichbarkeit** mit sich bringt. So wird von einigen Befragten hervorgehoben, dass sie froh sind, keine *leitende Funktion* inne zu haben, weil diese sonst gegenüber den Mitarbeitern eine Bereitschaft zur ständigen Erreichbarkeit verlangen würde. Diese Befürchtung wird in der Literatur durch Jurczyk, Schier, Szymenderski, Lange und Voss (2009) bestätigt. So möchten die einen *andere Personen jederzeit erreichen, selber aber nicht ständig erreichbar sein*. Andere begrüssen die Möglichkeit der Erreichbarkeit durch die Nutzung mobiler Medien. Sie

stören sich aber daran, dass von ihnen dauernde Erreichbarkeit vorausgesetzt wird, bloss weil sie im Besitz eines mobilen Gerätes sind. Dieses Doppelgesicht der Erreichbarkeit wird in der Literatur als Erreichbarkeits-Dilemma beschrieben und meint den unvereinbaren Wunsch, jeden an jedem Ort und zu jeder Zeit erreichen zu können, aber gleichzeitig selber zu bestimmen, von wem man wo und wann erreichbar ist (Lange, 1991).

Umgang mit der Erreichbarkeit

Die meisten interviewten Personen geben ihrer mobilen Erreichbarkeit eine klare **Struktur**. Fast alle wollen nach der Arbeit für geschäftliche Angelegenheiten telefonisch und per E-Mail nicht mehr erreichbar sein. Ein kleiner Teil der Befragten ist jedoch aus beruflichen Gründen während regelmässig wiederkehrender Zeiten dazu verpflichtet, auch abends, nachts oder an Wochenenden jederzeit auf dem Mobiltelefon verfügbar zu sein. Ein grosser Teil der Probandinnen und Probanden hat im Privatleben Zugang zu beruflichen E-Mails. Diese werden in der Freizeit zwar gelesen, aber selten beantwortet. Während der Arbeitszeit haben fast alle Probandinnen und Probanden ihr Mobiltelefon dabei, allerdings unterschiedlich moduliert. Ein kleiner Teil schaltet es nur in Pausenzeiten an. Insgesamt wird erwähnt, dass die *Trennung von Berufs- und Privatleben ein echtes Bedürfnis* ist. Dass der Strukturierung der Erreichbarkeit eine grosse Bedeutung zugeschrieben wird, beschreiben auch Uzunova, Biller und Rossetti (2010). Alle Teilnehmenden erlauben sich im Privatleben immer wieder Nischen zu schaffen, um dadurch nur *eingeschränkt erreichbar* zu sein. Beim Mobiltelefon wählen sie entsprechend den Lautlos-Modus, stellen das Gerät ab oder nehmen einen eingehenden Anruf nicht entgegen. Vor allem Ferien werden von den befragten Personen als spezielle Zeiten der Nicht-Erreichbarkeit gestaltet, wobei knapp die Hälfte der Probandinnen und Probanden ihr Mobiltelefon einmal pro Tag auf verpasste Anrufe oder Nachrichten überprüft. Die Erfahrungen der befragten Personen bestätigen sich in der Literatur. Nach Paschen, Wingert, Coenen und Banse (2002) ist durch die Zunahme der Möglichkeit ständiger Erreichbarkeit jeder Einzelne aufgefordert, für sich zu entscheiden, ob, wann und wo er ans Kommunikationsnetz angeschlossen oder davon abkoppelt sein möchte. Auch gemäss Baumgartner und Gisler (2010) soll die Einstellung zur und der Umgang mit der ständigen *Erreichbarkeit nicht dem Zufall überlassen* werden.

Ein grosser Teil der interviewten Personen kennt am Arbeitsplatz keine verbindlichen **Abmachungen und Regelungen bezüglich der Nutzung mobiler Medien** für private Zwecke. Einige befragte Personen halten die mündliche Vereinbarung ein, dass Privatgespräche während der Arbeitszeit nicht erwünscht sind oder sie führen aus eigenem Interesse keine solchen Gespräche durch. Die Mehrheit der Befragten lässt erkennen, dass sie solche Telefonate dem Arbeitgeber gegenüber loyal behandeln und die Möglichkeit zu privaten Telefonaten von ihnen in keinster Weise ausgenutzt wird. Townsend

und Batchelor (2005) heissen es gut, dass von Unternehmen vermehrt *Richtlinien zur Nutzung* von Mobiltelefon und Notebook erlassen werden, denn aus Sicht der Arbeitgeber führen private Mitteilungen und Telefonate zu Störungen oder Unterbrechungen des Arbeitsprozesses, was die Produktivität der Mitarbeitenden beeinträchtigt.

Hervorgehoben wird von einigen Teilnehmenden dieser Studie, dass die **Kosten** für mobile Medien und deren Möglichkeiten einen direkten Einfluss darauf haben, wie sie die Erreichbarkeit gestalten. Kostenlose Software wie WhatsApp oder Skype werden von der Hälfte der interviewten Personen als positiv bewertet, denn sie ermöglichen es, die *mobile Erreichbarkeit ohne finanziellen Mehraufwand* hochzuhalten. Bestätigende Hinweise sind in der Theorie oder in Studien keine zu finden.

Perspektiven mobiler Medien

Die meisten Teilnehmenden dieser Untersuchung gehen davon aus, dass die Zukunft in Bezug auf mobile Medien noch einiges zu bieten hat. Es wird angenommen, dass das Festnetz von den mobilen Medien verdrängt wird. Diese Tendenz wird in Statistiken des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM, 2011) bestätigt, die für die Schweiz über 9.5 Millionen registrierte Mobilfunkteilnehmer ausweisen. Die Anzahl Festnetzanschlüsse hingegen sinkt stetig. Einige Probandinnen möchten auch in der Zukunft *mit der Technik in der Mobilkommunikation Schritt halten*, denn darin wird ein persönlicher Nutzen erkannt. Gemäss Petit und Dederichs (2010) eröffnet die Einführung des Hochgeschwindigkeits-Mobilfunknetzes dem mobilen Arbeiten zukünftig noch mehr Möglichkeiten. Ein grosses Potenzial wird in der Software (insbesondere in den verschiedenen Applikationen von mobilen Medien) sowie in der *Verfeinerung der Technologie* gesehen. Dies bestätigen vor allem männliche Personen dieser Studie.

Ein kleiner Teil der interviewten Personen befürchtet, dass der Beruf im Privatleben zukünftig eine höhere mobile Erreichbarkeit einfordert und deshalb zur Belastung wird. Einige Probanden mutmassen, dass eine *Abhängigkeit von mobilen Geräten* entstehen und der Mensch den Bezug zur Realität verlieren könnte. In der Literatur wird berichtet, dass nicht das Mobiltelefon oder das Telefonieren süchtig machen, sondern der Wunsch zu wissen, was aktuell passiert, und für andere Menschen jederzeit erreichbar zu sein (Bleuel, 2008).

Von der Hälfte der Teilnehmenden wird ein *massvoller Umgang mit dem Mobiltelefon* gewünscht. Es wird betont, dass im Zusammensein mit Freunden und Bekannten Gespräche geführt werden möchten, die nicht von Smartphones dominiert werden.

Persönlichkeit und mobile Erreichbarkeit

Alle Teilnehmenden der vorliegenden Untersuchung zeigen aufgrund des NEO-FFI nach Costa und McCrae (1992) durchschnittliche Werte in den Persönlichkeitsdimensi-

onen Neurotizismus, Extraversion und Gewissenhaftigkeit. Einzig die Faktoren Offenheit und Verträglichkeit liegen mit ihren Mittelwerten an der Untergrenze zur Norm oder knapp unter dem Durchschnitt.

Im Hinblick auf die **Offenheit** deuten die Werte auf ein eher konventionelles und wenig neugieriges Verhalten der Befragten hin. In Aussagen von einem grossen Teil der Probandinnen und Probanden zeigt sich, dass sie *Handytelefonate in der Öffentlichkeit missbilligen*. Auch befragte Personen mit durchschnittlichen Werten in ihrer Offenheit geben an, dass sie in öffentlichen Verkehrsmitteln oder Einkaufsgeschäften ungern Mit Hörer von persönlichen Gesprächen sind. In der Literatur beschreibt Srivastava (2005) die geringe Toleranz für Mobilkommunikation im öffentlichen Raum ebenfalls und vermutet einen Zusammenhang zu begrenzter Offenheit für technische Entwicklungen.

Alle Werte zur **Verträglichkeit** der interviewten Personen befinden sich in der Norm oder sind leicht darunter. Der Vergleich dieser Ausprägung mit den Ausführungen der Befragten liefert einen Hinweis auf eine tendenziell *skeptische Einstellung gegenüber der mobilen Erreichbarkeit*. Die Teilnehmenden äussern in diesem Zusammenhang eine kritische Haltung gegenüber Menschen, die sich während eines Treffens von ihrem mobilen Gerät ablenken lassen. Ihnen erscheint die ständige Verwendung eines mobilen Gerätes in geselliger Runde unangebracht. Caporael und Xie (2003) erwähnen in ihrer Studie, dass hohe Verträglichkeit ein Indiz für eine positive Reaktion auf unangemessenen Handygebrauch ist. Entsprechend bedeuten tiefe Verträglichkeitswerte eine skeptische Haltung gegenüber Situationen, in denen Gespräche oder gemeinsame Aktivitäten von Mobiltelefonen dominiert werden.

Was den Persönlichkeitsfaktor des **Neurotizismus** betrifft, so liegen die Teilnehmenden dieser Studie mit ihren Werten innerhalb der Standardabweichung. Die Probandinnen und Probanden zeigen sich im Umgang mit ihrer Erreichbarkeit zwar teilweise besorgt, eine emotionale Überbewertung dieses Aspekts findet aber nicht statt. Obwohl die Probandenwerte im Durchschnitt liegen, finden sich Aussagen von mehr als der Hälfte aller Befragten, die auf eine *Verminderung der emotionalen Ausgeglichenheit* hinweisen, sobald ein Kommunikationspartner über längere Zeit (drei Stunden und mehr) nicht erreichbar ist. In der Literatur wird beschrieben, dass das Ausbleiben einer SMS und die *Nicht-Erreichbarkeit von Gesprächspartnern* bei emotional stabilen anders bewertet werden als bei emotional labilen Persönlichkeiten (Döring, 2008). Turner, Love und Howell (2008) bestätigen dies mit dem Befund, dass labile Personen überraschende Nicht-Erreichbarkeit ihres Kommunikationspartners weniger gut verarbeiten als stabile Personen. Ein Teil der Befragten gibt an, dass sie dank ihres technischen Know-hows einen entspannten Umgang mit mobilen Geräten haben und sich deshalb weniger zu Angst oder Stress verleiten lassen, falls die mobile Erreichbarkeit unterbrochen wird. Dass *Technikinteresse* als positive Grundlage für das Erleben von Emotionen in Verbin-

dung mit mobiler Erreichbarkeit gesehen werden kann, wird auch von Döring (2008) beschrieben.

