

## 2. Zukunftstrends des Sozialverhaltens im digitalen Zeitalter – Wie will die Gesellschaft mit Smartphones umgehen?

**Mirjam Bendisch**  
Informationsdesign  
mb225@hdm-stuttgart.de

**Tatjana Biegger**  
Bibliotheks- und  
Informationsmanagement  
tb077@hdm-stuttgart.de

**Melissa Eisele**  
Informationsdesign  
me071@hdm-stuttgart.de

**Marina Köberlein**  
Informationsdesign  
mk215@hdm-Stuttgart.de

**David Lehmann**  
Informationsdesign  
dl039@hdm-stuttgart.de

### 2.1 Einleitung

Im vorherigen Kapitel wurden die verschiedenen Nutzergruppen betrachtet. In diesem Teil des Berichts werden soziale Aspekte beleuchtet. Die folgenden Studien sind unabhängig von den vorherig definierten Nutzergruppen entstanden.

Behandelt wird die Frage, inwieweit das Smartphone und dessen Kamera das Verhalten der Menschen beeinflusst. Dabei wurde mit Hilfe eines Fragebogen und zweier Fokusgruppen erforscht, wie das Nutzungsverhalten der Probanden bezüglich der eingebauten Kamera und wie akzeptiert die Nutzung des Smartphones ist. Eine weitere Frage war, ob sich die Gesellschaft in Zukunft eine Veränderung in Verhalten und Nutzung des Smartphones und dessen Kameras wünschen. Auf Grundlage der gewonnen Erkenntnisse werden anschließend für den Kooperationspartner Zeiss Empfehlungen für die zukünftige Ausrichtung ausgesprochen.

### 2.2 Fragebogenstudie

#### 2.2.1 Vorgehensweise

Zunächst wurde ein Fragebogen entwickelt, der aufzeigt, inwieweit das Benutzen von Smartphones und dessen Kamera in verschiedenen Kontexten akzeptiert wird. Hinsichtlich der Fotografie wurde herausgearbeitet, wie viel Zeit in Fotos investiert wird und welchen Einfluss die Kamera auf die Kaufentscheidung hat. Im Kontext von sozialen Netzwerken und Kurznachrichtendiensten wurden Fragen zu Verlinkung und Teilen von Fotos gestellt. Auch wirft der Fragebogen einen Blick in die Zukunft und zeigt, wie Veränderungen im Bereich der Smartphone-Nutzung aussehen könnten.

Insgesamt haben 392 Personen den Online-Fragebogen ausgefüllt, von denen 65% im Alter von 18 bis 24 Jahren und 11% älter als 30 waren. 40% aller Teilnehmer waren männlich und 59% weiblich.

Der Fragebogen diente als Grundlage für die später folgende Fokusgruppe. Durch die Befragung einer

breiten Masse bietet er einen guten Überblick über die verschiedenen Haltungen bezüglich der Nutzung von Smartphones und deren Kameras.

#### 2.2.2 Ergebnisse

Es kann festgestellt werden, dass Smartphones in allen Alters- und Berufsgruppen angekommen sind. So besitzen 96% aller Teilnehmer ein Smartphone. 44% davon nutzen ihre Smartphone-Kamera mindestens einmal täglich.

Auch wenn etwa die Hälfte der Teilnehmer die Kamera eher selten nutzt, ist es trotzdem für 85% wichtig bis sehr wichtig, dass die Qualität der Bilder hoch ist. Beim Kauf eines Smartphones wird bei der Kamera an erster Stelle auf die Auflösung geachtet (90%). An zweiter Stelle ist es wichtig, dass die Kamera auch bei schlechten Verhältnissen gute Fotos macht (75%). Gerade für die Altersgruppe der 13- bis 17-jährigen ist mit 74% die Frontkamera sehr wichtig. Auf die Marke der Kamera haben beim Kauf jedoch nur knapp ein Viertel aller Teilnehmer geachtet. So schrieb ein Teilnehmer zu der Frage „Inwiefern hat die Kamera zur Kaufentscheidung beigetragen?“ (Frage 10): „Allerdings geben sich meiner Meinung nach die Kameras der aktuellen Top-Modelle nicht viel, bzw. haben alle ihre Stärken und Schwächen. Daher hat sie eher zur Entscheidung bei der Preiskategorie, als bei der des Modells beigetragen.“ Wichtiger als die Marke der Kamera ist den Teilnehmern die Marke des Smartphones. So gab ein Teilnehmer an, dass die Kameraqualität zwar ein Hauptargument beim Kauf sei, Nokia für ihn allerdings nicht in Frage komme, da er dann an Windows gebunden sei.

