

Medien · Kultur · Kommunikation

Jutta Röser · Kathrin Friederike Müller  
Stephan Niemand · Ulrike Roth

# Das mediatisierte Zuhause im Wandel

Eine qualitative Panelstudie  
zur Verhäuslichung des Internets



Springer VS

---

# Medien • Kultur • Kommunikation

## Reihe herausgegeben von

Andreas Hepp, Bremen, Deutschland

Friedrich Krotz, Bremen, Deutschland

Waldemar Vogelgesang, Trier, Deutschland

Maren Hartmann, Berlin, Deutschland

Kulturen sind heute nicht mehr jenseits von Medien vorstellbar: Ob wir an unsere eigene Kultur oder ‚fremde‘ Kulturen denken, diese sind umfassend mit Prozessen der Medienkommunikation verschränkt. Doch welchem Wandel sind Kulturen damit ausgesetzt? In welcher Beziehung stehen verschiedene Medien wie Film, Fernsehen, das Internet oder die Mobilkommunikation zu unterschiedlichen kulturellen Formen? Wie verändert sich Alltag unter dem Einfluss einer zunehmend globalisierten Medienkommunikation? Welche Medienkompetenzen sind notwendig, um sich in Gesellschaften zurecht zu finden, die von Medien durchdrungen sind? Es sind solche auf medialen und kulturellen Wandel und damit verbundene Herausforderungen und Konflikte bezogene Fragen, mit denen sich die Bände der Reihe „Medien • Kultur • Kommunikation“ auseinandersetzen. Dieses Themenfeld überschreitet dabei die Grenzen verschiedener sozial- und kulturwissenschaftlicher Disziplinen wie der Kommunikations- und Medienwissenschaft, der Soziologie, der Politikwissenschaft, der Anthropologie und der Sprach- und Literaturwissenschaften. Die verschiedenen Bände der Reihe zielen darauf, ausgehend von unterschiedlichen theoretischen und empirischen Zugängen, das komplexe Interdependenzverhältnis von Medien, Kultur und Kommunikation in einer breiten sozialwissenschaftlichen Perspektive zu fassen. Dabei soll die Reihe sowohl aktuelle Forschungen als auch Überblicksdarstellungen in diesem Bereich zugänglich machen.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/12694>

---

Jutta Röser · Kathrin Friederike Müller ·  
Stephan Niemand · Ulrike Roth

# Das mediatisierte Zuhause im Wandel

Eine qualitative Panelstudie  
zur Verhäuslichung des Internets

 Springer VS

Jutta Röser  
Institut für Kommunikations-  
wissenschaft  
Universität Münster  
Münster, Deutschland

Kathrin Friederike Müller  
Institut für Kommunikations-  
wissenschaft  
Universität Münster  
Münster, Deutschland

Stephan Niemand  
Institut für Kommunikations-  
wissenschaft  
Universität Münster  
Münster, Deutschland

Ulrike Roth  
Institut für Kommunikations-  
wissenschaft  
Universität Münster  
Münster, Deutschland

ISSN 2524-3160

ISSN 2524-3179 (electronic)

Medien • Kultur • Kommunikation

ISBN 978-3-658-26072-9

ISBN 978-3-658-26073-6 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-26073-6>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Verantwortlich im Verlag: Barbara Emig-Roller

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

---

## Dank

Wir möchten uns zuallererst herzlich bei den *Paaren* bedanken, die uns Interviews gegeben und in ihrem Zuhause empfangen haben. Weil sie über Jahre dabei geblieben sind, weil sie so offen und anschaulich von ihren Erfahrungen mit dem Internet und anderen Medien berichtet haben, wurde die Durchführung unserer Studie überhaupt erst möglich.

Wir bedanken uns für die anregende Zusammenarbeit bei den Kolleg\*innen im Schwerpunktprogramm „Mediatisierte Welten“ und speziell bei *Friedrich Krotz*, der als Koordinator und leidenschaftlicher Wissenschaftler das Projekt „Mediatisierung“ unermüdlich vorangetrieben hat. Dank gilt der Deutschen Forschungsgemeinschaft für die Förderung der Projektreihe.

*Corinna Peil* gebührt unser Dank für wichtige Grundlagen, die sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin in den ersten Projekten gelegt hat. Auch danach blieb sie eine stets ansprechbare und interessierte Kooperationspartnerin. Ihre Denkanstöße sind nicht nur in das von ihr mitverfasste Kapitel 4 eingeflossen, sondern haben das gesamte Projekt bereichert.

Ein nachdrückliches Dankeschön geht an *Hannah Wobig*, die als studentische Mitarbeiterin mit großer Zuverlässigkeit die Erstellung des gesamten Manuskripts begleitet hat. Bei *Hannah Wobig* wie auch bei *Sophie Rydzik* sowie den früheren studentischen Mitarbeiter\*innen *Ute Albersmeier*, *Ines Bader*, *Jennifer Brummund*, *Ursula Hüsig*, *Svenja Lücke*, *Susanne Lüdeling*, *Inga Martens*, *Franziska Raschka*, *Achim Winckler* sowie bei dem ehemaligen Doktoranden *Jobst Miksche* bedanken wir uns sehr für die hilfreiche und zuverlässige Unterstützung der Interviews und der Auswertungen in den Projekten.

Schließlich danken wir *Barbara Emig-Roller* sowie *Monika Mülhausen* vom Verlag *Springer VS* für die Betreuung sowie den Reihenherausgeber\*innen für die Aufnahme unseres Buchs.

---

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einführung des Projekts und ausgewählte Befunde</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Theorierahmen: Mediatisierungs- und Domestizierungsansatz</b>	<b>13</b>
2.1	Mediatisierung und das mediatisierte Zuhause	14
2.2	Der Domestizierungsansatz	16
2.2.1	Grundlegende Prämissen	16
2.2.2	Entstehung des Ansatzes	18
2.2.3	Konkretisierende Konzepte	19
2.2.4	Perspektivenerweiterung: Durchsetzung von und Teilhabe an neuen Medien durch Domestizierung	23
2.2.5	Geschlechterverhältnisse und Domestizierung	24
2.2.6	Fazit: Gemeinsamkeiten der Ansätze Domestizierung und Mediatisierung	26
2.3	Perspektiven auf Wandel 1: Das Konzept der Re-Domestizierung	27
2.4	Perspektiven auf Wandel 2: Das Zusammenspiel von Dynamik und Beharrung in der Mediatisierung des Zuhauses	30
2.5	Forschungslage zur Domestizierung des Internets	32
<b>3</b>	<b>Methodisches Vorgehen</b>	<b>37</b>
3.1	Medienethnografisch Forschen mit Paaren im Längsschnitt	39
3.2	Panelstudie (2008–2016): Forschungsdesign und Forschungsmethoden	42
3.2.1	Differenzierung des Erkenntnisinteresses	42
3.2.2	Sampling	44
3.2.3	Methodisches Setting und Verlauf der Studie	48
3.3	Kontrastierende Studie (2016): Forschungsdesign und Forschungsmethoden	54
3.3.1	Erkenntnisinteresse	55

3.3.2	Sampling .....	57
3.3.3	Methodisches Setting und Verlauf der Studie .....	58
3.4	Auswertung mit dem medienethnografischen Haushaltsporträt ....	59
3.4.1	Zentrale Elemente und Aufbau medienethnografischer Haushaltsporträts .....	60
3.4.2	Übergreifende Fallauswertung und Panelanalyse .....	64
3.5	Reflexion des methodischen Vorgehens .....	66
3.5.1	Potenziale und Limitationen des Paarinterviews .....	67
3.5.2	Herausforderungen der Langzeiterhebung in Panelstudien ..	68
3.5.3	Potenziale und Hürden bei der Erhebung und Analyse komplexen Datenmaterials .....	70
<b>4</b>	<b>Der Einzug des Internets in die häusliche Sphäre: Rückblick auf die Anschaffungsprozesse .....</b>	<b>71</b>
4.1	Daten zur Onlinenutzung 1997 bis 2007: Verbreiterung der Nutzerkreise und Verhäuslichung des Internets .....	73
4.2	Qualitative Haushaltsstudien: Zugänge zum Internet im Wandel ...	75
4.2.1	Die Frühphase der Internet-Domestizierung in den 1990er Jahren .....	77
4.2.2	Die Öffnungsphase ab den 2000er Jahren .....	83
4.3	Fazit: Verhäuslichung, Alltagsintegration und Partizipationsdynamik .....	91
<b>5</b>	<b>Räumliche Arrangements und häusliche Kommunikation: Von der separaten Platzierung bis zur mobilen Allgegenwart des Internets .....</b>	<b>95</b>
5.1	Studien zur häuslichen Platzierung von Medien .....	96
5.2	Räumliche Arrangements mit dem Internet im Wandel – Überblick .....	98
5.3	Separiertes Internet als Anhängsel des häuslichen Alltags .....	101
5.4	Suchbewegungen: Internet in Gemeinschaftsräumen .....	106
5.5	Innerhäusliche Mobilisierung und Allgegenwart des Internets ....	111
5.6	Fazit: Die Re-Domestizierung des Internets durch neue Raumarrangements .....	115
<b>6</b>	<b>Das Internet im Medienrepertoire: Die Koexistenz alter und neuer Medien in den Haushalten .....</b>	<b>119</b>
6.1	Inhalte und Funktionen der häuslichen Internetnutzung .....	120
6.1.1	Systematik .....	121