Beim Faktor **Extraversion** liegt die Streuung aller Werte im Bereich des unteren bis mittleren Durchschnitts. Somit umfasst die Stichprobe dieser Untersuchung Menschen, die weder ausgeprägt zurückhaltend noch überdurchschnittlich aktiv und gesprächig sind. Bei einem kleinen Teil der Probandinnen und Probanden lässt sich der Hinweis finden, dass sie *in der Öffentlichkeit nicht gerne telefonieren*. Sie zeigen sich damit eher zurückhaltend und grenzen ihr Bedürfnis nach mobiler Erreichbarkeit im öffentlichen Raum ein. Love und Kewley (2005) erwähnen, dass tiefe Extraversionswerte mit einer zurückhaltenden Art einhergehen und somit auf öffentlichen Plätzen mit Handys weniger gern telefoniert wird. Die Studie von Richardson (2009) zeigt einen signifikanten Zusammenhang zwischen Extraversion und dem Umgang mit mobiler Erreichbarkeit auf. Richardson hebt das Selbstbewusstsein als entscheidender Faktor für das Bedürfnis nach mobiler Erreichbarkeit hervor.

Aus den Daten der Persönlichkeitsdimension der **Gewissenhaftigkeit** lässt sich ablesen, dass die interviewten Personen im Normbereich liegen und damit eine *ausgeglichene Selbstkontrolle* aufweisen. In diesem Sinn zeigen sich alle Teilnehmenden ihrem Berufsleben gegenüber verpflichtet, sich an interne Abmachungen und Vereinbarungen hinsichtlich ihrer mobilen Erreichbarkeit zu halten. Ein Teil der Befragten befolgt mündlich ausgesprochene oder schriftlich festgehaltene Richtlinien zur privaten Nutzung des Internet oder des Mobiltelefons, sofern diese vorhanden sind. Einige Personen erwähnen, dass sie die Arbeitszeiten selten für private Zwecke nutzen und wenn, dann sei es von kurzer Dauer und in einer *loyalen Gesinnung dem Unternehmen gegenüber*. Dieses Verhalten findet sich bei Glotz und Bertschi (2006) insofern bestätigt, dass sich gewissenhafte Menschen an informelle Regeln der Handynutzung halten und das mobile Gerät auch gezielt einzusetzen wissen. Ein kleiner Teil der Befragten erklärt, dass es ihnen wichtig ist, die Kontrolle über ihr Nutzungsverhalten zu behalten. Diese Probanden weisen auf die Gefahren einer Abhängigkeit von mobiler Erreichbarkeit hin. Ein solches Verhalten wird auch in der Literatur beschrieben (Döring, 2008). Persönlichkeitsdimensionen gelten demnach zwar als stabil und zeitlich überdauernd, können sich aber über die Jahre hinweg verändern, insbesondere bei Digital Natives, für die das Handy im Alltag ein ständiger Begleiter ist.

8.2 Interpretation der Ergebnisse

Im Folgenden werden aufgrund der Befunde der vorliegenden Untersuchung Schlussfolgerungen zum Thema Umgang und Erleben mobiler Erreichbarkeit im Spannungsfeld von Berufs- und Privatleben sowie zum Einfluss der Persönlichkeitsfaktoren abgeleitet.

Die **Nutzung mobiler Medien** hat einen Einfluss darauf, wie jemand mit mobiler Erreichbarkeit umgeht. Es zeigt sich, dass Berufstätige mobile Geräte hauptsächlich als Kommunikations- und Organisationsmedium und weniger zur Unterhaltung nutzen. Dies ist ein Hinweis darauf, dass Mobilgeräten eine praktische Bedeutung beigemessen wird. Vor allem im Alltag sind sie als ständige Begleiter zwischen Berufs- und Privatleben kaum mehr wegzudenken. Auffallend ist, dass alle Befragten sowohl ein Mobiltelefon wie auch ein Laptop benutzen. Sie wollen damit ihre privaten wie auch beruflichen Bedürfnisse hinsichtlich der mobilen Kommunikation abdecken. Es ist anzunehmen, dass der Tablet-PC in Zukunft als Hybridmedium der jüngsten Generation vermehrt eine Rolle spielen wird.

Die vorliegende Studie zeigt im **Erleben mobiler Erreichbarkeit** auf, dass die mobilen Geräte für die Organisation des Alltags sowie für die ortsungebundene Kommunikation als wertvoll erachtet werden. Gleichzeitig wecken die Möglichkeiten der Mobilkommunikation auch Befürchtungen, dass die Grenzen von beruflicher und privater Erreichbarkeit aufgelöst werden. Hierbei scheint das Eindringen privater Mitteilungen während der Arbeit weitgehend toleriert zu werden. Berufliche Mitteilungen hingegen werden im Privatleben als störend empfunden. Dies sind erste Hinweise auf die Zweiseitigkeit im Erleben mobiler Erreichbarkeit. Darüber hinaus deuten die Ergebnisse darauf hin, dass mobile Erreichbarkeit soziale Zugehörigkeit ermöglicht und aufrecht erhalten kann. Dabei gewährleisten mobile Medien Stabilität und Kontinuität in der Beziehungsgestaltung zu nahestehenden Personen. Es gilt aber auch zu bedenken, dass eine Reduktion oder Ablehnung mobiler Kommunikation die soziale Integration erschweren kann. Der Grund liegt vermutlich darin, dass soziale Erwartungen an die Erreichbarkeit in Form eines Gruppendrucks eine Rolle spielen. Im Weiteren zeigt sich, dass sich die Art der Kommunikation von direkten Telefongesprächen zu mehr Textnachrichten verschoben hat. Die Kommunikation erhält dadurch einen eher unpersönlichen Charakter und Mitteilungen werden nicht selten missverständlich oder unverbindlich erlebt. Zum anderen verschwimmen die Grenzen vom privaten und öffentlichen Raum. Die ortsunabhängige Nutzung mobiler Medien hat zu einer Privatisierung des öffentlichen Raums geführt. Es kann festgehalten werden, dass das Eindringen von Privatem in die Öffentlichkeit als Verlust von Intimität und damit verbunden auch als eine Verletzung der Höflichkeitsregeln wahrgenommen wird.

Der Ping-Pong-Effekt wird als unnötiges und zeitraubendes Hin und Her von Mitteilungen beschrieben. Um diesem Sisyphus-Charakter zu begegnen, scheint es notwendig, die eigenen Erwartungen an umgehende Beantwortung von Anrufversuchen und Mitteilungen zu überdenken. Ebenso scheint es diesbezüglich sinnvoll, die Ansprüche mit anderen Kommunikationspartnern zu klären.

Mobile Medien ermöglichen eine zeitlich flexible Nutzung. Dadurch wird eine zeitliche Entlastung erfahren und eine effiziente Verarbeitung von Mitteilungen ermöglicht. In kürzerer Zeit können mehr Informationen verarbeitet werden, was aber auch zu einer grösseren Belastung führen kann. Eine zusätzliche Verstärkung dieses Effekts bildet die Problematik einer Rund-um-die-Uhr-Kommunikation mit einer zunehmenden Nichtbeachtung von Mittags- und Nachtruhen. Daraus lässt sich schliessen, dass ständige Erreichbarkeit einerseits als Zeitersparnis, andererseits als Beschleunigung und Anhäufung von Informationen erlebt wird. Was mobile Medien vermutlich an Zeitersparnis mit sich bringen, wird durch ein Mehr an Informationen wieder zunichte gemacht. In diesem Zusammenhang dürfte es entscheidend sein, wie weit die mobile Erreichbarkeit zugelassen und reguliert wird.

Abschliessend kann konstatiert werden, dass Sorgen oder gar Ängste über eine von aussen beeinflusste oder fremdbestimmte eigene Erreichbarkeit zum Ausdruck kommen. Andererseits scheint doch gleichzeitig die Mehrzahl an eine weitestgehend selber zu kontrollierende oder zumindest an eine Wahl der (Nicht-)Erreichbarkeit zu glauben. Der Wunsch erreichbar sein zu wollen und erreichbar sein zu müssen ist offenbar ein schwer zu vereinbarender Anspruch. Im Umgang mit mobilen Medien scheint es nicht möglich, diesem Dilemma auszuweichen, vielmehr gilt es, sich diesem zu stellen. Damit diese widersprüchlichen Anforderungen konstruktiv bewältigt und somit positiv erlebt werden, ist ein bewusster Umgang mit mobilen Medien notwendig. Der zweckdienliche Umgang mit der Erreichbarkeit ist nicht gegeben. Er will gelernt, ständig überdacht und an die persönlichen Bedürfnisse angepasst werden. Es scheint bedeutsam, die eigenen und fremden Erwartungen an die private und berufliche Erreichbarkeit zu diskutieren und zu klären.

Gemäss dieser Untersuchung gibt es verschiedene Faktoren, die den **Umgang mit mobiler Erreichbarkeit** beeinflussen. Als zentraler Aspekt kann festgehalten werden, dass für viele eine Strukturierung der eigenen mobilen Erreichbarkeit hilfreich und bedeutsam ist. Dass die meisten Befragten nach der Arbeit nicht mehr für berufliche Zwecke telefonisch oder per E-Mail erreichbar sein wollen, hat vermutlich damit zu tun, dass das Privatleben der Erholung und der Pflege von sozialen Kontakten zugedacht wird.

Umgekehrt wird die mobile Erreichbarkeit während der Arbeitszeit von den Befragten strukturiert und nur eingeschränkt zugelassen. Eine Ausnahme bilden anscheinend Familienangehörige oder enge Freunde, was den hohen Stellenwert von mobilen Medien für die private Kommunikation hervorhebt. Es lässt sich feststellen, dass eine vollständige Trennung von privater und beruflicher Erreichbarkeit weder möglich ist noch von den Befragten gewünscht wird. Im Vergleich mit der Literatur erweist sich eine Aufteilung des Lebens in einen beruflichen und privaten Teil ebenfalls nicht als realitätsnah.