Die Möglichkeit Fotos nach der Aufnahme mit Software zu bearbeiten wird von 74% der Teilnehmer selten bis nie genutzt. Bei den Frauen sind es 30% die das Angebot für Nachbearbeitung einmal in der Woche oder öfter benutzen, bei Männern beläuft sich diese Zahl sogar nur auf 18%. Auch die Video-Funktion erfreut sich eher wenig Beliebtheit, so nutzen 88% aller Teilnehmer diese selten bis nie.

Die Nutzung der Kamera hängt auch stark davon ab, in welcher Situation man sich befindet. So gaben 94% aller Teilnehmer an, dass es ihnen wichtig sei, Urlaubserinnerungen mit der Kamera festzuhalten. Familienfeste sind für 77% ein Anlass um die Kamera zu nutzen. Fotohypes, wie das Festhalten des Spielens mit dem eigenen Haustier, sowie das Fotografieren von Essen, stößt hingegen auf wenig Resonanz. So sehen 85% aller Teilnehmer die Dokumentation solcher Momente als unwichtig oder eher unwichtig an.

Neben den oben genannten Aspekten befasste sich der Fragebogen mit dem Verhalten in sozialen Netzwerken. Die Befragung ergab, dass 92% aller Teilnehmer solche Netzwerke nutzen. Mit 99% liegt hierbei Facebook an erster Stelle, gefolgt von Instagram mit 35% und Twitter mit 21%. Gerade Instagram ist dabei eine Plattform, die für Jüngere von Interesse ist. Während 61% der 13- bis 17-jährigen Instagram nutzen, liegt dessen Nutzung bei den über 30-jährigen bei nur noch 14%. Die Funktionen „Teilen“, „Posten“ und „Verlinken“ sind dabei weniger wichtig. So gaben 87% aller Teilnehmer an, dass sie selten bis nie Bilder teilen. Auch das Verlinken empfinden 70% aller Teilnehmer für unwichtig oder eher unwichtig.

Anders verhält es sich mit dem Versenden von Fotos über Kurznachrichtendienste. Hier gaben 80% aller Teilnehmer an, dass sie mehrmals pro Woche oder öfter Bilder versenden. Der Grund hierfür ist gerade für die 13- bis 30-jährigen, dass Bilder die Kommunikation vereinfachen. So nannten viele das Sprichwort „ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ (siehe Frage 26) als Begründung, warum ihnen Bilder in diesem Kontext wichtig sind. Die über 40-jährigen merkten jedoch an, dass ihnen das Versenden von Bildern zu zeitaufwändig ist und eher für berufliche Zwecke genutzt wird.

Zum Versenden der Bilder wird der Kurznachrichtendienst WhatsApp, vor allem von den Tätigkeitsgruppen Schüler, Auszubildende und Studenten, mit 70% häufig oder sehr häufig, genutzt.

Ein weiterer Abschnitt des Fragebogens hat sich mit der Akzeptanz von Smartphone-Nutzung in verschiedenen Kontexten befasst. Dabei konnte festgestellt werden, dass über 70% der Teilnehmer sich bei Gesprächen zu zweit die volle Aufmerksamkeit wünschen und es störend finden, wenn das Gegenüber sein Smartphone nutzt. Nicht-Smartphone-Nutzer empfinden das Benutzen eines Smartphones auch in

größeren Gruppen als störend, wohingegen Smartphone-Nutzer ab einer Gruppengröße von drei Personen toleranter sind.