6.1.2	Entwicklung im Zeitverlauf: Alltag als Schlüssel	125
6.2	Das Internet in den Medienrepertoires: Drei Haushaltstypen	127
6.2.1	Internet als marginales Medium	129
6.2.2	Internet als integriertes Medium	132
6.2.3	Internet als konvergentes Medium	136
6.2.4	Stellenwert der Medienrepertoire-Typen im Zeitverlauf	139
6.3	Der Fernsehabend und seine Entwicklung hin zum Second Screen	142
6.4	Fazit: Dynamik und Beharrung im häuslichen Medienhandeln	147
<b>7</b>	<b>Alltagsumbrüche als Dynamisierung der häuslichen Onlinenutzung</b>	151
7.1	Re-Domestizierungsprozesse: Impulse aus der Lebenswelt	153
7.2	Spezifische Alltagsumbrüche und ihre Folgen für das häusliche Medienhandeln	156
7.2.1	Elternschaft	158
7.2.2	Trennung und neue Partnerschaft	161
7.2.3	Auszug eines Kindes	166
7.2.4	Umzug	169
7.2.5	Weitere Alltagsumbrüche	172
7.3	Fazit: Alltagsumbrüche als Treiber von Mediatisierung	173
<b>8</b>	<b>Häusliche Geschlechterkonstellationen mit dem Internet im Wandel</b>	177
8.1	Geschlecht und Internetaneignung in der Domestizierungsforschung und im mediatisierten Zuhause	179
8.2	Männliche Federführung mit dem Internet	182
8.3	Egalitäre Nutzung ohne Federführung	191
8.4	Weibliche Federführung mit dem Internet	196
8.5	Fazit: Die Vergeschlechtlichung von Alltag und Internettechnologien zwischen Stabilität und Wandel	204
<b>9</b>	<b>Häusliche Berufsarbeit mit dem Internet: Entgrenzungsprozesse</b>	209
9.1	Domestizierung und Mediatisierung als Voraussetzungen der Entgrenzung von Berufsarbeit	210
9.2	Entgrenzung häuslicher Berufsarbeit zwischen 2008 und 2016	214
9.3	Entgrenzung in unterschiedlichem Umfang: Homeoffice und komplementäre Teleheimarbeit im Vergleich	217
9.3.1	Arbeit und Entgrenzung im Homeoffice	218

9.3.2 Arbeit und Entgrenzung nach Feierabend: Komplementäre Teleheimarbeit .....	221
9.4 Auseinandersetzung mit häuslicher Berufsarbeit im Kontext der Paargemeinschaft .....	224
9.5 Fazit: Umgang mit häuslicher Berufsarbeit zwischen Einpassung und Grenzziehung .....	228
<b>10 Die Online-Avantgarde: Eine kontrastierende Studie zur Konvergenz im häuslichen Medienhandeln .....</b>	<b>231</b>
10.1 Konvergenz im Kontext von Medienrezeption und Produsage ....	233
10.2 Methodisches Vorgehen .....	235
10.3 Zugänge zum Internet: Frühe Online-Expertise in Jugend und Studium .....	242
10.4 Räumliche Flexibilisierung: Überall auf das mediale Internet zugreifen .....	248
10.5 Gründe für die Etablierung des medialen Internets im Medienrepertoire .....	253
10.5.1 Zeitliche Flexibilisierung und Handlungshoheit bezüglich der Mediennutzung .....	253
10.5.2 Aktualität und Teilhabe: Direkte Information über Online-Nachrichten .....	254
10.5.3 Qualität statt Standardprogramm: Bevorzugte Inhalte per Streaming wählen .....	256
10.5.4 Inhaltliche Interessen jenseits des Mainstreams .....	258
10.6 Gemeinschaftliche Medienrezeption in Paarhaushalten .....	260
10.7 Geschlechterarrangements und Federführerschaft .....	262
10.8 Fazit: Dynamik durch Alltag, Inhalt und Medienkompetenz .....	268
Literaturverzeichnis .....	273
Die Autor*innen und federführende Autorschaften .....	287

---

# Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abb. 1.1	Die Teilprojekte im Überblick .....	3
Abb. 3.1	Projektphasen und Erhebungszeitpunkte im Überblick .....	37
Abb. 3.2	Differenzierte Fragestellungen und Analysefelder der Panelstudie .....	44
Abb. 3.3	Das Sample nach soziodemografischen Merkmalen: Panel Stand 2008 .....	46
Abb. 3.4	Veränderungen im Sample des Panels von 2008 bis 2016 (Alter, Anzahl der Haushalte) .....	48
Abb. 3.5	Dimensionen der Leitfäden der Panelstudie von 2008 und 2013 ...	50
Abb. 3.6	Beispiele für Fotodokumentation der Medienarrangements .....	51
Abb. 3.7	Beispiel für eine Wohnungsskizze .....	52
Abb. 3.8	Beispiel für die Kartenlegetechnik zur Bedeutung der Medien ...	53
Abb. 3.9	Dimensionen des Leitfadens der kontrastierenden Studie von 2016 .....	56
Abb. 3.10	Aufbau des medienethnografischen Porträts der Auswertung 2008 (gekürzt) .....	63
Abb. 4.1	Paarkonstellationen in den beiden Phasen des Internetzugangs ...	90
Abb. 6.1	Inhalte und Funktionen der häuslichen Internetnutzung .....	121
Abb. 6.2	Das Internet in den Medienrepertoires: Drei Typen von Haushalten .....	129
Abb. 7.1	Alltagsumbrüche im Sample zwischen 2008 und 2013: Übersicht .....	158
Abb. 10.1	Das Sample nach soziodemografischen Merkmalen: Kontraststudie .....	239
Tab. 4.1	Orte der Onlinenutzung 1997–2007 .....	75



# Einführung des Projekts und ausgewählte Befunde

# 1

Ab Mitte der 1990er Jahre begannen Haushalte in Deutschland sich einen privaten häuslichen Internetanschluss zuzulegen. Anfänglich waren es erst wenige, gleichwohl war dies der Beginn der massenhaften Verbreitung des Internets ab den 2000er Jahren und legte das Fundament für die heutige Bedeutung von Onlinemedien im Alltag der Bevölkerung.

Mit der Anschaffung des Internets im Zuhause startete ein klassischer Domestizierungsprozess: Die neue Technologie musste platziert und in den Alltag integriert werden; sie wurde neuer Teil der Medienrepertoires und hat die Bedeutungen ‚alter‘ Medien verschoben; durch sie veränderten sich im Weiteren die innerhäuslichen Kommunikationskulturen ebenso wie die Verbindung des Zuhauses zur Außenwelt. Das innerhäusliche Medienhandeln wirkte wiederum auf andere Sphären und auf die Gesellschaft insgesamt zurück, weil im Zuhause die Art und Weise der Onlinekommunikation wesentlich mitgeprägt wurde. Denn es war im Besonderen der häusliche Kontext, in dem sich die massenhafte Aneignung des Internets vollzogen hat. Dies geschah in einem lang andauernden Prozess des Wandels, der auch gegenwärtig weiter vonstattengeht.

An diesen Entwicklungen setzt unser Projekt an, dessen Befunde Gegenstand des vorliegenden Bandes sind. Es analysiert prozessorientiert im Zeitverlauf (1) die Verhäuslichung des Internets, (2) die dadurch nachdrücklich vertiefte Mediatisierung des Zuhauses, also seine zunehmende Durchdringung mit Medienkommunikation, sowie (3) den damit zusammenhängenden Wandel des häuslichen Alltags und der häuslichen Kommunikationskulturen. Ausgangspunkt sind dabei stets die Aneignungsweisen und das Medienhandeln der Rezipient\*innen, die mit qualitativen, verstehenden Methoden rekonstruiert und analysiert werden. Dazu bieten der Mediatisierungsansatz und der Domestizierungsansatz, die wir für unser Projekt produktiv verknüpft haben, einen passenden theoretischen Rahmen (siehe Kapitel 2).

Im Rahmen einer mehrteiligen, DFG-geförderten Projektreihe (siehe Abb. 1.1) haben wir eine qualitative Panelstudie durchgeführt, in der ein systematisch nach

soziodemografischen Kriterien quotiertes Sample von Paarhaushalten untersucht wurde, das die breite Mittelschicht repräsentiert. Dieses Sample wurde zu vier Zeitpunkten zwischen 2008 und 2016 befragt, um den Wandel des mediatisierten Zuhauses im Längsschnitt über acht Jahre zu erfassen. Ergänzt wurde die Panelstudie durch eine weitere Untersuchung im Jahr 2016, für die ein kontrastierendes Sample von stark online-orientierten Paarhaushalten zusammengestellt wurde. Im Zentrum jeder Analysephase standen Haushaltsstudien in Form qualitativer, ethnografisch orientierter Paarinterviews im Zuhause der Befragten, die durch weitere Methodenelemente ergänzt wurden (siehe Kapitel 3).