Die Vermischung beider Bereiche zeigt sich im Lauf der fortschreitenden technologischen Entwicklung der Mobilkommunikation als gegeben. Erstrebenswert ist ein wohl- ausgewogenes Zusammenspiel von Berufs- und Privatleben. Mobilfunkbenutzer sind somit aufgefordert, ihre jeweiligen Ressourcen und Belastungen im Umgang mit mobiler Erreichbarkeit zu reflektieren, um sich zu entscheiden, wie sie ihre eigene Erreichbarkeit und Verfügbarkeit gestalten wollen. Dass die Teilnehmenden dieser Studie bereits einen bewussten Umgang mit ihrer mobilen Erreichbarkeit pflegen, zeigt sich insbesondere an den häufigen Äusserungen zum eigenen Recht auf Nicht-Erreichbarkeit. Jede Person will sich ab und zu vom Mobilfunkgeschehen abkoppeln und erlaubt sich dies, ohne ein schlechtes Gewissen zu haben. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass all jene, die beruflich verpflichtet sind, abends, nachts oder an Wochenenden auf ihrem Mobiltelefon erreichbar zu sein, gewisse Einbussen in der Freizeit hinnehmen müssen. Das bedeutet, dass sie über ihre „Inseln der Nicht-Erreichbarkeit“ nur bedingt verfügen können.

Nur ein kleiner Teil der Befragten berichtet über mündlich oder schriftlich vereinbarte Regeln zur beruflichen Erreichbarkeit. Dennoch darf davon ausgegangen werden, dass Richtlinien und Vereinbarungen für das berufliche Umfeld wie auch Abmachungen oder Regeln im privaten Bereich für einen positiven Umgang mit mobiler Erreichbarkeit förderlich sind. Zusammenfassend deuten die Ergebnisse im Umgang mit mobilen Medien darauf hin, dass die Erreichbarkeit nicht dem Zufall überlassen werden möchte.

Hinsichtlich der **Perspektiven mobiler Medien** zeigt sich eine allgemeine Offenheit für weitere technologische Errungenschaften in der Mobilkommunikation. Ausserdem wird es als wichtig erachtet, mit der Entwicklung der mobilen Medien Schritt zu halten. Es ist anzunehmen, dass der Anschluss an berufliche Anforderungen nicht verpasst oder mit der zunehmenden mobilen Mediennutzung der eigenen Kinder mitgehalten werden möchte. Hierbei dürfte auch der Wunsch der Digital Immigrants zum Ausdruck kommen, mit der Generation der Digital Natives technologisch mitziehen zu können.

Es kann festgehalten werden, dass die zunehmende Mobilität mehrheitlich positive Gefühle auslöst, da im Berufs- wie im Privatleben förderliche Aspekte erkannt werden. Darin werden persönliche Vorteile verstanden, die insbesondere die Organisation des Alltags erleichtern. Gleichzeitig weist die vorliegende Studie auf Bedenken einer Zunahme beruflicher und privater Erreichbarkeit hin, die belastende Auswirkungen auf das Wohlbefinden haben kann. Es kommt zum Ausdruck, dass die ansteigende Vermischung von Berufs- und Privatleben aufgrund vielfältiger Möglichkeiten der Mobilität stets mit Vorsicht zu geniessen ist; nicht zuletzt auch deswegen, weil eine Abhängigkeit von mobilen Geräten befürchtet wird.

Als Fazit kann ein Widerspruch festgehalten werden: Einerseits will mit der Entwicklung der mobilen Kommunikationsgesellschaft mitgehalten werden und andererseits zeigt sich das Bedürfnis, mit dem zunehmenden Stellenwert der mobilen Medien massvoll und selbstbestimmt umzugehen.

Die Untersuchungsergebnisse des Persönlichkeitsfragebogens NEO-FFI weisen im Vergleich mit Aussagen von Teilnehmenden dieser Studie darauf hin, dass **Persönlichkeit und mobile Erreichbarkeit** einige nennenswerte Beziehungen aufzeigen. Interessant ist zunächst die Feststellung, dass alle interviewten Personen ein Persönlichkeitsprofil aufweisen, das sich im Normbereich befindet. Gleichzeitig streben alle Befragten im Umgang mit mobiler Erreichbarkeit eine klare Strukturierung ihrer eigenen Erreichbarkeit an. Dies lässt die Vermutung zu, dass es einen Zusammenhang gibt zwischen durchschnittlichen Werten in allen fünf Persönlichkeitsdimensionen und dem Bedarf nach einer selbstbestimmten und reflektierten Regelung der eigenen und fremden mobilen Erreichbarkeit.

Dass ein grosser Teil der Befragten Handytelefonate in der Öffentlichkeit missbilligt und damit auch ungern Privates von unbekanntem Dritten mithört, scheint in Anbetracht der insgesamt eher knapp durchschnittlichen Werte in der Offenheit bedeutsam zu sein. Es kann mit Vorsicht geschlossen werden, dass der Faktor Offenheit mit der Toleranz für Mobilkommunikation in der Öffentlichkeit zusammenhängt. Dies ist jedoch nur ein Hinweis und kann keineswegs generalisiert werden.

In der Literatur zeigt sich das Interesse für technologische Entwicklungen ebenfalls als beeinflussender Aspekt bezüglich der Offenheit und Akzeptanz von öffentlich geführten Handygesprächen. Aufgrund der gesammelten Daten dieser Untersuchung kann dieser Punkt aber nur teilweise bestätigt werden. Auffallend ist in diesem Zusammenhang, dass männliche Teilnehmer mit unterdurchschnittlichen Offenheitswerten ein überaus grosses Technikinteresse aufweisen. Dabei handelt es sich um Digital Natives wie auch um Digital Immigrants. Das Interesse für technische Fortschritte spielt in der Dimension des Neurotizismus ebenfalls eine Rolle. Befunde aus der aktuellen Forschung belegen, dass die Vertrautheit mit technologischen Funktionen der mobilen Medien hilfreich ist, um im Zusammenhang mit mobiler Erreichbarkeit weniger Angst und Stress zu erleben.

In dieser Studie hat sich gezeigt, dass sich die emotionale Ausgeglichenheit etwas reduziert, wenn der Gesprächspartner über längere Zeit nicht erreichbar ist. Auch Gefühle wie besorgt oder genervt sein kommen auf. Die Situationen werden von den betreffenden Personen jedoch nicht überbewertet. Das gibt Grund zur Annahme, dass sich Menschen mit durchschnittlichen Neurotizismuswerten im Umgang mit mobiler Erreichbarkeit keine unnötigen Sorgen machen, wenn eine Kontaktaufnahme nicht sofort gelingt. Interessant wäre es zu erfahren, wie emotional labile Personen mit den genannten Mo-

menten umgehen und wie sie diese erleben. Die Daten zur Gewissenhaftigkeit deuten insgesamt auf eine Stichprobe hin, die im Wesentlichen über eine ausgewogene Selbstkontrolle verfügt, was den positiven Einfluss auf einen disziplinierten Umgang mit mobilen Medien vermuten lässt.

Was die Extraversion betrifft, so deuten die Resultate der vorliegenden Arbeit darauf hin, dass die befragten Personen in der Öffentlichkeit nicht gerne mit dem Handy telefonieren. Wahrscheinlich ist hier auch ein Zusammenhang mit der kritischen Haltung zu sehen, die sich in der Dimension der Verträglichkeit abbildet. Es scheint eine Überlappung zu geben zwischen der Fähigkeit zur Skepsis und dem eigenen Verhalten auf öffentlichen Plätzen. Sowohl die übermässige Verwendung mobiler Medien wie auch das Verbreiten privater Inhalte mittels Handytelefonate werden von den interviewten Personen dieser Studie zu einem grossen Teil in Frage gestellt oder abgelehnt. Es ist zu vermuten, dass eine skeptische Haltung gegenüber ständiger Erreichbarkeit dazu anhält, den eigenen Umgang mit Mobilkommunikation vermehrt zu hinterfragen und zugleich auch zurückhaltend in der Öffentlichkeit zu telefonieren. Um diese Hypothese zu verifizieren, müssten im Rahmen einer zusätzlichen Studie und mit einer grösseren Stichprobe weitere Daten gesammelt werden.

Schliesslich gibt es Befunde anderer Untersuchungen, die besagen, dass der Umgang mit mobilen Medien Auswirkungen auf die Persönlichkeit haben kann. In der vorliegenden Studie kann dies jedoch nicht bestätigt werden. Die gewonnenen Resultate weisen vielmehr darauf hin, dass eher die Persönlichkeit den Umgang mit der Erreichbarkeit beeinflusst und nicht umgekehrt.

8.3 Kritische Stellungnahme

Um den Gegenstandsbereich der mobilen Erreichbarkeit zu explorieren, hat sich der verwendete Untersuchungsplan wie auch die Forschungsmethode als geeignet erwiesen. Es gelang, den komplexen Forschungsgegenstand zu erfassen und gleichzeitig detailliertes Datenmaterial zu gewinnen. Mittels einer induktiven Vorgehensweise bei der Auswertung der Daten konnten neue Aspekte des Themenbereiches erfasst werden. Ebenfalls fanden sich in den Aussagen der Probandinnen und Probanden Parallelen zum aktuellen Stand der Forschung sowie zu einigen persönlichkeitspsychologischen Konzepten. Die Grösse der untersuchten Stichprobe mit zehn Teilnehmenden kann als ausreichend betrachtet, darf aber nicht als repräsentativ angesehen werden. Dies hat zur Folge, dass die Ergebnisse in ihrer Generalisierbarkeit beeinträchtigt sind.

In der Auswertung war es nicht immer einfach, die Kategorien Umgang und Erleben trennscharf zu behandeln, da diese oft in gegenseitiger Abhängigkeit stehen. Häufig stellte sich die Frage, ob das Erleben der Erreichbarkeit den Umgang mit mobilen Me-

dien prägt oder umgekehrt der Umgang mit mobilen Medien das Erleben der Erreichbarkeit beeinflusst. Ausserdem hat sich der Versuch, die Persönlichkeit mittels einer quantitativen Erhebung mit dem Erleben und dem Umgang mobiler Erreichbarkeit in Verbindung zu bringen, als äusserst vielschichtig und herausfordernd erwiesen und den Rahmen dieser Arbeit beinahe gesprengt. Des Weiteren sind in der untersuchten Stichprobe keine Probandinnen und Probanden aus bildungsfernen Schichten enthalten. Es stellt sich deshalb die Frage, inwiefern das kognitive Potenzial und die Fähigkeit zur Introspektion den Umgang mit mobiler Erreichbarkeit beeinflussen.