Zur Frage nach Wünschen für die Zukunft gaben 47% aller Teilnehmer die Verbesserungen der Hardware an. Dabei wurden vermehrt die Frontkamera, die Fotografie bei erschwerten Bedingungen (Unterwasser, Nacht), eine geringere Dateigröße und der optische Zoom genannt. Für solche Verbesserungen wären 58% der Teilnehmer bereit mehr Geld auszugeben. Auch die Nachfrage nach Verbesserung des Bildstabilisators und der Auflösung war hoch. Nur 20% der Teilnehmer gaben an, dass sie sich Verbesserungen im Bereich der Software wünschen. Hierbei waren vor allem ein schneller Start und Datenschutz wichtige Aspekte. Allerdings wären nur 2% der Teilnehmer bereit für solche Features mehr Geld auszugeben.

In Bezug auf die Nutzung von Smartphones waren mehr als die Hälfte der Teilnehmer (54%) der Meinung, dass sich etwas ändern sollte. Interessante Zitate aus Frage 35 hierzu waren unter anderem im Hinblick auf

*a) die Smartphone-Fotografie:*

„Weniger Gemecker oder lustig machen darüber, wenn Leute Fotos machen. Wenn ich mal alt bin, werde ich sicher nicht sagen 'Ich wünschte ich hätte weniger Fotos von meinem Leben'.“

*b) den Moment:*

„Erreichbar zu sein ist toll, doch man sollte sein Limit kennen und z.B. beim Essen den Mitmenschen etwas mehr Aufmerksamkeit schenken und die Momente genießen.“

*c) einen reflektierten Umgang:*

„Menschen sollen bewusster mit dem Smartphone umgehen, anstatt es immer wieder gedankenverloren hervorzukramen und ziellos rumzuspielen.“

„Ich wünsche mir einen (selbst)kritischeren, rücksichtsvolleren und reflektierteren Umgang mit Smartphones!“

*d) das Teilen und Posten:*

„Die Bilderflut durch Selfies und ähnliche Bilder sind nervig. Die Informationsflut ist immens.“

### 2.2.3 Fazit

Abschließend kann festgehalten werden, dass Fotos in Kurznachrichtendiensten eine sehr wichtige Rolle einnehmen. Ein Grund hierfür ist, dass in Kurznachrichtendiensten nur ausgewählte Personen Zugriff auf die Bilder erhalten, wodurch sich Sender und Emp-

fänger miteinander verbunden fühlen. In sozialen Netzwerken hingegen haben Fotos nur einen geringen Stellenwert. Die Verlinkung auf Fotos, ohne vorher gefragt zu werden, ist den meisten Menschen unangenehm. Außerdem ist es nicht so wichtig private Fotos mit möglichst vielen Menschen zu teilen. Für die Zukunft wird gewünscht, dass man sich wieder mehr Zeit für die persönliche Kommunikation nimmt, ohne dabei das Smartphone zu benutzen.

### 2.3 Fokusgruppe

Die mit Hilfe des Fraggogens gewonnen Erkenntnisse wurden im zweiten Schritt für die Erarbeitung der Fokusgruppe genutzt. Die genauere Vorgehensweise und die daraus gewonnenen Ergebnisse werden im Folgenden näher erläutert.

#### 2.3.1 Vorgehensweise

„Die Fokusgruppe [ist] als Methode nicht einheitlich definiert. Man kann unter der Bezeichnung sowohl offene Gruppendiskussionen, strukturierte Gruppeninterviews als auch Workshops, in denen konkrete Lösungen für Probleme erarbeitet werden, verstehen.“ (Hassenzahl, 2013, S. 138) Unsere Wahl der qualitativen Methode fiel auf die Fokusgruppe, weil sie Einblick in die Umstände, Vorlieben und Meinungen der Teilnehmer gibt (vgl. Hassenzahl, 2013). Dabei führten zwei Moderatoren durch die circa zweistündige Gruppendiskussion.

Verschiedene Themenfelder sollten beleuchtet werden: Unter anderem wurde herausgearbeitet, wann und in welcher Form Smartphone-Fotografie ein Gefühl von Verbundenheit erzeugt. Zudem war die Frage nach dem Bedürfnis des Dokumentierens und Festhaltens wichtiger Momente durch das Smartphone von Interesse. Insbesondere auch die Situationen, in denen diese das bewusste Erleben solcher Momente einschränken. Ein weiterer zentraler Aspekt war, in welchen Situationen das Smartphone als störend oder unpassend empfunden wird.