Die erste Teilstudie war zunächst als Einzelprojekt angelegt und auf die Domesizierung des Internets konzentriert, wozu auch ein Rückblick auf die häuslichen Anschaffungsprozesse des Onlinemediums gehörte, der teilweise bis in die 1990er Jahre zurückreichte. Ab dem zweiten Teilprojekt fanden die Studien im Rahmen des DFG-geförderten Schwerpunktprogramms (SPP) „Mediatisierte Welten“ statt. Dazu wurde das Sample der Startstudie in ein Panel überführt und über die Jahre weiter untersucht, wobei sich die Perspektive auf das „Mediatisierte Zuhause“ und den „Wandel häuslicher Kommunikationskulturen“ erweiterte (siehe Abb. 1.1). Im Rahmen des vierten Teilprojekts wurde schließlich einerseits das Panel weitergeführt, diesmal allerdings in Form einer schriftlichen Befragung. Andererseits wurde ein neues Sample zusammengestellt, das zum Ursprungssample in Kontrast steht: Paarhaushalte, die sehr stark auf Onlinemedien ausgerichtet sind und kaum analoge Medien zuhause nutzen, standen im Zentrum dieser qualitativen Haushaltsstudien. Damit haben wir den Fokus spezieller auf Antriebskräfte dynamischer Mediatisierung gerichtet: Während in unserem Ursprungssample typischerweise eine Koexistenz ‚alter‘ und ‚neuer‘ Medien praktiziert wurde, stand das neue Sample für ein hochgradig internetaffines und konvergentes Medienhandeln, dessen Hintergründe wir erhellen wollten.

Eine Besonderheit des Projekts ist somit seine Anlage als Längsschnitt-Studie, durch die *Wandel* empirisch erfasst werden kann. Eine zweite Besonderheit ist der Fokus auf den Haushalt und speziell auf (gegengeschlechtliche) *Paare*, die zusammen interviewt wurden. Statt der oft üblichen Zentrierung auf das Individuum wird der Blick auf soziale Konstellationen und die Einbettung des Medienhandelns in den Alltag gerichtet. Mit dem Stichwort *Alltag* ist eine weitere Besonderheit angesprochen: Medienhandeln wird im Kontext des Alltags untersucht. Wir rücken speziell den häuslichen Alltag, das *Zuhause*, ins Zentrum. Uns interessiert das Zusammenspiel von medialem und nicht-medialem Handeln, die Einbettung der Mediennutzung in zeitliche, räumliche und soziale Strukturen, die Interaktion von Medienhandeln und Beziehungsleben in der Paarkonstellation. Wenn wir von häuslichen Kommunikationskulturen sprechen, ist die Verknüpfung all dieser Faktoren gemeint.

**1. Teilstudie (2008-2010):**

„Die Domestizierung des Internets. Rekonstruktion häuslicher Aneignungsprozesse eines neuen Mediums (1997-2007)“ (DFG-Einzelförderung)

**2. Teilstudie (2010-2012):**

„Das mediatisierte Zuhause I: Wandel häuslicher Kommunikationskulturen“ (DFG-SPP Mediatisierte Welten)

**3. Teilstudie (2012-2014):**

„Das mediatisierte Zuhause II: Eine qualitative Panelstudie zum Wandel häuslicher Kommunikationskulturen“ (DFG-SPP Mediatisierte Welten)

**4. Teilstudie (2014-2017):**

„Das mediatisierte Zuhause III: Kontrastierende Haushaltsstudien zu Antriebskräften dynamischer Mediatisierung“ (DFG-SPP Mediatisierte Welten)

- Schriftliche Nachbefragung des Ursprungssamples
- Ergänzende neue Studie mit Kontrastsample („Online-Avantgarde“)

**Abb. 1.1** Die Teilprojekte im Überblick

Es war im Besonderen der Domestizierungsansatz, der seit den frühen 1990er Jahren den Fokus auf das Zuhause als Kontext der Medienaneignung gerichtet hat. Denn das Zuhause war bereits in der Vergangenheit der entscheidende Ort, an dem die Aneignung der elektronischen Massenmedien Radio und Fernsehen erfolgte. Ebenso wurden die Gebrauchsweisen von Kommunikationstechnologien wie dem Telefon in wesentlichen Teilen im häuslichen, privaten Gebrauch herausgebildet. Insofern war das Zuhause auch schon in früheren Jahrzehnten mediatisiert. Vor diesem Hintergrund ist der Einzug des Internets in die häusliche Sphäre von hohem Interesse: Die *Domestizierung des Internets* kann als wichtiger Ausgangspunkt für die Transformation eines mediatisierten Zuhauses unter digitalen Bedingungen angesehen werden. Mit seinen vielfältigen Anwendungen und Inhalten knüpft das Onlinemedium an verschiedene Facetten des häuslichen Alltags an. Zugleich eröffnet es zahlreiche neue Wege der interpersonalen mediatisierten Kommunikation, durch deren Inanspruchnahme innerhäusliche Kommunikationsprozesse neu strukturiert werden und darüber hinaus die kommunikative Verbindung zwischen Zuhause und äußerer Welt eine Modifizierung erfährt. Zudem vereint das Internet als konvergente Medientechnologie zahlreiche mediale Angebote und Funktionen, die zuvor an Einzelmedien geknüpft waren, wodurch neue Dynamiken im Medienrepertoire entstehen. Tatsächlich belegt unsere Studie in vielfältiger Hinsicht, dass das Zuhause nicht nur im Hinblick auf ‚ältere‘ analoge Medien, sondern auch

bezogen auf die Durchsetzung und Aneignung des Internets einen zentralen Ort sowie bedeutungsprägenden Kontext darstellte und weiterhin darstellt.

## Themenfelder und Befunde unserer Studie

Wie lief der Verhäuslichungsprozess des Internets, den unsere Projektreihe analysiert hat, konkret ab? Wie sah das „mediatisierte Zuhause“ zu Beginn, wie am Ende unserer Untersuchung aus? Zu diesen Fragen lassen sich keine knappen Antworten geben. Denn zum einen haben wir sehr vielfältige Themen und Aspekte untersucht, die durch die breite Kontextualisierung des häuslichen Medienhandelns relevant wurden. Zum anderen galt es im Sinne unserer Perspektive auf den Wandel von Medienhandeln und Alltag *komplexe Prozesse* über Jahre zu analysieren. Diese Prozesse liefen jedoch nicht gleichförmig ab, sondern entwickelten sich je nach Thema in unterschiedlichen Dimensionen, ungleichzeitig und teils diskontinuierlich. Deshalb entfalten wir unsere Befunde in Form von sieben thematischen Kapiteln (siehe Kapitel 4 bis 10). In jedem dieser Kapitel steht jeweils *ein zentrales Thema im Mittelpunkt*, zu dem die Befunde unserer Studie umfassend vorgestellt und am Ende resümiert werden. Die *Frage nach dem Wandel* von Medien und Alltag im Zuge der Verhäuslichung des Internets wird innerhalb jedes Kapitels themenspezifisch gestellt. Dabei werden, soweit sinnvoll, teilweise weitere Theorieansätze zum jeweiligen Thema eingeführt und spezifische Erläuterungen zum methodischen Vorgehen gegeben.

Wir beginnen mit einem Rückblick auf die Anschaffungsprozesse und auf den Einzug des Internets in die häusliche Sphäre in *Kapitel 4*. Anhand von Daten zeigen wir zunächst, dass die Durchsetzung des Internets in der Breite der Bevölkerung in engem Zusammenhang mit seiner Verhäuslichung stand. Während in den 1990er Jahren, als Universitäten und Unternehmen zentrale Nutzungskontexte darstellten, nur eine (privilegierte) Minderheit zum Nutzerkreis gehörte, lässt sich im Verlauf der 2000er Jahre eine soziale Öffnung des Internets nachzeichnen, welches – im Zuge seiner Domestizierung – zu einem Medium für alle sozialen Gruppen wurde. So stiegen z. B. mehr Frauen und mehr Nicht-Akademiker\*innen in die Nutzung ein. Indem wir diese Anschaffungsphasen in der ersten Interviewwelle mit den Paaren rekonstruiert haben, konnten wir diese Prozesse genauer aufschlüsseln und die befragten Paare einer Frühphase und einer Öffnungsphase der Internetdomestizierung zuordnen. Während die Frühphase in den 1990er Jahren durch Anstöße von außen, vor allem aus Studium und Beruf geprägt war, wurde in der Öffnungsphase das Interesse am Internet vermehrt durch Impulse aus dem sozialen Nahbereich und aus dem häuslichen Alltag selbst geweckt. Dies konnte z. B. der Wunsch sein, ein Hobby online zu vertiefen, mit der Freundin via E-Mail zu kommunizieren oder Dinge bei *eBay* zu ersteigern. Es vervielfältigten sich in der Öffnungsphase – wie

wir zeigen – die sozialen Hintergründe der Online-Haushalte und darüber hinaus auch die Geschlechterkonstellationen mit dem Internet.