Grundsätzlich wurde die Arbeit zu zweit als wertvoll und sinnvoll empfunden. Gerade im Rahmen einer qualitativen Untersuchung hat sich der Austausch über die Inhalte der Interviews als gewinnbringend erwiesen. Es kann davon ausgegangen werden, dass durch das Vieraugenprinzip die Validität der Studie verbessert und grobe Interpretationsfehler vermieden werden konnten.

8.4 Weiterführende Gedanken

Im Rahmen dieser Studie haben sich Themenbereiche eröffnet, die nicht Gegenstand der Fragestellung waren, aber von Interesse für weitere Untersuchungen sein könnten. Dazu gehört beispielsweise die Frage nach den Auswirkungen des mobilen Kommunikationsverhaltens auf die Persönlichkeitsstruktur. Es ist damit zu rechnen, dass der Trend zu mehr mobiler Kommunikation anhält. Dementsprechend wird auch ein grösserer Einfluss auf den Menschen erwartet. Es scheint, dass die bis anhin als stabil geltenden und zeitlich überdauernden Persönlichkeitseigenschaften in einen Prozess der Veränderung geraten. Langzeitstudien könnten Aufschluss geben, inwiefern die Handhabung mobiler Medien und der intensive Bedarf nach ständiger Erreichbarkeit den individuellen Charakter tatsächlich zu beeinflussen vermögen. Hierbei wäre es auch interessant zu erfahren, ob und inwiefern sich Digital Natives von Digital Immigrants unterscheiden. Zusätzlich könnte mittels Korrelationsstudien überprüft werden, ob es Persönlichkeitsfaktoren gibt, die aufgrund ständiger Erreichbarkeit für eine langfristige Veränderung anfälliger sind als andere Dimensionen.

Schon seit längerer Zeit wird in der Wissenschaft vom Internetparadox gesprochen, also der Kluft zwischen der wachsenden digitalen Welt und einem Mangel an direkten Kontakten. Die durch mobile Medien ermöglichte ständige Erreichbarkeit und Kommunikation mit andern erweckt den Anschein einer sozialen Vernetzung und Einbettung. In der Realität scheinen jedoch immer mehr Menschen trotz sozialer Medien alleine und isoliert zu leben und ihren Kommunikationspartnern nicht allzu nahe zu kommen. E-Mail, SMS, Twitter und Facebook dürften in Politik, Wirtschaft und Freundschaft durchaus ihre Berechtigung haben, aber ein direktes Gespräch können sie wohl nicht ersetzen. Eine Studie zu diesem Themenbereich könnte Hinweise geben, in welchem Ausmass

mobile und soziale Medien genutzt werden, um Face-to-Face-Gespräche zu arrangieren und somit nicht der Endpunkt, sondern der Beginn von direkten Kontakten darstellen.

Ein weiterer möglicher Themenbereich betrifft die Nutzung der mobilen Geräte durch eine sich etablierende Wegwerfgesellschaft. Durch die technologisch rasante Weiterentwicklung von Mobiltelefonen besteht vermehrt das Bedürfnis, ein Gerät zu besitzen, das dem neusten Stand der Technik entspricht. Dies hat wiederum zur Folge, dass die Benutzungszeit eines Mobiltelefons vom Kauf bis zum Austausch gegen ein aktuelleres Modell immer kürzer wird. Dieser Trend wird auch durch die Tatsache unterstützt, dass viele Mobilfunkanbieter Verträge verkaufen, bei denen der Kunde automatisch alle zwei Jahre ein neues Gerät erhält, obwohl das alte noch voll funktionsfähig ist. Die alten Geräte werden selten in den Verkaufsstellen abgegeben, um sie dem Recycling zuzuführen. Somit liegen sie millionenfach ungenutzt in irgendwelchen Schubladen. Diese Geräte enthalten wertvolle Rohstoffe, zum Beispiel Edelmetalle wie Gold und Silber, für die High-Tech-Industrie wichtige Metalle wie Indium und Tantal oder sogenannte Seltene Erden wie Thulium und Lutetium. Die Gewinnung der Metalle, aber auch die unsachgemässe Entsorgung im Haushaltskehrriech verursachen immense Umweltschäden. Bei deren Abbau fallen grosse Mengen an Rückständen an, die giftige Abfälle enthalten. Um den Abbau dieser für die Produktion eines Handys notwendigen Elemente und die damit verbundenen Umweltschäden zu reduzieren, gibt es zwei Möglichkeiten: weniger Verbrauch und mehr Recycling. Mit einer Studie könnte der Frage nachgegangen werden, wie sensibilisiert Mobilfunknutzer bezüglich der dargestellten Problematik sind und inwiefern ihr Kaufverhalten im Zusammenhang mit Mobilfunkgeräten von ökologischen Überlegungen beeinflusst wird.

Es gäbe sicherlich noch eine ganze Reihe spannender und gesellschaftlich bedeutsamer Forschungsgegenstände zum Thema Mobilkommunikation, denn aus dem Alltag sind und werden auch in Zukunft Mobiltelefon, Laptop, Tablet-PC & Co. wohl kaum mehr wegzudenken sein.

9 Literatur

- Allport, G.W. (1961). *Pattern and growth in personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Allport, G.W., & Odbert, H.S. (1936). Trait-names: A psycholexical study. *Psychological Monographs*, 47 (Whole No. 211).
- Asendorpf, J. (2004). *Psychologie der Persönlichkeit*. Berlin: Springer.
- BAKOM, Bundesamt für Kommunikation (2011). *Amtliche Fernmeldestatistik 2010. Provisorische Ergebnisse* [Online]. Available: http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/zahlen/00744/00746/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t,lnp6I0NTU042I2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCDeoR8fmym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A-- (Stand 2012-01-31)
- Barkhuus, L. (2003). *How to define the communication situation: Context measures in present mobile telephony* [Online]. Available: <http://www.itu.dk/people/barkhuus/barkhuuscontext03.pdf> (Stand 2012-01-31)
- Batinic, B. & Appel, M. (Hrsg.). (2008). *Medienpsychologie*. Heidelberg: Springer.
- Baumgarten, F. (1933). *Die Charaktereigenschaften*. Bern: Francke.
- Baumgartner, C. & Gisler, V. (2010). *Nonstop@work. Kompetenter Umgang mit ständiger Erreichbarkeit*. Zürich/Baden: Kaufmännischer Verband Schweiz/ifa Institut für Arbeitsmedizin.
- Bergvik, S. (2004). *Disturbing cell phone behavior – a psychological perspective. Implications for mobile technology in tourism* [Online]. Available: <http://move.tele.no/pub/R%2029%202004%20Disturbing%20cell%20phones.pdf> (Stand: 2012-02-06)
- BITKOM, Bundesverband Informationsgesellschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (2011). *Netzgesellschaft. Eine repräsentative Untersuchung zur Mediennutzung und dem Informationsverhalten der Gesellschaft in Deutschland* [Online]. Available: http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Publikation_Netzgesellschaft.pdf (Stand: 2012-01-31)
- Bleuel, H.-S. (Hrsg.). (2008). *Generation Handy. Grenzenlos im Netz verführt*. St. Ingbert: Röhrig Universitätsverlag.

- Borkenau, P. & Ostendorf, F. (2008). *NEO-Fünf-Faktoren Inventar (NEO-FFI) nach Costa und McCrae* (2., neu normierte u. vollst. überarb. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Brown, B., Green, N. & Harper, R. (Eds.). (2002). *Wireless world. Social and interactional aspects of the mobile age*. London: Springer.
- Burkart, G. (2000). Mobile Kommunikation. Zur Kulturbedeutung des „Handy“. *Soziale Welt, 51*, 209-232.
- Burkart, G. (2007). *Handymaniamania. Wie das Mobiltelefon unser Leben verändert hat*. Frankfurt: Campus.
- Caporael, L. R., & Xie, B. (2003). Breaking time and place: Mobile technologies and reconstituted identities. In J. E. Katz (Ed.), *Machines that become us. The social context of personal communication technology* (pp. 219-231). New Brunswick: Transaction Publishers.
- Carver, C.S., & Scheier, M.F. (2008). *Perspectives on personality* (6th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Castells, M., Fernández-Ardevol, M., Qiu, J.L. & Sey, A. (2007). *Mobile communication and society: A global perspective*. Massachusetts: Institute of Technology.
- Cattell, R.B. (1943). The description of personality: Basic traits resolved into clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 38*, 405-435.
- Cooper, G. (2002). The mutable mobile: Social theory in the wireless world. In B. Brown, N. Green & R. Harper (Eds.), *Wireless world. Social and interactional aspects of the mobile age* (pp. 19-31). London: Springer.
- Costa, P.T. (Jr.) & McCrae, R.R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI). Professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Döring, N. & Dietmar, C. (2003). *Mediated communication in couple relationships: Approaches for theoretical modelling and initial qualitative findings* [Online]. Available: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/676/1463> (Stand: 2012-02-06)
- Döring, N. (2004). Wie verändern sich soziale Beziehungen durch Mobilkommunikation? Eine Analyse von Paar-, Familien- und Freundschaftsbeziehungen. In U. Thiedeke (Hrsg.), *Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken* (S. 240-280). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