Der Ablauf der Fokusgruppe gestaltete sich durch drei verschiedene Aktionen. Nach einer kurzen Kennenlern-Phase sollten zu Beginn persönliche Erlebnisse in Bezug auf Smartphone-Fotografie erzählt werden. Ziel hierbei war es, tiefere Emotionen und Bedürfnisse zu erfahren.

Die zweite Aufgabe bestand darin, aus diversen vorgegebenen Fotos zwei auszuwählen. Dabei sollte man sich mit einem identifizieren können, wogegen das

zweite eher negative Emotionen auslösen sollte. Hierbei spielte es keine Rolle, ob sich dies auf das Motiv oder die Machart der Fotografie bezog.

Zur Beantwortung der Frage, in welchen Momenten Fotografie als störend empfunden wird, wurden den Teilnehmern mehrere Karikaturen vorgelegt, die mögliche Situationen überspitzt darstellen. Die ausgewählten Karikaturen sollten möglichst polarisierend sein, um eine angeregte Diskussion zu fördern. Den Abschluss bildete eine Diskussion über Zukunftsfragen der Smartphone-Nutzung und Wünsche an die Gesellschaft.

Um eine umfassende Datenerhebung zu gewährleisten, haben wir die Teilnehmer anhand von unterschiedlichen Kriterien ausgewählt, sodass in Bezug auf die Kameranutzung eine heterogene Gruppe entstanden ist. Weitere entscheidende Faktoren waren das Alter und verschiedene Einstellungen zum Thema Smartphones im Allgemeinen. So sind in der ersten Gruppe die Teilnehmer 1, 2 und 5 fotoaffin. T1 nutzt sein Smartphone sehr intensiv und T3 und T4 sehen ihr Smartphone eher als Gebrauchsmittel. In der zweiten Fokusgruppe waren T6 und T7 fotoaffin, wobei T6 auch als Fotografin tätig ist und unter anderem für Hochzeiten gebucht werden kann. Die Teilnehmer T8 bis T10 sind dagegen in dieser Gruppe die Nutzer mit wenig Erfahrung im Bereich der Fotografie. Ebenfalls wurde darauf geachtet, dass eine gleichmäßige Verteilung der Geschlechter vorhanden ist. Acht der Zehn Teilnehmer befinden sich in der Altersgruppe der 18 bis 30-jährigen, T3 und T6 sind über 30 und berufstätig.

Teilnehmer	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10
Geschlecht	m	m	w	w	m	w	m	w	m	w
Alter	26	23	48	25	25	41	18	24	29	20
Fotoaffin	X	X			X	X	X			
Smartphone-affin	X	X			X		X			
Smartphone-Kritiker			X					X	X	X

*Tabelle 1: Übersicht über Fokusgruppenteilnehmer*

#### 2.3.2 Ergebnisse der Fokusgruppe

##### I. Kommunikation und Erleben des Momentes

Das Smartphone wirkt sich maßgeblich auf unsere Kommunikation und unser Erleben aus. Die einfache Möglichkeit Fotos zu machen, unterstützt die Erklärung von Sachverhalten (Seg. 16ff, 44, 59).

Generell werden Antworten auf dem Smartphone schneller erwartet, da man immer erreichbar ist (Seg. 175ff, 191). T10 erwähnt dazu, dass es ihn nervös macht, wenn er mal kein Handy hat (Seg. 436, 442). Allgemein geben die Teilnehmer an, dass sie es schätzen, wenn man erreichbar ist, sie wollen aber nicht, dass an dieser Stelle übertrieben wird (Seg. 460, 477). So versuchen mehrere Teilnehmer bereits ihren Smartphone-Gebrauch einzugrenzen, zum Beispiel stellt T1 seine Mail-Benachrichtigungen aus (Seg. 175) und T2 selektiert die Anrufe (Seg. 138ff). Besonders wird von den Teilnehmern erwähnt, dass sich Leute nicht mehr festlegen und sehr flexibel agieren. Dies führt dazu, dass sie Verabredungen auch spontan absagen (Seg. 147ff). Manchmal verhindere das Smartphone sogar die Kommunikation (Seg. 157, 159, 409ff) oder das bewusste Erleben eines Momentes. So gibt T5 an, dass er hinter der Kamera das Gefühl habe, etwas vom eigentlichen Moment zu verpassen (Seg. 10).