In *Kapitel 5* analysieren wir den Wandel der räumlichen Arrangements mit dem Internet. Dabei geht es nicht um simple Einrichtungsfragen. Vielmehr wird deutlich, dass die Art und Weise, Internettechnologien zu platzieren, eng mit ihrer Bedeutung im Alltag und mit der Gestaltung der häuslichen Kommunikation zusammenhängt. Wir unterscheiden drei Raumarrangements, die zwar nicht exakt, aber doch tendenziell als Phasen verstanden werden können. Anfänglich war die separate Platzierung von PC/Internet in Arbeits- und Extrazimmern oder Kellern typisch, denn das Internet fungierte häufig nur als Anhängsel des häuslichen Alltags. Mit seiner zunehmenden Alltagsintegration entstanden dann jedoch andere räumlich-kommunikative Bedürfnisse, da die Internetnutzung ansonsten drohte, die häusliche Kommunikation zu stören und das Zusammenleben zu fragmentieren. Es zeigten sich unter den Paaren Suchbewegungen, um diese Problematik zu lösen – indem die Technologie beispielsweise in Gemeinschaftsräumen platziert wurde. Das dritte Raumarrangement steht in engem Zusammenhang zur Domestizierung des Smartphones: Dies brachte eine hohe Dynamik der innerhäuslichen Mobilisierung des Internets mit sich und in der Folge die flexible Gestaltung temporärer Interneträume. Die räumlich-kommunikativen Arrangements stellen ein zentrales Feld dar, auf dem die Mediatisierung des Zuhauses wesentlich vertieft wurde: hin zur mobilen Allgegenwart des Internets. Diese Prozesse fassen wir als Re-Domestizierung, das heißt als Neueinschreibung des Internets in den häuslichen Alltag.

Welche Bedeutung das Internet im häuslichen Medienrepertoire hat, wird in *Kapitel 6* verfolgt. Dazu werden zunächst die Inhalte und Funktionen der häuslichen Internetnutzung differenziert und ausgewertet, wie sich deren Stellenwert im Zeitverlauf verändert hat. Die genauere Analyse der Aneignungsprozesse zeigt, dass es vor allem Onlineanwendungen in Bezug auf *Alltagsorganisation, Service und Konsum* waren, die die Einfügung des Mediums in häusliche Alltagsroutinen antrieben und motivierten. Demgegenüber hatten andere inhaltliche Funktionen (z. B. für Berufliches oder Kommunikation) in den Haushalten zunächst eine ganz unterschiedliche Bedeutung und differenzierten das Sample. Beispielweise kommunizierten manche Paare bereits 2008 intensiv via E-Mail, andere dagegen nur sporadisch oder noch gar nicht. Insbesondere das mediale Internet wurde während der ersten beiden Teilstudien nur von ganz wenigen Haushalten genutzt und sein Stellenwert erhöhte sich auch danach nur langsam. Insofern hat das Internet über eine lange Zeit gar nicht in erster Linie mit anderen klassischen Medien konkurriert, wie es viele Debatten über ein mögliches Sterben ‚alter‘ Medien nahelegten. Vielmehr waren es alltagspraktische Funktionen (und etwas später auch kommunikative Anwendungen), die sich in nahezu allen Haushalten etablierten und den

häuslichen Alltag nachdrücklich mediatisiert haben. Die Funktion des Internets als Alltagshelfer kann somit als zentraler Treiber der Domestizierung über alle Panelhaushalte hinweg resümiert werden. Es war dabei eindrucksvoll zu beobachten, wie sich die *Haushalte des Panels im Zeitverlauf aneinander annäherten*, sich also anfängliche Differenzen der Internetnutzung abmilderten. Die Nutzung des Internets für Alltagsaufgaben entwickelte sich zu einer Art gemeinsamer Kulturtechnik. Das Buchen von Reisen oder der Kauf von Eintrittskarten, die Recherche von Fahrplänen oder kulturellen Veranstaltungen wurden z. B. spätestens ab 2013 von nahezu allen Paaren selbstverständlich online erledigt. Die anschließende Analyse der Medienrepertoires erbrachte im Hinblick auf den Stellenwert des Internets drei Typen von Haushalten: Das Internet fungierte im Verbund mit den klassischen (analogen) Medien Fernsehen, Radio und Zeitung entweder als randständiges oder als gleichwertiges oder als zentrales Medium. Dass hier Unterschiede bis zuletzt sichtbar blieben, liegt daran, dass speziell das mediale Internet von den Paaren in unterschiedlichem Ausmaß genutzt wurde. Über diese Typen hinweg kann jedoch für alle untersuchten Haushalte eine Koexistenz ‚alter‘ und ‚neuer‘ Medien in den Medienrepertoires konstatiert werden, die auch am Ende unseres Untersuchungszeitraumes anhielt. Wie dabei immer wieder einerseits beharrliche Tendenzen und andererseits dynamische Momente des Wandels im Medienhandeln zusammenwirkten, verdeutlichen wir am Fernsehabend und seiner Entwicklung hin zum Second Screen.

An einem anderen Ausgangspunkt startet *Kapitel 7*: Es geht von der Lebenswelt der untersuchten Paare aus. In den ersten Teilprojekten war auffällig geworden, dass die Paare ihre Mediennutzung bei einschneidenden lebensweltlichen Veränderungen wie der Geburt eines Kindes oder einer Trennung teils grundlegend veränderten. Deshalb vertieften wir diese Frage im Untersuchungsverlauf und nahmen alle Haushalte, in der sich eine lebensweltliche Zäsur ereignete, genauer in den Blick. Ob Auszug der Kinder, Elternschaft oder Umzug: Bei jeder dieser Veränderungen des Alltagskontextes wurde auch das Medienhandeln angepasst und dynamisch gestaltet. Als Antriebsfaktoren für den Wandel der Mediennutzung erwiesen sich neue Bedürfnisse und Bedarfe, auf deren Basis die Bedeutung von Medien für die Alltagsgestaltung neu ausgehandelt wurde. Das Bewältigen einer lebensweltlichen Zäsur stellt somit eine zentrale Phase dar, in der über das Ob und Wie der Nutzung von ‚neuen‘ und ‚alten‘ Medien entschieden wird. In dieser Phase wurden Potentiale von Medien aktiv geprüft. Häufig (jedoch nicht immer) integrierten die Paare daher neue digitale Nutzungsweisen in ihr Medienrepertoire, weil diese im Rahmen der neuen Lebenssituation Sinn ergaben. Zäsuren fungieren daher auch als *Treiber von Mediatisierung*. Während wir in anderen Bereichen (wie z. B. bei den Medienrepertoires) Wandel vorwiegend in Form schrittweiser Transformation

unter Einschluss von Beharrungsmomenten fanden, erwiesen sich lebensweltliche Zäsuren als *Faktor der Dynamik*, der – stärker als andere Faktoren oder als irgendeine technologische Neuerung – schubhafte und tiefe Veränderungen im mediatisierten Zuhause bewirkte. Welche Zäsuren in unserer Panelsample insgesamt vorkamen und mit welchen Änderungen des Medienhandelns sie jeweils einhergingen, wird dezidiert ausgewertet.

Häusliche Geschlechterkonstellationen mit dem Internet und deren Veränderungen im Zeitverlauf analysieren wir in *Kapitel 8*. Nachdem schon beim Rückblick auf die Anschaffungsprozesse des Internets unterschiedliche Geschlechterkonstellationen erkennbar waren, werden Doing Gender-Prozesse mit dem Internet in diesem Kapitel tiefer ausgewertet. Dazu wurden die Paare im Hinblick auf die jeweilige Federführung beim Internethandeln analysiert und gruppiert. Es zeigten sich drei Geschlechterkonstellationen: Männliche Federführung mit dem Internet, egalitäre Nutzung ohne Federführung sowie weibliche Federführung mit dem Internet. Die männliche Federführung erwies sich als die dominante Form, allerdings milderte sie sich graduell im Zeitverlauf ab. Insbesondere hat sich im Rahmen der häuslichen Aneignungsprozesse *Teilhabe* am neuen Medium Internet entwickelt. Gab es zu Beginn noch deutliche Differenzen zwischen routinierten und weniger routinierten Internetnutzer\*innen, holten die Nachzügler\*innen insbesondere zwischen 2011 und 2013 (teils sprunghaft) auf und verbreiterten ihr Anwendungsspektrum. Dies betraf vor allem Frauen aus der mittelalten und älteren Gruppe, die bis dahin ihren Partnern die Federführung maßgeblich überlassen hatten, aber durchaus auch einzelne wenig-nutzende Männer. Für diese Gruppe hat sich erst durch die häusliche Verfügbarkeit des Internets eine digitale Teilhabe realisiert. Unsere vertiefenden Analysen zu Gendering-Prozessen der Paare mit dem Internet machen zugleich plastisch: Im Zuge der häuslichen Aneignung des Internets als Alltagsmedium verminderte sich die technische Rahmung des Mediums zugunsten einer stärkeren alltagskulturellen Rahmung, sodass die Vergeschlechtlichung von Internettechnologien im mediatisierten Zuhause zurückging, sich aber keineswegs komplett auflöste.