- Döring, N. (2005). Psychologische Aspekte der Mobilkommunikation. In J.R. Höflich & J. Gebhardt (Hrsg.), *Mobile Kommunikation. Perspektiven und Forschungsfelder* (S. 61-88). Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- Döring, N. (2008). Mobilkommunikation: Psychologische Nutzungs- und Wirkungsdimensionen. In B. Batinic & M. Appel (Hrsg.), *Medienpsychologie* (S. 219-240). Heidelberg: Springer.
- Feldhaus, M. & Logemann, N. (2006). *Die Kommunikationsmedien Internet und Mobiltelefon im familialen Alltag* [Online]. Available: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/feldhaus_logemann_medien/feldhaus_logemann_medien.pdf
(Stand: 2012-02-06)
- Flick, U., von Kardoff, E. & Steinke, I. (Hrsg.). (2008). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. London: Sage.
- Gangl, K. & Birkner, G. (2009). *Kundenkompass Stress. Aktuelle Bevölkerungsbefragung: Ausmass, Ursachen und Auswirkungen von Stress in Deutschland*. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut.
- Garbe, D. & Lange, K. (Hrsg.). (1991). *Technikfolgenabschätzung in der Telekommunikation*. Berlin: Springer.
- Geser, H. (2005). Soziologische Aspekte mobiler Kommunikation. Über den Niedergang orts- und raumbezogener Sozialstrukturen. In J.R. Höflich & J. Gebhardt (Hrsg.), *Mobile Kommunikation. Perspektiven und Forschungsfelder* (S. 43-59). Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- Glutz, P. & Bertschi, S. (2006). People, mobiles and society: Concluding insights from an international expert survey. *Knowledge, Technology & Policy*, 19 (2), 69-92.
- Häcker, H.O. & Stapf, K.-H. (Hrsg.). (2009). *Dorsch Psychologisches Wörterbuch* (15., vollst. überarb. u. erw. Aufl.). Bern: Huber.
- Haddon, L., de Gournay, Ch., Lohan, M., Östlund, B., Palombini, I., Sapio, B. & Kilegran, M. (2002). *From mobile to mobility: The consumption of ICTs and mobility in everyday life* [Online]. Available: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/whosWho/AcademicStaff/LeslieHaddon/Mobility%20and%20ICTs.pdf>
(Stand 2012-01-31)

- Hano, E. (2011). *Ständige Verfügbarkeit versus Privatsphäre – mit Konflikten neuer Art klug umgehen* [Online]. Available:
http://www.kda-bayern.de/fileadmin/user_upload/download/kda/Dokumente/Tutzing/2011/hano.pdf
 (Stand: 2012-02-01)
- heise online (2000). *Süchtig: 217 SMS pro Tag* [Online]. Available:
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Suechtig-217-SMS-pro-Tag-29059.html>
 (Stand: 2012-02-08)
- Höflich, J.R. & Gebhardt, J. (Hrsg.). (2005a). *Mobile Kommunikation. Perspektiven und Forschungsfelder*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- Höflich, J.R. & Gebhardt, J. (2005b). Mobile Kommunikation und die Privatisierung des öffentlichen Raums. Ergebnisse einer explorativen Studie. In J.R. Höflich & J. Gebhardt (Hrsg.), *Mobile Kommunikation. Perspektiven und Forschungsfelder* (S. 135-157). Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- Höflich, J.R. (2005). An mehreren Orten zugleich. Mobile Kommunikation und soziale Arrangements. In J.R. Höflich & J. Gebhardt (Hrsg.), *Mobile Kommunikation. Perspektiven und Forschungsfelder* (S. 19-41). Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- Höflich, J.R. (2011). *Mobile Kommunikation im Kontext*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- Jurczyk, K., Schier, M., Szymenderski, P., Lange, A. & Voss, G. (2009). *Entgrenzte Arbeit – Entgrenzte Familie. Grenzmanagement im Alltag als neue Herausforderung*. Berlin: Edition Sigma.
- Katz, J.E. (Ed.). (2003). *Machines that become us*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Katz, J.E. & Aakhus, M. (Eds.). (2002). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Katz, J.E. & Aakhus, M. (2002). Introduction: Framing the issues. In J.E. Katz & M. Aakhus (Eds.), *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance* (S. 1-13). Cambridge: Cambridge University Press.
- Klages, L. (1926). *Die Grundlagen der Charakterkunde* (14. Aufl.). Leipzig: Barth.

- Klamer, L., Haddon, L. & Ling, R. (2000). *ICT and everyday life. Report of task 3, The qualitative analysis ICTs and mobility, time stress and social networking* [Online]. Available:
http://www.richardling.com/papers/2000_P903_Task_3_Qualitative_report.pdf
 (Stand: 2012-02-02)
- Lamnek, S. (1988). *Qualitative Sozialforschung. Band 1: Methodologie*. München: Psychologie Verlags Union.
- Landegem, V. & Viswanathan H. (2008). *Anywhere, anytime, immersive communications* [Online]. Available:
http://www.alcatel-lucent.com/enrich/v2i12008/pdf/ECv2i1_AnywhereAnytimeImmersive_en.pdf
 (Stand: 2012-02-07)
- Lang, F.R. & Lüdtke, O. (2005). Der Big-Five-Ansatz der Persönlichkeitsforschung: Instrumente und Vorgehen. In S. Schumann (Hrsg.), *Persönlichkeit: Eine vergessene Größe der empirischen Sozialforschung* (S. 29-39). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lange, K. (1991). Zur Ambivalenz des Mobiltelefons. In D. Garbe & K. Lange (Hrsg.), *Technikfolgenabschätzung in der Telekommunikation* (S. 153-163). Berlin: Springer.
- Laurier, E. (2001). Why people say where they are during mobile phone calls. *Environment and planning D: Society and Space* 19(4), 485–504.
- Levinson, P. (2004). *Cellphone: The story of the world's most mobile medium and how it has transformed everything!* New York: Palgrave Macmillan.
- Licoppe, C. (2003). Two modes of maintaining interpersonal relations through telephone: From the domestic to the mobile phone. In J.E. Katz (Ed.). *Machines that become us* (S. 171-185). New Brunswick: Transaction Publishers.
- Licoppe, C. (2004). 'Connected' presence: The emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape. *Environment and planning D: Society and Space*, 22 (1), 135-156.
- Ling, R. (2004). *The mobile connection: The cell phone's impact on society*. Amsterdam, Boston, Heidelberg, u.a.: Elsevier.
- Ling, R. (2005). Das Mobiltelefon und die Störung des öffentlichen Raums. In J.R. Höflich & J. Gebhardt (Hrsg.), *Mobile Kommunikation. Perspektiven und Forschungsfelder* (S. 115-133). Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.

- Ling, R. & Pedersen, P. (Eds.). (2005). *Mobile communications: Re-negotiation of the social sphere*. London: Springer.
- Love, S. & Kewley, J. (2005). Does personality affect peoples' attitude towards mobile phone use in public places? In R. Ling & P. Pedersen (Eds.), *Mobile communications: Re-negotiation of the social sphere* (pp. 273-284). London: Springer.
- Lowry, D. & Moskos, M. (2005). *Hanging on the mobile phone: Experiencing works and spatial flexibility* [Online]. Available: http://socio.ch/mobile/lowry_moskos.pdf
(Stand: 2012-02-07)
- Mangold, R., Vorderer, P. & Bente, G. (Eds.). (2004). *Lehrbuch der Medienpsychologie*. Göttingen: Hogrefe.
- Mayring, P. (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zum qualitativen Denken* (5., überarb. u. neu ausgestattete Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Meckel, M. (2009). *Das Glück der Unerreichbarkeit. Wege aus der Kommunikationsfalle*. München: Goldmann.
- Mettler-von Meibom, B. (1994). *Kommunikation in der Mediengesellschaft. Tendenzen – Gefährdungen – Orientierungen*. Berlin: Edition Sigma.
- Mignot, S. (2010). *Kundennutzen des mobilen Internet* [Online]. Available: http://www.swisscom.ch/content/dam/swisscom/de/ghq/media/documents/Praesentation_Kundennutzen_des_mobilen_Internets_de.pdf
(Stand 2012-01-31)
- Palen, L., Salzman, M. & Youngs, E. (2001). Discovery and integration of mobile communications in everyday life. *Personal and Ubiquitous Computing*, 5 (2), 109-121.
- Paschen, H., Wingert, B., Coenen, C. & Banse, G. (2002). *Kultur – Medien – Märkte. Medienentwicklung und kultureller Wandel*. Berlin: Edition Sigma.
- Pervin, L.A., Cervone, D. & John, O.P. (2005). *Persönlichkeitstheorien* (5., vollst. überarb. u. erw. Aufl.). München: Ernst Reinhardt Verlag.
- Peters, O. & Ben Allouch, S. (2005). *Always connected: A longitudinal field study of mobile communication* [Online]. Available: <http://doc.utwente.nl/59776/1/Peters04always.pdf>
(Stand: 2012-02-06)

- Petit, C. & Dederichs, F. (2010). *Mobiles Breitband* [Online]. Available: http://www.swisscom.ch/content/dam/swisscom/de/ghq/media/documents/Praesentation_MBB_de.pdf (Stand: 2012-01-31)
- Pöschl, S. (2010). *Die Handhabung mobiler Erreichbarkeit. Experimentelle Überprüfung eines interdependenz- und persönlichkeits-theoretischen Modells*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants* [Online]. Available: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (Stand: 2012-02-06)
- Puro, J. (2002). Finland: A mobile culture. In J. E. Katz und M. Aakhus (Hrsg.), *Perpetual contact* (S. 19-29). Cambridge: University Press.
- Rammstedt, B., Koch, K., Borg, I. & Reitz, T. (2004). Entwicklung und Validierung einer Kurzskala für die Messung der Big-Five-Persönlichkeitsdimensionen in Umfragen. *ZUMA-Nachrichten*, 28, 5-28.
- Richardson, K. M. (2009). *Information lifeline or high-tech tether: An empirical investigation of workplace connectivity behavior*. New York: ProQuest LLC.
- Schmidt, C. (2008). Analyse von Leitfadeninterviews. In U. Flick, E. von Kardoff & I. Steinke (Hrsg.), *Qualitative Forschung. Ein Handbuch* (S. 447-456). London: Sage.
- Schmitt, M. (2004). Persönlichkeitspsychologische Grundlagen. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Eds.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (pp. 151 – 173). Göttingen: Hogrefe.
- Schneider, N.F., Limmer, R. & Ruckdeschel, K. (2002). *Mobil, flexibel, gebunden. Familie und Beruf in der modernen Gesellschaft*. Frankfurt: Campus.
- Schumann, S. (Hrsg.). (2005). *Persönlichkeit: Eine vergessene Größe der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Silny, J. (2005). Gesundheitliche Aspekte mobiler Kommunikationstechniken. In J.R. Höflich & J. Gebhardt (Hrsg.), *Mobile Kommunikation. Perspektiven und Forschungsfelder* (S. 101-113). Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- Soeffner, H-G. (2008). Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. In U. Flick, E. von Kardoff & I. Steinke (Hrsg.), *Qualitative Forschung. Ein Handbuch* (S. 164-175). London: Sage.