Zur Karikatur, die einen Heiratsantrag zeigt, sind die Teilnehmer sich einig: In einer solchen Situation sind Fotos unangebracht und der Augenblick sollte genossen und bewusst erlebt werden (Seg. 374). T2 geht sogar so weit zu behaupten, man könne sich besser an Situationen erinnern, wenn man sich ganz auf den Moment einlässt (Seg. 130). Von T4 wird dazu berichtet, dass er in New Mexiko im Dschungel ohne Kamera war und er diese Zeit als besonders wertvoll empfand, gerade weil sie nicht festgehalten werden konnte (Seg. 72). Überraschenderweise stört es die Teilnehmer auch als Außenstehende, wenn sie bei anderen feststellen, dass diese den Moment nicht mehr als solchen erleben. Dies trifft selbst dann zu, wenn sie davon nicht betroffen sind oder behindert werden (Seg. 80f, 368).

Trotzdem sind Fotos für viele Menschen ein wichtiges Mittel um Erinnerungen und positive Gefühle festzuhalten. Dieses Phänomen beschreiben mehrere Teilnehmer (T3, T5, T7, T9, T10). Dabei geht es nicht immer um die Qualität der Fotos (Seg. 293). „Manchmal hat man halt das Bedürfnis ein Foto zu machen“, erläutert T10 auf die Frage, warum er Fotos macht trotz der Tatsache, dass sie nicht wieder angeschaut werden (Seg. 350). T1 spricht sogar von einem „Zwang, alles zu dokumentieren“ und fordert dazu auf, wieder mehr im Moment zu leben (Seg. 80). So haben T1 und T2 den Wunsch ihr Handy weniger zu benutzen (Seg. 168, 176). Hierzu glaubt T4, dass man die eigene

Nutzung und das eigene Verhalten hinterfragen und reflektieren sollte (Seg. 185). Allerdings wünschen sich die Teilnehmer T5, T7 und T10 keine Unterstützung in ihrem Nutzungsverhalten durch Apps (Seg. 484ff).

## II. Das Smartphone als gesellschaftlicher Störfaktor

Im Bereich der Sozialsphäre wurde das Smartphone nicht nur als positive Erfindung wahrgenommen. Die Teilnehmer bemängeln, dass mit der Zeit Automatismen antrainiert werden, wann und wie oft auf das Handy geschaut wird (Seg. 137). Bei Treffen mit Freunden wird beispielsweise beanstandet, wenn sich das Gegenüber mit dem Handy beschäftigt, weil man den Ort oder Moment zusammen erleben will. Man fühlt sich zurückgewiesen und verletzt, insbesondere bei Gesprächen zu Zweit (Seg. 126, 134, 374, 376, 417, 430, vgl. Lundberg, 2013). Während Pausenzeiten wie zum Beispiel bei Zugfahrten (Seg. 158) finden es die Teilnehmer in Ordnung, wenn sich Leute mit dem Handy beschäftigen. Generell wird die Angst, etwas zu verpassen, beobachtet (Seg. 122). Dieses Gefühl stellt sich bei einem Teilnehmer sogar während der Fokusgruppe ein (Seg. 141). Mehrere Teilnehmer empfinden es als negativ, dass sich das Smartphone als Statussymbol entwickelt hat und Menschen sich darüber definieren (Seg. 461ff, 493).

Auch die Debatte um *Digitale Demenz*, also den Rückgang von menschlicher Kompetenz durch Technologie, wird angestoßen. T6 hat das Gefühl, dass die Menschen immer „unfähiger“ (Seg. 403) werden. Zudem könne man nicht mehr mit sich alleine sein, sich selbst reflektieren oder Langeweile aushalten (Seg. 159, 404, 480). „Ich glaube, man muss eine Art finden damit umzugehen. Man muss irgendwelche Normen entwickeln“, stellt T1 fest (Seg. 165). Deshalb werden von einigen schon Grenzen gesetzt, indem sie bewusst auf bestimmte Funktionalitäten verzichten, ihr Smartphone oder auch ihre Kamera manchmal zuhause lassen (Seg. 122, 138, 173, 434, 476, 477). T9 glaubt an ein Abflauen des Smartphone-Hypes (Seg. 453): „Also 1970 sind voll viele Leute nackt rumgerannt und fanden es voll toll. Wir rennen jetzt auch nicht mehr alle nackt rum und finden es ganz toll.“