In *Kapitel 9* wird die häusliche Berufsarbeit mit dem Internet im Zeitverlauf ausgewertet. Uns interessierte, inwieweit die Mediatisierung des Zuhauses eine kommunikative Durchlässigkeit zum Berufsbereich intensiviert hat, ob berufliche und häusliche Sphäre in der Konsequenz zusammenrücken und wie die Paare mit diesem Phänomen gegebenenfalls umgehen. Wir sind davon ausgegangen, dass eine Integration beruflicher Arbeit in das Häusliche nicht konfliktfrei verläuft, weil sich der vormals rein private Lebensbereich durch die Präsenz der Berufsarbeit speziell im Hinblick auf die Kommunikationskultur zwischen den Partner\*innen umfassend verändert. Die Entdeckung des Zusammenhangs zwischen der Mediatisierung des

Häuslichen und der Integration beruflicher Arbeit erfolgte dabei zunächst induktiv: Schon zu Beginn unserer Studie im ersten Teilprojekt 2008 wurde deutlich, dass bei sehr vielen Paaren zumindest eine Person zuhause Berufsarbeit verrichtete und dass die Domestizierung des Internets eine wesentliche Rolle für die Art und den Umfang der häuslichen Berufsarbeit spielte. Das Ausmaß, in dem zuhause gearbeitet wurde, unterschied sich jedoch beträchtlich: vom festen, online-unterstützten Homeoffice bei Lehrern und Selbstständigen bis hin zu sporadischen Tätigkeiten, die im Büro nicht erledigt werden konnten. Im Zeitverlauf beobachteten wir, dass sich die Erledigung beruflicher Aufgaben im Häuslichen bei immer mehr Befragten verbreitete und bei den etabliert zuhause Arbeitenden intensivierte. Dieser Prozess wurde insbesondere durch die Domestizierung des Smartphones angestoßen, durch das eine kommunikative Dauererreichbarkeit üblicher wurde. Diese Entwicklung hatte weitreichende Konsequenzen für die Paargemeinschaft. Die Paare waren aufgefordert, sich mit diesen Entwicklungen aktiv, teilweise auch konflikthaft auseinanderzusetzen und Umgangsweisen mit der häuslichen Berufsarbeit zu finden. In der Konsequenz entwickelten vor allem Befragte, die vor der Domestizierung mobiler Endgeräte bereits Erfahrungen mit häuslicher Berufsarbeit gemacht hatten, (weitere) Strategien der Grenzziehung innerhalb des Zuhauses, um die berufliche Sphäre von anderen Sphären zu trennen. Neu eingestiegene häuslich Arbeitende erlebten hingegen oft eine Überforderung, Privates und berufliche Anforderungen in Einklang zu bringen. Insgesamt wird deutlich, dass die Mediatisierung das Häusliche auch deshalb fundamental verändert hat, weil es seinen Charakter als Rückzugsort, als Sphäre des Privaten und der gelebten Paargemeinschaft durch die Präsenz externer Sphären – wie der Berufsarbeit – zunehmend verliert.

In *Kapitel 10* schließlich präsentieren wir die Ergebnisse der Kontraststudie, für die nicht mehr das Panel, sondern eigens ein Sample zusammengestellt und zu Hause besucht wurde: die Online-Avantgarde. Ausgangspunkt für die Durchführung einer solchen Studie war der oben genannte Befund, dass in unseren Panelhaushalten das mediatisierte Zuhause über den gesamten Untersuchungszeitraum von einer Koexistenz ‚alter‘ und ‚neuer‘ Medien geprägt war. Wir haben angesichts dieser Einsicht im Rahmen unseres vierten Teilprojekts gezielt Paare befragt, deren Medienhandeln deutlich ausgeprägter konvergent, also online-basiert zu charakterisieren war und deren häusliche Medienrepertoires sich somit losgelöst von analogen Medien darstellten. Dieses kontrastierende neue Sample untersuchten wir mit denselben Methoden und ähnlichen Fragestellungen wie das vorherige, um Vergleiche zwischen beide Samples anstellen zu können. Wir wollten wissen, in welcher Hinsicht sich die Paare der Online-Avantgarde von denen der Panelstudie unterscheiden und welche Hintergründe für deren ‚abweichendes‘ Medienhandeln aufscheinen. Um diese Fragen näher zu beleuchten haben wir die Domestizierung und Nutzung des

Internets zwischen den beiden Samples abgeglichen und Differenzen bezüglich der Paarkonstellation analysiert. Wir haben ferner die Bedeutung klassischer Medien (lineare Radio- und Fernsehprogramme, gedruckte Zeitung) mit der des medialen Internets verglichen, also von Streaminganbietern, Mediatheken und anderen online distribuierten Medieninhalten. Es erwiesen sich verschiedene Faktoren sowohl auf der inhaltlichen als auch auf der alltagspraktischen Ebene als relevant. Ein besonderer Stellenwert kam dabei Medieninteressen zu, die vom Mainstream abweichen und im Internet verfolgt wurden. Relevant war ferner eine innerhalb der Paarbeziehung geteilte, geschlechtsungebundene Offenheit gegenüber immer neuen Onlinemedien und -anwendungen, die das Paar an einem Strang ziehen ließ. Im Rückblick zeigte sich das konvergente Medienhandeln dieser Paare als Ergebnis langandauernder Prozesse, die vielfach bereits in der Jugendzeit ihren Ausgangspunkt genommen hatten: in Form einer spielerischen, zweckfreien und freizeitorientierten Annäherung an Onlineanwendungen. Zur Etablierung konvergenter Medienrepertoires führte insgesamt ein Zusammenspiel aus hoher Medienaffinität, damit verbundener Omnipräsenz im Alltag, umfangreicher online-bezogener Medienkompetenzen und einer kritischen Sicht auf Mainstream-Medien. Blickt man auf die Online-Avantgarde ausgehend von einer eigenen Verwurzelung im akademisch geprägten – und damit früh online-affinen sowie tendenziell eher medienkritischen – Milieu, so mag das Medienhandeln der Online-Avantgarde als selbstverständlich erscheinen. Die Befunde unserer Panelstudie machen jedoch deutlich, dass eine online-basierte Mediennutzung im Häuslichen in deutschen Haushalten keinesfalls üblich ist: Diese Art des konvergenten häuslichen Medienhandelns, innerhalb derer die Nutzung klassischer Medien höchsten noch am Rande erfolgt, repräsentiert bislang (noch?) nicht das mediatisierte Zuhause der Mehrheit.

### **Das mediatisierte Zuhause im Wandel**

Im Rahmen unserer prozessorientierten Analysen wurde insgesamt auffällig, dass sich im mediatisierten Zuhause keineswegs ‚alles‘ radikal verändert, sondern viele über Jahrzehnte etablierte Mediennutzungsweisen von den Menschen auch nach der Domestizierung des Internets beibehalten wurden. Wir haben dies als *Wechselspiel zwischen Dynamik und Beharrung in der Mediatisierung* analysiert. Unter „Dynamik“ verstehen wir tiefere Veränderungen im häuslichen Medienhandeln, durch die sich die Mediatisierung der häuslichen Sphäre intensivieren kann. Dies konnten wir z. B. im Falle lebensweltlicher Zäsuren, wie oben beschrieben, beobachten. „Beharrung“ meint im Kontrast dazu das Festhalten an bewährten Medienpraktiken, indem z. B. ‚alte‘ (analoge) Medien und die dazugehörigen Nutzungs- und Alltagssituationen relevant bleiben. Dynamik und Beharrung sind jedoch keine voneinander isolierten Prozesse, welche jeweils exklusiv einen Teil der befragten

Haushalte betreffen Es war keineswegs so, dass der eine Teil der Paare dynamisch und der andere beharrend agierte. Vielmehr zeigte sich, dass in allen Haushalten und auf allen konkreten Analysefeldern der Panelstudie zumeist beide Facetten zu beobachten waren. Insofern ist Mediatisierung gleichzeitig von Momenten der Dynamik und der Beharrung geprägt, die im Zusammenspiel Wandel konstituieren (siehe Kapitel 2). Dieses Zusammenspiel zeigte sich besonders deutlich bezogen auf die Medienrepertoires, die zugleich Momente der Dynamik (durch die Integration des Internets) und der Beharrung (durch die Beibehaltung eingespielter Nutzungsweisen mit klassischen Medien, z. B. der Fernsehabend) aufwiesen.

Die sinnvolle Gestaltung ihres Alltags ist dabei die handlungsleitende Maxime der Menschen, in die die Art und Weise des häuslichen Medienhandelns eingefügt wird. In diesem Rahmen werden Regeln und Routinen des häuslichen Alltags insoweit erhalten, wie sie Sinn ergeben und subjektiv gesehen für die Haushaltsmitglieder ‚funktionieren‘. Ändert sich diese Sinnhaftigkeit, kann auch das Medienhandeln plötzlich und tiefgreifend verändert werden, wie z. B. bei einer lebensweltlichen Zäsur. Der häusliche Alltag kann also mehr oder weniger in Bewegung sein. Ist er stark in Bewegung, werden neue Potenziale der Medien aktiv geprüft und genutzt, um veränderte Lebensaufgaben oder Rahmenbedingungen mediatisiert besser zu bewältigen – dies kann mit Mediatisierungsschüben einhergehen. Gestaltet sich der häusliche Alltag dagegen eher stabil, werden Medienrepertoires und Medienpraktiken nur schrittweise und in Teilen verändert.