Srivastava, L. (2005). Mobile phones and the evolution of social behavior. *Behaviour & Information Technology*, 24, 111-129.

The iPass Global Mobile Workforce Report (2011): *Understanding enterprise mobility trends and mobile usage* [Online]. Available:
http://www3.ipass.com/wp-content/uploads/2011/05/iPass_MWR_Q2_2011.pdf
(Stand: 2012-02-08)

Thiedeke, U. (Hrsg.). (2004). *Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Townsend, A.M. (2000). *Life in the real - mobile telephones and urban metabolism* [Online]. Available:
<http://www.casa.ucl.ac.uk/cyberspace/life-in-the-real-time-city.pdf>
(Stand: 2012-02-02)

Townsend, K. & Batchelor, L. (2005). Managing mobile phones: A work/non-work collision in small business? *New Technology, Work and Employment*, 20 (3), 259-267.

Turner, M., Love, S. & Howell, M. (2008). Understanding emotions experienced when using a mobile phone in public: The social usability of mobile (cellular) telephones. *Telematics & Informatics*, 25 (3), 201-215.

Uzunova, A., Biller, J. & Rossetti, G. (2010). *LTCS: „My future working environment“*. *Work-life balance: Private vs. business life*. Basel: Swisscom.

Weiss, R. (2002). Vom gewandelten Sinn für das Private. In R. Weiss & J. Groebel (Hrsg.), *Privatheit im öffentlichen Raum. Medienwandel zwischen Individualisierung und Entgrenzung* (S. 28-87). Opladen: Leske + Budrich.

Weiss, R. & Groebel, J. (Hrsg.). (2002). *Privatheit im öffentlichen Raum. Medienwandel zwischen Individualisierung und Entgrenzung*. Opladen: Leske + Budrich.

Zihlmann, R. (2008). Die 22 Berufsfelder nach Zihlmann mit Subfeldern [Online]. Available:
http://www.biz-berufsinfo.ch/22_mit_subf07.pdf
(Stand: 2012-03-11)

10 Anhang

Anhang A Interviewleitfaden

Anhang B1-4 Codierleitfaden

Anhang C Kategoriensystem

Anhang D Anzahl Nennungen der Themenbereiche pro Probandin und Proband

Anhang E Bild: Mobile Medien (zu Interviewleitfaden)

A Interviewleitfaden (du-Form)

Interviewnummer: _____	Datum: _____	
Anwesende Person (Kürzel): _____	Geschlecht: _____	Alter: _____
Ausbildung(en): _____ _____		
Berufliche Tätigkeit: _____ _____		
Dauer des Interviews: _____		

Einleitung:

- (Vorstellung der eigenen Person: Wohnort, vorhergehender Beruf, Berufsziel.)
- Anlass für das Interview:
 - Bachelorarbeit an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften mit dem Thema „Das Erreichbarkeits-Dilemma - Umgang und Erleben mobiler Erreichbarkeit im Spannungsfeld von Berufs- und Privatleben“.
 - Auftragsarbeit des Instituts für Angewandte Psychologie.
- Ziel der Arbeit:
 - Untersuchung von Berufstätigen in ihrem Umgang und Erleben mobiler Erreichbarkeit im Spannungsfeld von Berufs- und Privatleben.
 - Gewinnung von Hypothesen, d.h. Ergebnisse der Arbeit sollen Theorien und Thesen für weiterführende Forschungsarbeiten zu diesem Thema liefern.
- Vorgehen: Interview anhand eines Fragekataloges. Möglichst freies Erzählen des Probanden. Evtl. kurzer Überblick über die einzelnen Themen des Interviews. Aufnahme des Gesprächs und darauffolgende anonymisierte Niederschrift.
- Hinweis auf Persönlichkeitsfragebogen (60 Fragen zum Ankreuzen) am Ende des Gesprächs.
- Hinweisen auf Persönlichkeitsschutz.
- Gesprächsdauer: 60-90 Minuten.
- Fragen des Probanden?

1 Einstieg ins Interview

- Bild mit verschiedenen mobilen Medien wird vorgelegt (Anhang E)
 - Ziel: Einstieg ins Thema, warmlaufen
 - Klärung, was unter dem Begriff „mobile Medien“ verstanden wird:
 - Ermöglicht Kommunikation in Form von...
 - ... direkten Gesprächen (telefonieren)
 - ... Sprachmitteilungen (Mailbox auf Handy)
 - ... Textmitteilungen (Mail, SMS)
 - ... Bildmitteilungen (MMS)
 - ... durch mobile Geräte zu jeder Zeit an jedem Ort

Leitfadenfrage 1a

- Welche Gedanken kommen dir beim Betrachten des Bildes spontan in den Sinn?

Vertiefungsfragen 1a

- Welche Gefühle weckt das Bild in dir?
- Welche Art von mobilen Geräten benutzt du selber regelmässig?

2 Stellenwert von mobilen Medien

Leitfadenfrage 2a

- Welche Bedeutung haben mobile Medien in deinem Leben?

Vertiefungsfrage 2a

- Wie viel Zeit verbringst du mit mobilen Medien?
- Wie schätzt du deinen persönlichen Zeitaufwand diesbezüglich ein?
- Inwiefern hat sich der Stellenwert von mobilen Medien in deinem Leben verändert?
- Besitzen mobile Medien in deinem Privat- und Berufsleben einen unterschiedlichen Stellenwert? Inwiefern?

3 Erleben mobiler Erreichbarkeit

Leitfadenfrage 3a

- Kannst du dich an Situationen erinnern, in denen du den Gebrauch von mobilen Medien positiv erlebt hast?

Vertiefungsfragen 3a

- Was war der Grund, dass du diese Situationen positiv erlebt hast?

Leitfadenfrage 3b

- Kannst du dich an Situationen erinnern, in denen du den Gebrauch von mobilen Medien negativ erlebt hast?

Vertiefungsfragen 3b

- Was war der Grund, dass du diese Situationen negativ erlebt hast?

Leitfadenfrage 3c

- Mobile Medien erlauben ständig erreichbar zu sein. Wie schätzt du diese Möglichkeit ein?

Vertiefungsfragen 3c

- Welchen Stellenwert nimmt die Erreichbarkeit durch mobile Medien in deinem Leben ein?
- Gibt es mobile Geräte, auf die du längerfristig problemlos verzichten könntest? Was sind die Gründe dafür?
- Auf welche mobilen Geräte könntest du längerfristig auf keinen Fall verzichten? Was sind die Gründe dafür?

Leitfadenfrage 3d

- Wie beeinflusst ständige Erreichbarkeit dein Leben?

Vertiefungsfragen 3d

- Wie nimmst du deine eigene mobile Erreichbarkeit wahr?
- Wo siehst du in deinem Alltag die Vor- und Nachteile ständiger Erreichbarkeit?

- Welche Veränderungen, bedingt durch die Möglichkeit ständiger Erreichbarkeit, beobachtest du bei dir selber?
- Wie wichtig ist es dir, deine privaten und beruflichen Interessen zu trennen?
- Wie gelingt es dir, deine privaten und beruflichen Interessen zu trennen?
- Was hilft dir, deine privaten und beruflichen Interessen zu trennen?
- Was erschwert für dich die Trennung von privaten und beruflichen Interessen?

4 Umgang mit mobilen Medien und Erreichbarkeit

Leitfadenfrage 4a

- Wie würdest du grundsätzlich deinen Umgangsstil mit mobilen Medien beschreiben?

Vertiefungsfragen 4a

- Was denkst du, wie aussenstehende Personen deinen Umgang mit mobilen Medien einschätzen?
- Wie schätzt du deinen eigenen Umgang mit mobilen Medien im Vergleich zu anderen Personen ein?
- Wie schätzt du deine Fähigkeiten in der Anwendung mobiler Geräten ein?
- Welche Fähigkeiten und Kenntnisse möchtest du im Umgang mit mobilen Medien noch erreichen?

Leitfadenfrage 4b

- Wie gestaltest du deine eigene Erreichbarkeit (durch mobile Medien)?

Vertiefungsfragen 4b

- Welche Unterschiede bestehen betreffend deiner privaten und geschäftlichen Erreichbarkeit?
- Wann bist du für andere erreichbar?
- Welche Zeiten hältst du bewusst ein, während denen du für andere nicht erreichbar bist? (Was sind die Gründe dafür?)

- Welche Bedeutung haben diese Zeiten für dich?
- In welchen Situationen musst du erreichbar sein? (Was sind die Gründe dafür?)
- In welchen Situationen möchtest du erreichbar sein? (Was sind die Gründe dafür?)

Leitfadenfrage 4c

- Gibt es in deinem Leben (privat und beruflich) Abmachungen oder Regeln für den Gebrauch von mobilen Medien?

Vertiefungsfragen 4c

- Welche Erwartungen betreffend deine berufliche Erreichbarkeit haben deine Vorgesetzten und Mitarbeitenden an dich? Wie schätzt du diese Erwartungen ein?
- Welche Regelungen und Vereinbarungen betreffend Erreichbarkeit und Nutzung mobiler Medien während deiner Arbeit gibt es vonseiten deines Arbeitgebers (Vorgesetzte, Mitarbeiter)? Wie schätzt du diese Regelungen und Vereinbarungen ein?
- Welche Vereinbarungen und Regeln (betreffend Erreichbarkeit und Nutzung mobiler Medien) gibt es diesbezüglich in deinem Privatleben (unter Freunden, in der Partnerschaft, in der Familie etc.)? Wie schätzt du diese Vereinbarungen ein?
- Welche Erwartungen (betreffend Erreichbarkeit und Nutzung mobiler Medien) haben diesbezüglich Freunde, Partner(in) und Familienmitglieder an dich? Wie schätzt du diese Erwartungen ein?
- Wie schätzt du deinen eigenen Anspruch an die Erreichbarkeit anderer (im Beruf und Privatleben) ein?

5 Zukunftsperspektiven im Umgang mit mobilen Medien

Leitfadenfrage 5a

- Welche Überlegungen machst du dir betreffend den Gebrauch von weiteren/neuen mobilen Geräten in naher Zukunft?

Vertiefungsfrage 5b

- Was könnte deine Überlegungen diesbezüglich beeinflussen?

Leitfadenfrage 5b

- Wie wird sich deiner Meinung nach die Nutzung mobiler Medien in Zukunft verändern? (Was bedeuten diese Veränderungen für dich?)