### III. Fotos auf sozialen Plattformen im Internet

Besonders Smartphone-Fotos finden ihren Weg auf die sozialen Plattformen des Internets. Dazu wird sowohl die Front- als auch die Rückkamera verwendet. Die Teilnehmer fühlen sich dadurch einander verbunden. Sie sind allerdings kritisch gegenüber Selfies, die nur der Selbstinszenierung dienen. Eher toleriert werden lustige Bilder und solche die zeigen, was der andere gerade tut (Seg. 86, 93, 113, 234, 345, 366). Werden Fotos von alltäglichen Situationen wie Sport oder Essen massenhaft verbreitet, empfinden die Teilnehmer dies als störend (Seg. 98, 101, 261, 267, 277, 281, 397). In Kurznachrichtendiensten werden vor allem Fotos versendet, um dem Gesprächspartner die aktuelle Situation zu verbildlichen (Seg. 212, 261, 277), Memos weiterzugeben (Seg. 2) oder die Meinung eines Freundes einzuholen (Seg. 388). Die fotoaffinen Teilnehmer äußern, dass sie schon im Vorfeld eine bestimmte Vorstellung ihrer Motive haben und diese nur dann teilen, wenn sie auch noch nach einer Weile als eine besonders spannende Komposition angesehen werden (Seg. 9, 119). Zur Veröffentlichung nutzen T1, T5, T6 und T7 Instagram, dies aber in der Regel als Privatperson (Seg. 314). Bei Facebook werden von T6 zwei verschiedene Accounts verwendet, um auch beruflich als Fotograf eine Plattform zu haben (Seg. 216).

### IV. Verbundenheit durch Bilder

Bilder verbinden Menschen miteinander. In der Fokusgruppe wurden verschiedene Möglichkeiten angesprochen, wie Fotos Menschen einander näherbringen können.

Verbundenheit entsteht beispielsweise, wenn Fotos eine Erinnerung an ein gemeinsames Erlebnis sind. Vor allem dann, wenn die Beteiligten auf dem Foto abgebildet sind (Seg. 234).

Außerdem kann man durch ein Bild zeigen, was man gerade erlebt, auch wenn man räumlich voneinander getrennt ist. Der Moment wird dann trotzdem gemeinsam erlebt (Seg. 55, 253). Hierzu äußert T4 (Seg. 55): „Ich finde es immer schön, wenn jemand woanders ist, wo man selbst nicht sein kann, und dann schickt einem jemand ein Foto. Das ist schön, jemand denkt an mich. Es freut mich wenn ich von jemandem ein Foto bekomme: Schade, dass du nicht dabei bist. Das finde ich superschön!“ T10 nutzt das Smartphone außerdem, um ihrer Freundin Fotos von Kleidung zu

senden, um sie in die Kaufentscheidung einzubinden (Seg. 382, 388).

### V. Rolle des Smartphones bei Fotoaffinen

Für unsere beiden Fokusgruppen hatten wir auch einige fotoaffine Personen eingeladen (T1, T2, T5, T6, T7), um ein Gefühl dafür zu bekommen, wie diese ihr Smartphone im Verhältnis zur normalen Kamera einsetzen.

Grundsätzlich wird die Smartphone-Kamera von allen oben genannten Personen verwendet. Allerdings eher als „Ersatz“ (Seg. 9) für die Spiegelreflexkamera, für „kleinere Bilder“ (Seg. 16) und für spontane Fotos, wenn sie unterwegs sind (Seg. 10). In diesem Zusammenhang werden verschiedene Nachteile der Smartphone-Kameras genannt: Belichtung, Blende (Seg. 10), Tiefenschärfe (Seg. 12, 13), weniger Möglichkeiten zum Experimentieren (Seg. 116) und Bildrauschen bei schlechten Lichtverhältnissen (Seg. 294). T5 nennt zusätzlich, dass es ihm fehle, „haptisch etwas in der Hand zu haben“ (Seg. 10).