Schließlich möchten wir die Frage aufgreifen, inwieweit der örtlich definierte Kontext des Zuhauses überhaupt noch eine herausgehobene Bedeutung hat angesichts des rasant gewachsenen Stellenwerts der Mobilkommunikation. Auf Basis unserer Studie möchten wir hierzu in den Blick rücken, dass Mobilkommunikation gerade keinen Gegensatz zur häuslichen Medienkommunikation darstellt, sondern eng mit ihr verbunden ist. Smartphones und andere tragbare Technologien wurden ebenfalls domestiziert und sie werden intensiv im häuslichen Kontext genutzt. Sie haben die innerhäusliche Mobilisierung des Medienhandelns enorm vorangetrieben und dadurch die Mediatisierung des Zuhauses intensiviert. Speziell bezogen auf das Smartphone konnten wir in unserem Untersuchungszeitraum beobachten, wie dessen technologische Potenziale auf sich verändernde Bedürfnisse der Menschen im häuslichen Alltag trafen und so Impulse zu einer vertieften Mediatisierung des Zuhauses gaben. Im Zuge dessen änderten sich räumliche Arrangements mit dem Internet (siehe Kapitel 5), die Gestaltung des Fernsehabends (siehe Kapitel 6), die Präsenz der Berufarbeit im Häuslichen (siehe Kapitel 9) oder auch das Internet-handeln von jungen Müttern (siehe Kapitel 8). Schließlich gilt es zur Relevanz des häuslichen Kontextes zu betonen, dass sich das Zuhause in unserer Studie als zentraler Ort erwiesen hat, an dem Nutzerinnen und Nutzer ihre Medienrepertoi-

res gestalten und das Verhältnis von ‚alten‘ und ‚neuen‘ Medien, von stationären und mobilen Technologien (immer wieder neu) verhandeln. Dies betrifft auch gegenwärtige und künftige Neuerungen – von Second Screening (siehe Kapitel 6) über Streaming (siehe Kapitel 10) bis hin zu digitalen Sprachsystemen wie *Alexa* und Co. Zweifellos ist das Zuhause nicht der einzige Ort, an dem Medienhandeln gestaltet wird. Auch sind die kommunikativen Grenzen des Zuhauses sicherlich poröser und gestaltbarer geworden. Gleichwohl zeigte sich in unserer Studie die anhaltende Bedeutung der häuslichen Sphäre für die Aneignung von Medien und deren Position und Funktion innerhalb des Medienrepertoires.

Wir werden im Weiteren zunächst den theoretischen Rahmen unserer Studie entfalten: Insbesondere erläutern wir detailliert, was wir unter dem „mediatisierten Zuhause“ verstehen, verknüpfen Prämissen des Mediatisierungs- und des Domestizierungsansatzes und beschäftigen uns mit der Frage, wie Wandel (empirisch) fassbar gemacht werden kann (siehe Kapitel 2). Danach wird unser methodisches Vorgehen dezidiert dargestellt, darunter wichtige Eckpfeiler wie die medienethnografische Orientierung, die Forschung mit Paaren sowie die Längsschnittperspektive. Am Ende des Kapitels reflektieren wir zudem die Herausforderungen einer langlaufenden und materialreichen Studie, wie wir sie umgesetzt haben (siehe Kapitel 3). Es folgen Kapitel 4 bis 10 mit den themenspezifischen Analysen und Befunden zum mediatisierten Zuhause im Wandel, wie oben im Einzelnen bereits erläutert wurde. In allen thematischen Kapiteln finden sich exemplarische Falldarstellungen aus unseren Haushaltsstudien, anhand derer wir Befunde zum jeweiligen Thema herleiten, veranschaulichen und/oder differenzieren. Diese Fallanalysen sind jeweils durch Zwischenüberschriften kenntlich gemacht.



## Theorierahmen: Mediatisierungs- und Domestizierungsansatz

# 2

Das Forschungsprojekt ist dem Feld der Aneignung neuer Medientechnologien zuzuordnen und knüpft theoretisch am Mediatisierungsansatz sowie am Domestizierungsansatz an und verbindet diese. Grundsätzlich stellen wir das Nutzerhandeln ins Zentrum unserer Überlegungen. Denn nicht die Medientechnologie ‚wirkt‘, sondern im Zusammentreffen von technologischen Potenzialen und den Aneignungsweisen der Nutzer\*innen wird die Bedeutung der Technologien konstituiert. Mit den Begriffen „Aneignung“ oder „Medienhandeln“ wird diese Perspektive begrifflich gefasst.

Wir werden im Weiteren zunächst unser Verständnis von Mediatisierung und vom „mediatisierten Zuhause“ skizzieren und dabei auch auf das Verhältnis zum Domestizierungsansatz eingehen (siehe 2.1). Grundlegend wird der Domestizierungsansatz dann im folgenden Abschnitt eingeführt und abschließend werden seine Gemeinsamkeiten mit der Mediatisierungstheorie resümiert (siehe 2.2). Anschließend führen wir zwei theoretische Konzepte ein, die wir im Rahmen unseres Projekts ausgearbeitet haben, um unsere Perspektive auf den *Wandel* des mediatisierten Zuhauses und auf mögliche diskontinuierliche Entwicklungen zu fundieren: Erstens knüpfen wir am – bislang eher unbestimmten – Begriff der Re-Domestizierung an und diskutieren ihn weiter, um den Wandel von Medienhandeln und Alltag zu fassen sowie Domestizierung als unabgeschlossenen Prozess zu konkretisieren (siehe 2.3). Zweitens geht es uns um eine genauere Perspektive auf den *Prozesscharakter* von Mediatisierung einschließlich bremsender Momente: Dazu haben wir Dynamik und Beharrung als zentrale Faktoren der Mediatisierung herausgearbeitet. Diese schließen sich nicht etwa gegenseitig aus, sondern konstituieren gemeinsam den Prozess der Mediatisierung (siehe 2.4). Abschließend wird die Forschungslage zur Domestizierung des Internets skizziert (siehe 2.5).

## 2.1 Mediatisierung und das mediatisierte Zuhause

Wir verbinden in unseren Theoriebezügen die Ansätze zu Mediatisierung und zu Domestizierung, weil – wie wir zeigen möchten – der Domestizierungsansatz für unser Projekt als passgenaue Konkretisierung von Mediatisierung konzipiert werden kann. Unter Mediatisierung verstehen wir mit Krotz (2007) die zunehmende Durchdringung verschiedener gesellschaftlicher Bereiche mit Medienkommunikation. Es geht in dem Ansatz um den Zusammenhang zwischen dem Wandel von Medien(kommunikation) einerseits und dem Wandel von Gesellschaft, Alltag, Beziehungen und Kultur andererseits, der mit der fortschreitenden Mediatisierung vielfältiger Bereiche verbunden ist (vgl. Hepp und Krotz 2012, S. 2; vgl. auch Hepp 2010; Krotz 2014, 2015; Lundby 2009a). Dieser Wandel geht nicht primär von den Medien aus, wie es technikedeterministische Ansätze nahelegen, sondern vom medienbezogenen Handeln der Menschen, deren veränderte Kommunikations- und Interaktionsformen hier in den Blick geraten. Der Wandel von Kommunikation wird in diesem Verständnis durch neue Medientechnologien ermöglicht, aber erst von den Nutzer\*innen alltagsbezogen und eigenwillig umgesetzt (vgl. Krotz 2012a, S. 26–27). Insofern interagieren die Ebenen des Alltags(handelns) und der Gesellschaft: Die Durchsetzung und Aneignung neuer Medientechnologien und der Wandel von Kommunikation sind gesellschaftlich vermittelt und werden alltäglich gestaltet, sie haben gleichzeitig Konsequenzen für Gesellschaft und für Alltag.

Krotz betrachtet Mediatisierung als „Metaprozess“ (Krotz 2007, S. 11; Krotz 2012a), der mit anderen Metaprozessen wie Globalisierung, Individualisierung und Kommerzialisierung verbunden ist und „gesellschaftliche bzw. kulturelle Langzeitentwicklungen“ (Krotz 2015, S. 440) erfassen will. Mediatisierung wird als Metaprozess nicht leicht fassbar, denn entgegen der Vorstellung einer universellen „Medienlogik“ (Lundby 2009b) gehen wir mit Krotz (2014, S. 14) davon aus, dass sich Mediatisierungsprozesse innerhalb von verschiedenen „Handlungsfeldern und Sozialwelten“ auf je spezifische Weise entfalten. Das DFG-Schwerpunktprogramm (SPP) „Mediatisierte Welten“, in dem unsere Projektreihe gemeinsam mit anderen Projekten verortet war, hat in diesem Sinne ganz unterschiedliche Handlungsfelder untersucht, wie z. B. Spielwelten, Unternehmen, transnationale Familien oder kommunikative Vergemeinschaftungen von Menschen (vgl. die Beiträge in Krotz et al. 2017).<sup>1</sup>

---

1 Krotz (2014, S. 14–27) hat das Konzept der „sozialen Welten“ (S. 14) unter Bezugnahme auf den Symbolischen Interaktionismus als theoretischen Bezugspunkt des SPP begründet und im Konzept der „mediatisierten Welten“ (S. 23) weitergeführt; dabei findet auch das Zuhause ausdrücklich Erwähnung (S. 26). Soziale Welten – oder hier syno-

Ein solches Handlungsfeld, auf dem die sich wandelnden Medien und das kommunikative Handeln der Menschen auf spezifische Weise aufeinandertreffen, stellt das Zuhause dar, das wir als eine unter vielen mediatisierten Welten, die sich teils überschneiden, ins Zentrum unseres Interesses stellen. *Wir fassen das Zuhause als einen Ort, an dem sich Mediatisierungsprozesse konkretisieren.* Dabei ist das Zuhause nicht der einzige Ort und nicht das einzige Handlungsfeld der Mediatisierung, gleichwohl kommt ihm – auch in Zeiten der Mobilkommunikation – weiterhin eine herausgehobene Bedeutung für das Medienhandeln zu (siehe Kapitel 1). Speziell der Domestizierungsansatz hat seine Bedeutung als vielschichtiger Schnittpunkt von verschiedenen Kontexten herausgearbeitet, wie wir weiter unten noch ausführen werden (siehe 2.2.3).