Vertiefungsfrage 5b

- Mit welchen durch mobile Medien herbeigeführten Veränderungen rechnest du an deinem Arbeitsplatz in Zukunft?
- Mit welchen durch mobile Medien herbeigeführten Veränderungen rechnest du in deinem Privatleben?
- Wie bewertest du diese Veränderungen?

Leitfadenfrage 5c

- Was sollte sich deiner Meinung nach im Umgang mit mobilen Medien in Zukunft ändern?

Vertiefungsfrage 5c

- Was sollte sich in deinem persönlichen Umgang in Zukunft ändern?
- Wie können allfällige Veränderungen erreicht werden?

6 Gesprächsabschluss

- Nun kommen wir langsam zum Schluss unseres Gesprächs.
Bevor ich dich bitte, noch den Persönlichkeitsfragebogen auszufüllen: Gibt es etwas, das dir jetzt noch durch den Kopf geht? Gibt es etwas Wichtiges, das du gerne sagen möchtest und während des Gesprächs noch nicht angesprochen wurde?
- Evtl. unklare Punkte nochmals aufgreifen.
- Vielen Dank für das Gespräch!
- Angebot, die Bachelorarbeit einzusehen (E-Mail-Adresse erfragen)
- Durchführung NEO-FFI (Persönlichkeitstest)

B Codierleitfaden

B 1 Codierleitfaden

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel
1. Hauptkategorie	NUTZUNG mobiler Medien	
1.1 Gerätenutzung	Art der mobilen Geräte, welche benutzt werden (Handy, Smartphone, Laptop, Netbook, Tablet-PC)	<i>„Ich nutze den Laptop, ein Smartphone und ein Motorola-Tablet-PC.“</i>
1.2 Nutzungszweck	Gerätenutzung zum Zweck der Kommunikation, Information oder Unterhaltung	<i>„Ich benütze das Smartphone sehr gern. Im Internet hole ich mir Informationen, da kann ich sehr viel Interessantes und Nützliches finden.“</i>
1.3 Gerätespezifische Nutzung im Privat- und Berufsleben	Art der mobilen Geräte, welche hauptsächlich für private oder berufliche Belange genutzt werden	<i>„Ich verbinde das iPad und das iPhone eher mit Freizeit und das Laptop mit dem Geschäft.“</i>
1.4 Stellenwert	Bedeutsamkeit von mobilen Medien im alltäglichen Leben	<i>„Mobile Geräte sind ein fester Bestandteil vom privaten und öffentlichen Leben geworden, innerhalb sehr, sehr kurzer Zeit.“</i>
1.5 Kommunikationsform	Art der Kommunikation mit mobilen Medien (Telefon, SMS, E-Mail etc.)	<i>„Was ich beim iPhone auch schätze, ist, dass ich das E-Mail damit abrufen kann und auch einmal eines verschicken kann.“</i>
1.6 Nutzungsdauer	Zeitlicher Umfang und Intensität der Nutzung von mobilen Medien	<i>„Zum Teil berühre ich keines dieser Geräte einen ganzen Tag lang. Ich würde sagen, es liegt so bei ein paar wenigen Minuten bis eine Viertelstunde am Tag.“</i>
1.7 Technische Fähigkeiten	Anwenderkenntnisse in der technischen Nutzung von mobilen Medien	<i>„Die technische Nutzung bereitet mir keine Probleme. Alles, was ich brauche, kann ich damit.“</i>
1.8 Mobilität	Bedeutung der ortsungebundenen Nutzung mobiler Medien	<i>„Gewisse Geräte, die sehr praktisch sind zum mitnehmen, welche sich vielleicht für den Arbeitsweg eignen, wie das iPad.“</i>

B2 Codierleitfaden

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel
2. Hauptkategorie	ERLEBEN der Erreichbarkeit	
2.1 Selbst- und Fremdbestimmung	Erleben der eigenen Erreichbarkeit als selbst- oder fremdbestimmt	<i>„Ich denke, man hat ja auch die Wahl. Man muss ja nicht immer erreichbar sein. Ich kann das ja selber steuern. Ich bin in diesem Sinn nicht ein Opfer, weil ich nun ein Handy habe.“</i>
2.2 Organisation des Alltags	Mobile Medien bieten eine Hilfe und Erleichterung in der Gestaltung des Alltags	<i>„Es gibt Phasen, während denen ich das Smartphone im Alltag sehr oft brauche. Wenn ich in einem Projekt eingebunden bin oder mit Freunden etwas abmache und häufige Absprachen stattfinden müssen.“</i>
2.3 Vermischung privater und beruflicher Erreichbarkeit	Vermischung oder Trennung mobiler Erreichbarkeit im Privat- und Berufsleben	<i>„Das Laptop ist bei mir eine Mischung zwischen geschäftlicher und privater Nutzung.“</i>
2.4 Störung	Eigene und fremde Erreichbarkeit wird als Störung im öffentlichen Raum, während der Arbeit, des Privatlebens etc. wahrgenommen	<i>„Wenn du an einem Anlass bist und gewisse Leute ständig ihr Handy zücken, um nachzuschauen, ob sie ein SMS erhalten haben. Und das alle zehn Minuten. Oder du bist irgendwo unterwegs mit einer Gruppe oder jemandem und ständig läutet es wieder und das finde ich grausam, das finde ich schrecklich.“</i>
2.5 Unvorhersehbare Situationen	Die Verwendung von mobilen Geräten in unvorhersehbaren Situationen oder Notfällen wird als hilfreich erachtet	<i>„Das Handy dabei zu haben, ist verbunden mit einem Sicherheitsgefühl. Da bin ich immer an einem Rettungsseil. Für mich ist das eine wesentliche Sache.“</i>
2.6 Örtliche Flexibilität	Mobile Geräte erlauben eine ortsunabhängige Kommunikation	<i>„Der Vorteil ist, man hat das Gerät dann auch überall dabei, man ist oder wäre auch überall erreichbar und kann andere erreichen.“</i>
2.7 Beschleunigung	Mobile Medien tragen zu einer Beschleunigung des Lebens bei und können Stress verursachen	<i>„Ich denke das Leben wird auch immer etwas komplexer, wenn du ständig erreichbar bist. Ich glaube, diese Medien kurbeln das Leben an.“</i>
2.8 Informationsflut	Die Bewältigung grosser Mengen an Nachrichten und Informationen wird kritisch bewertet	<i>„Mobile Medien erleichtern das Leben nicht immer wirklich, sondern können auch zu einer Überflutung von Informationen führen.“</i>

2.9	Qualität der Kommunikation	Die Qualität der Kommunikation nimmt durch oberflächliche, missverständliche, unnötige oder unpersönliche Nachrichten ab	<i>„Ich denke mir, dass es auch sehr viele Missverständnisse deswegen gibt. So kurze Sätze können Missverständnisse hervorrufen. Vor allem bei SMS habe ich schon etwas völlig anderes verstanden als gemeint war.“</i>
2.10	Zeitliche Flexibilität	Mobile Medien ermöglichen eine zeitlich unabhängige Nutzung	<i>„Ich habe die Möglichkeit, mich dann mitzuteilen, wenn ich Zeit habe. Ich muss auch nicht wissen, ob der andere jetzt Zeit hat, denn der entscheidet das selber. Das finde ich gut.“</i>
2.11	Berufliche Position	Die berufliche Position hat einen Einfluss auf die Erwartungen an die geschäftliche Verfügbarkeit	<i>„Meine Chefin ist in einer höheren Position, die nimmt den Laptop immer mit nach Hause und ist vielleicht nicht gerade 24 Stunden erreichbar, aber ich könnte ihr jetzt (20.00 Uhr) ein E-Mail auf die Geschäftsadresse schreiben und innerhalb einer halben Stunde hätte ich eine Antwort.“</i>
2.12	Soziale Kontakte	Mobile Geräte ermöglichen soziale Kontakte aufrecht zu erhalten	<i>„Ich benutze das iPhone, um mit Kollegen abzumachen, um Kontakte zu pflegen.“</i>
2.13	Ping-Pong-Effekt	Die Erwartung, sofort auf Textmitteilungen reagieren zu müssen und ein wiederholtes Hin- und Herschreiben wird als unangenehm erlebt	<i>„Du hast zum Beispiel bei SMS ständig den Druck zu antworten. So eine Art wie ein Ping-Pong-Effekt.“</i>
2.14	Soziale Isolation - Integration	Die Erreichbarkeit hat einen Einfluss, ob man sich sozial ausgeschlossen oder dazugehörig fühlt	<i>„Auch die Angst, wenn man sich der Erreichbarkeit entzieht, dass man dann nicht mehr dabei ist. Die ganzen sozialen Kontakte. Wer geht wann wohin. Das läuft auch über das Handy. Wenn du diese Möglichkeit nicht hast, dann gehst du vergessen. Hier spielt natürlich auch ein Gruppendruck.“</i>
2.15	Zeitaufwand	Die Nutzung mobiler Medien bringt einen erhöhten oder geringeren Zeitaufwand mit sich	<i>„Das Telefonieren oder SMS schreiben spart Zeit, wenn du etwas abmachen willst.“ „Ich denke an den Zeitfaktor, der durch die Möglichkeiten und Erwartungshaltung der Erreichbarkeit entsprechend gestiegen ist.“</i>
2.16	Erreichbarkeits-Dilemma	Das Dilemma andere erreichen zu können – selber aber nicht erreichbar sein zu wollen	<i>„Ich stelle es teilweise auch bewusst ab, damit mich andere nicht erreichen können. Dumm ist dann, dass ich andere auch nicht erreichen kann.“</i>

2.17 Unverbindlichkeit	Die Möglichkeit, durch mobile Medien Änderungen kurzfristig mitzuteilen, führt zu einer Unverbindlichkeit von Abmachungen	<i>„Diese Unverbindlichkeit finde ich etwas Schlimmes. Man hat oft verschiedene Möglichkeiten für Verabredungen oder Freizeitbeschäftigungen und kann teilweise mit einer Entscheidung bis zur letzten Minute warten. Das stört mich sehr. Diese Unentschlossenheit und Unverbindlichkeit versuche ich bei mir auf ein Minimum zu reduzieren.“</i>
2.18 Privatisierung des öffentlichen Raums	Mobiltelefongespräche im öffentlichen Raum werden als unangenehm oder störend empfunden	<i>„Ich sehe vor allem den Nachteil, dass der öffentliche Raum immer mehr zur Privatsphäre der Allgemeinheit wird.“</i>