Zudem sind die Bearbeitungsfunktionen auf dem Smartphone nicht ausreichend. An einem größeren Bildschirm ist dies einfacher und genauer möglich (Seg. 10, 310, 312, 316). Trotzdem ist T7 begeistert von den Zukunftsvideos der Firma Adobe und kann sich vorstellen, dass sich die Bildbearbeitung in Zukunft mehr Richtung Smartphones und Tablets bewegt (Seg. 311ff).

Unter dieser Zielgruppe wird aufgrund der oben genannten Einschränkungen das Smartphone zum Fotografieren überwiegend privat verwendet und beruflich die Spiegelreflexkamera (Seg. 10, 12, 221ff). T6 äußert jedoch (Seg. 216): „Je mehr ich beruflich fotografiere, desto weniger hab' ich Lust, im privaten Rahmen zu fotografieren.“

Zudem wird für ein Smartphone-Foto deutlich weniger Zeit investiert, als es bei einer Spiegelreflexkamera üblich ist (Seg. 114ff) und das Smartphone bietet auch keinen Ersatz zur professionellen Kamera (Seg. 10, 12). Grundsätzlich sei aber nicht das Medium entscheidend, sondern das Auge, so T6. Genauso wie eine gute Kamera kein Garant für gute Fotos ist, könne man auch mit Smartphones qualitativ ansprechende Fotos machen (Seg. 243): „Es liegt an einem selbst, was man aus dem Smartphone und dessen Kamera macht.“

Abschließend meint T6 (Seg. 504): „Zeiss-Objektive sind gut und die sollten auch eingebaut werden. Grundsätzlich.“



## VI. Bearbeitung von Fotos

T10 stört es, dass eine Freundin Fotos so stark bearbeitet, dass diese künstlich wirken (Seg. 253). Auch T6 findet den großen Aufwand unangebracht, der um die Auswahl der passenden Filter betrieben wird und sagt dazu (Seg. 308): „Wenn dann versuche ich immer die Natürlichkeit zu bewahren. Ich benutze auch keine Filter. Auch keine Schmink-Apps.“

Insgesamt gefallen den Teilnehmern eher Bilder, die nur dezent bearbeitet sind. T6 mag besonders bei Fotos von Menschen Momentaufnahmen, auf denen sich etwas bewegt (Seg. 281).

## VII. Das Smartphone als Werkzeug und Speichergerät

Von mehreren Teilnehmern wird das Smartphone häufig zur Erstellung von *Merzetteln* verwendet (T4, T3, T6, T9, T10). Beispiele hierfür sind Aufschriebe für das Studium (Seg. 14, 212), Busfahrpläne (Seg. 212), Hausaufgaben (52) und Namen von überzeugenden Restaurants (Seg. 280). Für diese Art Fotos, die lediglich Informationen transportieren sollen, ist die Qualität der Bilder nicht entscheidend, jedoch muss gewährleistet sein, dass die gewünschte Information erkennbar ist. So äußert T4, dass es störe, wenn die Kamera nicht gleich scharf stellt. Es besteht der Wunsch, Smartphones möglichst klein zu belassen, um diese noch problemlos transportieren zu können (Seg. 14).

Zudem vermissen T4 und T2 die „Langlebigkeit der alten Handys“. Diese waren stabiler und daraus resultierend auch umweltfreundlicher (Seg. 196f).

## VIII. Archivierung von Fotos

Bilder auf dem Smartphone werden selten wieder angeschaut (Seg. 347). T10 meint dazu (Seg. 350): „Bei mir verstauben die auch oder fliegen weg.“ Dies passiert vor allem dann, wenn die Bilder nicht sofort auf einer sozialen Plattform gepostet oder ausgedruckt werden (Seg. 10, 359). Durch den unbegrenzten Speicherplatz würde zudem das Problem bestehen, dass zu viele Bilder gemacht werden und somit eine gezielte Suche nach einem Bild erschwert wird (Seg. 22).

Die Wichtigkeit einer großen Ansicht und das Sortieren der Bilder in passenden Ordnern wird von einem Teilnehmer betont (Seg. 24).

## 2.3.3 Diskussion

Wie will die Gesellschaft also in Zukunft mit dem Smartphone umgehen? Die Ergebnisse unserer Fokusgruppe zeigen, dass sich die Nutzer durchaus gesellschaftliche Normen wünschen, stellen aber fest, dass diese nur aus dem individuellen Reflektieren hervorgehen können (vgl. 2.2.2).

Vor allem bei Treffen mit kleiner Personenzahl wird die übermäßige Nutzung von Smartphones beanstandet, was sich mit den Ergebnissen des Fragebogens deckt. Je größer die Gruppe, desto akzeptierter ist der Einsatz unter den Smartphone-Nutzern. Nicht-Smartphone-Nutzer stehen dem kritischer gegenüber. Dies deckt sich auch mit den Forschungsergebnissen von Lundberg (2013), der einen Zusammenhang zwischen Gruppengröße und Akzeptanz der Nutzung festgestellt hat.

Die Teilnehmer gehen davon aus, dass sie den Moment bewusster erleben, wenn sie auf ihr Smartphone verzichten und empfinden es sogar als störend, wenn sie bei anderen eine Realitätsflucht beobachten. Deshalb haben sie sich teilweise schon Grenzen gesetzt, um ihren Smartphone-Konsum einzuschränken. Diesen Umgang möchten sie aber selbstständig erlernen und wünschen sich keine Unterstützung durch Apps (vgl. 2.2.1).

Relevant für die Firma Zeiss erscheint uns auch ein Blick auf die Bedürfnisse hinter den getätigten Aussagen. Nach einer Analyse (vgl. Segmentierungstabelle) stellen wir fest, dass besonders das Bedürfnis nach Verbundenheit (E) den Umgang mit Smartphones beeinflusst. Menschen möchten sich einander nahe fühlen und dazu tragen Fotos einen entscheidenden Beitrag.

Das Bedürfnis nach Popularität (F) wurde ebenfalls häufig beschrieben. Besonders die sozialen Medien bieten hier eine neue Plattform für Selbstinszenierung, in welcher Fotos eine maßgebliche Rolle spielen. Die Teilnehmer sehen diese Entwicklung mit einem kritischen Auge, allerdings stellten sich die beiden Gruppen insgesamt als sehr reflektiert heraus. Auch Selbstverwirklichung (H), Autonomie (A) und Kompetenz (B) sind Bedürfnisse, welche durch das Smartphone und insbesondere durch Fotografie gestillt werden können. Dies betrifft insbesondere die fotoaffinen Teilnehmer, die sich am geringen Funktionsumfang und den wenigen Einstellungsmöglichkeiten stören.

Außerdem stillt die immer verfügbare Möglichkeit zu fotografieren das Bedürfnis des Sammelns von Bedeutungsvollem (L). Bilder werden oft nicht gelöscht (1.7) und auch dann aufgenommen, wenn schon vorher klar ist, dass sie nicht wieder angeschaut werden (Seg. 350). Es wird sich als gewinnbringend erweisen, ausgehend von diesen Bedürfnissen das Nutzungserlebnis weiter zu verbessern. Die nachfolgenden Empfehlungen geben hierfür auf der Basis unserer Erkenntnisse einige Anhaltspunkte.

## 2.4 Literaturverzeichnis

Lundberg, N. (2013). Smartphones and (smart) people. How smartphones affect personal interaction. Umeå, Schweden.

URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:630313/FULLTEXT01.pdf> (Stand: 23.6.2015)

Matys, E. (2008). Praxishandbuch Produktmanagement: Grundlagen und Instrumente (4., aktual und erw. Aufl.). Frankfurt am Main: Campus Verlag

Schiewer, H. (2014). Studie zur Smartphonennutzung: Ein anderes Ergebnis als erwartet. URL: <http://www.unicross.uni-freiburg.de/2014/09/01/studie-zur-smartphonennutzung/> (Stand: 24.6.2015)

Hassenzahl, M. (2003). Fokusgruppen. In: S. Heinsen & P. Vogt (2003). Usability praktisch umsetzen (S. 138-153). München: Hanser Fachbuchverlag.