Unsere Analysen zielen somit darauf, die konkrete Ausgestaltung von Mediatisierungsprozessen im Kontext des Zuhauses herauszuarbeiten. Dabei nehmen wir speziell die Impulse und Veränderungen seit der häuslichen Aneignung des Internets in den Blick. Gleichwohl ist es wichtig zur Kenntnis zu nehmen, dass das Zuhause nicht erst durch das Internet mediatisiert wurde. Zahlreiche (historische) Studien im Rahmen des Domestizierungskonzepts belegen das Gegenteil: Ein „mediatisiertes Zuhause“ ist spätestens mit der Verhäuslichung des Radios ab den 1920er Jahren entstanden und wurde vertieft durch die häusliche Etablierung des Fernsehens, die in Deutschland ab den 1950er Jahren Fahrt aufnahm (vgl. zum Radio: Moores 2007; Pater und Schmidt 2007; Roth und Röser 2019a; zum Fernsehen: Hickethier 2007; O’Sullivan 2007; Peil und Röser 2007). Via Radio und Fernsehen wurde das Weltgeschehen mediatisiert im Häuslichen präsent, weshalb Morley (2000, S. 9) das Wohnzimmer als den Ort bezeichnet hat, „where the global meets the local“. Häusliche Medienaneignung wurde Teil sozialen Handelns im Zuhause und kollektiv rezipierte Fernsehinhalte Teil gesellschaftlichen Wissens. Auch weitere wichtige Medien(technologien) und Peripheriegeräte wie Kassetten- und Videorekorder bis hin zu PC und Internet wurden wesentlich (auch) im häuslichen Kontext angeeignet und haben das Zuhause tiefer mediatisiert. Gleichzeitig hatte die Mediatisierung des Zuhauses auch gesellschaftliche Folgen. So wurde das Zuhause etwa durch das Radio aufgewertet, der Besuch der Eckkneipe bekam Konkurrenz und der häuslich-familiäre Kontext erfuhr stärkere Beachtung, was mit damaligen Werten der Familie als Kernkonzept der Nation korrespondierte (vgl.

---

nym auch „Handlungsfelder“ – sind demnach „Orte der Entstehung und Begründung handlungspraktischer Konsequenzen, die dann durch das darauf bezogene Handeln wirksam werden“, sie sind dabei nicht unbedingt stabil und abgegrenzt (S. 16). Die parallele Existenz verschiedener sozialer bzw. mediatisierter Welten hat zur Konsequenz, dass sich Mediatisierung ungleichzeitig und nicht immer gleichförmig entwickelt.

Moore 2007). Die Mediatisierung der Gesellschaft bezieht sich somit wesentlich auch auf den häuslichen Kontext. Und vice versa: Der häusliche Kontext prägt den Gesamtprozess Mediatisierung, denn dort wird durch das Medienhandeln der Rezipierenden der Wandel von Medien und Kommunikation entscheidend mitgestaltet. *Mit dem Begriff „das mediatisierte Zuhause“ bezeichnen wir vor diesem Hintergrund den zunehmend von Medienkommunikation durchdrungenen häuslichen Kontext, einschließlich der daraus resultierenden Folgen für den häuslichen Alltag und das Zusammenleben sowie weitergehend für Gesellschaft und Kultur.*

Im Folgenden führen wir ergänzend zum Konzept der Mediatisierung den Domestizierungsansatz ein, der es uns ermöglicht, das mediatisierte Zuhause analytisch differenzierter zu fassen.

---

## 2.2 Der Domestizierungsansatz

Im Domestizierungsansatz wird die häusliche Sphäre als zentraler Ort konzipiert, an dem über die Bedeutung von Medien und Kommunikationstechnologien entschieden wird. Die Theorie zielt auf den Prozess der fortlaufenden Integration von (neuen) Medien in den häuslichen Alltag durch die Nutzer\*innen und auf deren alltägliches Medienhandeln. Dieser Fokus ergänzt den Mediatisierungsansatz fruchtbar und erlaubt eine konkretere Konzeptionierung des mediatisierten Zuhauses und des häuslichen Medienhandelns.<sup>2</sup>

### 2.2.1 Grundlegende Prämissen

Der Domestizierungsansatz untersucht den Prozess, in dem Medien und Kommunikationstechnologien in die Wohnungen integriert werden und im Aneignungsprozess Teil häuslicher Alltagsroutinen sowie Mittel sozialen Handelns werden. Gemeint ist also ein Prozess, in dem Medientechnologien durch die Nutzer\*innen

---

2 Die folgende Einführung des Konzepts in 2.2.1 bis 2.2.4 erweitert die knappere Darstellung in Röser und Müller 2017. Vgl. zum Folgenden ausführlicher Röser 2007a; vgl. für Überblicke zum Ansatz ferner: Berker et al. 2006a; Haddon 2006; Hartmann 2013; Silverstone 2006; Silverstone und Haddon 1996.

heimisch gemacht, ins Häusliche eingefügt werden.<sup>3</sup> Die Kernideen des Domestizierungsansatzes lassen sich entlang von *fünf Prämissen* umreißen.

Der Ansatz nimmt *erstens* eine *aneignungsorientierte Perspektive* ein und rekonstruiert mit vorwiegend qualitativen Methoden das häusliche Medienhandeln aus der Sicht der Nutzer\*innen, die den Medientechnologien in der Aneignung erst ihre Bedeutung geben. Damit grenzt sich der Ansatz von technikdeterministischen Konzepten und kausalen Wirkungsannahmen ab (vgl. Berker et al. 2006a; Silverstone et al. 1989), indem er stets vom kommunikativen Handeln der Menschen ausgeht. Das heißt, der Ansatz knüpft an ein Verständnis von Medienaneignung an, das Hall (1980) in seinem vielzitierten Aufsatz Encoding/Decoding entwarf und das von Morley (1986, 1992) insbesondere durch einen Fokus auf die situativen Kontexte von Medienaneignung sukzessive weiterentwickelt wurde (vgl. Röser 2015).

Speziell interessiert sich Domestizierung daher *zweitens* für die Einbettung der Medienaneignung in den *Alltag* und für die Wechselbeziehungen zwischen medialem und nicht-medialem Handeln. Dieser Ausrichtung entspricht methodologisch eine medienethnografisch orientierte Rezeptionsforschung, die Mediennutzung in ‚realen‘ Alltagskontexten untersucht, statt künstliche Forschungssettings zu schaffen. Entsprechend bedarf es eines „methodologischen Situationalismus“ (Morley 1999, S. 302), um Domestizierung gegenstandsangemessen zu erheben und auch den Charakter der häuslichen Mediennutzung als kollektiven Prozess einzubeziehen (siehe Kapitel 3).

*Drittens* fokussiert der Ansatz speziell die *häusliche Sphäre* als Alltagskontext. Das Zuhause wird als ein besonderer Ort gefasst: einerseits für die Identität und die sozialen Beziehungen der Menschen, andererseits für die Durchsetzung und Aneignung neuer Medien und Kommunikationstechnologien sowie die (Um-)Gestaltung der Medienrepertoires (siehe 2.2.3). Bei der Konstruktion und Ausgestaltung des Zuhauses spielen Medien schon seit fast einem Jahrhundert eine wichtige Rolle, wie oben schon angedeutet wurde. Hinzu kommt, dass die Integration von Medien in die häusliche Sphäre Impulse für deren Verbreitung geben kann (siehe 2.2.4).

Damit ist schon angedeutet, dass der Ansatz *viertens* beansprucht, den Blick auf das gesamte *Medienrepertoire* statt auf Einzelmedien zu richten, um das Zusammenspiel der verschiedenen Medien sowie mögliche Bedeutungsverschiebungen zu verstehen – etwa wenn Nutzer\*innen ein neues Medium domestizieren und in

---

3 Domestizierung/domestication wird somit als Verhäuslichung von Medien(technologien) gefasst. Nicht gefolgt wird hier der Verbindung des Begriffs mit der Konnotation der ‚Zähmung‘ der „wild technologies“, die unter anderem Silverstone (2006, S. 231) vornimmt, weil dem aus unserer Sicht eine Naturalisierung des Technischen unterlegt ist. Vgl. auch die ausführlichen Definitionen bei Hartmann (2013, S. 19, 146).

ihr bestehendes Medienrepertoire integrieren. Denn wenn auch nur ein einziges Medium neu domestiziert wird, betrifft und verschiebt dies zugleich die Bedeutung der vorhandenen Medien, mit denen zusammen es das Medienrepertoire (vgl. Hassebrink und Domeyer 2012) der Menschen bildet. Analysen zielen in diesem Sinne weniger auf einen möglichen ‚Untergang‘ von alten Medien als vielmehr auf die Art und Weise, wie Medien koexistieren: Es sind die Nutzer\*innen, die eine solche Koexistenz<sup>4</sup> verschiedener (alter und neuer) Medien gestalten (siehe Kapitel 6).

Kennzeichnend ist *fünftens* die *Prozessorientierung*: Als offener, prinzipiell endloser Prozess ist die Domestizierung von Medien(technologien) niemals abgeschlossen. Vielmehr kann jederzeit Bewegung entstehen, weil sich z. B. Lebensumstände ändern oder neue technologische Dienste eingesetzt werden. Domestizierung ist deshalb ein potenziell non-linearer, diskontinuierlicher Prozess, der Phasen der Re-Domestizierung enthalten kann, wie wir weiter unten noch näher diskutieren werden (siehe 2.3). Methodologisch sind vor diesem Hintergrund Langzeitstudien – wie das Beispiel, das wir hier präsentieren – hilfreich, um solchen Wandel zu analysieren. Andersherum betrachtet ist eine historisierende Perspektive auf das (schon immer) mediatisierte Zuhause in seinem jeweiligen Gewordensein konstitutiv. Wichtige Einsichten liefern deshalb auch historische Rezeptionsstudien, die Domestizierungsprozesse rückblickend, etwa mit Oral History-Interviews, rekonstruieren (siehe 2.2.4, 2.2.5).

## 2.2.2 Entstehung des Ansatzes

Der Domestizierungsansatz knüpfte an der ethnografisch orientierten Fernsehforschung der Cultural Studies aus den 1980er Jahren an. Diese war auf den Ort ausgerichtet, an dem Fernsehen stattfindet: auf den Kontext des Häuslichen sowie speziell der Familie und der Paarbeziehung. Leitend war die These, dass die vieldeutige Tätigkeit Fernsehen nur im häuslichen Kontext, im Kontext von Familie und Freizeit verstanden werden kann (vgl. für eine differenzierte Übersicht: Moores 1993). Einflussreich war in den 1980er Jahren ferner die international viel rezipierte englische Publikation des deutschen Ethnologen Hermann Bausinger über „Media, Technology and Daily Life“ (Bausinger 1984, vgl. auch Bausinger 1983). Darin macht er anhand einer fiktiven Fallstudie über ‚Familie Meier‘ anschaulich, dass sich die Bedeutung von Rezeptionssituationen erst im weiteren Kontext des häuslichen

---

4 Vgl. zur Begrifflichkeit der „Koexistenz“ alter und neuer Medien auch Morley 2003, S. 445 („coexist“). Vgl. mit etwas anderer, eher medienzentrierter Konnotation auch Balbi 2015.

Alltags und des Zusammenlebens sowie in der Zusammenschau aller genutzter Medien erschließt – hier hat also sowohl das Konzept der „Medienrepertoires“ (Hasebrink und Domeyer 2012; Hasebrink 2014) als auch das Bewusstsein von der Alltagseinbettung jeglicher Mediennutzung einen wichtigen Ausgangspunkt (vgl. Mikos 2017). Insbesondere vertiefte Bausinger in diesem Rahmen die unauffällige Präsenz und „Einbürgerung“ von Technologien in den häuslichen Alltag (Bausinger 1983, S. 29; vgl. Röser 2007a, S. 16–18; vgl. auch Hartmann 2013, S. 40–42).

Von hier führt eine Linie hin zum Domestizierungsansatz, wie er explizit im Rahmen des HICT-Projekts – The Household Uses of Information and Communication Technologies – entwickelt wurde. Silverstone, Morley, Hirsch und Livingstone führten dieses Projekt Ende der 1980er Jahre unter Einbeziehung von (damals) neuen Medientechnologien durch (vgl. die Beiträge in Silverstone und Hirsch 1992; ferner Hartmann 2013, S. 45–47; Morley und Silverstone 1990). Es zielte auf die Nutzung des gesamten Ensembles der Medien und Kommunikationstechnologien im Kontext der Haushalte, der Familien-, Generationen und Geschlechterbeziehungen, wie es Bausinger nahegelegt hatte. Anliegen des Projekts war es, die damals dominante Fernsehrezeptionsforschung bezogen auf das Medienrepertoire zu rekontextualisieren, das heißt die Fokussierung auf das Fernsehen als Einzelmedium aufzubrechen (vgl. Morley und Silverstone 1990). Gleichzeitig sollte das Feld der Medienforschung insgesamt in einem breiteren soziotechnischen und kulturellen Rahmen neu definiert werden, um eine Alternative zu technikdeterministischen Ansätzen zu entwickeln (vgl. Silverstone et al. 1989, S. 4). Das Projekt startete zu einer Zeit, als der Einzug von Computern in die private häusliche Welt gerade in den Anfängen steckte und ‚neue‘ Medien Satelliten-TV, Spielekonsolen und Ähnliches waren, sodass es zu einer Pionierstudie über die Frühphase der Digitalisierung der Haushalte wurde. Zwar blieb die Auswertung der Haushaltsfallstudien bruchstückhaft, jedoch wurden wichtige konzeptionelle Grundlagen des Domestizierungsansatzes im Projektrahmen entwickelt (vgl. zur Entwicklungsgeschichte des Ansatzes die Übersicht bei Hartmann 2013, S. 39–52).

### 2.2.3 Konkretisierende Konzepte

Im Rahmen des HICT-Projekts wurden Konzepte herausgearbeitet und in späteren Arbeiten teils weiterentwickelt, auf die auch unser Projekt Bezug nimmt. Dies sind *Double Articulation* von Medien, die *Phasen bzw. Dimensionen von Domestizierung* sowie die Perspektive auf das „Zuhause“ als *vielschichtigem Schnittpunkt* (nicht nur) der Medienaneignung.

## Double Articulation von Medien

Medien werden im Domestizierungsansatz in ihrer doppelten Bedeutung fokussiert, nämlich als Medium und als Medientechnologie, wie es insbesondere Silverstone und Haddon (1996, S. 62) mit dem Konzept der „Double Articulation“ gefasst haben (vgl. auch Silverstone et al. 1989, S. 60–62; ausführlich: Hartmann 2013, S. 24–27). Das *Medium* ist Träger von Bedeutungen, hier wird die symbolische, das heißt inhaltliche Ebene in den Blick genommen und die Rezeption bezieht sich auf die Nutzung und Aneignung von Medieninhalten. Aber auch die *Medientechnologie* trägt auf materieller Ebene Bedeutung in sich und die Rezeption bezieht sich auf die Nutzung und Aneignung des Objekts. Auf beiden Ebenen zugleich entsteht Bedeutung, und zwar durch die Sinnproduktionen der Rezipierenden im Prozess der Aneignung.

Obwohl der Domestizierungsansatz beansprucht, beide Ebenen zu berücksichtigen, zeigt die empirische Praxis eine Konzentration *auf die medientechnologische Ebene und damit auf situatives Medienhandeln in raum-zeitlichen und sozialen Kontexten* (vgl. zu den beiden Ebenen ausführlich: Röser 2016, S. 488–490). Dies dürfte zum einen daran liegen, dass speziell diese zweite Ebene von der Kommunikationswissenschaft lange Zeit vernachlässigt worden ist, sodass hier große Desiderate vorlagen und eine innovative Erweiterung der Perspektive angestrebt wurde. Zum anderen dürfte die Konzentration auf raum-zeitliche und soziale Kontexte des Medienhandelns forschungsökonomischen Zwängen geschuldet sein. Dies jedenfalls entspricht den Erfahrungen, die wir mit unserem Projekt gemacht haben: Wir haben uns bemüht, auch die Aneignung von Medieninhalten und Anwendungen in unsere Analysen einzubeziehen (siehe z. B. Kapitel 6, 7, 8, 10). Gleichwohl mussten wir angesichts der Vielzahl von Faktoren im Feld „Medienhandeln im häuslichen Alltag“ Schwerpunkte setzen und haben ebenfalls den raum-zeitlichen sowie sozialen Kontexten des häuslichen Medienhandelns ein stärkeres Gewicht gegeben, da diese für unseren Fokus auf die Alltagseinbettung und die Paarkonstellation zentral waren.

## Phasen bzw. Dimensionen der Domestizierung

Auf Basis des HICT-Projekts wurde ein zweites wichtiges Konzept herausgearbeitet: Der Prozess der Domestizierung von Medien wurde in vier Phasen systematisiert (vgl. Silverstone et al. 1992, S. 20–26). Die ursprünglich verwendete Bezeichnung „Phasen“ weckt allerdings die unzutreffende Assoziation eines linearen Ablaufs, weshalb inzwischen der Begriff „Dimensionen“ bevorzugt wird (vgl. Hartmann 2013, S. 21). Die vier Dimensionen sind: (1) „Appropriation“ bzw. „Commodification“, wie Silverstone (2006, S. 233) später als präziseren Begriff vorschlug. Damit ist