B3 Codierleitfaden

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel
3. Hauptkategorie	UMGANG mit der Erreichbarkeit	
3.1 Situationsabhängige Strukturierung	Gestaltung der Erreichbarkeit während der Arbeitszeit und im Privatleben	<i>„Ich möchte, dass ich untertags beruflich am Arbeitsplatz erreichbar bin, und wenn ich zuhause bin und am Wochenende, dann bin ich privat erreichbar und weitgehend nicht beruflich.“</i>
3.2 Erwartungen	Ansprüche an die eigene und fremde Erreichbarkeit	<i>„Ich habe den Anspruch an mich, dass ich zurücktelefoniere, wenn mich jemand dreimal versucht zu erreichen, dann ist es etwas Wichtiges. Ich habe den gleichen Anspruch auch an die anderen.“</i>
3.3 Einstellungen	Kritische und offene Denkweisen, wie mit der mobilen Erreichbarkeit umgegangen werden soll	<i>„Also generell finde ich eben schon, dass man diese Erreichbarkeit kritisch hinterfragen sollte und man Inseln [der Nicht-Erreichbarkeit] auch ausbauen sollte.“</i>
3.4 Regulierung	Schriftlich oder mündlich vereinbarte Regeln zur beruflichen und privaten Erreichbarkeit	<i>„Sobald ich das Geschäft am Abend verlasse, bin ich geschäftlich nicht mehr erreichbar, und alles was danach an E-Mails oder sonstigen Nachrichten kommt, muss bis zum nächsten Tag warten. Dies habe ich auch so im Geschäft mitgeteilt.“</i>
3.5 Umgangsstil	Beschreibung der persönlichen Art, wie die mobilen Medien genutzt werden	<i>„Spielerisch, neugierig [...] Ich würde sagen, ich gehöre zu den intensiven Nutzern, aber nicht mehr. Ich denke, wenn man damit aufgewachsen ist, ist das ganz normal.“</i>
3.6 Technische Strukturierung	Auf dem Mobiltelefon einen situationsadäquaten Modus (laut, lautlos, vibrieren, Flugmodus, off) wählen	<i>„Wenn ich am Abend ausgehe, dann nehme ich das iPhone einfach mit und stelle es auf lautlos ein.“</i>
3.7 Kosten	Abo-, Gesprächs- und Anschaffungskosten als Einflussfaktoren auf die Nutzung mobiler Geräte	<i>„Das Kommunizieren mit einem iPhone kann auch gratis sein, wenn du mit einem anderen iPhone-Besitzer telefonierst. Du musst dir nicht einmal Gedanken machen über Kosten, die entstehen und so plappert man freudig drauflos.“</i>

B4 Codierleitfaden

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel
4. Hauptkategorie	PERSPEKTIVEN mobiler Mediennutzung	
4.1 Ideen	Zukünftige Szenarios über die erweiterten Funktionen mobiler Medien, insbesondere der Smartphones	<i>„Was ich schon in Asien gesehen habe und womit ich in Zukunft als Veränderung rechne, ist die Möglichkeit, dass einem zum Beispiel an Bushaltestellen, während man auf den Bus wartet, auf grossen Bildschirmen Produkte angepriesen werden, welche man mit seinem Smartphone fotografieren kann und diese dann sofort automatisch nachhause geliefert bekommt. So spart man sich Zeit zum Einkaufen.“</i>
4.2 Bedenken	Ängste und Befürchtungen bezüglich der Zunahme mobiler Erreichbarkeit, der Weiterentwicklung mobiler Geräte und deren Verwendungszweck	<i>„In Zukunft wird eine noch grössere Vernetzung der Gesellschaft stattfinden. Das ist teilweise auch etwas beängstigend. Man ist immer mehr abhängig von digitalen Geräten und vielleicht verliert man auch den Bezug zur Realität.“</i>
4.3 Offenheit	Neugierde über zukünftige Möglichkeiten mobiler Geräte	<i>„Ich kann überhaupt nicht abschätzen, in welche Richtung dies noch geht, was die da noch alles herausfinden und bringen. Wahrscheinlich gibt es dann schon noch Sachen, die ich auch brauchen kann. Aber ich habe keine Ahnung, was das sein könnte.“</i>
4.4 Wünsche	Wunsch nach einer massvollen Verwendung mobiler Geräte und deren Möglichkeiten	<i>„Dass man diese Geräte nicht einfach hervor nimmt, wenn man sie nicht braucht. Oder auch in den ÖV, da bin ich nicht an jedem Mist von anderen interessiert.“</i>

C Kategoriensystem

1. Hauptkategorie: NUTZUNG mobiler Medien
1.1 Gerätenutzung
1.2 Nutzungszweck
1.3 Gerätespezifische Nutzung im Privat- und Berufsleben
1.4 Stellenwert
1.5 Kommunikationsform
1.6 Nutzungsdauer
1.7 Technische Fähigkeiten
1.8 Mobilität

2. Hauptkategorie: ERLEBEN der Erreichbarkeit
2.1 Selbst- und Fremdbestimmung
2.2 Organisation des Alltags
2.3 Vermischung privater und beruflicher Erreichbarkeit
2.4 Störung
2.5 Unvorhersehbare Situationen
2.6 Ortliche Flexibilität
2.7 Beschleunigung
2.8 Informationsflut
2.9 Qualität der Kommunikation
2.10 Zeitliche Flexibilität
2.11 Berufliche Position
2.12 Soziale Kontakte
2.13 Ping-Pong-Effekt
2.14 Soziale Isolation - Integration
2.15 Zeitaufwand
2.16 Erreichbarkeits-Dilemma
2.17 Unverbindlichkeit
2.18 Privatisierung des öffentlichen Raums

3.	Hauptkategorie: UMGANG mit der Erreichbarkeit
3.1	Situationsabhängige Strukturierung
3.2	Erwartungen
3.3	Einstellungen
3.4	Regulierung
3.5	Umgangsstil
3.6	Technische Strukturierung
3.7	Kosten

4.	Hauptkategorie: PERSPEKTIVEN mobiler Mediennutzung
4.1	Ideen
4.2	Bedenken
4.3	Offenheit
4.4	Wünsche

D Anzahl Nennungen der Themenbereiche pro Probandin und Proband

Nutzung mobiler Medien		Anzahl Nennungen pro Proband										
Unterkategorien		A m31	B w44	C w26	D w35	E w52	F w36	G m32	H w38	I m42	J m66	Total
1	Gerätenutzung	SLT	SL	HSL	SLT	HL	SL	SL	SN	HL	SLT	
2	Nutzungszweck	6	1	5	1	4	2	4	3	3	2	31
3	Gerätespezifische Nutzung im Privat- und Berufsleben	1	7	2	5	1	4	3	1	3	0	27
4	Stellenwert	2	2	3	2	5	3	1	1	3	0	22
5	Kommunikationsform	1	4	1	2	1	0	1	6	4	1	21
6	Nutzungsdauer	3	3	1	2	1	2	3	1	2	2	20
7	Technische Fähigkeiten	3	1	1	1	1	2	1	1	1	6	18
8	Mobilität	3	1	1	1	0	0	1	1	1	1	10

S: Smartphone / H: Handy / L: Laptop / T: Tablet-PC / N: Notebook

Erleben der Erreichbarkeit		Anzahl Nennungen pro Proband										
Unterkategorien		A m31	B w44	C w26	D w35	E w52	F w36	G m32	H w38	I m42	J m66	Total
1	Selbst- und Fremdbestimmung	3	2	4	0	2	4	5	7	2	3	32
2	Organisation des Alltag	8	4	4	3	4	5	1	1	2	0	32
3	Vermischung privater und beruflicher Erreichbarkeit	6	4	2	2	1	4	3	1	4	2	29
4	Störung	1	2	2	2	3	2	3	2	4	1	22
5	Unvorhersehbare Situationen	1	1	3	0	2	5	0	1	3	1	17
6	Örtliche Flexibilität	2	0	2	1	3	1	2	2	1	2	16
7	Beschleunigung	2	4	0	2	2	0	0	2	2	0	14
8	Informationsflut	0	2	0	4	1	0	2	1	3	0	13
9	Qualität der Kommunikation	0	0	4	0	2	1	1	4	1	0	13
10	Zeitliche Flexibilität	0	1	3	0	2	0	2	2	0	1	11
11	Berufliche Position	0	3	0	1	1	2	3	0	1	0	11
12	Soziale Kontakte	0	0	1	2	3	1	1	1	0	1	10
13	Ping-Pong-Effekt	0	1	1	1	0	0	3	1	3	0	10
14	Soziale Isolation - Integration	1	2	2	0	2	0	1	2	0	0	10
15	Zeitaufwand	1	0	1	0	0	0	1	1	2	3	9
16	Erreichbarkeits-Dilemma	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	7
17	Unverbindlichkeit	0	0	2	2	1	1	0	1	0	0	7
18	Privatisierung des öffentlichen Raums	0	1	1	0	0	1	0	0	3	0	6

Umgang mit der Erreichbarkeit		Anzahl Nennungen pro Proband										
Unterkategorien		A m31	B w44	C w26	D w35	E w52	F w36	G m32	H w38	I m42	J m66	Total
1	Situationsabhängige Strukturierung	6	1	6	3	7	1	2	6	4	3	39
2	Erwartungen	2	2	8	3	3	3	5	6	4	1	37
3	Einstellungen	2	0	2	3	6	2	5	4	5	4	33
4	Regulierung	2	6	3	4	4	3	6	0	2	2	32
5	Umgangsstil	5	5	2	5	3	6	2	1	1	1	31
6	Technische Strukturierung	2	2	5	3	1	3	4	3	5	2	30
7	Kosten	0	0	2	1	2	0	1	3	0	0	9

Perspektiven mobiler Mediennutzung		Anzahl Nennungen pro Proband										
Unterkategorien		A m31	B w44	C w26	D w35	E w52	F w36	G m32	H w38	I m42	J m66	Total
1	Ideen	4	0	1	2	1	0	1	0	2	2	13
2	Bedenken	1	0	1	2	1	3	1	1	1	2	13
3	Offenheit	1	0	3	3	1	1	0	0	0	0	9
4	Wünsche	0	0	1	0	0	1	1	1	0	2	6

E Bild: Mobile Medien (zu Interviewleitfaden)



Wir erklären hiermit, dass wir die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benützung anderer als der angegebenen Hilfsmittel verfasst haben.

Unterschrift: